

BVGer B-5168/2011 vom 13. März 2013

Bundesverwaltungsgericht, 2013-03-13, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-5168_2011

FR: TAF B-5168/2011 du 13 mars 2013

IT: TAF B-5168/2011 del 13 marzo 2013

Regeste

Absolute Ausschlussgründe

Erwägungen

E. 1.1

Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung von Beschwerden gegen Eintragungsverfügungen der Vorinstanz in Markensachen zuständig (Art. 31, 32 und 33 Bst. e des Verwaltungsgesetzes vom 17. Juni 2005 [VGG, SR 173.32]).

E. 1.2

Die Beschwerdeführerin ist als Adressatin der angefochtenen Verfügung durch diese beschwert und hat ein schutzwürdiges Interesse an ihrer Aufhebung oder Änderung. Sie ist daher zur Beschwerdeführung legitimiert (Art. 48 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes vom 20. Dezember 1968 [VwVG, SR 172.021]). Eingabefrist und -form sind gewahrt (Art. 50 Abs. 1 und Art. 52 Abs. 1 VwVG), der Kostenvorschuss wurde fristgerecht bezahlt (Art. 63 Abs. 4 VwVG), und die übrigen Sachurteilsvoraussetzungen liegen vor (Art. 44 ff. VwVG).

E. 1.3

Auf die Beschwerde ist daher einzutreten.

E. 2.1

Nach der Legaldefinition ist die Marke ein Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden (Art. 1 Abs. 1 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben vom 28. August 1992 [Markenschutzgesetz, MSchG; SR 232.22]).

E. 2.2

Vom Markenschutz ausgeschlossen sind gemäss Art. 2 MSchG unter anderem Zeichen, die Gemeingut sind, es sei denn, dass sie sich als Marke für die Waren oder Dienstleistungen durchgesetzt haben, für die sie beansprucht werden (Bst. a).

E. 2.3

Der Begriff Zeichen des Gemeinguts in Art. 2 Bst. a MSchG ist ein Sammelbegriff für Sachzeichnungen, beschreibende Angaben, geografische Herkunftsangaben, Freizeichen sowie für elementare Zeichen. Der Schutzausschluss ist im Freihaltebedürfnis oder in der fehlenden Unterscheidungskraft des Zeichens begründet (BGE 118 II 181 E. 3 Duo; Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-1580/2008 vom 19. Mai 2009 E. 2.1 A - Z, mit Hinweisen; David Aschmann, in: Michael Noth/Gregor Bühler/Florent Thouvenin [Hrsg.], Markenschutzgesetz [MSchG], Bern 2009, Art. 2 lit. a, N. 1 ff.).

E. 2.4

Zum Gemeingut gehören nach der Rechtsprechung namentlich Zeichen, die sich in Angaben über die Beschaffenheit der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen erschöpfen und daher die zu deren Identifikation erforderliche Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft nicht aufweisen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn Zeichen die Art, Zusammensetzung, Qualität, Quantität, Bestimmung, den Gebrauchszweck, Wert, Ursprungsort oder die Herstellungszeit der Waren angeben, auf die sie sich beziehen. Der beschreibende Charakter solcher Hinweise muss von den angesprochenen Abnehmerkreisen dieser Waren und Dienstleistungen ohne besondere Denkarbeit und ohne Fantasiaufwand unmittelbar erkannt werden können (BGE 135 III 359 E. 2.5.5 akustische Marke, mit Verweis auf BGE 131 III 495 E. 5 Felsenkeller, BGE 129 III 514 E. 4.1 Lego und BGE 128 III 454 E. 2.1 Yukon).

