

BVGer B-3030/2022 vom 27. Oktober 2025

Bundesverwaltungsgericht, 2025-10-27, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-3030_2022

FR: TAF B-3030/2022 du 27 octobre 2025

IT: TAF B-3030/2022 del 27 ottobre 2025

Regeste

Löschungsverfahren

Erwägungen

E. 1

Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung von Beschwerden gegen Entscheide der Vorinstanz in Löschungssachen nach Art. 35a ff. MSchG zuständig (Art. 31, 32 und 33 Bst. e VGG). Die Beschwerdeführerin ist als Adressatin der angefochtenen Verfügung beschwerdelegitimiert (Art. 48 Abs. 1 VwVG), hat den verlangten Kostenvorschuss fristgerecht geleistet (Art. 63 Abs. 4 VwVG) und ihre Beschwerde frist- und formgerecht eingereicht (Art. 50 und 52 Abs. 1 VwVG). Auch die übrigen Sachurteilsvoraussetzungen liegen vor (Art. 44 ff. VwVG). Auf die Beschwerde ist demnach einzutreten.

E. 2.1

Die revidierte Fassung des Bundesgesetzes vom 28. August 1992 über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Markenschutzgesetz, MSchG, SR 232.11) ist seit dem 1. Januar 2017 in Kraft. Das Gesetz und die zugehörige Verordnung vom 23. Dezember 1992 über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchV, SR 232.111) bilden unter anderem die Grundlage des administrativen Löschungsverfahrens. Dieses beruht insbesondere auf Art. 35a und 35b MSchG.

E. 2.2

Das Gesetz sieht vor, dass "jede Person" einen Antrag auf Löschung wegen Nichtgebrauchs stellen kann (Art. 35a Abs. 1 MSchG). Der Antrag kann frühestens fünf Jahre nach unbenütztem Ablauf der Widerspruchsfrist (Art. 35a Abs. 2 Bst. a MSchG) oder im Falle eines Widerspruchsverfahrens fünf Jahre nach dessen Abschluss (Art. 35a Abs. 2 Bst. b MSchG) gestellt werden. Nach Ablauf der Karenzfrist endet der Markenschutz nicht erst mit der Löschung der Marke aus dem Register, sondern bereits, sobald und soweit die Marke nicht mehr rechtserhaltend gebraucht wird (Urteil des BVGer B-1137/2022 vom 17. Mai 2023 E. 2.2 "LA HISPANO-SUIZA"). Eine eingetragene, aber nicht gebrauchte Marke ist schutzlos, weil sie die ihr zuge dachte Unterscheidungs- und Herkunftsfunktion nicht (mehr) erfüllt (BGE 139 III 424 E. 2.2.1 "Mondaine Watch", 130 III 267 E. 2.4 "Tripp Trapp"; Urteil des BVGer B-1137/2022 E. 2.3 "LA HISPANO-SUIZA").

E. 2.3

Mit dem administrativen Löschungsverfahren steht als Rechtsbehelf ein summarisches Verfahren zur Verfügung, das gegenüber dem Zivilverfahren einfacher und kostengünstiger ist. Sinn und Zweck des Löschungsverfahrens ist es, im Einklang mit dem öffentlichen Interesse an einem aktuellen und korrekten nationalen Markenregister, zufolge

Nichtgebrauchs ungültige Marken unkompliziert aus ebendiesem löschen lassen zu können, wenn gewisse Voraussetzungen erfüllt sind (vgl. Botschaft zur Änderung des Markenschutzgesetzes und zu einem Bundesgesetz über den Schutz des Schweizerwappens und anderer öffentlicher Zeichen [«Swissness»-Vorlage], BBl 2009 8533, S. 8611 und 8613; Urteile des BVGer B-1137/2022 E. 2.3 "LA HISPANO-SUIZA", B-2382/2020 vom 18. Januar 2022 E. 2.2 f. "PIERRE DE COUBERTIN", B-65/2021 vom 4. Januar 2022 E. 3.3 "VISARTIS", B-2627/2019 vom 23. März 2021 E. 3.2 und 6.3 "Sherlock/Sherlock's"; Christoph Gasser/ Gregor Wild, in: Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], Stämpflis Handkommentar zum Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl. 2017, Art. 35a N 17). Entsprechend kann nach dem Gesetz jede Person einen Löschungsantrag stellen und muss kein schutzwürdiges Interesse geltend machen (BVGE 2022 IV/3 E. 3.4 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-6389/2023 vom 20. Mai 2025 E. 3.2.1 "S SKINS [fig.]" und B-1137/2022 E. 2.12 "LA HISPANO-SUIZA", jeweils mit Hinweisen). Nur in bestimmten Fällen wird ein Antrag auf Löschung infolge Rechtsmissbrauches abgewiesen, nämlich wenn der Missbrauch unmittelbar durch die Antragstellung und Berufung auf Nichtgebrauch verkörpert wird und sich nicht erst aus Argumenten ergibt, die ausserhalb des Streitgegenstands des Verfahrens liegen (Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.2.1 mit Hinweisen "S SKINS [fig.]", B-1137/2022 E. 2.13 "LA Hispano-Suiza", B-2382/2020 E. 2.4 "PIERRE DE COUBERTIN", B-65/2021 E. 3.7 "VISARTIS" und B-2627/2019 vom 23. März 2021 E. 6.3 "Sherlock/Sherlock's"). Im Löschungsverfahren nach Art. 35a und 35b MSchG ist das Erfordernis, die Nichtbenutzung glaubhaft zu machen, als eine Form des Ausgleichs für die sehr weit gefasste aktive Legitimation anzusehen (BVGE 2022 IV/3 E. 3.6 "SWISSVOICE"; Urteil des BVGer B-6389/2023 E. 3.2.2 mit Hinweisen "S SKINS [fig.]").

E. 2.4

Die aus Art. 11 und 12 MSchG abgeleiteten Grundsätze zu Fragen des Gebrauchs der Marke, des Nichtgebrauchs und der wichtigen Gründe für den Nichtgebrauch sind im Löschungsverfahren gemäss Art. 35a und 35b MSchG sinngemäss anwendbar (Urteil des BGer 4A_464/2022 E. 3 "TRILLIUM"; BVGE 2022 IV/3 E. 3.3 und 7.1 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-1139/2022 E. 2.4 "Hispano Suiza [fig.]", B-605/2022 E. 5.3.1.1 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 2.7 f. "PIERRE DE COUBERTIN", B-2627/2019 E. 3.3 "Sherlock/Sherlock's"; Ueli Buri, in: David/Frick [Hrsg.], Basler Kommentar zum Markenschutz und Wappenschutzgesetz, 3. Aufl. 2017, Art. 35b N 6). Folglich ist eine qualifizierte Benutzung der Marke, will heissen Benutzung des Zeichens in markenmässiger Art und Weise, erforderlich um einen rechtserhaltenden Gebrauch der Marke darzustellen (vgl. E. 2.8.1 f. hiernach). Der zu berücksichtigende Zeitraum der Benutzung der Marke erstreckt sich dabei über die fünf Jahre vor der Geltendmachung des Nichtgebrauchs (Urteil des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM"; Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 3.3 "SHELBY", B-2382/2020 E. 2.5 "PIERRE DE COUBERTIN", B-65/2021 vom 4. Januar 2022 E. 3.1 "VISARTIS", B-2597/2020 E. 3.5 "U Universal Geneve [fig.]/Universal Geneve"). Ein Löschungsantrag kann frühestens nach Ablauf der Karenzfrist begründet sein (vgl. Art. 35a Abs. 2 MSchG; Urteile des BVGer B-2382/2020 E. 2.5 "PIERRE DE COUBERTIN", B-65/2021 E. 3.1 "VISARTIS", B-2627/2019 E. 3.3 "Sherlock/Sherlock's"). Hat der Markeninhaber seine Marke während einem ununterbrochenen Zeitraum von fünf Jahren nicht gebraucht, kann er sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, ausser es liegen wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vor (Urteile des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM", 4A_509/2021 E. 2 "U Universal

Geneve [fig.]/ Universal Geneve"; Art. 12 Abs. 1 MSchG).

E. 2.5

Art. 35b Abs. 1 Bst. a und b MSchG greifen nicht auf den Begriff des Beweises zurück, sondern verwenden wie Art. 32 MSchG den Begriff der Glaubhaftmachung (vgl. Urteil des BGer 4A_464/2022 vom 3. Januar 2023 E. 3.2 "TRILLIUM"; Urteil des BVGer B-6389/2023 E. 3.4 "S SKINS [fig.]"). Glaubhaftmachen bedeutet, dem Gericht aufgrund objektiver Anhaltspunkte den Eindruck zu vermitteln, dass die fraglichen Tatsachen nicht bloss möglich, sondern wahrscheinlich sind (BGE 130 III 328 E. 3.2 "Swatch-Uhrenband"; Urteile des BVGer B-2382/2020 E. 2.7.4 "PIERRE DE COUBERTIN", B-4465/2012 vom 11. Juni 2013 E. 2.8 "Lifetec/Life Technologies"; CHRISTOPH GASSER, in: Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], Stämpflis Handkommentar zum Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl. 2017, Art. 32 N 22). Das Gericht muss von der Richtigkeit der behaupteten Tatsache nicht vollends überzeugt sein; es reicht aus, dass ihre Richtigkeit höher erscheint als ihre Unrichtigkeit (BVGE 2022 IV/3 E. 5.1.2 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer , B-6389/2023 E. 3.4 "S SKINS [fig.]", B-605/2021 E. 5.3.1.2 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 2.7.4 "PIERRE DE COUBERTIN"; vgl. auch das Urteil des BGer 4A_299/2017 E. 3.4 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]"). Bei der Glaubhaftmachung des Gebrauchs kommt den Mitwirkungspflichten der Parteien gemäss Art. 13 Abs. 1 VwVG indes eine so erhebliche Bedeutung zu, dass in Abweichung vom Untersuchungsgrundsatz (Art. 12 VwVG) von der Anwendbarkeit der Verhandlungsmaxime auszugehen ist (Urteile des BVGer B-6169/2020 vom 23. August 2023 E. 2.3 "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-3250/2021 vom 15. September 2022 E. 2.1 "SET ONE/ se:one - der deutsche Messestuhl", B-4552/2020 vom 7. Juli 2021 E. 2.3 "E*trade [fig.]/e trader [fig.], B-7210/2017 vom 9. Mai 2018 E. 3.1 "Schellen-Ursli/ Schellenursli").

E. 2.6

Will der Gesuchsteller die Löschung der Marke erreichen, muss er deren Nichtgebrauch im Sinne von Art. 12 Abs. 1 MSchG glaubhaft machen (Art. 35b Abs. 1 Bst. a MSchG e contrario).

E. 2.6.1

Es liegt in der Natur der Sache, dass die Nichtbenutzung einer Marke schwieriger glaubhaft zu machen ist als ihre Benutzung (BVGE 2022 IV/3 E. 5.1.1 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.1 "S SKINS [fig.]", B-3745/2022 vom 27. Februar 2024 E. 3.4 "SHELBY", B-1137/2022 E. 2.5 "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2021 E. 9.3 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 2.6 "PIERRE DE COUBERTIN"). Da es sich um eine negative Tatsache handelt, ist der direkte Beweis für die Nichtbenutzung in den meisten Fällen nicht möglich. Die Glaubhaftmachung der Nichtbenutzung muss daher indirekt anhand eines Bündels von Indizien vorgenommen werden (BGE 142 III 369 E. 4.2; Urteile des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM", 4A_299/2017 vom 2. Oktober 2017 E. 4.1 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]; BVGE 2022 IV/3 E. 5.1.1 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.1 mit Hinweisen "S SKINS [fig.]", B-3745/2022 E. 3.4 "SHELBY", B-1137/2022 E. 2.5 "LA HISPANO-SUIZA"). Angesichts der Komplexität des Nachweises eines Negativums und der Tatsache, dass lediglich die Glaubhaftmachung der Nichtbenutzung verlangt wird, kann von einem Löschantragsteller nicht erwartet werden, allzu detaillierte Beweismittel ins Recht zu legen (Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.4 "S SKINS [fig.]", B-3745/2022 E. 4.1 "SHELBY"). Ein Beschwerdeführer kann

insbesondere nicht verpflichtet werden, die Nichtbenutzung in jedem Nischenmarkt glaubhaft zu machen (BVGE 2022 IV/3 E. 4.2.2.4 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.5 mit Hinweisen "S SKINS [fig.]", B-3745/2022 E. 4.1 "SHELBY"). Auch ist zu betonen, dass die Nichtbenutzung der Marke in der Schweiz glaubhaft gemacht werden muss (Urteil des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM"; Urteil des BVGer B-6389/2023 E. 3.3.2 "S Skins [fig.]").

