

URTEIL DES GERICHTS (Dritte Kammer)

6. Juni 2019(*)

„Gemeinschaftsgeschmacksmuster – Nichtigkeitsverfahren – Eingetragenes
Gemeinschaftsgeschmacksmuster, das einen Personenkraftwagen darstellt – Älteres
Gemeinschaftsgeschmacksmuster – Nichtigkeitsgrund – Fehlende Eigenart – Art. 6 und Art. 25
Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EG) Nr. 6/2002“

In der Rechtssache T-210/18

Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG mit Sitz in Stuttgart (Deutschland), Prozessbevollmächtigter:
Rechtsanwalt C. Klawitter,

Klägerin,

gegen

Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO), vertreten durch S. Hanne als
Bevollmächtigten,

Beklagter,

andere Beteiligte im Verfahren vor der Beschwerdekammer des EUIPO und Streithelferin vor dem
Gericht:

Autec AG mit Sitz in Nürnberg (Deutschland), Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt
M. Krogmann,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Dritten Beschwerdekammer des EUIPO vom
19. Januar 2018 (Sache R 941/2016-3) zu einem Nichtigkeitsverfahren zwischen der Autec AG und
der Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG

erlässt

DAS GERICHT (Dritte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten S. Frimodt Nielsen sowie der Richterin N. Póltorak und des
Richters E. Perillo (Berichterstatter),

Kanzler: R. Ūkelytė, Verwaltungsrätin,

aufgrund der am 22. März 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 13. Juli 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung des
EUIPO,

aufgrund der am 6. Juli 2018 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung der
Streithelferin,

aufgrund der Entscheidung vom 7. August 2018, das Schreiben der Klägerin vom 23. Juli 2018
nicht zu den Akten zu nehmen,

aufgrund der Entscheidung vom 23. August 2018, das Schreiben der Klägerin vom 13. August 2018 nicht zu den Akten zu nehmen,

aufgrund der Entscheidung vom 20. September 2018, die Rechtssachen T-43/18, T-191/18, T-192/18, T-209/18 und T-210/18 nicht zu verbinden,

aufgrund der Bestimmung eines anderen Richters, um die Kammer nach der Verhinderung eines ihrer Mitglieder zu ergänzen,

aufgrund der Entscheidung vom 14. Januar 2019, die Rechtssachen T-209/18 und T-210/18 nicht zu gemeinsamem mündlichen Verfahren zu verbinden,

auf die mündliche Verhandlung vom 12. Februar 2019

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

- 1 Am 2. Juli 2004 meldete die Klägerin, die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG, beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) nach der Verordnung (EG) Nr. 6/2002 des Rates vom 12. Dezember 2001 über das Gemeinschaftsgeschmacksmuster (ABl. 2002, L 3, S. 1) ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster an.
- 2 Das angemeldete Gemeinschaftsgeschmacksmuster wird wie folgt wiedergegeben (im Folgenden: angegriffenes Geschmacksmuster oder Geschmacksmuster der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911):





- 3 Das angegriffene Geschmacksmuster ist zur Verwendung für „Personenkraftwagen“ in Klasse 12-08 des Abkommens von Locarno zur Errichtung einer Internationalen Klassifikation für gewerbliche Muster und Modelle vom 8. Oktober 1968 in geänderter Fassung bestimmt.
- 4 Das angegriffene Geschmacksmuster wurde im *Blatt für Gemeinschaftsgeschmacksmuster* Nr. 2004/076 vom 7. September 2004 veröffentlicht.
- 5 Am 8. Juli 2014 stellte die Streithelferin, die Autec AG, beim EUIPO einen Antrag auf Nichtigerklärung des angegriffenen Geschmacksmusters und gründete diesen auf Art. 25 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 6/2002 in Verbindung mit deren Art. 4 Abs. 1, Art. 5 und Art. 6.
- 6 Sie machte im Wesentlichen geltend, dass es dem Geschmacksmuster der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911, dessen Eintragung die Klägerin erlangt hatte, sowohl an Neuheit als auch an Eigenart fehle, was seinem Schutz entgegenstehe. Das Geschmacksmuster der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 unterscheide sich nicht spürbar von den anderen

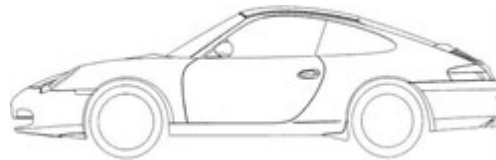
Modellen des Personenkraftwagens Porsche 911, die seit dessen Urversion aus dem Jahr 1963 auf den Markt gebracht worden seien.

7 In diesem Zusammenhang berief sich die Streithelferin insbesondere auf die folgenden Geschmacksmuster (im Folgenden: ältere Geschmacksmuster):

- das ältere deutsche Design Nr. M9705639-0001 mit der Angabe „Heckspoiler für ein Kraftfahrzeug“, am 10. Dezember 1997 vom Deutschen Patent- und Markenamt veröffentlicht, das wie folgt wiedergegeben wird (im Folgenden: Geschmacksmuster D 1):



- das ältere deutsche Design Nr. 49906704-0001 mit der Angabe „Kraftfahrzeug, insbesondere Sportwagen“, am 10. November 1999 vom Deutschen Patent- und Markenamt veröffentlicht, das wie folgt wiedergegeben wird (im Folgenden: Geschmacksmuster D 2):



8 Darüber hinaus fügte die Streithelferin ihrem Antrag auf Nichtigkeitsklärung diverse Presseartikel über das Design des Personenkraftwagens Porsche 911 bei.

9 Es steht fest und ist unstrittig, dass die Geschmacksmuster D 1 und D 2 Seitenansichten des Geschmacksmusters der Baureihe 996 des Personenkraftwagens Porsche 911, also des Vorgängermodells der Baureihe 997, darstellen.

10 Mit Entscheidung vom 10. Mai 2016 gab die Nichtigkeitsabteilung des EUIPO dem Antrag auf Nichtigkeitsklärung statt und erklärte das angegriffene Geschmacksmuster wegen fehlender Eigenart für nichtig.

11 Am 23. Mai 2016 legte die Klägerin gegen die Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung nach den Art. 55 bis 60 der Verordnung Nr. 6/2002 beim EUIPO Beschwerde ein.

12 Mit Entscheidung vom 19. Januar 2018 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) wies die Dritte Beschwerdekammer des EUIPO die Beschwerde wegen fehlender Eigenart im Sinne von Art. 6 Abs. 1 der Verordnung Nr. 6/2002 zurück.

13 Die Beschwerdekammer führte aus, dass die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei Personenkraftwagen durch die technischen Merkmale des in Rede stehenden Erzeugnisses, wie eine Karosserie und Räder, sowie gesetzliche Vorgaben, insbesondere im Bereich der Verkehrssicherheit, die beispielsweise die Ausstattung mit Scheinwerfern, Seitenspiegeln und Rückleuchten betreffen, eingeschränkt sei.

14 Hingegen unterliege die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers als solche hinsichtlich der Ausgestaltung dieser technisch und gesetzlich vorgegebenen Merkmale keinen Beschränkungen. Zudem sei der Benutzer der in Rede stehenden Erzeugnisse ein informierter Benutzer von Fahrzeugen im Allgemeinen, also eine Person, die diese fahre und benutze und die mit den am Markt verfügbaren Fahrzeugmodellen vertraut sei.

- 15 Die geringfügigen Unterschiede in den Seitenansichten der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster, die insbesondere die Ausgestaltung der vorderen und hinteren Stoßstange, die Lufteinlässe, die Heckklappen oder den Heckspoiler beim Geschmacksmuster D 1 betreffen, reichten angesichts der Ähnlichkeit der „nahezu identischen“ Form ihrer Karosserie, ihrer Türen, ihrer Fenster oder ihrer Scheinwerfer weder in technischer noch in ästhetischer Hinsicht dafür aus, dass das angegriffene Geschmacksmuster in der Wahrnehmung des informierten Benutzers einen anderen Gesamteindruck erzeuge als den Gesamteindruck, den die zur Stützung des Antrags auf Nichtigerklärung herangezogenen älteren Geschmacksmuster hervorriefen.
- 16 Die Unterschiede bei den anderen Ansichten des angegriffenen Geschmacksmusters, nämlich bei den Vorder- und Heckansichten des Geschmacksmusters der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911, reichten ebenfalls nicht aus, um einen abweichenden Gesamteindruck zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern zu begründen, da diese Unterschiede „den in den Seitenansichten offenbarten Merkmalen nichts Nennenswertes [hinzufügten]“.
- 17 Daher kam die Beschwerdekammer zu dem Schluss, dass die älteren deutschen Geschmacksmuster ausreichten, um der Anerkennung einer Eigenart des Geschmacksmusters der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 entgegenzustehen; ob das angegriffene Geschmacksmuster Neuheit aufweise, könne somit dahingestellt bleiben.

