

SZ_GERICHTE ZK1 2022 21 vom 29. November 2022

SZ Gerichte, 2022-11-29, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/sz_gerichte_ZK1_2022_21

FR: SZ_GERICHTE ZK1 2022 21 du 29 novembre 2022

IT: SZ_GERICHTE ZK1 2022 21 del 29 novembre 2022

Regeste

Verletzung Marken- und Lauterkeitsrecht | Immaterialgüterrecht

Erwägungen

E. 1

Es sei der Beklagten unter Androhung der Bestrafung mit Ordnungsbusse in der Höhe von CHF 1'000.00 für jeden Tag der Nichterfüllung gemäss Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO, mindestens aber CHF 5'000.00 gemäss Art. 343 Abs. 1 lit. b ZPO, sowie der Bestrafung ihrer Organe nach Art. 292 StGB mit Busse im Wiederholungsfall zu verbieten: a. die Bezeichnungen „Ducati F. _____“ und „Ducati G. _____“ bzw. „C. _____ SA Ducati F. _____“ und „C. _____ SA Ducati G. _____“ zu verwenden, unter anderem auf den Beschilderungen und zur Kennzeichnung ihres Geschäftslokals im schriftlichen oder mündlichen Geschäftsverkehr, insbesondere auf Websites, in den sozialen Medien, in (elektronischen) Geschäftsverzeichnissen oder bei der Entgegennahme von Anrufen; b. die Marken „DUCATI“, „DUCATI DESMO“ und „DUCATI SCRAMBLER“ sowie c. die nachfolgend abgebildeten Marken/Logos und/oder und/oder Kantonsgericht Schwyz 3 und/oder und/oder und/oder und/oder

Kantonsgericht Schwyz 4 und/oder und/oder und/oder im Geschäftsverkehr zu verwenden, (i) unter anderem auf den Beschilderungen zur Kennzeichnung ihres Geschäftslokals im Innen- und Aussenbereich (insbes. Fassade, Parkplatz, Ausstellungsraum, Werkstatt etc.), (ii) im Zusammenhang mit der Bewerbung, der Anpreisung oder dem Vertrieb von Motorrädern und/oder Dienstleistungen im Bereich der Motorradreparatur und -wartung, und (iii) zur Kennzeichnung ihrer Geschäftstätigkeit und ihres Unternehmens im schriftlichen oder mündlichen Geschäftsverkehr, insbesondere auf Websites, in den sozialen Medien, in (elektronischen) Geschäftsverzeichnissen oder bei der Entgegennahme von Anrufen, insbesondere wie auf den folgenden Abbildungen:

Kantonsgericht Schwyz 5 aa) bb)

Kantonsgericht Schwyz 6 cc) dd)

Kantonsgericht Schwyz 7 ee) ff) [...] gg) [...] hh) [...]

E. 2

Es sei die Klägerin zu ermächtigen, das Urteilsdispositiv in zwei lokalen Zeitungen und/oder Zeitschrift ihrer Wahl viertelseitig auf Kosten der Beklagten zu veröffentlichen.

E. 3

Ziff. 1 sei für die Verfahrensdauer als vorsorgliche Massnahme zu erlassen.

E. 4

Im Weiteren begründet die Klägerin ihren Verbotsanspruch mit einem Verstoß gegen das Lauterkeitsrecht, konkret gegen die Bestimmungen von Art. 3 Abs. 1 lit. b, lit. d und lit. e UWG. a) Unlauter handelt, wer über sich, seine Firma, seine Geschäftsbezeichnung, seine Waren, Werke oder Leistungen, deren Preise, die vorrätige Men-

