

# **BVGer B-447/2025 vom 4. Dezember 2025**

Bundesverwaltungsgericht, 2025-12-04, DE

Quelle: [https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger\\_B-447\\_2025](https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-447_2025)

FR: TAF B-447/2025 du 4 décembre 2025

IT: TAF B-447/2025 del 4 dicembre 2025

## **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 Beschwerden wurden zudem frist- und formgerecht erhoben (Art. 50 Abs. 1 und Art. 52 Abs. 1 VwVG) und der Kostenvorschuss rechtzeitig geleistet (Art. 63 Abs. 4 VwVG). Auf die Beschwerden ist daher einzutreten.

### **E. 2.1**

Nach Art. 2 Bst. a MSchG sind Marken, die zum Gemeingut gehören, vom Markenschutz ausgeschlossen, sofern sie sich nicht für die Waren und Dienstleistungen im Verkehr durchgesetzt haben, für die sie beansprucht werden. Die 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 (BGE 143 III 127 E. 3.3.2 "Rote Damenschuhsohle [Positionsmarke]"; 139 III 176 E. 2 "You"; 131 III 121 E. 4.1 "Verpackung [3D]"). Nicht schutzfähig sind demnach unter anderem Zeichen, denen in Bezug auf die konkret beanspruchten Produkte die Unterscheidungskraft fehlt. Dies ist dann der Fall, wenn die Marke von Anfang an (originär) weder auf ein bestimmtes - wenn auch dem Publikum nicht unbedingt namentlich bekanntes - Unternehmen hinweist, noch infolge ihrer Verkehrsdurchsetzung (derivativ) ihre Herkunftsfunktion erfüllt (BGE 143 III 127 E. 3.3.2 "Rote Damenschuhsohle [Positionsmarke]"; Urteil des Bundesgerichts [BGer] 4A\_483/2019 vom 6. Januar 2020 E. 3.1.2 "Figuren"; Urteil des Bundesverwaltungsgerichts [BVGer] B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 3.2 "Karomuster [Positionsmarke]").

### **E. 2.2**

Als Formen des Gemeinguts gelten einfache geometrische Grundelemente sowie Formen, die weder in ihren Elementen noch in ihrer Kombination vom Erwarteten und Gewohnten abweichen und daher mangels Originalität im Gedächtnis der Abnehmer nicht haften bleiben (BGE 133 III 345 E. 3.1 "Trapezförmiger Verpackungsbehälter" mit Hinweis u.a. auf BGE 129 III 524 f. E. 4.1 "Lego"). Entscheidend ist die Frage, ob der Konsument im fraglichen Zeichen originär einen Hinweis zur Identifikation des Produktherstellers sieht (Urteil des BVGer B-2894/2014 vom 13. Mai 2016, E. 3.2 "Taschenlampe mit Löchern"). Hingegen genügt es nicht, wenn die zur Frage stehende Form Merkmale aufweist, anhand

derer die beanspruchte Ware sich lediglich von anderen Produkten unterscheiden lässt (Michael Noth, in: Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl. 2017, Art. 2 lit. b Rz. 72). Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Abnehmerkreise in einer Waren- oder Verpackungsform grundsätzlich die Gestaltung der Ware bzw. der Verpackung selber sehen (Urteil des BGer 4A.15/2006 vom 13. Dezember 2006 E. 5 "Wellenflasche" mit Hinweis auf BGE 130 III 334 E. 3.5 "Swatch"). Der betriebliche Herkunftshinweis einer Waren- oder Verpackungsform geht aber über funktionale oder ästhetische Aspekte hinaus: Formen, die das Publikum aufgrund der Funktion des Produkts oder wegen der ästhetischen Attraktivität (unter dem Gesichtspunkt des Designs) erwartet, erreichen die Unterscheidungskraft nicht (vgl. BGE 120 II 310 E. 3b "The Original"; Urteil des BVGer B-2894/2014 vom 13. Mai 2016, E. 3.2 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]"). Eine Form wird als Herkunftshinweis im Sinne des Markenrechts verstanden, wenn sie sich von sämtlichen im beanspruchten Waren- oder Dienstleistungssegment im Zeitpunkt des Entscheids über die Eintragung im Markenregister üblichen Formen auffällig unterscheidet, was insbesondere bei grosser Formenvielfalt im beanspruchten Segment in der Regel nicht der Fall ist (BGE 134 III 553 E. 2.3.4 "Panton-Stuhl", BGE 133 III 346 E. 3.3 "Trapezförmiger Verpackungsbehälter"). Zum Gemeingut gehören auch Einzelbuchstaben, soweit sie sich nicht durch originelle oder phantasiereiche Merkmale auszeichnen und dadurch der Einordnung als Gemeingut entziehen (Urteil des BGer 4A\_261/2010 vom 5. Oktober 2010 E. 2.1 "V [fig.]" und BGE 134 III 313 E. 2.3.5 "M/M-Joy [fig.]").