E. 2.6.2

Laut dem Gericht wird eine von einem Dritten erstellte Gebrauchsrecherche als geeignetes Beweismittel angesehen um die Nichtbenutzung einer Marke glaubhaft zu machen, zumal wenn die Schlussfolgerungen der Recherche durch andere Indizien bestätigt werden (BVGE 2022 IV/3 E. 5.1.1 und 5.4.2 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.2 "S SKINS [fig.]", B-3745/2022 E. 3.4 "SHELBY", B-1137/2022 E. 2.5 "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2021 E. 9.3.1 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 2.6 "PIERRE DE COUBERTIN", B-65/2021 E. 3.2 "VISARTIS", B-2597/2020 vom 26. August 2021 E. 5.1.1 "U Universal Geneve [fig.]/ Universal Geneve"; siehe auch die Urteile des BGer 4A_515/2017 vom 4. Juli 2018 E. 2.3.2 "Bentley" und 4A_299/2017 E. 4.1 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]). Als Beweismittel, das von einem Dritten berufsmässig erstellt wird, kommt einem Fachgutachten zwar nicht der Beweiswert eines gerichtlichen Gutachtens zu, es wird aber als besonders substantiierte Parteibehauptung mit relativ hohem Grad an Beweiskraft anerkannt (Urteil des BGer 4A_299/2017 vom 2. Oktober 2017 E. 4.1 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.3 "S SKINS [fig.]", B-3745/2022 E. 3.4 "SHELBY", B-1137/2022 E. 2.5 "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2021 E. 9.3.1 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 3.3 "PIERRE DE COUBERTIN"). Indizien, welche die Schlussfolgerungen der Gebrauchsrecherche bestätigen, können insbesondere im entsprechenden Ergebnis einer Umfrage unter Händlern der betreffenden Branche, im Ergebnis einer Internetrecherche, in anderen Belegen über die Produkte und die gewerbliche Tätigkeit des Markeninhabers oder auch in der Erklärung eines branchenkundigen Spezialisten bestehen (Urteile des BGer 4A_464/2022 E. 6.1 "TRILLIUM", 4A_299/2017 E. 4.1 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.4 "S SKINS [fig.]", B-1137/2022 E. 2.5 "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2022 E. 9.3.1 "TRILLIUM").

E. 2.6.3

Demgegenüber hat sich das Bundesgericht in seiner jüngsten Rechtsprechung einer Formulierung bedient, welche strenger erscheint: So führt das Bundesgericht im Urteil 4A_464/2022 vom 3. Januar 2023 "TRILLIUM" aus, dass eine von einem Drittunternehmen erstellte Gebrauchsrecherche - wengleich sie für sich allein nicht ausreichend sei - dazu geeignet ist, den Nichtgebrauch einer Marke glaubhaft zu machen, wenn deren Schlussfolgerungen durch andere Indizien bestätigt werden (vgl. E. 6.1 des genannten Urteils; siehe dazu auch das Urteil des BVGer B-6389/2023 E. 3.5.6 mit Hinweis "S SKINS [fig.]). In der Lehre wurde dieses Urteil und insbesondere die Aussage kritisiert, wonach eine Gebrauchsrecherche allein nicht ausreiche, um die Nichtbenutzung glaubhaft zu machen, sondern dieses Ziel nur erreiche, wenn die Schlussfolgerungen der Recherche durch andere Indizien bestätigt würden (vgl. Ralph Schlosser, Note sur " TRILLIUM " Tribunal fédéral du 3 janvier 2023, in: sic! 2023, S. 348 ff.). Während das BGer im älteren Urteil 4A_299/2017 vom 2. Oktober 2017 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]" in E. 4.1 noch nuancierter davon gesprochen habe, dass die Vorinstanz sich bei der Würdigung der

Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs zu Recht auf die Gebrauchsrecherche stützen durfte, "zumal" die darin enthaltenen Ergebnisse durch weitere unbestrittene bzw. bewiesene Indizien untermauert worden seien, gehe die neue Anforderung, wie sie sich aus der jüngsten bundesgerichtlichen Rechtsprechung ergebe, zu weit (vgl. Schlosser, a.a.O., S. 351). Es sei nämlich zu berücksichtigen, dass die Nichtbenutzung eine negative Tatsache sei und dass die Lehre Gebrauchsrecherchen stets als ausreichendes Mittel angesehen habe, um die Nichtbenutzung einer Marke glaubhaft zu machen, sei es im Zusammenhang mit Art. 12 MSchG oder im Rahmen des Lösungsverfahrens (vgl. Schlosser, a.a.O., S. 351 mit Hinweisen).

E. 2.7

Gegen einen Lösungsantrag stehen dem Markeninhaber drei Verteidigungsmöglichkeiten offen (Art. 35b Abs. 1 Bst. a und b MSchG): Er kann die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs durch den Antragsteller bestreiten (Bst. a), seinerseits den Gebrauch der Marke glaubhaft machen (Bst. b in limine) oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch darlegen (Bst. b in fine; BVGE 2022 IV/3 E. 3.6 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 3.5 "SHELBY", B-1139/2022 vom 22. Mai 2023 E. 2.6 "Hispano Suiza [fig.]", B-605/2021 E. 5.3.2.1 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 2.6 "PIERRE DE COUBERTIN"). Obgleich es wichtig ist, die Wahl zwischen diesen drei Möglichkeiten zu wahren, kann es vorkommen, dass der Markeninhaber sich in bestimmten Fällen nicht darauf beschränken kann, lediglich die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs zu bestreiten (BVGE 2022 IV/3 E. 3.6 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-605/2021 E. 5.3.2.1 "TRILLIUM", B-2627/2019 E. 5.2 "Sherlock/Sherlock's"). Macht der Antragsteller den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke glaubhaft (Art. 35b Abs. 1 Bst. a MSchG e contrario), weist die Vorinstanz den Antrag jedenfalls nur ab, wenn der Markeninhaber seinerseits den Gebrauch der Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft macht (Art. 35b Abs. 1 Bst. b MSchG; Urteil des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM"; BVGE 2022 IV/2 E. 3.4 "Galadriel"; Urteile des BVGer B-6389/2023 E. 3.2.2 und 5.1 "S Skins [fig.]", B-3745/2022 E. 3.4 "SHELBY", B-1139/2022 E. 2.6 "Hispano Suiza [fig.]", B-605/2021 E. 5.3.2.2 mit Hinweisen "TRILLIUM", B-2597/2020 E. 5.3 "U Universal Geneve [fig./ Universal Geneve"; Tissot/Kraus/Salvadé, Propriété intellectuelle, Marques, brevets, droit d'auteur, 2019, N 674; David Aschmann, Das neue administrative Lösungsverfahren im Gefüge des Markenprozessrechts, in: sic! 2016 S. 196 ff., S. 198).

E. 2.8.1

Für die Glaubhaftmachung des rechtserhaltenden Gebrauchs ergeben sich die materiellen Anforderungen aus Art. 11 MSchG (Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 3.7 "SHELBY", B-1137/2022 E. 2.8 "LA HISPANO-SUIZA", B-2382/2020 E. 2.7 f. "PIERRE DE COUBERTIN"). Daraus folgt, dass nicht jede tatsächliche Benutzung einer Marke einen rechtserhaltenden Gebrauch darstellt, sondern vielmehr eine qualifizierte Benutzung erforderlich ist (Urteil des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM"; BVGE 2022 IV/3 E. 3.3 und 7.1 "SWISSVOICE"; Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 3.7 "SHELBY", B-6169/2020 E. 2.5 f. "Adventuridge/ Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1139/2022 E. 2.4 "Hispano Suiza [fig.]", B-605/2022 E. 5.3.1.1 "TRILLIUM", B-2382/2020 E. 2.7 f. "PIERRE DE COUBERTIN"; KARIN BÜRGI LOCATELLI, Der rechtserhaltende Markengebrauch in der Schweiz, Diss. Zürich 2008, S. 9). Um sein Recht an der eingetragenen Marke aufrechtzuerhalten, muss der Inhaber die Marke also tatsächlich markenmässig gebrauchen (BGE 139 III 424 E. 2.2.1 "Mondaine Watch";

Urteile des BGer 4A_464/2022 vom 3. Januar 2023 E. 3.1 "TRILLIUM", 4A_509/2021 vom 3. November 2022 E. 3.3 "U Universal Geneve [fig.]/Universal Geneve"; vgl. Art. 11 Abs. 1 MSchG). Dies setzt kumulativ voraus, dass die Marke nach Art einer Marke, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, im Wirtschaftsverkehr, im Inland respektive für den Export und ernsthaft nach den branchenüblichen Gepflogenheiten eines wirtschaftlich sinnvollen Handelns sowie in unveränderter oder zumindest in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form gebraucht worden ist (Urteile des BVGer B-6169/2020 E. 2.5 mit Hinweisen "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1137/2022 E. 2.8 "LA HISPANO-SUIZA", B-3250/2021 E. 2.3 "SET ONE/se:one - der deutsche Messestuhl", B-6557/2017 vom 2. Dezember 2019 E. 2.4 "Salvador Dali/Salvador Dali [fig.]", B-2683/2007 vom 30. Mai 2008 E. 5.1 "Solvay/Solvexx"; Claudia Walz, Rechtserhaltender Markengebrauch in einer vom Registereintrag nicht wesentlich abweichenden Form nach Art. 11 Abs. 2 MSchG, Diss. St. Gallen 2024, Rz. 74; BERNARD VOLKEN, in: David/Frick [Hrsg.], Basler Kommentar zum Markenschutz- und Wappenschutzgesetz, 3. Aufl. 2017, Art. 11 N 6; BÜRGI LOCATELLI, a.a.O., S. 9, 12 ff., 35, 37 ff., 46 ff. und 61).

E. 2.8.2

Die Benutzung einer Marke muss ernsthaft sein, d.h. ihr Inhaber muss die Absicht haben, sie für einen tatsächlichen Geschäftszweck zu benutzen, unabhängig davon, ob diese Tätigkeit gewinnbringend ist oder nicht (BVGE 2021 IV/2 E. 8.7.1 mit Hinweisen "Prosecur"; Urteile des BVGer B-6169/2020 E. 2.5 "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1137/2022 E. 2.8 "LA HISPANO-SUIZA"). Um ernsthaft zu sein, muss der Gebrauch wirtschaftlich sinnvoll und nicht bloss zum Schein erfolgen (Urteile des BGer 4A_464/2022 E. 3.2 "TRILLIUM", 4A_299/2017 E. 5.3 "Abanca [fig.]/Abanka [fig.]", 4A_444/2013 vom 5. Februar 2014 E. 6.1 "G5/G5"; BVGE 2021 IV/2 E. 8.7.1 mit Hinweisen "Prosecur"; Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 3.8 "SHELBY", B-6169/2020 E. 2.5 "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1137/2022 E. 2.8 "LA HISPANO-SUIZA"). Um die Ernsthaftigkeit der Benutzung objektiv zu bestimmen, muss auf sämtliche Umstände des Einzelfalls abgestellt werden, d.h. auf die betroffenen Waren oder Dienstleistungen, die Art des beteiligten Unternehmens, den üblichen Umsatz sowie die geografische Ausdehnung, die Art und die Dauer der Benutzung wie auch die Wahrnehmung der Kunden, an die sich das Angebot richtet (Urteile des BGer 4A_299/2017 E. 5.3 "Abanca [fig.]/ Abanka [fig.]", 4A_257/2014 vom 29. September 2014 E. 3.2 "ARTHUR'S/ Arthur"; Urteile des BVGer B-6169/2020 E. 2.6 mit Hinweisen "Adventuridge/ Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1137/2022 E. 2.8 "LA HISPANO-SUIZA", B-6528/2017 vom 2. Dezember 2019 E. 4.1 "Fundació Gala-Salvador Dalí [fig.]/Salvador Dalí [fig.>"; Eric Meier, in: Commentaire romand Propriété intellectuelle, 2013 [hiernach: Meier, CR], Art. 11 MSchG Rz. 14 f.; Derselbe, L'obligation d'usage en droit des marques, 2005 [hiernach: Meier, Diss.], S. 50 ff.). Die verschiedenen objektiven Elemente müssen in ihrer Gesamtheit beurteilt werden (Urteil des BVGer B-6169/2020 E. 2.6 mit Hinweisen "Adventuridge/ Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.>"). In objektiver Hinsicht verlangt ein ernsthafter Markengebrauch zusätzlich eine minimale Marktbearbeitung (Urteil des BVGer B-1137/2022 E. 2.8 "LA HISPANO-SUIZA"; VOLKEN, a.a.O., Art. 11 N 84; MARKUS WANG, in: Noth/ Bühler/ Thouvenin [Hrsg.], Stämpflis Handkommentar zum Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl. 2017, Art. 11 N 70; EUGEN MARBACH,

Markenrecht, in: von Büren/David [Hrsg.], Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Bd. III/1, 2. Aufl. 2009, N 1337 und 1343). Dabei spielt der Umfang des Umsatzes je nach Art der angebotenen Waren oder Dienstleistungen eine massgebende Rolle (Bürgi Locatelli, a.a.O., S. 40). So wird einerseits anerkannt, dass die kurze Dauer der Benutzung durch einen besonders hohen Umsatz ausgeglichen werden kann und andererseits kann eine gelegentliche Benutzung ausreichen, wenn es sich um seltene und wertvolle Waren handelt, wohingegen bei Waren des täglichen Bedarfs eine regelmässige Benutzung verlangt wird (Urteile des BVGer B-6169/2020 E. 2.6 mit Hinweisen "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-7191/2009 vom 8. April 2010 E. 3.3.1 "YO/YOG [fig.]" und B-7439/2006 vom 6. Juli 2007 E. 4.2.2 "KINDER/ kinder Party [fig.]; Bürgi Locatelli, a.a.O., S. 42, mit Verweisen). Eine minimale Marktbearbeitung setzt zudem Massnahmen wie ein ständiges Verkaufsgeschäft, einen periodisch erscheinenden Katalog oder die Zusammenarbeit mit einem Vertriebspartner voraus (Urteil des BVGer B-3745/2022 E. 3.8 "SHELBY"; Marbach, a.a.O., N. 1343).