Anträge der Parteien

- 18 Die Klägerin beantragt,
- die angefochtene Entscheidung aufzuheben;
 - den Antrag auf Nichtigerklärung des angegriffenen Geschmacksmusters zurückzuweisen.
- 19 Das EUIPO und die Streithelferin beantragen,
- die Klage abzuweisen;
 - der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

- 20 Die Klägerin macht als einzigen Klagegrund im Wesentlichen einen Verstoß gegen Art. 25 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 6/2002 in Verbindung mit deren Art. 5 und 6 geltend.
- 21 Im Wesentlichen rufe das angegriffene Geschmacksmuster angesichts der „relevanten“ Unterschiede zwischen der Baureihe 997 und der Baureihe 996 des Personenkraftwagens Porsche 911 beim informierten Benutzer dieser Art von Personenkraftwagen einen anderen Gesamteindruck hervor als denjenigen, den die von der Streithelferin zur Stützung ihres Antrags auf Nichtigerklärung herangezogenen älteren Geschmacksmuster hervorriefen.
- 22 Nach der summarischen Wiedergabe des Klagegrundes ist darauf hinzuweisen, dass gemäß Art. 25 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 6/2002 ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster dann für nichtig erklärt wird, wenn es die Voraussetzungen der Art. 4 bis 9 dieser Verordnung nicht erfüllt.
- 23 In diesem Zusammenhang stellt Art. 4 Abs. 1 der Verordnung Nr. 6/2002 klar, dass ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster geschützt wird, soweit es neu ist und Eigenart hat.

Zum ersten Teil des einzigen Klagegrundes: Verstoß gegen Art. 25 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 6/2002 in Verbindung mit deren Art. 6

- 24 Aus dem Wortlaut von Art. 6 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 6/2002 geht hervor, dass die Eigenart eines eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters zunächst im Hinblick auf den beim betreffenden informierten Benutzer hervorgerufenen Gesamteindruck zu beurteilen ist (vgl. Urteil vom 25. Oktober 2013, Merlin u. a./HABM – Dusyma [Spiele], T-231/10, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:560, Rn. 28 und die dort angeführte Rechtsprechung). Dieser Gesamteindruck muss sich darüber hinaus von demjenigen unterscheiden, den ein anderes Geschmacksmuster hervorruft, das der Öffentlichkeit vor dem Tag der Anmeldung zur Eintragung oder, wenn eine Priorität in Anspruch genommen wird, vor dem Prioritätstag zugänglich gemacht worden ist.
- 25 Zudem ist nach Art. 6 Abs. 2 der Verordnung Nr. 6/2002 bei der Beurteilung dieser Eigenart der Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei der Entwicklung des betreffenden Geschmacksmusters zu berücksichtigen.
- 26 Nach dieser Darlegung der rechtlichen Vorgaben ist darauf hinzuweisen, dass die einschlägige Rechtsprechung hierzu klarstellt, dass sich die Eigenart eines Geschmacksmusters aus einem Gesamteindruck der Unähnlichkeit oder des Fehlens eines „déjà vu“ aus der Sicht des informierten Benutzers im Vergleich zu jedem älteren Geschmacksmuster ergeben muss. Hierbei können die Unterschiede nicht berücksichtigt werden, die nicht markant genug sind, um diesen Gesamteindruck zu beeinträchtigen; nur die Unterschiede, die hinreichend ausgeprägt sind, um einen unähnlichen Gesamteindruck hervorzurufen, können maßgeblich sein (vgl. Urteil vom 7. November 2013, Budziewska/HABM – Puma [Springende Raubkatze], T-666/11, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:584, Rn. 29 und die dort angeführte Rechtsprechung).
- 27 In Anbetracht der oben genannten Kriterien ist deshalb zu prüfen, ob aus der Sicht des informierten Benutzers und unter Berücksichtigung des Grades der Gestaltungsfreiheit, der dem Entwerfer des Geschmacksmusters vorliegend zukommen kann, der von dem angegriffenen Geschmacksmuster hervorgerufene Gesamteindruck von dem durch die älteren Geschmacksmuster hervorgerufenen abweicht.

Zum informierten Benutzer

- 28 Was die Auslegung des Begriffs „informierter Benutzer“ betrifft, ist zunächst festzustellen, dass die Benutzereigenschaft voraussetzt, dass die betroffene Person das Produkt, das das Geschmacksmuster verkörpert, zu dem für dieses Produkt vorgesehenen Zweck benutzt. Außerdem setzt die Bezeichnung „informiert“ voraus, dass der betreffende Benutzer, ohne notwendigerweise ein technischer Sachverständiger zu sein, die verschiedenen Geschmacksmuster kennt, die es in dem betroffenen Wirtschaftsbereich gibt, dass er gewisse Kenntnisse in Bezug auf die Elemente besitzt, die diese Geschmacksmuster für gewöhnlich aufweisen, und dass er diese Produkte aufgrund seines Interesses an ihnen mit verhältnismäßig großer Aufmerksamkeit benutzt (Urteile vom 20. Oktober 2011, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, Rn. 59, und vom 28. September 2017, Rühland/EUIPO – 8 seasons design [Sternförmige Lampe], T-779/16, nicht veröffentlicht, EU:T:2017:674, Rn. 19).
- 29 Der Begriff des informierten Benutzers ist daher als ein Begriff zu verstehen, der zwischen dem im Markenbereich anwendbaren Begriff des Durchschnittsverbrauchers, von dem keine speziellen Kenntnisse erwartet werden und der im Allgemeinen keinen direkten Vergleich zwischen den einander gegenüberstehenden Marken anstellt, und dem des Fachmanns, also eines Sachkundigen mit gewissen technischen Fertigkeiten, liegt. Somit kann der Begriff des informierten Benutzers als Bezeichnung eines Benutzers verstanden werden, dem keine durchschnittliche Aufmerksamkeit, sondern eine besondere Wachsamkeit hinsichtlich der betreffenden Produkte eigen ist, sei es wegen seiner persönlichen Erfahrung oder seiner umfangreichen Kenntnisse in dem betreffenden Bereich (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 20. Oktober 2011, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, Rn. 53).
- 30 Im vorliegenden Fall hat die Beschwerdekammer in den Rn. 19 bis 21 der angefochtenen

Entscheidung die Ansicht vertreten, dass der informierte Benutzer der von den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern betroffenen Erzeugnisse nicht der Benutzer des Personenkraftwagens Porsche 911, sondern der von Personenkraftwagen im Allgemeinen sei, der die einander gegenüberstehenden Modelle fahre und benutze und u. a. aufgrund der Lektüre von Autozeitschriften sowie der Besuche von Autohäusern mit ihnen vertraut sei. Dieser Benutzer weise einen erhöhten Aufmerksamkeitsgrad und ein erhöhtes Interesse auf und wisse aufgrund seiner Kenntnis des betreffenden Marktes, dass Fahrzeughersteller nicht beständig neue Modelle entwickelten, sondern sich angesichts der hohen Entwicklungskosten darauf beschränkten, vorhandene Modelle regelmäßig zu modernisieren.