E. 2.5

Nach Rechtsprechung und Literatur gehören zu den nicht schutzfähigen Angaben auch Angaben zu Form, Verpackung oder Ausstattung, wenn sie Elemente aufnehmen, die bei diesen Waren allgemein üblich sind, oder damit auf verwendungsmässige Vorteile hingewiesen wird (BGE 116 II 609 E. 2.b Fioretto, mit Hinweisen; Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-2514/2008 vom 25. Mai 2009 E. 3.2 Magnum, mit Hinweisen und Beispielen; Eugen Marbach, in: Roland von Büren/Lucas David [Hrsg.], Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Bd. III/1, 2. Aufl., Basel 2009, N. 313 f.; Christoph Willi, in: Markenschutzgesetz, Kommentar zum schweizerischen Markenrecht unter Berücksichtigung des europäischen und internationalen Markenrechts, Zürich 2002, Art. 2 N. 83, Lucas David in: Heinrich Honsell/Nedim Peter Vogt/Lucas David [Hrsg.], Kommentar zum schweizerischen Privatrecht, Markenschutzgesetz/Muster- und Modellgesetz 2. Aufl., Basel 1999, Art. 2 N. 16). Unbestimmte Bezeichnungen, namentlich Farbangaben, sind schutzfähig, büssen den Schutz jedoch ganz oder teilweise ein, wenn sie mit einem beschreibenden Sinngehalt verstanden werden, am betreffenden Markt oft vorkommen, oder anpreisend wirken (Aschmann, a.a.O., Art. 2 lit. a N. 173, Marbach, a.a.O., N. 314, beide mit einer Übersicht über die Rechtsprechung).

E. 2.6

Dass eine Angabe neuartig, ungewohnt oder fremdsprachig ist, schliesst ihren beschreibenden Charakter nicht aus. Entscheidend ist, ob das Zeichen nach dem Sprachgebrauch oder den Regeln der Sprachbildung von den beteiligten Verkehrskreisen in der Schweiz als Aussage über bestimmte Merkmale oder Eigenschaften der gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung aufgefasst wird (Urteil des Bundesgerichts 4C.439/2006 vom 4. April 2007 E. 5.1 Eurojobs, mit Verweis auf BGE 108 II 487 E. 3 Vantage, BGE 104 Ib 65 E. 2 Oister Foam, BGE 103 II 339 E. 4c More; Urteil des Bundesgerichts 4A.5/2003 vom 22. Dezember 2003 E. 3.1 Discovery Travel & Adventure Channel, veröffentlicht in: Zeitschrift für Immaterialgüter-, Informations- und Wettbewerbsrecht [sic!] 2004 400).

E. 2.7

Marken sind im Gesamteindruck aus der Sicht der Abnehmerkreise zu beurteilen, an die das Angebot der Waren oder Dienstleistungen gerichtet ist (David, a.a.O., Art. 2 N. 8 f.). Das Kriterium für die leichte Erkennbarkeit des beschreibenden Charakters bilden die im Einzelfall beanspruchten Waren oder Dienstleistungen. An die Stelle einer bei abstrakter

Betrachtung vorhandener Mehrdeutigkeit eines Zeichens kann nämlich ein eindeutiger Sinn mit beschreibendem Charakter treten, sobald das Zeichen in Beziehung zu einer bestimmten Ware oder Dienstleistung gesetzt wird (Urteil des Bundesgerichts 4A.5/2004 vom 25. November 2004 E. 3.3 Firemaster, veröffentlicht in: sic! 2005 278).

E. 3.1

Das Zeichen BLACK LABEL wird beansprucht für Tabakwaren und damit im Zusammenhang stehende Produkte. Diese richten sich sowohl an Durchschnittskonsumenten wie auch an Fachleute des entsprechenden Handels.

E. 3.2

Es handelt sich um eine Wortmarke, die aus den beiden englischen Wörtern "black" und "label" besteht.

