

# **BVGer B-3392/2023 vom 7. November 2023**

Bundesverwaltungsgericht, 2023-11-07, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger\\_B-3392\\_2023](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-3392_2023)

FR: TAF B-3392/2023 du 7 novembre 2023

IT: TAF B-3392/2023 del 7 novembre 2023

## **Regeste**

Absolute Ausschlussgründe

## **Erwägungen**

### **E. 1**

Das Bundesverwaltungsgericht ist für die Beurteilung von Beschwerden gegen Eintragungsverfügungen der Vorinstanz in Markensachen zuständig (Art. 31 und 33 Bst. e VGG). Die Beschwerdeführerin ist als Verfügungsadressatin zur Beschwerdeführung legitimiert (Art. 48 Abs. 1 VwVG). Die Beschwerde wurde frist- und formgerecht erhoben (Art. 50 Abs. 1, Art. 52 Abs. 1 VwVG) und der Kostenvorschuss rechtzeitig geleistet (Art. 63 Abs. 4 VwVG). Auf die Beschwerde ist daher einzutreten.

### **E. 2.1**

Zu prüfen ist die ursprüngliche Unterscheidungskraft der strittigen Anmeldung. Aufgrund nachträglicher Unterscheidungskraft, als durchgesetzte Marke, wäre eine Eintragung nur auf Antrag zu prüfen (BGE 140 III 109 E. 5.3.2 "ePostSelect [fig.>"; Urteil des BVGer B-1456/ 2016 vom 7. Dezember 2016 E. 8.1 m.w.H. "Schweiz Aktuell"). Auf diese Möglichkeit hatte die Vorinstanz die Beschwerdeführerin mit Schreiben vom 2. Februar 2018, Ziff. 15, hingewiesen. Ob es die ursprüngliche Unterscheidungskraft beeinflusst, dass das strittige Zeichen für eine jährliche internationale Tagung bekannt ist, auf die die Beschwerdeführerin wiederholt hinweist, bleibt zu prüfen (E. 7).

### **E. 2.2**

Die Beschwerdeführerin wirft der Vorinstanz pauschal vor, den Sachverhalt fehlerhaft ermittelt zu haben (Beschwerde, Ziff. 1.4.2 S. 3, Ziff. 1.5 S. 6 f.), substantiiert diese Rüge aber nicht. Ihre Kritik am angefochtenen Entscheid beschränkt sich auf Ausführungen, wie die massgebenden Verkehrskreise das Zeichen wahrnehmen und ob es unterscheidungskräftig ist. Hierbei handelt es sich um Rechtsfragen (vgl. BGE 148 III 257 E. 3.1.3 m.w.H. "Qatar 2022 [fig.], World Cup 2022 [fig.]/Puma World Cup 2022, Puma World Cup Qatar 2022"). Eine fehlerhafte Sachverhaltsermittlung ist somit weder dargetan, noch ersichtlich.

### **E. 3.1**

Nach Ansicht der Vorinstanz wird das Zeichen WORLD ECONOMIC FORUM aus der englischen Sprache als "Weltwirtschaftsforum" übersetzt. Im Zusammenhang mit Restaurantdienstleistungen (Verpflegung) erblickten die massgeblichen Verkehrskreise - Abnehmer und Fachkreise der Gastronomie - darin ohne Gedankenaufwand einen Hinweis auf den Erbringungsort, d.h. den Rahmen oder Anlass der Dienstleistungserbringung. Das strittige Zeichen habe darum keine Unterscheidungskraft. Auch die in Klasse 41

durchgesetzte, gleichnamige Marke der Beschwerdeführerin lasse keinen anderen Schluss zu. Ein Sprachwandel müsse verneint werden.