### **E. 2.3**

Positionsmarken sind im Markenschutzgesetz nicht als eigene Markenkategorie vorgesehen. Die in Art. 1 Abs. 2 MSchG enthaltene Aufzählung zulässiger Markenformen ist jedoch nicht abschliessend (BGE 143 III 127 E. 3.3.3 "Rote Damenschuhsohle [Positionsmarke]"; 135 III 359 E. 2.4 "akustisches Zeichen"; Urteil des BGer 4A\_389/2016 vom 28. Februar 2017, E. 4.1 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]"). Zudem ist die Zuordnung einer Marke zu einer Markenart für die Beurteilung ihrer Unterscheidungskraft nicht entscheidend. Die Rechtsfrage bleibt grundsätzlich dieselbe, doch sind Besonderheiten in der Wahrnehmung durch das Publikum zu berücksichtigen (BGE 143 III 127 E. 3.3.3 "Rote Damenschuhsohle [Positionsmarke]"; Urteil des BGer 4A\_389/2016 vom 28. Februar 2017 E. 4.2 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]"; Urteil des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 3.4 "Karomuster [Positionsmarke]").

### **E. 2.4**

Die Positionsmarke ist ein betriebliches Herkunftszeichen, dessen Anbringung auf der Ware oder im Zusammenhang mit der gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung im Registereintrag mit Bezug auf ihre Position und Grössenverhältnisse festgelegt ist (vgl. Urteile des BVGer B-6219/2013 vom 27. April 2016 E. 3.2.2 "Rote Damenschuhsohle [Positionsmarke]"; B-86/2012 vom 11. März 2013 E. 2.2 "Fünf Streifen [Positionsmarke]"; Eugen Marbach, Markenrecht, in: von Büren/David [Hrsg.], Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht Bd. III/1, 2. Aufl. 2009, Rz. 149 f.). Gegenstand einer Positionsmarke ist nicht die Position allein oder das isolierte Zeichen selbst, sondern die Kombination des Zeichenelements mit der bestimmten Position auf der Ware und seinem Grössenverhältnis zur Ware (Noth/Thouvenin, in: Markenschutzgesetz [MSchG], a.o.O., Art. 1 Rz. 74 MSchG; Philippe Gilliéron, in: Commentaire romand, Propriété intellectuelle, 2013, Art. 1 Rz. 39 MSchG). Dabei ist bei der Beurteilung der Positionsstärke

zu berücksichtigen, dass Markenpositionen kaum standardisiert, sondern vielfältig sind. Damit die Position etwas zur Unterscheidungskraft der Marke beiträgt, muss sie tatsächlich ein Verständnis als Herkunftshinweis vermitteln; das positionierte Zeichen muss im Gegensatz zu seinem unpositionierten Gegenstück ein Rätsel aufgeben, das nicht anders gelöst werden kann als durch die Zuordnung der Bedeutung als Herkunftshinweis. Ob die massgeblichen Verkehrskreise ein Zeichenelement an einer bestimmten Position der Ware als Kennzeichen und nicht als technisch bedingtes Element oder blosser Zierde auffassen, ist im Rahmen der Prüfung der Unterscheidungskraft im konkreten Einzelfall zu bestimmen (BGE 143 III 127 E. 3.3 "Rote Damenschuhsohle [Positionsmarke]"; Urteil des BGR 4A\_389/2016 vom 28. Februar 2017 E. 4.2 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]"; Noth/Thouvenin, in: Markenschutzgesetz [MSchG], a.a.O., Art. 1 Rz. 76 MSchG).

### **E. 2.5**

Überwiegen bei einem Zeichen insgesamt zweidimensionale Elemente, so kommen bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft die für Bildmarken entwickelten Regeln zur Anwendung; überwiegen hingegen die dreidimensionalen Aspekte, so sind die für Formmarken entwickelten Kriterien anwendbar (s.o. E. 2.2; Urteile des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 5.1.4 "Karamuster [Positionsmarke]" und B-2894/2014 vom 13. Mai 2016 E. 3.3 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]"; MATTHIAS STÄDELI, in: David/Frick [Hrsg.], Markenschutzgesetz/Wappenschutzgesetz. Basler Kommentar, 3. Aufl. 2017, Art. 1 Rz. 61 MSchG; Noth/Thouvenin, in: Markenschutzgesetz [MSchG], a.o.O., Art. 1 Rz. 77 MSchG).

