



Zur Eintragungsfähigkeit einer als Audiodatei eingebrachten Klangmarke

Das Gericht der Europäischen Union (kurz EuG) hat mit [Entscheidung](#) vom 7. Juli 2021 erstmals über die Eintragungsfähigkeit einer Klangmarke, die als Audiodatei eingereicht wurde, entschieden. Dabei hat es die Entscheidung der 2. Beschwerdekammer des Amts der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) bestätigt. Diese hat zuvor entschieden, dass die Kombination an Klängen, welche beim Öffnen einer Kohlensäuregetränkedose entstehen, nicht als Unionsmarke eingetragen werden kann. Begründet wurde dies damit, dass es der Geräuschkombination an Unterscheidungskraft mangelt.

Hintergrund der Entscheidung war, dass die in Bonn ansässige Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG im Jahre 2018 das verfahrensgegenständliche Hörzeichen als Unionsmarke bei der EUIPO angemeldet hat. Der Anmeldung legte sie eine Audiodatei auf einem Speichermedium bei. Konkret handelte es sich dabei um den Klang, *„der beim Öffnen einer Getränkedose entsteht, gefolgt von etwa einer Sekunde ohne Geräusch und einem Prickeln von etwa neun Sekunden“*. Der zuständige Anmeldungsprüfer wies die Registrierung aufgrund fehlender Unterscheidungskraft ab, da insbesondere die Klangkombination nicht als Hinweis auf die kommerzielle Herkunft der Waren wahrgenommen werden konnte. Die 2. Beschwerdekammer der EUIPO bestätigte diese Auffassung und führte im Wesentlichen aus, dass der angemeldeten Klangmarke der notwendige Grad an Resonanz bzw. Wiedererkennungswert fehlt, um Verbraucher auf die betriebliche Herkunft der Ware hinweisen zu können. Der wiedergegebene Klang sei funktionell bedingt und dementsprechend den in Rede stehenden Waren inhärent.

Das EuG bestätigte die Entscheidung der 2. Beschwerdekammer unter Bezugnahme auf seine Entscheidung zu [T-408/15 - Hörmarke](#). Demnach müssen Klangmarken eine gewisse Resonanz haben, damit der Durchschnittsverbraucher den Klang als Marke wahrnehmen kann und nicht nur ein bloß technischer und funktioneller Bestandteil der Ware sein. Der Durchschnittsverbraucher muss in der Lage sein, die betriebliche Herkunft einer Ware direkt aus der Wahrnehmung des Klangs ableiten zu können. Auch der Umstand, dass das Zischgeräusch länger als normal andauere und nicht sofort nach dem Öffnen der Dose beginne, verleihe keine Unterscheidungskraft.

Hingegen wies das EuG die Auffassung der 2. Beschwerdekammer zurück, wonach bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft einer Klangmarke die in der Rechtsprechung zu 3D-Marken (das sind Marken

wie das Lego-Männchen oder das Nutella Glas) entwickelten Grundsätze direkt anwendbar seien. Eine 3D-Marke muss erheblich von der Norm oder Üblichkeit abweichen, um Unterscheidungskraft zu besitzen. Je mehr die Form einer 3D-Marke der üblichen Form der Ware oder ihrer Verpackung entspricht, desto weniger besitzt die 3D-Marke an Unterscheidungskraft. Da eine Klangmarke im Unterschied zu einer 3D-Marke unabhängig von der Form oder Verpackung der relevanten Ware wirkt, gelten diese Kriterien laut Ansicht des EuG nicht für Klangmarken.

Zuletzt stellte das EuG klar, dass obwohl Getränke und Getränkeverpackungen bis zu ihrem Verzehr geräuschlos sind, die Verwendung von Klängen zur Kennzeichnung eines solchen Produkts nicht per se unzulässig ist.

Diese Entscheidung bietet wichtige Orientierungspunkte bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft bzw. Eintragungsfähigkeit von Klangmarken. Wichtigstes Unterscheidungskriterium ist die Wahrnehmung der betroffenen Verkehrskreise. Nichtsdestotrotz bleibt es weiterhin schwierig eine Klangmarke zu registrieren, zumal der jeweilige Durchschnittsverbraucher in die Lage versetzt werden muss, allein aufgrund des Klangs und ohne Einblendung von zusätzlichen Worten, Bildern oder anderen Marken, die betriebliche Herkunft der Ware oder Dienstleistung herzuleiten.

DISCLAIMER

Dieser Blog stellt lediglich eine allgemeine Information und keine rechtsanwaltliche Beratung dar. Schindler Rechtsanwälte GmbH übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität des Blogs. Der Blog kann eine individuelle Rechtsberatung nicht ersetzen.

DR. PHILIPP SPRING
PARTNER
LEITER IP/IT



MAG. MIRKO MARJANOVIC
ASSOCIATE
TEAM IP/IT

