

BVGer B-4003/2024 vom 4. März 2025

Bundesverwaltungsgericht, 2025-03-04, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-4003_2024

FR: TAF B-4003/2024 du 4 mars 2025

IT: TAF B-4003/2024 del 4 marzo 2025

Regeste

Absolute Ausschlussgründe

Erwägungen

E. 1

Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung der vorliegenden Beschwerde zuständig (Art. 31 und 33 Bst. e des Bundesgesetzes vom 17. Juni 2005 über das Bundesverwaltungsgericht [VGG, SR 173.32]). Die Beschwerdeführerin ist als Verfügungsadressatin zur Beschwerdeführung legitimiert (Art. 48 Abs. 1 des Bundesgesetzes vom 20. Dezember 1968 über das Verwaltungsverfahren [VwVG, SR 172.021]), hat den eingeforderten Kostenvorschuss fristgerecht bezahlt (Art. 63 Abs. 4 VwVG) und die Beschwerde frist- und formgerecht eingereicht (Art. 50 Abs. 1 und Art. 52 Abs. 1 VwVG). Auf die Beschwerde ist somit einzutreten.

E. 2.1

Strittig ist vorliegend, ob die Vorinstanz zu Recht der internationalen Registrierung Nr. 1'644'194 für alle eingetragenen Waren den Schutz in der Schweiz verweigert hat.

E. 2.2.1

Für das Verhältnis zwischen der Schweiz und der Europäischen Union gilt das Protokoll vom 27. Juni 1989 zum Madrider Abkommen über die internationale Registrierung von Marken (MMP, SR 0.232.112.4; vgl. Urteil des BVGer B-1015/2021 vom 31. Oktober 2022 E. 3.1 "Shavette").

E. 2.2.2

Eine Schutzverweigerung hat die Schweiz dem Internationalen Büro gemäss Art. 5 Abs. 2 Bst. a in Verbindung mit Art. 5 Abs. 2 Bst. b MMP vor Ablauf von 18 Monaten mitzuteilen. Die Vorinstanz hat diese Frist vorliegend mit der provisorischen Schutzverweigerung vom 12. Januar 2023 eingehalten.

E. 2.2.3

Nach Art. 5 Abs. 1 MMP i.V.m. Art. 6quinquies Bst. B Ziff. 2 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (PVÜ, SR 0.232.04) darf einer internationalen Registrierung der Schutz verweigert werden, wenn ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt oder sie "ausschliesslich aus Zeichen oder Angaben zusammengesetzt sind, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, des Ursprungsortes der Erzeugnisse oder der Zeit der Erzeugung dienen können, oder die im allgemeinen Sprachgebrauch oder in den redlichen und ständigen Verkehrsgepflogenheiten des Landes, in dem der Schutz beansprucht wird,

üblich sind". Dieser zwischenstaatlichen Regelung entspricht Art. 2 Bst. a des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben vom 28. August 1992 (MSchG, SR 232.11), wonach Zeichen, die zum Gemeingut gehören, vom Markenschutz ausgeschlossen sind, sofern sie sich nicht für Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht werden, im Verkehr durchgesetzt haben. Rechtsprechung und Lehre zu dieser Norm können somit herangezogen werden (Urteile des BGer 4A_330/2009 vom 3. September 2009 E. 2.3.1 "MAGNUM [fig.>"; 4A_492/2007 vom 14. Februar 2008 E. 2 "Gipfeltreffen"; Urteile des BVGer B-6577/2023 vom 29. Juli 2024 E. 2.3 "Aloe Farmers"; B-6879/2023 vom 29. Juli 2024 E. 2.3 "Tasty Aloe Vera [fig.>"; B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.2 "inTime Agile Logistics [fig.>"; B-459/2023 vom 22. Mai 2024 E. 2.2 [Inhalator 3D]; B-4493/2022 vom 26. Juli 2023 E. 3.2 "[Apfel] [fig.]").

