

## Verfügung im Lösungsverfahren Nr. 104418 in Sachen

Victorinox AG  
Schmiedgasse 57  
6438 Ibach

### Antragstellende Partei

vertreten durch

Isler & Pedrazzini AG  
Postfach  
8027 Zürich

### gegen

FUJIAN HUAYING CASE&HANGBAG MATERIALS CO., LTD.  
HONGKUAN INDUSTRIAL VILLAGE  
RONGQIAO ECONOMIC TECHNOLOGY DEVELOPMENT ZONE  
350300 Fuqing City, Fujian Province  
CN-China

### Antragsgegnerische Partei

vertreten durch

Meyer & Kollegen  
Ringstrasse 35c  
7000 Chur

# SUISSEWIN

CH-Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.))

Gestützt auf Art. 35a ff. i.V.m. Art. 12 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 232.11), Art. 24a ff. der Markenschutzverordnung (MSchV, SR 232.111), Art. 1 ff. der Verordnung des IGE über Gebühren (GebV-IGE, SR 232.148) sowie auf Art. 1 ff. des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren (VwVG, SR 172.021) hat das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: IGE)

in Erwägung gezogen:

## I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Am 24.02.2025 reichte die antragstellende Partei gegen die Schweizer Marke Nr. 684716 - "SUISSEWIN ((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) einen Löschungsantrag wegen Nichtgebrauchs ein und beantragte deren vollständige Löschung. Dies betrifft folgende Waren:

*Klasse 9: Laptoptaschen, Laptophüllen, Taschenrechner, Freisprecheinrichtung für Telefone, Smartphones, Überwachungsapparate (elektrisch), Spezialutensils für fotografische Apparate und Instrumente, Unfallschutzvorrichtungen für den persönlichen Gebrauch, Kneifer (Augengläser), Ladegeräte für Akkumulatoren; alle vorgenannten Waren Schweizer Herkunft;*

*Klasse 18: Taschen, Sporttaschen, Reisekoffer, Aktentaschen, Dokumentenmappen, Handtaschen, Reisekoffer (Handkoffer), Rucksäcke, Brieftaschen, Leder, roh oder teilweise bearbeitet, Handkoffer; alle vorgenannten Waren Schweizer Herkunft;*

*Klasse 25: Hosen, Mäntel, Bekleidungsstücke, Babywäsche, Schuhe (Halbschuhe), Hüte, Wirkwaren (Bekleidung), Handschuhe (Bekleidung), Gürtel (Bekleidung), Damenkleider; alle vorgenannten Waren Schweizer Herkunft.*

2. Mit Verfügung vom 25.02.2025 wurde die antragsgegnerische Partei aufgefordert, eine Stellungnahme einzureichen.
3. Innerhalb der angegebenen Frist reichte die antragsgegnerische Partei keine Stellungnahme ein. Mit Verfügung vom 08.04.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion.
4. Auf die einzelnen Ausführungen der antragstellenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

## II. Sachentscheidvoraussetzungen

1. Gemäss Art. 35a Abs. 1 MSchG kann jede natürliche oder juristische Person einen Antrag auf Löschung einer Marke wegen Nichtgebrauchs Art. 12 Abs. 1 MSchG stellen. Ein besonderes Interesse muss nicht nachgewiesen werden (Bundesverwaltungsgericht [BVGer] B-2382/2020, E. 2.4.2 – PIERRE DE COUBERTIN, abrufbar unter <http://www.bvger.ch>). Die antragstellende Partei ist somit im vorliegenden Verfahren aktivlegitimiert (vgl. Richtlinien in Markensachen des IGE [nachfolgend: Richtlinien], Teil 7, Ziff. 2 unter [www.ige.ch](http://www.ige.ch)).
2. Der Löschungsantrag kann frühestens fünf Jahre nach Ablauf der Widerspruchsfrist oder im Falle eines Widerspruchsverfahrens fünf Jahre nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens gestellt werden (Art. 35a Abs. 2 lit. a und b MSchG).  
Gegen die am 02.03.2016 in Swissreg publizierte angefochtene Marke wurde kein Widerspruch erhoben (vgl. [www.swissreg.ch](http://www.swissreg.ch)). Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einreichung des Löschungsantrags, d.h. am 24.02.2025, abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist: Richtlinien, Teil 7, Ziff. 2.4).
3. Der Löschungsantrag wurde unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 24a lit. a bis e MSchV) eingereicht und die Löschungsgebühr innerhalb der vom IGE angesetzten Frist bezahlt (Art. 35a Abs. 3 MSchG). Auf den Löschungsantrag ist folglich einzutreten.

### III. Prozessuales

1. Die antragsgegnerische Partei hat mehrere Möglichkeiten, um auf den Löschungsantrag zu reagieren. Sie kann die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs ihrer Marke anfechten und/oder den Gebrauch der angefochtenen Marke glaubhaft machen. Ferner hat sie die Möglichkeit, das Bestehen wichtiger Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (vgl. Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4. ff.).
2. Ist das IGE der Auffassung, dass der Nichtgebrauch nicht glaubhaft gemacht wurde, weist es den Löschungsantrag ab, ohne zu prüfen, ob die von der antragsgegnerischen Partei eingereichten Beweismittel den Gebrauch der Marke gemäss Art. 11 MSchG glaubhaft machen oder ob wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen (Art. 35b Abs. 1 lit. a MSchG und Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1). Ferner wird nach Art. 35b Abs. 1 lit. b MSchG der Löschungsantrag abgewiesen, wenn die antragsgegnerische Partei den Gebrauch der Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft macht. Wird der Nichtgebrauch nur für einen Teil der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen glaubhaft gemacht, so wird der Antrag gemäss Art. 35b Abs. 2 MSchG nur für diesen Teil gutgeheissen.
3. Macht die antragsgegnerische Partei, wie vorliegend, von ihrem Recht, sich zum Löschungsantrag vernehmen zu lassen, keinen Gebrauch, prüft das IGE lediglich, ob die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Löschungsantrages, d.h. in casu für den Zeitraum zwischen dem 24.02.2020 und dem 24.02.2025, glaubhaft gemacht hat (vgl. nachfolgend IV. B. Ziff. 10 ff.). Sofern dies zutrifft, wird dem Antrag stattgegeben und die Marke gelöscht, ohne dass ein weiterer Schriftenwechsel angeordnet und der Antragsgegnerin Gelegenheit geboten würde, den Gebrauch der Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (vgl. in diesem Sinn: Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4). In casu hat die antragsgegnerische Partei weder eine Stellungnahme noch Beweismittel betreffend den rechtserhaltenden Gebrauch der angefochtenen Marke eingereicht. Entsprechend ist somit einzig zu prüfen, ob der Nichtgebrauch durch die von der antragstellenden Partei eingereichten Beweismittel glaubhaft gemacht ist.

### IV. Materielle Beurteilung

#### A. Löschungsgründe wegen Nichtgebrauchs

Nach Art. 35a Abs. 1 MSchG kann eine Marke wegen Nichtgebrauchs im Sinne von Art. 12 Abs. 1 MSchG gelöscht werden. Das Vorliegen wichtiger Gründe für den Nichtgebrauch bleibt vorbehalten (Art. 12 Abs. 1 MSchG). Diese Bestimmung umfasst jede Marke, die nicht nach den Anforderungen von Art. 11 MSchG gebraucht wird (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4).

#### B. Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke

1. Gemäss Art. 12 Abs. 1 MSchG kann ein Markeninhaber sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, wenn er die Marke im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, während eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nach unbenütztem Ablauf der Widerspruchsfrist oder nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens nicht gebraucht hat, ausser wenn wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen.
2. Beantragt die antragstellende Partei die Löschung der angefochtenen Marke wegen Nichtgebrauchs nach Art. 35a Abs. 1 MSchG, so hat sie den Nichtgebrauch nach Art. 11 und 12 MSchG glaubhaft zu machen (Art. 24a lit. d MSchV und Richtlinien, Teil 7, Ziff. 2.3). Sie hat geeignete Beweismittel einzureichen (Art. 24a lit. e MSchV und Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1). Der direkte Beweis des Nichtgebrauchs als Negativsachverhalt kann in den meisten Fällen nicht erbracht werden. Deshalb stellt das IGE die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs mittels indirekter Beweise auf der Grundlage eines Indizienbündels fest. Unter diesen Umständen wird die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs in der Regel nicht auf der Grundlage eines

einzigem Beweismittel anerkannt (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1). Als Mittel zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs eignen sich gemäss Rechtsprechung des Bundesgerichts insbesondere Nachforschungsberichte, welche die ergebnislos gebliebene Umfrage bei den massgebenden Lieferanten und Händlern dokumentieren, ferner den relevanten Zeitraum betreffende Werbematerialien, Internetauftritte und sonstige Produkt- und Geschäftsdokumentationen der Markeninhaberin oder negative Rechercheergebnisse (BGer 4A\_464/2022, E. 6.1 - 6.2 – TRILLIUM und BGer 4A\_299/2017, E. 4.1 – ABANKA [fig.] / ABANCA [fig.]).