E. 3.2.1

"Black" bedeutet "schwarz" (adj.), "Schwarz" (Subst.). "schwärzen" (Verb). "Label" wird übersetzt mit "Etikett (auch fig.), (Klebe-, Anhänge-) Zettel oder(-)Schild(chen)n, Anhänger, Aufkleber; Bezeichnung, (Kenn)Zeichen, Signatur, Aufschrift, Beschriftung; Label, Schallplattenetikett oder -firma" (beide: Langenscheidt e-Handwörterbuch Englisch-Deutsch 5.0). "Black" gehört zum Grundwortschatz (vgl. insb. den Eintrag des Wortes in: Pons, Basiswörterbuch Schule, Englisch-Deutsch, Deutsch-Englisch, in Stuttgart 2006) und wird auch in Ausdrücken, die in die deutsche Sprache Eingang gefunden haben, verwendet (vgl. Duden online: Blackbox, Blackout). Das englische Wort "label" ist bereits deshalb verständlich, weil es in die deutsche Sprache übernommen wurde mit der Bedeutung "Etikett, das auf ein Produkt oder dessen Verpackung aufgeklebt wird", "Produktlinie einer Firma; Marke", "kategorisierende Benennung, Schlagwort", "Etikett einer Schallplatte", "Firma, die Schallplatten, CDs und dergleichen herstellt und vertreibt". Synonyme zu "label" sind "Aufkleber, Etikett, Fabrikat, Marke, Plakette, Signet, Zeichen" (aus: Duden online [www.duden.de]: label). In ähnlicher Weise wird "label" auch in der französischen Sprache gebraucht (vgl. le petit Larousse illustré 2012, Paris 2011: label). Die Feststellung der Vorinstanz, dass beiden Wörtern von Fachleuten wie auch Durchschnittskonsumenten verstanden werden, ist deshalb zu bestätigen. Die Bedeutung der Kombination der beiden Wörter ist ebenfalls auf Anhieb verständlich.

E. 3.3

"Label" ist ein Wort des Gemeinguts (Rekurskommission für geistiges Eigentum [RKGE] vom 28. Juni 2006 sic! 2006 759 E. 6 Red Label, Red Code; Red Racing/Red M 150)

E. 3.4.1

Im Zeichen BLACK LABEL ist das Wort "label" mit einer Farbbezeichnung kombiniert. Diese Kombination ist nicht im Vorherein dem Gemeingut zuzurechnen (vgl. oben Erw. 2.5 betreffend Farbangaben, ferner RKGE vom 28. Juni 2006 in sic! 2006 759 E. 6, Red Label, Red Code; Red Racing/Red M 150, wo bezüglich "red label" lediglich von einer schwachen Marke für Tabakwaren ausgegangen wird). Zu prüfen ist allerdings, ob die Bezeichnung "black label" bezüglich der beanspruchten Waren als beschreibend oder anpreisend verstanden werden kann oder am betreffenden Markt oft vorkommt.

E. 3.4.2

Die hier verwendete Farbbezeichnung "schwarz" wird figurativ verwendet z.B. im Sinne von "dunkel, trübe, düster (Gedanken, Wetter), böse, schlecht, ungesetzlich, ärgerlich, schlimm, illegal, Schattenwirtschaft" wie auch, besonders in der Ökonomie, "mit Gewinn arbeiten (d.h. schwarze Zahlen schreiben)" (vgl. Langenscheidt e-Handwörterbuch Englisch-Deutsch 5.0, Duden online [www.duden.de] zu "black", "schwarz").