### **E. 3.1**

Die Vorinstanz verweigerte die Eintragung der Zeichen mit der Begründung, die Zeichen seien nicht unterscheidungskräftig. Die Basiszeichen als stilisierte Buchstaben "S" würden sich nicht von üblichen Gestaltungen abheben. In der Vernehmlassung stützt sich die Vorinstanz sodann neu auf den Standpunkt, die Basiszeichen seien als gewellte Linien bzw. gewellte Streifen zu lesen. An der festgestellten Banalität hält sie aber im Ergebnis fest. Dass die Zeichen an der Aussenseite von Schuhen angebracht seien, vermöge zudem auch keine Unterscheidungskraft zu bewirken.

### **E. 3.2**

Die Beschwerdeführerin macht demgegenüber geltend, die Zeichen seien unterscheidungskräftig. Die Basiszeichen seien nicht banal, weil sie in vielfältiger Weise interpretiert werden könnten, wobei der Buchstabe "S" aber jeweils erkannt werde. Weiter seien die Verkehrskreise an Herkunftshinweise an der Aussenseite von Schuhen gewöhnt und würden die Zeichen somit als solche wahrnehmen.

### **E. 4**

Schuhwaren der Klasse 25 sind Massenkonsumgüter, die mit einer gewissen Regelmässigkeit nachgefragt werden. Sie richten sich an ein breites Publikum (vgl. Urteile des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 4 "Karamuster [Positionsmarke]", B-120/2019 vom 31. Juli 2019, E. 3.1 "Old Skool" und B-552/2017 vom 4. Dezember 2018 E. 3 "Hirsch/Apfelhirsch"; zum Aufmerksamkeitsgrad siehe nachfolgend E. 5.4).

### **E. 5.1**

Sodann sind die Merkmale der streitgegenständlichen Positionszeichen zu bestimmen.

### **E. 5.1.1**

Das Positionselement (Basiszeichen) von Zeichen Nr. 14618/2023 (fig.) besteht aus zwei wellenförmigen, parallel verlaufenden Linien bzw. einem gewellten hellen Streifen. Beim Positionselement (Basiszeichen) von Zeichen Nr. 14618/2023 (fig.) ist der gewellte Streifen in schwarz wiedergegeben. Die Linien bzw. Streifen sind oben nach rechts bzw. unten nach links ausgerichtet. Das Ende der Basiszeichen ist jeweils durch die Form des Schuhs begrenzt; oben durch die Schnürleiste und unten durch die Schuhsohle. Diese Formen sind jeweils an der nach aussen gerichteten Seite des Schuhs angebracht. Im Verhältnis zur seitlichen Aussenseite des Schuhs ist die Warenposition jeweils ungefähr mittig platziert.

### **E. 5.1.2**

Die feste Verbindung der Basiszeichen mit der jeweils seitlichen Oberfläche eines dreidimensionalen Schuherzeugnisses führt vorliegend zwangsläufig dazu, dass die Positionszeichen Teil des Trägerobjekts werden und sich nicht mehr von der Form eines Teils der Waren trennen lassen. Entscheidend für die Anwendung der Kriterien zu den Formmarken ist damit die Tatsache, dass die Positionszeichen mit dem Erscheinungsbild der dreidimensionalen Ware zusammenfallen (Urteile des BVGerB-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 5.1.5 "Karomuster [Positionsmarke]" und B-2894/2014 vom 13. Mai 2016 E. 5.1 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]"; s.o. E. 2.4). Somit hat die Vorinstanz die für die Formmarken entwickelten Kriterien zu Recht auf die streitgegenständlichen Positionszeichen angewendet.

### **E. 5.2**

Umstritten ist weiter, ob die Basiszeichen banal sind bzw. sich erheblich von der branchenüblichen Gestaltung bei Schuhwaren unterscheiden oder nicht (s.o. E. 2.2).

