

BVGer B-6050/2007 vom 20. Februar 2008

Bundesverwaltungsgericht, 2008-02-20, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-6050_2007

FR: TAF B-6050/2007 du 20 février 2008

IT: TAF B-6050/2007 del 20 febbraio 2008

Regeste

Absolute Ausschlussgründe

Erwägungen

E. 1

Der Entscheid der Vorinstanz vom 11. Juli 2007 stellt eine Verfügung im Sinne des Bundesgesetzes vom 20. Dezember 1968 über das Verwaltungsverfahren dar (VwVG, SR 172.021; Art. 5 Abs. 1 Bst. c). Diese Verfügung kann im Rahmen der allgemeinen Bestimmungen der Bundesverwaltungsrechtspflege beim Bundesverwaltungsgericht angefochten werden (Art. 44 ff. VwVG i.V.m. Art. 31 ff. des Verwaltungsgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005, VGG, SR 173.32).

E. 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 VwVG). Eingabefrist und -form sind gewahrt (Art. 50 Abs. 1 und 52 Abs. 1 VwVG), der Kostenvorschuss wurde fristgerecht bezahlt (Art. 63 Abs. 4 VwVG), und die übrigen Sachurteilsvoraussetzungen liegen vor (Art. 48 ff. VwVG). Auf die Beschwerde ist daher einzutreten.

E. 3

Nach der Legaldefinition von Art. 1 Abs. 1 des Markenschutzgesetzes vom 28. August 1992 (MSchG, SR 232.11) ist die Marke ein Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Art. 1 Abs. 2 MSchG zählt Beispiele von Markenformen auf. Danach können Marken aus Wörtern, Buchstaben, Zahlen, bildlichen Darstellungen, dreidimensionalen Formen oder Verbindungen solcher Elemente untereinander oder mit Farben bestehen.

E. 4

Vom Markenschutz ausgeschlossen sind nach Art. 2 Bst. a MSchG Zeichen, die Gemeingut sind, da ihnen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt oder an ihnen ein Freihaltebedürfnis besteht. Dies gilt auch für dreidimensionale Marken, die in der Form der gekennzeichneten Ware selbst bestehen können ("Formmarken"), sowie für Kombinationen solcher Formen mit zweidimensionalen Bestandteilen. Ob in ihrem Zusammenspiel der unterscheidungskräftige Teil dominiert, hängt nach einer Formulierung des Bundesgerichts davon ab, ob die angemeldete Form durch ihre Eigenheiten auffällt, vom Gewohnten und Erwarteten abweicht und so im Gedächtnis der Abnehmer haften bleibt (BGE 120 II 310 E. 3b The Original, BGE 129 III 525 E. 4.1 Lego). Eine nur individuelle und erinnerbare aber im Sinne dieser Formel nicht auffällige, ungewohnte oder unerwartete Form wird das

Publikum in der Regel nicht als Hinweis auf eine betriebliche Herkunft der entsprechenden Ware oder Dienstleistung ansehen, da Waren und Dienstleistungen stets durch Leistung geformter Gegenstände geliefert oder erbracht werden (P. Heinrich/A. Ruf, Markenschutz für Produktformen?, sic! 2003, 402, M. Streuli-Youssef, Zur Schutzfähigkeit von Formmarken, sic! 2002, 796, BGE 130 III 334 E. 3.5 Swatch).

E. 5

Als gewohnt und erwartet - und damit als nicht unterscheidungskräftig im Sinne der vorstehenden Ausführungen - hat die Rechtsprechung einerseits technisch beeinflusste Formen und Merkmale bezeichnet, deren Originalität nicht genügend über die technischen Gestaltungsvorgaben hinausgeht (BGE 129 III 519 E. 2.4.3-4 Lego, BGE 131 III 129 E. 4.3 Smarties). Andererseits wurden Gewohnheiten und Erwartungen der Formgestalt auch mit kulturellen Zusammenhängen und Gebrauchskonventionen der gekennzeichneten Ware begründet (BGE 131 III 130 E. 4.4 Smarties, RKGE in sic! 2004, 675 E. 5 Eiform, RKGE in sic! 2003, 499 E. 9 Weissblaue Seifenform, RKGE in sic! 2003, 805 E. 5 Zahnpastastränge, RKGE in sic! 2001, 129 E. 7 Baumkuchen). Die Gewohnheiten und Erwartungen sind in einem repräsentativen Branchenquerschnitt abstrakt zu ermitteln, ohne dass die angemeldete Form mit einzelnen Konkurrenzprodukten verglichen wird (BGE 131 III 134 E. 7.2 Smarties, RKGE in sic! 2005, 472 E. 8 Wabenstruktur, RKGE in sic! 2000, 299 E. 4 Fünfeckige Tablette), und die ästhetischen Merkmale der Form sind in ihrem Zusammenspiel im Gesamteindruck zu würdigen (BGE in sic! 2000, 286 E. 3b Runde Tablette, BGE 120 II 311 E. 3c The Original, RKGE in sic! 2006, 265 E. 7 f. Tetrapack, RKGE in sic! 2000, 702 E. 4 Tablettenform). An das Mass des Herkunftsbezugs sind dabei keine übertriebenen Anforderungen zu stellen. Vielmehr kann sich dieser auch aus einer Kombination an sich gemeinfreier Elemente ergeben (M. Luchsinger, Dreidimensionale Marken, Formmarken und Gemeingut, sic! 1999, 196, C. Willi, Markenschutzgesetz, Zürich 2002, N. 124 zu Art. 2 MSchG; RKGE in sic! 2004, 502 E. 9 Eistorte). In einzelnen Produktgattungen mag sich das Publikum stärker an die Unterscheidung herkunftsbestimmender Produktformen gewöhnt haben (M. Streuli-Youssef, a.a.o., 797). Einfache und banale Formen sind dem Verkehr aber grundsätzlich freizuhalten (P. Heinrich/A. Ruf, a.a.o., 401 m.w.H., BGE 131 III 130 E. 4.4 Smarties). Auch besteht ein absolutes Freihaltebedürfnis bei Formen, die das Wesen der Ware ausmachen oder die technisch notwendig sind (BGE 129 III 518 E. 2.4.1-2 Lego, Art. 2 Bst. b MSchG).