E. 2.3

Gemäss Art. 2 Bst. a MSchG sind Zeichen vom Markenschutz ausgeschlossen, die Gemeingut sind, es sei denn, dass sie sich als Marke für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht werden, durchgesetzt haben. Gründe für den Schutzausschluss von Zeichen, die dem Gemeingut angehören, liegen entweder im Freihaltebedürfnis oder in der fehlenden Unterscheidungskraft, wobei sich Überschneidungen ergeben können. Freihaltebedürftig sind Zeichen, auf deren Verwendung der Wirtschaftsverkehr angewiesen ist. Die Unterscheidungskraft geht Zeichen ab, die aufgrund ihres Erscheinungsbildes oder ihres sachlichen resp. beschreibenden Gehalts die markenspezifische Unterscheidungsfunktion nicht erfüllen können. Nicht schutzfähig sind nach der bundesgerichtlichen Rechtsprechung insbesondere Zeichen, die sich in Angaben über die Art, die Beschaffenheit, die Menge, die Bestimmung, den Wert oder sonstige Merkmale der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen erschöpfen und daher die zu deren Identifikation erforderliche Unterscheidungskraft nicht aufweisen. Der beschreibende Charakter solcher Hinweise muss vom angesprochenen Publikum ohne besondere Denkarbeit und ohne Fantasiaaufwand unmittelbar erkennbar sein. Der Umstand, dass die Marke Gedankenassoziationen weckt oder Anspielungen enthält, die nur entfernt auf die Waren oder Dienstleistungen hindeuten, macht ein Zeichen noch nicht zum Gemeingut (statt vieler: BGE 148 III 257 E. 6.2.2 m.w.H. "Puma World Cup Qatar 2022 et al./Qatar 2022 [fig.] et al.").

E. 2.4

Beschreibend, und demnach zum Gemeingut zählend, sind insbesondere auch Zeichen, die sich in allgemeinen Qualitätshinweisen oder reklamehaften Anpreisungen erschöpfen (BGE 129 III 225 E. 5.1 f. "Masterpiece"; 128 III 447 E. 1.6 "Première"; Urteil des BGer 4A_178/2023 vom 8. August 2023 E. 3.2 "Truedepth"; BVGE 2013/41 E. 3.1 "Die Post"; Urteile des BVGer B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.4 "inTime Agile Logistics [fig.>"; B-2773/2023 vom 16. Oktober 2023 E. 2.2 "StyleLine"; B-187/2018 vom 22. Juli 2019 E. 4.2 "Deluxe [fig.]"). Hierbei wirkt auch ein selbstverständliches Attribut in Marken anpreisend, solange es für das Produkt wesentlich ist, da es dennoch besondere Leistungsmerkmale verspricht (David Aschmann, in: Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], Stämpfli Handkommentar zum Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl., 2017, Art. 2 lit. a N 184).

E. 2.5

Für die Unterscheidungskraft ist vom (1) begrifflichen Sinngehalt jedes Bestandteiles auszugehen, 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 (Urteile des BVGer B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.4 "inTime Agile Logistics [fig.]"; B-5637/2023 vom 2. April 2024 E. 3.2 "Oxycare"; B-3651/2022 vom 11. Dezember 2023 E. 2.2 "CoolFlex"; B-3392/2023 vom 7. November 2023 E. 4.2 "World Economic Forum").

E. 2.6

Eine allfällige Mehrfachbedeutung des Zeichens führt nicht zu dessen Schutzzfähigkeit, sofern mindestens eine der Bedeutungen eine unmittelbare Aussage über die betreffende Ware oder Dienstleistung darstellt. Liegt der beschreibende Sinn eines Zeichens offen auf der Hand, kann die Möglichkeit weiterer, weniger naheliegender Deutungen den Gemeingutcharakter nicht aufheben (BGE 116 II 609 E. 2a "Fioretto"; Urteil des BGer 4A_492/2007 vom 14. Februar 2008 E. 3.4 "Gipfeltreffen"; Urteile des BVGer B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.5 "inTime Agile Logistics [fig.]"; B-4839/2022 vom 5. Oktober 2023 E. 3.5 "FACE ID"; B-6390/2020 vom 4. Oktober 2022 E. 2.9 "AI Brain"; B-1892/2020 vom 22. September 2020 E. 2.3 "NeoGear"). Bei Mehrdeutigkeit ist mit anderen Worten für die Unterscheidungskraft jene Bedeutung massgebend, die aus Sicht der relevanten Verkehrskreise im Zusammenhang mit den beanspruchten Produkten im Vordergrund steht (BGE 145 III 178 E. 2.3.1 f. "Apple"; Urteile des BGer 4A_178/2023 vom 8. August 2023 E. 3.2 und 6.2 "Truedepth"; 4A_500/2022 vom 28. März 2023 E. 3.2 und 6.2 "AI Brain"; 4A_158/2022 vom 8. September 2022 E. 2.2 "Butterfly").

E. 2.7

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 148 III 257 E. 6.2.2 "Puma World Cup Qatar 2022 et al./Qatar 2022 [fig.] et al."; 145 III 178 E. 2.3.1 "Apple"; 131 III 495 E. 5 "Felsenkeller"; Urteil des BGer 4A_514/2023 vom 3. Januar 2024 E. 2.1 und 2.3.2 "Novafoil").

