

**ENTSCHEIDUNG
der Fünften Beschwerdekammer
vom 20. Juni 2024**

In dem Beschwerdeverfahren R 1900/2023-5

Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft

Porscheplatz 1
70435 Stuttgart
Deutschland

Anmelderin / Beschwerdeführerin

vertreten durch UNIT4 IP Rechtsanwälte, Jägerstraße 40, 70174 Stuttgart, Deutschland

BESCHWERDE betreffend die Unionsmarkenanmeldung Nr. 18 795 489

erlässt

DIE FÜNFTE BESCHWERDEKAMMER

unter Mitwirkung von V. Melgar (Vorsitzende und Berichterstatterin), Ph. von Kapff (Mitglied) und R. Ocquet (Mitglied)

Geschäftsstellenbeamter: H. Dijkema

die folgende

Entscheidung

Sachverhalt

- 1 Mit Anmeldung vom 18. November 2022 beantragte die Dr. Ing. h.c. F. Porsche Aktiengesellschaft („die Anmelderin“) die Eintragung der Hörmarke

KLANG EINES MOTORGERÄUSCHES

als Unionsmarke für folgende Waren und Dienstleistungen („die verfahrensrelevanten Waren und Dienstleistungen“):

Klasse 9: Herunterladbare Computergrafiken; Herunterladbare Multimediadateien; Virtual-Reality-Modelle; herunterladbare digitale Sammlerstücke [digital collectibles], nämlich Kraftfahrzeuge, Kraftfahrzeugteile, Modellfahrzeuge und Spielzeugautos; herunterladbare digitale Waren, nämlich Kraftfahrzeuge, Kraftfahrzeugteile, Modellfahrzeuge und Spielzeugautos; herunterladbare virtuelle Waren zur Verwendung online und in virtuellen Umgebungen, nämlich Kraftfahrzeuge, Kraftfahrzeugteile, Modellfahrzeuge und Spielzeugautos.

Klasse 12: Fahrzeuge und deren Teile.

Klasse 28: Modellfahrzeuge; Spielzeugautos.

Klasse 41: Online-Bereitstellung von nicht herunterladbaren digitalen Waren, nämlich von Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen, Modellfahrzeugen und Spielzeugautos zu Unterhaltungszwecken; Bereitstellung von nicht herunterladbaren virtuellen Online-Produkten zur Verwendung in virtuellen Umgebungen, nämlich von Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen, Modellfahrzeugen und Spielzeugautos zu Unterhaltungszwecken.

- 2 Die Anmeldung wurde beanstandet. Die Anmelderin erhielt ihren Eintragungsantrag aufrecht. Sie reichte in ihrer Stellungnahme auf den Beanstandungsbescheid am 2. Mai 2023 die folgenden Unterlagen ein:
- Anlage 1: Registerauszug der deutschen Marke Nr. 302 022 118 770, der die Eintragung der angefochtenen Marke beim DPMA belegt.
 - Anlage 2: Registerauszug der deutschen Marke Nr. 18 424 124, der die Eintragung einer weiteren Klangmarke der Anmelderin für *Fahrzeuge* in Klasse 12 belegt.
 - Anlage 3: Artikel aus der Zeitschrift *Geo* vom 17. Februar 2022, <https://www.geo.de/natur/nachhaltigkeit/elektroautos--sound-designer-erschaffen-klange-fuer-die-fahrzeuge-31635364.html>.
- 3 Durch Entscheidung vom 25. August 2023 („die angefochtene Entscheidung“) wies die Prüferin die Anmeldung gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV für alle angemeldeten Waren und Dienstleistungen zurück. Die Prüferin stützte sich insbesondere auf die folgenden Gründe:

