

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

## Angabe der wesentlichen Eigenschaften der Ware – es geht schon wieder los!

Lang es ist her: Bereits seit dem 01.08.2012, also seit nunmehr fast 12 Jahren, sind Online-Händler, die mit Verbrauchern entgeltliche Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr schließen, verpflichtet, dem Verbraucher unmittelbar vor Abgabe von dessen Bestellung (nochmals) über die wesentlichen Eigenschaften (synonym dazu die wesentlichen Merkmale) der Ware zu informieren. Das ist in der Praxis gar nicht so einfach umsetzbar. Lange war es ruhig um diese Thematik. Aktuell sorgen Abmahnungen wieder für einige Unruhe, insbesondere in Bezug auf den Handel mit Textilerzeugnissen. Wir zeigen Ihnen, worauf es ankommt.

### Worum geht es?

Mit der sogenannten „Button-Lösung“ wollte der deutsche Gesetzgeber im Jahre 2012 den damals noch recht weit verbreiteten Internet-Vertragsfallen den Garaus bereiten.

Vereinfacht gesagt ging es seinerzeit darum, Verbraucher vor übereilten Bestellungen nur auf den ersten Blick günstiger bzw. kostenloser Waren zu schützen. In vielen Fällen wurden kostenlose Artikel als „Türöffner“ angeboten, mit deren Bestellung dann aber die Eingehung überteuerter Folgeleistungen, die nur sehr versteckt im Kleingedruckten Erwähnung fanden, etwa von kostenpflichtigen Waren-Abonnements mit zweijähriger Mindestlaufzeit, einherging.

Deshalb wurde es für Betreiber von Online-Shops und Händler auf Verkaufsplattformen zum 01.08.2012 verpflichtend, einen eindeutig beschrifteten, die Zahlungspflicht erkennen lassenden „Bestellbutton“ vorzuhalten (gesetzliche Musterformulierung „Zahlungspflichtig bestellen“), sofern es um entgeltliche Verträge mit Verbrauchern geht.

Daneben wurde den Händlern seinerzeit auch auferlegt, auf der finalen Bestellseite, quasi direkt oberhalb dieses Bestellbuttons, den Verbraucher klar und verständlich in hervorgehobener Weise über die wesentlichen Eigenschaften der zu bestellenden Waren zu informieren.

Diese „neue“ Informationspflicht hinsichtlich der wesentlichen Eigenschaften sorgte seit jeher für großen Kummer bei der Händlerschaft, da in der Praxis nur schwer korrekt umsetzbar. Dies schon deswegen, da die gesetzliche Vorgabe sehr unbestimmt gehalten ist.

Nach derzeitiger Rechtslage sind Online-Händler nach der Vorschrift des § 312j Abs. 2 BGB in Verbindung mit Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 EGBGB verpflichtet, die wesentlichen Eigenschaften der Waren in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren angemessenen Umfang, unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise zur Verfügung stellen.

Wer diese Informationspflicht nicht oder nicht vollständig erfüllt, handelt klar wettbewerbswidrig und kann deswegen von einem Mitbewerber oder einem Abmahnverband wettbewerbsrechtlich abgemahnt und auf Unterlassung des Wettbewerbsverstoße in Anspruch genommen werden.

Insbesondere bei Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung in Folge einer solchen Abmahnung kommt der Händler in Zukunft schnell in Teufels Küche: Er darf sich dann – zumindest für Teile seines Sortiments –dahingehend keinerlei Fehler mehr erlauben. Vergisst er dann auch nur bei einem von der Unterlassungserklärung erfassten Artikel die Angabe auch nur einer wesentlichen Eigenschaft, wäre eine Vertragsstrafe, die schnell einen höheren vierstelligen Betrag ausmachen kann, verwirkt.

Hier zeigt sich einmal mehr, dass keine Unterlassungserklärung abgegeben werden darf, kann das zu unterlassen Versprochene, etwa aus technischen Gründen, nicht dauerhaft und ausnahmslos eingehalten werden. Dies gilt umso mehr, wenn – wie bei diesem Thema – unklar ist, wie genau bzw. wie weitgehend die Informationspflicht überhaupt korrekt zu erfüllen ist.