#### **E. 5.2.1**

Die Argumentation der Beschwerdeführerin, wonach die Abnehmer von Schuhwaren die Zeichen mit einem geschwungenen Weg, einer sich schlängelnder Strasse, einem Fluss, einem Schwanenhals, einer Welle oder einem Pinselstrich in Verbindung bringen, überzeugt nicht. Diese Assoziationen wären allenfalls denkbar, wenn neben den Linien bzw. den Streifen weitere Zeichenelemente bestünden oder die Zeichen für andere Waren oder Dienstleistungen als Schuhwaren, beispielsweise für Fahrzeuge oder Pinsel, eingetragen werden sollten. Auch der Buchstabe "S" kann nur knapp erkannt werden, weil oben und unten die für den Buchstaben "S" typischen geschwungenen Linien fehlen. Dass die Beschwerdeführerin selber bzw. Wiederverkäufer die Zeichen vereinzelt als "Swan S Logo" und "Quarter S Logo" (Beschwerdebeilagen 70 bis 73) bezeichnen, ist dabei vernachlässigbar, weil vielmehr entscheidend ist, wie die Abnehmer die Zeichen tatsächlich wahrnehmen. Somit werden die Abnehmer in naheliegender Weise in den Zeichen einfache wellenförmige Linien bzw. gewellte Streifen erkennen. Diese sind keine geometrischen Grundelemente und es ist weiter zu prüfen, ob sich diese Formen von der branchenüblichen Gestaltung abheben (s.o. E. 2.2).

#### **E. 5.2.2**

Die Vorinstanz legt über 130 Abbildungen von Sport- und Freizeitschuhen ins Recht (Vernehmlassungsbeilage 14). Dabei zeigen insbesondere rund 13 Abbildungen wellenförmige Linien und Streifen (Abbildungen Nr. 13, 15, 28, 84 bis 95 in Vernehmlassungsbeilage 14). Darüber hinaus können den von der Beschwerdeführerin ins

Recht gelegten Akten rund 35 Abbildungen von Sport- und Freizeitschuhen mit wellenförmigen Linien und Streifen entnommen werden (Schuhe der Marken Sucony [Stellungnahmebeilagen 3] sowie Scarpa, Dolce Vita, Dries Van Noten, Voile Blanche, Hermès [Stellungnahmebeilagen 4]). Diese über 45 Abbildungen sind Ergebnisse von Internetrecherchen der Parteien. Zwar beschränken sich die Belege auf Sport- und Freizeitschuhe. Allerdings erscheinen die Formen bereits bei wiederholter Abbildung auf einer Art von Schuhen nicht als originell. Auch lässt sich die behauptete Originalität der Formen nicht aus dem Umstand ableiten, dass bereits einige Zeichen mit geschwungenen Linien eingetragen wurden. Einerseits wurden die von der Beschwerdeführerin zum Vergleich herangezogenen Zeichen grösstenteils nicht für Schuhe, sondern für andere Waren und Dienstleistungen eingetragen, andererseits ist nicht ersichtlich, dass diese als Positionsmarken angemeldet wurden (zum Gleichbehandlungsgrundsatz siehe nachfolgend E. 6).

### **E. 5.2.3**

Nichts anderes würde sich ergeben, wenn die Abnehmer in den Zeichen den Buchstaben "S" erkennen würden. Die Beschwerdeführerin weist zwar richtigerweise darauf hin, dass im Vergleich zu anderen Eintragungen von Zeichen mit dem Buchstaben "S" vorliegend unten und oben die für den Buchstaben "S" typischen geschwungenen Linien fehlen bzw. die Enden oben und unten "abgeschnitten" sind. Durch diese Abweichungen kommen den Zeichen aber keine originellen Merkmale zu, welche sie der Einordnung als Gemeingut entziehen würden (s.o. E. 2.2). Die fehlenden Elemente führen eher dazu, dass der Buchstaben "S" überhaupt nicht erkannt wird.

### **E. 5.2.4**

Im Übrigen kann den von der Vorinstanz ins Recht gelegten Abbildungen entnommen werden, dass auf der Aussenseite von Sport- und Freizeitschuhen Formen in zahlreichen Variationen abgebildet werden (Vernehmlassungsbeilage 14). Aufgrund der Formenvielfalt kann auch keine im Schuhsegment übliche Form ausgemacht werden, von der sich die vorliegenden wellenförmigen Linien bzw. Streifen auffällig unterscheiden würden. Dass die Hersteller der von der Vorinstanz herangezogenen Schuhe die Formen mit der Absicht anbrachten, auf die Herkunft der Produkte hinzuweisen (Stellungnahmebeilagen 3 und 4), ist für die Beurteilung entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin nicht zentral, kommt es doch vielmehr auf die Sicht der Abnehmer an (s.o. E. 2.2).