E. 2.8

Grundsätzlich sind Unterscheidungskraft und Freihaltebedürfnis stets in Bezug auf die zu kennzeichnenden Waren und Dienstleistungen zu prüfen. Der Grundsatz der produktbezogenen Prüfung der absoluten Ausschlussgründe und damit auch der produktbezogenen Prüfung des Freihaltebedürfnisses findet indessen eine Schranke bei Ausdrücken des allgemeinen Sprachgebrauchs, allgemeinen Qualitätshinweisen sowie reklamehaften Anpreisungen, die in allgemeiner Weise auf Waren und Dienstleistungen irgendwelcher Art angewendet werden können (Urteile des BVGer B-187/2018 vom 22. Juli 2019 E. 7.5 "Deluxe [fig.]"; B-5642/2014 vom 16. Juli 2015 E. 5.5 "Equipment"; B-6747/2009 vom 26. Februar 2010 E. 5.2 "Wow"; B-1580/2008 vom 19. Mai 2009 E. 2.5 "A-Z", mit zahlreichen Hinweisen, unter anderem auf das Urteil des BGer 4A_161/2007 vom 18. Juli 2007 E. 6.3 "we make ideas work").

E. 3.1

Vorab sind die massgeblichen Verkehrskreise des Zeichens anhand der tatsächlichen Abnehmergruppen der Endabnehmerinnen und -abnehmer, Fachkreise und des Zwischenhandels zu bestimmen, ohne die Abgrenzung relevanter Sprach- und Fachkenntnisse vorwegzunehmen (vgl. Urteile des BGer 4A_65/2022 vom 6. Mai 2022 E. 4.3 "Factfulness"; 4A_6/2013 vom 16. April 2013 E. 3.2.1 und 3.3.3 "Wilson"; Urteile des BVGer B-4751/2023 vom 24. Januar 2025 E. 5.7 "Appenzeller"; B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.9 "inTime Agile Logistics [fig.>"; B-2773/2023 vom 16. Oktober 2023 E. 3.1 "StyleLine"; B-1974/2022 vom 8. März 2023 E. 2.2 "[Apfel] [fig.], [Apfel] [fig.]/[fig.]").

E. 3.2

Bei den vorliegend eingetragenen Waren der Klasse 6 handelt es sich um Bleche aus Aluminium sowie Aluminiumlegierungen und Aluminiumfolien, welche als Rohmaterial für die Herstellung von Getränkedosen verwendet werden. Die Waren richten sich nicht an Endabnehmerinnen und -abnehmer, sondern dienen der Weiterverarbeitung. Mit der Vorinstanz ist damit übereinzustimmen, dass Abnehmerinnen und Abnehmer dieser Waren Fachkreise - wohl insbesondere Getränkeherstellerinnen und -hersteller - und Zwischenhändlerinnen und -händler sind (vgl. Urteil des BVGer B-3555/2019 vom 24. Oktober 2019 E. 3). Entsprechend ist von einer erhöhten Aufmerksamkeit der Abnehmerinnen und Abnehmer auszugehen (vgl. statt vieler: Urteil des BVGer B-1776/2023 vom 19. Februar 2024 E. 3 m.H. "ID NOW").

E. 4.1

In einem weiteren Schritt ist zu prüfen, ob dem strittigen Zeichen "Vero" die notwendige Unterscheidungskraft zukommt.

E. 4.2.1

Die Vorinstanz ist der Auffassung, das streitgegenständliche Zeichen "Vero" sei Teil des italienischen Grundwortschatzes und werde zumindest von den italienischsprachigen Abnehmerinnen und Abnehmern problemlos im Sinne von wahr, echt (authentisch) verstanden. In Bezug auf die eingetragenen Waren beschreibe das Zeichen in den dargelegten Bedeutungen direkt deren Qualität. Die Abnehmerinnen und Abnehmer erwarteten, dass es sich dabei um Waren aus z.B. echtem Aluminium handle. "Vero" werde im Zusammenhang mit verschiedenen Waren bzw. Materialien üblicherweise verwendet. Es werde damit ausgedrückt, dass es sich beim entsprechenden Material um das "echte/richtige Material" handle und nicht etwa um eine Nachahmung. Die Echtheit bzw. die richtige Zusammensetzung stelle gerade auch bei Materialien, welche wie vorliegend zur Weiterverarbeitung eingesetzt würden, ein wichtiges Qualitätskriterium dar.

