



IGE | IPI

Eidgenössisches Institut
für Geistiges Eigentum

Informationen zu Labels und rechtlichen Fragen rund um die grünen Marken

1 Marke vs. grüne Marke

Der Ausdruck «grüne Marke» wird in immaterialgüterrechtlichen Veröffentlichungen erst seit Kurzem verwendet und ist kein juristischer Fachbegriff. Grüne Marken sind kein Markentyp im rechtlichen Sinn. Ihre Besonderheit besteht darin, dass sie Wörter, Slogans oder bildliche Darstellungen enthalten, die einzeln oder in Kombination auf den Umweltschutz oder die Nachhaltigkeit verweisen. Deshalb werden sie in Veröffentlichungen zum Thema grüne Marken manchmal mit der Unternehmenskommunikation in Sachen Umweltschutz verknüpft (z. B. [Maggiore 2021](#) und [Park 2022](#).)

2 Wichtige Schutzbedingungen für grüne Marken

Zugehörigkeit zum Gemeingut

Grüne Marken sind gewöhnliche Marken und daher per definitionem unterscheidungskräftige Zeichen. Die Unterscheidungskraft bemisst sich nach dem von der Marke erweckten Gesamteindruck. Zeichen ohne Unterscheidungskraft können grundsätzlich nicht als Marke geschützt werden. Dies gilt für Zeichen, die ausschliesslich aus einzeln oder kombiniert verwendeten üblichen, beschreibenden oder anpreisenden Angaben bestehen: Ihnen fehlt grundsätzlich die Unterscheidungskraft. So kann beispielsweise ein Zeichen, das lediglich aus einem Verweis auf die positive oder neutrale Umweltbelastung der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen besteht, nicht als Marke geschützt werden, weil es sich um eine beschreibende Angabe handelt (Richtlinien des IGE in Markensachen, nachfolgend «Markenrichtlinien», Teil 5, Ziff. 4.4.1 und 4.4.2). Eine Marke kann auch abgelehnt werden, wenn sie sich in allgemeinen reklamehaften Berühmungen des Angebots erschöpft oder wenn sie aus einem Slogan ohne Unterscheidungskraft besteht (Markenrichtlinien, Teil 5, Ziff. 4.4.3 und 4.4.5).

Eine grüne Marke kann jedoch geschützt werden, wenn sie Elemente mit Umweltschutz- oder Nachhaltigkeitsbezug mit anderen Elementen wie Wörtern, Buchstaben, Zahlen oder Bildelementen kombiniert, sodass das Zeichen insgesamt unterscheidungskräftig ist.

Beispiel eines wegen mangelnder Unterscheidungskraft abgelehnten Zeichens:

Teilweise abgelehntes Zeichen für Textilien der Klassen 24 und 25: Die mit dem Element ECO und der grünen Farbe kombinierten Elemente waren nicht ausreichend, um dem Zeichen Unterscheidungskraft zu verleihen. Urteil B-103/2020 des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.05.2021.

Beispiele von Zeichen, die unter dem Gesichtspunkt der Unterscheidungskraft akzeptiert wurden:



PROOF OF GREEN

CH 805891, Kl. 41



Sustainable and fair.

CH 788664, Kl. 35, 41



Offensichtliche Irreführungsgefahr

Eine Marke darf nicht irreführend sein. Mit anderen Worten: Sie darf keine irreführenden Angaben über die Herkunft, Beschaffenheit oder Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen enthalten. In der Praxis prüft das IGE nicht, ob die in der Marke enthaltenen Angaben der Wahrheit entsprechen. Dies gilt auch für umweltbezogene Angaben in grünen Marken. Ebenso wenig prüft das IGE die tatsächlichen Eigenschaften der Hinterlegerin bzw. des Hinterlegers der Marke. Nach der Praxis des IGE besteht keine Irreführung, solange eine korrekte Benutzung des Zeichens für die beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen möglich ist. Anders ausgedrückt: Das IGE lehnt die Eintragung eines Zeichens ab, wenn es offensichtlich irreführend ist. Folglich kommt es ausserordentlich selten vor, dass die Eintragung einer grünen Marke wegen offensichtlicher Irreführungsgefahr verweigert wird. Gemäss der konstanten Praxis des IGE werden Zeichen mit dem Bestandteil BIO für synthetische Waren als irreführend zurückgewiesen, für landwirtschaftliche Produkte hingegen ohne Weiteres zugelassen (Markenrichtlinien, Teil 5, Ziff. 5).

3 Garantimarken und Umweltlabels: Besondere Anforderungen an Garantimarken

Unternehmen möchten den Konsumentinnen und Konsumenten möglicherweise mithilfe eines Umweltlabels mitteilen, dass ihre Waren oder Dienstleistungen bestimmten ökologischen Normen oder Nachhaltigkeitsstandards entsprechen. Laut dem [Staatssekretariat für Wirtschaft](#) sollen diese Labels Konsumentinnen und Konsumenten den bewussten Einkauf von umweltfreundlichen, nachhaltig erzeugten Produkten ermöglichen (siehe dazu <https://www.labelinfo.ch/de/list/>).

Umweltlabels können von ihren Inhaberinnen und Inhabern als Marke geschützt werden. Das Schweizer Recht kennt mehrere Arten von Marken, für die unterschiedliche Voraussetzungen gelten. Die Inhaberinnen und Inhaber der Labels müssen sich je nach deren Besonderheiten für einen dieser Markenarten entscheiden. Eine besondere Kategorie bildet dabei die Garantimärke, die nicht unerhebliche Vorteile für den markenrechtlichen Schutz von Umweltlabels bietet.

Garantiemarken dienen insbesondere dazu, gemeinsame Merkmale von Waren oder Dienstleistungen unterschiedlicher Unternehmen zu gewährleisten. Dazu gehören z. B. die Beschaffenheit (Kleider aus Baumwolle), die geografische Herkunft (Schweizer Produkte, Produkte aus dem Wallis), die Art der Herstellung (Produkte aus biologischem Anbau oder tiergerechter Haltung, umweltfreundliche Herstellung) oder technische Eigenschaften (Produkte mit Typenprüfung). Zu diesem Zweck muss das Gesuch um Eintragung einer Garantimärke zusammen mit einem Markenreglement eingereicht werden. Darin sind die gemeinsamen Merkmale der Waren und Dienstleistungen festzulegen, für die das Zeichen als Marke gebraucht wird. Diese gemeinsamen Merkmale müssen objektiv sein. Die Markeninhaberin bzw. der Markeninhaber hat die Einhaltung der gemeinsamen Merkmale zu überwachen (Art. 21 Abs. 1 des Markenschutzgesetzes, MSchG). Im Markenreglement müssen auch die Kontrollmechanismen sowie angemessene Sanktionen für den Fall des unzulässigen Markengebrauchs festgelegt sein (Art. 23 Abs. 2 MSchG, Markenrichtlinien, Teil 5, Ziff. 10.3).

Um ein Zeichen als Garantimärke einzutragen, müssen folglich besondere Bedingungen erfüllt sein. Die Garantimärke wird dadurch zu einem Schutzinstrument, das den Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten sowie der Märkte hinsichtlich der Verwendung von Umweltlabels im Handel grundsätzlich gut entspricht.