### **E. 3.2**

Die Beschwerdeführerin bringt vor, die Bekanntheit des jährlich stattfindenden Anlasses World Economic Forum in Davos sei gerichtsnotorisch. Die Bezeichnung sei als durchgesetzte Marke CH 686'465 für "Organisation und Durchführung von Kongressen und Symposien" in Klasse 41 eingetragen. Am World Economic Forum würden auch Gastronomiedienstleistungen angeboten. Es gebe nur ein solches Forum und könne nur eines geben, darum sei ihr nicht verständlich, weshalb sie für diese Dienstleistung keine Marke erhalte. Den Teilnehmenden sei klar, dass es sich um die Beschwerdeführerin handle. Sie verweist auf ihr Abkommen von 2015 mit dem Schweizerischen Bundesrat. Zudem sei WORLD ECONOMIC FORUM für Restaurants (Verpflegung) nicht beschreibend, da damit kein bestimmter Ort bezeichnet werde. Schliesslich rügt die Beschwerdeführerin eine Verletzung des Gleichbehandlungsgebots und Willkürverbots.

### **E. 4.1**

Zeichen, die Gemeingut sind, sind vom Markenschutz ausgeschlossen, sofern sie sich nicht für Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht werden, im Verkehr durchgesetzt haben (Art. 2 Bst. a MSchG). Als Gemeingut gelten einerseits Zeichen, denen die für eine Individualisierung der Ware oder Dienstleistung des Markeninhabers erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, und andererseits Zeichen, die für den Wirtschaftsverkehr freizuhalten sind, wobei die beiden Fallgruppen sich zum Teil überschneiden (BGE 148 III 257 E. 6.2.2 "Qatar 2022 [fig.], World Cup 2022 [fig.]/Puma World Cup Qatar 2022, Puma World Cup 2022"; BVGE 2018 IV/3 E. 3.3 "WingTsun"; BVGE 2010/32 E. 7.3 "Pernaton/Pernadol 400"; Matthias Städeli/Simone Brauchbar Birkhäuser, in: David/Frick [Hrsg.], Markenschutzgesetz/Wappenschutzgesetz, Basler Kommentar, 3. Aufl. 2017, Art. 2 N. 34 ff.).

### **E. 4.2**

Die Unterscheidungskraft fehlt Sachbezeichnungen sowie Zeichen, die beschreibend sind. Beschreibende Zeichen sind Angaben, die sich in einem direkten Bezug zum gekennzeichneten Gegenstand erschöpfen, also von den massgeblichen Verkehrskreisen unmittelbar als Aussage über bestimmte Eigenschaften der zu kennzeichnenden Waren oder Dienstleistungen verstanden werden. Darunter fallen namentlich Wörter, die geeignet sind, im Verkehr als Hinweis auf Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung oder sonstige Merkmale der beanspruchten Ware oder Dienstleistung aufgefasst zu werden (BGE 148 III 257 E. 6.2.2 "Qatar 2022 [fig.], World Cup 2022 [fig.]/Puma World Cup Qatar 2022, Puma World Cup 2022"; BGE 145 III 178 E. 2.3.1 "Apple"; Urteile des BVGer B-1582/2022 vom 3. Mai 2023 E. 2.3 "United for your success"; B-4051/2018 vom 13. Januar 2020 E. 3.2 "Digiline"). Der Umstand, dass die Marke Gedankenassoziationen weckt oder Anspielungen enthält, die nur entfernt auf die Waren oder Dienstleistungen hindeuten, macht ein Zeichen aber noch nicht zum Gemeingut. Der gedankliche Zusammenhang mit der Ware oder Dienstleistung muss vielmehr derart sein, dass der beschreibende Charakter der Marke ohne besondere Denkarbeit und ohne Fantasiaufwand erkennbar ist (BGE 128 III 447 E. 1.5 "Première"; BGE 127 III 160 E. 2b/aa "Securitas"; Urteil des BVGer B-2791/2016 vom 16. April 2018 E. 3.2 "WingTsun"). Zum Gemeingut zählen damit insbesondere auch Zeichen, die sich in allgemeinen Qualitätshinweisen oder reklamehaften