Der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke ist naturgemäss bedeutend schwieriger zu beweisen als deren Gebrauch (vgl. BGer 4A\_515/2017, E. 2.3.2 und Botschaft zum MSchG vom 21.11.1990, BBl 1991 I 1, S. 26).

3. Im Rahmen des Lösungsverfahrens nach Art. 35a ff. MSchG erfolgt die Würdigung der Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs bzw. des Gebrauchs nach Art. 11 MSchG nach den gleichen Kriterien wie im Widerspruchsverfahren, wenn die widersprechende Partei auf entsprechende Nichtgebrauchseinrede hin den Gebrauch der Widerspruchsmarke glaubhaft zu machen hat (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.2; siehe bezüglich der Kriterien Teil 6, Ziff. 5.3 ff.). Die Glaubhaftmachung des Gebrauchs kann sich dabei auf das Fehlen jeglichen Gebrauchs der angefochtenen Marke beziehen oder auch nur auf das Fehlen einzelner Gebrauchskriterien gemäss Art. 11 MSchG (vgl. in diesem Sinn: Entscheid des IGE im Lösungsverfahren Nr. 100047, IV. B. Ziff. 4 ff. – Wirecard [fig.], abrufbar unter <https://www.ige.ch/de/etwas-schuetzen/marken/nach-der-eintragung/gebrauch-der-marke/loeschungsverfahren-wegen-nichtgebrauchs>).
4. Rechtserhaltend ist nur ein ernsthafter Gebrauch. Bei der Ernsthaftigkeit des Gebrauchs wird in subjektiver Hinsicht die Absicht vorausgesetzt, der Nachfrage des Marktes genügen zu wollen. Massgebend für die Beurteilung der Ernsthaftigkeit sind die branchenüblichen Gepflogenheiten eines wirtschaftlich sinnvollen Handelns. Zu berücksichtigen sind Art, Umfang und Dauer des Gebrauchs sowie besondere Umstände des Einzelfalls. Nicht als ernsthaft gilt jeder Scheingebrauch, welcher nur deshalb aufgenommen wurde, um durch einen symbolischen Absatz den Verlust des Markenrechts abzuwenden (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.3).
5. Die Marke muss nicht auf der Ware oder der Verpackung selbst erscheinen. Rechtserhaltend wirkt jedoch nur ein funktionsgerechter Gebrauch der Marke. Es genügt, wenn ein Zeichen vom Publikum als Mittel zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen verstanden wird. Ausreichend kann z.B. eine Benutzung der Marke auf Prospekten, Preislisten, Rechnungen, usw. sein. Der Gebrauch muss sich aber in jedem Fall auf die registrierten Waren und/oder Dienstleistungen beziehen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.4).
6. Die Marke ist geschützt, soweit sie im Zusammenhang mit den Waren und/oder Dienstleistungen gebraucht wird, für die sie beansprucht wird (Art. 11 Abs. 1 MSchG). In einem ersten Schritt ist dabei zu prüfen, ob die Produkte, für welche die Marke gebraucht wird, sich unter die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen subsumieren lassen. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die Verwendung von Oberbegriffen der Klassenüberschriften der Nizza-Klassifikation nur diejenigen Waren abdeckt, die diesen effektiv zugeordnet werden können (sog. Subsumptionsfrage; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.1).
7. Wird der Gebrauch einer für einen Oberbegriff eingetragenen Marke lediglich für einen Teil der unter diesen Oberbegriff fallenden Waren und Dienstleistungen glaubhaft gemacht, muss in einem zweiten Schritt geprüft werden, für welche Waren oder Dienstleistungen der Gebrauch rechtserhaltend wirkt (Problematik des Teilgebrauchs, vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.2).
8. Eine Marke ist grundsätzlich so zu benutzen, wie sie im Register eingetragen ist, weil sie nur so den kennzeichnenden Eindruck, der ihren Funktionen entspricht, zu bewirken vermag. Art. 11 Abs. 2 MSchG lässt den Gebrauch der Marke in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form als rechtserhaltend gelten (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6).