- Die verfahrensrelevanten Waren und Dienstleistungen richten sich hauptsächlich an den durchschnittlichen Verbraucher, der angemessen informiert und angemessen aufmerksam und umsichtig ist.
- Die angemeldete Marke ist die Wiedergabe eines Motorgeräuschs eines Fahrzeugs, das vom Stillstand zu einer schnellen Beschleunigung kommt, und ruhiger wird, wenn es die erwünschte Geschwindigkeit erreicht, ohne weitere Erhöhung. Es handelt sich um einen Klang, der, auch wenn er nicht realistisch ist, das Geräusch eines Verbrennungsmotors nachahmt, der beschleunigt, bis er die gewünschte Geschwindigkeit erreicht.
- Der Ton in der bereitgestellten elektronischen Datei ist einfach und kurz und wird nicht als musikalische Komposition wahrgenommen. Zwar ist Komplexität keine Voraussetzung für die Eintragbarkeit einer Marke, jedoch muss diese ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft aufweisen.
- Der Ton erzeugt einen gewissen Reiz, weil man diesen z. B. mit einem Rennwagen in Verbindung bringen könnte, oder mit der Emotion hoher Geschwindigkeiten und steigender Leistung, er ist jedoch nicht geeignet, Kommunikationsinhalte einer Marke zu vermitteln oder auf eine gewisse betriebliche Herkunft hinzuweisen. Das Geräusch des Anmeldezeichens kann auf eine Vielzahl von Fahrzeugen oder dessen Nachbildungen, Modelle oder in Bezug darauf erstellte virtuelle Produkte oder digitale Waren zutreffen, ohne dass sich der maßgebliche Verbraucher die genaue Sequenz der Töne einprägen würde. Es handelt sich um einen Klang, der, auch wenn er nicht realistisch ist, sondern ein elektronisch synthetischer Klang, das Geräusch eines Verbrennungsmotors nachahmt, der beschleunigt, bis er die gewünschte Geschwindigkeit erreicht. Der grundlegende Punkt ist jedoch nicht so sehr die Frage, ob der Verbraucher das Geräusch eines Motors wahrnehmen wird oder nicht, sondern ob dieses Geräusch es dem relevanten Verkehr ermöglichen wird, die Waren und Dienstleistungen der Anmelderin von jenen anderer Anbieter zu unterscheiden.
- Der beantragte Ton ist so grundlegend, dass er, wenn er gehört wird, wenig oder gar keine Auswirkungen auf den Verbraucher haben wird. Soweit dieser Klang von den maßgeblichen Verkehrskreisen überhaupt bemerkt wird, werden sie ihn lediglich mit der Art der Waren, die ein solches Geräusch wiedergeben, in Verbindung bringen, wie z. B. Fahrzeuge, Modellfahrzeuge oder Computerprogramme, -grafiken oder -dateien, die in Verbindung mit Fahrzeugen stehen, wie auch digitale Sammlerstücke.
- Dass der Klang nicht von den Fahrzeugen selbst erzeugt wird, sondern eine künstlich erschaffene Tonfolge ist, mag dem Verbraucher zwar bekannt sein, kann dem Zeichen jedoch keine Unterscheidungskraft verleihen. Da es sich um eine Tonfolge handelt, die der Beschleunigung eines Motors sehr nahekommt, bedarf es keiner langen oder komplizierten Interpretation oder gedanklichen Zwischenschritten.
- Die Gesamtauswirkung des Zeichens bleibt somit die des Klangbildes eines beschleunigenden Motors, der aber ungeeignet ist, Kommunikationsinhalte einer Marke zu übermitteln.

- Ohne besonders durch intensive Nutzung auf dem Markt daran gewöhnt zu sein, werden die maßgeblichen Verkehrskreise sich nicht mit ausreichender Aufmerksamkeit auf den Klang konzentrieren oder sich den Ton gar einprägen.
 - Das Amt ist an nationale Voreintragungen nicht gebunden. Die Eintragungsfähigkeit einer Unionsmarke darf nur auf Grundlage der einschlägigen Unionsregelung beurteilt werden.
- 4 Die Anmelderin erhob am 6. September 2023 Beschwerde, die sie am 21. Dezember 2023 begründete. Sie beantragt, die angefochtene Entscheidung aufzuheben, das angefochtene Zeichen zur Veröffentlichung zuzulassen und die Beschwerdegebühr zurückzuerstatten.

