



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 161/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 49 530.1

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch

... am

31. Januar 2006

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit den angefochtenen Beschlüssen die Eintragung der Wortmarke

homeshirt

für "Textilwaren, Taschen; Bekleidungsstücke; Onlinevertrieb Verkauf und Versteigerung von Waren über das Internet" gemäß § 36, § 37 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen, da die angemeldete Bezeichnung jeglicher Unterscheidungskraft entbehre. Der aus den allgemein verständlichen Wortelementen "home" und "shirt" zusammengesetzte Begriff sei sprachüblich gebildet und reihe sich in vergleichbare Wortzusammensetzungen wie "homedress" oder "homecomputer" ein. Im Zusammenhang mit Bekleidungsstücken erweise sich diese Bezeichnung als Angabe über die Beschaffenheit, denn es könne sich um Shirts für zu Hause handeln. Im Hinblick auf Textilwaren sei es ein Sachhinweis auf den Verwendungszweck, nämlich zur Herstellung solcher Shirts, und die beanspruchte Dienstleistung könne die Versteigerung von Shirts für zu Hause zum Gegenstand haben.

Dagegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des Beschlusses der Markenstelle begehrt. Zur Begründung verweist sie zunächst auf eingetragene Marken, die den Bestandteil "home" enthalten. Im Hinblick auf die vom Senat übermittelte Unterlagen aus dem Internet bezüglich der Verwendung des Begriffs "Homeshirt" als Bezeichnung für Sporttrikots, die bei

Heimspielen getragen werden, hat sie das Warenverzeichnis in Klasse 25 weiter beschränkt auf "Bekleidungsstücke, ausgenommen Sporthemden und Mannschaftstrikots". Für die noch beantragten Waren und Dienstleistungen sei die angemeldete Marke ein mehrdeutiger Fantasiebegriff, dem die erforderliche Unterscheidungskraft zukomme und der auch nicht einem Freihaltungsbedürfnis unterliege.

Auf die vom Senat weiterhin telefonisch übermittelten Belegstellen aus dem Internet – <http://openpr.de/news/38021.html>; www.ms-sportmarketing.de/D_home-shirt.php3 -, in denen der Begriff "Homeshirt" in laufenden Texten als Gattungsbezeichnung für bestimmte bedruckte T-Shirts benutzt wird, ist die Anmelderin nicht eingegangen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Aktsakte, die eingereichten Schriftsätze und die der Anmelderin übermittelten Unterlagen Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, jedoch nicht begründet.

Wie die Markenstelle zu Recht und mit zutreffender Begründung, auf welche der Senat Bezug nimmt, festgestellt hat, fehlt der angemeldeten Bezeichnung die erforderliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Ergänzend ist festzustellen, dass die Bezeichnung "Homeshirt" u. a. von der Anmelderin selbst in ihrem Internetauftritt in einer Weise benutzt wird, die dem durchschnittlich aufmerksamen Betrachter den Eindruck vermittelt, es handele sich um eine bestimmte Gattung von T-Shirts, nämlich eine, die durch einen frei zu wählenden Ortsnamen auf die Heimatstadt des Bestellers hinweist. Aus dem Kontext ist ersichtlich, dass "Homeshirt" eine Sachangabe darstellen soll, wenn es bei-

spielsweise heißt "Mit vier Klicks hat man sein persönliches Homeshirt bestellt" oder "In der Schweiz sind die Homeshirts seit ca. vier Monaten ein Verkaufsrenner". Dass dieser Begriff in diesem Sinne von der Anmelderin erstmals verwendet worden sein mag, ändert nichts daran, dass durch die Verwendung als Sachausgabe dem Verkehr keinerlei Hinweis gegeben wird, dass dieser Begriff nicht die Art der Shirts kennzeichnen soll, sondern vielmehr als Unterscheidung für die beanspruchten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen gedacht ist. Aber auch diejenigen Teile der angesprochenen Verkehrskreise, nämlich des allgemeinen Publikums, das mit Grundbegriffen der englischen Sprache vertraut ist, die den Internetauftritt der Anmelderin nicht kennen, werden die Bezeichnung "homeshirt" ausschließlich als sachlichen Hinweis auf die so gekennzeichneten Waren ansehen, dahingehend, dass sie in dem von der Markenstelle genannten Sinne eine Zweckbestimmung annehmen. Es ist in der Mode- und Textilbranche nicht ungewöhnlich, dass immer wieder neue Stilrichtungen bzw. Bezeichnungen kreiert werden, mit denen Anbieter die Aufmerksamkeit auf ihre Produkte zu lenken trachten. Dabei ist, wie eine einfache Internet-Recherche ergibt, die Verwendung der englischen Sprache durchaus branchenüblich. Bei den immer wieder neuen Bezeichnungen, mit denen gerade im Mode- und Textilbereich operiert wird, ist der Verkehr daran gewöhnt, dass sich hinter diesen nicht immer eine konkrete Beschreibung von Eigenschaften oder Merkmalen verbirgt. Vielmehr nimmt er sie als eine diffuse Angabe einer Merkmalsgesamtheit hin, die schlagwortartig auf sich aufmerksam machen und die Produkte durch sprachliche Überhöhung von anderen Produkten abheben will. Wegen dieser werbeüblichen Praxis ist es unerheblich, ob es "Shirts für zu Hause" tatsächlich gibt, denn der Verkehr wird es akzeptieren, dass ein Anbieter versucht, auf seine Produkte mit einer bestimmten, Stil, Beschaffenheit und Eigenschaften vage suggerierenden Bezeichnung hinzuweisen – hier auf Shirts, die zu Hause getragen werden sollen -, um Interesse an diesen Produkten zu wecken. Mithin bleibt es dabei, dass die angemeldete Wortfolge in ihrer Gesamtheit eine für sich schutzunfähige Angabe einer möglichen Gestaltung oder Stilrichtung der damit zu kennzeichnenden Produkte darstellt, die dem Verkehr nicht die geringste Veranlassung bietet, in dieser Kenn-

zeichnung einen Hinweis auf das anbietende Unternehmen zu vermuten. Gerade dies wäre aber die Voraussetzung für die Schutzfähigkeit der Bezeichnung als Marke.

gez.

Unterschriften