E. 4.2.2

In Zusammenhang mit den "Feuilles en aluminium à utiliser en tant que matières premières pour canettes de produits à boire; plaques d'aluminium à utiliser en tant que matières première pour canettes de produits à boire", für die die Marke beansprucht wird, könne "Vero" bzw. "echt/richtig" beispielsweise dahingehend verstanden werden, dass es sich um solche handle, die vollständig aus Aluminium bestehen also aus "echtem unlegierten Aluminium". Für die Herstellung von Folien sei denn auch das reine sprich unlegierte Aluminium am geeignetsten, da aufgrund der guten Verformbarkeit auch sehr dünne Folien hergestellt werden könnten. Auch Legierungen könnten mit "echt" bzw. "richtig" beschrieben werden. Denn bei Legierungen gebe es ebenfalls Unterschiede in der Herstellung bzw. konkreten Zusammensetzung. Je nach Verwendung könne die konkrete

Zusammensetzung von Bedeutung sein, bzw. eine ganz konkrete Zusammensetzung erforderlich sein. Die Abnehmerinnen und Abnehmer würden das Zeichen "Vero" in Zusammenhang mit diesen Waren dahingehend verstehen, dass es sich um solche mit der für diesen Zweck "richtigen" Legierung handle.

E. 4.2.3

Auch wenn aus der Kennzeichnung einer Ware mit "Vero" in Alleinstellung noch kein klarer Rückschluss auf die konkrete Beschaffenheit gezogen werden könne, würden die angesprochenen Abnehmerinnen und Abnehmer "Vero" als eine reklamehafte Anpreisung bzw. Qualitätsangabe wahrnehmen, welche sich in allgemeiner Weise auf die Qualität der Waren beziehe. Damit fehle dem Zeichen "Vero" nach Ansicht der Vorinstanz die erforderliche Unterscheidungskraft. Als Qualitätshinweis und reklamehafte Anpreisung müsse der Ausdruck "Vero" zudem dem Wirtschaftsverkehr zur Verfügung stehen, weshalb am Zeichen auch ein Freihaltebedürfnis bestehe. Das Zeichen sei folglich gemäss Art. 2 Bst. a MSchG dem Gemeingut zugehörig.

E. 4.3.1

Die Beschwerdeführerin ist dagegen der Auffassung, es sei nicht nachvollziehbar, dass das Zeichen "Vero" durch die Schweizer Abnehmerinnen und Abnehmer ohne Gedankenaufwand nur und sogleich in dem von der Vorinstanz genannten Sinne von "vrai, authentique" (übersetzt u.a. "echt, authentisch") verstanden werde und in Bezug auf die strittigen Waren eine direkt beschreibende und Freihaltebedürftige Angabe darstellen solle. Bei der Marke "Vero" handle es sich um ein mehrdeutiges Wort, ein eigenständiges Fantasiezeichen. Ein direkt erkennbarer Sinngehalt des Zeichens liege nicht vor, für Gedankenarbeit und Fantasie bleibe viel Raum.

E. 4.3.2

Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klasse 6 sei der Begriff "Vero" als völlig unüblich und ungewöhnlich einzustufen. Dass die Schweizer Abnehmerinnen und Abnehmer in Verbindung mit diesen Waren erwarten würden, dass Letztere aus echtem Metall oder echtem Aluminium bestünden, sei völlig abwegig. Bleche aus Aluminium oder Aluminiumlegierungen oder Aluminiumfolien, welche als Rohmaterial für Getränkedosen verwendet würden, seien immer aus "echtem" Aluminium oder Metall. Die hiesigen Abnehmerinnen und Abnehmer würden nicht erwarten, dass diese Waren nicht aus "echtem" Aluminium oder Metall bestehen könnten, da "unechtes" Aluminium oder Metall nicht existiere. Es könne ausgeschlossen werden, dass mit "Vero" die Eigenschaften und insbesondere die Qualität der beanspruchten Waren direkt beschrieben werde.

E. 4.3.3

Unter Verweis auf ihre Eingabe vom 1. Juni 2023 (Vorakten, Beilage 3) macht die Beschwerdeführerin zudem geltend, im Ausdruck "Vero" könnte höchstens eine indirekte Anspielung auf die fraglichen Waren erblickt werden. Gemäss bundesgerichtlicher Rechtsprechung genüge eine blosser Anspielung jedoch noch nicht, um eine Bezeichnung als Gemeingut zu betrachten. "Vero" sei eine Fantasieangabe und gehöre nicht zum Gemeingut.