- 31 Um die Beurteilung der Beschwerdekammer in Frage zu stellen, macht die Klägerin jedoch geltend, dass der informierte Benutzer im vorliegenden Fall einen noch höheren Aufmerksamkeitsgrad aufweise als den von der Beschwerdekammer berücksichtigten und einen über das übliche Maß hinausreichenden Kenntnisstand habe, der zu seiner besonderen Aufmerksamkeit hinsichtlich der verschiedenen Modellvarianten des Personenkraftwagens Porsche 911 führe.
- 32 Dies liege daran, dass das Interesse des Benutzers für die Fahrzeuge, für die die einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster verwendet werden sollten, und seine Kenntnisse des betreffenden Marktsegments besonders hoch seien, wenn es sich wie vorliegend um „teure Luxuslimousinen oder Sportwagen“ handle, was gerade beim Fahrzeugmodell des Porsche 911, das sich schon über Jahrzehnte am Markt befinde, der Fall sei. Folglich könne der informierte Benutzer entgegen der Ansicht der Beschwerdekammer keine „fiktive Person“ oder unbestimmte Person sein, sondern müsse „mit Blick auf das konkret in Rede stehende Erzeugnis empirisch“ bestimmt werden.
- 33 Das EUIPO und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.
- 34 Nach dieser Zusammenfassung der von der Klägerin vorgebrachten Rügen ist als Erstes darauf hinzuweisen, dass diese mehrfach – zu Unrecht – geltend macht, die Erzeugnisse, auf die sich die einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster bezögen, erfassten nur allein „Sportwagen“ oder allein „Limousinen“ oder gar allein den Personenkraftwagen „Porsche 911“ und nicht, wovon die Beschwerdekammer ausgehen wollte, „Personenkraftwagen“ im Allgemeinen.
- 35 Insoweit ist jedoch erstens festzustellen, dass zur Bestimmung der Erzeugnisse, in die ein Geschmacksmuster aufgenommen oder bei denen es verwendet werden soll, zunächst die einschlägige Angabe in der Anmeldung zu berücksichtigen ist (Urteil vom 18. Juli 2017, Chanel/EUIPO – Jing Zhou und Golden Rose 999 [Ornament], T-57/16, EU:T:2017:517, Rn. 41).
- 36 Zweitens ist daneben gegebenenfalls auch das Geschmacksmuster selbst zu berücksichtigen, soweit es dieses erlaubt, die Art, die Bestimmung oder die Funktion des Erzeugnisses näher zu beschreiben. Die Berücksichtigung des Geschmacksmusters selbst kann es nämlich ermöglichen, das betreffende Erzeugnis innerhalb einer bei der Eintragung angegebenen weiter gefassten Erzeugniskategorie zu ermitteln (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 18. März 2010, Grupo Promer Mon Graphic/HABM – PepsiCo [Wiedergabe eines runden Werbeträgers], T-9/07, EU:T:2010:96, Rn. 56).
- 37 Zwar ist vorliegend zwischen den Parteien unstrittig, dass das angegriffene Geschmacksmuster für Kraftfahrzeuge verwendet werden soll. Jedoch kann die bloße Bezeichnung „Sportwagen“ oder „Limousinen“, die die Erzeugnisse, für die das angegriffene Geschmacksmuster verwendet werden soll, von der Klägerin erhalten haben, mangels näherer Angaben in diesem Sinne nicht ausreichen, um zu belegen, dass das von der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 verkörperte Geschmacksmuster ermöglicht, eine besondere Kategorie von Personenkraftwagen zu identifizieren, weil sich diese Fahrzeuge durch ihre Art, ihre Bestimmung oder ihre Funktion von Personenkraftwagen im Allgemeinen unterscheiden.

- 38 Zum einen nämlich gibt es in der aktuellen Internationalen Klassifikation für gewerbliche Muster und Modelle (vgl. oben, Rn. 3) keine derartige Kategorie, und zum anderen hat die Klägerin die Eintragung des angegriffenen Geschmacksmusters für die Erzeugnisse „Automobile, Busse und Lastwagen“ der Klasse 12-08 beantragt und erhalten.
- 39 Zudem kann, wie die Beschwerdekammer zu Recht ausgeführt hat, der Umstand, dass das Geschmacksmuster D 1 die Angabe „Heckspoiler für ein Kraftfahrzeug“ aufweist, den Schutzzumfang nicht einschränken, zumal das Geschmacksmuster D 1, das zur Untermauerung des Antrags auf Nichtigerklärung vorgelegt wurde und bezüglich dessen nicht bestritten wird, dass es offenbart wurde, die Seitenansicht eines Personenkraftwagens in seiner Gesamtheit zeigt. Ebenso kann klaggestellt werden, dass auch die dem Geschmacksmuster D 2 beigefügte Angabe „Kraftfahrzeug, insbesondere Sportwagen“ die Beurteilung der Beschwerdekammer nicht in Frage stellen kann, da dieses Geschmacksmuster, das für „Personenkraftwagen“ verwendet werden soll, folglich für alle Personenkraftwagen, also auch, aber nicht allein auf „Sportwagen“ anwendbar ist.
- 40 Unter diesen Umständen kann die Klägerin der Beschwerdekammer nicht mit Erfolg zum Vorwurf machen, davon ausgegangen zu sein, dass der Begriff des informierten Benutzers auf eine „fiktive Person“ Bezug nehme, da dieser gerade für die Prüfung der Eigenart eines Geschmacksmusters auf der Grundlage von Art. 6 der Verordnung Nr. 6/2002 geschaffene Rechtsbegriff nur allgemein als Hinweis auf eine Person mit Standardeigenschaften, nicht aber von Fall zu Fall in Bezug auf dieses oder jenes Geschmacksmuster definiert werden kann (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 7. November 2013, Springende Raubkatze, T-666/11, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:584, Rn. 32).
- 41 Um das Vorbringen der Klägerin, dass eine konkrete Prüfung des informierten Benutzers nicht stattgefunden habe (vgl. oben, Rn. 32), zurückzuweisen, hat sich die Beschwerdekammer insoweit zwar auf die Definition in der oben angeführten Rechtsprechung beschränkt, ohne also zu erörtern, inwiefern der Umstand, dass bestimmte Modelle sich schon über Jahrzehnte am Markt befunden hätten, nicht den Schluss zulasse, dass der Benutzer dieser Modelle, wie im Fall des Personenkraftwagens Porsche 911, besondere Aufmerksamkeit zeige und, wie die Klägerin betont, einen über das übliche Maß hinausreichenden Kenntnisstand habe.
- 42 Gleichwohl ist die angefochtene Entscheidung dadurch nicht unzureichend begründet, da die Beschwerdekammer in Rn. 20 der angefochtenen Entscheidung gerade ausgeführt hat, dass nach der im Übrigen bereits erwähnten Rechtsprechung im vorliegenden Fall auf die Kategorie von Erzeugnissen und nicht auf das konkret erfasste Erzeugnis abzustellen sei, so dass nicht der informierte Benutzer eines Personenkraftwagens Porsche 911, sondern der von Personenkraftwagen im Allgemeinen zu berücksichtigen sei.
- 43 Dass die Klägerin diese Analyse nicht teilt, ändert jedoch nichts daran, dass die Erwägungen der Beschwerdekammer zu diesem Punkt so klar und eindeutig dargelegt sind, dass die Klägerin ihnen in rechtlich hinreichender Weise die Gründe für die erlassene Maßnahme entnehmen konnte.
- 44 Folglich durfte die Beschwerdekammer auch ohne Rechts- oder Verfahrensfehler bei ihrer Beurteilung des Begriffs des informierten Benutzers der Erzeugnisse, für die die einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster verwendet werden sollten, die Verkehrsbefragungen unberücksichtigt lassen, die beim Publikum von Sportwagen durchgeführt worden waren, soweit sich die Klägerin tatsächlich auf diese Befragungen berufen wollte. In jedem Fall wäre dann, wenn die Klägerin der Beschwerdekammer hätte vorwerfen wollen, solche Befragungen nicht durchgeführt zu haben, diese Rüge irrelevant, da die allgemein definierte Aufmerksamkeit des normalen Benutzers nicht empirisch überprüft werden kann.
- 45 Nimmt man ferner an, die Klägerin habe sich auch auf eine Verletzung ihrer Verteidigungsrechte berufen wollen, da ihr „[der] Gegenbeweis [abgeschnitten]“ worden sei, reicht der bloße Verweis in der Klageschrift auf den Begriff „Verkehrsbefragung“ sowie auf Zeitungsartikel über den „Golf VIII“ offenkundig nicht aus, um die Behauptungen der Klägerin zu belegen, wonach

Aufmerksamkeitsgrad und Kenntnisstand des informierten Benutzers von Sportwagen höher seien als bei einem Benutzer von Personenkraftwagen im Allgemeinen; dabei behauptet die Klägerin insoweit lediglich, dass dem Personenkraftwagen Porsche 911 „selbstverständlich“ eine „erheblich gesteigerte“ Aufmerksamkeit zukomme im Vergleich zu „normalen“ Kraftfahrzeugen“, die keine besonderen Merkmale aufwiesen und „mehr oder minder austauschbar“ seien.

- 46 Nach alledem ist folglich die Rüge, die Beschwerdekammer habe den Begriff „informierter Benutzer“ fehlerhaft definiert, zurückzuweisen.