Anpreisungen erschöpfen (BGE 128 III 447 E. 1.6 "Première"; BGE 129 III 225 E. 5.2 "Masterpiece"; Urteil des BGer 4A\_178/2023 vom 8. August 2023 E. 3.2 "Truedepth"; Urteil des BVGer B-187/2018 vom 22. Juli 2019 E. 4.2 "Deluxe [fig.]"). Auszugehen ist vom (1) begrifflichen Sinngehalt jedes Bestandteils, um zu ermitteln, inwieweit er den massgeblichen Verkehrskreisen unabhängig von den eingetragenen Waren und Dienstleistungen geläufig ist. Anschliessend ist der (2) kontextuelle Sinngehalt aufgrund des Wissens, Verstehens und Erwartens der Verkehrskreise im eingetragenen Verwendungszusammenhang nach dem Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der Marke festzustellen. Nur ausnahmsweise ist zu prüfen, ob der Markengebrauch das Sprachverständnis der Bevölkerung beeinflusst und damit einen (3) Sprachwandel bewirkt hat (vgl. BGE 145 III 178 E. 2.3 "Apple"). Bei Wortverbindungen oder aus mehreren Einzelwörtern zusammengesetzten Zeichen ist zunächst der Sinn der einzelnen Bestandteile zu ermitteln und dann zu prüfen, ob sich aus ihrer Verbindung im Gesamteindruck ein die Ware oder Dienstleistung beschreibender, unmittelbar verständlicher Sinn ergibt (Urteile des BVGer B-2791/2016 vom 16. April 2018 E. 3.2 "WingTsun"; B-516/2008 vom 23. Januar 2009 E. 3 "After Hours"), wobei sich eine mögliche Mehrdeutigkeit eines Zeichens auf einen eindeutigen Sinn mit beschreibendem Charakter reduzieren kann, sobald dieses mit einer bestimmten Ware oder Dienstleistung in Beziehung tritt (Urteil des BGer 4A.5/2004 vom 25. November 2004 E. 3.3 "Firemaster"; Urteil des BVGer B-4112/2020 vom 27. Oktober 2021 E. 3.4 "Hospital Halbprivat").

#### **E. 4.3**

Die originäre Unterscheidungskraft wird in der Regel nur nach dem allgemeinen Sprachgebrauch geprüft, ohne den tatsächlichen Gebrauch, die Verbreitung und eine allfällige Bekanntheit des Zeichens als Marke zu berücksichtigen. Ausnahmsweise können Marken, die sich in einem beschreibenden Sinngehalt erschöpfen, jedoch ursprünglich unterscheidungskräftig wirken, da der Markeninhaber oder die Markeninhaberin einen ausschliesslichen Anspruch auf den Gegenstand hat, den die Marke bezeichnet (Urteile des BVGer B-6082/2015 vom 30. Januar 2017 E. 2.6 "Schweizer Salinen, Saline Svizzere, Salines Suisses, Swiss Salines, Swiss Salt Works"; B-1190/2013 vom 3. Dezember 2013 E. 3.5 "Ergo [fig.]"). Beispielsweise wurde "Swiss Army" für typische Armeeaufgaben der Schweizer Armee als Marke zugelassen und im Fall von "The Royal Bank of Scotland" hinsichtlich eines königlichen Privilegs einer Bank die Unterscheidungskraft bejaht (Urteile des BVGer B-3553/2007 vom 26. August 2008 E. 7.2 "Swiss Army"; B-7426/2006 vom 30. September 2008 E. 3.3 "The Royal Bank of Scotland"). Auch hinsichtlich des Zeichens "Schweizer Salinen" und entsprechender Übersetzungen hat das Bundesverwaltungsgericht erkannt, dass (i) die Anmelderin aufgrund eines staatlichen Monopols für einen wesentlichen Teil des Salzabbaus alleine zuständig sei, (ii) die Gründung weiterer Salinen nicht erwartet werden kann und (iii) die Verwendung der Zeichen für andere Naturvorkommen im In- und Ausland irreführend wäre (Urteil des BVGer B-6082/2015 vom 30. Januar 2017 E. 5 "Schweizer Salinen, Saline Svizzere, Salines Suisses, Swiss Salines, Swiss Salt Works").