E. 2.8.3

Soweit ein Einsatz der Marke einzig in der Werbung vorliegt, ist die blossе Präsenz im Internet bzw. Möglichkeit, Produkte darüber zu bestellen, nicht ausreichend (Urteil des BGer 4A_253/2008 vom 14. Oktober 2008 E. 2.2 "Gallup"; Urteil des BVGer B-3745/2022 E. 3.9 "SHELBY"; Wang, a.a.O., Art. 11 N 71), solange kein Besuch der Webseiten vorliegt oder Verkäufe darüber abgewickelt werden (Urteil des BVGer B-3745/2022 E. 3.8 mit Hinweisen "SHELBY"; Volken, a.a.O., Art. 11 N 92; Wang, a.a.O., Art. 11 N 71).

E. 2.8.4

Der Markeninhaber kann sich den Gebrauch der Marke durch Dritte anrechnen lassen, solange dieser mit seiner Zustimmung erfolgt ist (Art. 11 Abs. 3 MSchG). Ein derartiger stellvertretender Gebrauch findet etwa bei der Markenbenutzung durch Tochter-, Konzern- und mit dem Markeninhaber anderweitig wirtschaftlich eng verbundenen Gesellschaften oder durch Lizenznehmer, Alleinvertrieber und Wiederverkäufer statt (Wang, a.a.O., Art. 11 N 104; BGE 107 II 356 E. 1c "La San Marco"; Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 3.10 "SHELBY", B-5543/2012 vom 12. Juni 2013 E. 4.2 "six [fig.]/sixx").

E. 3

Der Beschwerdegegner hat seinen auf die Klasse 25 beschränkten Löschungsantrag gegen die schweizerische Marke Nr. 598973 "MONDO" (hinterlegt für diverse Waren in den Klassen 16, 25 und 28) am 23. April 2021 unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften gestellt, weshalb die Vorinstanz zurecht auf den Löschungsantrag eingetreten ist. Zur Verteidigung gegen den Löschungsantrag stehen der Markeninhaberin drei Möglichkeiten zur Verfügung: Sie kann die vom Löschungsantragsteller eingereichte Glaubhaftmachung bestreiten, ihrerseits den Gebrauch der Marke glaubhaft machen oder wichtige Gründe für ihren Nichtgebrauch darlegen (vgl. E. 2.7 hiervor). Vorliegend bestreitet die Beschwerdeführerin zunächst die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs durch den Beschwerdegegner und legt hernach zur weiteren Verteidigung diverse Belege ins Recht, um den Gebrauch der Marke im Zusammenhang mit den strittigen Waren glaubhaft zu machen. In Anbetracht dessen, dass der Löschungsantrag abzuweisen ist, wenn sowohl der Nichtgebrauch der Marke durch den Antragsteller wie auch der Gebrauch der Marke durch den Markeninhaber glaubhaft gemacht sind (vgl. Urteil des BVGer

B-6389/2023 E. 5.1 "S Skins [fig.]" sowie E. 2.8 hiervoor mit Hinweisen), ist zunächst auf die bestrittene Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs einzugehen (vgl. E. 4 hiernach). Je nach Ergebnis ist in einem zweiten Schritt die behauptete, aber durch die Vorinstanz verneinte Glaubhaftmachung des Gebrauchs der Marke zu überprüfen (vgl. E. 5 hiernach).

E. 4.1

Um den Nichtgebrauch der strittigen Marke im Zusammenhang mit den Waren "vêtement, chaussures, chapellerie" für die sie in Klasse 25 hinterlegt ist, glaubhaft zu machen, legte der Beschwerdegegner mit seinem Löschungsantrag eine Benutzungsrecherche ins Recht (vgl. Beilage 3 der vorinstanzlichen Akte 2 [vi-act. 2; Löschungsantrag vom 23. April 2021]). Die Schlussfolgerung der mit 19. April 2021 datierten und von einem spezialisierten Unternehmen durchgeführten Recherche zum Gebrauch der Marke im Zusammenhang mit den Waren "vêtements, chaussures, chapelleries" der Klasse 25 lautet dahingehend, dass sich keine Hinweise auf eine Verwendung der Marke im Zusammenhang mit den betroffenen Waren der Klasse 25 in der Schweiz oder in Deutschland ergeben haben (Löschungsantrag [vi-act. 2], Rz. 12; Beilage 3 der vi-act. 2 [hiernach: Benutzungsrecherche], S. 2).

E. 4.2.1

Hiergegen wendet die Beschwerdeführerin ein, die Benutzungsrecherche sei unvollständig und zu wenig gründlich recherchiert. Es sei für die Benutzungsrecherche einzig auf online-Inhalte zurückgegriffen worden, was angesichts dessen, dass die Beschwerdeführerin über einen physischen Verkaufsladen verfüge und ihre Waren ausserdem grösstenteils mittels papiernen Verkaufskatalogen bewerbe, nicht hinreichend umfassend sei. Entsprechend handle es sich mangels gründlicher Recherche um eine unvollständige und fehlerhafte Gebrauchsrecherche. Von einem geeigneten Beweismittel zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs könne keine Rede sein.

E. 4.2.2

Ausserdem rügt die Beschwerdeführerin, dass die alleinige Behauptung, eine Internet-Recherche habe keine Gebrauchshandlungen gezeigt, ungenügend sei (Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 4). Bezugnehmend auf das Urteil des BGer 4A_464/2022 vom 3. Januar 2023 "TRILLIUM" hält die Beschwerdeführerin fest, dass der Nichtgebrauch aufgrund eines Indizienbündels festzustellen sei, weshalb der Beizug von sachbezogenen Quellen wie einschlägigen Zeitschriften oder Magazinen bzw. Katalogen sowie die Kontaktaufnahme mit Mitbewerbern vorliegend zwingend notwendig gewesen wäre (Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 5). Es sei zwar richtig, dass der direkte Beweis des Nichtgebrauchs als Negativsachverhalt in den meisten Fällen nur schwer erbracht werden könne, doch dürfe dies nicht dazu führen, dass an die Glaubhaftmachung des Markengebrauchs höhere Anforderungen gestellt würden als an die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs (Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 5).

E. 4.3

Zunächst ist der Beschwerdeführerin - soweit sie rügt, die vorgelegte Gebrauchsrecherche sei als Beweismittel nicht geeignet, weil sie sich mehrheitlich auf Ergebnisse von Internetrecherchen stütze - zu entgegnen, dass Internetrecherchen wichtige Quellen des Nichtgebrauchs sind (Urteile des BVGer B-1137/2022 E. 4.3 "LA HISPANO-SUIZA", B-1139/2022 E. 4.6 "Hispano Suiza [fig.]" ; Volken, a.a.O., Art. 12 N 59). Demzufolge kann die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs nicht schon alleine deswegen verneint werden,

weil eine Gebrauchsrecherche sich im Wesentlichen auf online verfügbare Inhalte abstützt. Dies gilt vorliegend umso mehr, als die Beschwerdeführerin gar nicht behauptet, dass sie ihr Angebot einzig via Fabrikladen und Kataloge anbietet, sondern, dass sie ihr Angebot sowohl online als auch analog vertreibt (Beschwerde, Rz. 15; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 5). Weiter ist daran zu erinnern, dass eine von Dritten erstellte Gebrauchsrecherche laut dem Gericht als geeignetes Beweismittel angesehen wird um die Nichtbenutzung einer Marke glaubhaft zu machen, zumal wenn die Schlussfolgerungen der Recherche durch andere Indizien bestätigt werden (vgl. E. 2.6.2 f. hiervor). Gleichwohl sind die Schlussfolgerungen der vorliegenden Gebrauchsrecherche nicht einfach ohne kritische Analyse zu übernehmen, sondern die im Bericht hervorgehobenen Indizien sind dahingehend zu überprüfen, ob der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke im massgeblichen Zeitraum damit glaubhaft gemacht wurde (Urteile des BVGer B-1137/2022 E. 4.2 "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2021 E. 11.2.1.1 "TRILLIUM").

E. 4.4

Die mit dem Löschantrag vor der Vorinstanz eingereichte Benutzungsrecherche enthält verschiedene Informationen und führt namentlich Ergebnisse auf zu Internetrecherchen, einem (versuchten) Kontakt zur Markeninhaberin sowie sachbezogene Quellen.

E. 4.4.1

Der Bericht legt zunächst dar, dass die Beschwerdeführerin seit dem 1. August 2012 Inhaberin der strittigen, am 6. Oktober 2009 für Waren der Klassen 16, 25 und 28 hinterlegten Schweizer Marke Nr. 598973 "MONDO" ist (Benutzungsrecherche, S. 2 und 5 [Auszug aus dem schweizerischen Markenregister]). Vorherige Inhaberin war das mittlerweile erloschene Unternehmen Editions Mondo S.A., vertreten durch die Nestec S.A. in Vevey (Benutzungsrecherche, S. 5 und 9). In die Benutzungsrecherche integriert ist ein Auszug aus Swissreg, aus welchem hervorgeht, dass zum Markenportfolio der Beschwerdeführerin diverse Schweizer Marken (mehrheitlich Wort-/Bildmarken), worunter auch einige im Wortlaut MONDO, zählen (Benutzungsrecherche, S. 2 und 6 [Swissreg Trefferliste vom 12. April 2021]). Ebenso liegt eine Auflistung erloschener internationaler Marken der Beschwerdeführerin, teils mit Wortlaut MONDO oder mit einem stilisierten Globus, bei (Benutzungsrecherche, S. 2 und 8).

E. 4.4.2

Weiter geht aus dem Bericht hervor, dass es sich bei der Beschwerdeführerin um eine Dachgesellschaft handelt, die mehrheitlich im Besitz einer Familie ist (Benutzungsrecherche, S. 2, 11 sowie 13-20). Der beigelegte Zefix-Auszug zeigt, dass die Beschwerdeführerin früher mit Bea & Poly Verlags-AG firmierte (Benutzungsrecherche, S. 11). All dies wird durch den ebenfalls in der Benutzungsrecherche enthaltenen Wikipedia-Eintrag zum BEA + Poly-Verlag bestätigt (Benutzungsrecherche, S. 21-24). Weiter geht aus diesen Belegen hervor, dass die Beschwerdeführerin einen Versandhandel mit einem Sammelpunktesystem betreibt (Benutzungsrecherche, S. 2, 22 ff., 27-50). Die Rechtsvorgängerin der Beschwerdeführerin selber wurde 1944 als Kundenbindungssystem für Markenartikel gegründet (vgl. Wikipedia-Eintrag zum BEA + Poly-Verlag, in: Benutzungsrecherche, S. 21). Im Laufe der Jahre hat die Beschwerdeführerin, welche die BEA-Punkte vertreibt, sämtliche ihrer Mitbewerber übernommen, d.h. 1998 das Avanti-Rabattsystem, 2007 das Silva-Punktesystem und 2012 das MONDO-Punktesystem (vgl. Wikipedia-Eintrag zum BEA + Poly-Verlag, in: Benutzungsrecherche, S. 22;

Wikipedia-Eintrag zum Mondo Verlag, in: Benutzungsrecherche, S. 25; Manuel Hediger, Mondo-Punkte kann man jetzt bei Bea einlösen, in: Aargauer Zeitung vom 09.08.2012 [Benutzungsrecherche, S. 27 f.]; Philipp Felber, Der Bea-Verlag lebt von der Nostalgie - Reicht das für die Zukunft, in: Luzerner Zeitung vom 12.03.2018 [Benutzungsrecherche, S. 48 ff.]). Zur Übernahme des Mondo-Verlages 2012 durch die Beschwerdeführerin wird in der Benutzungsrecherche mit Verweis auf einen Artikel der NZZ festgehalten (Neue Zürcher Zeitung vom 26.06.2012, Nestlé verkauft Verlag der Mondo-Punkte, [Benutzungsrecherche, S. 30 f.]), dass "der Mondo-Verlag mit den bekannten Rabatt-Sammelpunkten" den Besitzer wechsle und die Integration von Mondo bei BEA am 1. August 2012 beginne, wobei der Name "Mondo vorerst erhalten werden solle". Zum Geschäftsmodell der Beschwerdeführerin wird in der Benutzungsrecherche mit Hinweis auf einen Artikel der Luzerner Zeitung im Jahr 2018 festgehalten, dass rund 50 Partner der Beschwerdeführerin einen fixen Betrag bezahlen und dafür in den Katalogen des Verlages Inserate schalten dürfen (Philipp Felber, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 49; vgl. Auflistung von Markenpartner auf der Homepage der Beschwerdeführerin, in: Benutzungsrecherche, S. 37). Die Sammelpunkte der Beschwerdeführerin selber sind auf Verpackungen von Konsumgütern und in Zeitschriften aufgedruckt (Aargauer Zeitung, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 27 f.; Luzerner Zeitung, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 48 f). Via Homepage und Warenkatalog können die Kunden hernach für eine bestimmte Anzahl an BEA-Sammelpunkten und einem zusätzlichen Geldbetrag, Waren - vornehmlich Bücher, Bastel- und Spielwaren sowie Haushaltsartikel - einkaufen (Benutzungsrecherche, S. 2; NZZ, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 30; Philipp Felber, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 49 f.). Wenngleich die Mondo-Punkte immer noch ihre Gültigkeit behielten (Benutzungsrecherche, S. 31 und 47), seien nur noch die BEA-Punkte auf Verpackungen von Konsumgütern aufgedruckt (NZZ, a.a.O., und Luzerner Zeitung, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 30 f. und 48 f.). Schliesslich wird aus der in die Benutzungsrecherche integrierte Presserecherche deutlich, dass die Beschwerdeführerin nebst ihrem Online-Auftritt weiterhin auf die papiernen Warenkataloge setzt (Aargauer Zeitung, a.a.O., und Luzerner Zeitung, a.a.O., in: Benutzungsrecherche, S. 28 f. und 50).