9. Grundsätzlich ist ein Gebrauch der Marke in der Schweiz erforderlich. Eine Ausnahme ergibt sich aus dem Übereinkommen zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster- und Markenschutz (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.1).
10. Die antragsstellende Partei reichte am 24.02.2025 formgerecht einen Löschungsantrag gegen die angefochtene Marke ein (vgl. II. Ziff. 3 hiervor). Die antragsgegnerische Partei hat keine Stellungnahme eingereicht, weshalb in casu einzig zu prüfen ist, ob die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der Schweizer Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Löschungsantrages, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 24.02.2020 und dem 24.02.2025, glaubhaft gemacht hat.
11. Zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke legte die antragstellende Partei als Beilage 7 im Wesentlichen eine professionelle, durch einen anerkannten Drittanbieter erstellte Benutzungsrecherche vom 24.02.2025 mit folgendem Inhalt ins Recht:

#### Recherchen zur Marke und Markeninhaberin

12. Inhaberin der Schweizer Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) ist die chinesische Firma Fujian Huaying Case Hangbag Materials Co., Ltd (Hongkuan Industrial Village, Rongqiao Economic and Technological Development Zone, Fuqing, China). Die Firma ist im Bereich Herstellung und Vertrieb von Lederwaren und Koffern tätig. Herr Xue Hangyuan ist der Geschäftsleiter der Firma. Die Firma Fujian Huaying Case Hangbag Materials Co., Ltd ist eine Tochtergesellschaft der chinesischen Firma Xiangxing (Fujian) Bags Group Co., Ltd, die Taschen, Rucksäcke und Gepäck unter der Marke SUISSEWIN ([www.suissewin.com.cn](http://www.suissewin.com.cn)) anbietet. Die Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) wurde am 29.07.2015 für Waren der Klassen 9, 18 und 25 hinterlegt.

#### Recherchen betreffend sonstige Internet- und Medienpräsenz

13. Die Markeninhaberin betreibt die Website <http://suissewin.com.cn/>. Sie vermarktet Taschen, Rucksäcke und Gepäck unter der Marke SUISSEWIN. Eine Stilisierung der Marke wird als Logo verwendet, welches auf mehreren Artikeln angebracht ist. Der Website zufolge werden die Produkte in mehreren Ländern, u.a. in Europa vertrieben. Eine Untersuchung dieser Website hat jedoch keinen derzeitigen oder früheren Gebrauch der Marke SUISSEWIN in der Schweiz oder Deutschland ergeben. Darüber hinaus liegen auch keine zuverlässigen Belege für die Herstellung der von der Marke SUISSEWIN beanspruchten Waren in der Schweiz vor. Der Recherchebericht hält weiter fest, dass die Auswertung der verfügbaren archivierten Seiten von [www.suissewin.com.cn](http://www.suissewin.com.cn) zwar Inhalte aus dem Zeitraum vom 23.10.2017 bis zum 12.11.2024 erbracht habe, jedoch keine Fundstelle hinsichtlich einer Verwendung der Marke SUISSEWIN in der Schweiz. Der letzte WHOIS-Eintrag für [www.suissewin.com.cn](http://www.suissewin.com.cn) zeigt, dass die Domain am 23.01.2016 erstellt wurde. Xiangxing (Fujian) Bags Group Co., Ltd ist der aktuelle Inhaber. Eine umgekehrte WHOIS-Suche hat jedoch keine Domains erbracht, deren Namen auf eine Nutzung des Zeichens SUISSEWIN in der Schweiz hinweisen. Eine auf dem Social-Media-Kanal Instagram durchgeführte Suche hat ebenfalls keinen Gebrauch der Marke SUISSEWIN in der Schweiz oder Deutschland aufgedeckt. Eine weiter durchgeführte Internetrecherche unter Verwendung verschiedener Suchmaschinen hat auch keine relevanten Treffer ergeben. Zwar konnten einige Dritthändler der Produktlinie SUISSEWIN auf dem deutschen Markt identifiziert werden, doch lieferten die Nachforschungen keine konkreten Informationen zur Identität des Herstellers. Aus diesem Grund fehlen laut Bericht verlässliche Nachweise für die Herstellung dieser Waren in der Schweiz.

#### Kontaktnahme mit der Markeninhaberin

14. Nachdem erfolglos versucht wurde, die Markeninhaberin telefonisch zu kontaktieren, wurde von einer schriftlichen Kontaktaufnahme abgesehen.

#### Ergänzende Marktforschung und Kontakt zu Dritten

15. Es wurden allerdings Kontakte zu Dritten resp. zu unabhängigen Informationsquellen aufgenommen. Bei den nachfolgenden Quellen wurden Nachforschungen durchgeführt:



- Samsonite (Händler von Laptoptaschen, Taschen und Koffern, [www.samsonite.ch](http://www.samsonite.ch))
- Zalando (Händler von Taschen und Koffern, [www.zalando.ch](http://www.zalando.ch))
- Office World (Händler von Taschen und Koffern, [www.officeworld.ch](http://www.officeworld.ch))
- Koffer Schweiz (Händler von Taschen und Koffern, [www.koffer-schweiz.ch](http://www.koffer-schweiz.ch))
- Galaxus (Händler von Taschen und Koffern, [www.galaxus.ch](http://www.galaxus.ch))
- Conrad (Händler von Taschen und Koffern, [www.conrad.ch](http://www.conrad.ch))
- Digitec (Händler von Taschenrechnern und Smartphones, [www.digitec.ch](http://www.digitec.ch))
- Ochsner Sport (Händler von Taschen und Rucksäcken, [www.ochsnersport.ch](http://www.ochsnersport.ch))
- Faces (Magazin für Mode und Style, [www.faces.ch](http://www.faces.ch))
- Order Now (Fachmesse für die Modebranche, [www.order-now.ch](http://www.order-now.ch))
- Fashion United (Modeverband, [www.fashionunited.ch](http://www.fashionunited.ch))
- Snipes (Händler von Schuhen und Kleidung, [www.snipes.ch](http://www.snipes.ch))
- Globus (Kaufhauskette, [www.globus.ch](http://www.globus.ch))
- Schaufelberger (Kaufhauskette, [www.schaufelberger-thun.ch](http://www.schaufelberger-thun.ch))
- Klee (Schuh- und Bekleidungsgeschäft, [www.klee-oberegg.ch](http://www.klee-oberegg.ch))
- Akkushop-Schweiz (Händler von Ladegeräten, [www.akkushop-schweiz.ch](http://www.akkushop-schweiz.ch))
- Peter Hahn (Bekleidungsgeschäft, [www.peterhahn.ch](http://www.peterhahn.ch))
- Heine (Bekleidungsgeschäft, [www.heine.ch](http://www.heine.ch))
- Alba Moda (Bekleidungsgeschäft, [www.albamoda.ch](http://www.albamoda.ch))
- Bonprix (Bekleidungsgeschäft, [www.bonprix.ch](http://www.bonprix.ch))

Auch diese Quellen konnten keinen Gebrauch der Marke SUISSEWIN durch die antragsgegnerische Partei in der Schweiz im relevanten Zeitraum bestätigen.

#### Schlussfolgerung der Recherche

16. Zusammenfassend gelangt die mit der Benutzungsrecherche beauftragte Firma zum Schluss, dass mit der durchgeführten Recherche kein derzeitiger oder früherer Gebrauch der Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) in der Schweiz durch die Markeninhaberin bzw. durch Dritte habe nachgewiesen werden können.

#### Ergänzende Recherchen im Internet

17. Weiter hat die antragstellende Partei selber zusätzliche Recherchen im Internet vorgenommen. Folgende Recherchen wurden durchgeführt:

- Google-Recherche vom 24.02.2025 (Beilage 4)
- Abfrage Toppreise.ch vom 24.02.2025 (Beilage 5)
- Abfrage Amazon.de vom 24.02.2025 (Beilage 6)
- eBay-Angebot 24.02.2025 (Beilage 8)

Keine der auf die Schweiz bezogenen Internet-Recherchen ergab Hinweise auf einen rechtsgenügenden Gebrauch der Widerspruchsmarke in der Schweiz. Eine Benutzungsrecherche im Ausland ergab zudem, dass die hier angefochtene Marke zwar im Ausland vereinzelt verwendet wurde, allerdings für Waren (insbesondere Rucksäcke) chinesischer Herkunft (vgl. Beilage 8), was zusätzlich darauf schliessen lässt, dass die Marke auch in der Schweiz ohnehin nicht rechtsgenügend, nämlich (gemäss Registereintrag) für "*Waren Schweizer Herkunft*" verwendet worden wäre (vgl. bzgl. des rechtserhaltenden Gebrauchs einer nur für Waren einer bestimmten geografischen Herkunft zugelassenen Marke Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.1, BGer 4A\_357/2015, E. 4.2 – INDIAN MOTORCYCLE, BVer B-2153/2020, E. 4.2.2.4 – SWISSVOICE).

18. Die Parteien haben im Lösungsverfahren den Nichtgebrauch beziehungsweise den Gebrauch der angefochtenen Marke nicht strikt zu beweisen, sondern lediglich "glaubhaft" zu machen. Glaubhaft gemacht ist der Nichtgebrauch beziehungsweise Gebrauch, wenn das IGE die entsprechenden Behauptungen überwiegend für wahr hält, obwohl nicht alle Zweifel beseitigt sind. Das IGE ist dabei bloss zu überzeugen, dass die Marke *wahrscheinlich* nicht gebraucht beziehungsweise gebraucht wird, nicht aber auch, dass die Marke tatsächlich nicht gebraucht beziehungsweise gebraucht wird, weil jede Möglichkeit des Gegenteils vernünftigerweise auszuschliessen ist. Glaubhaftmachen bedeutet, dass dem Richter aufgrund objektiver Anhaltspunkte der Eindruck vermittelt wird, dass die in Frage stehenden Tatsachen nicht bloss möglich, sondern wahrscheinlich sind (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 5.4.4.2).

19. Das IGE erachtet die Ausführungen der antragstellenden Partei und die diesbezüglich ins Recht gelegten Belege sowie die sie untermauernde Benutzungsforschung als kohärent und glaubwürdig. Die Ausführungen in der eingereichten Benutzungsforschung dargelegten Recherchen sowie die erfolglosen Nachforschungen lassen nicht den Schluss zu, dass das Zeichen SUISSEWIN ((fig.)) von der Markeninhaberin im relevanten Zeitraum in der Schweiz gebraucht wurde. Die Benutzungsforschung enthält auch keine Hinweise auf konkrete Verkaufs- oder Werbetätigkeiten der Markeninhaberin in der Schweiz. Aus den ergänzenden Internetrecherchen der antragstellenden Partei lässt sich zwar teilweise ein Gebrauch des Zeichens SUISSEWIN ((fig.)) im Ausland nachweisen, jedoch nicht für Waren schweizerischer, sondern chinesischer Herkunft.
20. Insgesamt erscheint der Nichtgebrauch der Schweizer Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) in der Schweiz aufgrund der ins Recht gelegten professionellen Benutzungsforschung und den Nachforschungen der antragstellenden Partei als glaubhaft. Es besteht vorliegend eine überwiegende Wahrscheinlichkeit zur Annahme, dass die strittige Marke für die beanspruchten Waren der Klassen 9, 18 und 25 in der Schweiz im relevanten Zeitraum nicht rechtserhaltend gebraucht wurde. In diesem Zusammenhang gilt es auch auf die jüngste Rechtsprechung des Bundesgerichts hinzuweisen, wonach selbst eine durch einen professionellen Anbieter durchgeführte Gebrauchsrecherche für sich allein ungenügend ist, wenn ihre Schlussfolgerungen nicht durch andere Indizien, wie eine Umfrage bei Händlern des entsprechenden Marktsegments oder der Aussage eines Branchen-Spezialisten, bestätigt werden (vgl. BGer 4A\_464/2022 - TRLILLIUM, E. 6.1). Die ins Recht gelegte Benutzungsforschung genügt diesen Anforderungen. Die durchgeführte Recherche deckt verschiedene Aspekte und Quellen ab. Sie trägt denn auch verschiedene Indizien zusammen, aufgrund derer auf den glaubhaft gemachten Nichtgebrauch der angefochtenen Marke in der Schweiz geschlossen werden kann. Das IGE gelangt somit zum Schluss, dass die antragsstellende Partei das Fehlen eines den gesetzlichen Anforderungen genügenden rechtserhaltenden Gebrauchs in der Schweiz glaubhaft gemacht hat und die angefochtene Marke im hier massgeblichen Zeitraum in der Schweiz nicht gemäss Art. 11 MSchG rechtserhaltend gebraucht wurde.
21. Aufgrund der Aktenlage besteht für das IGE kein Grund, die Schlussfolgerungen der antragstellenden Partei resp. des eingereichten Rechercheberichts in Frage zu stellen. Es wäre Aufgabe der antragsgegnerischen Partei gewesen, ihrerseits den Nachweis des Gebrauchs bzw. des Vorliegens wichtiger Gründe für den Nichtgebrauch zu erbringen. Da in casu ein solcher Nachweis unterblieben ist bzw. sich die antragsgegnerische Partei nicht vernehmen liess, ist aufgrund der Aktenlage davon auszugehen, dass ein Nichtgebrauch der strittigen Schweizer Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) für die registrierten Waren vorliegt.
22. Das IGE hält somit fest, dass im vorliegenden Fall der Tatbestand des Nichtgebrauchs einer Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 MSchG erfüllt ist und die antragsgegnerische Partei daher ihr Markenrecht verloren hat. Das Löschungsgehalt wird demzufolge gutgeheissen (Art. 35b Abs. 1 MSchG e contrario) und die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 684716 - SUISSEWIN ((fig.)) gemäss Art. 35 lit. e MSchG wegen Nichtgebrauchs gelöscht.

