



Sådan energimærker du korrekt i markedsføringsmaterialer.

Som forhandler, importør eller producent er det dit ansvar og lovpligtigt at give oplysninger om energimærkning, når du markedsfører et produkt via visuelle reklamer, teknisk salgsmateriale og lignende, hvor det ikke er muligt at købe produktet direkte.

Hvilke produkter skal energimærkes?

Energimærkningsforordninger stiller krav til forhandlere, installatører og leverandører. Pt. omfattes 19 produktkategorier af energimærkningskrav.

Du kan finde mere information om energimærkningskrav til produkter på hjemmesiden: [Compliance Services](#).

Ved salg af brugte produkter gælder kravene ikke. Dog er der visse undtagelser. Du kan læse mere om det [her](#) (kapitel 2).

Det nye energimærke

I mere end 30 år har energimærket hjulpet kunderne med at vælge de mest energieffektive produkter. Da den gamle A-plus skala (A⁺⁺⁺-D) gør det sværere at sammenligne produkter på tværs af produktkategorier, introducerede man i 2019 en ny skala.

Det nye energimærke indeholder en skala fra A til G og bliver gradvist introduceret for de enkelte produktkategorier i løbet af de kommende år.

Hvordan skelner man imellem de to energimærker?

Det nye energimærke kan bl.a. nemt genkendes ved A-G skalaen og QR-koden på energimærket.

Produktdatabladet

Vær særligt opmærksom på, at "Datablad" har skiftet navn til "Produktdatablad".

Hvilke typer reklame skal indeholde oplysninger om energimærkning?

Al visuel reklame for specifikke produktmodeller, som ikke giver mulighed for direkte køb, er omfattet af disse krav. Det betyder annoncer, fysiske tilbudsaviser, webbannere o. lign.

Kravene gælder også for teknisk salgsmateriale, der omtaler tekniske parametre for en specifik produktmodel. I denne QUICK vejledning omtales disse materialer under ét som reklame.

Hvad er kravene?

Reklamer skal oplyse energipilen, som indeholder energiklassen og de aktuelt tilladte energiklasser for produkttypen:

Bl.a. gælder følgende krav:

Det gamle energimærke (A⁺-F)



Det nye energimærke (A-G)



- Pilen skal have en størrelse så den er klart synlig og læselig for kunden og angivelsen af energiklasse skal mindst have samme skriftstørrelse som prisen.
- Desuden gælder der, at det skal være muligt for kunden at få adgang til energimærket og produktdatabladet via et link til EPREL eller via anmodning om en trykt kopi
- Kun reklamer i sort/hvid må benytte en sort/hvid energipil.
- Telemarketing, der er baseret på tryksager, skal desuden oplyse kunden om en gratis og frit tilgængelig hjemmeside, hvor kunden kan se det komplette energimærke og produktdatablad, eller tilbyde en trykt kopi.

Energimærkningskrav ved online salg

Produkter, der tilbydes til salg online, skal ledsages af et energimærke og et produktdatablad - gerne via energipilen og link til produktdatabladet.

Læs mere om disse krav [her](#).

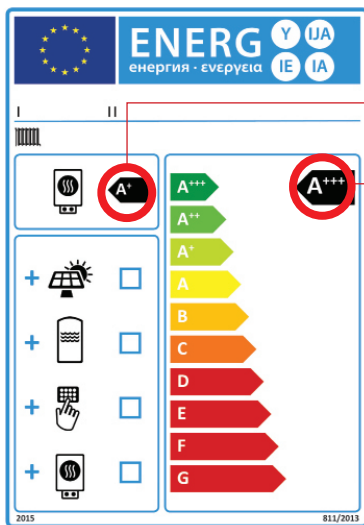
Markedskontrol

Erhvervsstyrelsen gennemfører løbende kontrol med overholdelse af energimærkningskrav.

Rettes der ikke op ved forkert eller ingen brug af mærket, kan det ende med politianmeldelse og bødestraf.