Zur Gestaltungsfreiheit des Entwerfers

- 47 Nach der einschlägigen Rechtsprechung wird der Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers insbesondere anhand der Vorgaben bestimmt, die sich aus den durch die technische Funktion des Erzeugnisses bedingten Merkmalen oder aus den auf das Erzeugnis anwendbaren gesetzlichen Vorschriften ergeben. Diese Vorgaben führen nämlich oder verpflichten gar zu einer Art Standardisierung bestimmter Bestandteile der betreffenden Erzeugnisse, die dann zu gemeinsamen, wenn nicht gar zwangsläufigen Merkmalen mehrerer beim betreffenden Erzeugnis verwendeter Geschmacksmuster werden (Urteil vom 10. September 2015, H&M Hennes & Mauritz/HABM – Yves Saint Laurent [Handtaschen], T-525/13, EU:T:2015:617, Rn. 28; vgl. auch Urteil vom 15. Oktober 2015, Promarc Technics/HABM – PIS [Türenteil], T-251/14, nicht veröffentlicht, EU:T:2015:780, Rn. 51 und die dort angeführte Rechtsprechung).
- 48 Je größer also die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei der Entwicklung des Geschmacksmusters ist, desto weniger reichen kleine Unterschiede zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern aus, um beim informierten Benutzer einen unterschiedlichen Gesamteindruck hervorzurufen. Je beschränkter umgekehrt die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei der Entwicklung des Geschmacksmusters ist, insbesondere durch die oben genannten Vorgaben, desto eher genügen kleine Unterschiede zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern, um bei dieser Gruppe von Benutzern einen unterschiedlichen Gesamteindruck hervorzurufen. Daher untermauert ein hoher Grad an Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei der Entwicklung des Geschmacksmusters die Schlussfolgerung, dass Geschmacksmuster, die keine signifikanten Unterschiede aufweisen, beim informierten Benutzer den gleichen Gesamteindruck hervorrufen (vgl. Urteil vom 15. Oktober 2015, Türenteil, T-251/14, nicht veröffentlicht, EU:T:2015:780, Rn. 52 und die dort angeführte Rechtsprechung).
- 49 Allerdings ist die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers kein Faktor, der die Beurteilung der Eigenart eines Geschmacksmusters allein bestimmen kann; vielmehr stellt er einen Umstand dar, der bei dieser Beurteilung berücksichtigt werden muss.
- 50 Bei der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers handelt es sich in diesem Zusammenhang um einen Faktor, der es ermöglicht, die Beurteilung der Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters zu nuancieren, und nicht um einen eigenständigen Faktor, der bestimmt, wie stark zwei Geschmacksmuster voneinander abweichen müssen, damit einem von ihnen Eigenart zukommt. Anders ausgedrückt ist der Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers somit ein Faktor, der die Schlussfolgerung in Bezug auf den von jedem der in Rede stehenden Geschmacksmuster hervorgerufenen Gesamteindruck untermauern oder, im Gegenteil, nuancieren kann (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 10. September 2015, H&M Hennes & Mauritz/HABM – Yves Saint Laurent [Handtaschen], T-526/13, nicht veröffentlicht, EU:T:2015:614, Rn. 33 und 35).
- 51 Schließlich darf das Geschmacksmuster als solches nicht als eine Wiedergabe des älteren Geschmacksmusters oder eine bloße bildliche Entwicklung der schöpferischen Idee anzusehen sein, die erstmals in diesem wiedergegeben wurde (vgl. Urteil vom 18. Juli 2017, Ornament, T-57/16, EU:T:2017:517, Rn. 32 und die dort angeführte Rechtsprechung).
- 52 Im vorliegenden Fall hat die Beschwerdekammer ausgeführt, dass bei Personenkraftwagen die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers durch die technische Funktion dieser Fahrzeuge eingeschränkt

sei, die der Beförderung von Personen und Lasten dienten und etwa Räder und eine Karosserie aufweisen müssten. Die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers unterliege auch gesetzlichen Vorgaben, insbesondere im Bereich der Verkehrssicherheit, die u. a. die verpflichtende Ausstattung mit Scheinwerfern, Rückleuchten oder Seitenspiegeln betreffen. Hingegen unterliege die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers hinsichtlich der Ausgestaltung dieser Bestandteile, die durch die Bestimmung dieser Transportmittel und durch verpflichtende gesetzliche Sicherheitsbestimmungen vorgegeben seien, keinen Beschränkungen.

- 53 Um diese Beurteilung in Frage zu stellen, bringt die Klägerin jedoch vor, dass die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers im vorliegenden Fall durch die Erwartungen des Marktes beschränkt sei, da die Verbraucher erwarteten, dass die dem Personenkraftwagen Porsche 911 zugrunde liegende, als „ikonisch“ empfundene Gestaltungsidee in den Folgemodellen beibehalten und folglich nur in bestimmten Grenzen fortentwickelt werde. Daher hätte die Beschwerdekammer die geringfügigen Unterschiede zwischen den aufeinanderfolgenden Baureihen des Personenkraftwagens Porsche 911 im Rahmen ihrer rechtlichen Prüfung „erkennen und ... gewichten“ müssen.
- 54 Das EUIPO und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.
- 55 Insoweit ist zunächst festzustellen, dass die Argumentation der Klägerin von der Prämisse ausgeht, wonach für die Beurteilung der Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters beim Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers auf die diesem Geschmacksmuster selbst eigenen Merkmale abzustellen ist und nicht auf die Merkmale der Erzeugnisse, für die es verwendet werden soll. Dies könnte, wie bereits oben in Rn. 36 ausgeführt worden ist, nur so weit der Fall sein, als das angegriffene Geschmacksmuster die Art, die Bestimmung oder die Funktion des Erzeugnisses, für das das Geschmacksmuster verwendet werden soll, näher beschreibt. Dies ist vorliegend aus den oben in Rn. 37 angeführten Gründen nicht der Fall. Folglich ist auf der Grundlage der oben in Rn. 48 genannten Rechtsprechung im vorliegenden Fall nicht der Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 zu beurteilen, sondern derjenige eines Entwerfers von Personenkraftwagen im Allgemeinen.
- 56 Die Beschwerdekammer konnte also zu Recht davon ausgehen, dass es auf das Vorbringen der Klägerin nicht ankomme und sie es daher bei der Beurteilung des Grades der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers im Rahmen ihrer Prüfung der Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters außer Acht lassen konnte.
- 57 Jedenfalls wird der Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers im Sinne von Art. 6 der Verordnung Nr. 6/2002 nach der oben in Rn. 47 angeführten Rechtsprechung anhand der Vorgaben bestimmt, die zu einer Standardisierung bestimmter Bestandteile der Erzeugnisse führen können, für die das betreffende Geschmacksmuster verwendet werden soll, also ihrer Art nach im Wesentlichen normative Vorgaben, die objektiv und kraft Gesetzes für sämtliche Entwerfer von Geschmacksmustern gelten, die für die betroffenen Erzeugnisse verwendet werden sollen.
- 58 Jedoch können die Erwartungen der Verbraucher, wie die von der Klägerin geltend gemachten, nämlich die „Gestaltungsidee“ des Urmodells des Personenkraftwagens Porsche 911 in den folgenden Baureihen wiederzufinden, keine normative Vorgabe darstellen, die die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers eines Personenkraftwagens zwingend einschränken, da sie weder mit der Art noch mit der Bestimmung dieses Erzeugnisses, in das das angegriffene Geschmacksmuster aufgenommen wird, oder mit dem Industriesektor, zu dem dieses Erzeugnis zählt, in Zusammenhang stehen.
- 59 Diese Erwartungen beziehen sich, wie die Klägerin selbst ausführt, vielmehr lediglich auf den „ikonischen“ Charakter des Designs des Personenkraftwagens Porsche 911, also auf den vermuteten Willen der Verbraucher, diesem über die Zeit hinweg treu zu bleiben, ohne dass sein Entwerfer, unabhängig von ästhetischen oder wirtschaftlichen Erwägungen, zwingend verpflichtet wäre, diese

zu erfüllen, um den Betrieb des Erzeugnisses, für das das in Rede stehende Geschmacksmuster verwendet werden soll, sicherzustellen.