#### **E. 4.4**

Ein Zeichen, das ausschliesslich den Erbringungsort oder Rahmen beschreibt, an dem die beanspruchten Dienstleistungen erbracht werden, ist grundsätzlich nicht unterscheidungskräftig (vgl. Urteile des BVGer B-6456/2019 vom 13. Juli 2021 E. 6.2 "Giardino/giardino [fig.]; B-3549/2013 vom 8. Oktober 2014 E. 5.2.2 "Palace [fig.]");

B-3269/2009 vom 25. März 2011 E. 5.2.3 "Grand Casino Luzern"; Entscheide der RKGE, in: sic! 2007 S. 33 E. 4, 5 "Swissôtel"; sic! 2003 S. 573 E. 4 "Swiss Business Hub"; vgl. auch B-5169/2011 vom 17. Februar 2012 E. 4.2 "Oktoberfest-Bier"). Die Dienstleistungen stehen dabei in so enger sachlicher Beziehung zum Erbringungsort oder Rahmen und werden üblicher- und typischerweise an diesem Erbringungsort oder in diesem Rahmen erbracht, dass der Verkehr dies erwartet und das Zeichen keine kennzeichnende Wirkung mehr wahrnimmt. Diese Nähe zwischen Marke und Dienstleistung entsteht, wenn die Verkehrskreise die Marke als Bezeichnung eines beliebigen Erbringers oder einer Lokalität auffassen, wo solche Dienstleistungen erbracht werden (vgl. Urteil des BVGer B-3549/2013 vom 8. Oktober 2014 E. 5.2.2 "Palace [fig.]"; siehe auch Urteil des BVGer B-3269/2009 vom 25. März 2011 E. 5.2.3 "Grand Casino Luzern"; Entscheid der RKGE, in: sic! 2004 S. 573 E. 4 "Swiss Business Hub"). Die Prüfung ist stets für jede Dienstleistung oder Dienstleistungsgruppe einzeln vorzunehmen und es ist anhand der Sicht der Verkehrskreise und des konkreten Marktumfeldes zu ergründen, ob ein enger sachlicher Konnex besteht. Pauschale Zurückweisungen sind nicht statthaft (vgl. Urteil des BVGer B-7420/2006 vom 10. Dezember 2007 E. 3, insb. 3.3 "Work-place"). Schon aus dem Verhältnismässigkeitsprinzip folgt, dass eine Zurückweisung eines Zeichens immer nur soweit gehen darf, wie es das öffentliche Interesse an der Durchsetzung der konkreten Schutzausschlussgründe verlangt (Städli/Brauchbar Birkhäuser, a.a.O., Art. 2 N. 25).

#### **E. 4.5**

Die Markenprüfung erfolgt in Bezug auf alle vier Landessprachen. Dabei kommt jeder Sprache der gleiche Stellenwert zu. Ist die Marke aus Sicht der massgeblichen Verkehrskreise auch nur nach einer Landessprache schutzunfähig, so ist die Eintragung zu verweigern (BGE 131 III 495 E. 5 "Felsenkeller"; Urteil des BGer 4A\_178/2023 vom 8. August 2023 E. 3.2 "Truedepth"). Englischsprachige Ausdrücke werden im Rahmen der schweizerischen Markenprüfung berücksichtigt, sofern sie für einen erheblichen Teil der massgeblichen Verkehrskreise verständlich sind (BGE 129 III 225 E. 5.1 "Masterpiece"; Urteil des BVGer B-4137/2021 vom 1. Februar 2023 E. 4.6 "Truedepth"). Vom breiten Publikum ist die Kenntnis eines Grundwortschatzes englischer Vokabeln zu erwarten (BGE 125 III 203 E. 1c "Budweiser"; Urteile des BVGer B-4246/2022 vom 5. Juli 2023 E. 2.4.4 "You See Augenlaser/Eye See You Augenlaser [fig.]"; B-8058/2010 vom 27. Juli 2011 E. 3.2 "Ironwood"). Für die hypothetische Beurteilung der Englischkenntnisse können weitere Indizien herangezogen werden, etwa die Ähnlichkeit fremdsprachiger Begriffe mit jenen einer Landessprache oder die zunehmende Verbreitung von Anglizismen (Urteile des BVGer B-4137/2021 vom 1. Februar 2023 E. 4.6 "Truedepth"; B-5789/2020 vom 22. Dezember 2021 E. 4.6 m.w.H. "Factfulness"). Fachkreise verfügen in ihrem Fachgebiet oft über gute Englischkenntnisse (Urteil des BGer 4A\_455/2008 vom 1. Dezember 2008 E. 4.3 "Ad-Rank"; Urteil des BVGer B-5789/2020 vom 22. Dezember 2021 E. 4.6 "Factfulness").