E. 4.3.4

Im Übrigen verweist die Beschwerdeführerin auf den Gleichbehandlungsgrundsatz und ihre in Zusammenhang mit diesem vorgebrachten Ausführungen im vorinstanzlichen Verfahren,

wonach Datenbankabfragen in Swissreg sowie in Madrid Monitor für das Wort "Vero" in u.a. der vorliegend relevanten Klasse 6 zeigten, dass in der Schweiz diverse Markenregistrierungen für "Vero", selbst in Alleinstellung, existieren würden. Zudem sei die Marke "Vero" als Unionsmarke unter der Nr. 018511776 problemlos zugelassen worden. Weiter sei die obige IR-Marke noch in Grossbritannien, Russland, der Türkei, Japan, Indien, Norwegen, Brasilien, Australien und den USA eingetragen bzw. zugelassen worden. Hätte dieses Zeichen die von der Vorinstanz genannte Bedeutung und würde es die beanspruchten Waren der Klasse 6 direkt beschreiben, wäre das Zeichen mit Sicherheit nicht als Unionsmarke in den besagten Ländern eingetragen worden.

E. 5.1

Bei der Frage, ob der Marke "Vero" die notwendige Unterscheidungskraft zukommt, ist zunächst vom Sinngehalt des Wortes "Vero" auszugehen.

E. 5.2

Das Wort "Vero" gehört zum italienischen Grundwortschatz und bedeutet als Adjektiv unter anderem "wahr, richtig, wirklich, echt, eigentlich, tatsächlich" oder als Nomen "das Wahre, die Wahrheit" (Langenscheidt, Italienisch-Deutsch Übersetzung für "Vero", abrufbar unter <https://de.langenscheidt.com/italienisch-deutsch/vero>, zuletzt abgerufen am 27.02.2025; vgl. auch Urteil des BvGer B-4137/2021 vom 1. Februar 2023 E. 6.1.1 "Truedepth" in Bezug auf den englischen Begriff "True"). Daneben kommen dem Wort "Vero" - wie die Beschwerdeführerin zutreffend ausführt - weitere Bedeutungen zu. So kann "Vero" unter anderem für einen Familiennamen, eine Zelllinie oder diverse Ortschaften und Flüsse stehen. Diese Bedeutung sind jedoch weit weniger naheliegend als die lexikalische Bedeutung und treten aufgrund der Zugehörigkeit von "Vero" zum italienischen Grundwortschatz klar in den Hintergrund. Inwiefern "Vero" auch ein Fantasiezeichen sein soll, ergibt sich aus den Ausführungen der Beschwerdeführerin sodann nicht und ist auch nicht ersichtlich. Die Marke "Vero" wird demnach durch die italienischsprachigen Abnehmerinnen und Abnehmer ohne besonderen Denk- und Fantasiaufwand unmittelbar als "wahr, richtig, wirklich, echt, eigentlich, tatsächlich" verstanden. Aufgrund der Gleichwertigkeit aller vier Landessprachen kann dahingestellt bleiben, ob die Marke auch aus Sicht der anderen Landessprachen direkt im lexikalischen Sinn verstanden wird.

E. 5.3

Der Sinngehalt einer Marke ist immer im Hinblick auf die eingetragenen Waren zu betrachten. Bei den vorliegend in Frage stehenden Waren handelt es sich um Bleche aus Aluminium sowie Aluminiumlegierungen und Aluminiumfolien, welche als Rohmaterial für die Herstellung von Getränkedosen verwendet werden ("Feuilles en aluminium ou en alliages d'aluminium à utiliser en tant que matières premières pour canettes de produits à boire; plaques d'aluminium à utiliser en tant que matières premières pour canettes de produits à boire"). Bereits aus dieser Bezeichnung wird klar, dass diese Waren zwingend aus Aluminium oder Aluminiumlegierungen bestehen müssen und kein anderes Material in Frage kommt. In der Wertstofftechnik werden mit Aluminium alle Werkstoffe auf Basis des Elementes Aluminium (Al) verstanden. Dazu zählt Reinaluminium (mindestens 99,0 % Al), Reinstaluminium (mindestens 99,7 % Al) und insbesondere Aluminiumlegierungen (Wikipedia, Eintrag zu: "Aluminium", abrufbar unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Aluminium>, zuletzt abgerufen am 27.02.2025). Die genaue

Zusammensetzung des Aluminiums bzw. der Aluminiumlegierung ist insofern von Bedeutung, als sich die Eigenschaften von Aluminium bzw. Aluminiumlegierungen je nach ihrer konkreten Zusammensetzung ändern (vgl. Wikipedia, Eintrag zu: "Aluminiumlegierung", abrufbar unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Aluminiumlegierung> , zuletzt abgerufen am 27.02.2025).