- 60 So konnte bereits entschieden werden, dass eine allgemeine Designtendenz, die geeignet ist, die Erwartungen der betroffenen Verbraucher zu erfüllen, nicht als ein Faktor angesehen werden kann, der die Freiheit des Entwerfers beschränkt (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 17. November 2017, Ciarko/EUIPO – Maan [Dunstabzugshaube], T-684/16, nicht veröffentlicht, EU:T:2017:819, Rn. 29 und 30 sowie die dort angeführte Rechtsprechung), weil es diese Freiheit dem Entwerfer erlaubt, neue Formen und neue Linien zu entdecken oder innerhalb einer bestehenden bildlichen Tendenz Neues zu schaffen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 13. November 2012, Antrax It/HABM – THC [Heizkörper], T-83/11 und T-84/11, EU:T:2012:592, Rn. 95).
- 61 In diesem Zusammenhang konnte sich die Beschwerdekammer also entgegen dem Vorbringen der Klägerin zweckdienlich auf diese Rechtsprechung berufen, um die Rüge der Klägerin zurückzuweisen und bei ihrer Prüfung der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei der Entwicklung des angegriffenen Geschmacksmusters die Besonderheiten des Personenkraftwagens Porsche 911 unberücksichtigt zu lassen.
- 62 Unter diesen Umständen hat die Beschwerdekammer daher zu Recht entschieden, dass die potenziellen Erwartungen des Marktes nicht zu berücksichtigen seien, um im vorliegenden Fall den Grad der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers zu bestimmen.
- 63 Diese Schlussfolgerung kann die Klägerin auch nicht durch die Bezugnahme auf ein Urteil des Oberlandesgerichts Stuttgart (Deutschland) in Frage stellen. Die Rechtmäßigkeit der Entscheidungen der Beschwerdekammern ist nämlich ausschließlich nach der Verordnung Nr. 6/2002 in ihrer Auslegung durch den Unionsrichter zu prüfen und nicht anhand nationaler Rechtsprechung zu beurteilen, und zwar auch dann, wenn diese auf Bestimmungen beruht, die denjenigen der Verordnung entsprechen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 4. Juli 2017, Murphy/EUIPO – Nike Innovate [Elektronisches Uhrenarmband], T-90/16, nicht veröffentlicht, EU:T:2017:464, Rn. 72 und die dort angeführte Rechtsprechung).
- 64 Aus dem gleichen Grund kann die Klägerin dem EUIPO auch die Erwägungen im Grünbuch der Kommission über den rechtlichen Schutz gewerblicher Muster und Modelle selbst dann nicht entgeghalten, wenn man annimmt, dass diesem Dokument Rechtsverbindlichkeit zukommen kann.
- Zum Vergleich des von den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern jeweils hervorgerufenen Gesamteindrucks*
- 65 Nach der Auffassung der Beschwerdekammer ruft das angegriffene Geschmacksmuster in der Wahrnehmung des informierten Benutzers keinen von dem der älteren Geschmacksmuster D 1 und D 2, die ein Vorgängermodell des Erzeugnisses des angegriffenen Geschmacksmusters wiedergeben, unterschiedlichen Gesamteindruck hervor (vgl. oben, Rn. 15 bis 17).
- 66 Die Seitenansichten der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster zeigten eine weitgehende Übereinstimmung hinsichtlich der Form und Linienführung der Karosserie, der Anordnung der Tür, der Fenster, der vorderen und hinteren Scheinwerfer und des seitlichen Blinklichts. Unter diesen Umständen seien die geringfügigen Unterschiede, die insbesondere bei der Ausgestaltung der vorderen und hinteren Stoßstange, beim Fugenverlauf der Heckklappe oder wegen des Vorhandenseins eines Heckspoilers nur bei den älteren Geschmacksmustern auftreten könnten, nicht hinreichend ausgeprägt, um sich auf den beim informierten Benutzer hervorgerufenen Gesamteindruck nennenswert auszuwirken.
- 67 Darüber hinaus könne dieses Ergebnis durch die anderen Ansichten des angegriffenen Geschmacksmusters, die den in seinen Seitenansichten offenbarten Merkmalen nichts Nennenswertes hinzufügen, nicht in Frage gestellt werden.

- 68 Um diese Beurteilung der Beschwerdekammer in Frage zu stellen, macht die Klägerin ihrerseits zunächst geltend, dass diese bei der Prüfung der Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters mehrere Rechts- bzw. Verfahrensfehler begangen habe.
- 69 So hätte die Beschwerdekammer die Präsentation des Erzeugnisses in der Werbung sowie in den der Akte beigefügten Abbildungen berücksichtigen müssen, die tatsächliche Benutzungssituationen des Erzeugnisses dokumentierten, und nicht nur solche Ansichten, die zur Stützung der Anträge auf Eintragung und auf Nichtigerklärung vorgelegt worden seien. Dadurch könne nämlich das Erzeugnis bei seiner bestimmungsgemäßen Verwendung wahrgenommen werden, was die Beschwerdekammer im Rahmen eines unmittelbaren Vergleichs der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster hätte berücksichtigen müssen.
- 70 Sodann habe die Beschwerdekammer den Besonderheiten des Kaufverhaltens des informierten Benutzers und insbesondere dem Umstand nicht Rechnung getragen, dass dieser Benutzer als potenzieller Käufer zwangsläufig auf die – selbst geringen – Unterschiede zwischen den Baureihen ein und desselben Modells achte, da er durch Werbung und die Medien über Marktentwicklungen und aktuelle Trends und folglich darüber informiert werde, was das auf den Markt gekommene neue Modell von den Vorgängermodellen unterscheide. Daher sei im vorliegenden Fall hinsichtlich des Vergleichs von ähnlichen Erzeugnissen die Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters unter Berücksichtigung der Anforderungen des Marktes zu beurteilen.
- 71 Darüber hinaus habe die Beschwerdekammer einen Rechtsfehler begangen, indem sie an die Anerkennung der Eigenart eines Geschmacksmusters „wesentlich höhere Anforderungen“ gestellt habe, als sie nach der Rechtsprechung für die Beurteilung der Neuheit eines solchen Geschmacksmusters erforderlich seien. Eine solche Neuheit werde nämlich selbst dann anerkannt, wenn die Unterschiede zwischen dem angegriffenen und dem älteren Geschmacksmuster, ohne unwesentlich zu sein, als gering angesehen werden können.
- 72 Schließlich hätte die Beschwerdekammer bei ihrem Vergleich der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster die Front- und Heckansichten des angegriffenen Geschmacksmusters nicht berücksichtigen dürfen, da nur die Seitenansichten der Geschmacksmuster D 1 und D 2 offenbart worden seien.
- 73 Das EUIPO und die Streithelferin treten diesem Vorbringen in seiner Gesamtheit entgegen.
- 74 Insoweit geht zunächst aus der einschlägigen Rechtsprechung hervor, dass der Vergleich der durch die Geschmacksmuster erweckten Gesamteindrücke synthetischer Art sein muss und sich nicht auf den analytischen Vergleich einer Aufzählung von Ähnlichkeiten und Unterschieden beschränken kann (Urteil vom 29. Oktober 2015, Roca Sanitario/HABM – Villeroy & Boch [Einhandmischer], T-334/14, nicht veröffentlicht, EU:T:2015:817, Rn. 58).
- 75 Bei der Prüfung der Eigenart eines Geschmacksmusters ist deshalb der Gesamteindruck des angegriffenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters mit dem Gesamteindruck zu vergleichen, der von jedem einzelnen älteren Geschmacksmuster hervorgerufen wird, das vom Antragsteller auf Nichtigerklärung wirksam geltend gemacht wird (Urteil vom 22. Juni 2010, Shenzhen Taiden/HABM – Bosch Security Systems [Fernmeldegeräte], T-153/08, EU:T:2010:248, Rn. 24).
- 76 Im Übrigen darf sich dieser Vergleich nur auf die tatsächlich geschützten Elemente stützen, ohne die vom Schutz ausgeschlossenen Merkmale zu berücksichtigen. So muss dieser Vergleich die Geschmacksmuster, wie sie eingetragen sind, betreffen, ohne dass von demjenigen, der den Antrag auf Nichtigerklärung gestellt hat, eine grafische Wiedergabe des geltend gemachten Geschmacksmusters verlangt werden kann, die mit der Wiedergabe in der Anmeldung des angegriffenen Geschmacksmusters vergleichbar ist (vgl. Urteil vom 7. November 2013, Springende Raubkatze, T-666/11, nicht veröffentlicht, EU:T:2013:584, Rn. 30 und die dort angeführte Rechtsprechung).

