ius.focus
Februar 2024 Heft 2
Handels– und Wirtschaftsrecht

[Seite 17] Markenrechtlicher Ausschluss: «World Economic Forum» nicht für Gastronomiedienstleistungen geeignet

Art. 2 lit. a MSchG; Art. 8, Art. 9 BV

Das Zeichen «WORLD ECONOMIC FORUM» ist für Gastronomiedienstleistungen nicht schutzfähig. [42]

» BVGer B-3392/2023 vom 7. November 2023

Am 20. April 2017 beantragte das World Economic Forum (Beschwerdeführerin) die Eintragung des Zeichens «WORLD ECONOMIC FORUM» für verschiedene Dienstleistungen, darunter Beherbergungs- (Klasse 36), Reiseplanungs- (Klasse 39), und Gastronomiedienstleistungen (Klasse 43). Am 27. September 2017 akzeptierte das IGE (Vorinstanz) das Zeichen als Marke für Dienstleistungen der Klassen 36 und 39, jedoch nicht für Gastronomiedienstleistungen *(«services de restauration [alimentation]»)*. Denn das Zeichen werde für diese Art von Dienstleistungen als Gemeingut betrachtet und sei daher nicht für den Markenschutz zugelassen. Trotz Einschränkungsvorschlägen der Beschwerdeführerin bestätigte die Vorinstanz in ihrer Verfügung vom 15. Mai 2023, dass der Markenschutz für die Gastrodienstleistungen aufgrund mangelnder Unterscheidungskraft abzulehnen sei. Gegen diese Verfügung legte die Beschwerdeführerin am 13. Juni 2023 Beschwerde beim Bundesverwaltungsgericht (BVGer) ein und beantragte deren Aufhebung und die Eintragung des Zeichens auch für Gastronomiedienstleistungen.

Das BVGer stellte zunächst fest, dass Marken üblicherweise nach dem allgemeinen Sprachgebrauch bewertet werden, unabhängig von ihrem tatsächlichen Gebrauch oder ihrer Bekanntheit. Es gibt jedoch Ausnahmen, wenn Marken, die anfänglich einen beschreibenden Sinngehalt haben, aufgrund ihres exklusiven Anspruchs auf einen Gegenstand als ursprünglich unterscheidungskräftig gelten. Beispiele hierfür sind «Swiss Army» und «The Royal Bank of Scotland» (E. 4.3).

Ein Zeichen, das den Ort oder Rahmen der Dienstleistung beschreibt, gilt grundsätzlich als nicht unterscheidungskräftig. Die Bewertung hängt davon ab, ob eine enge sachliche Beziehung besteht, sodass Verkehrskreise erwarten, dass die Dienstleistung üblicherweise an diesem Ort oder in diesem Rahmen erbracht wird (E. 4.4). Die massgeblichen Verkehrskreise werden primär anhand der tatsächlichen Abnehmergruppen bestimmt (E. 4.6). Vorliegend richtet sich eine «Gastronomiedienstleistung» sowohl an mehrheitlich erwachsene Verbraucher als auch an Fachkreise im Bereich der Gastronomie, einschliesslich Lieferanten und Catering-Anbieter (E. 5).

Die Gastronomiedienstleistungen werden in verschiedenen Kontexten angeboten und nachgefragt, oft als Basis für gesellige Zusammenkünfte und Austausch. Bei Veranstaltungen wie Symposien, Vorträgen und Foren sind Gastronomiedienstleistungen häufige Begleitdienstleistungen. Insbesondere bei Fachveranstaltungen wie dem Swiss Economic Forum (SEF) werden verschiedene Verpflegungsmöglichkeiten angeboten, die möglicherweise im Teilnahmebetrag enthalten sind. Diese dienen nicht nur der Befriedigung des Appetits, sondern auch dem Networking und informellen Austausch. Im

Zusammenhang mit dem umstrittenen Zeichen erkennen die Verkehrskreise wahrscheinlich den Hinweis darauf, dass diese Gastronomiedienstleistungen im Rahmen eines Weltwirtschaftsforums angeboten werden. Folglich ist das strittige Zeichen in diesem Zusammenhang als eine direkte Beschreibung des Erbringungsortes oder Rahmens für Restaurantdienstleistungen anzusehen (E. 6.2).

Weiter prüfte das BVGer, ob die Beschwerdeführerin einen ausschliesslichen Anspruch auf den Gegenstand des World Economic Forum gestützt auf das Abkommen zwischen dem Schweizerischen Bundesrat und der World Economic Forum vom 23. Januar 2015 hat. In diesem Fall könnte das an sich beschreibende Zeichen dennoch als ursprünglich unterscheidungskräftig betrachtet werden (E. 7.–7.1).

Das Abkommen anerkennt zwar die Beschwerdeführerin als einen wichtigen Akteur in der Weltwirtschaftspolitik und gewährt ihr gewisse Vorrechte und Erleichterungen. Dennoch ergibt sich daraus keine markenrechtliche Alleinstellung. Folglich besteht kein ausschliesslicher Anspruch auf das Zeichen. Auch lässt sich aus dem Abkommen nicht ableiten, dass ein öffentliches Interesse besteht, der Beschwerdeführerin einen solchen exklusiven Anspruch zu gewähren. Im Lichte dieser Überlegungen ist das Zeichen für Gastronomiedienstleistungen als nicht unterscheidungskräftig anzusehen (E. 7.4).

Das BVGer bestätigte den Entscheid der Vorinstanz und weist die Beschwerde ab (E. 9). Die Beschwerdeführerin hat den Entscheid vor Bundesgericht angefochten.

Kommentar

Das Urteil hebt die Bedeutung der sachlichen Beziehung zwischen einem Zeichen und einer Dienstleistung hervor. Zudem stellt das BVGer klar, dass ein Abkommen zwischen dem World Economic Forum und dem Schweizerischen Bundesrat, obwohl es bestimmte Vorrechte und Erleichterungen gewährt, keine markenrechtliche Alleinstellung für das fragliche Zeichen begründet.

Reto Arpagaus/Piriyanthini Muthulingam