E. 5.4

Bei den Abnehmerinnen und Abnehmern der Aluminiumbleche oder -folien, welche der Weiterverarbeitung zu Getränkedosen dienen, handelt es sich um Zwischenhändlerinnen und -händler und Fachkreise (vgl. E. 3.2 hiervor). Bei diesen relevanten Verkehrskreisen ist in Bezug auf die Herstellung von Getränkedosen von einer erhöhten Kenntnis auszugehen. Diesen Abnehmerinnen und Abnehmern - insbesondere den Getränkeherstellerinnen und -herstellern - ist demnach bewusst, dass die Aluminiumbleche oder -folien, welche zu Getränkedosen weiterverarbeitet werden sollen, aus Aluminium oder einer Aluminiumlegierung bestehen müssen und keine Alternativprodukte in Frage kommen. Darüber hinaus werden für die Weiterverarbeitung zu Getränkedosen auch bestimmte Eigenschaften erwartet. In diesem Zusammenhang liegt das Verständnis von "Vero" als "echt, authentisch, richtig" auf der Hand. Die Abnehmerinnen und Abnehmer erkennen unter der Bezeichnung "Vero" einen direkten Hinweis darauf, dass es sich bei den gekennzeichneten Waren um das echte, richtige, authentische oder originale Material bzw. jenes mit der echten, richtigen Zusammensetzung und nicht etwa um eine qualitativ schlechtere Nachahmung oder Imitation handelt. Dieses sinngebende Verständnis benötigt weder einen besonderen Denkaufwand noch Fantasie und wirkt vorliegend umso stärker, als es sich um Waren handelt, welche der Weiterverarbeitung dienen. Diesbezüglich ist den zutreffenden Ausführungen der Vor-Instanz zuzustimmen, dass die Qualität gerade bei Produkten, die der Weiterverarbeitung dienen, einen besonderen Stellenwert hat. Die relevanten Verkehrskreise sind darauf angewiesen, dass sie zwecks Weiterverarbeitung zu Getränkedosen das Passende bzw. Richtige Produkt erhalten. Gerade bei Produkten aus Aluminium ist dies entscheidend, als Aluminium bzw. Aluminiumlegierungen je nach Zusammensetzung unterschiedliche Eigenschaften zukommen (vgl. E. 5.3 hiervor) und sich für die Weiterverarbeitung zu Getränkedosen nur bestimmte Zusammensetzungen anbieten dürften. Durch die Marke "Vero" erhalten die Abnehmerinnen und Abnehmer einen direkten Hinweis darauf, dass die gekennzeichneten Waren eben die benötigten Eigenschaften enthalten und "echt" sind. Inwiefern sie als "völlig unüblich und ungewöhnlich" einzustufen sei, geht aus den Ausführungen der Beschwerdeführerin nicht nachvollziehbar hervor und ist nach dem Gesagten auch nicht ersichtlich. Die Bezeichnung der Waren mit "Vero" ist aus Sicht der Abnehmerinnen und Abnehmer demnach nicht nur als allgemeiner Qualitätshinweis, sondern auch unmittelbar anpreisend zu verstehen, als ihnen die Waren als das Echte, Richtige oder Passende Produkt zum Kauf empfohlen werden. Die strittige Marke erschöpft sich demnach in einem allgemeinen Qualitätshinweis und einer reklamehaften Anpreisung.

E. 5.5

Darüber hinaus - und wie von der Beschwerdeführerin zutreffend ausgeführt -, gibt es kein "unechtes" Aluminium, sondern jedes Aluminium ist "echt". Hieraus kann die Beschwerdeführerin jedoch nichts zu ihren Gunsten ableiten. Im Gegenteil, denn auch ein selbstverständliches Attribut wirkt beschreibend, sofern es für die Ware von Bedeutung ist. Die Echtheit der Ware als Eigenschaft ist für die Aluminiumbleche und -folien von

entscheidender Bedeutung (vgl. E. 5.4 hiavor). Abnehmerinnen und Abnehmer, welche Bleche oder Folien aus Aluminium oder Aluminiumlegierungen für die Herstellung von Getränkedosen nachfragen, erwarten, dass es sich um ein Produkt aus Aluminium handelt. Gleiches sieht wohl auch die Beschwerdeführerin ein, indem sie bereits im vorinstanzlichen Verfahren in ihrer Stellungnahme vom 1. Juni 2023 ausführt, dass keiner der Abnehmerinnen und Abnehmer erwarte, dass die Waren nicht aus "echtem" Aluminium seien (vgl. Vorakten, Beilage 3 Rz. 5). Die Abnehmerinnen und Abnehmer verstehen damit unter der Marke "Vero", dass es sich beim gekennzeichneten Produkt um ein Produkt aus echtem Aluminium bzw. der echten, richtigen Aluminiumlegierung handelt. Die Marke "Vero" verstanden als "echt, richtig" ist damit in Bezug auf die beanspruchten Waren der Klasse 6 hinsichtlich deren Beschaffenheit direkt beschreibend.