#### IV. Kostenverteilung

1. Die Löschungsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 35a Abs. 3 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Löschungsantrag hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 35b Abs. 3 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Löschungsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Hat die antragsgegnerische Partei keine Stellungnahme eingereicht und sich auch sonst nicht aktiv am Verfahren beteiligt, wird ihr auch im Falle des Obsiegens keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).

3. Da das Lösungsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Auf die Frage nach der Entschädigung der Kosten für die Gebrauchsrecherche findet die Verordnung über Kosten und Entschädigungen im Verwaltungsverfahren (SR 172.041.0) Anwendung. Gemäss Art. 8 Abs. 2 dieser Verordnung sind Art. 8 bis 13 des Reglements über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht (VGKE; SR 173.320.2) sinngemäss auf die Parteientschädigung anwendbar. Gemäss Art. 8 Abs. 1 VGKE umfasst die Parteientschädigung die Kosten der Vertretung sowie allfällige weitere Auslagen der Partei. Sowohl Art. 8 Abs. 2 VGKE wie auch Art. 8 Abs. 5 der Verordnung über Kosten und Entschädigungen im Verwaltungsverfahren sehen jedoch vor, dass unnötiger Aufwand bzw. unnötige Kosten nicht entschädigt werden. Weiter bestimmt Art. 13 lit. a VGKE, dass notwendige Auslagen der Partei ersetzt werden, soweit sie CHF 100.00 übersteigen.
5. Die antragstellende Partei ist mit ihrem Begehren vollständig durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 für die Vertretung als angemessen. Im Übrigen wurden von der antragstellenden Partei für die Benutzungsrecherche keine Kosten geltend gemacht. Schliesslich hat die antragsgegnerische Partei der antragstellenden Partei die Lösungsgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen. Insgesamt wird der antragstellenden Partei eine Entschädigung in der Höhe von CHF 2'000.00 (inklusive Lösungsgebühr) zugesprochen.



Aus diesen Gründen wird

**verfügt:**

1.  
Der Löschungsantrag im Verfahren Nr. 104418 wird gutgeheissen.
2.  
Die Schweizer Marke Nr. 684716 - "SUISSEWIN ((fig.))" wird gelöscht.
3.  
Die Löschungsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
4.  
Die antragsgegnerische Partei hat der antragstellenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Löschungsgebühr) zu bezahlen.
5.  
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 23. Juli 2025

Freundliche Grüsse



Mara Stocker-Mosset

**Rechtsmittelbelehrung:**

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 9023 St. Gallen, Beschwerde geführt werden. Die Beschwerdefrist ist eingehalten, wenn die Beschwerde spätestens am letzten Tag der Frist beim Bundesverwaltungsgericht eingereicht oder zu dessen Händen der schweizerischen Post oder einer schweizerischen diplomatischen oder konsularischen Vertretung übergeben wird (Art. 21 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes [VwVG]). Die Rechtsschrift ist in einer schweizerischen Amtssprache abzufassen und hat die Begehren, deren Begründung mit Angabe der Beweismittel und die Unterschrift zu enthalten. Der angefochtene Entscheid und die Beweismittel sind, soweit sie die beschwerdeführende Partei in Händen hat, beizulegen (Art. 52 Abs. 1 VwVG).