Kantonsgericht Schwyz 12 ge, die Art der Verkaufsveranstaltung oder über seine Geschäftsverhältnisse unrichtige oder irreführende Angaben macht oder in entsprechender Weise Dritte im Wettbewerb begünstigt (lit. b). Der Tatbestand verlangt eine Angabe, das heisst eine sachlich überprüfbare und damit dem Beweis zugängliche Aussage tatsächlicher Art, wobei es auf die Form der Angabe nicht ankommt; diese kann insbesondere mündlich, schriftlich oder bildlich bzw. visuell erfolgen (OFK Wettbewerbsrecht II-Heizmann, Art. 3 Abs. 1 Bst. b UWG N 4; Jung, in: Jung/Spitz [Hrsg.], Handkommentar zum Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 2. A. 2016, Art. 3 lit. b UWG N 26). Unrichtige Äusserungen sind unwahr, stimmen also nicht mit der Realität überein, wobei nur Tatsachenbehauptungen auf ihre Richtigkeit überprüft werden können. Irreführende Äusserungen sind wahr oder unwahr und rufen bei den Adressaten eine Fehlvorstellung hervor, das heisst, der Information wird ein anderer, nicht mit der Realität übereinstimmender Sinn beigemessen. Die Gefahr der Irreführung genügt. Ob eine Äusserung einen Irrtum provozieren kann, ist an einem durchschnittlichen Adressaten unter Berücksichtigung der konkreten Umstände zu messen (Heizmann, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 Bst. b UWG N 9 i.V.m. Art. 3 Abs. 1 Bst. a UWG N 18 f.). Zu ermitteln sind der angesprochene Adressatenkreis und dessen Verkehrsverständnis, wobei auf das Durchschnittsmitglied des massgeblichen Kreises abzustellen ist (Jung, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG N 61 ff.). Gegenstand einer Angabe sind namentlich Geschäftsverhältnisse, wozu insbesondere die Angabe zur Einbindung in ein Vertriebssystem als Vertragshändler zählt (Jung, a.a.O., Art. 3 lit. b UWG N 57; Heizmann, a.a.O., Art. 3 Abs. 1 Bst. b UWG N 15). b) Die Klägerin macht geltend, indem die Beklagte die erwähnten Angaben mache, gebe sie konkludent an, zum Vertriebssystem der Klägerin zu gehören. Dies ergebe sich schon daraus, dass die Beklagte gleich auftrete, wie sie es schon während der Zeit der tatsächlichen Zugehörigkeit zum Vertriebsnetz getan habe (KG-act. 1 S. 41). Tatsächlich ist davon auszugehen, dass die Beklagte mit der Verwendung der „Ducati“-Logos etc. zum Ausdruck

Kantonsgericht Schwyz 13 bringt, nach wie vor Teil des Vertriebssystems zu sein: Die Verwendung der Logos und Schriftzüge in den Geschäftsräumlichkeiten der Beklagten überträgt aus Sicht eines konkreten Durchschnittsadressaten (hier kommt als Marktgegenseite mangels spezifischer Umstände nur ein üblicher Passant oder [potenzieller] Kunde infrage) die Information, dass die Beklagte ein Teil von Ducati ist, und stellt damit eine Angabe dar, zumal es auf die Form der Informationsübertragung nicht ankommt. Gegenstand der Angabe der Beklagten ist die Aussage, Teil des offiziellen Vertriebssystems zu sein, also ihre Geschäftsverhältnisse. Dieser Informationsgehalt ist aber infolge der Vertragskündigung einerseits unrichtig bzw. nicht mehr richtig und andererseits auch in dem Sinne irreführend, als, wie die Klägerin überzeugend ausführt, gerade auch die Verwendung von zusätzlichen Ortsbezeichnungen („G. _____“ bzw. „F. _____“) dazu führen kann, dass das angesprochene Publikum die Beklagte möglicherweise als offizielle Händlerin für diese Regionen betrachtet (KG-act. 1 S. 42). Anzumerken ist zwar, dass die Klägerin keine näheren Ausführungen zu den

angesprochenen Verkehrskreisen bzw. Durchschnittsadressaten macht. Allerdings kann vorliegend, unabhängig davon, ob man ein allgemeines Publikum oder eine enger umrissene Personengruppe (wie z.B. Motorradinteressierte Personen) als Referenz annimmt, davon ausgegangen werden, dass die Verwendung von „Ducati“-Logos und dies gerade auch bei zusätzlicher Verwendung einer Ortsbezeichnung von sämtlichen Personenkreisen als zuständige Vertragshändlerin betrachtet wird, denn generell dürfte die Verwendung von Logos etc. durch einen Händler von der überwiegenden Mehrheit als Hinweis darauf betrachtet werden, dass es sich um einen offiziellen Händler der fraglichen Produkte handelt. Die Erfüllung des Tatbestandes von Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG ist somit zu bejahen. Ob das Verhalten der Beklagten noch weitere Tatbestände nach UWG verletzt, kann bei diesem Ergebnis offenbleiben. c) Nach Art. 9 Abs. 1 lit. a UWG kann, wer durch unlauteren Wettbewerb in seiner Kundschaft, seinem Kredit oder beruflichen Ansehen, in seinem Ge-