- 77 Die Pflicht, den Gesamteindruck, der von den in Rede stehenden Geschmacksmustern jeweils hervorgerufen wird, zu vergleichen, schließt allerdings nicht aus, als Wiedergaben desselben älteren Geschmacksmusters Elemente zu berücksichtigen, die der Öffentlichkeit auf unterschiedliche Art und Weise – insbesondere durch die Präsentation eines das eingetragene Geschmacksmuster verkörpernden Produkts – zugänglich gemacht wurden.
- 78 Zweck der Eintragung eines Geschmacksmusters ist es nämlich, insbesondere für die Herstellung und die Vermarktung des das Geschmacksmuster verkörpernden Produkts ein ausschließliches Recht zu erlangen. Demzufolge stehen die in der Anmeldung enthaltenen Abbildungen im Allgemeinen mit dem Aussehen des vermarkteten Produkts in engem Zusammenhang (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 22. Juni 2010, Fernmeldegeräte, T-153/08, EU:T:2010:248, Rn. 25).
- 79 In diesem Zusammenhang ist die Berücksichtigung, selbst zur Veranschaulichung bei diesem Vergleich, der tatsächlich vertriebenen Erzeugnisse allerdings nur gültig, wenn die Produkte den Geschmacksmustern, wie sie eingetragen sind, entsprechen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 20. Oktober 2011, PepsiCo/Grupo Promer Mon Graphic, C-281/10 P, EU:C:2011:679, Rn. 73 und 74).
- 80 Nach diesem Hinweis auf die bereits ergangene Rechtsprechung ist zunächst festzustellen, dass die Klägerin in ihrer Klageschrift nicht erläutert hat, auf welche Elemente der Abbildungen sie sich während des Verfahrens berufen habe und die die Beschwerdekammer bei ihrem Vergleich der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster hätte berücksichtigen sollen, sondern sich in diesem Punkt auf ganz allgemeine Erwägungen beschränkt hat.
- 81 Unter diesen Umständen ist mangels hinreichender näherer Ausführungen und da sich die Klägerin nicht wirksam auf Abbildungen der tatsächlich vertriebenen Erzeugnisse, die aber nicht den Merkmalen der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster entsprechen, wie sie in den Anmeldungen offenbart worden waren, berufen kann, die Rüge zurückzuweisen, dass die Beschwerdekammer die Abbildungen des Erzeugnisses in der Werbung oder in „bildliche[n] Wiedergaben der konkreten Verkaufssituation“ hätte berücksichtigen müssen.
- 82 Insoweit kann des Weiteren darauf hingewiesen werden, dass die Beschwerdekammer, wie sich aus Rn. 32 der angefochtenen Entscheidung ergibt, die Erläuterungen der Klägerin zu diesem Punkt sehr wohl geprüft, aber die Auffassung vertreten hat, dass deren Vorbringen im vorliegenden Fall unerheblich sei.
- 83 Entgegen dem Vorbringen der Klägerin hat die Beschwerdekammer ferner, wie sich aus Rn. 23 der angefochtenen Entscheidung ergibt, einen direkten Vergleich zwischen dem von dem angegriffenen Geschmacksmuster hervorgerufenen Gesamteindruck und dem Gesamteindruck der älteren Geschmacksmuster durchgeführt. Insoweit kann auch nicht geltend gemacht werden, dass dieser Vergleich vorgenommen worden sei, ohne die bestimmungsgemäße Verwendung des in Rede stehenden Erzeugnisses zu berücksichtigen, da die Beschwerdekammer in Rn. 21 der angefochtenen Entscheidung ausdrücklich festgehalten hat, dass der informierte Benutzer derjenige sei, der Fahrzeuge fahre und benutze.
- 84 Darüber hinaus kann die Klägerin auch nicht mit Erfolg vorbringen, die Beschwerdekammer hätte die spezifischen Gegebenheiten des betroffenen Marktes nicht berücksichtigt. Tatsächlich hat die Beschwerdekammer ebenfalls in Rn. 21 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass davon auszugehen sei, dass der informierte Benutzer wissen müsse, dass die Hersteller angesichts der hohen Kosten nicht beständig neue Modelle entwickelten, sondern bevorzugt Modelle, insbesondere wenn sie von den informierten Benutzern auf dem relevanten Markt geschätzt worden seien, regelmäßig modernisierten. Eine solche Modellpflege ermögliche es, gleichzeitig allgemeinen modischen Trends zu folgen, ohne jedoch die charakteristischen Merkmale des jeweils betroffenen Fahrzeugmodells aufzugeben.
- 85 Sodann ist hinsichtlich des Rechtsfehlers, den die Beschwerdekammer dadurch begangen haben

soll, dass sie an die Anerkennung der Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters „wesentlich höhere Anforderungen“ gestellt habe als diejenigen, die für die Anerkennung von dessen „Neuheit“ unerlässlich seien, darauf hinzuweisen, dass sich die Voraussetzungen der Neuheit gemäß Art. 5 der Verordnung Nr. 6/2002 und die der Eigenart nach deren Art. 6 zwar zu einem gewissen Grad überschneiden können, doch dürfen diese beiden Voraussetzungen in rechtlicher Hinsicht nicht vermengt werden, da ihre Einhaltung bei zwei unterschiedlichen Nichtigkeitsgründen Anwendung findet, die folglich rechtlich unterschiedliche Kriterien erfüllen.

- 86 Aus Art. 5 Abs. 2 der Verordnung Nr. 6/2002 geht nämlich hervor, dass zwei Geschmacksmuster als identisch gelten, wenn sich ihre Merkmale nur in unwesentlichen Einzelheiten unterscheiden, d. h. in Einzelheiten, die keine Unterschiede, nicht einmal geringe, zwischen diesen Geschmacksmustern hervorrufen. Im Umkehrschluss ist für die Beurteilung der Neuheit eines Geschmacksmusters zu prüfen, ob zwischen den alten und neuen Geschmacksmustern Unterschiede, die nicht unwesentlich sind, vorhanden sind, auch wenn diese gering sein mögen (Urteil vom 6. Juni 2013, Kastenholz/HABM – Qwatchme [Uhrenzifferblätter], T-68/11, EU:T:2013:298, Rn. 37).
- 87 Somit entsprechen Wortlaut und Tragweite von Art. 6 der Verordnung Nr. 6/2002, wie er oben in Rn. 24 genannt worden ist, nicht Wortlaut und Tragweite von Art. 5 dieser Verordnung, was aber die Klägerin geltend machen wollte und dabei im Übrigen das Urteil vom 6. Juni 2013, Uhrenzifferblätter (T-68/11, EU:T:2013:298), fehlerhaft ausgelegt hat. Daher wird ein Geschmacksmuster als neu im Sinne von Art. 5 der Verordnung Nr. 6/2002 angesehen werden können, obwohl es keine Eigenart im Sinne von deren Art. 6 aufweist (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 14. März 2018, Gifi Diffusion/EUIPO – Crocs [Fußbekleidung], T-424/16, nicht veröffentlicht, EU:T:2018:136, Rn. 48).
- 88 Nach alledem kann nicht als Rechtsfehler beanstandet werden, dass die Beschwerdekammer die Unterschiede als unzureichend zurückgewiesen hat, die, selbst wenn man sie als gering ansieht, nicht für unbedeutend erachtet werden konnten.
- 89 Da die Klägerin nicht präzisiert hat, welche „wesentlich höhere[n] Anforderungen“ die Beschwerdekammer angewandt haben sollte, kann auch die entsprechende Rüge keinen Erfolg haben.
- 90 Obwohl die Geschmacksmuster D 1 und D 2 nur als Seitenansicht vorgelegt worden sind, durfte die Beschwerdekammer schließlich auf der Grundlage der oben in Rn. 76 angeführten Rechtsprechung bei ihrem Vergleich des von den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern jeweils hervorgerufenen Gesamteindrucks zu Recht auch die anderen Ansichten des angegriffenen Geschmacksmusters berücksichtigen, durch die dieses unstrittig offenbart worden ist, da der Vergleich die Geschmacksmuster so umfassen muss, wie sie eingetragen sind.
- 91 Die Klägerin hat zunächst die Vorgehensweise der Beschwerdekammer in Frage gestellt und sodann deren Schlussfolgerungen beanstandet, wonach die Unterschiede zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern aus der Sicht des informierten Benutzers keinen abweichenden Gesamteindruck hervorrufen könnten. Nach Ansicht der Klägerin rufen zahlreiche „Einzelabweichungen“ – dreizehn an der Zahl, wie sie in der mündlichen Verhandlung präzisiert hat – zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern vielmehr einen „gänzlich“ verschiedenen Gesamteindruck hervor. So wirke das Modell der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 „kompakter, dynamischer und aggressiver“ als das Vorgängermodell, das „gleichsam ‚langgezogener‘“ sei und „flacher“ wirke. Das Heckteil des angegriffenen Geschmacksmusters sei „größer“ und „ausladender“ geworden, während das vordere Leuchtendesign „vollkommen verändert“ worden sei; dabei habe das Modell der Baureihe 996 erstmals in der Geschichte des Porsche 911 keine „runden“ Scheinwerfer, sondern Integralscheinwerfer besessen, die als „Spiegeleier“ bezeichnet worden seien. Das Modell der

Baureihe 997 habe daher wieder „sein eigentümlich-typisches Porsche-Gesicht gefunden, ohne dabei rückwärtsgewandt zu sein“.