#### **E. 4.6**

Die massgeblichen Verkehrskreise der Marke sind vorab anhand der tatsächlichen Abnehmergruppen der Endabnehmer, Fachkreise und des Zwischenhandels zu bestimmen, ohne die Abgrenzung relevanter Sprach- und Fachkenntnisse vorwegzunehmen (Urteil des BVGer B-4493/2022 vom 26. Juli 2023 E. 4.3.1 "[Apfel] [fig.]"; vgl. Urteile des BGer 4A\_6/2013 vom 16. April 2013 E. 3.2.1, 3.3.3 "Wilson"; 4A\_65/2022 vom 6. Mai 2022 E. 4.3 "Factfulness"). Sie decken sich nicht zwangsläufig mit dem effektiven Kundenstamm oder dem funktionalen Einsatzbereich der Waren und Dienstleistungen. Die Destinatäre

bzw. das gewünschte Zielpublikum einer Ware oder Dienstleistung bilden also nicht zwingend den gesamten massgebenden Verkehrskreis ab (Urteil des BVGer B-2461/2020 vom 12. Mai 2023 E. 4.3.1 m.w.H. "Schweizerische Ärztezeitung"). Als Registerrecht ist die Marke immaterialgüterrechtlich zu verstehen, d.h. Schutzvoraussetzungen und Schutzbereich eines Kennzeichens sind objektiv zu ermitteln und dürfen nicht von Marketingentscheidungen abhängen (Urteil des BVGer B-2461/2020 vom 12. Mai 2023 E. 4.3.1 "Schweizerische Ärztezeitung").

## **E. 5**

"Services de restauration (alimentation)" richten sich zum einen an mehrheitlich erwachsene Verbraucher, wie auch an Fachkreise im Bereich der Gastronomie, d.h. namentlich an Lieferanten und Catering-Anbieter (vgl. Urteil des BVGer B-5462/2019 vom 21. Juli 2020 E. 5 m.w.H. "Nusr-Et [fig.]/Nusr-Et [fig.]"). Da die massgebenden Verkehrskreise objektiv zu bestimmen sind, ist die vorgebrachte Einschränkung auf jene Abnehmer, die die Veranstaltung der Beschwerdeführerin, das World Economic Forum in Davos besuchen, nicht zu berücksichtigen. Viel mehr bestehen die Verkehrskreise aus allen soeben genannten potenziellen Abnehmern, welche mit "World Economic Forum" gekennzeichnete Restaurantdienstleistungen (Verpflegung) nachfragen könnten.

### **E. 6.1**

Das Zeichen setzt sich aus den drei englischen Wörtern "World", "Economic" und "Forum" zusammen. "World" bedeutet "Welt" und "Economic" heisst übersetzt "ökonomisch, wirtschaftlich, Wirtschafts-" (Langenscheidt, Grosses Schulwörterbuch Plus, Englisch, 2019, S. 805 und 241). Die Vokabel "Forum" besteht identisch auch in der deutschen Sprache (Langenscheidt, a.a.O., S. 300). Auch in der französischen und italienischen Sprache existiert der Begriff "Forum" (<https://de.pons.com/übersetzung/englisch-französisch/forum>; <https://de.pons.com/übersetzung/englisch-italienisch/forum>, beide abgerufen am 18. Oktober 2023). Die Begriffe "World" und "Economic" werden im Zeichen adjektivisch verwendet und beziehen sich beide auf das letzte Wort "Forum". Zusammengesetzt ergibt dies den Sinngehalt "Weltwirtschaftsforum". Diese Bezeichnung wird von den Verkehrskreisen ohne Weiteres verstanden (vgl. Urteil des BVGer B-6173/2018 vom 30. April 2019 E. 5.2.2, 5.2.3 "World Economic Forum [fig.], World Economic Forum/Zurich Economic Forum [fig.]").