E. 4.4.3

Im Zusammenhang mit besagten Warenkatalogen ist in der Benutzungsrecherche auf Seite 34 ein Ausschnitt aus dem BEA-Katalog Baby 1/2016 abgebildet. Die Warenkataloge der Beschwerdeführerin sind sowohl in papierner Form bestellbar als auch jeweils auf ihrer Homepage elektronisch durchblätterbar (vgl. Benutzungsrecherche, S. 34 mit Hinweis auf die Homepage der Beschwerdeführerin). Aus der Recherche geht jedenfalls hervor, dass in den Warenkatalogen sich keine Fundstelle zu "MONDO" im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 finden liess (Benutzungsrecherche, S. 2).

E. 4.4.4

Weiter wird im Bericht ausgeführt, dass sich zum einen auch bei Suchen auf der im Zeitpunkt der Recheredurchführung aktuellen Internetseite der Beschwerdeführerin (www.bea.swiss) keine Fundstelle zu "MONDO" im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 finden liess, und zwar weder über eine seiteninterne Suche, noch via den angeführten Markenpartner (vgl. Benutzungsrecherche, Seiten 2 und 34 bis 40). Demgegenüber zeigte die Recherche, dass sich im Zeitpunkt deren Durchführung auf der Homepage der Beschwerdeführerin vereinzelte Artikel wie Schals anderer Marken, z.B. "Angelo Fortuna"

oder "Tweedmill", finden liessen (vgl. Benutzungsrecherche, S. 2 mit Hinweis). Zum anderen zeigte sich bei einer Rückverfolgung früherer Auftritte der Website www.mondo.ch, dass sich zwar die Verwendung von MONDO für Sammelpunkte bis ins Jahr 2003 nachvollziehen lässt, nicht aber die Verwendung für konkrete Produkte und insbesondere nicht für Waren der Klasse 25 (vgl. Benutzungsrecherche, S. 2). Die diesbezügliche Recherche zeigte, dass das Angebot der Markenpartner zum überwiegenden Teil aus Spielwaren bestanden habe (vgl. Benutzungsrecherche, S. 2 mit Hinweis). Im Übrigen erfolge die Weiterleitung von mondo.ch auf bea.swiss seit August 2018 (vgl. Benutzungsrecherche, S. 2).

E. 4.4.5

Schliesslich ist in der Benutzungsrecherche dokumentiert, dass eine telefonische Kontaktaufnahme mit der Markeninhaberin trotz mehreren Versuchen nicht möglich gewesen sei (vgl. Benutzungsrecherche, S. 2; angefochtene Verfügung, Rz. 17). Im Einklang mit der Beschwerdeführerin kann hierzu festgehalten werden, dass der Beschwerdegegner aus dem Misslingen der Kontaktaufnahme jedenfalls nichts zu seinen Gunsten ableiten kann.

E. 4.5.1

Die vom Beschwerdegegner ins Recht gelegte Recherche stützt sich auf öffentlich zugängliche Firmenregister, Handelsregisterauszüge, Einträge in Online- bzw. Web-Lexika, den Internet-Auftritt der Markeninhaberin und jenen ihrer Rechtsvorgängerin sowie verschiedene Sekundärquellen wie Auszüge aus Tageszeitungen und eine Reportage aus der Luzerner Zeitung mit einer ausführlichen Darstellung der Entwicklung der Geschäftstätigkeit der Markeninhaberin. Die Ergebnisse der Recherche zeigen übereinstimmend keinen Gebrauch der strittigen Wortmarke im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25. Weder in der Sphäre der Beschwerdeführerin selber, sprich in ihren damaligen Katalogen oder ihrer Homepage, noch aus der Berichterstattung über die Beschwerdeführerin bzw. das Punktesammelsystem MONDO lässt sich ein Markengebrauch der Wortmarke "MONDO" im Zusammenhang mit Bekleidungsartikeln finden.

E. 4.5.2

In diesem Zusammenhang rügt die Beschwerdeführerin, dass der Beschwerdegegner weder Kontakt zu Mitbewerbern aufgenommen, noch die physischen Warenkataloge oder gar den Fabrikladen berücksichtigt habe, so dass nicht von einer vollständigen und damit aussagekräftigen Gebrauchsrecherche ausgegangen werden könne (Beschwerde, Rz. 10 und 24; Replik, Rz. 28, 31 und 52). Hierzu ist der Beschwerdeführerin zunächst zu entgegnen, dass dem Beschwerdegegner in Anbetracht dessen, dass die Beschwerdeführerin einen Warenversand im Zusammenhang mit einem Rabattpunkte-Sammelsystem, u.a. mit den sog. MONDO-Punkten, betreibt und sie auf ihrer Webseite detailliert über das Warensortiment ihres einzigen Schweizer Ladengeschäfts berichtet, nicht anzulasten ist, dass er seine Recherche auf die Verwendung des Zeichens im Web-Auftritt der Beschwerdeführerin beschränkt hat. Selbst die Beschwerdeführerin behauptet nicht, dass sie via Dritte Waren der Marke "MONDO" vertreiben würde. In der Benutzungsrecherche wird denn auch sowohl auf den Onlineshop als auch auf die Warenkataloge, welche elektronisch aufrufbar sind, verwiesen (vgl. E. 4.4.3 hiervor). Insofern wurden diese Quellen in der Recherche mitberücksichtigt. Ebenso verschweigt die Recherche nicht, dass

die Beschwerdeführerin in ihren BEA-Katalogen Kleidungsstücke der Marken "Tweedmill" und "Angelo Fortuna" zum Kauf angeboten hat. Was allerdings nicht gefunden werden konnte, sind Kleidungsstücke der strittigen Wortmarke "MONDO". Schliesslich geht aus den Quellen der Benutzungsrecherche klar hervor, dass die Beschwerdeführerin im Bereich Rabattmarkensammelsysteme ihre gesamte Konkurrenz übernommen hat, so dass fraglich ist, inwiefern die Befragung von Mitbewerbern vorliegend möglich gewesen wäre. Angesichts der Konvergenz der in der Recherche enthaltenen Indizien kann der Beschwerdeführerin jedenfalls nicht gefolgt werden, wenn sie der Ansicht ist, dass weitere Abklärungen zwingend notwendig wären, insbesondere die Konsultation von Mitbewerbern oder die Berücksichtigung des physischen Angebotes im "BEA-Shop", dem Fabrikladen der Beschwerdeführerin (vgl. Beschwerde, Rz. 10, 24; Replik, Rz. 28, 31, 52). Aus dem gleichen Grund kann angesichts dessen, dass sich Art. 35b Abs. 1 Bst. a MSchG darauf beschränkt, die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke zu verlangen, vom Beschwerdeführer nicht erwartet werden, dass er alle denkbaren Beweismittel einsetzt (Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 4.1 "Shelby", B-605/2021 E. 11.3.2.3 "TRILLIUM"), von denen die Rechtsprechung im Übrigen nur Beispiele erwähnt (Urteil des BGer 4A_299/2017 vom 2. Oktober 2017 E. 4.1 "Abanca [fig.]/Abanka [fig.]"; Urteile des BVGer B-1137/2022 E. 2.5 "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2021 E. 11.2.1.2 "TRILLIUM").

E. 4.5.3

Daraus folgt, dass sich die Benutzungsrecherche auf aussagekräftige Quellen unterschiedlicher Natur stützt, welche sich wechselseitig bestätigen und damit gesamthaft glaubhaft auf einen Nichtgebrauch der strittigen Wortmarke im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 hinweisen.

E. 4.6

Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin folgt aus dem Gesagten, dass die Vorinstanz die Indizien in ihrer Gesamtheit korrekt gewürdigt hat. Der Vorinstanz kann entsprechend auch nicht vorgeworfen werden, dass sie ihre Beurteilung im Wesentlichen einzig auf den Recherchebericht und dessen Inhalt gestützt hat (Urteile des BVGer B-3745/2022 E. 4.1 und 4.4 "Shelby", B-1137/2022 E. 4.4 f. "LA HISPANO-SUIZA", B-605/2021 E. 11.3.2.2 f. "TRILLIUM"). Damit ist auch unter Berücksichtigung der im Beschwerdeverfahren vorgebrachten Argumente der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 als glaubhaft anzusehen.

E. 5.1

Wie eingangs erwähnt, stehen dem Markeninhaber gemäss Art. 35b Abs. 1 Bst. a und b MSchG drei Verteidigungsmöglichkeiten gegen einen Löschungsantrag offen (vgl. E. 2.7 hiervor). Vorliegend hat sich die Beschwerdeführerin dafür entschieden, sowohl die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs durch den Beschwerdegegner zu bestreiten als auch ihrerseits den Gebrauch der strittigen Marke glaubhaft zu machen. Nachdem also der Nichtgebrauch der strittigen Marke durch den Beschwerdegegner glaubhaft gemacht wurde, ist nun zu prüfen, ob die Beschwerdeführerin ihrerseits den Gebrauch der Marke im Sinne von Art. 35b Abs. 1 Bst. b MSchG glaubhaft machen kann.

E. 5.2

Um einen Gebrauch der strittigen Marke in der Schweiz im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 glaubhaft zu machen, reicht die Beschwerdeführerin folgende Belege ein: -

Beschwerdebeilage 2: Zeitungsartikel «Mondo-Punkte kann man jetzt bei Bea einlösen», Aargauer Zeitung vom 9. August 2012 - Beschwerdebeilage 3: Zeitungsartikel «Nestlé verkauft Verlag der Mondo-Punkte», Neue Zürcher Zeitung vom 26. Juni 2012 - Beschwerdebeilage 4: Auf CD-ROM gespeicherte Fassung des Films «Mondo eine Geschichte mit Punkten» - Beschwerdebeilage 5: Fotodokumentation Warenangebot im Direktvertrieb (undatiert) - Beschwerdebeilage 6: Auszüge aus dem Bestells katalog der Beschwerdeführerin (Preise gültig bis 30.05.2021) - Beschwerdebeilage 7: Fotoaufnahmen vom 30. November [gemäss Angabe Beschwerdeführerin: 2021] eines Kinderkleides im Stile eines Hochzeitskleides, auf dessen Kleideretikette die Wort-/Bildmarke MONDO (fig.) sowie "teen'ee" und "KIDS FASHION" aufgeführt sind (als Duplikbeilage 1 im Lösungsverfahren eingereicht) - Beschwerdebeilage 8: vom Rechtsvertreter signierte Fotoaufnahme vom 7. Juli 2022 des in Beilage 7 abgebildeten Kinderhochzeitskleides - Beschwerdebeilage 9: undatierte Fotoaufnahme [gemäss Angabe der Beschwerdeführerin: vom Juli 2021] eines gestreiften Kinderkleides, auf dessen Kleideretikette die Wort-/Bildmarke MONDO (fig.) sowie "teen'ee" und "KIDS FASHION" aufgeführt sind (als Antwoortsbeilage 2 im Lösungsverfahren eingereicht) - Beschwerdebeilage 10 (und Replikbeilage 16): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2015/5 - Beschwerdebeilage 11 (und Replikbeilage 17): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2016/2 - Beschwerdebeilage 12 (und Replikbeilage 18): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2017/1 - Beschwerdebeilage 13 (und Replikbeilagen 22, 23): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2022/2 und 2022/4 - Beschwerdebeilage 14: Ansicht der vom 13.10.2009 bis 27.03.2019 in Betrieb gewesenen Website <https://www.bea-verlag.ch/bea.punkte.aspx> - Beschwerdebeilage 15: Ansicht vom 4. Juli 2022 der Website <https://www.bea.swiss/de/product/4318/brautkleiderpartnerlook-4tlg> - Replikbeilage 3: Zeitungsartikel «Die fleissigen Sparer können auch im Online-Zeitalter Punkte sammeln», Neue Zürcher Zeitung vom 1. März 2018 - Replikbeilage 4: Auszug aus dem Schweizer Markenregister betreffend den aktiven Marken "MONDO" der Beschwerdeführerin - Replikbeilage 5 [Sammelbeilage]: Ausdruck vom 14.03.2023 einer von Oktober 2017 stammenden Fotografie der Innenansicht des Fabrikladens der Beschwerdeführerin gemäss Google Street View betreffend Waren der Klasse 25, aufrufbar unter: <https://www.google.com/maps/@47.4733013,8.1946086,3a,75y,267.93h,663.87t/data=!3m7!1e!13m5!1sAFIQipNRVhhMszro15szbe12FH8jfY9q2aOYYtvAOTe12el013e1217i600018i300> - Replikbeilage 6: Ausdruck vom 14.03.2023 der Innenansicht des Fabrikladens der Beschwerdeführerin gemäss Google Street View betreffend Einkaufsstützen mit der Wort-/Bildmarke MONDO (Aufnahme Oktober 2017) - Replikbeilage 7: Rechnung (Druckerei A) vom 01.06.2015 für "BEA Revue Sommer 2015" - Replikbeilage 8: Rechnung (Druckerei A) vom 15.06.2016 für "BEA Revue Sommer 2016" - Replikbeilage 9: Rechnung (Druckerei A) vom 31.05.2017 für "Bea Angebote Sommer 2017/04" - Replikbeilage 10: Rechnung (Druckerei A) vom 06.06.2018 für "Bea Angebote Sommer 2018/04" - Replikbeilage 11: Rechnung (Druckerei A) vom 08.11.2019 für "Bea Katalog Spielzeug Weihnachten 2019/5 / Winter 2020/1" - Replikbeilage 12: Rechnung (Druckerei A) vom 09.11.2020 für "Bea Angebote Spielzeug Weihnachten 2020/5 und Winter 2021/1" - Replikbeilage 13: Rechnung (Druckerei A) vom 10.10.2021 für "Bea Angebote Spielzeug Weihnachten 2021/5 und Winter 2022/1" - Replikbeilage 14: Rechnung (Druckerei B) vom 02.11.2022 für Weihnachtsrevue Deutsch 2022 - Replikbeilage 15: Auszug vom 23.02.2023 der Website der Beschwerdeführerin mit Domain <https://www.bea.swiss/de/> - Replikbeilage 16 (und Beschwerdebeilage 10): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote

2015/5 - Replikbeilage 17 (und Beschwerdebeilage 11): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2016/2 - Replikbeilage 18 (und Beschwerdebeilage 12): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2017/1 - Replikbeilage 19: Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2021/5 - Replikbeilage 20 (und Beschwerdebeilage 13): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2022/2 - Replikbeilage 21 (und Beschwerdebeilage 13): Auszug Katalog BEA-Punkte Angebote 2022/4 - Replikbeilage 22: Auszug vom 28.12.2022 der Website der Beschwerdeführerin, <https://www.bea.swiss/de/category/470/schals> - Replikbeilage 23: Auszug vom 28.12.2022 der Website der Beschwerdeführerin, <https://www.bea.swiss/de/category/298/kinderkleidtmg> - Replikbeilage 24: Auszug aus der Buchhaltung der Beschwerdeführerin betreffend den Verkauf des Artikels "Brautkleid Partnerlook 4tlg." im Zeitraum 01.01.2015 - 20.02.2023 - Replikbeilage 25: Auszug vom 29.12.2022 der Website der Beschwerdeführerin, <https://www.bea.swiss/de/product/4318/brautkleider-partnerlook-4tlg> - Replikbeilage 26: Auszug aus der Buchhaltung der Beschwerdeführerin betreffend den Verkauf des Artikels "Papillon-Zauber-Girls Edition 2tlg." im Zeitraum 01.01.2015 - 20.02.2023 - Replikbeilage 27: Vergleich Auszug aus Google Street View mit Auszügen aus Vertriebskatalogen 2015/5, S. 132, 2016/2, S. 190 und 2017/1, S. 62 (gemäss Replikbeilagen 16-18)

E. 5.3.1

Die Beschwerdeführerin hat in Anwendung von Art. 35b Abs. 1 Bst. a und b MSchG und Art. 2 MSchV den Gebrauch ihrer Wortmarke im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 für den Zeitraum vom 23. April 2016 bis und mit dem 23. April 2021, dem Tag der Einreichung des Löschantrags, glaubhaft zu machen (BVGE 2022 IV/3 E. 3.5 "SWISSVOICE"). Die Benutzungsnachweise haben sich auf diesen Gebrauchszeitraum zu beziehen und müssen ihm einwandfrei zugeordnet werden können (Urteile des BVGer B-6169/2020 E. 2.4 "Adventuridge/ Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1139/2022 E. 5.4 "Hispano Suiza"). Nicht datierte Belege können unter Umständen berücksichtigt werden, wenn sie mit anderen datierten Belegen in Verbindung gebracht werden können (BVGE 2021 IV/2 E. 8.3 mit Hinweisen "Prosegur"; Urteile des BVGer B-6169/2020 E. 2.4 "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]", B-1139/2022 E. 5.4 "Hispano Suiza"; Volken, a.a.O., Art. 11 MSchG Rz. 8).

E. 5.3.2

Vorliegend fallen die Beschwerdebeilagen 2, 3, 4, 7, 8, 10, 13 und 15 sowie die Replikbeilagen 7, 13-16, 20-23 und 25 nicht in den massgebenden Gebrauchszeitraum. Diese Belege sind damit grundsätzlich unbeachtlich. Demgegenüber sind die Beschwerdebeilagen 5, 7 und 9 undatiert. Solange diese Beilagen also nicht in Verbindung mit datierten und in den massgebenden Zeitraum fallenden Belege gebracht werden können, sind auch sie nicht zu beachten.

E. 5.3.3

Ausserdem ist im Zusammenhang mit den als Replikbeilagen 8 bis 14 eingereichten Rechnungen - unabhängig davon, dass die Beilagen 13 bis 15 ausserhalb des massgebenden Zeitraumes sind - festzuhalten, dass diese keinen Zusammenhang zu den strittigen Waren aufweisen, sondern einzig den Druck und Versand der Warenkataloge betreffen (Replik, Rz. 12; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 6). Auch erscheint die strittige Marke nirgends. Im Hinblick auf die Glaubhaftmachung des markenmässigen Gebrauchs der Wortmarke "MONDO" im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 kann die

Beschwerdeführerin aus diesen Belegen nichts zu ihren Gunsten ableiten.

E. 5.4

Bezüglich des Markengebrauchs gibt die Beschwerdeführerin zunächst an, dass sowohl auf ihrer Website als auch in ihren Warenkatalogen ausdrücklich auf die Marke MONDO hingewiesen bzw. diese gebraucht werde (Replik, Rz. 16; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 6). Da die Marke "MONDO" sowohl in den Katalogen als auch auf der Homepage der Beschwerdeführerin ausdrücklich erwähnt oder mittels Logo abgebildet sei, ergebe sich der Gebrauch direkt (Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 6). Werde die Marke MONDO in einem Versandhandelskatalog nicht ausdrücklich erwähnt oder mittels Logo ersichtlich gemacht, ergebe sich der Markengebrauch aufgrund des auf den ersten Seiten des jeweiligen Kataloges enthaltenen QR-Codes, mittels welchem die Kunden direkt auf die Webseite der Beschwerdeführerin weitergeleitet würden, wo die Marke MONDO wiederum an prominenter Stelle oben links im Bild abgebildet sei (Replik, Rz. 16; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 6 f.). Auch verweist die Beschwerdeführerin auf ihren Fabrikladen namens "BEA-Shop", in dem sie diverse Waren anbietet (vgl. Beschwerde, Rz. 15; Replik, Rz. 11; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 4 f., 6 f.; Beschwerdebeilage 5; Replikbeilagen 5 und 6). Konkret in Bezug auf den strittigen Markengebrauch im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 gibt die Beschwerdeführerin an, dass sich der Gebrauch der Marke MONDO insbesondere aufgrund zweier Kinderkleider ergebe, nämlich den Kleidern "Papillon Zauber 2tlg." (vgl. E. 5.6.1 ff. hiernach) und "Brautkleid Partnerlook 4tlg." (vgl. E. 5.7.1 ff. hiernach).

E. 5.5

Zunächst ist auf den behaupteten Gebrauch der strittigen Marke im Zusammenhang mit dem Fabrikladen einzugehen. Die Beschwerdeführerin gibt dazu an, sie führe in Brugg den sog. "BEA-Shop" in welchem sie diverse Waren, welche auch in ihren Katalogen angeboten würden, anbiete (vgl. Beschwerde, Rz. 15; Replik, Rz. 11; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 4 f., 6 f.; Beschwerdebeilage 5; Replikbeilagen 5 und 6). Unter diesen Waren seien auch solche der Klasse 25 zu finden, nämlich unter anderem die zwei von ihr angegebenen Kleider "Papillon Zauber 2tlg." und "Brautkleid Partnerlook 4tlg." (vgl. Replik, Rz. 11 und 13; Stellungnahme zur Duplik, Rz. 12; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 7). Die Beschwerdeführerin verweist diesbezüglich auf die auf Google-Maps aufrufbare Möglichkeit, einen virtuellen Rundgang durch die Verkaufsräumlichkeiten des BEA-Shops vorzunehmen, der auf Bildern basiert, die im Oktober 2017 aufgenommen wurden (vgl. Replik, Rz. 11; Replikbeilagen 5 und 6). Auf diesen virtuellen Rundgang durch den BEA-Shop werde sogar in einem Zeitungsartikel der NZZ verwiesen (vgl. Replik, Rz. 11 und Replikbeilage 3). In den Fotoaufnahmen dieses Rundganges sei - nebst anderen Kinderkleidern - unter anderem das Kleid "Papillon Zauber" an einer Kleiderstange hängend, sichtbar (vgl. Replik, Rz. 11 und Replikbeilage 5). Dazu ist festzuhalten, dass die Bilder wohl in den massgebenden Zeitraum fallen, sie aber einzig aufzeigen, dass im BEA-Shop Waren angeboten wurden. Zur vorliegend massgebenden Frage, nämlich ob die angebotenen Waren mit der Marke "MONDO" gekennzeichnet sind, sagen diese Bilder hingegen nichts. Namentlich wird sie auf ihnen nicht wiedergegeben. Auch der von der Beschwerdeführerin behauptete direkte Zusammenhang der Wortmarke "MONDO" mit den auf den Fotos abgebildeten Kinderkleidern ist nicht ersichtlich (vgl. Replik, Rz. 11). Anders als von der Beschwerdeführerin behauptet (vgl. Replik, Rz. 11; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S.

8), kann aus der Tatsache, dass in diesen Aufnahmen eine Einkaufsstüte erkennbar ist, auf der "MONDO" geschrieben steht, nicht auf einen Markengebrauch im Zusammenhang mit Kleidung geschlossen werden. Ganz abgesehen davon, dass das Verkaufsgeschäft selber nicht mit der strittigen Marke angeschrieben ist, ist der Beschwerdeführerin generell zu widersprechen, wenn sie die Kennzeichnung einer Detailhandelsdienstleistung mit der allfälligen Kennzeichnung der verkauften Ware gleichsetzt (vgl. Beschwerde, Rz. 15; Replik, Rz. 37; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 5; Protokoll der öffentlichen Verhandlung, Replik der Beschwerdeführerin, S. 7). Nur weil ein Verkaufsgeschäft mit einer Marke angeschrieben ist und seine Verkaufsdienstleistungen unter dieser Marke anbietet, bedeutet dies nicht automatisch, dass die darin verkauften physischen Waren mit dieser Marke gekennzeichnet sind (vgl. Protokoll der öffentlichen Verhandlung, Replik des Beschwerdegegners, S. 8). Vorliegend kann aus den vorgelegten Belegen jedenfalls nicht der Schluss gezogen werden, dass die im BEA-Shop angebotenen Waren der Klasse 25 im relevanten Zeitraum mit der Marke "MONDO" gekennzeichnet waren (vgl. Replikbeilagen 5 und 6 sowie E. 5.6.4 ff. hiernach). Die Beschwerdeführerin kann im Übrigen auch aus der Tatsache, dass in ihrem Verkaufsgeschäft ihre Sammelpunkte "MONDO" als Anzahlung bzw. Bezahlung akzeptiert werden, nichts zu ihren Gunsten in Bezug auf die Kennzeichnung der darin angebotenen Waren ableiten (vgl. E. 5.6.4.1 f. hiernach in Bezug auf die Verwendung der Sammelpunkte).

E. 5.6.1

Die Beschwerdeführerin bringt vor, der Gebrauch der strittigen Wortmarke im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 ergebe sich insbesondere im Zusammenhang mit einem Kinderkleid namens "Papillon Zauber", dessen Etikett mit der Marke MONDO gekennzeichnet gewesen sei (Replik, Rz. 19 mit Verweis auf Beschwerdebeilage 9). Um den Vertrieb und die Kennzeichnung dieses Kinderkleides zu belegen, reicht sie die Auszüge aus den Katalogen "BEA-Punkte Angebote" 2015/5, 2016/2 und 2017/1 (vgl. Replikbeilagen 16, 17 und 18) sowie die entsprechenden Umsatzzahlen ein (vgl. Replikbeilage 26).

E. 5.6.2

Bei den Replikbeilagen 16, 17 und 18 handelt es sich um Auszüge aus den BEA-Punkte Warenkatalogen (vgl. E. 5.2 hiervor), wobei einzig die Replikbeilagen 17 und 18 in den massgebenden Zeitraum fallen (vgl. E. 5.3.2 hiervor). Diesen zwei Katalogen ist die Tatsache gemeinsam, dass die strittige Wortmarke "MONDO" nirgends im Zusammenhang mit einer Ware erscheint.