Wohl weil nahezu jeder Händler mit der Erfüllung der neuen Informationspflicht seit jeher so seine Probleme hatte, blieben Abmahnungen unter Mitbewerbern diesbezüglich eher die Ausnahme.

Abmahnverbände dagegen hatten dieses Thema regelmäßig auf der Agenda, gingen dabei in erster Linie aber Branchengrößen wie Amazon an.

Aktuell sorgen Abmahnungen des Verband Sozialer Wettbewerb e.V. aus Berlin wieder für einige Unruhe. Hier wird u.a. die fehlende Angabe der wesentlichen Eigenschaften von Textilerzeugnissen auf der finalen Bestellseite beanstandet und kostenpflichtig abgemahnt.

## Was macht die Sache in der Praxis so schwierig?

Die Erfüllung der Informationspflicht nach § 312j Abs. 2 BGB in Verbindung mit Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 EGBGB stellt die meisten Online-Händler vor Herausforderungen.

In der Praxis bestehen zwei grundsätzliche Problemfelder:

Problemfeld Nummer 1 ist die Bestimmung, was überhaupt konkret die wesentlichen Eigenschaften der jeweiligen Ware sind, welche „Angaben“ also für den jeweiligen Artikel konkret zu tätigen sind.

Das Gesetz spricht nur vollkommen unbestimmt von „wesentlichen Eigenschaften der Waren“.

Es ist also Aufgabe des Händlers, jeweils auf die Suche zu gehen, was alles ein wesentliches Merkmal der von ihm jeweils angebotenen Ware ist.

Dies lässt sich in keinem Fall pauschal beantworten, sondern ist immer von individuellen Faktoren abhängig. Zum einen in objektiver Hinsicht davon, um welche Ware es geht. Ist die Ware eher einfacher Natur, sind auch die wesentlichen Eigenschaften der Ware überschaubar. Handelt es sich dagegen um eine (technisch) komplexe Ware, dann können deren wesentliche Eigenschaften mehrere Seiten füllen.

Als Hilfestellung für die Bestimmung der wesentlichen Merkmale kann dienen, wenn sich der Händler einmal gedanklich in die Verbraucherrolle begibt und sich überlegt, welche Eigenschaften für einen neugierigen Verbraucher in Bezug auf das jeweilige Produkt wichtig sein könnten.

Lassen sich die wesentlichen Eigenschaften beim Verkauf einer Büroklammer an einer Hand abzählen, können diese beim Verkauf eines Notebooks in den dreistelligen Bereich gehen.

Auch ist eine nähere Zustandsbeschreibung bei fabrikneuer Ware in vielen Fällen entbehrlich, während diese bei Gebrauchtware essentiell ist (man denke nur an einen Neuwagen im Vergleich zu einem Gebrauchtfahrzeug, wo Informationen zum genauen Zustand, zur Laufleistung, zum Pflege- und Wartungszustand, zu Vorschäden etc. für den Interessenten sehr wichtig sind).

Auch gibt es Eigenschaftskategorien, die für bestimmte Waren wesentlich sind, für andere Waren dagegen überhaupt nicht. Das Gewicht ist bei einem Rennrad elementar, während es dem Käufer von Toilettenpapier herzlich egal sein dürfte. Etwas anderes gilt aber wiederum, wenn der Toilettenpapierverkäufer den Versand gewichtsabhängig berechnet.

Neben der Art und Beschaffenheit der Ware spielt auch die Erwartungshaltung der angesprochenen Zielgruppe eine Rolle.

Wenn es sich etwa um einen Consumer-Artikel handelt (z.B. ein Notebook für den Heimgebrauch) dürfte die Anzahl der für den Käufer wesentlichen Eigenschaften geringer sein, als bei einem Artikel, der für den Profieinsatz (etwa speziell ausgestattetes Notebook für professionelle Bild- und Videobearbeitung) angeboten wird.

Die Angabe der wesentlichen Eigenschaften ist also leider in höchstem Maße dynamisch und immer vom Einzelfall abhängig.