- 92 Das EUIPO und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.
- 93 Als Erstes hat die Beschwerdekammer hinsichtlich des Vergleichs der Seitenansichten zu Recht die Auffassung vertreten, dass diese eine weitgehende Übereinstimmung bei der Form und Linienführung der Karosserie der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster, bei der Form und Anordnung der Tür und der Fenster sowie bei der Anordnung der vorderen und hinteren Scheinwerfer und des seitlichen Blinklichts zeigten.
- 94 Insoweit erscheinen die Beanstandungen der Klägerin rein subjektiv und beruhen nicht in rechtlich hinreichender Weise auf genauen und konkreten Elementen, die einen Vergleich zwischen den in Frage stehenden Geschmacksmustern objektiv stützen können. Selbst angenommen, diese Behauptungen, wonach etwa der Schweller bei der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 „bewusst aus der Karosserie herausgeführt“ sei, während sich der Schweller bei der Baureihe 996 „harmonisch in die Karosserie einfüg[e]“, wonach die vorderen Kotflügel beim angegriffenen Geschmacksmuster „aufgerichteter“ seien oder aber die Seitenspiegel beim Sportwagenprofil „im Wortsinn [herausragen]“ und beim älteren Geschmacksmuster in „V-Form“ statt einer „rechteckigen Linienführung“ aufträten, seien zutreffend und von Belang, können sie jedenfalls nicht ausreichen, um den Gesamteindruck der Ähnlichkeit zwischen den Seitenansichten der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster in Frage zu stellen.
- 95 Entgegen dem Vorbringen der Klägerin sind diese Unterschiede nicht hinreichend ausgeprägt, als dass die seitliche Linienführung des älteren Geschmacksmusters – anders als beim angegriffenen Geschmacksmuster – „nach hinten abfallend gleichsam wie mit dem Lineal gezogen“ erscheinen könnte.
- 96 In diesem Zusammenhang hat die Beschwerdekammer in Rn. 29 der angefochtenen Entscheidung zu Recht feststellen können, dass die geringfügigen Unterschiede bei der Ausgestaltung der vorderen und hinteren Stoßstange (nach unten abgeschrägt beim angegriffenen Geschmacksmuster, aber waagrecht bei den älteren Geschmacksmustern), bei der Anordnung der Lufteinlässe (beim angegriffenen Geschmacksmuster schmaler und weniger deutlich zu sehen) oder beim Fugenverlauf der Heckklappe (oberhalb des rückwärtigen Scheinwerfers beim angegriffenen Geschmacksmuster, bei den älteren Geschmacksmustern aber darunter) nicht hinreichend bedeutsam seien, um den Gesamteindruck der Ähnlichkeit zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern, die beide durch die „nahezu identisch[e]“ Form ihrer Karosserie geprägt seien, nennenswert zu beeinflussen.
- 97 Zwar trifft es zu, dass allein das Geschmacksmuster D 1 einen Heckspoiler aufweist, der beim angegriffenen Geschmacksmuster nicht vorhanden ist, jedoch ist dieses Element, das, wie das Geschmacksmuster D 2 zeigt, sich im Geschmacksmuster der Baureihe 996 des Personenkraftwagens Porsche 911 nicht wiederfinden kann, als ein Zubehörteil anzusehen, das der Kunde somit als Option bestellen kann, so dass Fahrzeuge ein und desselben Modells unterschiedlich sein können. Daher kann ein solcher Spoiler, der leicht vom Hauptprodukt entfernt werden kann und zu einem im Vergleich mit dem Hauptprodukt relativ niedrigen Preis verkauft wird, keinen bedeutenden Teil des Geschmacksmusters D 1 darstellen (vgl. in diesem Sinne und entsprechend Urteil vom 4. Februar 2014, Sachi Premium-Outdoor Furniture/HABM – Gandia Blasco [Sessel], T-357/12, nicht veröffentlicht, EU:T:2014:55, Rn. 37 und 38).
- 98 Aus dem gleichen Grund ist der Umstand, dass die Beschwerdekammer in Rn. 31 der angefochtenen Entscheidung fehlerhaft angenommen hat, dass die Rückansicht des angegriffenen Geschmacksmusters wie auch die Seitenansicht des Geschmacksmusters D 2 ebenfalls einen Spoiler aufweise, ohne Auswirkung auf den Vergleich des von den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern jeweils hervorgerufenen Gesamteindrucks.

- 99 Als Zweites ist die Beschwerdekammer hinsichtlich der anderen Ansichten des angegriffenen Geschmacksmusters, die sie beim Vergleich des von den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern jeweils hervorgerufenen Gesamteindrucks zu berücksichtigen hatte, davon ausgegangen, dass sie den Gesamteindruck der Ähnlichkeit, der sich aus der Analyse der in den Seitenansichten offenbarten Merkmale ergebe, nicht in Frage stellten.
- 100 Um diese Beurteilung zu beanstanden, stützt sich die Klägerin im Wesentlichen auf die Rück- und Vorderansichten des Geschmacksmusters der Baureihe 996 des Personenkraftwagens Porsche 911, bevor sie sinngemäß zu dem Ergebnis gelangt, dass keine Ähnlichkeit mit den Ansichten des Geschmacksmusters der Baureihe 997 dieses Personenkraftwagens, wie sie eingetragen sind, bestehe.
- 101 Da jedoch die Rück- und Vorderansicht des Geschmacksmusters der Baureihe 996 des Personenkraftwagens Porsche 911 nicht vorgelegt worden waren, um den Antrag auf Nichtigerklärung zu stützen, ist es nicht Sache der Beschwerdekammer, den beim informierten Benutzer durch die einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster jeweils hervorgerufenen Gesamteindruck auf der Grundlage dieser Ansichten, wie sie von der Klägerin geltend gemacht worden sind, zu vergleichen. Daher kann die Klägerin die Beurteilung der Beschwerdekammer auf der Grundlage der Vorder- oder Rückansicht der älteren Geschmacksmuster nicht erfolgreich beanstanden.
- 102 Darüber hinaus ist hierzu darauf hinzuweisen, dass von demjenigen, der den Antrag auf Nichtigerklärung gestellt hat, keine grafische Wiedergabe des geltend gemachten Geschmacksmusters verlangt werden kann, die mit der Wiedergabe in der Anmeldung des angegriffenen Geschmacksmusters vergleichbar ist.
- 103 Demnach können die Umstände, dass der trapezförmige Frontdeckel, wie die Klägerin geltend macht, „breiter und länger“ geworden sei, mit einem „Fugenverlauf[, der einer] klaren ... Linie [folge]“, oder dass die Lufteinlässe beim Geschmacksmuster der Baureihe 996 fünfgeteilt, aber beim Geschmacksmuster der Baureihe 997 durchgehend erschienen, oder dass bei diesem Geschmacksmuster die Vorderleuchten „wieder getrennt“ seien, während sie beim Vorgängermodell zu einem „Integralscheinwerfer“ mit der Form von „Spiegeleier[n]“ gehörten, nicht den Eindruck der Ähnlichkeit zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern verändern, der, da die Geschmacksmuster insgesamt verglichen werden müssen, weiterhin eindeutig von der nahezu identischen Form ihrer Vorderkarosserie dominiert wird.
- 104 Dies gilt insbesondere in Anbetracht der vergleichbaren Neigung der Frontdeckel und der ebenfalls ähnlichen Anordnung der Scheinwerfer, wobei dieser Eindruck der Ähnlichkeit, der in den Seitenansichten der älteren Geschmacksmuster sichtbar ist, durch die Vorder- und Rückansichten des angegriffenen Geschmacksmusters bestätigt wird.
- 105 Dies gilt umso mehr, als der informierte Benutzer kein Fachmann im Bereich Design ist, der daher besonders auf sämtliche Einzelheiten, wie etwa die Lufteinlässe oder die Leuchten, achtet, sondern die Geschmacksmuster auf der Grundlage des von ihnen hervorgerufenen Gesamteindrucks vergleicht, der sich, wie oben in Rn. 74 ausgeführt worden ist, nicht auf den analytischen Vergleich einer Aufzählung von Ähnlichkeiten und Unterschieden beschränken kann.
- 106 Aus denselben Gründen können auch die von der Klägerin aufgezeigten Unterschiede beim Heckteil der in Frage stehenden Geschmacksmuster, das beim angegriffenen Geschmacksmuster angesichts des „Fugenverlaufs zwischen Heckteil und Heckleuchten“ „breiter“ und „ausladender“ geworden sei, oder der Form des Heckdeckels, der Heckblende oder der Kennzeichenaufnahme keinen unterschiedlichen Gesamteindruck begründen, da diese Unterschiede, wie die Beschwerdekammer zu Recht ausführt, den in den Seitenansichten offenbarten Merkmalen nichts Nennenswertes hinzufügen.
- 107 Dabei hat die Beschwerdekammer, anders als die Klägerin geltend macht, nicht in Bezug auf die