Kantonsgericht Schwyz 14 schäftsbetrieb oder sonst in seinen wirtschaftlichen Interessen bedroht oder verletzt wird, dem Richter beantragen, eine drohende Verletzung zu verbieten. Massgebliches Kriterium ist die Bedrohung bzw. Verletzung der eigenen wirtschaftlichen Interessen. Das Kriterium ist weit zu verstehen; es umfasst alle Faktoren, die aktuell und/oder potentiell die Marktstellung der verletzten Partei ausmachen (OFK Wettbewerbsrecht II-Heizmann, Art. 9 UWG N 17 f.). Die Klägerin führt aus, sie sei als Alleinlizenzierte in der Schweiz durch die unrechtmässige Verwendung der Markenzeichen von I. _____ direkt in ihren wirtschaftlichen Interessen betroffen, weil das von ihr errichtete Vertriebssystem durch das Verhalten der Beklagten torpediert und untergraben werde. Die Beklagte täusche durch die Verwendung der Ducati-Markenzeichen in einer Vielzahl von Fällen Dritte über die eigene Produkte- und Servicequalität sowie über die tatsächlich nicht (mehr) vorhandene Geschäftsbeziehung zwischen ihr und der Klägerin (KG-act. 1 S. 20). Dem kann beigespflichtet werden, denn es erscheint nachvollziehbar, dass durch das Verhalten der Beklagten das Vertriebsnetz der Klägerin gefährdet ist, auch weil die Beklagte als gekündigte Händlerin qualitativ nicht mehr dieselben Serviceleistungen wie offizielle Händler erbringen dürfte. Jedenfalls liegt zumindest eine Bedrohung der wirtschaftlichen Interessen durch Tangierung des Ansehens der Klägerin vor. d) Das für die Unterlassung hinreichende Rechtsschutzinteresse kann entweder in der Erstbegehungsgefahr oder Wiederholungsgefahr liegen. Indiz für das Vorliegen einer Verletzungsgefahr und damit einen bevorstehenden Eingriff kann sein, dass gleichartige Eingriffe in der Vergangenheit stattfanden und eine Wiederholung zu befürchten ist. Wiederholungsgefahr kann regelmässig angenommen werden, wenn eine Verwarnung keine Wirkung zeigte oder zwecklos wäre oder wenn der Verletzer die Rechtswidrigkeit seines Verhaltens bestreitet, ist doch dann zu vermuten, dass er es im Vertrauen auf dessen Rechtmässigkeit weiterführen wird (BGer, Urteil 5A_758/2020 vom 3. August 2021 E. 4.5.1). Als unbestritten gilt, dass die Beklagte ihren Auftritt nach erfolgter Kündigung des Konzessionsvertrages nicht änderte und sie auf

Kantonsgericht Schwyz 15 mehrfache Aufforderungen zur Unterlassung seitens der Klägerin nicht reagierte. Weil eine Verwarnung keine Wirkung zeigte, kann angenommen werden, dass die Beklagte ihr Verhalten wiederholt bzw. fortsetzen wird, so dass Wiederholungsgefahr und damit ein Rechtsschutzinteresse der Klägerin zu bejahen ist. Ob auch ein Beseitigungsanspruch nach Art. 9 Abs. 1 lit. b UWG gegeben wäre, muss nicht geprüft werden, weil die Klägerin ihrem Rechtsbehagen gemäss einen

Unterlassungsanspruch nach Art. 9 Abs. 1 lit. a UWG geltend macht.