Automatisierung und hohe Dynamik beißen sich leider im Regelfall, so dass viel „Handarbeit“ der Online-Händler erforderlich ist, um diese Herausforderung rechtssicher zu lösen.

Es lässt sich somit festhalten:

Leider ist keine pauschale Aussage möglich, was genau „wesentliche Eigenschaften“ einer Ware sind und in welcher Ausführlichkeit auf diese hingewiesen werden muss.

Der Umfang der dahingehenden Informationspflicht hängt zum einen von der Art des jeweiligen Artikels ab, der gerade bestellt wird.

Hier gilt: Je komplexer der Artikel ist und je mehr Faktoren für seine wertbildenden Eigenschaften maßgeblich sind, desto mehr wesentliche Eigenschaften, die dann auszuspielen sind, gibt es.

Ferner hängt die Einstufung, was wesentlich ist und was nicht, in subjektiver Hinsicht auch von der Erwartungshaltung der angesprochenen Zielgruppe ab.

Problemstellung Nummer 2 ist die korrekte Darstellung der wesentlichen Eigenschaften.

Hier gilt es, diese auf der finalen Bestellseite in klarer und verständlicher Weise sowie unmittelbar und

in hervorgehobener Weise vor Abgabe der Bestellung darzustellen, um den formalen Anforderungen, die sich der Gesetzgeber wünscht, zu genügen.

Dazu später noch im Detail.

## Was sind eigentlich (regelmäßig) die wesentlichen Eigenschaften der Ware?

Wie bereits erwähnt, gibt es hier keine allgemeingültige Aussage, sondern der Umfang und die Reichweite der Informationspflicht ist höchst individuell und dynamisch je nach angebotener Ware.

Dennoch gibt es „Basisangaben“, die ein Gericht wohl in jedem Fall als jeweils wesentliche Eigenschaft einstufen dürfte und die damit in jedem Fall anzugeben sind.

Dazu gehören nach hiesiger Rechtsauffassung insbesondere:

- Genaue Produktbezeichnung (insbesondere hinsichtlich Hersteller, Marke und Typ)
- Genaue Bezeichnung der Ausführung/ Variante, wenn Produkt in verschiedenen Ausführungen / Varianten angeboten wird
- Bei der Möglichkeit von Individualisierungen auch Angabe der konkret gewählten Individualisierung (z.B. bei Bestickung eines T-Shirts mit Schriftzug Angabe des Schriftzugs, dessen Farbe und dessen Schriftart)
- Beschaffenheit / Zustand / Erhaltungsgrad (etwa neu, gebraucht, mangelhaft, beschädigt usw.)
- Modelljahr / Baujahr und ggf. Hinweis auf Eigenschaft als Auslaufmodell
- Zubehör und genauer Lieferumfang
- Materialien / Zusammensetzung (dies bei mehreren Komponenten für alle Komponenten, etwa bei Sonnenschirm für Schirm, Stange und Ständer ausgewiesen)
- Größe / Abmessungen
- Gewicht / Inhalt / Füllmenge
- Farbe(n) und Design(s)
- Bei Produkten mit technischem Hintergrund die technischen Details (bei einem Notebook etwa Angaben zur CPU, zur GPU, zum RAM, zur HDD/SSD, zu WLAN, zum Betriebssystem, Displayauflösung, Akkukapazität usw.)
- Kompatibilität bzw. Einsatz- und Verwendungszweck sowie Verwendungsbeschränkungen
- Eigenschaften, die im Rahmen produktspezifischer Kennzeichnungspflichten für bestimmte Sortimente darzustellen sind. Hier bestimmt quasi schon der Gesetzgeber, was für den Durchschnittsverbraucher wesentlich ist. Hier sind insbesondere zu nennen:
  - Beim Verkauf von Lebensmitteln die Informationen nach der LMIV (Angabe der Zutaten, Nährwerte, Allergene, des verantwortlichen Lebensmittelunternehmers usw.) sowie die Angaben bei einer ökologischen Erzeugung („Bio-Eigenschaft“).
  - Beim Verkauf von Textilerzeugnissen die Angabe der Faserzusammensetzung im Rahmen der Textilkennzeichnung
  - Beim Verkauf von Spielzeugen die Warnhinweise, die oftmals die Verwendung beschränken
  - Beim Verkauf von altersbeschränkten Waren (etwa PC-Spiele) die jeweilige Altersfreigabe