vordere und hintere Form der älteren Geschmacksmuster „spekuliert“, sondern hat sich zu Recht auf den Hinweis beschränkt, dass der Gesamteindruck, den diese Merkmale beim informierten Publikum hervorriefen, nicht von dem Gesamteindruck abweiche, den das angegriffene Geschmacksmuster angesichts sämtlicher zu seiner Stützung vorgebrachter Ansichten hervorrufe, weil, wie auch das EUIPO in der mündlichen Verhandlung zutreffend ausgeführt hat, diese Merkmale, wie die Größe und Anordnung der Scheinwerfer und der Stoßstangen oder die Neigung des Deckels auch bei den Seitenansichten der älteren Geschmacksmuster erschienen.

- 108 Im Übrigen erkennt die Klägerin die Behauptung der Beschwerdekammer als zutreffend an, wonach der informierte Benutzer wisse, dass ein Fahrzeug symmetrisch aufgebaut sei und die Merkmale, die auf der einen Seite zu finden seien, sich auch auf der anderen Seite fänden.
- 109 Diese Feststellung führt aber vorliegend und entgegen dem, was die Klägerin anscheinend meint, nicht zu der Schlussfolgerung, dass es die Seitenansichten der älteren Geschmacksmuster dem informierten Benutzer nicht ermöglichten, das Geschmacksmuster der Baureihe 996 des Personenkraftwagens Porsche 911 insgesamt zu erfassen, da die Geschmacksmuster D 1 und D 2 sehr wohl dieses Geschmacksmuster in seinen drei Dimensionen wiedergeben.
- 110 Dass die Vorder- und Heckteile als solche nicht in den Seitenansichten der älteren Geschmacksmuster erscheinen, kann unter diesen Umständen aus diesem Grund allein nicht zu der Annahme führen, dass sich das angegriffene Geschmacksmuster hinreichend von den älteren Geschmacksmustern unterscheidet, um eintragungsfähige Eigenart zu besitzen.
- 111 Darüber hinaus bringt die Klägerin zwar vor, die Vorderansichten seien bei den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern „gänzlich verschieden“, jedoch beschränkt sie sich auf die Äußerung, dass diese Feststellung „ersichtlich keiner weiteren Erläuterung [bedürfe]“. Was die Heckansicht betrifft, kann entgegen der Behauptung der Klägerin der Umstand, dass das Geschmacksmuster D 1 mit der Angabe „Heckspoiler für ein Kraftfahrzeug“ versehen ist, nicht dazu führen, die anderen Merkmale dieses Geschmacksmusters für die Beurteilung der Eigenart des angegriffenen Geschmacksmusters außer Acht zu lassen, da diese Merkmale, wie bereits oben in Rn. 39 festgestellt worden ist, zusammen mit dem Geschmacksmuster in seiner Gesamtheit offenbart worden sind.
- 112 Unter diesen Umständen ist die Beschwerdekammer zu Recht im Wesentlichen zu dem Schluss gelangt, dass die Seitenansichten der einander gegenüberstehenden Geschmacksmuster so ähnlich seien, dass die von den anderen Ansichten des angegriffenen Geschmacksmusters aufgezeigten Elemente nicht ausreichen, um in der Wahrnehmung des informierten Benutzers einen abweichenden Gesamteindruck zu erzeugen.
- 113 Nach alledem und da die Beschwerdekammer, wie aus den Rn. 27 bis 31 der angefochtenen Entscheidung hervorgeht, entgegen dem Vorbringen der Klägerin sehr wohl sämtliche Unterschiede zwischen den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern berücksichtigt hat, ohne sich auf die Standlichter und das Design der Stoßstangen zu beschränken, ist sie ohne Beurteilungsfehler davon ausgegangen, dass der von den einander gegenüberstehenden Geschmacksmustern beim informierten Benutzer jeweils hervorgerufene Gesamteindruck nicht wesentlich unterschiedlich gewesen sei.
- 114 Das weitere Vorbringen der Klägerin vermag dieses Ergebnis nicht in Frage zu stellen.
- 115 So kann sich die Klägerin nicht sachdienlich auf Presseartikel, Artikel der Fachliteratur oder auf die Meinungen von Jurys im Bereich Design berufen, um die Beurteilung der Beschwerdekammer in Frage zu stellen, da es darum geht, den Gesamteindruck aus der Sicht des informierten Benutzers zu beurteilen, der zwar die verschiedenen Geschmacksmuster in dem betreffenden Wirtschaftsbereich kennt und über gewisse Kenntnisse verfügt, die es ihm ermöglichen, eine verhältnismäßig große Aufmerksamkeit an den Tag zu legen, jedoch weder ein technischer Sachverständiger noch ein Designfachmann ist.

- 116 Insbesondere kann der Umstand, dass die Jury des „Designpreises Bundesrepublik Deutschland in Gold“ „die behutsame und raffinierte Modernisierung einer einmaligen Stilikone“ hervorgehoben und dabei auf das Geschmacksmuster der Baureihe 997 des Personenkraftwagens Porsche 911 Bezug genommen habe, das durch eine „Rückbesinnung“ auf zentrale Elemente seiner 911-Vorgänger gekennzeichnet sei, nicht mit Erfolg geltend gemacht werden, um die Beurteilung der Eigenart dieses Geschmacksmusters im Hinblick auf die Bestimmungen von Art. 6 der Verordnung Nr. 6/2002 durch die Beschwerdekammer zu beanstanden. Darüber hinaus hat die Streithelferin Presseartikel beigebracht, die zu einer gegenteiligen Schlussfolgerung gelangten als diejenige, auf die sich die Klägerin stützen möchte, und die „die jahrzehntelange Kontinuität der Gestaltung des Porsche 911“ und seine „unverwechselbare Karosserieform“ betonten.
- 117 Nach alledem ist der erste Teil des einzigen Klagegrundes zurückzuweisen.
- Zum zweiten Teil des einzigen Klagegrundes: Verstoß gegen Art. 25 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 6/2002 in Verbindung mit deren Art. 5***
- 118 Nach Ansicht der Klägerin ist das angegriffene Geschmacksmuster als neu im Sinne von Art. 5 der Verordnung Nr. 6/2002 anzusehen.
- 119 Jedoch ist darauf hinzuweisen, dass dieses Vorbringen jedenfalls im vorliegenden Rechtsstreit ins Leere geht. Denn die Beschwerdekammer hat diese Bestimmung nicht angewandt, da sie zu Recht davon ausgehen konnte, dass die Prüfung der Neuheit des angegriffenen Geschmacksmusters nicht erforderlich sei, weil die fehlende Eigenart ausreichte, um seinem Schutz gemäß Art. 4 Abs. 1 der Verordnung Nr. 6/2002 entgegenzustehen.
- 120 Demnach ist der zweite Teil des einzigen Klagegrundes zurückzuweisen und daher die Klage insgesamt abzuweisen.

Kosten

- 121 Nach Art. 134 Abs. 1 der Verfahrensordnung des Gerichts ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen.
- 122 Da die Klägerin im vorliegenden Fall unterlegen ist, sind ihr gemäß den Anträgen des EUIPO und der Streithelferin die Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Dritte Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

- 1. Die Klage wird abgewiesen.**
- 2. Die Dr. Ing. h.c. F. Porsche AG trägt die Kosten.**

Frimodt Nielsen

Póltorak

Perillo

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 6. Juni 2019.

Der Kanzler

Der Präsident

E. Coulon

S. Gervasoni

*
_ Verfahrenssprache: Deutsch.