

## Markenverletzung durch Ziernaht?

**Können die Markenrechte eines Rechteinhabers durch an Jeanshosen angebrachte Anhängern verletzt werden, auf dem eine stilisierte Hose abgebildet ist, deren Gesäßtaschen mit einer Ziernaht in Form einer nach unten zeigenden Doppelschwinge versehen sind? Der Markeninhaber hat diese besondere Gestaltung der Ziernaht als Marke geschützt und machte gegen den Konkurrenten nun Unterlassungsansprüche geltend.**

Ein für ihre Jeanshosen weltbekanntes amerikanisches Modeunternehmen, verlangte von einer Herstellerin von Damenmoden, den Vertrieb von mit bestimmten Anhängern versehenen Jeanshosen zu unterlassen. Auf diesen an den Hosen befestigten sog. Hangtags oder Waist-Tags waren stilisierte Hosen abgebildet, deren Gesäßtaschen mit einer Ziernaht in Form einer nach unten zeigenden Doppelschwinge versehen waren. Diese Ziernaht hatte sich das Modeunternehmen als Marke registrieren lassen und sah sich nun in ihren Markenrechten verletzt. Neben einem Unterlassungsanspruch machte der Jeanshersteller auch Ansprüche auf Schadensersatzfeststellung, Auskunft, Vernichtung sowie die Freistellung von Anwaltsgebühren geltend.

### Entscheidung des Gerichts

Das [Landgericht Hamburg entschied mit Urteil vom 30.06.2015 \(Az. 416 HKO 186/14\)](#), dass der Damenmodenhersteller es zu unterlassen habe, Hosen mit daran angebrachten Anhängern, auf denen eine Hosentasche mit einer nach unten spitz zulaufenden Doppelschwinge abgebildet ist, in der Europäischen Union anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu besitzen oder mit derartigen Anhängern für Hosen zu werben. Den geltend gemachten Ansprüchen auf Schadensersatzfeststellung, Auskunft, Vernichtung und Freistellung von Anwaltsgebühren gab das LG Hamburg ebenfalls in vollem Umfang statt.

Zur Begründung führte das Gericht aus, dass die Verwendung eines Waist-Tags, auf welchem sich eine stilisierte Hose mit der von der Markeninhaberin beanstandeten Ziernaht auf den Gesäßtaschen befindet, eine markenmäßige Benutzung der zu Gunsten der Klägerin eingetragenen Marke darstelle. Zwar diene ein solches Etikett im Regelfall vorwiegend der Beschreibung der Passform der Hose. Im vorliegenden Fall bestehe aber die Besonderheit, dass auf dem Etikett innerhalb der Zeichnung der Gesäßtaschen die Marke in Form einer nach unten zeigenden Doppelschwinge erkennbar sei.

### Fazit

Die Verzierung der Gesäßtasche fungiert aufgrund der eigentümlichen Gestaltung und der intensiven Benutzung der Ziernaht als selbstständiger Herkunftshinweis auf das amerikanische Modeunternehmen. Dann ist auch die Nutzung dieser Ziernaht auf einem Etikett einer Hose bereits eine Markenrechtsverletzung.



**KURZ PFITZER WOLF**  
& PARTNER

**Kurz Pfitzer Wolf & Partner**

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für  
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,  
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht  
<https://www.kpw-law.de>

---