- Beim Verkauf energierelevanter Produkte wie Lampen, Kühlschränken, Fernsehern, Waschmaschinen, Trocknern usw. die Energieeffizienzklasse sowie
- Beim Verkauf von Chemikalien die Inhaltsstoffe, sowie die relevanten Warn- und Gefahrenhinweise
- Beim Verkauf von Bioziden der Biozidwarnhinweis

Wenn Sie diesen „Katalog“ abarbeiten und die zutreffenden Eigenschaften an der richtigen Stelle darstellen, dann werden damit die vom Gesetz geforderten „wesentlichen Eigenschaften bereits in erheblichem Umfang abgebildet.

Hinweis: Der oben genannte Katalog kann jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Dafür sind die Unterschiedlichkeiten von Ware zu Ware zu groß.

## Was wird aktuell abgemahnt?

Derzeit müssen sich vor allem Händler hüten, die Textilerzeugnisse anbieten und auf der finalen Bestellseite nicht die Faserzusammensetzung darstellen.

Der Verband sozialer Wettbewerb e.V. mit Sitz in Berlin mahnt aktuell ab, wenn ein Händler beim Textilverkauf keine Angaben zur Faserzusammensetzung auf der finalen Bestellseite tätigt.

Der Verband führt hierzu aus, dass die Angabe des Materials bei Bekleidung als wesentlich anzusehen sei, da danach sowohl das Preis-Leistungs-Verhältnis, die erforderliche Reinigung sowie bestehende Unverträglichkeiten beurteilt werden können und diese für einen Kauf wesentliche Faktoren darstellen.

Im Zuge der Abmahnung fordert der Verband sozialer Wettbewerb e.V. nicht nur die Erstattung von Abmahnkosten. Vielmehr soll sich der Abgemahnte zugleich vertraglich verpflichten, es künftig bei Meidung einer Vertragsstrafenzahlung zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern Textilien anzubieten, ohne auf der Internetseite, auf welcher sich der Bestellbutton befindet, das zutreffende Material anzugeben, aus welchem die Textilien gefertigt sind.

Es ist damit zu rechnen, dass sich derartige Abmahnungen zeitnah „vermehren“ werden und auch zahlreiche Nachahmer auf den Plan rufen dürften. Schließlich versprechen solche Abmahnungen, gibt der Abgemahnte daraufhin eine Unterlassungserklärung ab, mit einiger Wahrscheinlichkeit sprudelnde Einnahmen aus Vertragsstrafen für den Abmahner. Eben deswegen, weil das Thema in der Praxis so schwer handelbar ist.

## LG Berlin: Angabe der Materialzusammensetzung auf finaler Bestellseite verpflichtend

[Das Landgericht Berlin entschied kürzlich im Rahmen eines einstweiligen Verfügungsverfahrens, dass die Angabe der Materialzusammensetzung beim Online-Verkauf eines T-Shirts zwingend \(auch\) auf der finalen Bestellseite, unmittelbar vor Abgabe der Bestellung durch den Verbraucher erfolgen muss.](#)

Der zuvor von einem Verband abgemahnte Online-Händler, der diese Angaben nicht auf der finalen Bestellseite vorgehalten hatte, wurde bereits zuvor im Wege einer einstweiligen Beschlussverfügung

vom LG Berlin zur Unterlassung dieses Verhaltens verpflichtet.

Auf seinen Widerspruch hin hat das Landgericht die zuvor ergangene einstweilige Verfügung mit Urteil vom 07.11.2023 (Az.: 91 O 69/23) bestätigt.

Das Gericht stellte dabei nochmals klar, dass der Händler wettbewerbswidrig gehandelt hatte und die fehlende Information über die Materialzusammensetzung des Bekleidungsstückes vom Verband zu Recht abgemahnt hatte.

In der Sache eigentlich nichts Neues, da bereits das OLG München im Jahre 2019 zu Lasten Amazons entschieden hatte, dass die Angabe des Materials von angebotener Bekleidung auf der finalen Bestellseite zwingend ist, da eben wesentliche Eigenschaft der Ware (OLG München, Urteil vom 31.01.2019 - 29 U 1582/18).

Die Entscheidung des LG Berlin verdeutlicht aber, dass in den letzten Monaten wieder Bewegung in die Abmahnung fehlender, wesentlicher Eigenschaften gekommen ist. Und sie bestätigt auch, dass Abmahnverbände mit ihrer Rechtsansicht gute Chancen haben, vor Gericht zu obsiegen.

Zwischenfazit: Wer Textilien / Bekleidung online verkauft, der ist gut beraten, (auch) auf der finalen Bestellseite die Materialkennzeichnung im Sinne einer Textilkennzeichnung vorzunehmen. Andernfalls besteht Abmahngefahr.

## Wie sieht die „Best Practice“ aus?

Der sicherste Weg für Händler ist es, inhaltlich lieber „zu viele“ wesentliche Eigenschaften anzugeben, als zu wenige.

Dabei ist es nicht schädlich, wenn neben den wesentlichen Eigenschaften auch einige „unwesentliche“ Eigenschaften angeführt werden (solange dadurch keine Intransparenz eintritt und der Verbraucher mit für ihn belanglosen Informationen von wesentlichen Informationen abgelenkt wird), zumal in der Praxis die Abgrenzung unwesentlich zu wesentlich meist fließend sein dürfte.

Also: Im Zweifel lieber mehr Eigenschaften der Ware angeben, als zu wenig. Allerdings sollten Belanglosigkeiten, etwa nicht belastbare Werbeaussagen wie „Absoluter Topseller“ unbedingt weggelassen werden.

In formaler Hinsicht es wichtig, dass sämtliche wesentliche Eigenschaften der im Bestellvorgang befindlichen Ware(n) direkt auf der finalen Bestellseite anzugeben sind, so dass sich diese direkt oberhalb des die Bestellung auslösenden Buttons befinden. Dem Verbraucher muss unmittelbar vor Abgabe seiner Bestellung nochmals vor Augen geführt werden, was er da konkret mit welchen wesentlichen Eigenschaften bestellt.

Der Gesetzgeber verlangt dabei, dass die Angabe der wesentlichen Eigenschaften auf der finalen Bestellseite in klarer und verständlicher Weise sowie unmittelbar und in hervorgehobener Weise vor Abgabe der Bestellung erfolgen muss. Unmittelbar bedeutet dabei, dass die wesentlichen Merkmale

sowohl in räumlicher als auch in zeitlicher Hinsicht in direktem Zusammenhang mit dem Bestellbutton erfolgen muss.

Damit steht fest, dass diese Angaben unbedingt direkt als lesbarer Text auf der finalen Bestellseite erfolgen müssen.

Insbesondere ist eine Verlinkung (z.B. zurück auf die Artikeldetailseite, auf der sich die Angaben befinden) auf der finalen Bestellseite nicht ausreichend (so OLG München, a.a.O., bestätigt durch BGH, Beschluss vom 28.11.2019, Az.: I ZR 43/19).

Auch die Darstellung im Wege eine sich öffnenden Pop-Ups genügt nicht den Anforderungen (OLG Nürnberg, Urteil vom 29.05.2020, Az.: 3 U 3878/19).

Ferner ist es nicht ausreichend, die wesentlichen Eigenschaften z.B. in einem Datenblatt als PDF (nur) zum Download anzubieten. Es ist dringend deren offene Darstellung als Text in unmittelbarer Nähe zum Bestellbutton, bestenfalls direkt oberhalb von diesem, vorzunehmen.

Dabei sollten die wesentlichen Eigenschaften auf der finalen Bestellseite zudem optisch hervorgehoben dargestellt werden, etwa eingerahmt oder farbig unterlegt.

Shop-Betreiber sollten sich bei Unklarheiten an den Anbieter ihres Shopsystems wenden. Dieser kann in aller Regel Hilfestellung bei technischen Fragestellungen zur Darstellung der wesentlichen Merkmale im Checkout leisten.