Beschwerdegründe

- 5 Die Argumente der Anmelderin in der Beschwerdebegründung können wie folgt zusammengefasst werden:
- Die angemeldete Tonfolge ist einprägsam und ohne Weiters geeignet, als betrieblicher Herkunftshinweis zu dienen.
 - Die Argumentation der angefochtenen Entscheidung ist widersprüchlich, wenn sie zunächst feststellt, dass für Hörmarken kein Erfordernis einer „erheblichen Abweichung von der Norm“ besteht und dann das Anmeldezeichen als „nicht ungewöhnlich im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren und Dienstleistungen“ bzw. als typischer Ton für diese bezeichnet wird, denn die hier verlangte Ungewöhnlichkeit ist lediglich ein anderer Ausdruck für die Abweichung von einer wie auch immer gearteten Norm.
 - Bei der angemeldeten Tonfolge handelt es sich nicht um Geräusche, die von den angemeldeten Waren oder bei der Erbringung der Dienstleistungen naturgemäß erzeugt werden, sondern um eine eigens als Marke komponierte und künstlich erzeugte Tonfolge, was das Amt als einen Klang bezeichnet, „der, auch wenn er nicht realistisch ist, das Geräusch eines Verbrennungsmotors nachahmt“. Wie aber kann etwas „typisch“ für eine Ware oder Dienstleistung sein, wenn es nicht realistisch ist? Und wie kann etwas gleichzeitig „typisch“ für Fahrzeuge einerseits und herunterladbare Multimediadateien andererseits sein kann, geschweige denn für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen?
 - Für eine hinreichende Unterscheidungskraft ist es nicht erforderlich, dass sich der Verbraucher „die genaue Sequenz der Töne“ der Anmelde Marke einprägt. Erst recht ist es keine Voraussetzung für Unterscheidungskraft, dass der angesprochene Verkehr „die genaue Tonfolge“ bei erneutem Hören wiedererkennt.
 - Die Anmelde Marke ist ohne Weiteres und sogar in besonderem Maße geeignet, einen derartigen Erinnerungseffekt auszulösen, was sogar indirekt durch die angefochtene Entscheidung bestätigt wird („Der Ton erzeugt einen gewissen Reiz, weil man diesen z. B. mit einem Rennwagen in Verbindung bringen könnte, oder mit der Emotion hoher Geschwindigkeiten und steigender Leistung“). Eine Klangmarke, die solche starken Emotionen und Vorstellungen hervorruft, prägt sich dem Verbraucher besonders ein.

- Die angemeldete Tonfolge hat mit dem Klang eines Verbrennungsmotors nichts zu tun. Im Übrigen spräche ein „unrealistisch“ verfremdeter Motorenklang nach der eigenen Argumentation des Amtes gerade für und nicht gegen Unterscheidungskraft.
- Bei der Anmeldemarke handelt sich auch nicht um das Geräusch eines sonstigen Motors. Insbesondere handelt es sich nicht um den Klang eines Elektromotors, denn Elektromotoren geben keine Betriebsgeräusche von sich. Dies ist dem relevanten Durchschnittsverbraucher bekannt. Vielmehr ist dem Verkehr bekannt, dass Automobilhersteller für ihre Elektrofahrzeuge ein eignes Sounddesign verwenden, das den Markencharakter widerspiegelt und gerade dazu dient, sich von anderen Herstellern zu unterscheiden. Gerade bei Elektrofahrzeugen ist der Verkehr mithin für die markenmäßige Verwendung von Klängen sensibilisiert und wird die Anmeldemarke somit gerade bei Elektrofahrzeugen von Anfang an als das wahrnehmen, was sie ist: Ein künstlich entworfener Klang zur Vermittlung einer Markenidentität und Unterscheidung von den Fahrzeugen anderer Hersteller. Anders ausgedrückt: Einen betrieblichen Herkunftshinweis. Ergänzend werden folgende Nachweise vorgelegt:
 - Anlage 4: Artikel aus dem Pressezentrum der Volvo Car Austria vom 17. Oktober 2011 über das Sounddesign für Volvo Elektrofahrzeuge. Dort hieß es bereits vor über zehn Jahren: „Dieser neue typische Sound wird zu den wichtigen Alleinstellungsmerkmalen gehören, die ein Elektrofahrzeug besonders und unverwechselbar machen“.
 - Anlage 5: Artikel „So entwickelt BMW den Sound elektrischer Fahrfreude“ von der Internetseite des Autoherstellers BMW. Dort wird die Markenfunktion des Sounddesigns wie folgt zusammenfasst: „Es sind nur zwölf Noten verfügbar, und wir haben drei davon verwendet, die den BMW Sound bilden“.
 - Anlage 6: Artikel „ID.Sound: Klang einer neuen Mobilität“ von der Internetseite des Autoherstellers VW. Dort heißt es zu dem Sounddesign von VW: „Das Sounderlebnis unserer ID-Modelle ist aufregend, unaufdringlich und wiedererkennbar“.
 - Anlage 7: Artikel „Sounddesign für Elektroautos: Wie klingt die Stille?“ von der Internetseite des Autoherstellers Renault, die das Ziel des Sounddesigns prägnant zusammenfasst: „Der spezifische Sound sollte nicht nur warnen, er sollte auch eine Botschaft verkünden: Ich bin elektrisch, ich bin innovativ, ich bin ein Renault“.