E. 5.6.3

In der Replikbeilage 18 (Angebote 2017/1) sind nicht einmal die Begriffe MONDO, MONDO-Punkte oder eine der Wort-/Bildmarken "MONDO (fig.)" irgendwo aufgeführt. In diesem Zusammenhang erklärt die Beschwerdeführerin zwar, dass in jenen Fällen, in denen die Marke im Katalog selber nirgends aufgeführt sei, der Markengebrauch via Aufrufen des QR-Codes und der darauffolgenden Weiterleitung auf die Homepage der Beschwerdeführerin erfolge (vgl. E. 5.4 hiervor). Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin kann darin allerdings kein Gebrauch der strittigen Marke erkannt werden, denn dieser würde - wenn überhaupt - lediglich sehr versteckt erfolgen, was jedenfalls nicht ausreichend wäre (Urteil des BVGer B-2789/2023 vom 12. November 2024 E. 4.6.2.1 und 4.2.6.4 "Pulse [fig.]/PULSE8 [fig.]" ; Volken, a.a.O., Art. 11 N. 14 mit

Hinweisen). Dies gilt umso mehr, als der QR-Code einzig mit dem Hinweis "QR-Code für Direktzugriff mit Smartphone" auf der ersten Seite des Kataloges aufgeführt wird, also ohne jeglichen Hinweis auf die strittige Marke oder einen Bezug dazu (vgl. Replikbeilage 18). Insofern zeigt gerade die Replikbeilage 18 keinen Gebrauch des Begriffs "MONDO" oder gar der strittigen Marke.

E. 5.6.4.1

Der Begriff "MONDO" kommt, wenn auch nicht im Zusammenhang mit einer Ware, nur im Warenkatalog des Jahres 2016 (Replikbeilage 17 und Beschwerdebeilage 11) vor. Darin ist sowohl auf dem Titelblatt als auch auf dem Bestellschein des Warenkataloges ein roter Punkt, dessen untere Seite nach oben geknickt ist, und in dessen Mitte der Begriff "MONDO" in Weiss geschrieben steht, abgebildet. Die Gestaltung entspricht der schweizerischen Marke Nr. 625963, welche zum Portfolio der Beschwerdeführerin gehört (vgl. entsprechende Markenabbildung in der Replikbeilage 4). Auch werden in der Replikbeilage 17 eingangs unter der Überschrift "BEA-Mondo Profitpunkte Sammeln und gewinnen..." die "Mondo Freunde" in die "BEA Sammlerfamilie" willkommen geheissen und ihnen erklärt, dass ihre gesammelten Mondo-Punkte als BEA-Punkte gelten, sprich: "1 Mondo-Punkt = 1 BEA-Punkt" (vgl. Replikbeilage 17, S. 2 f.). Zur bildlichen Erklärung ist ein "MONDO"-Sammelpunkt, der aussieht wie die Schweizerische Marke Nr. 361686 (vgl. entsprechende Markenabbildung in der Replikbeilage 4), beispielhaft abgebildet (vgl. Replikbeilage 17, S. 2 f.). Weiter werden auf Seite 4 des Warenkataloges alle Hersteller aufgelistet, auf deren Produkten der "MONDO-Punktevorteil" aufzufinden ist, d.h. bei welchen die entsprechenden Sammelpunkte angebracht sind (vgl. Replikbeilage 17, S. 4). Schliesslich ist auf dem Bestellschein vermerkt, dass dieser im beiliegenden Couvert zusammen mit den notwendigen "BEA/Mondo-Punkten (1 Mondo-Punkt = 1 BEA-Punkt)" an den BEA-Verlag einzusenden sei (vgl. Replikbeilage 17, Schlussseite).

E. 5.6.4.2

Hierzu ist zunächst darauf hinzuweisen, dass vorliegend die Löschung der Wortmarke "MONDO" und nicht der Wort-/Bildmarke "MONDO (fig.)" strittig ist. Grundsätzlich ist eine Marke in unveränderter oder zumindest in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form zu gebrauchen (vgl. E. 2.8.1 hiervor). Inwiefern es sich bei den grafisch gestalteten Schriftzügen "MONDO" um von der Eintragung nicht wesentlich abweichende Formen der strittigen Wortmarke handelt, kann allerdings vorliegend offen bleiben, da all diese Erwähnungen des Begriffs "MONDO" jedenfalls keine Verwendungen im Zusammenhang mit einer Ware der Klasse 25 darstellen, sondern stets nur in Verbindung mit dem Sammelpunktesystem der Beschwerdeführerin erfolgen. Die Tatsache, dass eine Ware wie zum Beispiel das Kleid "Papillon-Zauber" mit den sog. "MONDO"-Punkten bezahlt werden kann, führt jedenfalls nicht zu einem Gebrauch der Marke "MONDO" im Zusammenhang mit Kleidern. Hierzu ist auf die unter E. 5.5 hiervor beschriebene Situation des Verkaufsgeschäftes zu verweisen, welche mit dem Gebrauch als Sammelpunkt und Zahlungsmittel gleichzusetzen ist. In Anbetracht dessen, dass der Inhaber, um sein Recht an der eingetragenen Marke aufrechtzuerhalten, die Marke markenmässig - und damit im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen - gebrauchen muss (Art. 11 Abs. 1 MSchG; vgl. E. 2.8.1 hiervor), kann die Beschwerdeführerin aus diesen Belegen nichts zu ihren Gunsten ableiten. Ein markenmässiger Gebrauch im Zusammenhang mit den vorliegend betroffenen Waren der Klasse 25 kann in diesen Belegen nicht erkannt werden.

E. 5.6.5.1

Immerhin geht aus den Replikbeilagen 17 und 18 bezüglich des Kinderkleides "Papillon Zauber" konkret hervor, dass dieses Kleid in diesen zwei Jahren angeboten wurde (vgl. Beschwerdebeilage 11, S. 190; Replikbeilage 17, S. 190; Beschwerdebeilage 12; Replikbeilage 18, S. 62; siehe auch Replikbeilage 27). Wie bereits erwähnt (vgl. E. 5.6.3 hiervor), wird die Ware in den Katalogen allerdings nicht mit der Wortmarke "MONDO" gekennzeichnet, sondern gemäss dem Beschrieb im Warenkatalog als "Teen'ee Girls Edition".

E. 5.6.5.2

In diesem Zusammenhang verweist die Beschwerdeführerin auf eine fotografische Abbildung des Kleides, welche sie im vorinstanzlichen Verfahren als Beilage 2 sowie vorliegend als Beschwerdebeilage 9 eingereicht hat. Ein Vergleich mit dem in den Replikbeilagen 17 und 18 abgebildeten "Papillon Zauber"-Kleid zeigt, dass es sich um eben dieses Kleid handelt. In dieser Fotografie ist das Etikett des Kleides ersichtlich und darauf sind jeweils untereinander stehend die grafisch gestalteten Begriffe "MONDO (fig.)" (analog der schweizerischen Marke Nr. 625963), "teen'ee (fig.)" (analog der schweizerischen Marke Nr. 671590) und "KIDS FASHION" aufgeführt. Indessen ist die eingereichte Fotografie undatiert. Selbst unter der Annahme, dass die Fotografie - wie von der Beschwerdeführerin behauptet (Beschwerde, Rz. 17) - im Juli 2021 aufgenommen wurde, wäre sie klar nach Eröffnung des Lösungsverfahrens und damit ausserhalb des massgebenden Zeitraumes aufgenommen worden. Insofern kann die Beschwerdeführerin aus dieser Fotografie nichts zu ihren Gunsten ableiten. Jedenfalls ist nicht bekannt, inwiefern das Kleid im massgebenden Zeitraum tatsächlich so wie fotografiert angeboten wurde.

E. 5.6.5.3

Fakt ist jedenfalls, dass das Kleid im massgebenden Zeitraum in den vorgelegten Warenkatalogen und auf dem Internetauftritt der Beschwerdeführerin nicht mit der strittigen Wortmarke "MONDO" gekennzeichnet wurde (vgl. Beschwerdebeilage 11, S. 190; Replikbeilage 17, S. 190; Beschwerdebeilage 12; Replikbeilage 18, S. 62; Replikbeilage 27; siehe auch E. 5.6.3 und E. 5.6.5.1 hiervor). Wenn überhaupt, so geht aus diesen Quellen hervor, dass es sich um ein Kleid der "Teen'ee Girls Edition" handelt (vgl. Beschwerdebeilage 11, S. 190; Replikbeilage 17, S. 190; Beschwerdebeilage 12; Replikbeilage 18, S. 62; siehe auch Replikbeilage 27; vgl. auch E. 5.6.5.1 hiervor). Soweit die Beschwerdeführerin sich auch da auf eine indirekte Verwendung der strittigen Marke via einen QR-Code stützt (vgl. E. 5.4 hiervor), ist auf die Ausführungen unter E. 5.6.3 hiervor zu verweisen.

E. 5.6.6

Demgegenüber zeigt der als Replikbeilage 26 eingereichte Buchhaltungsauszug der Beschwerdeführerin, welcher den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 20. Februar 2023 umfasst, dass im massgebenden Zeitraum 245 Verkäufe des Kleides "Papillon-Zauber" erfolgten (vgl. Replikbeilage 26 und E. 5.3.2 hiervor). Wenngleich die strittige Marke im Buchhaltungsauszug nirgends Erwähnung findet, sind darin doch unter anderem die Artikelnummer des Kleides, dessen Verkaufspreis sowie das jeweilige Datum der Transaktion aufgeführt. Die aufgeführte Artikelnummer (...) stimmt dabei mit der jeweils in den Katalogen aufgeführten Artikelnummer des Kleides "Papillon-Zauber-Girls Edition

2tlg" überein (vgl. die Beschwerdebeilagen 11 und 12 sowie die Replikbeilagen 16, 17, 18, 27). Indessen kann die Beschwerdeführerin in Anbetracht dessen, dass sich weder aus den Warenkatalogen noch aus einem anderen dem massgeblichen Zeitraum zweifelsfrei zuzuordnenden Beleg ein Bezug und damit Gebrauch der strittigen Wortmarke "MONDO" im Zusammenhang mit dem Kinderkleid "Papillon-Zauber" ergibt, aus diesen Verkaufszahlen nichts zu ihren Gunsten ableiten. Entsprechend kann auch offen bleiben, ob die Summe von 245 verkauften Kleidern zu einem Preis gemäss Katalog von Fr. 32.- plus 300 Bea Punkten (vgl. Beschwerdebeilagen 11, 12 sowie Replikbeilagen 16, 17, 18, 27) während fünf Jahren einen ernsthaften Gebrauch im Sinne der Rechtsprechung darstellt oder nicht (vgl. E. 2.8.2 hiervor; Volken, a.a.O., Art. 11 N. 86), wenn gemäss einer Schätzung des Bundesamtes für Zoll und Grenzsicherheit in der Schweiz pro Person und Jahr rund 60 Kleidungsstücke gekauft werden, womit mit rund 300 gekauften Kleidungsstücken pro Person in fünf Jahren zu rechnen ist (vgl. Isabel Strassheim, "Die Altkleidersammlung boomt, doch die billige Ware lässt sich kaum recyceln", in: Tages-Anzeiger vom 19.09.2024, direkt abrufbar unter: <https://www.tagesanzeiger.ch/altkleider-sammlung-nur-wenig-kleider-werden-recycelt-529856152838>).

E. 5.6.7

Damit gelingt es der Beschwerdeführerin nicht, einen rechtserhaltenden Markengebrauch ihrer Wortmarke im Zusammenhang mit dem Kleid "Papillon-Zauber" im massgebenden Zeitraum glaubhaft zu machen.

E. 5.7.1

Nebst dem soeben erwähnten Kleid "Papillon Zauber" gibt die Beschwerdeführerin an, dass sich der Gebrauch der Marke MONDO auch im Zusammenhang mit einem anderen Kinderkleid, dem Kleid "Brautkleid Partnerlook 4tlg.", ergibt (Beschwerde, Rz. 20; Beschwerdebeilage 15; Replik, Rz. 18, 31, 52; Replikbeilagen 20, 21 und 25). Um den Vertrieb und die Kennzeichnung dieses Kinderkleides mit der Marke "MONDO" zu belegen, reicht sie zwei Fotografien des Kleides (vgl. Beschwerdebeilagen 7 und 8), Auszüge aus den Katalogen "BEA-Punkte Angebote" 2022/2 und 2022/4 (vgl. Replikbeilagen 20 und 21), zwei diesbezügliche Auszüge aus ihrem Online-Shop (vgl. Beschwerdebeilage 15; Replikbeilage 25) sowie die entsprechenden Umsatzzahlen ein (vgl. Replikbeilage 24).