E. 3.4.3

Beansprucht wird die Marke BLACK LABEL für Tabakwaren und im Zusammenhang mit diesen stehende Waren. Bezüglich dieser Waren kommt "schwarz" keine besondere Bedeutung zu. Es ist auch nicht allgemein üblich, schwarz bei Zigaretten und andern Tabakwaren zur Bezeichnung der Qualität, der Stärke oder der Geschmacksrichtung zu verwenden. Zwar verwenden verschiedene Zigarettenhersteller Farben, um unterschiedliche Stärken oder Geschmacksrichtungen zu signalisieren, es besteht aber keine einheitliche Verwendung der Farben (vgl. die entsprechende weiterhin gültige Feststellung in: RKGE vom 28. Juni 2006 in sic! 2006 759 E. 4, Red Label, Red Code; Red Racing/Red M 150). Die schwarze Farbe kann zudem zur Gestaltung der Verpackungen in verschiedenster Weise eingesetzt werden. Schwarz ist aber nur eine von vielen möglichen Farben, die allgemein bei Verpackungen verwendet werden. Es ist nicht ersichtlich, dass schwarze Verpackungen oder Verpackungselemente für die beanspruchten Produkte üblicher wären als andere Farben. Die von der Vorinstanz eingereichten Unterlagen zeigen zwar auf, dass die Farbe Schwarz bei Verpackungen von Tabakwaren - neben andern Farben - benutzt wird und dass Farben zum Teil, markenspezifisch aber nicht generell, zur Kommunikation der unterschiedlichen Tabakarten oder -stärken benutzt wird. Sie vermögen aber nicht nachzuweisen, dass die Farbe schwarz im Zusammenhang mit den beanspruchten Produkten von besonderer Bedeutung ist.

E. 3.5

Das Zeichen BLACK LABEL ist demzufolge für die beanspruchten Waren nicht beschreibend, anpreisend oder üblich. Somit ist es nicht dem Gemeingut im Sinne von Art. 2 Bst. a MSchG zuzurechnen.

E. 3.6

Es erübrigt sich somit, auf die weiteren Argumente der Vorinstanz und der Beschwerdeführerin, insbesondere auch auf die sehr ausführlich abgehandelte Frage der Gleichbehandlung, einzugehen.

E. 4

Nach dem Gesagten ist die Beschwerde gutzuheissen und die Vorinstanz anzuweisen, der Marke CH-52006/2011 BLACK LABEL für die Waren "tabac, brut ou manufacturé; produits du tabac, y compris cigares, cigarettes, cigarillos, tabac pour cigarettes à rouler soi-même, tabac pour pipe, tabac à chiquer, tabac à priser, kretek; snus; succédanés du tabac (à usage non médical); articles pour fumeurs, y compris papier à cigarettes et tubes, filtres pour cigarettes, allumettes" der Klasse 34 Schutz zu gewähren.

E. 5.1

Bei diesem Ausgang des Verfahrens sind keine Kosten zu erheben (Art. 63 Abs. 2 VwVG), und es ist der Beschwerdeführerin der geleistete Kostenvorschuss zurückzuerstatten.

E. 5.2

Der Beschwerdeführerin ist eine angemessene Parteientschädigung zuzusprechen (Art. 7 ff. des Reglements über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht vom 21. Februar 2008 [VGKE, SR 173.320.2]). Wurde, wie im vorliegenden Fall, keine Kostennote eingereicht, setzt das Gericht die Entschädigung auf Grund der Akten fest (Art. 14 Abs. 2 VGKE). Dabei erscheint eine Parteientschädigung von Fr. 3'000.- als angemessen.

E. 5.3

Fehlt es in einem Verfahren an einer unterliegenden Partei, ist die Parteientschädigung derjenigen Körperschaft oder autonomen Anstalt aufzuerlegen, in deren Namen die Vorinstanz verfügt hat (Art. 64 Abs. 2 VwVG). Nach Art. 1 des Bundesgesetzes über Statut und Aufgaben des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGEG, SR 172.010.31) handelt die Vorinstanz als autonome Anstalt mit eigener Rechtspersönlichkeit. Sie ist in eigenem Namen mit dem Vollzug des Markenschutzgesetzes namentlich der Führung des Markenregisters beauftragt (Art. 2 Abs. 1 Bst. a und b IGEG). Gestützt darauf erliess sie die angefochtene Verfügung in eigenem Namen und kassierte auch in eigenem Namen die dafür vorgesehene Gebühr. Die Vorinstanz ist daher zur Zahlung der Parteientschädigung zu verpflichten.

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