Entscheidungsgründe

- 6 Sämtliche Hinweise auf die UMV in dieser Entscheidung beziehen sich auf die Verordnung (EU) Nr. 2017/1001 (ABl. 2017 L 154, S. 1), welche den geänderten Text der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 kodifiziert, es sei denn, dies ist ausdrücklich anderweitig gekennzeichnet.
- 7 Die Beschwerde entspricht den Artikeln 66, 67 und Artikel 68 Absatz 1 UMV. Sie ist zulässig.

In der Beschwerdeinstanz eingereichte Beweismittel

- 8 In der Beschwerdebegründung reichte die Anmelderin vor der Kammer erstmals die in Randziffer 5 genannten zusätzlichen Beweismittel ein.
- 9 Nach Artikel 95 Absatz 2 UMV braucht das Amt Beweismittel, die von dem Beteiligten verspätet vorgebracht werden, nicht zu berücksichtigen.
- 10 Gemäß Artikel 27 Absatz 4 DVUM kann die Beschwerdekammer Tatsachen oder Beweismittel, die ihr zum ersten Mal vorgelegt werden, nur dann berücksichtigen, wenn diese Tatsachen oder Beweismittel die folgenden Anforderungen erfüllen: (a) sie sind auf den ersten Blick von wirklicher Relevanz für den Ausgang des Falls; und b) sie aus berechtigten Gründen nicht fristgemäß vorgelegt wurden, insbesondere dann nicht, wenn sie lediglich wichtige Tatsachen und Beweismittel ergänzen, die bereits fristgerecht vorgelegt wurden oder die von der ersten Instanz in der Entscheidung, gegen die sich die Beschwerde richtet, von Amts wegen getroffen oder überprüft wurden.
- 11 Unter Anwendung der oben genannten Kriterien für die Ausübung des Ermessens gemäß Artikel 95 Absatz 2 UMV beschließt die Beschwerdekammer, die im Beschwerdeverfahren erstmals eingereichten zusätzlichen Beweismittel zu akzeptieren.

Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV

- 12 Gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV sind Marken, die keine Unterscheidungskraft haben, von der Eintragung ausgeschlossen.
- 13 Unterscheidungskraft im Sinne dieser Bestimmung bedeutet, dass die Marke geeignet ist, die Ware oder Dienstleistung, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Ware oder Dienstleistung somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (25/09/2002, T-316/00, Grün/Grau, EU:T:2002:225, § 25; T-408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM (marque sonore), EU:T:2016:468, § 37), um es dem Verbraucher, der die mit der Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistungen erwirbt, zu ermöglichen, bei einem späteren Erwerb seine Entscheidung davon abhängig zu machen, ob er gute oder schlechte Erfahrungen gemacht hat (05/12/2002, T-130/01, Real People, Real Solutions, EU:T:2002:301, § 18).
- 14 Obwohl nach der Rechtsprechung die Kriterien für die Beurteilung der Unterscheidungskraft für alle Markenkategorien dieselben sind, ist im Zusammenhang mit der Anwendung dieser Kriterien zu berücksichtigen, dass nicht notwendig jede dieser Kategorien in gleicher Weise von den maßgeblichen Verkehrskreisen wahrgenommen wird und es daher schwieriger sein kann, die Unterscheidungskraft der Marken bestimmter Kategorien nachzuweisen (28/06/2004, C-445/02 P, Glass Pattern, EU:C:2004:393, § 23; 13/09/2016, T-408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM (marque sonore), EU:T:2016:468, § 41).
- 15 Das Publikum ist zwar gewohnt, Wort- oder Bildmarken als Zeichen wahrzunehmen, die auf die betriebliche Herkunft der Waren oder Dienstleistungen hinweisen; dies ist jedoch nicht zwangsläufig der Fall, wenn das Zeichen aus einem bloßen Klangelement besteht (T-408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM (marque sonore), EU:T:2016:468, § 42;

07/07/2021, T-668/19, KLANG EINES GERÄUSCHES, WELCHES MAN BEIM ÖFFNEN EINER GETRÄNKEDOSE HÖRT, EU:T:2021:420, § 25).

- 16 Bei Hörzeichen ist es notwendig, dass sie über eine gewisse Resonanz verfügen, anhand derer der angesprochene Verbraucher sie erkennen und es als Marke – und nicht bloß als funktionalen Bestandteil oder als Indikator ohne wesenseigene Merkmale – auffassen können. Um als Marke eingetragen werden zu können, muss der angesprochene Verbraucher ein Hörzeichen als Identifizierung des betrieblichen Ursprunges verstehen (T-408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM (marque sonore), EU:T:2016:468, § 45; 07/07/2021, T-668/19, KLANG EINES GERÄUSCHES, WELCHES MAN BEIM ÖFFNEN EINER GETRÄNKEDOSE HÖRT, EU:T:2021:420, § 24).
- 17 Das Vorbringen der Anmelderin ist im Licht dieser Erwägungen zu prüfen.

Die angesprochenen Verkehrskreise

- 18 Die Unterscheidungskraft einer Marke ist zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen selbst, für die sie angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf ihre Wahrnehmung durch die maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen (21/01/2010, C-398/08 P, Vorsprung durch Technik, EU:C:2010:29, § 34; 31/05/2016, T-301/15, Du bist, was du erlebst, EU:T:2016:324, § 18; T-408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM (marque sonore), EU:T:2016:468, § 39).
- 19 Die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 12, 28 und 41 sprechen sowohl die allgemeineren Verkehrskreise als auch Fachleute an, wodurch die Aufmerksamkeit durchschnittlich bis überdurchschnittlich sein wird.
- 20 Es ist in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass selbst für jenes Publikum, das eine größere Aufmerksamkeit an den Tag legen wird, deswegen die absoluten Schutzhindernisse nicht anders anzuwenden sind (11/10/2011, T-87/10, Pipeline, EU:T:2011:582, § 27-28). Der Grad der Aufmerksamkeit der maßgeblichen Verkehrskreise kann keinen entscheidenden Einfluss auf die rechtlichen Kriterien haben, anhand derer beurteilt wird, ob ein Zeichen beschreibend oder nicht unterscheidungskräftig ist (02/12/2020, T-26/20, Forex, EU:T:2020:583, § 39; 07/05/2019, T-423/18, Vita, EU:T:2019:291, § 14).
- 21 Da es sich vorliegend um eine reine Tonfolge ohne Textbestandteile handelt, sind spezifische Sprachkenntnisse der Verbraucher in der Europäischen Union irrelevant. Andere Anzeichen dafür, dass das angemeldete Zeichen innerhalb der Europäischen Union unterschiedlich wahrgenommen wird, existieren nicht. Für die Bewertung der Unterscheidungskraft ist daher auf alle Verbraucher innerhalb der Europäischen Union abzustellen.