E. 6

Ästhetische Gestaltungsmittel erschöpfen sich häufig darin, der Ware oder der Verpackung ein attraktives Design zu verleihen. Sie sind jedoch nicht von vornherein ungeeignet, einem Zeichen im markenrechtlichen Sinn Unterscheidungskraft zu verleihen. Ob ein ästhetisches Stilelement auch als betrieblicher Herkunftshinweis erkannt wird, ist im Einzelfall zu prüfen. Entscheidend ist stets "die Frage, ob der Konsument im fraglichen Zeichen (originär) einen Hinweis zur Identifikation des Produktherstellers sieht" (M. Ineichen, Die Formmarke im Lichte der absoluten Ausschlussgründe nach dem schweizerischen Markenschutzgesetz, GRUR Int. 2003, 200). Dabei darf die der Marke in Art. 1 Abs. 1 MSchG auferlegte Zielsetzung, als Unterscheidungsmerkmal zu dienen, nicht aus den Augen verloren werden (RKGE in sic! 2004, 99 E. 4 Diortasche).

E. 7

Die Schutzfähigkeit eines Zeichens ist nach Massgabe des Hinterlegungsgesuches zu prüfen (RKGE in sic! 2006, 265 E. 5 Tetrapack). Auf diesem ist ein hinterbeinloser Stuhl, auch Freischwinger bzw. Kragstuhl genannt, abgebildet. Dessen Form besteht aus einer ergonomischen Sitzschale, deren schlanke Linienführung am vorderen Schalenende fliegend in einen schleppenhaft geformten, breiten Fuss übergeht. Die Vorinstanz verweigerte der hinterlegten Stuhlform den Markenschutz unter anderem mit der Begründung, dass im Warenssegment "Stühle" eine grosse Varietät an Formen herrsche. Diese Formenvielfalt führe dazu, dass im betreffenden Segment auch eine Vielzahl von Formen als banal zu gelten habe (angefochtene Verfügung, E. 14).

E. 8

Für die Schutzfähigkeit von Formmarken - wie auch von anderen Marken - ist nicht relevant, ob und inwieweit sich diese von bestehenden Formen bzw. Zeichen Dritter unterscheiden, handelt es sich dabei doch um ein Kriterium der relativen Ausschlussgründe im Sinne von Art. 3 MSchG (RKGE in sic! 1998, 401 E. 6 Parfümflasche). Die Eintragungsfähigkeit von Marken beurteilt sich demgegenüber nach den in Art. 2 MSchG kodifizierten absoluten Ausschlussgründen. Ausschlaggebend ist somit, ob die angemeldete Formmarke vom Gemeingut, das heisst, von gewohnten und erwarteten Formen des betreffenden Warenssegmentes abweicht.

E. 9

Vorab kann festgestellt werden, dass die angemeldete Markenform weder das Wesen der Ware ausmacht noch technisch notwendig ist. Einerseits wird die umstrittene Stuhlform - anders als etwa ein vierbeiniges, quadratisches Tabouret - nicht vom Publikum aufgrund der Funktion als Sitzgelegenheit vorausgesetzt. Andererseits stehen, wie sich bereits aus der grossen Formenvielfalt des betreffenden Warenssegmentes ergibt, den Konkurrenten zumutbare alternative Formen zur Verfügung.