E. 5

a) Die Klägerin stützt ihren Verbotsanspruch schliesslich auf das Markenschutzgesetz. Dieses verleiht dem Inhaber das ausschliessliche Recht, die Marke zur Kennzeichnung der Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, zu gebrauchen und darüber zu verfügen (Art. 13 Abs. 1 MSchG). Wer über eine ausschliessliche Lizenz verfügt, ist unabhängig von der Eintragung der Lizenz im Register selbständig zur Klage berechtigt, sofern dies im Lizenzvertrag nicht ausdrücklich ausgeschlossen worden ist (Art. 55 Abs. 4 Satz 1 MSchG). Nach Art. 13 Abs. 2 MSchG kann der Markeninhaber anderen verbieten, ein Zeichen zu gebrauchen, das nach Artikel 3 Absatz 1 vom Markenschutz ausgeschlossen ist, so insbesondere unter dem Zeichen Waren anzubieten (lit. b), unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen (lit. c) oder das Zeichen auf Geschäftspapieren, in der Werbung oder sonst wie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen (lit. e). Wer gemäss Art. 55 Abs. 1 lit. a MSchG in seinem Recht an der Marke oder an einer Herkunftsangabe verletzt oder gefährdet wird, kann vom Richter insbesondere verlangen, eine drohende Verletzung zu verbieten. Verwendet ein Geschäftsinhaber die fremde Marke für sein Angebot an Original-Markenartikeln oder zur Werbung für Reparatur- und Servicearbeiten, die Originalmarkenartikel zum Gegenstand haben, so verletzt er das Markenrecht nicht, wenn seine Werbung sich deutlich auf seine eigenen Angebote bezieht. Angaben zur Beschreibung eigener Warenangebote oder Dienstleistungen darf jedermann verwenden, auch wenn davon Marken Dritter berührt werden. Jedoch findet

Kantonsgericht Schwyz 16 die Werbung mit einer Drittmarke ihre Grenze dort, wo beim Publikum der unzutreffende Eindruck einer besonderen Beziehung des mit der Marke werbenden Anbieters zum Markeninhaber erweckt wird (BGE 128 III 146 E. 2a/aa und bb). b) Die Klägerin macht geltend, sie sei alleinige Lizenznehmerin. Ihr stehe ein Klagerecht nach MSchG zu, weil dies zwischen den Lizenzparteien vertraglich nicht ausgeschlossen sei (KB 3 und 3a). Sämtliche Ducati-Markenzeichen, die auf die I._____ registriert seien, würden mithilfe des „Madrid Systems“ der WIPO geschützt, dies als Wort-Bild- oder Kombination einer Wort- und Bildmarke für diverse Warenklassen (insbesondere die Wortmarken „DUCATI“, „DUCATI DESMO“ und „DUCATI SCRAMBLER“), nämlich für Motorräder (Klasse 12) sowie Wartungsdienstleistungen für Motorräder (Klasse 37). Die von der Beklagten gebrauchten Marken seien eingetragen. Die Beklagte verwende zwei grosse rote „Ducati“-Tafeln inkl. Schriftzug und Logo an der Fassade ihres Geschäftsraumes, im Innenraum des weiteren „Ducati“-Logos und „Ducati“ sowie „Ducati Scrambler“ Schriftzüge, im Internetauftritt die Bezeichnung „Ducati“-F._____“ bzw. „Ducati G._____“ sowie das „Ducati“-Logo zur Bewerbung des Unternehmens, und sie bezeichne sich im mündlichen und schriftlichen Geschäftsverkehr als „Ducati F._____“ bzw. „Ducati G._____“. Die Beklagte werbe damit ausschliesslich für die Produkte und Dienstleistungen der Klägerin und treffe keine Anstalten, sich von deren Unternehmen abzugrenzen und sich als eigenständiger und Ducati- bzw. markenunabhängiger Händler und Servicebetrieb zu präsentieren (KG-act. 1 S. 19 f., 25, 44 ff.). c) Der Lizenzvertrag zwischen der Klägerin und der I._____ sieht keinen Ausschluss des Klagerechts der Gesuchstellerin vor (vgl. KB 3 und 3a), weshalb ihre Aktivlegitimation gegeben ist. Ferner ist aus der Aufstellung WIPO Global Brand Database ersichtlich, dass insbesondere die Wortmarken bzw.