Fehlende Unterscheidungskraft

- 22 Beim Anmeldezeichen handelt es sich um ein Hörzeichen von insgesamt 16 Sekunden, obwohl die ersten vier Sekunden lautlos sind, sodann folgt eine elektronisch generierte, sich progressiv verstärkende Tonabfolge, wobei wiederum die letzenden drei Sekunden praktisch lautlos sind.

- 23 Demgemäß ist den Ausführungen der angefochtenen Entscheidung insofern beizupflichten, dass das angemeldete Hörzeichen den Effekt einer Beschleunigung oder Leistungssteigerung wiedergibt.
- 24 Hinsichtlich der angemeldeten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 12, 28 und 41, welche allesamt mit *Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen, Modellfahrzeugen und Spielzeugautos* in Verbindung stehen oder sich explizit auf sie beziehen, repräsentiert die angemeldete Tonfolge ein typisches Merkmal dieser Fahrzeuge oder Autos, nämlich deren Beschleunigung oder Leistungssteigerung bis zum Erreichen der gewünschten Reisegeschwindigkeit.
- 25 Das Anmeldezeichen ist insgesamt einfach und banal und wird von den maßgeblichen Verkehrskreisen als eine bloße Funktion der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufgefasst werden, und zwar hinsichtlich des beschleunigenden Charakters bzw. Fähigkeit der Fahrzeuge oder Autos. Daher hat es im Lichte der in Randziffer 16 genannten Rechtsprechung keine Resonanz bzw. keinen Wiedererkennungswert, die bzw. der es den angesprochenen Verbrauchern ermöglichen würde, es als Herkunftshinweis und nicht bloß als ein funktionelles Element oder als Hinweis ohne Aussage anzusehen.
- 26 Demgemäß werden die angesprochenen Verkehrskreise bei Konfrontation mit dem angemeldeten Zeichen im Zusammenhang mit den Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 12, 28 und 41 allenfalls annehmen, dass der Klang auf den Aspekt der Beschleunigung oder Leistungssteigerung der Fahrzeuge und Autos hinweist, weswegen das Zeichen, hinsichtlich sämtlicher angemeldeten Waren und Dienstleistungen, nicht unterscheidungskräftig im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV ist.
- 27 Die Ausführungen der Anmelderin sind nicht geeignet, dieses Ergebnis in Frage zu stellen.
- 28 Die Anmelderin erklärt, dass das Hörzeichen eine eigens künstlich hergestellte Komposition darstellt. Das angemeldete Sounddesign soll den Markencharakter widerspiegeln und dazu dienen, sich von anderen Herstellern der Branche zu unterscheiden.
- 29 Dem ist zum einen entgegenzuhalten, dass die Intentionen der Anmelderin, die eigens komponierte Tonfolge als Herkunftshinweis zu verwenden, nicht bedeutet, dass sie tatsächlich Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV hat.
- 30 Zum anderen ist festzustellen, dass die angemeldete Klangabfolge kein einprägsames Tonbild darstellt, welches von den Waren und Dienstleistungen völlig unabhängig und bezugslos ist. Es handelt sich um einen sich progressiv verstärkenden elektronischen Ton, der im Zusammenhang mit Fahrzeugen und Autos, auf welche sich die angemeldeten Waren und Dienstleistungen ausdrücklich beziehen, auf Antrieb als Beschleunigung oder steigende Leistung wahrgenommen wird.
- 31 Daher ist festzustellen, dass, selbst wenn – wie von der Anmelderin auch durch Einreichen der Anlagen 3 bis 7 vorgetragen wird – im Bereich der Elektrofahrzeuge der Verkehr für die markenmäßige Verwendung von Klängen sensibilisiert ist, die konkret zur Diskussion stehende Hörmarke aufgrund der vorgebrachten Begründung eben keine Unterscheidungskraft hat.

