

# / EuG: Standardklingelton „Plimm Plimm“ nicht als Hörmarke eintragungsfähig Noerr

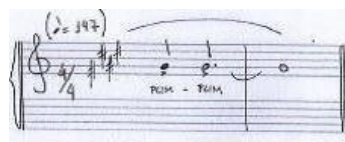
31.10.2016

Gewerblicher Rechtsschutz

Das Gericht der Europäischen Union (EuG) hat mit Urteil vom 13.09.2016 entschieden, dass die Tonfolge „Plimm Plimm“ als Hörmarke nicht schutzfähig ist (Az. T-408/15).

Im zugrundeliegenden Fall meldete das brasilianische Telekommunikationsunternehmen Globo Comunicação e Participações im Jahr 2014 ein Hörzeichen u.a. für die Waren „Träger zur Verbreitung von Informationen auf elektronischem und mündlichem Wege sowie mittels Fernsehens“ beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) als Unionsmarke an. Dieses Hörzeichen sollte im Wesentlichen als Alarm- oder Telefonklingelton verwendet werden. Das EUIPO lehnte die Eintragung des Hörzeichens als Unionsmarke wegen fehlender Unterscheidungskraft jedoch ab. Dieser Entscheidung folgte auch das Gericht der Europäischen Union (EuG) und wies damit die Klage des brasilianischen Unternehmens ab.

In seinem Urteil stellt das EuG zunächst in Übereinstimmung mit der im Anmeldezeitpunkt des Zeichens geltenden Gemeinschaftsmarkenverordnung fest, dass Klänge grundsätzlich markenfähig seien, sofern sie sich grafisch darstellen ließen. Dies sei hier der Fall, da die angemeldete Marke mittels der nachfolgenden Notation dargestellt wurde:



Allerdings handle es sich bei dem beantragten Hörzeichen lediglich um einen Standardklingelton, der sich bei einer Vielzahl elektronischer Geräte finde, sodass dem Publikum ohne vorherige Kenntnis eine Zuordnung dieses Klingeltons zu den Waren und Dienstleistungen der Klägerin nicht möglich sei. Vielmehr werde der Ton als eine bloße Funktion der beanspruchten Waren und Dienstleistungen wahrgenommen und gerade nicht als Hinweis auf deren betriebliche Herkunft. Das EuG führte weiter aus, dass die beantragte Marke als einzige charakteristische Eigenschaft die Wiederholung einer Note ausweise (zwei akzentuierte Gs). Die fehlende Eignung als Herkunftshinweis gelte insbesondere auch im Hinblick auf Fernsehdienste, da das Publikum das Hörzeichen wegen seiner Banalität lediglich als Hinweis auf den Beginn oder das Ende eines Fernsehprogramms wahrnehme.

Der Marke fehle damit insgesamt die erforderliche konkrete Unterscheidungskraft.

**Haben Sie Fragen?** Kontaktieren Sie gerne: [Valentina Nieß](#)

**Practice Group:** [Gewerblicher Rechtsschutz & Medien](#)

## Contact Person



**Valentina Nieß, LL.M.**

Mitglied der Practice Group Gewerblicher Rechtsschutz  
Rechtsanwältin

T +49 89 28628272

[www.noerr.com](http://www.noerr.com)   [twitter.com/NoerrLLP](https://twitter.com/NoerrLLP)   [xing.com/companies/NoerrLLP](https://www.xing.com/companies/NoerrLLP)