Særligt om opvarmningsanlæg

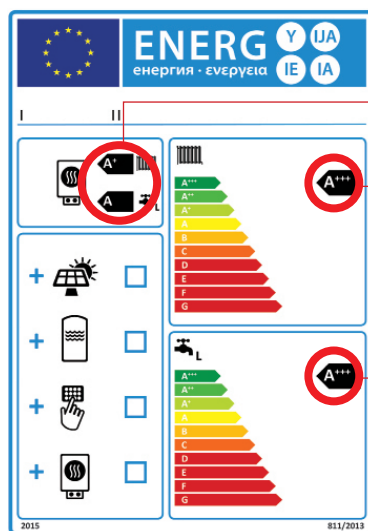
Du kan finde mere information om ecodesign- og energimærkningskrav på [Compliance Services hjemmeside](#).



Opvarmningsanlæggets energiklasse ved 55 °C

Pakkeløsningens energiklasse (baseret på 55 °C)

Kravet er, at begge energiklasser skal oplyses, og således at de kan skelnes fra hinanden.



Opvarmningsanlæggets energiklasse ved 55 °C og energieffektivitetsklasse ved produktion af varmt brugsvand.

Pakkeløsningens energiklasse og energieffektivitetsklasse ved vandopvarmning.

Alle fire energiklasser – og de dertil hørende spænd skal angives i reklamen, ligesom det skal være muligt at kunne skelne mellem klassernes betydning.

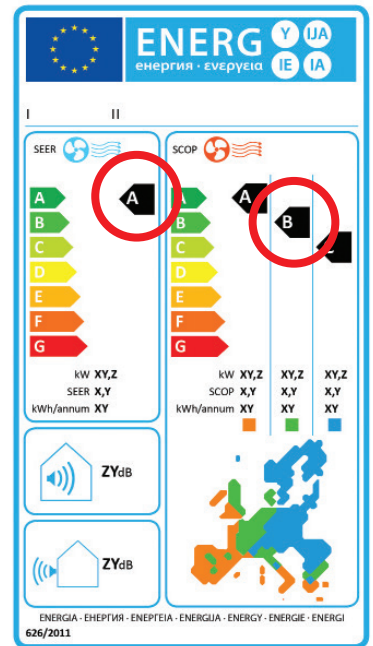
Klimaanlæg og luft/luft-varmepumper

Energimærket oplyser ofte en energiklasse for energieffektivitet for både opvarmning og køling.

Det anbefales at oplyse om begge energiklasser sammen med en oplysning om betydningen af de to energiklasser.

Hvis pladshensyn kun gør det muligt at angive en energi-klasse, skal produktets primære funktion oplyses. Altså den funktion, som produktet markedsføres ud fra.

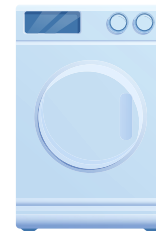
Oftest vil det for klimaanlæg være køling, mens det for luft/luft-varmepumper vil være opvarmning – under gennemsnitlige klimaforhold.



Eksempel på reklame, der ikke lever op til kravene

MODEL ABC 123

Tørretumbler
5 kg
Programvarighed: 2:55



4.299

Energipilen vender den forkerte vej.

Energipilen skal pege mod venstre og være af mindst samme størrelse som prisen.

Energipilen for tørretumblere, smartphones og tablets skal pege mod venstre.

Nyttige links



Energipilene
circabc.europa.eu



Energipile
i farver og
sort/hvid

circabc.europa.eu

Kontaktinformationer



Hjemmeside

www.product-compliance-services.eu



Service
Desk

www.product-compliance-services.eu/compliance-service-desk



LinkedIn

www.linkedin.com/company/product-compliance-services

Koordineret af:



AUSTRIAN ENERGY AGENCY

Compliance Services-projektet er medfinansieret af LIFE-programmet under kontrakt nr. 101120843.

De oplysninger, der stilles til rådighed gennem dette projekt, afspejler projektgruppens forståelse og er derfor ikke juridisk bindende. En bindende fortolkning af EU-retten henhører udelukkende under Den Europæiske Unions Domstol. Enhver rådgivning eller vejledning, der gives, kan ikke erstatte kravene i forordningerne om energimærkning og ecodesign eller de enkelte delegerede retsakter, som er bindende i alle enkeltheder og finder direkte anvendelse i alle EU-medlemsstater.

Medfinansieret af Den Europæiske Union. De synspunkter og holdninger, der kommer til udtryk, er dog udelukkende forfatterens/forfatterens egne og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller CINEA's synspunkter og holdninger. Hverken Den Europæiske Union eller den tilskudsgivende myndighed kan holdes ansvarlige herfor.