Wortbildmarken „Ducati“, „Desmo“ bzw. „Ducati Desmo“ und „Ducati

Kantonsgericht Schwyz 17 Scrambler“ geschützt sind (KB 13). Mangels Bestreitung als erstellt zu gelten hat der von der Klägerin vorstehend unter E. 2a behauptete Gebrauch diverser Logos und Schriftzüge durch die Beklagte (vgl. auch KB 14-19). Augenfällig ist, dass im Aussen- wie im Innenbereich des Geschäfts der Beklagte diverse Ducati- und Ducati Scrambler Logos gut sichtbar und an prominenter Stelle (z.B. grosse Tafeln im Aussenbereich und kleinere bei den Parkplätzen) angebracht sind (vgl. KB 14 und 15). Entgegenstehende Behauptungen, z. B. dass auch Motorräder anderer Hersteller verkauft und Dienstleistungen markenunabhängig erbracht würden, fehlen. Aufgrund der auffälligen Präsentation im Aussenbereich und innerhalb der Geschäftsräumlichkeiten erscheint nachvollziehbar, dass beim Publikum der Eindruck entstehen kann, die Beklagte stehe in einem besonderen Verhältnis mit der Markeninhaberin. Anders gesagt spricht die „Ducati-lastige“ (inkl. Ducati Scrambler) Gestaltung der Geschäftsräume gegen eine blosser Bewerbung des eigenen Angebots der Beklagten bzw. es erscheint nicht plausibel, dass sich die Beklagte als Ducati-unabhängige Motorradhändlerin verstehen würde. Folglich ist der von ihr getätigte Markengebrauch als unzulässig zu werten. Somit ist der geltend gemachte Verbotsanspruch auch gestützt auf das Markenrecht zu bejahen.

E. 6

a) Die Klägerin verlangt zudem, dass das Urteil in den Medien zu publizieren sei. Nach Art. 9 Abs. 2 UWG kann, wer durch unlauteren Wettbewerb in seiner Kundschaft, seinem Kredit oder beruflichen Ansehen, in seinem Geschäftsbetrieb oder sonst in seinen wirtschaftlichen Interessen bedroht oder verletzt wird, verlangen, dass eine Berichtigung oder das Urteil Dritten mitgeteilt oder veröffentlicht wird. Einen Publikationsanspruch – Mitteilung an Dritte oder die Veröffentlichung – kann nur geltend machen, wer im Sinne von Art. 9 Abs. 1 UWG durch unlauteren Wettbewerb bedroht oder verletzt wird. Der hauptsächliche Zweck liegt in der Beseitigung der Marktverwirrung, die als Folge der UWG-Verletzung entstand und die sich nicht allein durch Unterlassungs- oder Beseitigungsklagen oder Leistung von Schadenersatz korrigieren lässt. Das schutzwürdige Interesse an der Publikation muss sich nach dem

Kantonsgericht Schwyz 18 Interesse an der Beseitigung der Marktverwirrung messen lassen. Dabei ist der Grundsatz der Verhältnismässigkeit zu wahren (OFK Wettbewerbsrecht II- Heizmann, Art. 9 UWG N 41 ff.). Das Gericht hat die gegenseitigen Interessen der Parteien abzuwägen. Dem Verhältnismässigkeitsgrundsatz kann insbesondere durch die Wahl des Publikationsmittels und eine zeitliche Einschränkung der Ermächtigung zur Urteilspublikation Rechnung getragen werden (BGer, Urteil 4C.101/2005 vom 2. Juni 2005 E. 2). Es bürgerte sich eine Publikation im Umfang von einer Viertelseite ein. Vorausgesetzt ist, dass der massgebende Personenkreis damit auch wirklich erreicht wird. Die Kosten werden dem Verletzer überbunden (Spitz, in: Jung/Spitz [Hrsg.], Handkommentar zum Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 2. A. 2016, Art. 9 UWG N 107 f.). b) Die Klägerin macht geltend, die Urteilspublikation liege im Interesse der Kundschaft, also der Nachfrager von Ducati-Produkten, insbesondere bestehender Kundinnen und Kunden und potentieller und zukünftiger Kunden der Beklagten, sowie auch der offiziellen Ducati-Konzessionärin in der Region. Diese müssten über die Täuschung aufgeklärt werden. Die Publikation sei auch deshalb notwendig, um anderen Händlern aufzuzeigen, dass die Klägerin bei unrechtmässigem Verhalten einer ehemaligen Konzessionärin rechtliche Schritte einleite (Signal- und Publikationswirkung). Die