- 32 Im Übrigen ist anzumerken, dass den Anlagen 3 bis 7 klar zu entnehmen ist, dass die Kreation von Hörsignalen bei Elektrofahrzeugen vordergründig der Sicherheit im Verkehr dient, zumal diese Elektrofahrzeuge sehr leise sind.
- 33 Dem weiteren Vortrag der Anmelderin, wonach die Tonfolge futuristisch, melodios sei und über ein gewisses Tempo sowie auch eine Dynamik verfüge, die wie folgt dargestellt werden könne: *Anfang – Stille – Ansteigende Lautstärke und Tonhöhe – absteigende Lautstärke und Tonhöhe – ansteigende Lautstärke und Tonhöhe – gleichbleibender dunkler Klang – Ende*, kann nicht gefolgt werden.
- 34 Wie bereits oben in Randziffer 22 festgehalten wurde, handelt es sich im Grunde genommen um eine, von Null an, progressiv an Lautstärke zunehmende Tonfolge, die praktisch am Höhepunkt endet. Die im vorhergehenden Absatz dargestellte Skizzierung und Detailanalyse der Anmelderin ist kaum wahrnehmbar und wird jedenfalls seitens der angesprochenen Verbraucher in dieser detaillierten Art und Weise nicht registriert bzw. in Erinnerung behalten werden. Es handelt sich – wie bereits mehrmals festgestellt wurde – um eine schlichte akustische Wiedergabe in Crescendo einer elektronischen Tonabfolge, die mit der Idee der Beschleunigung oder Leistungssteigerung in Verbindung gebracht wird und nicht mit dem Hersteller bzw. Erbringer der angemeldeten Waren und Dienstleistungen. Dem von der Anmelderin ins Treffen geführte Erinnerungseffekt der angemeldeten Tonfolge kann daher diesseits nicht gefolgt werden.
- 35 Letztendlich sind auch die Ausführungen der Anmelderin hinsichtlich der nicht gegebenen Wiedergabe des Geräusches eines Verbrennungsmotors bzw. der Lautlosigkeit von Elektrofahrzeugen nicht zielführend, da die Zurückweisung nicht auf einer angeblichen Wiedergabe des Geräusches eines Motors beruht, sondern der Idee oder des Charakters der Beschleunigung bzw. Leistungspotentials.

Voreintragungen

- 36 Die Anmelderin hat sich vor der ersten Instanz auf die Unionsmarke Nr. 18 424 124, die der gegenständlichen Anmeldung sehr ähnlich sei, sowie auf die identische deutsche Marke Nr. 302 022 118 770 berufen, sodass im Beurteilungsfall ebenso zu entscheiden wäre.
- 37 Hinsichtlich dieser Voreintragungen stellt die Kammer fest, dass sie auch die obigen Schlussfolgerungen nicht ändern können.
- 38 Die früheren Entscheidungen des Amtes können keine berechtigten Erwartungen begründen (27/11/2018, T-756/17-, wordLaw Group, EU:T:2018:846, § 52) und Prüfstandards können sich mit der Zeit weiter entwickeln.
- 39 Zwar muss das Amt unter Beachtung des Grundsatzes der Gleichbehandlung und der ordnungsgemäßen Verwaltung die zu ähnlichen Anmeldungen ergangenen Entscheidungen berücksichtigen und besonderes Augenmerk auf die Frage richten, ob im gleichen Sinne zu entscheiden ist oder nicht, doch muss die Art und Weise, wie diese Grundsätze angewandt werden, mit dem Gebot rechtmäßigen Handelns in Einklang gebracht werden (21/12/2021, T-598/20, Arch Fit, EU:T:2021:922, § 37; 08/07/2020, T-696/19, Moins de migraine pour vivre mieux, EU:T:2020:329, § 36; 24/06/2015, T-552/14, Extra, U: T: 2015: 462, § 27).

