



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 33/06

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. August 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 56 292.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 8. August 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 20. September 2005 die Wortmarke

Hosen runter

für folgende Waren und Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

„Wasch- und Bleichmittel, Putz-, Polier- Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten); Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdgeschirre und Sattlerwaren; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Dienstleistungen des Einzelhandels“.

Die Markenstelle für Klasse 25 hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 24. Januar 2006 wegen mangelnder Unterscheidungskraft der angemeldeten Wortfolge gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass sich die angemeldete Marke in einer bloßen werbeüblichen anpreisenden

Sachaussage ohne phantasievolle Eigenart erschöpfe. Der allgemein gebräuchliche und verständliche Ausdruck „Hosen runter“ werde in der Werbung häufig verwendet, um auf einen offenen, fairen Umgang mit Kunden, etwa durch günstige Preise, hinzuweisen. Dies stehe der Annahme entgegen, dass die angemeldete Wortfolge als Hinweis auf die Herkunft der betroffenen Waren aus einem bestimmten Unternehmen angesehen werden könnte. Die Frage eines möglichen Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG könne bei dieser Sachlage dahinstehen.

Gegen diese Entscheidung hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt, mit der sie begehrt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Sie ist der Ansicht, es bleibe nach dem Beschluss der Markenstelle unverständlich, inwieweit die betroffenen Waren durch die Redewendung „Hosen runter“ angepriesen werden sollten. Dass diese Redewendung von zahlreichen Unternehmen benutzt werde, habe die Markenstelle nicht belegt.

In der auf Antrag der Anmelderin anberaumten mündlichen Verhandlung hat der Senat die dem Protokoll beigefügten Unterlagen betreffend die Verwendung der Wortfolge „Hosen runter“ in der Werbung und im allgemeinen Sprachgebrauch zum Gegenstand der Verhandlung gemacht und ausführlich mit der Vertreterin der Anmelderin erörtert.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil es ihr im Hinblick auf die begehrten Waren und

Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1, § 37 Abs. 1 MarkenG).

Was die nach der höchstrichterlichen ständigen Rechtsprechung anzulegenden Kriterien angeht, um die Unterscheidungskraft als die einer Marke innewohnende konkrete Eignung zu beurteilen, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, nimmt der Senat auf die ausführlichen und zutreffenden Ausführungen in dem angefochtenen Beschluss Bezug. Nach diesen Kriterien ist auch ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft, das eine Eintragung der Wortfolge „Hosen runter“ als Marke für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen rechtfertigen könnte, nicht ersichtlich.

Der Senat schließt sich auch hinsichtlich der sachlichen Feststellungen, die dieser Bewertung zugrunde liegen, den Ausführungen der Markenstelle an. Diese Bewertung wird weiter gestützt durch die in der mündlichen Verhandlung erörterten Unterlagen, aus welchen sich ergibt, dass die von der Anmelderin beanspruchte Wortfolge allgemein üblich ist und für die angesprochenen Verkehrskreise - hier das allgemeine Publikum - ein mit den betreffenden Waren und Dienstleistungen verbundenes Wertversprechen in den Vordergrund rückt. Den potentiellen Kunden der Anmelderin wird vermittelt, dass die Anmelderin ihren Kunden gegenüber in besonderer Weise offen und ehrlich ist, indem sie, etwa durch Produktinformationen, die „Hosen runter“ lässt oder indem sie bei der Preisgestaltung an die unterste mögliche Grenze geht. Angesichts der Eindeutigkeit dieses Bedeutungsgehalts der sprach- und webeüblichen Wortfolge bleibt für weitere Interpretationsmöglichkeiten im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen kein entscheidungserheblicher Spielraum.

Ein in dieser Weise beschreibender Bezug ist zu sämtlichen angemeldeten Waren ebenso wie den hier nicht näher spezifizierten „Dienstleistungen des Einzelhandels“ gegeben, denn bei allen diesen kann durch die angesprochene besondere Offenheit des Anbieters für die potentiellen Kunden ein besonderer Kaufanreiz gegeben sein. Die angesprochenen Verkehrskreise werden dies auch ohne weiteres erkennen, und da der Verkehr weiß, dass viele Anbieter sich mit derartigen Anpreisungen um Kunden bemühen, wird der Gedanke, es könne sich hierbei um einen betrieblichen Herkunftshinweis handeln, nicht aufkommen.

gez.

Unterschriften