E. 10

Massgebend für die Beurteilung eines Zeichens ist stets die Wahrnehmung der von ihm angesprochenen Verkehrskreise. Vorliegend sind dies, wie die Vorinstanz zurecht festgestellt hat, neben Fachleuten aus der Möbelbranche insbesondere die schweizerischen Durchschnittsabnehmer, handelt es sich doch bei der beanspruchten Ware "Stühle" um Erzeugnisse des täglichen Bedarfs. Eine Beschränkung des betroffenen Abnehmerkreises auf die an Designmöbeln interessierten Personen widerspräche dagegen dem Prinzip, wonach sich der Abnehmerkreis anhand der registrierten Waren und Dienstleistungen bestimmt. Ausserdem ist der Ausdruck Designmöbel schwammig, wird er doch von nahezu allen Möbelherstellern für sich in Anspruch genommen.

E. 11

Es gilt demnach festzustellen, ob der hinterlegten Form aus Sicht des schweizerischen Durchschnittsabnehmers für die beanspruchte Ware "Stühle" die markenrechtlich erforderliche Unterscheidungskraft zukommt. Die Vorinstanz war der Ansicht, dass die Stuhlform weder in ihren einzelnen Formelementen noch im Gesamteindruck vom Erwarteten in diesem Warenssegment derart abweiche, dass der Abnehmer darin einen Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft erkennen könnte und verneinte dies. Auch wenn der Vorinstanz zuzustimmen ist, dass Stühle neben der Funktionalität primär ästhetische Voraussetzungen zu erfüllen haben, so kommt das Bundesverwaltungsgericht im vorliegenden Fall zu einem anderen Schluss. Zwar handelt es sich bei der ergonomisch

gestalteten Sitzschale als solches um nichts aussergewöhnliches, gehört sie doch zum Grundschatz der Stuhlformen. Demgegenüber erinnert der breite, nach hinten abgerundete Stuhlfuss an eine am Boden nachgezogene Schleppe. Dieses Element erscheint schon für sich alleine genommen ungewöhnlich. Der fliessende Übergang des Sockels in die Sitzschale sowie die nach hinten gerichtete Spitze der Rückenlehne verleiht der Form als ganzes einen dynamischen, skulpturalen Charakter. Anders als bei einer bloss ästhetischen Gestaltung, die von ihrer Natur her darauf ausgerichtet ist, möglichst allen Verkehrsteilnehmern zu gefallen, dürfte das vorliegende exzentrische Design nicht nur Anklang finden. Einerseits verschafft der schleierförmige Stuhlfuss der Form eine feminine Note. Andererseits wirkt der Sockel im Gegensatz zu der scheinbar schwerelos darüber schwebenden, feingliedrigen Sitzschale sehr solide. Jedenfalls ist die angemeldete Form genügend auffällig, um aus Sicht des schweizerischen Durchschnittsabnehmers und unter Berücksichtigung der vorhandenen Formenvielfalt an Stühlen vom Gewohnten und Erwarteten des betreffenden Marksegmentes abzuweichen. Daraus kann gefolgert werden, dass die hinterlegte dreidimensionale Form insgesamt nicht banal ist, sondern ein unterscheidungskräftiges und somit originär schutzfähiges Zeichen bildet. Damit erübrigt es sich, die weiteren Rügen der Beschwerdeführerin zu prüfen.

E. 12

Die Beschwerde ist gutzuheissen und die Vorinstanz anzuweisen, die Marke im schweizerischen Markenregister einzutragen. 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. 13

Als obsiegende Partei hat die Beschwerdeführerin Anspruch auf eine Parteientschädigung für die ihr erwachsenen notwendigen Kosten (Art. 7 Abs. 1 des Reglements über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht vom 11. Dezember 2006 [VGKE, SR 173.320.2]). Das Anwaltshonorar ist nach dem notwendigen Zeitaufwand des Vertreters zu bemessen und beträgt ohne Mehrwertsteuer mindestens Fr. 200.-, höchstens jedoch Fr. 400.- pro Stunde (Art. 10 Abs. 2 VGKE). Die Parteientschädigung ist aufgrund einer detaillierten Kostennote festzusetzen, andernfalls setzt das Gericht die Entschädigung selber unter Berücksichtigung der Akten und des geschätzten Aufwands fest (vgl. Art. 14 Abs. 1 und 2 VGKE).

E. 14

Im vorliegenden Verfahren hat die Beschwerdeführerin dem Bundesverwaltungsgericht wohl eine Kostennote eingereicht. Sie enthält jedoch lediglich das Honorar, eine Kleinspesenpauschale und die Mehrwertsteuer. Da sich somit weder die Stundenansätze noch der Zeitaufwand überprüfen lassen, mangelt es einer detaillierten Kostennote im Sinn der VGKE. Die Parteientschädigung wird deshalb aufgrund der Akten und des geschätzten Aufwands durch das Gericht festgesetzt. Nach den gegebenen Umständen erscheint eine Parteientschädigung in der Höhe von Fr. 6'000.- (inkl. MWST) als angemessen.

E. 15

Besteht keine unterliegende Gegenpartei, 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 vom 24. März 1995 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 sie auch in eigenem Namen die dafür vorgesehene Gebühr. Die Vorinstanz ist darum zur Zahlung der Parteientschädigung zu verpflichten.

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