- 40 Folglich kann sich derjenige, der ein Zeichen als Unionsmarke anmeldet, nicht auf eine fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines anderen berufen, um eine identische Entscheidung zu erlangen (10/03/2011, C-51/10 P, 1000, EU:C:2011:139, § 75-76).
- 41 Darüber hinaus muss aus Gründen der Rechtssicherheit und gerade auch der guten Verwaltung die Prüfung jeder Anmeldung streng und umfassend sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung oder Nichtigerklärung von Marken zu verhindern. Demgemäß muss eine solche Prüfung in jedem Einzelfall erfolgen. Die Eintragung eines Zeichens als Marke hängt nämlich von besonderen, im Rahmen der tatsächlichen Umstände des Einzelfalls anwendbaren Kriterien ab, anhand deren ermittelt werden soll, ob das fragliche Zeichen nicht unter ein Eintragungshindernis fällt (27/11/2018, T-756/17, Word Law Group, EU:T:2018:846, § 46).
- 42 Aus der Rechtsprechung ergibt sich auch, dass die oben dargelegten Erwägungen auch dann gelten, wenn das Zeichen, dessen Eintragung als Unionsmarke begehrt wird, mit einer Voreintragung identisch ist (22/11/2018, T-9/18, Straightahead Banking, EU:T:2018:827, § 31; 23/04/2018, T-354/17, ONCOTYPE DX Genomic Prostate Score, EU:T:2018:212, § 49; 09/11/2018, R 1801/2017-G, Easybank, § 65).
- 43 Auch wenn die Unionsmarke Nr. 18 424 124 vergleichbar wäre, wurde sie durch eine erstinstanzliche Entscheidung akzeptiert und die Kammern hatten nicht die Möglichkeit, ihre Eintragungsfähigkeit zu beurteilen (27/03/2014, T-554/12, Aava Mobile, EU:T:2014:158, § 65, zweiter Satz). Die Kammern sind nicht durch Entscheidungen der Prüfungsabteilung gebunden, die nicht angefochten wurden. Es ginge entgegen der in Artikel 66 bis 71 UMV festgelegten Zuständigkeit der Beschwerdekammern, wenn deren Gerichtsbarkeit durch die Verpflichtung, sich an die Entscheidungen der erstinstanzlichen Instanzen des EUIPO zu halten, eingeschränkt wäre (14/09/2022, T-498/21, Black Irish, EU:T:2022:543, § 73; 09/11/2016, T-290/15, SMARTER Travel, EU:T:2016:651, § 73).
- 44 Im vorliegenden Fall hat die Beschwerdekammer festgestellt, dass dem angefochtenen Zeichen, unabhängig vom Status von Voreintragungen, das Eintragungshindernis des Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV im Hinblick auf alle angefochtenen Waren und Dienstleistungen entgegensteht, so dass sich die Anmelderin nicht mit Erfolg auf eine frühere Entscheidung des Amtes berufen kann, um dieses Ergebnis zu entkräften.
- 45 Hinsichtlich der identischen deutschen Markeneintragung kommt noch hinzu, dass die Unionsmarkenregelung ein autonomes System ist, das aus einer Gesamtheit von Regeln besteht und Ziele verfolgt, die ihm angemessen sind, da seine Anwendung von jedem nationalen System unabhängig ist. Folglich ist die Möglichkeit der Eintragung eines Zeichens als Unionsmarke ausschließlich auf der Grundlage des einschlägigen Unionsrechts zu beurteilen (06/06/2018, C-32/17P, PARKWAY (fig.), EU:C:2018:396, § 31; 17/01/2019, T-40/18, SOLIDPOWER, EU:T:2019:18, § 47; T-408/15, SON D'UN JINGLE SONORE PLIM marque sonore), EU:T:2016:468, § 71). Daher sind das Amt und gegebenenfalls die Unionsgerichte nicht an die Entscheidung eines Mitgliedstaates und insbesondere eines Drittstaates gebunden, wonach dasselbe Zeichen als nationale Marke eingetragen werden kann.
- 46 Die Kammer hat die Voreintragungen berücksichtigt, gelangt aber zu dem Ergebnis, dass im vorliegenden Fall das angefochtene Zeichen aus den oben genannten Gründen nicht als Unionsmarke eingetragen werden kann.

47 Die angefochtene Entscheidung wird damit bestätigt. Die Anmeldung ist auf der Grundlage von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV vollständig zurückzuweisen.

Tenor der Entscheidung

Aus diesen Gründen entscheidet

DIE KAMMER

wie folgt:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Unterzeichnet

V. Melgar

Unterzeichnet

Ph. von Kapff

Unterzeichnet

R. Ocquet

Geschäftsstellenbeamter

Unterzeichnet

H. Dijkema

