

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

OLG Rostock: Faserzusammensetzung von Textilien gehört auf die Bestellseite

Wer Textilien online an Verbraucher verkauft, muss die Faserzusammensetzung unmittelbar vor Abschluss der Bestellung angeben – und zwar auf der Bestellseite selbst. Ein Hinweis nur auf der Produktdetailseite oder per Link reicht nicht aus.

Der Fall

Ein Online-Händler bot in seinem Shop einen Schal aus Polyester an.

Auf der Produktdetailseite war das Material dabei zutreffend angegeben. Im weiteren Bestellprozess tauchte die Angabe jedoch nicht mehr auf: Die Bestellübersicht, von der aus der Kunde den Kauf per Klick auf den Bestellbutton abschloss, enthielt keinerlei Hinweis auf die Faserzusammensetzung.

Verbraucher konnten die Bestellung also abgeben, ohne auf der finalen Bestellseite nochmals über die Faserzusammensetzung informiert zu werden.

Ein klagebefugter Verband sah darin einen Verstoß gegen die Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr und mahnte den Händler ab. Da dieser keine Unterlassungserklärung abgab, kam es zum Prozess.

Die Entscheidungen

In erster Instanz hatte bereits das LG Rostock dem Verband Recht gegeben (Urt. v. 07.01.2025, Az. 6 HK O 28/24).

Nach § 312j Abs. 2 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 EGBGB muss der Unternehmer dem Verbraucher die wesentlichen Eigenschaften der Ware unmittelbar vor Abgabe der Bestellung klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen. Diese Pflicht hatte der Händler nach Auffassung des Gerichts verletzt; der Verstoß war zugleich wettbewerbswidrig.

Der Händler legte Berufung ein. Im Berufungsverfahren erteilte ihm das OLG Rostock nun per Hinweisbeschluss (vom 05.02.2026, Az. 2 U 1/25) eine deutliche Absage: Der Senat kündigte an, die Berufung mangels Erfolgsaussicht zurückweisen zu wollen.

Die Faserzusammensetzung zählt nach Ansicht des Senats bei Textilien zu den wesentlichen Eigenschaften der Ware.

Sie ist für die Kaufentscheidung maßgeblich, weil der Verbraucher nur bei Kenntnis des Materials das Verhältnis von Preis und Qualität einschätzen kann. Welche Angaben bei Textilerzeugnissen geschuldet sind, ergibt sich dabei aus der EU-Textilkennzeichnungsverordnung (VO (EU) Nr. 1007/2011), die die Angabe der Faserzusammensetzung vorschreibt.

Zur Frage des richtigen Ortes der Information stellt das Gericht klar: Die nach § 312j Abs. 2 BGB geschuldeten Informationen über die wesentlichen Eigenschaften müssen sich auf der Internetseite befinden, auf der der Verbraucher den Bestellvorgang abschließt.

Der Senat stützt sich insoweit auf die Gesetzesbegründung (BT-Drucks. 17/7745, S. 10), die einen räumlich-funktionalen Zusammenhang zwischen den Informationen und der Abgabe der Bestellung verlangt – die Angaben müssen also für den Verbraucher unmittelbar vor dem Klick auf den Bestellbutton wahrnehmbar sein.

Dass der Verbraucher die Materialangabe zuvor auf der Produktdetailseite zur Kenntnis nehmen konnte, ändert daran nichts; das Gesetz verlangt die Information „unmittelbar bevor“ die Bestellung abgegeben wird. Auch eine Verlinkung auf die Artikelbeschreibung oder ein herunterzuladendes Dokument genügt diesen Anforderungen nicht.

Einordnung

Die Entscheidung kommt nicht überraschend. Die strenge Linie, wonach wesentliche Eigenschaften auf der finalen Bestellseite selbst anzugeben sind und eine Verlinkung nicht genügt, ist bereits höchstrichterlich gebilligt worden: So wies der BGH 2019 die Nichtzulassungsbeschwerde gegen ein entsprechendes Urteil des OLG München zurück (BGH, Beschl. v. 28.11.2019, Az. I ZR 43/19; Vorinstanz: OLG München, Urt. v. 31.01.2019, Az. 29 U 1582/18).

Mit der Frage, welche Merkmale bei Bekleidung wesentlich sein können, hatte sich der BGH zudem schon in der Entscheidung „Jogginghosen“ befasst (Urt. v. 31.10.2018, Az. I ZR 73/17).

Das OLG Rostock führt diese Linie konsequent fort. Für die Praxis bedeutsam ist, dass damit nun auch obergerichtlich bekräftigt wird: Die Faserzusammensetzung von Textilien ist eine wesentliche Wareneigenschaft im Sinne des § 312j Abs. 2 BGB und muss im Check-out angezeigt werden.

Folgen für die Praxis

Händler, die Bekleidung, Heimtextilien oder textile Accessoires an Verbraucher verkaufen, sollten ihren Bestellprozess überprüfen. Maßgeblich ist, was auf der letzten Seite vor dem Bestellbutton tatsächlich angezeigt wird. Dort muss die Faserzusammensetzung – etwa „100 % Polyester“ oder „80 % Baumwolle, 20 % Elasthan“ – gut wahrnehmbar erscheinen. Ein Link zur Produktseite oder ein abrufbares Dokument reichen nicht aus.

Bei den verwendeten Bezeichnungen ist auf die Vorgaben der Textilkennzeichnungsverordnung zu achten.

Für die Pflichtangabe sind grundsätzlich nur die Faserbezeichnungen aus Anhang I der Textilkennzeichnungsverordnung zulässig.

HINWEIS:

Marken-, Handels- oder Fantasiebezeichnungen wie „Lycra“ dürfen die vorgeschriebene Faserbezeichnung nicht ersetzen; maßgeblich wäre hier „Elasthan“.

Gleiches gilt für Angaben wie „Merinowolle“: Als alleinige Pflichtangabe ist diese Angabe problematisch, weil die Faserbezeichnung nach Anhang I „Wolle“ lautet (vgl. OLG Hamm, Urt. v. 02.08.2018, Az. 4 U 18/18).

Technische Beschränkungen des eingesetzten Shopsystems oder einer Marktplatz-Schnittstelle entlasten den Händler nicht ohne Weiteres. Das Abmahnrisiko kann ihn auch dann treffen, wenn er die Darstellung im Check-out nicht unmittelbar selbst steuern kann.

Die Pflicht aus § 312j Abs. 2 BGB betrifft im Übrigen nicht nur Textilien. Auch bei anderen Waren und bei Dienstleistungen müssen die jeweils wesentlichen Eigenschaften unmittelbar vor Abgabe der Bestellung klar und verständlich bereitgestellt werden. Welche Eigenschaften im Einzelfall wesentlich sind, hängt von der jeweiligen Produktkategorie ab. Auch Händler anderer Branchen sollten ihre Bestellübersicht daher kritisch prüfen.

Fazit

Die Faserzusammensetzung von Textilien ist eine wesentliche Wareneigenschaft und muss dem Verbraucher unmittelbar vor Abgabe der Bestellung auf der Bestellseite selbst angezeigt werden.

Wer die Angabe nur auf der Produktseite vorhält oder lediglich verlinkt, handelt wettbewerbswidrig und riskiert Abmahnungen durch Verbände und Mitbewerber. Betroffene Händler sollten ihren Check-out zeitnah anpassen.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt