

ZH_HANDELSGERICHT HG190039 vom 26. November 2020

Zh Handelsgericht, 2020-11-26, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/zh_handelsgericht_HG190039

FR: ZH_HANDELSGERICHT HG190039 du 26 novembre 2020

IT: ZH_HANDELSGERICHT HG190039 del 26 novembre 2020

Erwägungen

E. 1

Formelles

E. 1.1

Zuständigkeit Die örtliche und sachliche Zuständigkeit des Handelsgerichts des Kantons Zürich ist gegeben (Art. 36 ZPO i.V.m. Art. 20 lit. a ZPO i.V.m. Art. 15 Abs. 1 ZPO [siehe dazu sogleich unter Ziff. 1.2] sowie Art. 5 Abs. 1 lit. a, c und d ZPO und § 44 lit. a GOG) und ist unbestritten geblieben (act. 7 N. 1).

E. 1.2

Streitgenossenschaft Sollen Rechte und Pflichten beurteilt werden, die auf gleichartigen Tatsachen oder Rechtsgründen beruhen, so können mehrere Personen gemeinsam beklagt werden (sog. einfache passive Streitgenossenschaft) (Art. 71 Abs. 1 ZPO). Vorausgesetzt ist, dass für die einzelnen Klagen dieselbe Verfahrensart anwendbar ist (Art. 71 Abs. 2 ZPO). Ebenfalls ist es erforderlich, dass zwischen ihnen ein sachlicher Zusammenhang besteht (RUGGLE, in: Basler Kommentar zur Schweizerischen Zivilprozessordnung, Spühler/Tenchio/Infanger [Hrsg.], 3. Aufl., Basel 2017, Art. 71 N. 14 f.). Der sachliche Zusammenhang zwischen den von der Klägerin geltend gemachten Ansprüchen ist gegeben. Dazu kann auf die vorstehenden Ausführungen verwie-

- 8 - sen werden (siehe dazu vorne unter Ziff. A.b). Der Streitwert übersteigt sodann CHF 30'000.–, weshalb die gleiche Verfahrensart anwendbar ist (vgl. act. 1 N. 5). Entsprechend bilden die Beklagten in Bezug auf die von der Klägerin geltend gemachten Ansprüche eine einfache (passive) Streitgenossenschaft (vgl. act. 1 N. 3). Dies ist im Übrigen unbestritten geblieben (act. 7 N. 1).

E. 1.3

Klageänderung Die Klägerin änderte replicando ihr Rechtsbegehren 1 (Ansprüche aus Firmenrecht) redaktionell und ergänzte es um ein Eventualbegehren. Ferner passte sie ihr Rechtsbegehren 2 (Ansprüche aus Markenrecht) um weitere farbliche Verwendungsformen des Logos der Beklagten an (act. 22 N. 2). Eine Klageänderung ist zulässig, wenn der geänderte oder neue Anspruch nach der gleichen Verfahrensart zu beurteilen ist und mit dem bisherigen Anspruch in einem sachlichen Zusammenhang steht (Art. 227 Abs. 1 lit. a ZPO). Diese Voraussetzungen sind hier ohne Weiteres erfüllt. Die Beklagten äussern sich denn auch nicht zur Zulässigkeit der Klageänderung (vgl. act. 26 N. 1 ff.).

E. 1.4

Feststellungsinteresse Die Klägerin beantragt u.a. die Feststellung der Nichtigkeit der Schweizer-Marke Nr. 1 "B._____" (act. 1 S. 3; act. 22 S. 3). Sie stützt sich auf Art. 52

MSchG. Die Klägerin muss dafür ein Interesse an der Feststellung der Nichtigkeit der Marke darlegen (STAUB, in: Stämpfli Handkommentar zum Markenschutzgesetz, Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], 2. Aufl., Bern 2017, Art. 52 N. 53). Bei Klagen auf Feststellung der Nichtigkeit gemäss Art. 52 MSchG sind die Anforderungen an das Feststellungsinteresse geringer als bei anderen positiven oder negativen Feststellungsklagen (BGE 136 III 102 E. 3.4 S. 104 f. ■ "Yello/Yallo"). Es genügt, dass der Nichtigkeitskläger durch den Bestand der als nichtig zu erklärenden Marke behindert wird oder er befürchten muss, in absehbarer Zeit durch ihren Inhaber behindert zu werden (BGE 103 II 339 E. 3a S. 342 – "More"). Die Klägerin mahnte die Beklagten unbestrittenermassen im November bzw. Dezember 2017 mit diversen Schreiben ab (act. 1 N. 19; act. 3/8.1■3). Namentlich - 9 - forderte sie die Beklagte 1 mit Schreiben vom 19. Dezember 2017 auf, die Schweizer-Marke Nr. 1 "B._____" zu löschen und auf deren Gebrauch zu verzichten (act. 3/8.3). Die Beklagten kamen diesen Aufforderungen unbestrittenermassen nicht nach (act. 1 N. 19; act. 3/8.4). Die Klägerin verwendet diverse Marken (siehe hierzu unter Ziff. 2.1.1.2) mit dem Bestandteil "B._____", die möglicherweise ■ dies gilt es im Folgenden zu prüfen ■ mit der Schweizer-Marke Nr. 1 "B._____" der Beklagten 1 verwechselbar sind. Sie verfügt damit über ein rechtlich geschütztes Feststellungsinteresse. Die Beklagten haben dies denn auch nicht in Abrede gestellt (vgl. act. 7 N. 80 ff.; act. 26 N. 35). Entsprechend liegt ein Feststellungsinteresse vor.

E. 1.5

Abtretung von Klagerechten?

E. 1.5.1

Parteivorbringen Die Klägerin macht geltend, dass ihre Tochtergesellschaft (A._____ AG) sowie die von ihr betreuten Stiftungen (A._____ Anlagestiftung, A._____ Freizügigkeitsstiftung, A._____ D._____, A._____ Vorsorge 1e und A._____ E._____) für dieses Verfahren die Klagerechte betreffend das Kennzeichen "A._____" an sie (Klägerin) abgetreten hätten (act. 1 N. 9; act. 3/3.1■13; act. 3/3.14■19; act. 22 N. 34). Sie reicht diesbezüglich diverse, von den entsprechend zeichnungsberechtigten Personen visierte Schreiben ein (act. 3/3.14■3.19). Die Beklagten entgegnen ■ allerdings ohne nähere Begründung ■, dass die von der Klägerin behauptete Abtretung von Klagerechten unzulässig sei (act. 7 N. 48 ff.).

- 10 -

E. 1.5.2

Rechtliches Wer am streitigen Recht materiell zuständig ist, ist berechtigt, den Prozess im eigenen Namen zu führen. Die Prozessstandschaft, d.h. die Prozessführung im eigenen Namen über ein fremdes Recht, ist nach herrschender Auffassung nur dort zulässig, wo die Prozessführungsbefugnis kraft Gesetzes einem Dritten zugewiesen ist. Eine gewillkürte Prozessstandschaft wird dagegen abgelehnt (BGE 137 III 293 E. 3.2 S. 298 m.w.H.; siehe auch das Urteil 4A_250/2016 des Bundesgerichts vom 11. August 2016, E. 5.2; Urteil 4A_710/2014 des Bundesgerichts vom 3. Juli 2015, E. 5, nicht publ. in: BGE 141 III 289; siehe ferner das Urteil 5A_104/2009 des Bundesgerichts vom 19. März 2009, E. 2.2 mit Verweis auf KUMMER, Grundriss des Zivilprozessrechts, 4. Aufl., Bern 1984, S. 66 f.). Das schweizerische Recht kennt entsprechend keine auf die Prozessführungsbefugnis oder auf ein Klagerecht beschränkte Abtretung, sondern nur die

Abtretung des materiell-rechtlichen Anspruchs (BGE 130 III 417 E. 3.4 S. 427). Illustrativ dazu erweist sich der bundesgerichtliche Leitentscheid BGE 132 III 155, worin die Abtretung des Herausgabeanspruchs aus Eigentum zur Debatte stand. Nachdem sich das Bundesgericht ausführlich mit der einschlägigen Lehre auseinandergesetzt hatte, entschied es, dass die selbständige Vindikationszession ■ also die Abtretung des Herausgabeanspruchs ohne Absicht der Eigentumsübertragung ■, unzulässig sei. Zur Begründung führte es namentlich aus, dass Eigentum und Vindikation eine untrennbare Einheit bildeten. Die Abtretung der Vindikation würde zu einer Aushöhlung des Eigentumsrechts führen, was abzulehnen sei (BGE 132 III 155 E. 6.2.1 ff., insb. E. 6.2.3 S. 164). Die Prozessführungsbefugnis ist eine Prozessvoraussetzung. Fehlt einer Partei die Prozessführungsbefugnis, ist auf die Klage nicht einzutreten (ZÜRCHER, in: Kommentar zur schweizerischen Zivilprozessordnung, Sutter-Somm/Hasenböhler/Leuenberger [Hrsg.], 3. Aufl., Zürich 2016, Art. 59 N. 69 m.w.H.).

- 11 -

E. 1.5.3

Würdigung Die Klägerin reicht diverse Schreiben der A._____ AG, der A._____ Anlagestiftung, der A._____ Freizügigkeitsstiftung, der A._____ D._____, der A._____ Vorsorge 1e sowie der A._____ E._____ ein, die als "Bestätigung/Einräumung von Klagerechten" betitelt sind. Darin ist jeweils Folgendes ■ hier exemplarisch für die A._____ E._____ ■ festgehalten: "Sie [die A._____ E._____] bestätigt, dass die A._____ Holding AG zur Wahrnehmung der kennzeichenrechtlichen Interessen der A._____ E._____ befugt ist. Die A._____ E._____ tritt der A._____ Holding AG hiermit sämtliche ihr zustehenden Klagerechte hinsichtlich des Kennzeichens "A._____" (ungeachtet der Darstellungsform und einschliesslich Rechte an Kombinationenzeichen) für die Dauer und zum Zwecke des eingangs erwähnten Konflikts an die A._____ Holding AG ab. Dies umfasst namentlich die Klagerechte aus der Firma, aus dem Namen und die sich aus dem Gebrauch des Kennzeichens 'A._____' ergebenden Klagerechte." (exemplarisch: act. 3/3.19). Es ist weder behauptet noch ersichtlich, dass mittels der vorgenannten Erklärungen materiell-rechtliche Ansprüche an die Klägerin hätten abgetreten werden sollen (vgl. act. 22 N. 34). Ferner liegen keine Prozessvollmachten vor. Diesfalls hätte die Klägerin den Prozess ohnehin im Namen der A._____ AG, der A._____ Anlagestiftung, der A._____ Freizügigkeitsstiftung, der A._____ D._____, der A._____ Vorsorge 1e sowie der A._____ E._____ führen müssen. Damit sind die Erklärungen als Abtretung von Klagerechten betreffend Ansprüche aus Markenrecht, Firmenrecht, Namensrecht und Lauterkeitsrecht an die Klägerin zu verstehen. Die vorgenannte Tochtergesellschaft der Klägerin (A._____ AG) sowie die von ihr betreuten Stiftungen (A._____ Anlagestiftung, A._____ Freizügigkeitsstiftung, A._____ D._____, A._____ Vorsorge 1e und A._____ E._____) treten im Rechtsverkehr selbständig als Trägerinnen von Rechten und Pflichten auf. Sie verfügen entsprechend über eigene Ausschliesslichkeitsansprüche. Eine gesetzliche Regel, welche die materiell nicht berechnete Klägerin ausnahmsweise zur Prozessführung ermächtigte, ist weder dargetan noch ersichtlich. Vielmehr müssen die

- 12 - eingangs Genannten ihre Ausschliesslichkeitsansprüche selber durchzusetzen. Die Abtretung der Klagerechte an die Klägerin läuft auf eine gewillkürte Prozessstandschaft hinaus. Sie erweist sich als unzulässig (Art. 19 f. OR). Soweit die Klägerin Ansprüche aus Firmenrecht, Namensrecht und Lauterkeitsrecht geltend macht, die materiell ihrer Tochtergesellschaft (A._____ AG) und den mit ihr verbundenen Stiftungen (A._____

Anlagestiftung, A.____ Freizügigkeitsstiftung, A.____ D.____, A.____ Vorsorge 1e sowie A.____ E.____) zustehen, ist auf die Klage nicht einzutreten.

E. 2

Materielles

E. 2.1

Ausgangslage

E. 2.1.1

Kennzeichen der Klägerin

E. 2.1.1.1

Firmen Die Klägerin wurde am tt. Februar 2002 unter der Firma "H.____" in das Handelsregister des Kantons Schwyz eingetragen. Vom tt. März 2011 bis am tt. Juni 2015 firmierte sie sodann als "A.____ AG". Seit dem tt. Juni 2015 firmiert sie schliesslich infolge Reorganisation als "A.____ Holding AG" (act. 1 N. 6; act. 3/2.1). Die Klägerin hat eine Tochtergesellschaft (A.____ AG). Letztere verfügt über Zweigniederlassungen und betreut mehrere Stiftungen (A.____ Anlagestiftung, A.____ Freizügigkeitsstiftung, A.____ D.____, A.____ Vorsorge 1e und A.____ E.____). Sie alle führen das Zeichen "A.____" in der Firma bzw. im Namen (act. 1 N. 8; act. 3/3.1■13). Vorstehend wurde festgehalten, dass die Ge- nannten ihre Klagerechte nicht an die Klägerin abtreten konnten (siehe dazu vor- ne unter Ziff. 1.5). Die firmenrechtlichen Ansprüche, über welche sie gegenüber den Beklagten möglicherweise verfügen, sind nicht Prozessgegenstand und damit auch nicht zu prüfen. Der Vollständigkeit und Übersicht halber werden die Tochtergesellschaft der Klägerin, die Zweigniederlassungen der Tochtergesellschaft und die von ihr betreuten Stiftungen dennoch pro memoria aufgeführt (act. 1 N. 8; act. 3.1■13):

- 13 - Tochtergesellschaft: A.____ AG (Eintragung am tt.12.1995; Umfirmierung von I.____ AG zu A.____ AG am tt.11.2017) (act. 3/3.1) Zweigniederlassungen der Tochtergesellschaft: A.____ AG, Zweigniederlassung J.____ (Eintragung am tt.01.2015; Umfirmierung von A.____ Vorsorge AG, Zweigniederlassung J.____, zu A.____ AG, Zweigniederlassung J.____, am tt.11.2017) (act. 3/3.6) A.____ AG, Zweigniederlassung K.____ (Eintragung am tt.01.2015; Umfirmierung von A.____ Vorsorge AG, Zweigniederlassung K.____, zu A.____ AG, Zweigniederlassung K.____, am tt.11.2017) (act. 3/3.7) A.____ AG, Zweigniederlassung L.____ (Eintragung am tt.01.2015; Umfirmierung von A.____ Vorsorge AG, Zweigniederlassung L.____, zu A.____ AG, Zweigniederlassung L.____, am tt.11.2017) (act. 3/3.5) A.____ AG, Vorsorgedienstleistungen, Zweigniederlassung M.____ (Eintragung am tt.01.2015; Umfirmierung von A.____ Vorsorge AG, Zweigniederlassung M.____, zu A.____ AG, Vorsorgendienstleistungen, Zweigniederlassungen M.____, am 30.11.2017) (act. 3/3.4) A.____ AG, Immobiliendienstleistungen, Zweigniederlassung M.____ (Eintragung am tt.05.2016; Umfirmierung von A.____ Vorsorge AG, Immobiliendienstleistungen, Zweigniederlassung M.____, zu A.____ AG, Immobiliendienstleistungen, Zweigniederlassung M.____, am tt.01.2018) (act. 3/3.3) A.____ AG, Bankdienstleistungen, Zweigniederlassung M.____ (Eintragung am tt.12.2017) (act. 3/3.2) A.____ SA, succursale de N.____ (Eintragung am tt.02.2015; Umfirmierung von A.____ Pré- voyance SA, succursale de O.____, zu A.____ SA, succursale de N.____, am tt.04.2018) (act. 3/3.8) Anlage- und Freizügigkeitsstiftungen: A.____ E.____

(Eintragung am tt.09.2002; Umfirmierung von P._____ zu A._____ E._____ am tt.11.2018) (act. 3/3.13) A._____ Freizügigkeitsstiftung (Eintragung am tt.02.2003; Umfirmierung von Q._____ zu A._____ Freizügigkeitsstiftung am tt.06.2011) (act. 3/3.10)

- 14 - A._____ Anlagestiftung (Eintragung am tt.12.2005; Umfirmierung von Anlagestiftung R._____ zu A._____ Anlagestiftung am tt.03.2011) (act. 3/3.9) A._____ D._____ (Eintragung am tt.06.2006; Umfirmierung von stiftung S._____ zu A._____ D._____ am tt.10.2012) (act. 3/3.11) A._____ Vorsorge 1e (Eintragung am tt.01.2018; Umfirmierung von A._____ Stiftung 1e zu A._____ Vorsorge 1e am tt.04.2018) (act. 3/3.12)

E. 2.1.1.2

Eingetragene Marken Die Klägerin hat 12 verschiedene Wortmarken bzw. Wort-/Bildmarken mit dem Bestandteil "A._____" für die folgenden Waren und Dienstleistungen gemäss dem Abkommen von Nizza über die Internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken (revidiert in Stockholm am 14. Juli 1967; SR 0.232.112.8: fortan "Nizza-Klassifikation") hinterlegt (act. 1 N. 20; act. 3/6.1■12): Wortmarken bzw. Wort- Waren und Dienstleistungsver- Hinterlegungsdatum /Bildmarken zeichnis gemäss Nizza- Klassifikation A._____ 35: Geschäftsführung im Bereich der tt.03.2010 Pensionskassen (swissreg-Nr. 2) 36: Finanzdienstleistungen; Immobili- (act. 3/6.1) endienstleistungen; Versicherungswe- sen, namentlich Dienstleistungen einer Pensionskasse ... [Bild A._____] 35: Geschäftsführung im Bereich der tt.06.2010 Pensionskassen (swissreg-Nr. 3) 36: Finanzdienstleistungen; Immobili- (act. 3/6.3) endienstleistungen; Versicherungswe- sen, namentlich Dienstleistungen einer Pensionskasse

- 15 - A._____ D._____ 35: Geschäftsführung im Bereich der tt.11.2011 Pensionskassen (swissreg-Nr. 4) 36: Finanzdienstleistungen; Immobili- (act. 3/6.2) endienstleistungen; Versicherungswe- sen, namentlich Dienstleistungen einer Pensionskasse; Finanzberatungsdiens- te, insbesondere Beratungen im Zu- sammenhang mit Pensionskassen und Vorsorge; Ausarbeiten von Finanzie- rungsplänen für die Altersvorsorge; Vermittlung von Vorsorgeversicherun- gen ... [Bild A._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzelnen tt.12.2017 act. 3/6.4 (swissreg-Nr. 5) ... [Bild A._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzelnen tt.12.2017 act. 3/6.5 (swissreg-Nr. 6) ... [Bild A._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.12.2017 nen act. 3/6.6 (swissreg-Nr. 7) ... [Bild A._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.12.2017 nen act. 3/6.7 (swissreg-Nr. 8) ... [Bild A._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.12.2017 nen act. 3/6.8 (swissreg-Nr. 9)

- 16 - ... [Bild A._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.12.2017 nen act. 3/6.9 (swissreg-Nr. 10) ... [Bild P._____] Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.12.2017 nen act. 3/6.10 (swissreg-Nr. 11) A._____ E._____ Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.09.2018 nen act. 3/6.11 (swissreg-Nr. 12) A._____ T._____ Klassen 35 und 36, siehe im Einzel- tt.09.2018 nen act. 3/6.12 (swissreg-Nr. 13)

E. 2.1.2

Kennzeichen der Beklagten 1

E. 2.1.2.1

Firmen Die Beklagte 1 wurde am tt. August 2004 in das Handelsregister des Kantons Schwyz unter der Firma "U._____ AG" eingetragen. Am tt. Oktober 2016 wurde sie zur "B._____ AG" umfirmiert (act. 3/4.1). Am tt. Mai 2019 verlegte sie ihren Sitz von M._____ nach G._____ (act. 16/1).

E. 2.1.2.2

Eingetragene Marken Die Beklagte 1 hinterlegte am tt. Mai 2016 die Wortmarke "B._____" Nr. 1 im Schweizerischen Markenregister für Waren- und Dienstleistungen der Klasse 36 [Finanzdienstleistungen; Anlageverwaltungsdienste; Investmentbankgeschäfte; Finanzdienstleistungen im Zusammenhang mit privatem Aktienkapital; Dienstleistungen eines Börsenmaklers; Investitionsmanagement; Beratungsdienstleistungen im Zusammenhang mit finanziellen Angelegenheiten] gemäss der Nizza-Klassifikation (act. 3/4.5).

- 17 -

E. 2.1.3

Kennzeichen der Beklagten 2 Die Beklagte 2 wurde am tt. April 2016 als "B._____ Asset Management AG" in das Handelsregister des Kantons Zürich eingetragen. Per tt. Februar 2018 verlegte sie ihren Sitz nach G._____ und firmiert seither unter "B._____ C._____ AG" (act. 3/5.1; act. 16/2).

E. 2.1.4

Parteivorbringen

E. 2.1.4.1

Klägerin Die Klägerin macht geltend, dass ihr am Kennzeichen "A._____" Hinterlegungs- und Gebrauchspriorität zukomme (act. 1 N. 20). Die Beklagten verwendeten ihrerseits das Kennzeichen "B._____" sowohl als Wortzeichen als auch in Form von farblich unterlegten Logos im Geschäftsverkehr (act. 1 N. 16 ff.; act. 3/4.2; act. 3/7). Die Kennzeichen "A._____" und "B._____" der Parteien stimmten im prägenden Zeichenbestandteil "B._____" überein. Auch hinsichtlich des Klang- und Schriftbilds bestünden Ähnlichkeiten (act. 1 N. 22). Der Zeichenbestandteil "B._____" werde von den massgeblichen Verkehrskreisen in der Schweiz ohne Weiteres als Anspielung auf den bekannten Schweizer ...-Helden ... [Vorname] B._____ [Nachname] verstanden. Entsprechend wohne den konfligierenden Kennzeichen auch derselbe Sinngehalt inne (act. 1 N. 23). Sie (die Klägerin) sowie die mit ihr verbundene Tochtergesellschaft bzw. die von ihr betreuten Stiftungen seien spezialisiert auf den Bereich des Pensionskassenwesens und auf die Anlage von Vorsorgegeldern (act. 1 N. 6). Auch die Beklagten seien im Finanzdienstleistungsbereich tätig; ihre Tätigkeit im Vermögensverwaltungsbereich lasse sich nicht zuverlässig von den Tätigkeitsfeldern der Klägerin abgrenzen. Entsprechend seien die von den Parteien angebotenen Dienstleistungen gleich bzw. gleichartig, was zur Verwechselbarkeit beitrage (act. 22 N. 13). Zusammenfassend seien die Kennzeichen "A._____" und "B._____" verwechselbar. Damit stünden ihr (der Klägerin) gegenüber den Beklagten Ansprüche aus Firmenrecht, Namensrecht, Markenrecht und Lauterkeitsrecht zu (act. 1 N. 28, N. 31).

- 18 -

E. 2.1.4.2

Beklagte 1 und 2 Die Beklagten machen geltend, dass in Bezug auf die Kennzeichen "A._____" und "B._____" keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr bestehe. Nur schon hinsichtlich des Schriftbilds und Wortklangs bestünden erhebliche Unterschiede (act. 7 N. 53 ff.). Zudem wiesen die beiden Kennzeichen unterschiedliche Sinn- gehalte auf: "B._____" stehe im Arabischen (und Hebräischen) für ... Erklärung]. "A._____" wohnten indes mehrere, teilweise davon abweichende Sinngehalte in- ne: Zunächst verweise das Zeichen auf ... B._____. [Schweizer ...-Held]. Sodann werde mit der Endsilbe "-..." auch ein Bezug zu "company" oder "communication" hergestellt. In diesem Kontext sähen die Verkehrskreise in "A._____" auch einen Hinweis auf das englische Verb "to ..." (act. 7 N. 13 ff.; act. 7 N. 53). Sodann seien die Parteien in unterschiedlichen Marktsegmenten tätig: Während sich die Klägerin im Bereich des Pensionskassenwesens bewege, böten die Be- klagten Dienstleistungen im Unternehmensberatungs- oder Vermögensverwal- tungsbereich an. Im Gegensatz zur Klägerin stünden bei ihnen (den Beklagten) hochkomplexe Unternehmenstransaktionen und Anlagen in schwierigen, aber renditestarken Märkten im Vordergrund (act. 7 N. 5, N. 75). Sie (die Beklagten) richteten ihre Dienstleistungen schwergewichtig auf institutionelle Anleger ■ da- runter Ultra High Net Worth Individuals ■ aus dem nordafrikanischen Raum und dem Nahen Osten aus (act. 7 N. 18 ff.). Ausserdem sei zu berücksichtigen, dass es in der Schweiz zahlreiche Firmen und Marken mit dem Bestandteil "B._____" gebe, weshalb das Kennzeichen verwäs- sert sei (act. 7 N. 39 ff.; act. 26 N. 18 f.). Zusammengefasst verfüge die Klägerin gegenüber den Beklagten über keinerlei Ansprüche.

E. 2.1.5

Einheitlicher Begriff der Verwechslungsgefahr Sowohl im Firmenrecht, Namensrecht, Markenrecht und Lauterkeitsrecht ist der Rechtsbegriff der Verwechslungsgefahr zentral. Gemäss ständiger Rechtspre- chung des Bundesgerichts ist der Begriff der Verwechslungsgefahr für das ganze Kennzeichenrecht einheitlich zu umschreiben (unlängst: Urteil 4A_83/2018 des

- 19 - Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 3.1, in: sic! 2019, S. 94 ff. ■ "Pachmann Rechtsanwälte AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"; ferner BGE 128 III 401 E. 5 S. 403; BGE 127 III 160 E. 2a S. 165 f.). Dieser Grundsatz gilt indes nur be- schränkt. Der Rechtsanwendende muss ■ je nach beanspruchtem Rechtsschutz ■ die im Gesetz statuierten unterschiedlichen Schutzvoraussetzungen beachten und damit auch andere Umstände würdigen. Die (teilweise) voneinander abwei- chenden Schutzvoraussetzungen sind auf historische oder sachliche Eigenheiten des entsprechenden Rechtsgebiets (Firmenrecht, Namensrecht, Markenrecht, Lauterkeitsrecht) zurückzuführen (HILTI, Zivilrechtlicher Firmenschutz, in: SIWR III/2, Streuli-Youssef [Hrsg.], 3. Aufl., Basel 2019, N. 305 m.H.). Das eben Gesagte schliesst indes nicht aus, bei der Prüfung der einzelnen An- spruchsgrundlagen ■ wo sachdienlich ■ auf die Ergebnisse vorangehender An- spruchsprüfungen zu verweisen. Es bietet sich entsprechend an, in einem ersten Schritt die markenrechtlichen Ansprüche zu prüfen. In weiteren Schritten sind ■ unter Berücksichtigung der Eigenheiten der jeweiligen Anspruchsgrundlagen ■ die Ansprüche aus Firmenrecht, Lauterkeitsrecht und Namensrecht zu eruieren.

- 20 -

E. 2.2

Markenrecht

E. 2.2.1

Rechtliches Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG versagt einem Zeichen den Markenschutz, wenn es einer älteren Marke ähnlich sieht und für gleiche oder gleichartige Waren bestimmt ist, sodass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt. Entsprechend kann der Markeninhaber anderen gemäss Art. 13 Abs. 2 MSchG verbieten lassen, Zeichen im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen, die nach Art. 3 Abs. 1 MSchG vom Markenschutz ausgeschlossen sind. Eine Verwechslungsgefahr besteht, wenn das jüngere Zeichen die ältere Marke in ihrer Unterscheidungsfunktion beeinträchtigt. Dies ist der Fall, wenn zu befürchten ist, dass die massgeblichen Verkehrskreise sich durch die Ähnlichkeit der Zeichen irreführen lassen und Waren bzw. Dienstleistungen, die das eine oder das andere Zeichen tragen, dem falschen Markeninhaber zurechnen, oder falls das Publikum die Zeichen zwar auseinanderhalten kann, aufgrund ihrer Ähnlichkeit aber falsche Zusammenhänge vermutet (BGE 128 III 96 E. 2a S. 97 f.; BGE 127 II 160 E. 2a S. 165 f., in: sic! 2001, S. 314 ff. ■ "Securitas [fig.]"; BGE 122 III 382 E. 1 S. 384, in: sic! 1997, S. 46 ff. ■ "Kamillosan/Kamillan, Kamillon"; Urteil 4A_83/2018 des Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 4.1, in: sic! 2019, S. 94 ff. ■ "Pachmann Rechtsanwälte AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"). Für die Verwechselbarkeit von Marken ist der Gesamteindruck massgebend, den sie in der Erinnerung der Adressaten hinterlassen (BGE 128 III 441 E. 3.1 S. 445 f.; Urteil 4A_83/2018 des Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 4.1, in: sic! 2019, S. 94 ff. ■ "Pachmann Rechtsanwälte AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"). Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände zu beurteilen (BGE 128 III 96 E. 2a S. 98; BGE 122 III 382 E. 1 S. 385, in: sic! 1997, S. 46 ff. ■ "Kamillosan/Kamillan, Kamillon"; Urteil 4A_83/2018 des Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 4.1, in: sic! 2019, S. 94 ff. "Pachmann Rechtsanwälte

- 21 - AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"). Je näher sich die Waren bzw. Dienstleistungen sind, für welche die Marken registriert sind, desto grösser wird das Risiko von Verwechslungen und desto stärker muss sich das jüngere Zeichen vom älteren abheben, um die Verwechslungsgefahr zu bannen. Ein besonders strenger Massstab ist anzulegen, wenn beide Marken für identische Warengattungen bestimmt sind (BGE 128 III 441 E. 3.1 S. 446, in: sic! 2002, S. 858 ff., ■ "Appenzeller Switzerland [fig.]/Appenzeller Natural [fig.]"; Urteil 4A_83/2018 des Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 4.1, publ. in: sic! 2019, S. 94 ff. ■ "Pachmann Rechtsanwälte AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"). Der Gesamteindruck von Wortmarken wird zunächst durch den Klang und durch das Schriftbild bestimmt. Gegebenenfalls kann auch ihr Sinngehalt von entscheidender Bedeutung sein. Den Klang prägen insbesondere das Silbenmass, die Aussprachekadenz und die Aufeinanderfolge der Vokale, während das Schriftbild vor allem durch die Wortlänge und durch Eigenheiten der verwendeten Buchstaben gekennzeichnet wird (BGE 127 II 160 ff. E. 2b/cc S. 168, in: sic! 2011, S. 315 ff. ■ "Securitas [fig.]"; BGE 126 III 315 E. 6c S. 321, in: sic! 2000, S. 618 ff. ■ "Rivella [fig.]/Apiella III"). Zu berücksichtigen ist schliesslich, dass sich längere Wörter dem Gedächtnis weniger gut einprägen als Kurzwörter, sodass Unterschiede leichter überhört und überlesen werden (BGE 122 III 382 ff. E. 5a S. 388 f., in: sic! 1997, S. 48 ff. ■ "Kamillosan/Kamillan, Kamillon"; siehe auch das Urteil 4A_207/2010 des Bundesgerichts vom 9. Juni 2011, E. 5.1, in: sic! 2011, S. 668 ff. ■ "R [fig.] RSW Rama Swiss Watch/RAM Swiss Watch"). Im Weiteren ist bedeutend, an welche Abnehmerkreise sich die Waren und Dienstleistungen richten und unter welchen

Umständen sie gehandelt werden. Bei Massenartikeln des täglichen Bedarfs ■ etwa Lebensmitteln (vgl. BGE 126 III 315 E. 6b/bb S. 320, in: sic! 2000, S. 621 ff. ■ "Rivella [fig.]/Apiella III") ■, ist mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen als bei Spezialwaren oder speziellen Dienstleistungen, deren Markt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (BGE 122 III 383 ff. E. 3a S. 387 f., in: sic! 1997, S. 48 ff. ■ "Kamillosan/Kamillan, Kamillon").

- 22 -

E. 2.2.2

Würdigung

E. 2.2.2.1

Vorbemerkung Die Klägerin ist im schweizerischen Markenregister als Inhaberin sämtlicher der 12 unter Ziff. 2.1.1.2 aufgezählten Marken eingetragen (act. 3/6.1■6.12). Als In- haberin ist sie materiell an den markenrechtlichen Ausschliesslichkeitsansprüchen berechtigt. Damit ist sie auch zur Prozessführung befugt, soweit eigene Ansprü- che geltend gemacht werden.

E. 2.2.2.2

Hinterlegungspriorität Die Klägerin registrierte die Schweizer-Marke Nr. 2 "A._____" (Wortmarke) am tt. März 2010 (act. 3/6.1), die Schweizer-Marke Nr. 3 ... [Bild A._____-] (Wort-/Bildmarke) am tt. Juni 2010 (act. 3/6.3) sowie die Schweizer-Marke Nr. 4 "A._____" D._____" (Wortmarke) am tt. November 2011 (act. 3/6.2). Die Beklagte 1 registrierte ihre angefochtene Schweizer-Marke Nr. 1 "B._____" (Wortmarke) am tt. Mai 2016 (act. 3/4.5). Die Eintragungen der drei vorgenannten Marken der Klägerin erfolgten damit prio- ritär zur Markeintragung der Beklagten 1. Ihre neun weiteren "A._____"-Marken (siehe dazu vorne die Tabelle unter Ziff. 2.1.1.2) liess die Klägerin indes erst in den Jahren 2017 und 2018 eintragen. Entsprechend sind sie bei der Beurteilung der von ihr geltend gemachten Ansprüche aus Markenrecht nicht zu berücksichti- gen.

E. 2.2.2.3

Prüfungsreihenfolge Unterschiedliche Marken: Wie gezeigt, verfügt die Klägerin über drei prioritäre Marken ■ die Schweizer-Marke Nr. 2 "A._____" (Wortmarke), die Schweizer-Marke Nr. 4 "A._____" D._____" (Wortmarke) sowie die Schweizer-Marke Nr. 3 "A._____" (Wort-/Bildmarke, siehe dazu die Abbildung unter Ziff. 2.2.2.2) ■, die

- 23 - der streitbetroffenen Schweizer-Marke Nr. 1 "B._____" (Wortmarke) gegenüber- zustellen sind. Die Verwechslungsgefahr ist für diese Marken jeweils gesondert zu prüfen ("A._____" vs. "B._____" [Wortmarke vs. Wortmarke], "A._____" D._____" vs. "B._____" [Wortmarke vs. Wortmarke] und "A._____" vs. "B._____" [Wort- /Bildmarke vs. Wortmarke]). Nichtigkeitsklage und Abwehrklage: In einem ersten Schritt ist das Begehren der Klägerin auf Nichtigerklärung der Marke "B._____" der Beklagten 1 (act. 22 S. 3, Rechtsbegehren Ziff. 3) zu prüfen (Art. 52 MSchG). Wie nachstehend zu zeigen ist, kann die Klägerin mit diesem Rechtsbegehren nicht durchdringen, da keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr vorliegt. Entsprechend erübrigt es sich, ih- re gestützt auf Art. 55 Abs. 1 lit. a und b MSchG geltend gemachten Abwehran- sprüche, u.a. gegen die Verwendung der Formen ... [Darstellungsfomen von B._____] , durch die Beklagten zu beurteilen.

E. 2.2.2.4

"A._____" vs. "B._____" 2.2.2.4.1. Markenähnlichkeit Zunächst sind die beiden Wortmarken "A._____" (Schweizer-Marke Nr. 2 der Klägerin) und "B._____" (Schweizer-Marke Nr. 1 der Beklagten 1) einander gegenüberzustellen. Massgebliche Verkehrsreise: Vorab sind die massgeblichen Schweizer Verkehrskreise zu bestimmen. Ausgangspunkt dafür ist das Dienstleistungsverzeichnis der älteren Marke (Urteil B-1009/2010 des Bundesverwaltungsgerichts vom 14. März 2011, E. 2 ■ "Credit Suisse/UniCredit Suisse Bank [fig.]"). Auf dieser Grundlage sind die massgeblichen Dienstleistungen normativ objektiviert zu definieren (MARBACH, Die Verkehrskreise im Markenrecht, sic! 2007, S. 3 ff., S. 10). Die tatsächliche Positionierung der Dienstleistungen am Markt und damit einhergehende Marketingentscheide zu Qualität, Preis oder Verkaufsgebiet spielen dagegen keine

- 24 - Rolle (JOLLER, in: Stämpfli Handkommentar zum Markenschutzgesetz, Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], 2. Aufl., Bern 2017, Art. 3 N. 51). Dienstleistungen der Klasse 35 (Geschäftsführung im Bereich der Pensionskassen) richten sich an (Fach-)Personen, die überdurchschnittlich aktiv oder professionell in der Wirtschaft tätig sind. Dies gilt indes nicht für die Dienstleistungen der Klasse 36 (Finanzdienstleistungen; Immobiliendienstleistungen; Versicherungswesen, namentlich Dienstleistungen einer Pensionskasse). Sie decken auch teilweise alltägliche Bedürfnisse ab (z.B. Finanzdienstleistungen, Versicherungswesen). Damit werden nicht nur Fachpersonen, sondern auch das breite Publikum angesprochen (vgl. das Urteil B-1009/2010 des Bundesverwaltungsgerichts vom 14. März 2011, E. 3.1 f. ■ "CREDIT SUISSE/UniCredit Suisse Bank"). Schriftbild: Der Wortanfang der konfligierenden Zeichen ist unbestrittenermassen identisch (act. 7 N. 54). Die klägerische Marke "A._____" ist indes zweisilbig. Sie setzt sich aus den Bestandteilen "B._____" und "... " zusammen. Die beklagte Marke "B._____" ist dagegen einsilbig. Eine unterschiedliche Silbenzahl spricht für die Verschiedenheit der Zeichen (Entscheid der eidgenössischen Rekurskommission vom 31. März 2004, E. 4., in: sic! 2004, S. 684 ff. ■ "Swatch [fig.]/B Watch [fig.]"). Bei Wortmarken ist sodann die Wortlänge bedeutend. Kurzwörter werden akustisch und optisch leichter erfasst und prägen sich besser ein als längere Wörter. Verwechslungen infolge Verhörens oder Verlesens kommen deshalb bei Kurzwörtern seltener vor. Bereits eine geringfügige Modifikation kann entsprechend einen genügenden Abstand gewährleisten (BGE 121 III 377 E. 2b S. 379 ■ "BOSS/BOKS"; Urteil B-1760/2012 des Bundesverwaltungsgerichts vom 11. März 2013, E. 7.1 m.w.H. ■ "Zurcal/Zorcala"; Marbach, Relative Schutzausschlussgründe, in: SIWR III/1, von Büren/David [Hrsg.], 2. Aufl., Basel 2009, N. 895). Bisher ist nicht klar höchstrichterlich definiert worden, was ein Kurzzeichen ist. Zumind. bei einsilbigen Wörtern mit bis zu vier Buchstaben gehen Literatur und Rechtsprechung von einem Kurzzeichen aus (BGE 121 III 377 E. 3a S. 380 ■ "BOSS/BOKS"; Urteil B-1760/2012 des Bundesverwaltungsgerichts vom 11. März 2013, E. 7.1 f. m.w.H. ■ "Zurcal/Zorcala"; CHERPILLOD, Le droit suisse

- 25 - des marques, Lausanne 2007 = CEDIDAC 73, S. 113 Fn. 361; MARBACH, a.a.O., N. 899). Durch die Endsilbe "-..." unterscheidet sich das Schriftbild von "A._____" erheblich vom Schriftbild des kurzen, bloss vier Buchstaben umfassenden, einsilbigen Zeichens "B._____" (vgl. das Urteil 4C_258/2004 des Bundesgerichts vom

E. 2.2.2.5

"A._____ D._____" vs. "B._____" Sodann sind die beiden Wortmarken "A._____
D._____" (Schweizer-Marke Nr. 4 der Klägerin) und "B._____" (Schweizer-Marke Nr. 1
der Beklagten 1) einander gegenüberzustellen. Die klägerische Marke "A._____
D._____" ist ebenfalls für Waren und Dienstleistungen der Klassen 35 (Geschäftsführung im
Bereich der Pensionskassen) und 36 (Finanzdienstleistungen; Immobiliendienstleistungen;
Versicherungswesen, namentlich Dienstleistungen einer Pensionskasse;
Finanzberatungsdienste, insbesondere Beratungen im Zusammenhang mit Pensionskasse
und Vorsorge,

- 32 - Ausarbeiten von Finanzierungsplänen für die Altersvorsorge; Vermittlung von
Vorsorgeversicherungen) gemäss Nizza-Klassifikation hinterlegt (act. 3/6.2). "A._____
D._____" setzt sich aus den Bestandteilen "A._____" und "D._____" zusammen. Der
Bestandteil "D._____" ist indes rein beschreibend für den Inhalt der Dienstleistungen ■
nämlich Beratungen, Investitionen etc. im Bereich der Pensionskassen ■, für welche die
Marke hinterlegt ist. Ihm kommt bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr keine
gesonderte Bedeutung zu. Es kann entsprechend auf sämtliche vorstehenden Erwägungen
unter Ziff. 2.2.2.4 verwiesen werden. Zusammenfassend ist festzustellen, dass auch
zwischen "A._____
D._____" und "B._____" keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr
vorliegt.

E. 2.2.2.6

"A._____" (fig.) vs. "B._____" Schliesslich sind die Schweizer-Marke Nr. 3 der Klägerin
(Wort-/Bildmarke) ... [Bild A._____] und Schweizer-Marke "B._____" Nr. 1 der Beklagten
1 (Wortmarke) einander gegenüberzustellen. Die vorstehend abgebildete klägerische
Marke "A._____" (Wort-/Bildmarke) ist für Waren und Dienstleistungen der Klassen 35
(Geschäftsführung im Bereich der Pensionskassen) und 36 (Finanzdienstleistungen;
Immobiliendienstleistungen; Versicherungswesen, namentlich Dienstleistungen einer
Pensionskasse) gemäss Nizza-Klassifikation hinterlegt (act. 3/6.3). Im Unterschied zu den
reinen Wortmarken "A._____" und "A._____
D._____" verfügt die vorstehend
abgebildete Marke "A._____" (fig.) der Klägerin über ein zusätzliches Bildelement. Links
vom Wort "A._____" ist eine Büste von ... [Vorname] B._____ in dunkelgrauer Farbe
abgebildet. Das Wort "A._____" ist sodann kleingeschrieben und zweifarbig; der
Bestandteil "B._____" ist ebenfalls dunkelgrau, während der Bestandteil "... " in
hellgrauer Farbe gehalten ist.

- 33 - Im Grundsatz kann auch beim Vergleich von "A._____" (fig.) und "B._____" auf die
vorstehenden Erwägungen unter Ziff. 2.2.2.4 verwiesen werden. Namentlich sind auch hier
die Abweichungen hinsichtlich des Wortklangs und des Schriftbilds gegeben. Anders als
zur Wortmarke "A._____" ausgeführt, liegt indes bei "A._____" (fig.) und "B._____" eine
Übereinstimmung im Sinngehalt vor. Durch das zusätzliche dunkelgraue Bildelement in
Form der Büste sowie durch den ebenfalls in dunkelgrauer Farbe gehaltenen Schriftzug
"B._____" drängt sich beim klägerischen "A._____" (fig.) eine Gedankenverbindung zu ...
[Vorname] B._____ gerade auf. Diese Übereinstimmung kann indessen am Ergebnis der
unter Ziff. 2.2.2.4.3 vorgenommenen Gesamtbetrachtung nichts ändern. Wie dort nämlich
bereits ausgeführt, gibt es in der Schweiz zahlreiche Marken mit dem kenn-
zeichnungsschwachen Bestandteil "B._____" . Damit vermuten die Verkehrskreise, die im
Rechtsverkehr eine erhöhte Aufmerksamkeit an den Tag legen, nicht allein aufgrund dieser
Übereinstimmung im Sinngehalt einen wirtschaftlichen Zusammenhang zwischen diesen
beiden Marken (mittelbare Verwechslungsgefahr). Zusammenfassend ist festzustellen, dass

auch zwischen "A._____" (fig.) und "B._____" keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr vorliegt.

E. 2.2.3

Zwischenfazit Zwischen der Schweizer Marke Nr. 2 "A._____" (Wortmarke), der Schweizer- Marke Nr. 4 "A._____ D._____" (Wortmarke), der Schweizer-Marke Nr. 3 "A._____" (Wort-/Bildmarke) einerseits und der Schweizer-Marke Nr. 1 "B._____" liegt keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr vor. Damit ist sowohl die Nichtigkeitsklage (Art. 52 MSchG) als auch die Abwehrklage (Art. 55 Abs. 1 lit. a und b MSchG) abzuweisen.

E. 2.3

Firmenrecht

E. 2.3.1

Rechtliches Die Firma einer Aktiengesellschaft muss sich von allen in der Schweiz bereits eingetragenen Firmen von Gesellschaften in der Rechtsform der AG, der GmbH und der Genossenschaft deutlich unterscheiden. Ansonsten kann der Inhaber der

- 34 - älteren Firma wegen Verwechslungsgefahr auf Unterlassung des Gebrauchs der jüngeren Firma klagen (vgl. Art. 956 Abs. 2 OR; BGE 131 III 572 E. 3 S. 575; BGE 122 III 369 E. 1 S. 370). Da die Aktiengesellschaften ihre Firma grundsätzlich frei wählen können, stellt die Rechtsprechung an deren Unterscheidungskraft grundsätzlich strenge Anforderungen (BGE 122 III 369 E. 1 S. 370; BGE 118 II 322 E. 1 S. 323; Urteil 4A_83/2018 des Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 3.1, in: sic! 2019, S. 94 ff. ■ "Pachmann Rechtsanwälte AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"). Das Bundesgericht schützt in ständiger Rechtsprechung Firmen auch gegenüber Unternehmen, die in einer anderen Geschäftsbranche tätig sind. Entsprechend gilt im Firmenrecht kein eigentliches Branchenprinzip. Das bedeutet umgekehrt aber nicht, dass das Bundesgericht Aspekte, welche die Branche betreffen, in der Entscheidfindung gänzlich unberücksichtigt lässt (HILTI, Zivilrechtlicher Firmenschutz, in: SIWR III/2, 3. Aufl., Basel 2019, N. 293 f. mit Verweis auf BGE 88 II 28). Die Anforderungen an die Unterscheidbarkeit der Firmen sind namentlich strenger, wenn zwei Unternehmen aufgrund der statutarischen Bestimmungen im Wettbewerb stehen können oder sich aus einem anderen Grund an die gleichen Kundenkreise wenden. Gleiches gilt bei geografischer Nähe der Unternehmen (BGE 131 III 572 E. 4.4 S. 580; BGE 118 II 322 E. 1 S. 324; Urteil 4A_83/2018 des Bundesgerichts vom 1. Oktober 2018, E. 3.1, in: sic! 2019, S. 94 ff. ■ "Pachmann Rechtsanwälte AG/Bachmann Rechtsanwälte AG"). Entscheidend ist der Gesamteindruck, den zwei Firmen in der Erinnerung beim Publikum hinterlassen (BGE 132 III 564 E. 6.2 S. 576). Massgebend ist vor allem die Aufmerksamkeit, die in den Kreisen üblich ist, mit denen die betreffenden Unternehmen geschäftlich verkehren. Anders als Marken richten sich Firmen nicht nur an die Abnehmer und Geschäftskunden, sondern auch an Lieferanten, Stellsuchende, Banken, Behörden, Post und öffentliche Dienste (BGE 118 II 322 E. 1 S. 323 f.). Abgesehen von den vorgenannten Besonderheiten gelten bei der Beurteilung der firmenrechtlich relevanten Verwechslungsgefahr im Wesentlichen die Grundsätze des Markenrechts (WIDMER, Zur Methodik der Beurteilung von Firmenkollisionen.

- 35 - Die Rechtsprechung des Bundesgerichts bei firmenrechtlichen Kollisionen, in: sic! 2009, S. 3 ff., S. 8 Fn. 57).

E. 2.3.2

Würdigung

E. 2.3.2.1

Vorbemerkung Wie vorstehend festgestellt, konnte die Tochtergesellschaft der Klägerin (A._____ AG) ihre Klagerechte nicht an die Klägerin abtreten (siehe zum Ganzen vorne unter Ziff. 1.5). Soweit die Klage Ansprüche aus Firmenrecht betrifft, die der A._____ AG zustehen, ist auf sie nicht einzutreten. Entsprechend ist bei der nachstehenden Prüfung nur die Firma der Klägerin ("A._____ Holding AG") den Firmen der Beklagten ("B._____ AG"; B._____ C._____ AG") gegenüberzustellen.

E. 2.3.2.2

Hinterlegungspriorität Die Priorität im Firmenrecht richtet sich nach dem Eintrag im Handelsregister (Hinterlegungspriorität). Die Klägerin firmierte vom tt. März 2011 bis am tt. Juni 2015 unter "A._____ AG". Seit dem tt. Juni 2015 firmiert sie unter "A._____ Holding AG" (act. 3/2.1). Die Beklagte 1 wurde am tt. August 2004 als "U._____ AG" in das Handelsregister des Kantons Schwyz eingetragen und firmiert seit dem tt. Oktober 2016 unter "B._____ AG" (act. 1 N. 10 ff.; act. 3/4.1). Die Beklagte 2 wurde am tt. April 2016 als "B._____ Asset Management AG" gegründet. Seit dem tt. Februar 2018 firmiert sie unter "B._____ C._____ AG" (act. 1 N. 13 f.; act. 16/2; act. 26 N. 15). Da die Eintragung der Firma "A._____ Holding AG" der Klägerin zuerst erfolgt ist, kommt ihr Hinterlegungspriorität zu. Dies ist unbestritten.

E. 2.3.2.3

Zeichenähnlichkeit Zu vergleichende Firmenbestandteile: Vorliegend stehen sich die konfligierenden Firmen "A._____ Holding AG" und "B._____ AG" bzw. "B._____ C._____ AG" ge-

- 36 - gegenüber. Das Augenmerk des Publikums liegt auf den prägenden Firmenbestandteilen "A._____" und "B._____", die zudem auch an prominenter erster Stelle stehen. Diese beiden Firmenbestandteile sind in erster Linie miteinander zu vergleichen. Das heisst im Umkehrschluss allerdings nicht, dass die Bestandteile "Holding" (Hinweis auf Konzernstruktur), "C._____" (Hinweis auf Tätigkeitsbereich) und "AG" (obligatorischer Hinweis auf Rechtsform; Art. 950 Abs. 1 Satz 2 OR) in der Gesamtbetrachtung gänzlich unbeachtet bleiben. Wortklang, Schriftbild und Sinngehalt: Bei der Beurteilung des Wortklangs, des Schriftbilds und des Sinngehalts einer Firma bzw. eines Firmenbestandteils ist lediglich der Handelsregistereintrag massgeblich. Grafische Ausgestaltungen von Firmenschriftzügen sind unbeachtlich (siehe HILTI, a.a.O., N. 308). Entsprechend erweist sich das grafische Beiwerk von "A._____" in Form der Büste von ... [Vorname] B._____, das im Geschäftsverkehr zuweilen verwendet wird, bei der firmenrechtlichen Beurteilung als irrelevant. Gleiches gilt hinsichtlich der grafischen Ausgestaltungen von "B._____" (siehe dazu etwa die Abbildungen vorne unter Ziff. 2.2.2.3). In den Erwägungen zum Markenrecht wurde bereits ausgeführt, dass hinsichtlich des Klangs und Schriftbilds von "A._____" und "B._____" markante Abweichungen bestehen. Dazu kann auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen werden. Auch was den Sinngehalt dieser Firmenbestandteile betrifft, kann auf die vorstehenden Erwägungen verwiesen werden (siehe dazu vorne unter Ziff. 2.2.2.4.1). Dort wurde ausgeführt, dass das beklagte Wortzeichen "B._____" vom hiesigen Publikum zwanglos als Hinweis auf "... [Vorname] B._____" verstanden wird. Betreffend das klägerische Wortzeichen "A._____" wurde

hinsichtlich des Sinn- gehalts indes Anderes festgesetzt: Aufgrund der Endsilbe "-..." des Wortzeichens "A._____", die gemäss übereinstimmender Auffassung der Parteien für "... " steht (act. 1 N. 24; act. 7 N. 53), ist der Firma der Klägerin primär eine Assoziation zur englischen Sprache inhärent. Denn das hiesige Publikum ist sich auch bei Firmen mittlerweile an Anglizismen und anglofone Anleihen gewohnt. Es liegt nahe bei "A._____" zunächst auf das Verb "to ...", das dem englischen Grundwortschatz angehört, zu schliessen (siehe zum Ganzen vorne unter Ziff. 2.2.2.4.1). Der

- 37 - Schluss auf "... [Vorname] B._____" drängt sich beim Wortzeichen "A._____" nicht unmittelbar auf. Damit erwecken die konfligierenden Firmen unterschiedliche Assoziationen. Reichweite des Schutzzumfanges/Kennzeichnungskraft: Bei der klägerischen Firma "A._____" handelt es sich weder um eine (beschreibende) Sachbezeichnung noch um eine Personenbezeichnung. Vielmehr stellt "A._____" eine Fantasiebezeichnung dar. Bei Fantasiebezeichnungen sind in der Regel strenge Massstäbe an die Unterscheidbarkeit anzulegen. Dies, da mit Blick auf die grosse Menge alternativer Fantasiebezeichnungen eine Annäherung just an den Fantasienamen der angegriffenen Firma sanktioniert werden soll (Urteil HG170043 des Handelsgerichts vom 20. Dezember 2017, E. 3.2.3 S. 15). Alleine auf Basis der Ausweichmöglichkeiten der Konkurrenz auf einen grossen Schutzzumfang der klägerischen Firma zu schliessen, wäre angesichts der konkreten Verhältnisse indes nicht sachgerecht. Die Reichweite des Schutzzumfanges bestimmt sich auch nach der Kennzeichnungskraft. Diesbezüglich wenden die Beklagten ein, dass im Handelsregister ■ neben den streitbetroffenen Firmen der Parteien sowie der ihnen zugehörigen Tochtergesellschaften bzw. Stiftungen ■ zahlreiche Firmen mit dem Bestandteil "B._____" verzeichnet seien. Entsprechend sei die Kennzeichnungskraft von "B._____" durch Drittgebrauch geschwächt (act. 7 N. 39; act. 9/4). Die Klägerin entgegnet, eine Verwässerung des Firmenbestandteils "B._____" sei weder dargetan noch bewiesen, zumal sehr wenige dieser Unternehmen im Finanzdienstleistungsbereich tätig seien. Darüber hinaus sei nicht davon auszugehen, dass sämtliche dieser Unternehmen ihre Firmen aktiv im Wirtschaftsverkehr einsetzten (act. 22 N. 26, N. 29). Dem Handelsregister lassen sich ■ abgesehen von den Firmen der Parteien sowie der mit ihnen verbundenen Gesellschaften und Stiftungen ■ nahezu 100 Firmen entnehmen, die über den Firmenbestandteil "B._____" verfügen. Bei einer Vielzahl davon stellt "B._____" in Alleinstellung der prägende Firmenbestandteil dar (siehe etwa "B._____ Taxi GmbH", "B._____ - Apotheke-GmbH", "B._____-Collect-GmbH" etc.). Zahlreiche weitere Firmen bestehen aus zweisilbigen (Kurz-)Wörtern mit "B._____" als Anfangssilbe ("B1.____ SA", "B2.____ AG", "B3.____ Trade GmbH", "B4.____ GmbH", "B5.____ GmbH" oder gar "A.____ Europe Sagl"). Da im Firmenrecht kein

- 38 - Branchenprinzip gilt, schadet es denn auch nicht, dass nur einige dieser Firmen für Finanzdienstleistungen stehen. Es liegt auf der Hand, dass es sich bei "B._____" um einen häufig gebrauchten Firmenbestandteil handelt, der in vielfältigem Zusammenhang verwendet wird. Die Klägerin räumt gar selber ein, dass "B._____" in gewissen Branchen ■ namentlich in der Hotel-, Theater- und Restaurantbranche ■ häufig als Firmenbestandteil verwendet werde (act. 22 N. 36). Aufgrund der schiereren Anzahl an Einträgen ist zu vermuten, dass zumindest einige dieser Firmen im Rechtsverkehr auch tatsächlich verwendet werden (siehe ■ allerdings zum Markenrecht ■ BGE 72 II 135 E. 2b S. 141 ■ "Lux"). Davon zeugen auch die von den Beklagten eingereichten, zahlreichen Screenshots der Webseiten der entsprechenden Unternehmen sowie die in der Duplik aufgeführten

Inter- netlinks (act. 26 N. 18; act. 27/16). "A._____" erlangte als Firma denn auch keine Verkehrsgeltung. Vorstehend wurde ausgeführt, dass die Klägerin selbst eine erhöhte Branchenbekanntheit zwar lediglich behauptet, aber in keiner Weise nachgewiesen hat (siehe zum Ganzen vorne unter Ziff. 2.2.2.4.3). Mit anderen Worten ausgedrückt: Wer den Firmenbestandteil "B._____" wählt, muss sich dessen geringen Eignung zur Individualisierung bewusst sein. Entsprechend rechtfertigt sich nicht, im konkreten Fall einen besonders strengen Massstab an die Unterscheidbarkeit zu legen.

E. 2.3.2.4

Verwechslungsgefahr Wettbewerbsverhältnis: Die Klägerin bezweckt gemäss Handelsregistereintrag den Erwerb sowie das Halten und Verwalten von Beteiligungen im In- und Aus- land (act. 3/2.1). Die Beklagte 1 bezweckt die Vermögensverwaltung sowie die Erbringung von damit zusammenhängenden Dienstleistungen (act. 16/1). Die Beklagte 2 bezweckt Beratungs- und sonstige Dienstleistungen, namentlich in den Bereichen M&A, Unternehmensstrategien und Fondswesen (act. 16/2). Da lediglich die Klägerin Prozesspartei ist, kann sie sich in diesem Sachzusammenhang nicht auf Dienstleistungen, die von ihrer Tochtergesellschaft (A.____ AG) erbracht werden, berufen. Damit ist ein Wettbewerbsverhältnis zwischen der Klägerin sowie den Beklagten weder dargelegt noch ersichtlich.

- 39 - Geografische Nähe: Die Klägerin hat ihren Sitz in F.____ (act. 3/2.1). Die Beklagten haben beide ihren Sitz in G.____ (act. 16/1■2). Die Klägerin bringt zwar vor, dass ihre Tochtergesellschaft, die A.____ AG, über eine Zweigniederlassung in N.____ verfüge (act. 22 N. 21; act. 3/3.8). Dieser Umstand ist hier indes nicht rechtserheblich, da es sich nicht um die Zweigniederlassung der Klägerin, sondern um diejenige der A.____ AG, die vorliegend nicht Prozesspartei ist, handelt. Überdies ist ohnehin fraglich, ob die Präsenz einer einzigen Zweigniederlassung in N.____ ausreichend wäre, um eine örtliche Überschneidung des Tätigkeitsbereichs, welche die Verwechslungsgefahr zusätzlich erhöhte, zu erwirken. Mangels geografischer Nähe sowie eines örtlichen und sachlichen Wettbewerbs rechtfertigt es sich nicht, eine besondere Strenge an die Unterscheidbarkeit zu stellen (vgl. BGE 131 III 572 E. 4.4 S. 580). Aufmerksamkeit der Verkehrskreise: Anders als Marken richten sich Firmen nicht nur an Abnehmer und Geschäftskunden, sondern auch an Lieferanten, Stellensuchende, Banken, Behörden, Post und öffentliche Dienste (BGE 118 II 322 E. 1 S. 323). Auch von ihnen darf die übliche Aufmerksamkeit erwartet werden. Hinzu kommt, dass auch im Firmenrecht ■ trotz fehlendem eigentlichem Branchenprinzip ■ die Aufmerksamkeit der Kreise, mit denen die betreffenden Unternehmen konkret geschäftlich verkehren, nicht gänzlich unberücksichtigt werden darf. Firmen von publikumsnahen Branchen geniessen grundsätzlich einen etwas weiteren, Firmen von Spezialbranchen grundsätzlich einen etwas engeren Firmenschutz (BGE 88 II 28; Urteil des Cour de justice de Genève vom 17. November 2016, E. 4.1.4, in: sic! 2018, S. 25 ff. ■"Octo"; HILTI, a.a.O., N. 294). Wie vorstehend bereits festgestellt, operieren die Parteien im Finanzdienstleistungsbereich. Entsprechend ist von einer erhöhten Aufmerksamkeit der Verkehrskreise auszugehen. Auch in dieser Hinsicht ist keine besondere Rücksichtnahme bei der Firmenwahl geboten. Gesamtwürdigung: Vorstehend wurde bei den konfligierenden Firmen hinsichtlich des Klangs und Schriftbilds markante Unterschiede festgestellt. Diese Unterschiede sind ■ namentlich unter Berücksichtigung der Kennzeichnungsschwäche des Firmenbestandteils "B.____" ■ bei hinreichender Aufmerksamkeit geeignet,

- 40 - im Erinnerungsbild der massgebenden Verkehrskreise haften zu bleiben. Bei der Firma der Beklagten 2 ■ B. _____ C. _____ AG ■ wird darüber hinaus mit dem kennzeichnungsschwachen Zusatz "C. _____" zusätzlich Abstand geschaffen. Entsprechend weckt die Verwendung des Firmenbestandteils "B. _____" nicht ohne Weiteres den Eindruck, die Parteien seien wirtschaftlich oder rechtlich miteinander verbunden. In Würdigung der gesamten Umstände erscheint eine auch nur mittelbare Verwechslungsgefahr gebannt. Eine Verletzung von Art. 956 OR i.V.m. Art. 951 OR ist damit nicht dargetan.

E. 2.3.3

Zwischenfazit Eine firmenrechtlich relevante Verwechslungsgefahr liegt nicht vor. Entsprechend stehen der Klägerin keine firmenrechtlichen Ansprüche zu.

E. 2.4

Namensrecht

E. 2.4.1

Rechtliches Nach Art. 29 Abs. 2 ZGB kann, wer dadurch beeinträchtigt wird, dass ein anderer sich seinen Namen anmasset, auf Unterlassung dieser Anmassung klagen. Eine Namensanmassung liegt vor, wenn die Verwendung eines Kennzeichens durch eine Person zu einer Verwechslungsgefahr mit einem Namen einer anderen Person führt, sodass eine Gefährdung der Unterscheidungs- und Kennzeichnungsfunktion dieses Namens entsteht. Das Bundesgericht bejaht die kumulative Anwendung von Firmenrecht, Markenrecht, Lauterkeitsrecht und Namensrecht (BGE 100 II 395 E. 1 S. 397). Bei juristischen Personen des Obligationenrechts gelten indes in erster Linie die Sondervorschriften des Firmenrechts; das Namensrecht kommt erst in zweiter Linie zur Anwendung (BGE 117 II 513 E. 3a S. 517; HILTI, Zivilrechtlicher Firmenschutz, in: SIWR III/2, Streuli-Youssef [Hrsg.], 3. Aufl., Basel 2019, N. 273). Stiftungen geniessen dagegen keinen firmenrechtlichen, sondern nur einen namensrechtlichen Schutz (HILTI, Grundlagen, in: SIWR III/2, Streuli-Youssef [Hrsg.], 3. Aufl., Basel 2019, N. 20 mit Hinweis auf BGE 103 Ib 6. E. 4 S. 8 f.).

- 41 -

E. 2.4.2

Würdigung Wie bereits vorstehend ausgeführt, kann die Klägerin in diesem Verfahren nur Ansprüche aus Namensrecht einklagen, die ihr selbst zustehen (siehe dazu vorne unter Ziff. 1.5). Soweit die Klage Ansprüche aus Namensrecht zum Gegenstand hat, die der Tochtergesellschaft (A. _____ AG) der Klägerin sowie den von ihr betreuten Stiftungen (A. _____ Anlagestiftung, A. _____ Freizügigkeitsstiftung, A. _____ D. _____, A. _____ Vorsorge 1e und A. _____ E. _____) zustehen, ist auf sie nicht einzutreten. Die Klägerin ruft auch das Namensrecht als Anspruchsgrundlage an. Verglichen mit dem Firmenschutz verfügt Art. 29 Abs. 2 ZGB zwar über eine grössere Reichweite, indem auch anderweitige, firmenrechtlich nicht fassbare Namensanmassungen erfasst sind (BÜHLER, in: Basler Kommentar zum Schweizerischen Zivilgesetzbuch, Geiser/Fountoulakis [Hrsg.], 6. Aufl., Basel 2018, Art. 29 N. 62 f. m.w.H.). In der Regel sind die firmen-, lauterkeits- und markenrechtlichen Grundsätze betreffend die Zeichenverwechselbarkeit indes auch für das Namensrecht massgebend. Diesbezüglich kann auf die vorstehenden Ausführungen verwiesen werden. Eine Zeichenähnlichkeit wurde dort stets verneint (siehe dazu die

Erwägungen unter Ziff. 2.2 ff.). Die Klägerin legt darüber hinaus nicht spezifisch dar, inwiefern ein nicht firmenmässiger, sondern anderweitiger (namensanmassender) Gebrauch ihrer Bezeichnung durch die Beklagten vorliegt, der geeignet wäre, Fehlvorstellungen über die Identität des Namensträgers zu erwecken. Ein solcher ist namentlich hinsichtlich der "B._____ [Schweizer ...-Held]"-Logos der Beklagten, wie nachfolgend auch bei der Prüfung der Ansprüche aus Lauterkeitsrecht ausführlich zu zeigen ist (siehe zum Ganzen hinten unter Ziff. 2.5.2) ■ denn auch nicht ersichtlich.

E. 2.4.3

Zwischenfazit Eine Verwechslungsgefahr liegt hinsichtlich der streitbetroffenen Zeichen nicht vor. Damit verfügt die Klägerin gegenüber den Beklagten über keine Ansprüche aus Namensrecht.

- 42 -

E. 2.5

Lauterkeitsrecht

E. 2.5.1

Rechtliches Unlauter handelt u.a., wer Massnahmen trifft, die geeignet sind, Verwechslungen mit den Waren und Werken, Leistungen oder dem Geschäftsbetrieb eines anderen herbeizuführen (Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG). Wie gezeigt (siehe vorne unter Ziff. 2.1.4), beurteilt sich die Verwechslungsgefahr auch im Lauterkeitsrecht nach den gleichen Grundsätzen wie im Firmen-, Namens- und Markenrecht. Indes gelten auch hier Besonderheiten: Gemäss neuer Praxis des Bundesgerichts werden mit Bezug auf die lauterkeitsrechtliche Verwechslungsgefahr sämtliche Verhaltensweisen erfasst, bei denen das Publikum durch die Schaffung der Verwechslungsgefahr irregeführt wird, insbesondere, um den Ruf der Wettbewerber auszubeuten (BGE 140 III 297 E. 7 S. 307 ff. ■ "Keytrader"). Im Gegensatz zum Firmen- und Markenrecht, wo nur die jeweiligen Registerinträge massgebend sind (sog. kennzeicheninterne Umstände), müssen im Lauterkeitsrecht die gesamten Umstände betrachtet werden. Nicht nur das registerrechtliche Zeichen ist massgebend, sondern dessen tatsächlicher Gebrauch im Wirtschaftsverkehr. Auch weitere Elemente ausserhalb der jeweiligen Zeichen müssen gewürdigt werden (z.B. der Internetauftritt etc.) (kennzeichenexterne Umstände) (siehe zum Ganzen ARPAG AUS, in: Basler Kommentar zum UWG, Hilty/Arpagaus [Hrsg.], Basel 2013, Art. 3 Abs. 1 lit. d N. 91). Anders als im Markenrecht ist bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr unter Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG indes auf die tatsächlichen Abnehmer der Waren und Dienstleistungen abzustellen (siehe BGE 140 III 297 E. 7.2.2 S. 308 ■ "Keytrader").

E. 2.5.2

Würdigung

E. 2.5.2.1

Vorbemerkung Wie bereits vorstehend ausgeführt, kann die Klägerin in diesem Verfahren nur Ansprüche aus Lauterkeitsrecht einklagen, die ihr selbst zustehen (siehe dazu

- 43 - vorne unter Ziff. 1.5). Soweit die Klage Ansprüche aus Lauterkeitsrecht zum Gegenstand hat, die der Tochtergesellschaft der Klägerin (A._____ AG) sowie den von ihr betreuten Stiftungen (A._____ Anlagestiftung, A._____ Freizügigkeitsstiftung, A._____

D._____, A._____ Vorsorge 1e und A._____ E._____) zustehen, ist auf sie nicht einzutreten.

E. 2.5.2.2

Aktivlegitimation Eine andere Frage ist, ob die Klägerin über eigene materielle Ansprüche aus Lauterkeitsrecht gegenüber den Beklagten verfügt. Damit müsste sie durch den Marktauftritt der Beklagten in ihren eigenen wirtschaftlichen Interessen bedroht oder verletzt sein (Art. 9 Abs. 1 UWG). Die Klägerin könnte als Holding- Gesellschaft zumindest mittelbar in ihren wirtschaftlichen Interessen beeinträchtigt sein. Dies wäre etwa der Fall, wenn ihre Tochtergesellschaft (A._____ AG) sowie die von ihr betreuten Stiftungen (A._____ E._____, A._____ D._____, A._____ Vorsorge 1e, A._____ Freizügigkeitsstiftung, A._____ Anlagestiftung) durch das Marktverhalten der Beklagten in lauterkeitsrechtlicher Hinsicht direkt behindert würden. Ob eine solche mittelbare Beeinträchtigung die Klägerin ebenfalls zur Klage i.S.v. Art. 9 Abs. 1 UWG legitimiert, muss hier indes nicht entschieden werden (vgl. dazu RAUBER, Klageberechtigung und Anspruchsordnung, in: SIWR V/1, Streuli-Youssef [Hrsg.], 3. Aufl., Basel 2020, N. 37). Denn wie sogleich zu zeigen ist, ist sie durch den Marktauftritt der Beklagten auch nicht mittelbar in ihren wirtschaftlichen Interessen betroffen.

E. 2.5.2.3

Kennzeicheninterne und -externe Umstände Kennzeicheninterne Umstände: Für den Vergleich der im Markenregister eingetragenen Wortmarken und Wort-/Bildmarken der Parteien sowie der im Handelsregister eingetragenen Firmen kann auf die vorstehenden marken- und firmenrechtlichen Erörterungen verwiesen werden (siehe dazu die Erwägungen unter Ziff. 2.2 ff.). Betreffend diese Zeichen wurde eine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr ausgeschlossen. Nicht anders verhält es sich in Bezug auf die lauterkeitsrechtliche Verwechslungsgefahr.

- 44 - Die Beklagten verwenden darüber hinaus für ihren Marktauftritt ihr Kennzeichen "B._____" in Form von farbigen Logos sowie zur Bezeichnung der Unternehmensgruppe: ... [Darstellungen von B._____] Es fragt sich, ob die Beklagten die Rechtssphäre der Klägerin durch den tatsächlichen Gebrauch dieser Zeichen im Wirtschaftsverkehr beeinträchtigen. Das erste Logo ist in blauer Schrift gehalten (act. 3/4.2). Das zweite Logo verfügt über eine weisse Schrift und wird vor dem Hintergrund einer erodierten, canyonartigen Dünenlandschaft verwendet (act. 23/11). Die Beklagten machen dazu geltend, dass die bildliche Ausgestaltung dieser Logos eine Referenz an das Wahrzeichen von Algier ■ das Monument "Memorial du Martyr" ■ sei. Die symmetrisch abgebildeten letzten zwei Buchstaben ("...") erinnerten an die Stelzen dieses Monuments (act. 7 N. 55). Die Klägerin wendet dazu ein, dass sich die Beklagten mit dem Gebrauch dieser Logos in unzulässiger Weise ihren eigenen "A._____"- Kennzeichen annäherten (act. 22 N. 22). Zwar ist der Klägerin beizupflichten, dass die Logos bei den schweizerischen Abnehmerkreisen nicht unmittelbar Assoziationen an das genannte Monument wecken (act. 22 N. 42). Dennoch fühlen sich auch die hiesigen Abnehmerkreise aufgrund der symmetrischen, geschwungenen Doppel-"..." und insbesondere aufgrund der seitlichen zwei Punkte (rechts vom Zeichen) unwillkürlich an Schriften aus dem nordafrikanischen bzw. arabischen Sprachraum erinnert. Dadurch wird eine zusätzliche Distanz zu den klägerischen "A._____"-Kennzeichen geschaffen. Vor dem Hintergrund der Ausführungen zum Marken- und Firmenrecht ist sodann ein lauterkeitsrechtlich relevantes Verhalten in Bezug

auf die Verwendung der Bezeichnung "B._____ GROUP" im Wirtschaftsverkehr weder dargetan noch ersichtlich. Wie ebenfalls vorstehend festgehalten, legen die Verkehrskreise, die Finanz- dienstleistungen in Anspruch nehmen, eine überdurchschnittlich hohe Aufmerksamkeit an den Tag. In lauterkeitsrechtlicher Hinsicht ist hier besonders zu berücksichtigen, dass sich sowohl die Klägerin (bzw. die mit ihr verbundenen Gesellschaften und Stiftungen) als auch die Beklagten in Bereichen des Finanz-

- 45 - markts bewegen, bei denen nicht die Abwicklung von alltäglichen Finanztransaktionen im Vordergrund steht, sondern die Anlage von erheblichen Vermögenswerten. Die tatsächlichen Abnehmer der anbotenen Dienstleistungen dürften daher ihre Geschäftsbeziehungen umso sorgfältiger planen. Damit ist bei ihnen mit einem grossen Unterscheidungsvermögen zu rechnen. Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich aus den kennzeicheninternen Umständen keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr ergibt. Kennzeichenexterne Umstände: Der Internetauftritt der Unternehmensgruppe der Beklagten unterscheidet sich sodann erheblich von demjenigen der Unternehmensgruppe der Klägerin: Die Website der Unternehmensgruppe der Beklagten ist ausschliesslich in englischer Sprache verfasst und (unbestrittenermassen) schwergewichtig auf im Ausland ansässige, institutionelle Anleger ■ namentlich auf Kunden im nordafrikanischen Raum und im Nahen Osten ■ ausgerichtet (act. 7 N. 68 ff.). Dieser Umstand wird durch aufgeschaltete Fotografien von Wüstenlandschaften und archäologischen Fundstätten sowie durch die wörtliche Erwähnung von Algerien bzw. Tunis unterstrichen (act. 3/4.2■3; act. 23/11). Die Website der Unternehmensgruppe der Klägerin ist dagegen hauptsächlich auf schweizerische Kunden ausgerichtet. Sie nimmt wörtlich Bezug auf die Schweiz, beruft sich auf traditionelle Schweizer Werte und betont diese Werbebotschaft auch mit der Abbildung der Büste von ... [Vorname] B._____ (act. 7 N. 68; act. 3/2.3). Vor diesem Hintergrund ist kein auf Konfusion bezogenes Marktverhalten der Beklagten ersichtlich. Zwar ist sowohl die Unternehmensgruppe der Klägerin als auch die Unternehmensgruppe der Beklagten im Finanzdienstleistungsbereich tätig. Sie bewegen sich aber jeweils in unterschiedlichen Marktsegmenten. Es ist unbestritten geblieben, dass sich das Dienstleistungsangebot der Beklagten vorwiegend an ausländische, institutionelle Anleger ■ einschliesslich Ultra High Net Worth Individuals ■, richtet (act. 7 N. 70). Angesprochen sind namentlich Kunden aus dem nordafrikanischen Raum und dem Nahen Osten (act. 7 N. 77). Zentral sind gemäss unbestrittenem Vorbringen der Beklagten insbesondere hochkomplexe Unternehmenstransaktionen und Investitionen in anspruchsvolle, aber renditestarke Märkte

- 46 - (act. 7 N. 75). Die Klägerin fasst die von ihrer Unternehmensgruppe erbrachten Dienstleistungen zwar unter dem Titel "Finanzdienstleistungen" zusammen, bringt jedoch eigens vor, dass Dienstleistungen im Bereich des Pensionskassen- und Vorsorgewesens im Zentrum stünden (act. 22 N. 9). Aufgrund dieses Geschäftsfelds ist notorisch, dass die Unternehmensgruppe der Klägerin schwergewichtig auf dem schweizerischen Markt tätig ist. Die Klägerin macht alsdann ferner geltend, dass ihre Unternehmensgruppe das Angebot im Finanzdienstleistungsreich seit der Übernahme der vormaligen Privatbank I'._____ stark erweitert habe (act. 22 N. 9). Dieser Umstand ist aber nicht rechtserheblich. Im Lauterkeitsrecht gilt das Prinzip der Gebrauchspriorität. Nach eigener Darstellung der Klägerin ist diese starke Erweiterung des Finanzdienstleistungsangebots erst im Jahr 2017 erfolgt (act. 22 N. 9). Die Beklagten operieren in ihrem Geschäftsfeld indessen unbestrittenermassen bereits seit dem Jahr 2016 unter dem Kennzeichen "B._____ " (act. 1

N. 20). Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich aus den kennzeichenexternen Umständen ebenfalls keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr ergibt. Zusammengefasst ist festzustellen, dass weder Umstände dargetan noch ersichtlich sind, aufgrund derer die angesprochenen Verkehrskreise falsche wirtschaftliche Zusammenhänge vermuteten. Ein Verstoss gegen Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG liegt damit nicht vor. Ebenso lassen sich keine Anhaltspunkte für ein verpöntes Verhalten nach einer anderen Bestimmung des UWG namentlich Art. 2 UWG erblicken. Eine lauterkeitsrechtliche Verwechslungsgefahr liegt damit nicht vor.

E. 2.5.3

Zwischenfazit Eine lauterkeitsrechtliche Verwechslungsgefahr liegt nicht vor. Damit verfügt die Klägerin über keine lauterkeitsrechtlichen Ansprüche gegenüber den Beklagten.

E. 2.6

Fazit Nach dem Gesagten ist die Klage abzuweisen, soweit darauf einzutreten ist.

- 47 - 3. Kosten- und Entschädigungsfolgen 3.1. Streitwert Die Klägerin beziffert den Streitwert mit CHF 500'000. (act. 1 N. 5; act. 22 N. 6 f.). Die Beklagten beantragen dagegen, den Streitwert auf CHF 100'000. festzulegen (act. 7 N. 4). Divergiert das Interesse der klagenden Partei von jenem der beklagten Partei, ist auf den höheren Wert abzustellen (BGE 92 II 62 E. 4 f. S. 65 f.; STEIN-WIGGER, in: Kommentar zur Schweizerischen Zivilprozessordnung, Sutter- Somm/Hasenböhler/Leuenberger [Hrsg.], 3. Aufl., Zürich 2016, Art. 91 N. 26 mit Hinweisen auf Botschaft und Literatur). Entsprechend ist von dem mit Verfügung vom 6. März 2019 (act. 4) festgesetzten Streitwert von CHF 500'000. auszugehen. 3.2. Gerichtsgebühr Die ordentliche Gerichtsgebühr erweist sich als angemessen (§ 4 GebV OG). Beim vorliegenden Streitwert ist sie auf rund CHF 21'000. festzusetzen. Die Verteilung der Gerichtskosten erfolgt im Grundsatz nach Obsiegen und Untertreten der Parteien (Art. 106 Abs. 1 ZPO i.V.m. Art. 95 Abs. 1 lit. a ZPO). Da die Klägerin vollständig unterliegt, sind ihr die Gerichtskosten vollumfänglich aufzulegen. 3.3. Parteientschädigungen Vorliegend erweist sich die ordentliche Anwaltsgebühr als angemessen (§ 4 AnwGebV OG). Sie deckt auch den Aufwand für die Teilnahme an einer Hauptverhandlung ab (§ 11 Abs. 1 AnwGebV OG). Für die Teilnahme an der Vergleichsverhandlung und für die zweite Rechtsschrift ist alsdann ein Zuschlag von rund 40% zu gewähren (§ 11 Abs. 2 AnwGebV OG). Sowohl die Beklagte 1 als auch die Beklagte 2 wurden bis zum Aktenschluss gleichzeitig von Rechtsanwalt Y1. und/oder Dr. Y2. vertreten. Unter Berücksichtigung des Prozessgegenstands war damit aber kein erheblicher Mehraufwand verbunden. Entspre-

- 48 - chend ist die Parteientschädigung für beide Beklagte zusammen auf rund CHF 32'800. festzusetzen. Auch die Parteientschädigung wird grundsätzlich nach Obsiegen und Untertreten auferlegt (Art. 106 Abs. 1 ZPO i.V.m. Art. 95 Abs. 1 lit. b ZPO). Da die Klägerin vollständig unterliegt, sind ihr auch diese Kosten vollumfänglich aufzuerlegen. Das Handelsgericht beschliesst:

E. 6

Oktober 2004, E. 4.3, in: sic! 2005, S. 123 ff. "Yello/Yellow Access AG [fig.]"). Das Wortende von "A." erfährt dadurch ein besonderes Gewicht. Zusammenfassend ist festzustellen, dass sich die konfligierenden Zeichen im Schriftbild hinreichend unterscheiden. Wortklang: Der Klang wird von der Aussprachekadenz und der

Aufeinanderfolge der Vokale beeinflusst (BGE 119 II 473 E. 2c S. 475 f. ■ "Radion/Radomat"). Wie gezeigt, unterscheiden sich die konfligierenden Zeichen in der Anzahl der Silben. Daraus ergibt sich eine unterschiedliche Aussprachekadenz. Das Zeichen "A._____" verfügt ■ im Vergleich zu "B._____" ■ mit dem Buchstaben "O" sodann über einen zusätzlichen Vokal, weshalb sich die Vokalfolge unterscheidet. Die Betonung liegt bei "A._____" dadurch auf der Endsilbe "-...". Zwar stimmt die Stellung der Konsonanten ■ das doppelte "... [Buchstabe]" ■ bei beiden Zeichen überein. Eine Übereinstimmung der Konsonanten fällt indes in der Regel nicht ins Gewicht (STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, Basler Kommentar zum Markenschutzgesetz, 3. Aufl., Basel 2017, David/Frick [Hrsg.], Art. 3 N. 63). Die Verschiedenheit der konfligierenden Zeichen ist nicht ohne Weiteres zu überhören, zumal es sich beim beklaglichen "B._____" um ein typisches Kurzwort handelt (vgl. BGE 121 III 377 E. 3a S. 380 ■ "BOSS/BOKS"). Eine Ähnlichkeit in klanglicher Hinsicht ist damit zu verneinen. Sinngehalt: Sodann ist zu prüfen, ob der erkennbare Sinngehalt der beiden konfligierenden Zeichen leicht zu Verwechslungen führen kann (STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, a.a.O., Art. 3 N. 80). Entscheidend für den gleichen Sinngehalt können neben der eigentlichen Wortbedeutung auch Gedankenverbindungen sein, die das Zeichen unweigerlich hervorruft (Urteil B-1641/2007 des Bundesverwaltungsgerichts vom 3. Oktober 2007, E. 6.3 ■ "STREET PARADE/SUMMER PARADE").

- 26 - Die Klägerin macht geltend, dass der Bestandteil "B._____" ihrer Marke "A._____" als Hinweis auf den Schweizer ...-Helden ... B._____ verstanden werde (act. 22 N. 37). Der Bestandteil "... " stehe hingegen für "... " (Englisch) oder "... " (Französisch) und sei in der Gesamtbetrachtung zu vernachlässigen (act. 1 N. 24). Die massgeblichen Verkehrskreise würden denn auch unter dem beklaglichen Zeichen "B._____" einen Hinweis auf ... B._____ erblicken (act. 1 N. 23). Die Beklagten wenden demgegenüber mit Bezug den Sinngehalt ihres Zeichens "B._____" ein, dass es sich vom arabischen (bzw. hebräischen) Wort "B._____" ableite, das mit "... " übersetzt werde. Sinnbildlich stehe das Zeichen für die geografische Abstammung der beklaglichen Unternehmensgruppe sowie deren Ambition, auf Basis der internationalen Finanzerfahrungen im Nahen Osten bzw. in Nordafrika die "... " aufzubauen (act. 7 N. 13 ff.; act. 9/3). Die beklagliche Wortmarke "B._____" besteht aus dem Wort "B._____" in Alleinstellung. Massgebend in Bezug auf den Sinngehalt sind die durchschnittlichen Sprachkenntnisse der Schweizerischen Verkehrskreise (STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, a.a.O., Art. 3 N. 166 mit Hinweis auf das Urteil B-4864/2013 des Bundesverwaltungsgerichts vom 17. Februar 2015, E. 3.2.2.3 ■ "Omega/Ou mi Jia"). Mit der Klägerin ist davon auszugehen, dass das Wort "B._____" in Alleinstellung bei den massgeblichen Verkehrskreisen primär Assoziationen zum Schweizer ...-Helden ... B._____ weckt. Hingegen ist das Vorbringen der Beklagten, wonach die mit Nordafrika bzw. die mit dem Nahen Osten verbundenen Kunden, auf die sie (die Beklagte) ihr Marketing schwerpunktmässig ausrichte, den arabischen (bzw. hebräischen) Sinngehalt des Worts "B._____" erfassen würden, nicht rechtserheblich. Dieser Sinngehalt ■ "B._____" als ... [Übersetzung] ■ dürfte nämlich den hiesigen Verkehrskreisen kaum bekannt sein. Der klägerischen Wortmarke "A._____" kommt kein unmittelbar verständlicher Sinngehalt zu. Entsprechend werden die massgeblichen Verkehrskreise versuchen, sich aus den beiden Zeichenbestandteilen "B._____" und "... " einen Sinn zu erschliessen (vgl. das Urteil B-626/2015 des Bundesverwaltungsgerichts vom

E. 9

Juni 2016, E. 5.3.5 ■ "Kalisil/Kalisan"). Mit Bezug auf ihre Marke "A._____" wendet die Klägerin zurecht ein, dass der Bestandteil "... " vom Betrachter als

