

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

„PU Leder“ – Abmahnung wegen irreführender Bezeichnung

In zahlreichen Werbeanzeigen (vermehrt im Bereich des Bekleidungs- und Taschenhandels) finden sich Begriffe, die das Wort „Leder“ beinhalten. Solche von der Werbeindustrie entwickelten Wortschöpfungen wie „PU-Leder“ oder „Textilleder“ suggerieren beim angesprochenen Verkehrskreis, dass es sich um eine bestimmte Echtlederart handelt, wobei die verwendeten Materialien tatsächlich kein Leder enthalten. Die Verwendung solcher Bezeichnungen kann zu einer Irreführung der Verbraucher führen und es droht die Gefahr einer Abmahnung. Erfahren Sie im folgenden Beitrag mehr zu diesem Thema und weshalb uns derzeit viele Abmahnungen von betroffenen Online-Händlern erreichen.

Die korrekte Bezeichnung: Was ist „Leder“?

Damit ein Material als „Leder“ oder „Echtleder“ bezeichnet werden darf, muss es auch Leder enthalten. Um Leder handelt es sich dabei nur, wenn das Material aus ungespaltener oder gespaltener tierischer Haut bzw. Fell durch einen Gerbungsprozess hergestellt wird, wobei die tierischen Fasern in ihrer natürlichen Verflechtung bestehen bleiben müssen. Dies folgt unter anderem aus der DIN-Norm EN 15987.

Das Problem ist nun, dass heutzutage aufgrund der technischen Verarbeitungsmöglichkeiten, künstlich hergestellte Textilprodukte echtem Leder (optisch) zum Verwechseln ähnlich sein können.

Insoweit ergibt sich bei solchen Produkten bzw. Materialien eine Kennzeichnungspflicht für Händler aus § 5a Abs. 2 und 3 UWG. Damit der angesprochene Verbraucher eine fundierte Kaufentscheidung mit allen notwendigen Informationen treffen kann, muss dieser im Vorfeld erkennen können, ob es sich tatsächlich um Leder (mit einer grundsätzlich verbundenen Hochwertigkeit) oder lediglich um ein Lederimitat handelt.

Anforderungen an die Kennzeichnung

Dieser Hinweis muss unmissverständlich sein und klarstellen, dass es sich gerade nicht um Leder handelt. Mehrdeutige Begriffe, welche die fehlende Ledereigenschaft gerade verschleiern sind hingegen gemäß §§ 5, 5a UWG irreführend und stellen einen Wettbewerbsverstoß dar. Dies wurde bereits mehrfach seitens der Rechtsprechung bestätigt – so unter anderem vom OLG Hamm mit Urteil vom 08.03.2012 (Az. I-4 U 174/11).

Insbesondere Wortverbindungen wie „PU-Leder“ (PU steht für Polyurethan), die auch in der uns vorliegenden Abmahnung streitgegenständlich waren, sind wettbewerbswidrig. Denn solche Begriffe erwecken beim Verbraucher den Eindruck, es handele sich um eine bestimmte Art von Leder, während es sich tatsächlich um einen Kunststoff handelt. Insbesondere ist die Kunststoffeigenschaft aufgrund

der gewählten Abkürzung nicht direkt als solche erkennbar und wird vielmehr verschleiert. Gleiches gilt für Begriffe wie „Textilleder“, „Korkleder“ oder auch „Veganes Leder“.

Ausnahmen: „Kunstleder“, „Lederimitat“ oder „Lederoptik“

Soweit es sich bei dem vertriebenen Produkt bzw. Material nicht um echtes Leder handelt, sollte klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass es sich um ein künstlich hergestelltes Produkt handelt.

Für einen solchen Hinweis können grundsätzlich Begriffe wie „Kunstleder“, „Lederimitat“ oder „Lederoptik“ verwendet werden. Zwar enthalten diese ebenfalls das Wort „Leder“. Jedoch ist bei solchen Begriffen aus Sicht eines Verbrauchers unmittelbar zu erkennen, dass es sich nicht um echtes Leder handelt, sodass eine Irreführung nicht stattfindet.

Zu beachten ist, dass Händler bei der Wahl der Bezeichnung im Rahmen der Produktbeschreibung konsequent bleiben sollten. Beispielsweise sollte nicht etwa im Verkaufstitel von „Leder“ die Rede sein, während erst in der Artikelbeschreibung auf die Kunstledereigenschaft hingewiesen wird.

Lesetipp: Erweckt ein Erzeugnis aufgrund seiner Verarbeitung und der verwendeten Materialien den Eindruck, aus Echtleder hergestellt zu sein, obwohl lediglich Lederimitat verwendet wurde, besteht eine lauterkeitsrechtliche Hinweispflicht bezüglich des synthetischen Ursprungs.

Wenn Sie weitergehende Informationen zum Thema Verkauf von Lederimitaten (zulässige und unzulässige Vermarktungsbezeichnungen) erhalten möchten, dürfen wir Ihnen [diesen Beitrag](#) zur Lektüre empfehlen!

Fazit

Soweit ein Produkt aufgrund der Verarbeitungsmethode und der optischen Ähnlichkeit den Eindruck erweckt, es handle sich um Echtleder, sollten Händler unbedingt darauf hinweisen, dass dies gerade nicht der Fall ist.

Werden Produkte verkauft, die aufgrund ihrer konkreten Gestaltung bei den angesprochenen Verkehrskreisen fälschlicherweise den Anschein erwecken können, aus Echtleder zu sein, so bewegt sich die Produktdarstellung grundsätzlich im Geltungsbereich der Irreführungsverbote nach den §§ 5 und 5a UWG.

Irreführende und mehrdeutige Wortschöpfungen wie „PU-Leder“ sind zu vermeiden, da sie auf eine vermeintliche, tatsächlich nicht bestehende Ledereigenschaft hindeuten. Stattdessen sollte man eindeutige und klarstellende Begriffe wie „Kunstleder“ oder „Lederimitat“ wählen.

Wussten Sie, dass wir im Rahmen unseres [Unlimited-Pakets](#) bereits für 49,90 Euro zzgl. MwSt. (12 Monate Mindestvertragslaufzeit) für die umfassende Rechtssicherheit Ihrer Verkaufspräsenz sorgen, inklusive anwaltlicher Intensivprüfung nach über 120 Prüfkriterien und dauerhaftem Abmahnschutz dank innovativem Update-Service?

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt