Werbung für Sitzmöbel aus „Textilleder“ wettbewerbswidrig

Eigener Leitsatz:

Das Bewerben von Sitzgelegenheiten aus „Textilleder“ führt Verbraucher in die Irre und ist damit wettbewerbswidrig. Zwar tritt der Begriff in letzter Zeit häufiger auf, doch versteht der verständige Verbraucher darunter Möbel, die zum Teil aus Leder und Textil gefertigt sind. Tatsächlich jedoch handelt es sich um Kunstleder.

Oberlandesgericht Hamm

Urteil vom 08.03.2012

Az.: I-4 U 174/11

Tenor:

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 23. September 2011 verkündete Urteil der 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld wird zurückgewiesen.

Die Antragsgegnerin trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Entscheidungsgründe:

I.

Der Antragsteller ist ein Verein, in dem sich Unternehmen der ledererzeugenden Industrie zusammengeschlossen haben. Zu seinen satzungsgemäßen Aufgaben gehört auch die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder. Zu den Mitgliedern

des Antragstellers zählen 14 Lederhersteller, die ihre Waren im gesamten Bundesgebiet anbieten und vertreiben.

Die Antragsgegnerin bewarb jedenfalls am 8. August 2011 im Internet auf ihrer Seite "Internetadresse" verschiedene Polstermöbel mit der Bezeichnung "Textilleder" (Anlage Ast. 9).

Der Antragsteller hat behauptet, sein für die Abmahnung von Wettbewerbsverstößen maßgeblicher Geschäftsführer S T sei am 8. August 2011 erstmals auf die Internetwerbung mit der Bezeichnung "Textilleder" aufmerksam geworden. Die in der Kanzlei seines Prozessbevollmächtigten angestellte Frau N habe bei einem Telefongespräch mit der Antragsgegnerin am 4. August 2011 in Erfahrung gebracht, dass es sich bei dem Textilleder der "stilvollen Sitzecke" um PVC-Material mit glatter Oberfläche handle. Nach seiner Einschätzung verstehe ein nicht unbedeutender Teil der angesprochenen Verbraucher die Bezeichnung "Textilleder" so, dass die Möbelstücke ganz oder teilweise aus Leder hergestellt seien. In der deutschen Sprache seien zusammengesetzte Wörter wie Textilleder regelmäßig so zu verstehen, dass der zweite Bestandteil wie hier "Leder" den Gegenstand bezeichne und der erste Bestandteil wie hier "Textil" eine besondere Eigenschaft oder die Materialbeschaffenheit. Das führe zu dem falschen Verbraucherverständnis, dass die mit "Textilleder" bezeichneten Möbelstücke zumindest teilweise aus Leder beständen oder aber aus einem Leder, das so fein verarbeitet sei, dass es wie Textil aussehe. Die durch die Verwendung der Bezeichnung "Textilleder" erzeugte Fehlvorstellung sei auch geeignet, die Kaufentscheidung der Verbraucher zu beeinflussen, weil durch sie Verbraucher angelockt würden, sich mit dem beworbenen Möbelangebot näher zu befassen. Für nur lederähnliche Materialien, die nicht aus tierischer Haut oder Tierfell hergestellt worden seien, seien nach der RAL 060A2 Wortverbindungen mit dem Bestandteil "Leder" unzulässig. Insoweit seien nur die handelsüblichen Bezeichnungen

Lederfaserstoff oder Kunstleder erlaubt. Da inzwischen auf europäischer Grundlage die DIN EN15987:2011 in Kraft getreten sei, in der auch die Bezeichnung "Textilleder" nicht vorgesehen sei, handele es sich dabei auch nach europäischem Standard um keine zulässige Bezeichnung.

Der Antragsteller hat mit dem am 2. September 2011 bei Gericht eingegangenen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung begehrt, der Antragsgegnerin unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr in der Werbung für Möbelstücke, deren Bezugstoffe nicht oder nicht überwiegend aus Leder bestehen, die Bezeichnung "Textilleder" zu verwenden, insbesondere wenn dies im Internet wie aus den nachfolgend beispielhaft einkopierten Screenshots (vgl. Anlage AST 9) ersichtlich geschieht.

Die Antragsgegnerin hat sich gegen den Erlass der einstweiligen Verfügung verteidigt. Sie hat gemeint, es fehle bereits an der Dringlichkeit als Voraussetzung für eine Eilregelung. Die Antragsgegnerin werbe ebenso wie zahlreiche Mitbewerber im Möbelhandel seit langem mit der Bezeichnung "Textilleder". Selbst wenn der Antragsteller die konkrete Werbung der Antragsgegnerin erst kürzlich zur Kenntnis genommen habe, habe ihm als Fachverband nicht entgehen können, dass die Möbelbranche seit Jahren mit der Bezeichnung "Textilleder" werbe. Da er bislang dagegen nicht eingeschritten sei, könne die Angelegenheit jetzt auch nicht mehr dringlich sein. Der Antrag sei auch in der Sache nicht begründet, da "Textilleder" in Handel und Industrie bekannt sei. Auch die durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher, die am Erwerb von Polstermöbeln interessiert seien, wüssten, dass damit keine Produkte aus Leder oder mit Lederanteil gemeint seien. Das sei die Folge davon, dass ihnen der Begriff des "Textilleders" allenthalben in den Prospekten und Anzeigen der Möbelhäuser oder im Internet begegne. Es ginge nach ihrer Vorstellung bei Produkten aus "Textilleder" vielmehr um Produkte, die aus Textil gefertigt seien, aber

eine Beschaffenheit hätten, die Lederprodukten weitgehend ähnele. Die Produkte aus "Textilleder" seien tatsächlich auch kaum von Produkten aus echtem Leder zu unterscheiden. Die Polstermöbel seien genauso weich und griffig wie Lederprodukte, hätten deren kühlende Eigenschaft und seien dabei noch besser zu pflegen als Produkte aus echtem Leder.

Das Landgericht hat die einstweilige Verfügung antragsgemäß erlassen. Die Dringlichkeit sei hier zu vermuten und die Dringlichkeitsvermutung auch nicht widerlegt. Der beim Antragsteller für die Verfolgung von Wettbewerbsverstößen zuständige Geschäftsführer T sei nach seiner eidesstattlichen Versicherung am 8. August 2011 auf die beanstandete Internetwerbung der Antragstellerin aufmerksam geworden. Am 2. September 2011 sei der Verfügungsantrag des Antragstellers daher zeitnah genug eingegangen. Selbst wenn man dem Antragsteller die Kenntnis der Frau N, die bereits am 4. August 2011 mit der Antragsgegnerin wegen der Beschaffenheit des "Textilleders" telefoniert habe, zurechne, sei die Antragstellung noch zeitgerecht erfolgt. Die Tatsache, dass die Antragsgegnerin den Begriff "Textilleder" schon seit längerem in der Werbung verwende, brauche dem Antragsteller, den keine Marktbeobachtungspflicht getroffen habe, nicht bekannt geworden zu sein. Selbst wenn dem Antragsteller nicht entgangen sein könnte, dass im Möbelhandel schon seit längerem der Begriff "Textilleder" benutzt werde, stehe das der Dringlichkeit des Vorgehens gegen die Antragsgegnerin nicht entgegen. Der Antragsteller sei auch klagebefugt und aktivlegitimiert nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG. Ihm gehöre eine repräsentative Anzahl von Unternehmen an, die auf demselben Gebiet tätig seien wie die Antragsgegnerin. Sie seien Zulieferer der Möbelindustrie und deshalb auf einer anderen Wirtschaftsstufe Wettbewerber der Antragsgegnerin. Geschäftliche Handlungen beider Seiten könnten den Absatz der jeweils anderen Seite beeinträchtigen. Textilleder als Kunstleder sei mit echtem Leder austauschbar. Gerade durch die Verwendung der Bezeichnung "Textilleder" könnte es dazu

kommen, dass vermehrt Polstermöbel aus Kunstleder statt solcher aus echtem Leder hergestellt und verkauft würden, und zwar zu Lasten der Mitglieder des Antragstellers. Die Verwendung der Bezeichnung "Textilleder" für Kunstleder im Bereich der Polstermöbel sei auch irreführend im Sinne der §§ 8, 5 UWG. Abzustellen sei auf die Vorstellung des durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers, der sich situationsbedingt aufmerksam für Polstermöbel interessiere. Zu diesem Adressatenkreis gehörten auch die Mitglieder der Kammer. Nach deren Kenntnis habe sich der Begriff "Textilleder" noch nicht so eingebürgert, dass er allgemein bekannt sei und als Synonym für Kunstleder verstanden werde. Bis vor wenigen Jahren sei ausschließlich der Begriff Kunstleder für entsprechende Materialien verwandt worden. Seitdem tauche zunehmend auch der Begriff "Textilleder" auf, der vermutlich von der Modebranche kreiert worden sei, weil er sympathischer wirke als der Begriff Kunstleder. Der Begriff "Textilleder" habe sich im Handel aber noch nicht so durchgesetzt, dass er vielen Verbrauchern noch völlig unbekannt sei und von anderen Verbrauchern noch falsch verstanden werde. Das gelte umso mehr, als Polstermöbel auch nicht laufend, sondern nur in größeren Abständen gekauft würden. Der Durchschnittsverbraucher hätte deshalb auch keinen Anlass, sich laufend mit der entsprechenden Werbung der Möbelbranche zu beschäftigen. Es reiche insoweit auch nicht aus, dass bei den Produkten aus Textilleder das Zeichen für "Echtleder" ersichtlich nicht benutzt werde. Es sei schon fraglich, ob das Fehlen dieses Zeichens vom Verbraucher überhaupt bemerkt werde. Die Möbelinteressenten, die über kein Vorwissen verfügten, könnten die Bedeutung des Begriffes "Textilleder" nur zu raten versuchen und es bestehe die Gefahr, dass bei einem erheblichen Teil eine falsche Vorstellung erzeugt werde. Denn bei zusammengesetzten Begriffen der deutschen Sprache sei grundsätzlich der zweite Bestandteil das Grundwort und der erste Bestandteil ein Zusatz, der das Grundwort näher bestimme. Danach wäre dann Textilleder ein Leder, das aus Textil wäre oder das die

Eigenschaft einer Textilie aufwiese. Bei dieser Erklärung ergebe sich kein vernünftiger Wortsinn. Der Verbraucher könne daher annehmen, dass "Textilleder" eine Kombination von Textil und Leder darstelle, jedenfalls ein Material, in dem Leder irgendwie enthalten sei. Gerade im Bereich der Internetwerbung entstehe der Eindruck, Textilleder sei jedenfalls etwas anderes als Kunstleder. Damit werde bei einem nicht unerheblichen Teil der Verbraucher eine Fehlvorstellung erweckt, die auch in der Lage sei, die Entscheidungsfähigkeit des Verbrauchers spürbar zu beeinträchtigen.

Die Antragsgegnerin greift das Urteil mit der Berufung an. Sie meint, dass das Landgericht zu Unrecht die Eilbedürftigkeit bejaht habe. Gerade wenn die Verwendung des Begriffs "Textilleder" seit langem Gang und Gäbe wäre, wovon auch das Landgericht ausgegangen sei, könne der Antragsteller die jahrelang geduldete Praxis jetzt nicht mit einem Eilverfahren gegen sie, die Antragsgegnerin, aufgreifen. Das gelte insbesondere deswegen, weil dem Antragsteller die Kenntnis seiner Mitglieder zuzurechnen sei und ihm schon deshalb die jahrelang erfolgte Verwendung des Begriffs "Textilleder" nicht entgangen sein könnte. Gerade wenn ein Verband, dessen Mitglieder Hersteller von Möbelleder seien, die von der vermehrten Verwendung von Kunstleder unmittelbar betroffen sein könnten, die Verwendung des Begriffes "Textilleder" in der Branche der Polstermöbelanbieter jahrelang beobachte, ohne dagegen einzuschreiten, sei auch ein Vorgehen gegen einen einzelnen Anbieter wie die Antragsgegnerin nicht mehr dringlich.

Nach den vom Landgericht angenommenen Grundsätzen zum Verständnis eines zusammengesetzten Begriffs sei "Textilleder" mit "Leder aus Textil" zu übersetzen. Denn Leder sei für den Durchschnittsverbraucher der Gegenstand und Textil der Stoff, aus dem dieser Gegenstand gemacht werde. Der Zusatz "Textil" werde in diesem Zusammenhang als denaturierender Zusatz aufgefasst, der deutlich mache, dass es hier um "Leder" gehe,

das aus Textil und nicht aus tierischer Haut gefertigt werde. Diese Sichtweise dränge sich auch gerade deshalb auf, weil Leder ein Naturprodukt sei. Der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, der am Erwerb von Polstermöbeln interessiert sei, schaue sich um, surfe im Internet und betrachte entsprechende Prospekte. Dabei könne ihm der Begriff des "Textilleders" nicht entgehen. Außerdem nehme er im Rahmen des Gesamteindrucks der Werbung auch die Produktdarstellung wahr, aus der sich für ihn eindeutig ergebe, dass hier ein Kunstlederprodukt beworben werde.

Die Antragsgegnerin beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und die einstweilige Verfügung unter Zurückweisung des auf ihren Erlass gerichteten Antrags aufzuheben.

Der Antragsteller beantragt,

die Berufung mit der Maßgabe zurückzuweisen, dass im Urteilstenor das Wort "insbesondere" entfällt und das Wort "überwiegend" durch das Wort "teilweise" ersetzt wird.

Der Antragsteller verteidigt das angefochtene Urteil. Er meint weiterhin, dass die zu seinen Gunsten wirkende Dringlichkeitsvermutung nicht widerlegt sei. Er habe nicht zu erkennen gegeben, dass ihm die Rechtsverfolgung nicht eilig sei. Es komme nicht darauf an, seit wann die Möbelbranche den Begriff "Textilleder" gebrauche, sondern ausschließlich darauf, seit wann die Antragsgegnerin diesen Begriff in ihrer Werbung benutze. Das habe die Antragsgegnerin aber nicht dargelegt. Ihm selbst habe dies nicht bekannt sein müssen, weil ihn insoweit keine Marktbeobachtungspflicht treffe. Es sei auf die Kenntnisnahme seines zuständigen Geschäftsführers S T abzustellen, die weniger als einen Monat vor Antragstellung erfolgt sei. Selbst wenn man eine frühere Kenntnis von seinen Mitgliedern unterstellen würde, wäre ihm diese Kenntnis Dritter nicht zuzurechnen. Denn für die

Wissenszurechnung sei nur das Wissen der Personen maßgeblich, die im Verband für die Ermittlung und Geltendmachung von Wettbewerbsverstößen zuständig seien. Es liege auch kein Fall vor, in dem er als Verband ohne eigenes Interesse nur auf die Veranlassung eines Dritten tätig geworden sei, der in Kenntnis des Verstoßes bereits zu lange Zeit zugewartet hätte. Er sei vielmehr von Rechtsanwalt X auf die Werbung der Antragsgegnerin hingewiesen worden, nachdem Frau N aus dessen Kanzlei am 4. August 2011 die Zusammensetzung des mit "Textilleder" beworbenen Produkts telefonisch in Erfahrung gebracht habe. Danach sei der Antragsteller zur Wahrnehmung seiner satzungsgemäßen Aufgaben aus eigenem Antrieb gegen die Antragsgegnerin vorgegangen. Bei zahlreichen Verstößen sei es seine Sache, ob, wann und gegen wen er auf welchem Wege vorgehe. Er habe Unterlassungsansprüche wegen der Werbung mit "Textilleder" aber auch gegen andere Mitbewerber wie Q und C3 HandelsGmbH schon im Juli 2011 und noch im Oktober 2011 durchgesetzt. Am 10. Oktober 2011 habe er weitere Anbieter von Möbeln wie die P GmbH & Co. KG und die O.de GmbH abgemahnt.

Die Verwendung des Begriffs "Textilleder" in der Werbung für Möbel aus Kunstleder sei auch irreführend. Der Zusatz "Textil" in dem zusammengesetzten Begriff sei nicht denaturierender Natur und bewirke nicht, dass dem Verbraucher klar werde, dass es sich bei "Textilleder" um einen Stoff handle, bei dem jeder Lederanteil fehle. Gerade durch die Anlehnung an das Naturprodukt Leder nehme ein nicht unbedeutender Teil der angesprochenen Verbraucher an, es gehe um ein Produkt aus Leder und Textil, Leder in Textilloptik oder jedenfalls mit Leder als Ausgangsstoff. Anders als bei dem Begriff "Kunstleder" werde bei "Textilleder" nicht deutlich, dass es sich um ein Kunstprodukt handeln müsse. Textilien könnten sowohl aus Naturfasern als auch aus Kunstfasern hergestellt werden. Es komme hinzu, dass es Internetseiten gebe, auf denen "Textilleder" als für die Textilindustrie gegerbtes Leder bezeichnet werde (Anlage AST 24). Die beworbenen Möbelstücke sähen auch entgegen der Einschätzung der Antragsgegnerin so

aus, als ob sie aus Leder hergestellt wären. Deshalb müsse zur Aufklärung der Verbraucher eindeutig klargestellt werden, dass kein Leder verwandt worden sei. Andernfalls werde der interessierte Verbraucher durch die zur Täuschung geeignete Werbung jedenfalls angelockt, sich mit dem Produkt näher zu befassen, was für eine Irreführung ausreiche. Die Tatsache, dass sich "Textilleder" nicht als Synonym für Kunstleder durchgesetzt habe, mache auch die Tatsache deutlich, dass der Duden den Begriff nicht aufführe. Es handele sich um eine neue Wortschöpfung, die gerade deshalb statt des Begriffes "Kunstleder" verwandt werde, weil sie nicht auf ein künstliches Produkt schließen lasse.

In einer Replik weist die Antragsgegnerin auf Internetauszüge hin, aus denen sich ergebe, dass bereits in den Jahren 2007 und 2009 der Begriff "Textilleder" sogar schon von Verbrauchern benutzt wurde. Der Antragsteller sei aber erstmals im Jahre 2011 gegen die Verwendung des Begriffs vorgegangen. Wenn auch der Duden über "Textilleder" nichts sage, sei bei Wikipedia in dem Artikel "Kunstleder" die Rede davon, dass bei vielen Produkten wie beispielsweise Polstermöbeln vermehrt der Begriff "Textilleder" verwendet werde.

II.

Die Berufung ist unbegründet, weil dem Antragsteller der geltend gemachte Anspruch auf Unterlassung gemäß dem im Senatstermin gestellten Antrag zusteht.

1) Der Antrag ist hier jedenfalls nach der Klarstellung des Antrages bestimmt genug im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Er hat ausschließlich die Verwendung der Bezeichnung "Textilleder" für Möbelstücke zum Gegenstand, deren Bezugstoffe kein Leder enthalten. Da es auf den Gesamteindruck der Werbung ankommt, ist in das dem Antrag folgende Verbot richtigerweise auch schon die konkrete Verletzungshandlung einbezogen worden.

2) Der Verfügungsgrund ist zu bejahen. Angesichts der zu Gunsten des Antragstellers bestehenden Dringlichkeitsvermutung erscheint die Angelegenheit als eilig, wenn der Antragsteller erst kurze Zeit vor der Antragstellung Kenntnis von dem speziellen Wettbewerbsverstoß erhalten hat und sich zuvor der Kenntnisnahme auch nicht bewusst verschlossen hatte.

a) Die insoweit darlegungspflichtige Antragsgegnerin hat nicht vorgetragen, seit wann genau sich solche oder ähnliche Angebote von Polstermöbeln mit der Bezeichnung "Textilleder" von ihr selbst im Internet befinden. Der Antragsteller hat bereits mit der Antragschrift vorgetragen, dass er erst am 8. August 2011 Kenntnis von dem beanstandeten Internetauftritt und damit von den Tatsachen, die den Wettbewerbsverstoß begründen, erlangt hat. Er hat sich insoweit auf die eidesstattliche Versicherung seines Geschäftsführers S T vom 1. September 2011 (Anlage AST 3) berufen. Maßgeblich dürfte insoweit tatsächlich auch die Kenntnis des beim Antragsteller für die Verfolgung von solchen Verstößen zuständigen Geschäftsführers T sein. Die Information hat der Geschäftsführer T von Rechtsanwalt X erhalten, der den Antragsteller bereits in einem früheren Verfahren gegen einen Mitbewerber (Poco) vertreten hatte. Dieser hatte nach einem Testanruf seiner Angestellten N am 4. August 2011 in Erfahrung gebracht, dass es sich bei dem "Textilleder" der Antragsgegnerin um Kunstleder handelte, nämlich ein PVC-Material, das sich wie Leder anfühlte und eine glatte Oberfläche aufwies. Erst aufgrund dieser Tatsache ergab sich der vorliegende Wettbewerbsverstoß. Selbst wenn man wie im Rahmen der Zurechnung eines Testkaufs das frühere Datum zugrunde legen würde, wäre die sogenannte Monatsfrist angesichts des Eingangs der Antragschrift bei Gericht am 2. September 2011 eingehalten. Jedenfalls kann ein Überschreiten der sogenannten Monatsfrist nicht festgestellt werden. Auf die Kenntnis der Mitglieder des Antragstellers, die die Antragsgegnerin zudem auch nur vermutet und zu der auch keine Zeitpunkte genannt werden, kann es dagegen nicht entscheidend

ankommen.

b) Auch wenn man unterstellt, dass die Antragsgegnerin selbst bereits seit längerer Zeit ähnlich geworben haben mag, folgt daraus nicht, dass der Antragsteller schon früher Kenntnis von einer solchen Werbung erlangt haben muss. Nichts -gerade auch nicht die Lebenserfahrung- spricht zwingend dafür, dass der Antragsteller die Werbung und den Internetauftritt der Antragsgegnerin ständig im Auge gehabt haben muss. Das hat der Senat auch in früheren Verfahren so gesehen. Die Unkenntnis ist dem Antragsteller auch nicht als Pflichtverletzung oder grobe Fahrlässigkeit vorzuwerfen, da ihm insoweit keine Marktbeobachtungspflicht oblag.

c) Auch aus anderen Gründen ergibt sich hier keine grob fahrlässige Unkenntnis. Sie liegt vor, wenn sich der Antragsteller bewusst der Kenntnis verschließt oder ihm nach Lage der Dinge der Wettbewerbsverstoß nicht verborgen geblieben sein kann (Köhler/Bornkamm, UWG 30. Aufl. § 12 Rn 3.15). Dafür genügt es sicher nicht, dass dem Antragsteller bekannt sein konnte, vielleicht sogar musste, dass im Bereich der Polstermöbelanbieter schon seit Jahren Produkte unter der Bezeichnung "Textilleder" angeboten wurden. Allein die Verwendung dieser Bezeichnung ließ noch nicht zwingend auf einen Wettbewerbsverstoß schließen. Es musste erst einmal bekannt sein, dass unter dieser Bezeichnung von dem jeweiligen gewerblichen Unternehmer auch tatsächlich Kunstleder angeboten wurde. Auch wenn der Antragsteller Interessenvertreter war, war er auch nicht gehalten, von sich aus ohne Hinweise und Prüfungen gegen jede denkbare irreführende Verwendung einer solchen Bezeichnung gleich von welchem Händler vorzugehen. In Bezug auf die Antragsgegnerin ist dem Antragsteller auch erst durch den Testanruf der Frau N eindeutig klar geworden, dass es sich bei den Bezügen der hier beanstandeten Produkte tatsächlich um Kunstleder handelte. Der Antragsteller hat bislang unwidersprochen vorgetragen, dass der Begriff "Textilleder" auch für Produkte gebraucht wird, die in

irgendeiner Form Leder enthalten, nämlich für die Textilindustrie gegerbtes Leder. Außerdem könnte die Unkenntnis von den entsprechenden Marktgepflogenheiten allenfalls eine fahrlässige Unkenntnis darstellen. Eine bloß fahrlässige Unkenntnis von dem Wettbewerbsverstoß reicht aber nicht aus, um die Vermutung des Verfügungsgrundes zu widerlegen.

3) Dem Antragsteller steht auch ein Verfügungsanspruch in Form eines Unterlassungsanspruchs nach §§ 8 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 3, 3, 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG zu. Die Antragsgegnerin hat mit der beanstandeten Werbung relevante irreführende Angaben über die Beschaffenheit ihrer Produkte gemacht und damit eine unlautere geschäftliche Handlung im Sinne der §§ 3, 5 UWG begangen. Bei der Beschreibung der im Internet angebotenen Polstermöbel mit "Textilleder" handelt es sich um eine mehrdeutige und missverständliche Werbung, die unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über die Ausführung oder Zusammensetzung der Ware enthält. Es reicht insoweit schon die Gefahr der Irreführung.

a) Die sich aus § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG ergebende Antragsbefugnis des Antragstellers ist gegeben, weil er in angemessener Zahl (insgesamt 14) und repräsentativer Form (als Fachverband) auch die wettbewerbsmäßigen Interessen der Lederhersteller im gesamten Bundesgebiet vertritt. Diese stellen auf einer anderen Wirtschaftsstufe austauschbare Waren mit den von der Antragsgegnerin beworbenen Polstermöbeln aus "Textilleder" her und vertreiben sie im selben Raum. Durch Verstöße der hier vorliegenden Art können die Interessen der Mitglieder des Antragstellers auch und gerade in besonderer Weise betroffen werden, weil Verbraucher, die als Folge einer Fehlvorstellung Produkte aus "Textilleder" kaufen oder sich zumindest mit diesen näher beschäftigen, von dem Kauf von Produkten aus echtem Leder abgehalten werden können. Das hat dann zur Folge, dass die Mitglieder des Antragstellers weniger von dem von ihnen hergestellten Möbelleder vertreiben können, weil

insgesamt weniger damit bezogene Polstermöbel verkauft werden. Das hat das Landgericht zutreffend so gesehen und dieser Punkt wird in der Berufungsbegründung auch nicht mehr gesondert aufgegriffen.

b) Die beanstandete Werbung für den Verkauf der Polstermöbel, die eine geschäftliche Handlung darstellt, wird von den angesprochenen Verbrauchern falsch verstanden, weil diese angesichts der verwendeten Bezeichnung "Textilleder" zu Unrecht davon ausgehen, dass es sich um Produkte handelt, die ganz oder zum Teil aus Leder bestehen.

aa) Die von der Werbung der Antragsgegnerin angesprochenen Verkehrskreise sind die normalen Verbraucher, die sich für neue Polstermöbel interessieren. Es kommt somit darauf an, welche Vorstellung sich die normal informierten, situationsbedingt aufmerksamen und angemessen verständigen Kaufinteressenten, von den beanstandeten Angeboten der Antragsgegnerin machen. Es gelten insofern keine besonderen Beurteilungskriterien, nur weil es sich um eine Werbung im Internet gehandelt hat (BGH WRP 2005, 480 –Epson-Tinte). Die Vorstellung dieser angesprochenen Verkehrskreise können die Mitglieder des Senats als potentielle Kaufinteressenten und aufgrund ihrer Lebenserfahrung ebenso selbst beurteilen wie die Kammer des Landgerichts in ihrer Besetzung mit den Handelsrichtern.

bb) Jedenfalls ein nicht unerheblicher Teil der maßgeblichen angesprochenen Verkehrskreise nimmt an, dass es sich bei der Beschreibung der Polstermöbel mit der Verwendung der Bezeichnung "Textilleder" um ein Produkt handelt, das ganz oder jedenfalls teilweise aus Leder besteht oder bei dem jedenfalls Leder der Ausgangsstoff ist. Beim Verständnis der Werbeaussage ist zunächst einmal der Wortsinn maßgebend, wie er dem allgemeinen Sprachgebrauch entspricht (vgl. BGH GRUR 2003, 247 –Thermalbad). Der zweigliedrige Begriff "Textilleder" wird im allgemeinen Sprachgebrauch so verstanden, dass das Grundwort "Leder" durch den Zusatz

ergänzt und dabei näher beschrieben wird. Dem entsprechenden Grundstoff "Leder" wird "Textil" zugesetzt oder das Leder wirkt wie "Textil". Der Verkehr geht nach dem Wortverständnis gerade nicht davon aus, dass der Bezug keinerlei Leder enthält. Er sieht darin kein "Leder aus Textil", weil es so etwas nach seiner Vorkenntnis nicht geben kann. Textil kann nicht die Eigenschaften des Naturstoffs "Leder" aufweisen. Insoweit unterscheidet sich der Begriff "Textilleder" auch von dem Begriff "Betonklinker" (vgl. BGH GRUR 1982, 563, 564). Mit dem Landgericht ist auch davon auszugehen, dass sich die Bezeichnung "Textilleder" jedenfalls bislang noch nicht so sehr als Synonym von Kunstleder durchgesetzt hat, dass ein erheblicher Teil der Verbraucher trotz dieser Wortbedeutung nicht mehr irregeführt werden kann. Im Duden taucht der Begriff "Textilleder" nicht auf, nur bei Wikipedia im Internet wird erwähnt, dass dieser Begriff "vermehrt" anstelle von Kunstleder gebraucht werde. Selbst wenn der Begriff von der Polstermöbelbranche seit 2006 tatsächlich mehr und mehr verwandt worden ist, heißt das aber lange noch nicht, dass den angesprochenen Verbrauchern damit auch im nötigen Umfang klar war und ist, was er bedeutet. Zunächst scheint er etwas anderes zu beschreiben als Kunstleder. Die Verbraucher, die ihn im Internet schon frühzeitig gebrauchten, sprachen deshalb auch von "Leder" (Bl.110, 111), nicht von Kunstleder. Gerade Leder ist auch ein Naturprodukt, das bestimmte Qualitätsvorstellungen bei den Verbrauchern erweckt. Der Begriff "Kunstleder" weist ganz ausdrücklich darauf hin, dass es um etwas Künstliches geht, das aus Preisgründen oder der praktischen Pflege wegen ersatzweise wie Leder wirken oder aussehen soll. Dem Kunstleder steht das Kunstprodukt auf der Stirn. Dieses leicht abwertende Verständnis vermeidet gerade der Begriff "Textilleder". Die in Bezug genommenen Textilien können sowohl aus Naturprodukten als auch aus Kunststoffen bestehen. Es bleibt offener, ob es sich um etwas Künstliches handelt. Gerade deshalb wird nicht allgemein deutlich, dass es sich auch dabei um Kunstleder handelt. Auch vom optischen Eindruck der entsprechenden Angebote ist das Textilleder vom