Oftmals existieren hierzu auch nützliche Plugins bzw. Apps, die ein Ausspielen der wesentlichen Eigenschaften auf der finalen Bestellseite ermöglichen.

Die beschriebene Pflicht gilt auch auf Verkaufsplattformen wie Amazon oder eBay. Problem hierbei ist, dass Händler dort in aller Regel keinen technischen Gestaltungsspielraum hat, um dort Änderungen an der Darstellungsweise vornehmen zu können.

## Doppelte Darstellung: Wesentliche Eigenschaften in Artikelbeschreibung und auf finaler Bestellseite

Neben der bereits dargestellten Verpflichtung zur Darstellung der wesentlichen Eigenschaften der Ware auf der finalen Bestellseite bei Vertragsschlüssen im elektronischen Geschäftsverkehr, sind Händler bei Fernabsatzverträgen auch ganz allgemein verpflichtet, über die wesentlichen Eigenschaften der Ware zu informieren (§ 312d Abs. 1 BGB in Verbindung mit Artikel 246a § 1 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 EGBGB).

Dies erfolgt dann sinnvollerweise im Rahmen der jeweiligen Artikelbeschreibung. Die wesentlichen Eigenschaften sollten dort schon aus Gründen des Marketings angegeben werden, damit sich Interessenten ein zutreffendes Bild von der angebotenen Ware machen können.

Eine besondere Hervorhebung der wesentlichen Merkmale ist auf der Artikeldetailseite jedoch nicht erforderlich.

Es ist zu beachten, dass die beiden Informationspflichten bei klassischen Online-Shops parallel

bestehen, d.h., dass die Angabe der wesentlichen Eigenschaften in der Artikelbeschreibung die Pflicht zu deren Angaben auf der finalen Bestellseite nicht ersetzt.

## Fazit:

Es war nun viele Jahre lang relativ ruhig um das in der Praxis für Händler doch herausfordernde Thema der Angaben von wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Ware.

Durch die aktuelle Abmahntätigkeit des Verbands sozialer Wettbewerb sowie die Entscheidung des LG Berlin kommt neue Bewegung in die Sache.

Insbesondere Händler, die Textilerzeugnisse verkaufen, sollten darauf achten, dass sie zeitnah auf der finalen Bestellseite insbesondere die Faserzusammensetzung der zu bestellenden Textilerzeugnisse darstellen.

Generell betrifft die Thematik jeden Online-Händler, sortimentsunabhängig.

Aus diesem Grund sollten Händler, die hier noch Defizite haben, zweistufig vorgehen. Zunächst gilt es, zu ermitteln, was inhaltlich die wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Waren sind.

Danach gilt es, diese (auch) auf der finalen Bestellseite formal korrekt, also in klarer und verständlicher Weise sowie unmittelbar und in hervorgehobener Weise vor Abgabe der Bestellung darzustellen.

Idealerweise als offener Texte direkt oberhalb des Bestellbuttons durch Einrahmung hervorgehoben oder mit besonderer Farbe hinterlegt.

Nicht vergessen: Die Darstellung der wesentlichen Merkmale (nur) im Wege einer Verlinkung, eines Pop-Ups oder eines Downloads genügt nicht den gesetzlichen Vorgaben.

Die Angabe der wesentlichen Eigenschaften der Ware sollte zudem im Rahmen der jeweiligen Artikelbeschreibung erfolgen, also bereits bevor der Kunde seinen Bestellvorgang durch Einlegen der Ware in den virtuellen Warenkorb einleitet. Aber Achtung: An der (zusätzlichen) Pflicht zur Angabe der wesentlichen Merkmale auf der finalen Bestellseite ändert dies nichts.

Der Ecommerce steckt voller Herausforderungen für die Online-Händler. Sie wünschen sich professionelle, anwaltliche Begleitung im rechtlichen Dschungel des Ecommerce zur effektiven Vermeidung lästiger Abmahnungen? Gerne sichern wir Sie im Rahmen unserer [Schutzpakete](#) ab.

### Autor:

**RA Nicolai Amereller**

Rechtsanwalt