### **E. 5.2.5**

Damit heben sich die Linien bzw. Streifen im Kontext von Schuhwaren der Klasse 25 nicht in einem Mass von den branchenüblichen Schuhgestaltungen ab, dass ihnen originäre Unterscheidungskraft zukommen könnten.

## **E. 5.3**

Sodann ist die Positionstärke zu bestimmen. Umstritten ist im Wesentlichen, ob im relevanten Schuhmarkt für die Aussenseite von Schuhen zwischen Sohle und Schnürsenkel (Warenposition) eine Kennzeichnungsgewohnheit besteht oder nicht (s.o. E. 2.4).

### **E. 5.3.1**

Um zu belegen, dass im Schuhmarkt eine Kennzeichnungsgewohnheit für die Warenposition vorliegt, reicht die Beschwerdeführerin verschiedene Abbildungen von Schuhen ins Recht. Dabei handelt es sich um rund 66 Abbildungen von Sport- und

Freizeitschuhen (Beschwerdebeilagen 6 bis 57), die auf der Aussenseite abstrakte Formen (16 Abbildungen) und Buchstaben (40 Abbildungen) enthalten sowie 21 Abbildungen von anderen Schuharten, darunter Sandalen, Stiefel und Absatzschuhe, die Buchstaben auf der Aussenseite oder im Absatz zeigen (Beschwerdebeilagen 58 bis 65 und Stellungnahmebeilagen 5 bis 10).

### **E. 5.3.2**

Die Ergebnisse der Internetrecherche der Beschwerdeführerin bilden vornehmlich das Schuhsegment der Sport- und Freizeitschuhe ab. Für andere Schuharten wurden einerseits nur wenige Abbildungen ins Recht gelegt andererseits sind die Buchstaben an verschiedenen Positionen der Schuhe, unter anderem im Absatz, platziert. Mit diesen einseitigen bzw. wenigen Belegen lässt sich die behauptete Kennzeichnungsgewohnheit abstrakter Formen oder Buchstaben an der bestimmten Position für den Schuhmarkt als Ganzes jedenfalls nicht erstellen (vgl. Urteil des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 5.3.8 "Karomuster [Positionsmarke]"; s.o. E. 2.4). Dass die Abnehmer von Schuhen an die Formen vorliegender Art an der Seitenaussenseite eines Schuhs so gewöhnt seien, dass ein Herkunftshinweis auf der Hand läge, macht die Beschwerdeführerin im Übrigen nicht geltend und ist auch nicht ersichtlich (vgl. demgegenüber betr. bestimmten Streifenmuster Urteil des BVGer B-86/2012 vom 11. März 2013 E. 4.4 "Fünf Streifen [Positionsmarke]").

### **E. 5.4**

Auch in Hinblick auf den Aufmerksamkeitsgrad, mit welchem die Verkehrskreise den relevanten Waren begegnen, vermag die Beschwerdeführerin nichts für sich abzuleiten. Schuhwaren der Klasse 25 werden grundsätzlich mit leicht erhöhter Aufmerksamkeit erworben (vgl. Urteile des BVGer B-6953/2018 vom 7. Juli 2020 E. 4 "Karomuster [Positionsmarke]", B-120/2019 vom 31. Juli 2019 E. 3.1 "Old Skool" und B-552/2017 vom 4. Dezember 2018 E. 3 "Hirsch/Apfelhirsch"). Dass Abnehmer aufgrund einer Kennzeichnungsgewohnheit Schuhwaren mit einer erhöhten Aufmerksamkeit nachfragen, ist zumindest vorliegend nicht anzunehmen, weil eine Kennzeichnungsgewohnheit von vornherein nicht erstellt ist (s.o. E. 5.3.2; vgl. demgegenüber Urteil des BVGer B-86/2012 vom 11. März 2013 E. 4.4 "Fünf Streifen [Positionsmarke]").

### **E. 5.5**

Somit kann die fehlende Unterscheidungskraft der Basiszeichen auch nicht durch die Positionierung an der Aussenseite der Schuhe überwunden werden. Abnehmer von Schuhwaren werden selbst bei einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit die Positionszeichen in der Gesamtwürdigung der beiden Elemente Basiszeichen und Warenposition nicht als Herkunftshinweis, sondern sie als eine Gestaltungsvariante zur Zierde von Schuhwaren auffassen (s.o. E. 2.4). Die Zeichen vermögen deshalb die rechtlich geschützte Unterscheidungsfunktion nicht zu gewährleisten und gehören für Schuhwaren der Klasse 25 zum Gemeingut.