echten Leder kaum zu unterscheiden, was auch gerade so gewollt ist. Die mit dem Naturstoff Leder verbundene Qualitätsvorstellung wird in gewisser Weise auf das Textilleder transportiert. Wird "Leder" in der Kombination mit "Textil" zur Beschreibung der Polstermöbel verwendet, mit dem der angesprochene Verbraucher ohnehin das Material Leder gedanklich in Verbindung bringen kann, liegt es für ihn nahe, dass in dem Bezug der Möbel jedenfalls Leder enthalten ist. Der Verbraucher mit einer solchen Vorstellung nimmt jedenfalls ohne ausdrücklichen Hinweis nicht an, dass es sich bei dem "Textilleder" nur um eine andere Art von Kunstleder handelt. Daran ändert es auch nichts, dass hier verhältnismäßig preisgünstige Polstermöbel angeboten werden. Auch so günstige Möbelstücke können unter Verwendung von Leder hergestellt sein, insbesondere wenn dieses nur als Ausgangsstoff verwendet wird. Es kommt hinzu, dass es sich hier um ein Sonderangebot im Internet handelt. Die Verbrauchervorstellung wird auch nicht in entscheidender Weise dadurch beeinflusst, dass es üblich sein mag, dass im Möbelhandel im Allgemeinen deutlicher und unmissverständlich darauf hingewiesen wird, wenn Möbel aus echtem Leder angeboten werden. Der angesprochene Verbraucher beurteilt eine bestimmte Werbeaussage in einem Prospekt nämlich nicht nach den Usancen der Branche, sondern nach seinem Wissensstand (vgl. Senatsurteil vom 9. Dezember 2004 –4 U 117 / 04 –Alabasterglas-Anlage AST 16). In diesem Fall ging es um eine Werbung der Antragsgegnerin, in der Lampen, die keinen Anteil aus Alabaster enthielten, sondern nur so aussahen, als ob sie es täten, mit Alabasterglas bezeichnet wurden. Diese Werbung hielt Senat für wettbewerbswidrig. Der Bundesgerichtshof hat damals die Nichtzulassungsbeschwerde der Antragsgegnerin zurückgewiesen. Ebenfalls irreführend erschien dem Senat in der Sache 4 U 203 / 10 (Anlage AST 17) die Werbung mit "Buche dekor", wenn das Möbelstück überhaupt kein Buchenholz enthielt. Entsprechend gilt zusammenfassend, dass Polstermöbel aus Textilleder nach der Verbrauchervorstellung auch in irgendeiner Form "Leder" enthalten müssen. Unschädlich ist letztlich auch, dass es durchaus skeptische oder

anderweitig aufgeklärte Verbraucher geben mag, die bei so bezeichneten Möbelstücken wissen oder vermuten, dass es sich um Kunstleder handeln muss. Bei mehrdeutigen oder missverständlichen Angaben muss die Angabe in jeder Beziehung zutreffend sein, um eine Irreführung verneinen zu können. Der Werbende muss jede der verschiedenen Bedeutungen gegen sich gelten lassen (Köhler/ Bornkamm, UWG, 30. Auflage, § 5 Rdn. 2.111).

d) Die durch die Werbung erweckte Verbrauchervorstellung entspricht nicht der Wirklichkeit. Die Polstermöbel sind tatsächlich aus Kunstleder, wie sich jedenfalls in Bezug auf die angebotene "stilvolle Sitzecke" bei dem Testanruf der Angestellten N des Anwaltsbüros der Prozessbevollmächtigten des Antragstellers ergeben hat. Die Fehlvorstellung ist zugleich auch relevant, weil sie die Kaufentscheidung wegen nicht zutreffender Qualitätsvorstellungen beeinflussen kann, insbesondere auch bei solchen Verbrauchern, die grundsätzlich keine Produkte kaufen würden, von denen sie sicher wissen, dass es Kunstprodukte sind.

4) Es kommt deshalb auch nicht mehr darauf an, ob der Antragsteller seinen Anspruch auch auf § 4 Nr. 11 UWG stützen will und es überhaupt einen Gesetzesverstoß darstellen könnte, dass gegen RAL-Vereinbarungen verstoßen worden sein soll, die wie Din-Normen keine gesetzlichen Vorschriften im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG sind.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, 711, 713 ZPO.

Vorinstanz: Landgericht Bielefeld, 17 O 119/11