Publikation in zwei lokalen Zeitungen und/oder Zeitschriften sei als Minimum zu betrachten, um die Nachfrager von Ducati-Produkten zu erreichen (KG-act. 1 S. 47). c) Die Klägerin wurde, wie vorstehend unter E. 4 erörtert, durch unlauteren Wettbewerb verletzt, so dass ihr ein Publikationsanspruch zusteht. Es ist nachvollziehbar, dass sie ein Interesse daran hat, die Kundschaft und die offiziellen Ducati-Händler in der betroffenen Region über das Ergebnis des Verfahrens zu informieren und die Marktverwirrung zu beseitigen. Die Publikation in lokalen Medien stellt sicher, dass die Kundschaft in der Region erreicht wird. Ein Interesse ist aber auch insofern zu bejahen, als die Klägerin damit

Kantonsgericht Schwyz 19 anderen Händlern präventiv aufzeigen will, dass sie bei unrechtmässigem Verhalten nach einer Kündigung rechtliche Schritte einleitet. Die Beklagte machte keine entgegenstehenden Interessen geltend, so dass eine Interessenabwägung nicht erfolgen kann resp. das Interesse der Klägerin als überwiegend zu betrachten ist. Die verlangte viertelseitige Publikation in zwei lokalen Zeitungen und/oder Zeitschriften erscheint angemessen. Antragsgemäss ist die Klägerin daher zu ermächtigen, das Urteilsdispositiv in zwei lokalen Zeitungen und/oder Zeitschriften ihrer Wahl viertelseitig auf Kosten der Beklagten zu veröffentlichen.

E. 7

Lautet der Entscheid auf eine Verpflichtung zu einem Tun, Unterlassen oder Dulden, so kann das Vollstreckungsgericht insbesondere eine Strafdrohung nach Artikel 292 StGB oder eine Ordnungsbusse bis zu 1000 Franken für jeden Tag der Nichterfüllung anordnen (Art. 343 Abs. 1 lit. a und lit. c ZPO). Kommt die unterlegene Partei ihren Verpflichtungen aus einem Entscheid nicht freiwillig nach, dient dessen zwangsweise Durchsetzung letztlich der Gewährleistung eines effektiven Rechtsschutzes (Kofmel Ehrenzeller, in: Oberhammer/Domej/Haas [Hrsg.], Kurzkommentar, Schweizerische Zivilprozessordnung, 3. A. 2021, Art. 343 ZPO N 2). Nachdem die Beklagte unterliegt und gemäss der als unbestritten zu geltenden Darstellung der Klägerin nicht auf die Aufforderungen zur Unterlassung der Markenbenutzung reagierte bzw. diesen nicht nachkam (KG-act. 1 S. 24 f.), erscheint die Androhung von Vollstreckungsmassnahmen gerechtfertigt. Antragsgemäss ist das Verbot daher für jeden Tag der Nichterfüllung mit einer Ordnungsbusse von Fr. 1'000.00 sowie der Bestrafung der Organe der Beklagten nach Art. 292 StGB mit Busse im Wiederholungsfall zu verbinden.

E. 8

Zusammenfassend ist die Klage gutzuheissen. Die Kosten des Hauptverfahrens werden auf Fr. 4'000.00 festgesetzt und der Beklagten als unterlegender Partei auferlegt (Art. 106 Abs. 1 ZPO). Diese hat die Klägerin für das Hauptverfahren zudem angemessen zu entschädigen. Nach dem auch für die

Kantonsgericht Schwyz 20 Führung von Zivilprozessen vor einziger Instanz massgebenden § 8 Abs. 2 GebTRA beträgt das Grundhonorar bei einem Streitwert von Fr. 50'001.00 bis Fr. 100'000.00 Fr. 3'300.00 bis Fr. 9'250.00. Innerhalb dieses Tarifr Rahmens bestimmt sich die Höhe des Honorars nach der Wichtigkeit der Streitsache, ihrer Schwierigkeit, dem Umfang und der Art der Arbeitsleistung sowie dem notwendigen Zeitaufwand (§ 2 GebTRA). Unter Berücksichtigung, dass die Klägerin lediglich eine einzige Rechtsschrift einzureichen hatte, diese aber relativ umfangreich war, die Schwierigkeit nicht über das Übliche hinausgeht und sich der Prozessstoff im Wesentlichen mit den Vorbringen im Massnahmeverfahren deckt, sowie die Streitsache angesichts der grundlegenden