### **E. 6.2**

Gastronomiedienstleistungen werden in den verschiedensten Situationen angeboten und nachgefragt. Sie sind oftmals die Basis für ein geselliges Zusammenkommen und einen Austausch jeder Art. So werden Gastronomiedienstleistungen an Diskussionsveranstaltungen, Symposien, Vorträgen und Foren als Begleitdienstleistungen angeboten. An Fachveranstaltungen und Foren ist das Angebot von Gastronomiedienstleistungen geradezu typisch. Es werden die verschiedensten Verpflegungsmöglichkeiten angeboten; von Cafépausen, über Apéro-Riche und Stehlunches bis hin zu grossen Gala-Dinners mit mehrgängigen Gourmetmenüs. Am jährlich stattfindenden Swiss Economic Forum (SEF), wurden an der zweitägigen Ausgabe 2023 zum Beispiel folgende Gastronomiedienstleistungen angeboten: Welcome-Lunch, Networking-Café, Networking-Lunch, Farewell Apéro (<https://www.swisseeconomic.ch/programm-2023/>, abgerufen am 18. Oktober 2023).

Gastronomiedienstleistungen stehen folglich im engen Zusammenhang zu diesen Veranstaltungen und gehören regelmässig zum Programm. Sie dürften zudem häufig im Preis inbegriffen sein, den man für die Teilnahme an einem solchen Forum bezahlt. Sie dienen hierbei nebst der Abdeckung ihrer Grundfunktion, der Befriedigung des Appetits, auch dem Networking und informellen Austausch der Teilnehmenden. Damit erkennen die Verkehrskreise im Zeichen WORLD ECONOMIC FORUM im Hinblick auf Gastronomiedienstleistungen nichts weiter als den Hinweis, dass diese im Kontext eines Weltwirtschaftsforums angeboten werden. Es verhält sich hier insofern ähnlich wie im Urteil B-3269/2009 vom 25. März 2011 E. 5.2.3 "Grand Casino Luzern". Das Bundesverwaltungsgericht hat dort festgehalten, Gastronomiedienstleistungen würden üblicherweise von Spielkasinoanbietern erbracht und das fragliche Zeichen deshalb als Hinweis auf den Erbringungsort bzw. auf einen beliebigen Anbieter verstanden. Das Zeichen WORLD ECONOMIC FORUM beschreibt somit direkt den Erbringungsort bzw. Rahmen, in dem Restaurantdienstleistungen (Verpflegung) angeboten werden.

### **E. 6.3**

Am beschreibenden Gehalt des Zeichens ändert nichts, dass solche Veranstaltungen zum Teil ausschliesslich online oder hybrid durchgeführt werden. In der heutigen Zeit werden viele Dienstleistungen auch digital angeboten. Das kann aber nicht zur Unterscheidungskraft des Zeichens führen, weil es auch die Präsenzveranstaltungen umfasst und monopolisieren würde.

### **E. 7**

Auch wenn die Beschwerdeführerin dies nur sinngemäss vorbringt, ist weiter zu prüfen, ob sie auf den Gegenstand des World Economic Forum einen ausschliesslichen Anspruch hat, so dass das beschreibende Zeichen trotzdem ursprünglich unterscheidungskräftig wirkt (vgl. E. 4.3).

#### **E. 7.1**

Um die Wichtigkeit und die Sonderstellung des World Economic Forum als Veranstaltung und Stiftung hervorzuheben, legt die Beschwerdeführerin das Abkommen zwischen dem Schweizerischen Bundesrat und der Stiftung World Economic Forum zur Festlegung des Status der Stiftung World Economic Forum in der Schweiz vom 23. Januar 2015 (fortan: Abkommen BR/WEF) ins Recht. Insofern sie um Geheimhaltung dieses Abkommens ersucht, kann diesem Begehren bereits deshalb nicht entsprochen werden, weil das Abkommen in der amtlichen und systematischen Rechts-sammlung der Eidgenossenschaft publiziert wurde (AS 2015 519; SR 0.192.122.945.1) und damit öffentlich zugänglich ist.