E. 5.7.2

Im Zusammenhang mit diesem Kleid ist allerdings festzustellen, dass die Beschwerdeführerin keine Belege eingereicht hat, welche dem massgebenden Zeitraum, nämlich vom 23. April 2016 bis und mit dem 23. April 2021, zuzuordnen sind (vgl. E. 5.3.2 hiervor). So wird das Kleid in den zwei Warenkatalogen durchaus als "Mondo teen'ee Kids Fashion" gekennzeichnet (vgl. Beschwerdebeilage 13; Replikbeilage 20, S. 248; Replikbeilage 21, S. 288), doch stammen diese Warenkataloge aus dem Jahr 2022. Gleiches gilt auch für die zwei an sich undatierten Fotografien des Kleides, auf welchen zwar ersichtlich ist, dass dessen Etikett mit "MONDO (fig.) teen'ee (fig.) KIDS FASHION" angeschrieben war (vgl. Beschwerdebeilagen 7 und 8), doch gibt die Beschwerdeführerin selber an, dass diese Aufnahmen erst am 30. November 2021 (Beschwerde, Rz. 16; Beschwerdebeilage 7) bzw. am 7. Juli 2022 (Beschwerde, Rz. 16; Beschwerdebeilage 8) aufgenommen wurden. Auch die zwei Ansichten aus dem Onlineshop der

Beschwerdeführerin bezüglich des Kleides "Brautkleid Partnerlook" zeigen zwar, dass dieses als "original Mondo teen'ee Kids Fashion" angeboten wurde, doch sind diese Ansichten vom 4. Juli 2022 (vgl. Beschwerdebeilage 15) und vom 29. Dezember 2022 (vgl. Replikbeilage 25) - und fallen damit nicht in den massgebenden Zeitraum. Schliesslich zeigt auch der Auszug aus der Buchhaltung der Beschwerdeführerin (vgl. Replikbeilage 24), dass die ausgewiesenen 140 Verkäufe des Artikels "Brautkleid Partnerlook 4tlg." allesamt erst ab 2022 und dadurch im Nachgang an den massgebenden Zeitraum erfolgt sind.

E. 5.7.3

Folglich ist in Bezug auf das von der Beschwerdeführerin vorgebrachte Kleid "Brautkleider Partnerlook 4tlg." festzustellen, dass unabhängig davon, ob aus den vorgelegten Belegen überhaupt ein Gebrauch der strittigen Wortmarke erkannt werden kann, jedenfalls kein Gebrauch im massgebenden Zeitraum belegt ist. Insofern gelingt es der Beschwerdeführerin auch im Zusammenhang mit dem Kleid "Brautkleid Partnerlook 4tlg." nicht, einen Gebrauch der strittigen Wortmarke im massgebenden Zeitraum glaubhaft zu machen.

E. 6.1.1

Die Beschwerdeführerin rügt ausserdem zum einen, dass die Vorinstanz bei der Beurteilung des Markengebrauchs nicht berücksichtigt habe, dass es sich bei MONDO um eine Marke handle, welche sich beim Schweizer Publikum allgemeiner Wertschätzung erfreue (Beschwerde, Rz. 13 f. mit Verweis auf Beilage 4). So sei insbesondere in den 1970er- und 1980er-Jahren das Sammeln von MONDO-Punkten in der Schweiz sehr populär gewesen, weshalb sich jedermann an die Sammelpunkte erinnere, die auf unzähligen Verpackungen von Artikeln des täglichen Bedarfs angebracht gewesen seien (Beschwerde, Rz. 13 sowie Beschwerdebeilage 4). In einem Zeitungsartikel aus dem Jahre 2012 sei der Marke "MONDO" gar ausdrücklich ein hoher Bekanntheitsgrad attestiert worden (Beschwerde, Rz. 13 mit Verweis auf Beschwerdebeilage 2). Dies zeige sich im Übrigen auch anhand der Anzahl der allein an die deutschsprachigen Kunden der Beschwerdeführerin versandten Vertriebskataloge im massgebenden Zeitraum, nämlich gemäss der vorgelegten Druckrechnung rund 215'000 Kataloge pro Jahr (Replik, Rz. 12; Replikbeilagen 8-12; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 6). Entsprechend handle es sich bei der angefochtenen Marke um eine in der Schweiz "überaus bekannte und damit durchgesetzte Marke" (Beschwerde, Rz. 13 f. mit Hinweis auf Beilage 2), die im Übrigen - was mitzubehalten sei - Teil eines grossen Markenportfolios sei (Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 8 f.).

E. 6.1.2

Im Einklang mit der Vorinstanz ist hierzu festzuhalten, dass bei Notorietät des Gebrauchs auf die Abnahme von Beweisen zum bestrittenen Markengebrauch verzichtet werden kann (vgl. Urteile des BVGer B-6734/2023 vom 3. Juni 2024 E. 2.8 "Burger King/Burek BK King [fig.]", B-681/2016 vom 23. Januar 2018 E. 4.4 "FACEBOOK/StressBook [fig.]; Vernehmlassung, Rz. 8), doch von Notorietät einzig unter strengen Voraussetzungen auszugehen ist und diese nur für den unbestritten notorisch bekannten Kern der beanspruchten Waren und Dienstleistungen und soweit sie einen notorischen Gebrauch im massgeblichen Zeitraum betreffen würde, welchen die Beschwerdeführerin nicht geltend macht, anerkannt werden darf. Im Einklang mit der Vorinstanz gilt es festzustellen, dass aus den von der Beschwerdeführerin vorgelegten Belegen und Berichterstattungen jedenfalls in

Bezug auf die Waren der Klasse 25 nicht der Schluss gezogen werden kann, der Gebrauch der strittigen Marke im fraglichen Zeitraum sei in der Schweiz notorisch bekannt. Wie die Vorinstanz zu Recht ausführt, erwähnen selbst die im Unternehmensfilm "Mondo eine Geschichte mit Punkten" (vgl. Beschwerdebeilage 4) befragten Personen ausschliesslich die "MONDO"-Bücher bspw. den "MONDO"-Verlag (vgl. Beschwerdebeilage 4; Vernehmlassung, Rz. 8). Auch in den weiteren Berichterstattungen über die Beschwerdeführerin wird nirgends auf einen Markengebrauch im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 hingewiesen (vgl. Beschwerdebeilagen 2 und 3 sowie Replikbeilage 3). Damit kann die Beschwerdeführerin unabhängig davon, ob der Gebrauch der strittigen Marke im Zusammenhang mit Büchern, Verlagsdienstleistungen und einem Sammelpunktesystem während dem massgebenden Zeitraum in der Schweiz allenfalls notorisch bekannt gewesen wäre, im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 nichts zu ihren Gunsten ableiten.

E. 6.2.1

Zum anderen rügt die Beschwerdeführerin in diesem Zusammenhang, dass die Bestätigung der angefochtenen Verfügung einer Aushöhlung des Markenschutzes gleichkomme und der Funktion des Markengebrauchs sowie der teleologischen Auslegung des Markenschutzgesetzes widerspräche (Replik, Rz. 8 und 38; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 9). Die Beschwerdeführerin führt an, dass mit der Einführung von Art. 35a ff. MSchG die Vermeidung von sog. Sperrmarken beabsichtigt worden sei. Vorliegend handle es sich jedoch unzweifelhaft um keine solche Sperrmarke, sondern vielmehr um eine in der Schweiz überaus bekannte Marke, die Teil eines grossen Markenportfolios der Beschwerdeführerin sei, von dieser seit Jahren benutzt werde und deren Benutzung auch in Zukunft beabsichtigt sei (Replik, Rz. 25; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 8; vgl. E. 6.3 hiernach). Weiter erinnert die Beschwerdeführerin an die Funktion des Markenschutzes, wonach eine Marke die Waren bzw. Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen unterscheiden soll (Replik, Rz. 39 ff.; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 9). Damit werde das öffentliche Interesse, das Vertrauen der Verkehrskreise zu schützen und eine Verwechslungsgefahr bei den einschlägigen Verkehrskreisen zu vermeiden, bedient. In Anbetracht dessen, dass es sich vorliegend um eine überaus bekannte Marke handle, würde deren Löschung zu einer erheblichen Verwechslungsgefahr bei Schweizer Durchschnittskonsumenten führen und Raum für sogenannte Trittbrettfahrer schaffen, deren einzige Absicht es sei, von der Bekanntheit und den hohen Qualitätsstandards der Beschwerdeführerin zu profitieren (Stellungnahme zur Duplik, Rz. 8; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 9). Es gehe nicht an, dass eine derart bekannte Marke aufgrund einer unzureichenden Gebrauchsrecherche gelöscht und damit eine Verwechslungsgefahr geschaffen werde, deren Vermeidung durch den Markenschutz eben genau vermieden werden soll (Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 9; Protokoll der öffentlichen Verhandlung, Replik der Beschwerdeführerin, S. 7).

E. 6.2.2

Im Einklang mit dem Beschwerdegegner ist der Beschwerdeführerin entgegen zu halten, dass dem Gesetz nach jede Person zur Stellung eines Löschungsantrages wegen Nichtgebrauchs legitimiert ist (BVG 2022 IV/3 E. 3.6 "SWISSVOICE"; Urteile des BVer B-6389/2023 E. 3.2.1 "S Skins [fig.]", B-2382/2020 E. 2.2-2.4 "PIERRE DE COUBERTIN", B-2627/2019 E. 5.1 "Sherlock/Sherlock's"; David Aschmann, a.a.O., S. 197 f; vgl. E. 2.3 hiervor). Soweit die Beschwerdeführerin aus einer teleologischen

Auslegung darauf schliesst (Replik, Rz. 8, 35 f. und 38), ein Antragsteller habe nicht nur den Nichtgebrauch der Marke glaubhaft zu machen, sondern auch darzutun, dass die Marke mit der Absicht, sie nicht zu gebrauchen, hinterlegt worden sei, geht sie fehl. Der Löschungsantrag muss nur insofern begründet werden, als insbesondere der Nichtgebrauch glaubhaft zu machen ist (vgl. Art. 35a Abs. 1 MSchG i.V.m. Art. 24a Bst. d MSchV; Urteil des BVGer B-2627/2019 E. 5.1 mit Hinweisen "Sherlock/ Sherlock's"). Dies ist auf das öffentliche Interesse an der Registerbereinigung zurückzuführen (BBl 2009 8533, S. 8538 und 8613; vgl. E. 2.3 hiervor). Entsprechend ist eine eingetragene Marke nicht per se davor gefeit, ihren Schutz mangels Gebrauchs zu verlieren (vgl. E. 6.3 hiernach). Demzufolge sind auch die Motive, aus denen der Beschwerdegegner die Löschung der strittigen Marke beantragt, für sich gesehen nicht relevant (Urteil des BVGer B-1137/2022 E. 3.3 mit Hinweisen "LA HISPANO-SUIZA"). Weiter muss für den Rechtsmissbrauch ausser Betracht bleiben, dass die MONDO-Sammelpunkte erstmals 1968 auf Verpackungen von Konsumgütern gedruckt und seitdem in der Schweiz gesammelt werden konnten (Beschwerde, Rz. 13; Beschwerdebeilage 3). Soweit die Beschwerdeführerin der Ansicht ist, es handle sich bei der strittigen Marke um eine historische Marke, was zu ihren Gunsten auszulegen sei, ist ihr zu entgegnen, dass selbst, wenn dies der Fall wäre, der Gesetzgeber mit der Schaffung eines Löschungsverfahrens keinen Vorbehalt für möglicherweise historische Marken geschaffen hat (Urteil des BVGer B-1137/2022 E. 3.4 "LA HISPANO-SUIZA"). Nur der Gebrauch der Marke kann deren Unterscheidungs- und Herkunftsfunktion erfüllen (vgl. E. 2.2 hiervor). Indem die Markeninhaberin diesen Gebrauch unterlässt, geht sie das Risiko ein, dass unabhängig von einem Interessennachweis jede Person ein Löschungsgesuch zufolge Nichtgebrauchs der Marke stellen kann. Für den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke ist der Beschwerdegegner nicht verantwortlich. Es stand der Beschwerdeführerin in der Vergangenheit offen, ihre eingetragene Marke zu gebrauchen. Falls sie als Markeninhaberin dies unterlassen hat, trägt sie die möglichen Folgen eines Nichtgebrauchs (Urteil des BVGer B-1137/2022 E. 3.4 "LA HISPANO-SUIZA"). Soweit die Beschwerdeführerin also aus der Tatsache, dass die Teillöschung einer allfälligen historischen Marke beantragt wird, auf Rechtsmissbrauch schliesst, ist ihr zu entgegnen, dass darin keine Konstellation für Rechtsmissbrauch erkannt werden kann (Urteil des BVGer B-1137/2022 E. 3.4 "LA HISPANO-SUIZA").

E. 6.3

Schliesslich kann die Beschwerdeführerin auch aus ihrer im Laufe des Verfahrens mehrfach bekräftigten Absicht, den Gebrauch der strittigen Marke in Zukunft zu intensivieren bzw. per se nicht aufzugeben, nichts zu ihren Gunsten ableiten (Replik, Rz. 25; Replikbeilagen 15, 20 bis 25; Plädoyer der Beschwerdeführerin, S. 8). Angesichts dessen, dass sich die Benutzungshandlungen auf den massgebenden Zeitraum zu beziehen haben, sind künftige Gebrauchsabsichten oder die Tatsache, dass ein Markeninhaber im Laufe des Löschungsverfahrens - womöglich als Reaktion darauf - einen Gebrauch der Marke wieder aufnimmt, nicht zu berücksichtigen (vgl. hierzu auch E. 5.7.2 f. hiervor). Sollte der Gebrauch im massgebenden Zeitraum allerdings begründet nicht erfolgt sein, hätte für die Beschwerdeführerin die Möglichkeit offen gestanden, gemäss Art. 35b Abs. 1 Bst. b MSchG gute Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen. Einen begründeten Nichtgebrauch hat die Beschwerdeführerin jedoch nie geltend gemacht.