E. 5.6

Aufgrund ihres anpreisenden und beschreibenden Charakters ist die Marke "Vero" in Bezug auf die beanspruchten Waren der Klasse 6 nicht unterscheidungskräftig und gehört demnach dem Gemeingut an (vgl. E. 2.3 ff. hiavor). Die Frage, ob auch ein Freihaltebedürfnis in Bezug auf die strittige Marke besteht, kann angesichts der fehlenden Unterscheidungskraft der strittigen Marke offengelassen werden.

E. 6.1

Weiter beruft sich die Beschwerdeführerin in ihrer Rechtschrift sinngemäss auch auf den Grundsatz der Gleichbehandlung (Art. 8 Abs. 1 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 [BV, SR 101]) und stützt sich dabei auf folgende Eintragungen: CH Nr. 558'550 VERO (Klassen 6 und 42) IR Nr. 742'474 VERO (Klassen 6, 12, 16, 20 und 21) IR Nr. 774'911 VERO (Klassen 6, 11, 20 und 21) IR Nr. 1'069'791 VERO (Klasse 7) IR Nr. 1'120'983 Vero (Klasse 11) IR Nr. 1'390'251 VERO (Klassen 9, 35, 42 und 45) IR Nr. 316'060 VERO (Klassen 16 und 21)

E. 6.2

Wie oben festgestellt, wurde das Zeichen "Vero" zurecht dem Gemeingut zugeordnet, sodass mit der vorliegenden Rüge nur noch die Gleichbehandlung im Unrecht verlangt werden kann. Ein Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht wird gemäss Rechtsprechung ausnahmsweise anerkannt, wenn eine ständige gesetzwidrige Praxis einer rechtsanwendenden Behörde vorliegt und diese zu erkennen gibt, dass sie auch in Zukunft nicht von dieser Praxis abzuweichen gedenke (Urteile des BGer 4A_607/2023 vom 26. April 2024 E. 3.2 "World Economic Forum"; 4A_483/2019 vom 6. Januar 2020 E. 4 "[Hund] [fig.], [Pelzfigur] [fig.], [Elfe] [fig.]" ; 4A_136/2019 vom 15. Juli 2019 E. 3.3 "REVELATION"; 4A_62/2012 vom 18. Juni 2012 E. 3 "[Doppelhelix] [fig.]" ; Urteile des BVGer B-6577/2023 vom 29. Juli 2024 E. 8.2 "Aloe Farmers"; B-1776/2023 vom 19. Februar 2024 E. 6.2 "ID NOW"). Das Gleichbehandlungsgebot wird im Markenrecht nur zurückhaltend angewendet, da die Eintragungspraxis naturgemäss kasuistisch ist. Die Marken müssen hinsichtlich Zeichenbildung und beanspruchter Waren bzw. Dienstleistungen vergleichbar sein, wobei bereits geringfügige Unterschiede ins Gewicht fallen können (Urteil des BGer 4A_261/2010 vom 5. Oktober 2010 E. 5.1 "V [fig.]" ; BVGE 2016/21 E. 6.2 m.w.H. "Goldbären"; Urteile des BVGer B-6577/2023 vom 29. Juli 2024 E. 8.2 "Aloe Farmers"; B-2628/2022 vom 13. September 2023 E. 7.2 "Novafoil"). Was das Alter der herangezogenen Voreintragungen anbelangt, sollte deren Zulassung zum Markenschutz in der Schweiz in der Regel nicht länger als acht Jahre zurückliegen, damit

diese noch als relevant angesehen werden können (BVGE 2016/21 E. 6.6 "Goldbären"; Urteile des BVGer B-4751/2023 vom 24. Januar 2025 E. 10.2 "Appenzeller"; B-6577/2023 vom 29. Juli 2024 E. 8.2 "Aloe Farmers"; B-2628/2022 vom 13. September 2023 E. 6.3 und 7.3 "Novafoil"). Schliesslich besteht insbesondere dann kein Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht, wenn nur in vereinzelten Fällen vom Gesetz abgewichen wurde. Frühere - allenfalls fehlerhafte - Entscheide sollen nicht als Richtschnur für alle Zeiten Geltung haben müssen (BVGE 2016/21 E. 6.2 m.w.H. "Goldbären").