#### **E. 7.2**

Das Abkommen BR/WEF wurde gestützt auf das Bundesgesetz über die von der Schweiz als Gaststaat gewährten Vorrechte, Immunitäten und Erleichterungen sowie finanzieller Beiträge vom 22. Juni 2007 (Gaststaatgesetz [GSG, SR 192.12]) abgeschlossen (Antwort des Bundesrates vom 12. August 2020 auf die Anfrage 20.1005 "Kooperationsvereinbarung des EDA mit dem WEF. Privatisierung der Aussenpolitik?" von Nationalrat Fabian Molina). Das Gaststaatgesetz basiert auf der allgemeinen Zuständigkeit des Bundes im Bereich der auswärtigen Angelegenheiten (Pierre-Yves Marro, Rechtsstellung internationaler Organisationen, 2020, Rz. 5.179). Es regelt im Bereich der Gaststaatpolitik die Gewährung von Vorrechten, Immunitäten und Erleichterungen (Art. 1 Abs. 1 Bst. a GSG), sowie die Gewährung finanzieller Beiträge und die Durchführung weiterer

Unterstützungsmassnahmen (Art. 1 Abs. 1 Bst. b GSG).

### **E. 7.3**

In der Präambel des Abkommens BR/WEF wird auf die beträchtliche Entwicklung der Aktivitäten des World Economic Forum seit seiner Gründung 1971 hingewiesen und seine Position als einer der wichtigsten internationalen Einrichtungen für Zusammenarbeit im öffentlichen Interesse zwischen dem öffentlichen und privaten Sektor hervorgehoben. Im Anschluss wird die Rechts- und Handlungsfähigkeit der Stiftung World Economic Forum bestätigt (Art. 1 und 2 Abkommen BR/WEF), sowie die Befreiung von der direkten Bundessteuer vorgesehen (Art. 3 Abkommen BR/WEF). Weiter werden etwa Erleichterungen für ausländisches Personal im Hinblick auf das Ausländerrecht gewährt (Art. 5 Abkommen BR/WEF) und verschiedene Details zur Zusammenarbeit des World Economic Forum und der Schweiz sowie der Vollzug, die Streitbeilegung und die Kündigung des Abkommens geregelt (Art. 6-14 Abkommen BR/WEF).

### **E. 7.4**

Durch dieses Abkommen ist dokumentiert, dass der Bundesrat das World Economic Forum als wichtigen Akteur der Weltwirtschaftspolitik anerkennt und der Stiftung gewisse Vorrechte und Erleichterungen gewährt. Daraus folgt aber keine markenrechtliche Alleinstellung. Die Beschwerdeführerin hat keinen ausschliesslichen Anspruch auf den von der Marke bezeichneten Gegenstand, zumal es hier um Gastronomiedienstleistungen in der Klasse 43 und gerade nicht um die Veranstaltung und Organisation von Kongressen und Foren geht. Ebenso wenig lässt sich aus dem Abkommen ableiten, es bestünde ein öffentliches Interesse daran, der Beschwerdeführerin einen Exklusivitätsanspruch im Hinblick auf das Zeichen WORLD ECONOMIC FORUM zu verleihen. Das Abkommen enthält keine kennzeichenrechtlichen Bestimmungen. Der Gesetzgeber erliess im Übrigen mehrere Rechtsgrundlagen (vgl. das Wappenschutzgesetz [SR 232.21], das Bundesgesetz betreffend den Schutz des Zeichens und Namens des Roten Kreuzes [SR 232.22] und das Bundesgesetz zum Schutz von Namen und Zeichen der Organisationen der Vereinten Nationen und anderer zwischenstaatlicher Organisationen [SR 232.23]), wo er ein öffentliches Interesse an der Freihaltung eines Zeichens zum Ausdruck brachte (Urteil des BVGer B-2461/2020 vom 12. Mai 2023 E. 6.5 "Schweizerische Ärztezeitung"). Auch im Lichte dieser Erwägungen ist das Zeichen nicht unterscheidungskräftig.

