

## **Textilkennzeichnung in der Werbung erforderlich?**

**Wer Bekleidung vertreibt muss seinen Kunden grundsätzlich Angaben zur Zusammensetzung der jeweiligen Textilien zur Verfügung stellen. Der BGH hatte nun zu entscheiden, ob die Textilkennzeichnung auch bei einem Werbeprospekt erforderlich ist, bei dem keine direkte Bestellmöglichkeit angeboten wird.**

Ein Modehaus bewarb in einem Prospekt den Verkauf der neusten Kollektionen der von dem Unternehmen vertriebenen Bekleidungsstücke. Dabei machte das Modehaus keine Angaben über die textile Zusammensetzung der Kleidung.

Die Wettbewerbszentrale sah darin einen wettbewerbsrechtlich relevanten Verstoß gegen die Textilkennzeichnungsverordnung, welche Verkäufer von Textilien verpflichtet, Angaben über die Textilfaserzusammensetzung zu machen, soweit die Ware auf dem Markt bereitgestellt wird.

### **Entscheidung des Gerichts**

Der Bundesgerichtshof hat mit Urteil vom 24.03.2016 - Aktenzeichen I ZR 7/15 - entschieden, dass ein Modehaus bei der Bewerbung von Textilien keine Angaben zu deren Zusammensetzung machen muss, wenn im Werbeprospekt keine direkte Möglichkeit einer Bestellung angeboten wird.

Die Prospektwerbung sei lediglich eine Verbraucherinformation, welche bezwecke, Kunden in das Ladengeschäft des Modehauses zu locken. Erst im Laden würden dann Kaufverträge abgeschlossen. Damit seien die Informationspflichten über die Textilkennzeichnung auch erst im Ladengeschäft zur Verfügung zu stellen.

### **Fazit**

Die gesetzlichen Informationspflichten für Textilien müssen dem Verbraucher erst zur Verfügung gestellt werden, wenn der Kunde die Ware bestellen kann. Ist dies bereits in dem Prospekt vorgesehen, müssen die Textilkennzeichnung bereits dort erfolgen.