E. 6.3

Bei den Marken CH Nr. 558'550 "VERO" (hinterlegt am 16. März 2007), IR Nr. 742'474 "VERO" (hinterlegt am 10. August 2000), IR Nr. 774'911 "VERO" (hinterlegt am 7. Dezember 2001), IR Nr. 1'069'791 "VERO" (hinterlegt am 19. Januar 2011), IR Nr. 1'120'983 "Vero" (hinterlegt am 5. April 2012) und IR Nr. 316'060 "VERO" (hinterlegt am 30. Juni 1966) liegt die Eintragung bereits zeitlich zu lange zurück, als dass sie für die aktuelle Praxis noch relevant sein könnten. Die verbleibende Marke IR Nr. 1'390'251 "Vero" wurde am 17. November 2017 und damit innerhalb der letzten acht Jahre eingetragen. Der Schutz dieser Marke wird indessen für Waren der Klassen 9, 35, 42 und 45 beansprucht, wobei sich in keiner der Klassen vergleichbare Waren finden. Die Marke ist damit nicht ohne weiteres vergleichbar und die Beschwerdeführerin kann daraus keine Rechte ableiten. Es ist keine ständige gesetzwidrige Praxis der Vorinstanz ersichtlich, welche der Beschwerdeführerin ein Recht auf Gleichbehandlung im Unrecht einräumen würde. Es handelt sich vielmehr um einzelne, teilweise weit zurückliegende Eintragungen. Die Ausführungen zur Gleichbehandlung der Beschwerdeführerin sind daher nicht zielführend und es liegt in casu kein Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht vor.

E. 7

Die Beschwerdeführerin macht schliesslich unter Verweis auf ihre vor-instanzliche Eingabe vom 1. Juni 2023 (Vorakten, Beilage 3) geltend, ihre Marke sei als Unionsmarke unter der Nr. 018511776 problemlos zugelassen worden. Ausserdem sei die obige IR-Marke noch in Grossbritannien, Russland, der Türkei, Japan, Indien, Norwegen, Brasilien, Australien und den USA eingetragen bzw. zugelassen worden. Diesbezüglich ist die Beschwerdeführerin darauf hinzuweisen, dass ausländischen Eintragungsentscheiden nach ständiger Rechtsprechung keine bindende Präjudizwirkung zukommt (vgl. dazu BGE 136 III 474 E. 6.3 "Madonna [fig.]"; 130 III 113 E. 3.2 "Montessori"; 129 III 225 E. 5.5 "Masterpiece"). Bloss in Grenzfällen sind sie unter Umständen als Indiz für die Eintragungsfähigkeit zu werten (Urteil des BGer 4A_261/2010 vom 5. Oktober 2010 E. 4.1 "V [fig.]"). Angesichts des klaren Gemeingutcharakters der strittigen Marke kommt dem Umstand, dass ihr in ausländischen Jurisdiktionen Schutz gewährt worden sein mag, keine Indizwirkung für den Ausgang des schweizerischen Markeneintragungsverfahrens zu. Es handelt sich vorliegend nicht um einen Grenzfall, bei dem allenfalls der Blick in die ausländische Prüfungspraxis den Ausschlag für eine Schutzgewährung geben könnte. Entsprechend bleibt kein Raum für eine Eintragung im Zweifelsfall (vgl. dazu Urteil des BGer 4A_178/2023 vom 8. August 2023 E. 7 m.w.H. "Truedepth").

E. 8

Nach dem Gesagten hat die Vorinstanz der Marke der Beschwerdeführerin die Schutzausdehnung für die Schweiz zurecht verweigert. Die Beschwerde erweist sich demnach als unbegründet und ist abzuweisen.

E. 9.1

Bei diesem Verfahrensausgang sind die Kosten der Beschwerdeführerin aufzuerlegen (Art. 63 Abs. 1 VwVG). Die Gerichtsgebühren sind nach Umfang und Schwierigkeit der Streitsache, Art der Prozessführung und der finanziellen 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 Markeneintragungen sind Vermögensinteressen betroffen. Die Gerichtsgebühr bemisst sich folglich in erster Linie nach dem Streitwert (Art. 4 VGKE). Die Schätzung des Streitwertes hat sich an den Erfahrungswerten 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 mit Fr. 3'000.- zu beziffern und dem von der Beschwerdeführerin in gleicher Höhe geleistetem Kostenvorschuss zu entnehmen.

E. 9.2

Eine Parteientschädigung ist weder der unterliegenden Beschwerdeführerin (Art. 64 Abs. 1 VwVG; Art. 7 Abs. 1 VGKE) noch der Vorinstanz als Bundesbehörde (Art. 7 Abs. 3 VGKE) zuzusprechen. (Dispositiv nächste Seite)

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