### **E. 6.1**

Weiter verweist die Beschwerdeführerin auf einige eingetragenen Positionsmarken und macht geltend, diese würden die Schutzfähigkeit vorliegender Zeichen bestätigen. Soweit sie damit implizit die Verletzung des Gleichbehandlungsgrundsatzes rügt, gilt folgendes:

### **E. 6.2**

Nachdem feststeht, dass die Vorinstanz die Zeichen bundesrechtskonform dem Gemeingut zugeordnet hat (s.o. E. 5.5), kann mit der Rüge, das Gleichbehandlungsgebot (Art. 8 BV) sei verletzt worden, nur noch die Gleichbehandlung im Unrecht verlangt werden. Ein solcher Anspruch wird nach bundesgerichtlicher Rechtsprechung ausnahmsweise anerkannt, wenn eine ständige gesetzwidrige Praxis einer rechtsanwendenden Behörde vorliegt und die Behörde 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" und 4A\_136/2019 vom 15. Juli 2019 E. 3.3 "Revelation").

### **E. 6.3**

Das Gleichbehandlungsgebot wird im Markenrecht nur zurückhaltend angewendet, da die Eintragungspraxis naturgemäss kasuistisch ist. Die Marken müssen hinsichtlich Zeichenbildung und beanspruchter Waren 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 "Goldbären"). Was schliesslich das Alter der Voreintragungen anbelangt, auf die sich ein Anspruch auf Gleichbehandlung stützen lässt, kann deren Zulassung zum Markenschutz in der Schweiz nicht länger als acht Jahre zurückliegen (Urteil des BVGerB-2894/2014 vom 13. Mai 2016, E. 6.1 "Taschenlampe mit Löchern [Positionsmarke]").

### **E. 6.4**

Die von der Beschwerdeführerin genannten Marken sind bis auf die Positionsmarke CH Nr. 791600 allesamt älter als acht Jahre. Ein Anspruch auf Gleichbehandlung scheidet daher bei fünf Eintragungen bereits am Alter der von der Beschwerdeführerin herangezogenen Voreintragungen. Was die Voreintragung CH Nr. 791600 betrifft, besteht dieses Zeichen aus einem Kreis, in welchem ein Stern und ein Wortbestandteil abgebildet sind. Insofern ist auch dieses Zeichen nicht mit den strittigen Markenmeldungen vergleichbar.

### **E. 6.5**

Damit kann die Beschwerdeführerin aus dem Grundsatz der Gleichbehandlung nichts zu ihren Gunsten ableiten.

### **E. 7**

Die Beschwerdeführerin verweist schliesslich auf ausländische Eintragungen. Gemäss ständiger Praxis haben ausländische Entscheide keine präjudizielle Wirkung. Lediglich in Zweifelsfällen kann die Eintragung in Ländern mit ähnlicher Prüfungspraxis ein Indiz für die Eintragungsfähigkeit in der Schweiz darstellen. Angesichts des klaren Gemeingutcharakters der Zeichen kommt dem Umstand, dass die Zeichen in ausländischen Jurisdiktionen Schutz gewährt worden sein mag, keine Indizwirkung für den Ausgang des schweizerischen Markeneintragungsverfahrens zu. Es handelt sich insbesondere nicht um einen Grenzfall, bei dem allenfalls ein Vergleich mit der ausländischen Prüfungspraxis ausschlaggebend für eine Schutzgewährung sein könnte (Urteile des BVGer B-1768/2024 vom 19. Juni 2025 E. 6 "Wow [fig.]" und B-5271/2023 vom 18. Juni 2024 E. 6 "Constructor").

### **E. 8**

Zusammenfassend hat die Vorinstanz die Zeichen für die beanspruchten Waren der Klasse 25 korrekterweise dem Gemeingut nach Art. 2 Bst. a MSchG zugerechnet. Daher erweisen sich die Beschwerden als unbegründet und sind abzuweisen.

### **E. 9.1**

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. 3'500.- festzusetzen und angesichts des Verfahrensausgangs der Beschwerdeführerin aufzuerlegen. Der von ihr einbezahlte Kostenvorschuss in der Höhe von Fr. 3'500.- wird zur Bezahlung der Verfahrenskosten verwendet.

### **E. 9.2**

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.