- 27 - Hinweis auf ein Gesellschaftsverhältnis ("...") verstanden werde (act. 1 N. 24; so auch die Beklagten in act. 7 N. 53). Das heisst allerdings nicht, dass ■ so die Klä- gerin ■ dieser Bestandteil in der Gesamtbetrachtung des Zeichens unbedeutend wäre. Vielmehr ist aufgrund der Endsilbe "-..." der Marke der Klägerin eine Asso- ziation zur englischen Sprache inhärent. Denn das hiesige Publikum ist sich mitt- lerweile bei Marken an Anglizismen und anglofone Anleihen gewohnt. Es liegt na- he, bei "A._____" primär auf das englische Verb "to ...", das mit "...", "...", "... " übersetzt wird und auch den Schweizerischen Verkehrskreisen geläufig ist, zu schliessen. Entsprechend liegt nicht auf der Hand, dass die massgeblichen Ver- kehrskreise bei der Betrachtung des Wortzeichens "A._____" in erster Linie auf ... [Vorname] B._____ schliessen. Aufgrund dieser Ambivalenz im Sinngehalt von "A._____" kann nicht von einer deutlichen Übereinstimmung des erkennbaren Sinngehaltes von "B._____" und "A._____" geschlossen werden. Zusammenfassend ist festzustellen, dass sowohl in Bezug auf den Wortklang, das Schriftbild sowie den Sinngehalt keine rechtserhebliche Ähnlichkeit zwischen den Wortmarken "A._____" und "B._____" besteht. 2.2.2.4.2. Gleichartigkeit der Waren und Dienstleistungen Marken werden nur im Rahmen ihres Gleichartigkeitsbereichs (Spezialitätsprinzip) geschützt (JOLLER, a.a.O., Art. 3 N. 252). Entsprechend ist zu prüfen, ob die kon- fligierenden Zeichen für gleiche oder gleichartige Waren und Dienstleistungen be- ansprucht werden. Die Marke "A._____" der Klägerin ist für Waren und Dienstleistungen der Klassen 35 (Geschäftsführung im Bereich der Pensionskassen) und 36 (Finanzdienstleis- tungen; Immobiliendienstleistungen; Versicherungswesen, namentlich Dienstleis- tungen einer Pensionskasse) gemäss Nizza-Klassifikation hinterlegt (act. 3/6.1). Die Marke "B._____" der Beklagten 1 beansprucht sodann Waren und Dienstleis- tungen der Klasse 36 (Finanzdienstleistungen; Anlageverwaltungsdienste; In- vestmentbankgeschäfte; Finanzdienstleistungen im Zusammenhang mit privatem Aktienkapital [Private Equity]; Dienstleistungen eines Börsenmaklers; Investiti-
- 28 - onsmanagement; Beratungsdienstleistungen im Zusammenhang mit finanziellen Angelegenheiten) gemäss Nizza-Klassifikation (act. 3/4.5). Nach Ablauf der fünfjährigen Karenzfrist und bei entsprechend glaubhaft gemach- tem Einwand seitens des Inhabers der jüngeren Marke (Art. 12 MSchG) sind zur Beurteilung diejenigen Waren und Dienstleistungen der älteren Marke entschei- dend, für welche die Marke tatsächlich rechtserhaltend benutzt wurde (Urteil B- 7202/2014 des Bundesverwaltungsgerichts vom 1. September 2016, E. 4.2 ■ "GEO/Geo influence"). Die Beklagten machen keinen Nichtgebrauch geltend, weshalb seitens der klägerischen Marke sämtliche im Register beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu berücksichtigen sind. Im Nichtigkeitsprozess sind auf Seiten der jüngeren Marke ebenfalls sämtliche im Markenregister beanspruch- ten Waren- und Dienstleistungen massgebend (JOLLER, a.a.O., Art. 3 N. 269 m.w.H.). Entsprechend sind sämtliche im vorangehenden Absatz genannten Wa- ren und Dienstleistungen einander gegenüberzustellen. Die für die konfligierenden Zeichen im Register eingetragenen Dienstleistungen sind teilweise gleich. Finanzdienstleistungen werden sowohl von der Klägerin als auch von der Beklagten 1 für sich beansprucht. Im Übrigen überschneiden sich die strittigen Dienstleistungen thematisch; die Geschäftsführung bei Pensionskas- sen (Dienstleistung der Klasse 35, Klägerin) ist sachlich

eng mit Investitionsmanagement, Anlageverwaltungsdiensten sowie Beratungsdienstleistungen in finanziellen Angelegenheiten (Dienstleistungen der Klasse 36, Beklagte 1) verbunden. Zwischen den strittigen Dienstleistungen zwischen den Klassen 35 und 36 gemäss Nizza-Klassifikation muss Gleichheit oder Gleichartigkeit angenommen werden. Die Marken "A._____" und "B._____" werden entsprechend für gleiche oder zu- mindest gleichartige Dienstleistungen beansprucht. 2.2.2.4.3. Verwechslungsgefahr Schliesslich ist in einer abschliessenden Gesamtbetrachtung die Verwechslungs- gefahr zu beurteilen. Zu berücksichtigen sind die Kennzeichnungskraft der beiden

- 29 - Marken, die Art der Dienstleistungen sowie der Aufmerksamkeitsgrad der massgeblichen Verkehrskreise, den sie bei der Dienstleistungsnachfrage walten lassen. Namentlich genügen bei kennzeichnungsschwachen Marken bereits bescheidenere Abweichungen (Urteil 4C_258/2004 des Bundesgerichts vom 6. Oktober 2004, E. 3.3, in: sic! 2005, S. 123 ff. ■ "Yello/Yellow Access AG [fig.]"). Eine unmittelbare Markenähnlichkeit ist gemäss vorstehenden Erwägungen zu verneinen, da die kollidierenden Zeichen unterschieden werden können (unmittelbare Verwechslungsgefahr). Es bleibt zu prüfen, ob die massgeblichen Verkehrskreise die streitbetroffenen Zeichen zwar auseinanderhalten können, aber trotzdem vermuten, dass die entsprechend gekennzeichneten Dienstleistungen vom gleichen Unternehmen stammten (mittelbare Verwechslungsgefahr) (vgl. das Urteil 4A_207/2010 des Bundesgerichts vom 9. Juni 2011 E. 5.1, in: sic! 2011, S. 666 ff. ■ "R [fig.] RSW Rama Swiss Watch/RAM Swiss Watch"). Kennzeichnungskraft: Sowohl das klägerische Zeichen "A._____" als auch das beklagte Zeichen "B._____" sind ■ sofern ihnen die vorstehend aufgezeigten Sinngehalte zugeschrieben werden ■ nicht beschreibend: Es besteht kein Zusammenhang zwischen Inhalt und Qualität der Dienstleistungen. Dies ist auch unbestritten geblieben. Damit kommt beiden Zeichen die markenrechtliche Schutzfähigkeit zu. Dies ist denn auch unbestritten geblieben. Von der Schutzfähigkeit zu unterscheiden ist indes der Schutzzumfang einer Marke. Er bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Die Beklagten machen diesbezüglich geltend, dass im Schweizerischen Markenregister zahlreiche Marken mit dem Bestandteil "B._____" eingetragen seien; mehrere davon beanspruchten gar Waren und Dienstleistungen der Klasse 36 gemäss Nizza-Klassifikation (act. 7 N. 43, N. 59; act. 9/12 ■ 14). Die Klägerin stellt eine Verwässerung des Markenbestandteils "B._____" in Abrede (act. 22 N. 30; act. 23/12). Dem Schweizerischen Markenregister sind ■ abgesehen von den Marken der Parteien ■ 52 Wortmarken sowie Wort-/Bildmarken für verschiedene Waren und Dienstleistungen zu entnehmen, die den Bestandteil "B._____" enthalten (vgl. act. 9/13). Davon sind ■ abgesehen von den Marken der Parteien ■ sechs Marken für Waren und Dienstleistungen der Klasse 36 gemäss Nizza-Klassifikation (u.a.

- 30 - Finanzdienstleistungen) hinterlegt (vgl. act. 9/14). Allein aufgrund der Registerlage darf zwar nicht auf eine Verwässerung bzw. Schwächung eines Zeichens geschlossen werden (JOLLER, a.a.O., Art. 3 N. 113 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Gemäss Rechtsprechung des Bundesgerichts büsst ein Zeichen indes auch an Kennzeichnungskraft ein, wenn es "auf Schritt und Tritt" für alle möglichen Waren und Dienstleistungen anzutreffen ist ■ nicht nur in Bezug auf gleichartige Waren und Dienstleistungen (BGE 79 II 98 E. 1b S. 100 ■ "Solis/Sollux"; so im Ergebnis auch das Urteil 4C_258/2004 des Bundesgerichts vom 6. Oktober 2004 E. 3.4, in: sic! 2005, S. 123 ff. ■ "Yello/Yellow

Access AG [fig.]). Ebenso wird bei einer grossen Anzahl von Eintragungen ähnlicher Marken vermutet, dass zumindest einige davon tatsächlich im Gebrauch stehen (BGE 72 II 135 E. 2b S. 141 ■ "Lux"). Ob nun verstanden als Hinweis auf ... [Vorname] B._____ oder auf das englische Verb "to ..." ■ das Zeichen bzw. der Zeichenbestandteil "B._____" weckt Assoziationen zu Ausdrücken des allgemeinen Sprachgebrauchs (MARBACH, a.a.O., N. 981; siehe dazu auch das Urteil 4A_330/2014 des Bundesgerichts vom 4. Dezember 2014, E. 2.2.4, in: sic! 2015, S. 238 ff. ■ "Think I Think Outdoors/Think Weinbrenner"). Entsprechend häufig wird dieser Zeichenbestandteil zur Bezeichnung von Waren und Dienstleistungen jeglicher Art verwendet. Damit handelt es sich bei "B._____" um einen kennzeichnungsschwachen Zeichenbestandteil. Der ebenfalls kennzeichnungsschwache Zusatz in Form der Endsilbe "-..." kann die Kennzeichnungskraft von "A._____" sodann nicht merklich erhöhen. Die Klägerin macht denn auch nicht geltend, gegenüber weiteren Markeninhabern, die über Zeichen mit dem Bestandteil "B._____" verfügen, rechtliche Schritte unternommen zu haben, um einer Verwässerung des Zeichens bzw. Zeichenbestandteils entgegenzuwirken (vgl. act. 22 N. 27). Sofern die Klägerin schliesslich geltend macht, dass ihr Zeichen "A._____" mindestens eine mittelmässige Branchen- oder Kundenbekanntheit für sich beanspruchen könne, kann sie daraus nichts zu ihren Gunsten ableiten (act. 1 N. 29; act. 22 N. 33). Sie verweist dazu lediglich auf ein paar schweizweit verbreitete Presseerzeugnisse und Fachpublikationen (act. 3/6.13 ■ 18). Eine durch Benutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft hat sie damit weder substantiiert behauptet noch nachgewiesen.

- 31 - Zusammenfassend ist festzustellen, dass die Verkehrskreise eine Marke nicht allein aufgrund des schwachen Zeichenbestandteils "B._____" einem bestimmten Unternehmen zuordnen. Aufmerksamkeitsgrad der Verkehrskreise / Art der Dienstleistungen: Die beanspruchten (aufwendigen) Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 gemäss Nizza-Klassifikation setzen ein Vertrauensverhältnis zwischen Anbieter und Abnehmer voraus. Wer diese Dienstleistungen in Anspruch nimmt, wird sich, auch wegen der Kostspieligkeit, seinen Vertragspartner sorgfältig auswählen. Es ist entsprechend davon auszugehen, dass die Abnehmer der Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 ■ und zwar sowohl Fachpersonen als auch das breite Publikum ■ bei der Auswahl aus der Masse des Angebots eine erhöhte Aufmerksamkeit an den Tag legen (vgl. zum Ganzen das Urteil B-1009/2010 des Bundesverwaltungsgerichts vom 14. März 2011, E. 3.3.2 ■ "Credit Suisse/UniCredit Suisse Bank [fig.]). Ein aufmerksamer Abnehmer kann die zwei Wortmarken "A._____" und "B._____" auseinanderhalten (unmittelbare Verwechslungsgefahr). Aufgrund der vorstehend beschriebenen Unterschiede werden ■ trotz Gleichartigkeit der beanspruchten Dienstleistungen ■ auch keine falschen wirtschaftlichen Zusammenhänge vermutet (mittelbare Verwechslungsgefahr). Zusammenfassend ist festzustellen, dass keine rechtserhebliche Verwechslungsgefahr vorliegt.

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