### **E. 8**

Abschliessend sind die Rügen im Zusammenhang mit dem Anspruch auf Gleichbehandlung (Art. 8 BV) und dem Willkürverbot (Art. 9 BV) zu prüfen.

#### **E. 8.1**

Nachdem feststeht, dass die Vorinstanz das Zeichen WORLD ECONOMIC FORUM bundesrechtskonform dem Gemeingut zugeordnet hat, kann mit der Rüge, das Gleichbehandlungsgebot (Art. 8 BV) sei verletzt worden, nur noch die Gleichbehandlung im Unrecht verlangt werden (vgl. statt vieler Urteil des BVGer B-4112/2020 vom 27. Oktober 2021 E. 8 "Hospital Halbprivat"). Die Beschwerdeführerin beruft sich im Beschwerdeverfahren auf die Schweizer Marke Nr. 2P-418371 "OLMA". Sie kann aus dieser einzelnen, im Übrigen kaum vergleichbaren Voreintragung, die bereits über 20 Jahre alt ist, nichts für sich ableiten (vgl. Urteil des BVGer B-1582/2022 vom 3. Mai 2023 E. 5.2 m.w.H. "United for your success").

## **E. 8.2**

Die Beschwerdeführerin vermag auch dadurch, dass die Vorinstanz das identische Zeichen (CH-Marke Nr. 795'655) für "Hébergement temporaire; services d'une agence de voyage pour la réservation d'hébergement dans des hôtels; location d'hébergement temporaire en appartements et maisons de vacances" in Klasse 43 zum Markenschutz zugelassen hat, nichts für sich gewinnen. Gegenüber sich selbst, d.h. in Bezug auf eigene Voreintragungen, kann die Beschwerdeführerin keine Gleichbehandlung im Unrecht geltend machen (Urteile des BGer 4A\_62/2012 vom 18. Juni 2012 E. 3 "[Doppelhelix] [fig.>"; 4A.5/2003 vom 22. Dezember 2003 E. 4 "Discovery Travel & Adventure Channel"; Urteil des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 6.5 "[Karomuster] [fig.>"). Die Fälle, welche unter die "Gleichbehandlung gegenüber sich selbst", fallen, können aber auf ihre Vereinbarkeit mit dem Willkürverbot geprüft werden (Urteile des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 6.6 "[Karomuster] [fig.>"; B-2578/2019 vom 16. März 2020 E. 6.3 "Eurojackpot [fig.>"; B-528/2016 vom 17. Mai 2017 E. 7 "Muffin King", alle m.H. auf BGE 129 I 161 E. 3.1). Beherbergungs-, Reiseplanungs- und Gastronomiedienstleistungen sind nicht dasselbe und können für die Beurteilung von Zeichen im Gemeingut nicht gleichgesetzt werden. Die Vorinstanz hat die Schutzfähigkeit des Zeichens für diese Dienstleistungen willkürfrei unterschiedlich beurteilt.

## **E. 9**

Die Vorinstanz hat dem Zeichen zu Recht die Eintragung gestützt auf Art. 2 Bst. a MSchG verweigert, weshalb auch das Eventualbegehren, den Fall an sie zurückzuweisen, nicht begründet erscheint. Die Beschwerde ist abzuweisen.

## **E. 10.1**

Bei diesem Verfahrensausgang sind die Kosten des Beschwerdeverfahrens der Beschwerdeführerin aufzuerlegen (Art. 63 Abs. 1 VwVG). Die Gerichtsgebühr ist 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 Markeneintragungen geht es um Vermögensinteressen. Die Gerichtsgebühr bemisst sich folglich nach dem Streitwert (Art. 4 VGKE). Die Schätzung des Streitwertes 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.- anzunehmen ist (BGE 133 III 490 E. 3.3 "Turbinenfuss [3D]"). Von diesem Erfahrungswert ist auch für das vorliegende Verfahren auszugehen. Damit sind die Gerichtskosten auf Fr. 3'000.- festzusetzen. Der von ihr einbezahlte Kostenvorschuss in der Höhe von Fr. 3'000.- wird zur Bezahlung der Verfahrenskosten verwendet.

## **E. 10.2**

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

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