E. 7

Im Ergebnis dringt die Beschwerdeführerin mit keinem ihrer Begehren durch und die Beschwerde erweist sich als unbegründet. Zu Recht ist die Vorinstanz zum Ergebnis gelangt, dass die schweizerische Marke Nr. 598973 "MONDO" im relevanten Zeitraum im Zusammenhang mit Waren der Klasse 25 in der Schweiz nicht rechtserhaltend gebraucht wurde. Die angefochtene Verfügung der Vorinstanz im Lösungsverfahren Nr. 101991 vom 7. Juni 2022 ist damit zu bestätigen und die Beschwerde vollumfänglich abzuweisen.

E. 8.1

Bei diesem Ausgang des Verfahrens wird die Beschwerdeführerin kosten- und entschädigungspflichtig (Art. 63 Abs. 1 VwVG und Art. 64 Abs. 1 VwVG).

E. 8.2

Die Gerichtsgebühren sind nach Umfang und Schwierigkeit der Streitsache, Art der Prozessführung und finanzieller Lage der Parteien festzulegen (Art. 63 Abs. 4bis VwVG, Art. 2 Abs. 1 des Reglements vom 21. Februar 2008 über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht [VGKE, SR 173.320.2]). Bei Streitigkeiten betreffend Lösungsverfahren von Marken sind Vermögensinteressen betroffen. Die Gerichtsgebühr bemisst sich folglich in erster Linie nach dem Streitwert (Art. 4 VGKE). Die Schätzung des Streitwerts hat sich nach Lehre und Rechtsprechung an Erfahrungswerten aus der Praxis zu orientieren, wobei bei eher unbedeutenden Zeichen grundsätzlich ein Streitwert zwischen Fr. 50'000.- und Fr. 100'000.- angenommen wird (BGE 133 III 490 E. 3.3 "Turbinenfuss [3D]"). Von diesem Erfahrungswert ist auch für das vorliegende Verfahren auszugehen. Die Kosten des vorliegenden Verfahrens sind daher zunächst mit Fr. 4'500.- zu beziffern. Ferner wurde auf Antrag der Beschwerdeführerin eine öffentliche Parteiverhandlung durchgeführt, weshalb die Verfahrenskosten insgesamt auf Fr. 5'500.- festzusetzen und der Beschwerdeführerin aufzuerlegen sind. Der von der Beschwerdeführerin in der Höhe von Fr. 4'500.- einbezahlte Kostenvorschuss wird diesem Betrag angerechnet. Den Restbetrag von Fr. 1'000.- hat die Beschwerdeführerin nach Eintritt der Rechtskraft des vorliegenden Urteils innert dreissig Tagen zugunsten der Gerichtskasse zu überweisen.

E. 8.3

Der obsiegenden Partei kann von Amtes wegen oder auf Antrag eine Entschädigung für die ihr erwachsenen notwendigen Kosten zulasten des Beschwerdeführers zugesprochen werden (Art. 64 Abs. 1 VwVG in Verbindung mit Art. 7 Abs. 1 VKGE).

E. 8.3.1

Vorliegend beantragt der Beschwerdegegner, dass ihm nebst den Parteikosten sowohl die vorinstanzliche Lösungsgebühr als auch die Kosten für die Gebrauchsrecherche vom 19. April 2021 durch die Beschwerdeführerin erstattet werden (vgl. Beschwerdeantwort, Rz. 36 mit Verweis auf Beilage 2 der Beschwerdeantwort; Duplik, Rz. 21; Parteivortrag des Beschwerdegegners, Ziff. 4; Stellungnahme des Beschwerdegegners vom 6. Mai 2024, S. 2 mit Verweis auf seine Honorarnote). Letztere sei für die Abklärungen des Gebrauchsstatus und der Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke notwendig gewesen und der Beschwerdeführerin daher aufzuerlegen. Die Kosten von Euro 640.- für die Gebrauchsrecherche belegt der Beschwerdegegner mit der entsprechenden Rechnung des beauftragten Recherche-Unternehmens (vgl. Beilage 2 der Beschwerdeantwort).

E. 8.3.2

Zunächst ist auf den Antrag des Beschwerdegegners, ihm seien die vorinstanzlichen Verfahrenskosten (Löschungsgebühr) zu erstatten, einzugehen.

E. 8.3.2.1

In Bezug auf den Ersatz der vorinstanzlichen Verfahrens- und Parteikosten bestimmt die Vorinstanz gemäss Art. 35b Abs. 2 MSchG mit ihrem Entscheid über den Löschantrag, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind.

E. 8.3.2.2

In seinem Löschantrag beantragte der Beschwerdegegner zur Kostenliquidation explizit, dass die Beschwerdeführerin (damals noch Antragsgegnerin) zu verurteilen sei, "dem Antragsgegner die Lösungsgebühr zu erstatten und ihm die praxisgemäss pauschalisierte Parteientschädigung zu bezahlen" (vgl. Löschantrag vom 23. April 2021 [vi-act. 2], Ziff. 3, Rz. 14). Im vorinstanzlichen Lösungsverfahren hat der Beschwerdegegner obsiegt. In der Folge sprach die Vorinstanz ihm zu Lasten der Beschwerdeführerin eine Parteientschädigung von insgesamt Fr. 3'200.- zu (vgl. Dispositiv-Ziffer 4 der angefochtenen Verfügung). Letztere setzt sich aus einer Pauschale von Fr. 2'400.- für die Vertretungskosten und dem Ersatz der Lösungsgebühr in der Höhe von Fr. 800.- zusammen (vgl. angefochtene Verfügung, Teil V, Ziff. 2 ff.). Mit der Begründung, der Ersatz der Kosten für die Benutzungsrecherche sei nicht beantragt worden, sprach die Vorinstanz dem Beschwerdegegner keine entsprechende Erstattung zu (vgl. angefochtene Verfügung, Teil V, Ziff. 4).

E. 8.3.2.3

Angesichts des Verfahrensausganges vor Bundesverwaltungsgericht erwächst die angefochtene vorinstanzliche Verfügung, und damit die vorinstanzliche Kostenverteilung gemäss Dispositiv-Ziffer 4 der angefochtenen Verfügung, vollständig in Rechtskraft. In Berücksichtigung dessen, dass dem Beschwerdegegner die Erstattung der Lösungsgebühr bereits im Rahmen der vorinstanzlichen Kostenregelung in Dispositiv-Ziffer 4 der angefochtenen Verfügung zugesprochen worden ist, erübrigen sich vorliegend entsprechende Anordnungen.

E. 8.3.3

Weiter ist zur beantragten Erstattung der Gebühr für die Gebrauchsrecherche Folgendes festzustellen: Der Streitgegenstand eines Verfahrens ergibt sich aus den Anträgen der Beschwerdeführerin zur angefochtenen Verfügung (Moser/Beusch/Kneubühler/ Kayser, Prozessieren vor dem Bundesverwaltungsgericht, 3. Aufl. 2022, Rz. 3.41 und 3.198). Die vorinstanzlich unterlegene Beschwerdeführerin beantragt in Gutheissung ihrer Beschwerde die Aufhebung der angefochtenen Verfügung und die Abweisung des Löschantrages. Der Beschwerdegegner wiederum hat die angefochtene Verfügung selber nicht angefochten, auch nicht beschränkt auf den Kostenpunkt. Soweit sein Antrag nun dahingehend zu verstehen ist, dass Dispositiv-Ziffer 4 der angefochtenen Verfügung in dem Sinne zu reformieren sei, dass ihm neu auch die Gebühr für die Gebrauchsrecherche zu ersetzen wäre, kann darauf nicht eingetreten werden, denn sein Antrag geht über den Streitgegenstand hinaus. Kommt hinzu, dass in der Bundesverwaltungsrechtspflege die Anschlussbeschwerde nicht existiert (BVGE 2010/24 E. 3.3 mit Hinweisen; Thomas Häberli, in: Bernhard Waldmann/Patrick L. Krauskopf [Hrsg.] VwVG - Praxiskommentar Verwaltungsverfahrensgesetz, 3. Aufl. 2023, Art. 62 N 30; Moser/Beusch/Kneubühler/

Kayser, a.a.O., Rz. 3.42). Hierzu ist festzustellen, dass soweit der Beschwerdegegner der Ansicht ist, bei der Gebühr für die von ihm in Auftrag gegebene Gebrauchsrecherche handle es sich im Beschwerdeverfahren um "notwendige Kosten" im Sinne von Art. 8 Abs. 1 i.V.m. Art. 9 Abs. 1 Bst. b VGKE, deren Ersatz ihm im Beschwerdeverfahren vor dem Bundesverwaltungsgericht zustünde, so ist sein Antrag - unabhängig davon, ob es sich dabei tatsächlich um entschädigungsfähige Kosten gemäss Art. 9 Abs. 1 Bst. b VGKE handelt oder nicht - abzuweisen: Die Kosten für die Gebrauchsrecherche sind nämlich im vorinstanzlichen Lösungsverfahren und nicht im Beschwerdeverfahren angefallen (Moser/ Beusch/ Kneubühler/ Kayser, a.a.O., Rz. 4.87). Dass die Vorinstanz gemäss Art. 35b Abs. 2 MSchG den Kostenpunkt im vorinstanzlichen Verfahren abschliessend regelt und diese Regelung mit Abweisung der Beschwerde bestätigt wird, wurde bereits festgestellt (vgl. E. 8.3.2.1 ff. hiervor). Gerade mit Blick auf die Tatsache, dass der Beschwerdegegner die entsprechenden Kosten im vorinstanzlichen Verfahren nicht geltend gemacht hat (vgl. E. 8.3.2.3 hiervor), kann er im Rahmen des Beschwerdeverfahrens diesbezüglich nichts zu seinen Gunsten ableiten.

E. 8.3.4

Schliesslich beantragt der Beschwerdegegner, dass ihm eine Parteientschädigung für das Beschwerdeverfahren zugesprochen wird und reicht dazu seine detaillierte Kostennote vom 6. Mai 2025 ein. Darin führt er für das Beschwerdeverfahren vor Bundesverwaltungsgericht bei einem Stundenansatz von Fr. 400.- bzw. Fr. 360.- Aufwendungen von insgesamt 52.5 Stunden zu einem Betrag in der Höhe von Fr. 20'156.80 zuzüglich Fr. 777.95 (MwSt-Satz von 7.7 %) und Fr. 814.35 (MwSt-Satz von 8.1 %) auf, und ersucht damit um Zusprechung einer Parteientschädigung in der Höhe von insgesamt Fr. 21'749.10. Wenngleich die Parteientschädigung aufgrund der vom Beschwerdegegner eingereichten detaillierten Kostennote vom 6. Mai 2025 festzusetzen ist (Art. 14 Abs. 2 VGKE) und die Beschwerdeführerin ausdrücklich auf Einreichung einer Stellungnahme zur vorgelegten Kostennote des Beschwerdegegners verzichtet hat (vgl. Sachverhalt, Buchstabe J), bedeutet dies nicht, dass Letztere unbeschadet zu übernehmen ist. Das geltend gemachte Honorar von insgesamt Fr. 20'156.80 (exkl. MwSt.) erscheint nämlich auch in Berücksichtigung des aktenkundigen Aufwands bei einem doppelten Schriftenwechsel und einer öffentlichen Verhandlung als zu hoch. Es ist daher sowohl in Bezug auf den verwendeten Stundenansatz als auf die Stundenanzahl angemessen herabzusetzen und zwar auf 40 Stunden sowie den auch hier zur Anwendung gelangenden Regelsatz für Markensachen von Fr. 300.- (Art. 10 Abs. 2 VGKE; vgl. hierzu zuletzt das Urteil des BVGer B-6169/2020 E. 7.3.2 ff. "Adventuridge/Adventure [fig.], Adventure Highland Creek [fig.]"). Folglich ist dem Beschwerdegegner für das Beschwerdeverfahren eine Parteientschädigung in Höhe von Fr. 12'000.- (ohne Mehrwertsteuer, welche vorliegend nicht geschuldet ist, vgl. Art. 1 Abs. 1 i.V.m. Art. 8 Abs. 1 Mehrwertsteuergesetz [MWSTG, SR 641.20] sowie Art. 9 Abs. 1 Bst. c VGKE) zu Lasten der Beschwerdeführerin zuzusprechen.

E. 8.4

Eine Parteientschädigung ist weder der unterliegenden Beschwerdeführerin noch der Vorinstanz zuzusprechen (Art. 64 Abs. 1 VwVG, Art. 7 Abs. 1 und 3 VGKE).

E. 9

Gegen dieses Urteil steht die Beschwerde in Zivilsachen an das Bundesgericht offen (vgl. Art. 72 Abs. 2 Bst. b Ziff. 2 des Bundesgesetzes vom 17. Juni 2005 über das Bundesgericht

[Bundesgerichtsgesetz (BGG); SR 173.11]).

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.