Bedeutung für das Vertriebsnetz der Klägerin als wichtig erscheint, ist die Entschädigung ermessensweise knapp unterhalb des mittleren Bereichs des Rahmens auf pauschal Fr. 5'000.00 festzulegen (inkl. Auslagen und MWST, vgl. § 2 Abs. 2 Satz 1 GebTRA);-

Kantonsgericht Schwyz 21 erkennt: 1. In Gutheissung der Klage wird der Beklagten unter Androhung von Ordnungsbusse in der Höhe von Fr. 1'000.00 für jeden Tag der Nichterfüllung gemäss Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO sowie der Bestrafung ihrer Organen nach Art. 292 StGB mit Busse im Wiederholungsfall verboten: a. Die Bezeichnungen „Ducati F. _____“ und „Ducati G. _____“ bzw. „C. _____ SA Ducati F. _____“ und „C. _____ SA Ducati G. _____“ zu verwenden, unter anderem auf den Beschilderungen und zur Kennzeichnung ihres Geschäftslokals im schriftlichen oder mündlichen Geschäftsverkehr, insbesondere auf Websites, in den sozialen Medien, in (elektronischen) Geschäftsverzeichnissen oder bei der Entgegennahme von Anrufen; b. die Marken „DUCATI“, „DUCATI DESMO“ und „DUCATI SCRAMBLER“ sowie c. die nachfolgend abgebildeten Marken/Logos und/oder

Kantonsgericht Schwyz 22 und/oder und/oder und/oder

Kantonsgericht Schwyz 23 und/oder und/oder und/oder und/oder im Geschäftsverkehr zu verwenden, (i) unter anderem auf den Beschilderungen zur Kennzeichnung ihres Geschäftslokals im Innen- und Aussenbereich (insbes. Fassade, Parkplatz, Ausstellungsraum, Werkstatt etc.), (ii) im Zusammenhang mit der Bewerbung, der Anpreisung oder dem Vertrieb von Motorrädern und/oder Dienstleistungen im Bereich der Motorradreparatur und -wartung, und (iii) zur Kennzeichnung ihrer Geschäftstätigkeit und ihres Un-

Kantonsgericht Schwyz 24 ternnehmens im schriftlichen oder mündlichen Geschäftsverkehr, insbesondere auf Websites, in den sozialen Medien, in (elektronischen) Geschäftsverzeichnissen oder bei der Entgegennahme von Anrufen, insbesondere wie auf den folgenden Abbildungen: aa) bb)

Kantonsgericht Schwyz 25 cc) dd)

Kantonsgericht Schwyz 26 ee) ff) [...] gg) [...] hh) [...] 2. Die Klägerin wird ermächtigt, das Urteilsdispositiv in zwei lokalen Zeitungen und/oder Zeitschriften ihrer Wahl viertelseitig auf Kosten der Beklagten zu veröffentlichen. 3. Die Kosten des Hauptverfahrens werden auf Fr. 4'000.00 festgesetzt und vom Kostenvorschuss der Gesuchstellerin (Fr. 10'000.00) bezogen. Die Gesuchsgegnerin wird verpflichtet, der Gesuchstellerin unter dem Titel Gerichtskostenersatz Fr. 4'000.00 zu bezahlen. Der Klägerin wird der Kostenvorschuss im Rest von Fr. 4'000.00 von der Kantonsgerichtskasse zurückerstattet (das heisst abzüglich der Kosten für das Mass-

Kantonsgericht Schwyz 27 nahmeverfahren von Fr. 2'000.00 und das Hauptverfahren von Fr. 4'000.00). 4. Die Beklagte hat die Klägerin für das Hauptverfahren mit Fr. 5'000.00 zu entschädigen (inkl. Auslagen und MWST). 5. Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen seit Zustellung nach Art. 72 ff. des Bundesgerichtsgesetzes (BGG) Beschwerde in Zivilsachen beim Bundesgericht in Lausanne eingereicht werden; die Beschwerdeschrift muss den Anforderungen von Art. 42 BGG entsprechen. Der Streitwert beträgt mindestens Fr. 100'000.00. 6. Zufertigung an Rechtsanwalt B. _____ (2/R), die C. _____ SA (1/GU) sowie nach definitiver Erledigung an die Kantonsgerichtskasse (1/ü, im Dispositiv).
Namens der 1. Zivilkammer Der Kantonsgerichtspräsident Die Gerichtsschreiberin Versand
29. November 2022 kau

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