

Verfügung im Löschungsverfahren Nr. 104419 in Sachen

Schweizerisches Konsumentenforum kf
Belpstrasse 11
3007 Bern

Antragstellende Partei

vertreten durch

Troller Hitz Troller, Rechtsanwälte
Münstergasse 38
3011 Bern

gegen

Konsumentenforum Schweiz kf
Mattengasse 7
8005 Zürich

Antragsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 729183 - kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((fig.))



SCHWEIZERISCHES
KONSUMENTENFORUM kf

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 21.02.2025 reichte die antragstellende Partei gegen die Schweizer Marke Nr. 729183 - "kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) einen Löschungsantrag wegen Nichtgebrauchs ein und beantragte deren vollständige Löschung. Dies betrifft folgende Waren und Dienstleistungen:

Klasse 16: Druckereierzeugnisse aller Art, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften und Bücher; gedruckte Verbraucherberichte; alle vorgenannten Waren schweizerischer Herkunft;

Klasse 35: Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung für Verbraucher bezüglich Auswahl von anzuschaffenden Waren; Erteilung von Auskünften und Beratung für Verbraucher bei der Auswahl von Produkten und Dienstleistungen für kommerzielle Zwecke; Zurverfügungstellen von Werbefläche in Zeitschriften, Zeitungen und Magazinen; alle vorgenannten Dienstleistungen schweizerischer Herkunft;

Klasse 41: Veröffentlichung von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form; Veröffentlichung von Zeitschriften in elektronischer Form im Internet; Veröffentlichung von Zeitschriften in elektronischer Form; Veröffentlichung von Verbraucherzeitschriften; Veröffentlichung von Büchern, Zeitschriften, Magazinen, Zeitungen und Mitteilungsblättern; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften und anderen Informationsträgern, auch via Telekommunikationsnetzwerke; Publikation von Büchern, Magazinen und Zeitschriften; Online-Publikation von elektronischen Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen; Onlinepublikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Multimedia-Veröffentlichung von Zeitschriften, Journalen und Zeitungen; Herausgabe von Zeitschriften, Katalogen und Prospekten; Herausgabe von Zeitschriften; Herausgabe von Magazinen und Zeitschriften auf elektronischem Weg; alle vorgenannten Dienstleistungen schweizerischer Herkunft.

2. Mit Verfügung vom 03.03.2025 wurde die antragsgegnerische Partei vom IGE aufgefordert, eine Stellungnahme einzureichen.
3. Innerhalb der angegebenen Frist reichte die antragsgegnerische Partei keine Stellungnahme ein. Mit Verfügung vom 15.04.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion.
4. Auf die einzelnen Ausführungen der antragsstellenden 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 gemäss 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).
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 02.04.2019 in Swissreg publizierte angefochtene Marke wurde kein Widerspruch erhoben (vgl. www.swissreg.ch). Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einreichung des

Löschungsantrags, d.h. am 21.02.2025, 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 21.02.2020 und dem 21.02.2025 abgelaufen, 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 einzigen Beweismittels 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 des Markeninhabers oder negative Rechercheergebnisse (Entscheid des Bundesgerichts [BGer] 4A_464/2022, E. 6.1-6.2 – TRILLIUM und BGer 4A_299/2017, E. 4.1 –ABANKA [fig.] / ABANCA [fig.]; vgl. auch Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1).

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 Nichtgebrauchs 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>).
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 21.02.2025 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. 729183 - "kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((fig.))" nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Löschungsantrages, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 21.02.2020 und dem 21.02.2025, glaubhaft gemacht hat.
11. Die antragstellende Partei stellt fest, dass sie zunächst mittels Suchabfragen im Internet eigene Recherchen durchgeführt habe. Gemäss ihren Ausführungen stellte sie dabei fest, dass die Markeninhaberin «Konsumentenforum Schweiz kf» nicht im Schweizerisches Handelsregister zu finden sei und dementsprechend heutzutage nicht existiere. Diesbezüglich reichte sie einen Auszug aus dem Zentralen Firmenindex (Zefix) sowie Auszüge von Trefferlisten ihrer weiteren Suchabfragen ins Recht. Zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke legte die antragstellende Partei zudem als Beilage 4 eine professionelle, durch die spezialisierte Firma CORSEARCH erstellte Benutzungsrecherche vom 19.12.2024 mit folgendem Inhalt ins Recht:

Recherchen zur Marke und zur Markeninhaberin

12. Inhaberin der Schweizer Marke Nr. 729183 - kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((fig.)) ist laut Registereintrag das Konsumentenforum Schweiz kf, Mattengasse 7, 8005 Zürich (vgl. Recherche-Beilage 4, S. 4). Eine Suche in Swissreg ergab einen Hinweis auf die Schweizer Marke Nr. 535166 - kf konsumenten forum ((fig.)), die jedoch im Jahr 2015 aufgrund fehlender Verlängerung gelöscht wurde. Markeninhaberin war, allerdings unter anderer Adresse, ebenfalls das Konsumentenforum Schweiz kf (vgl. Beilage 4, S. 5-6). Eine Suche nach der Markeninhaberin resp. antragsgenerischen Partei im Schweizer Handelsregister ergab keine Treffer (vgl. Beilage 4, S. 7). Auch die Durchsuchung einer Wirtschaftsdatenbank führte zu keinem Ergebnis. Eine allgemeine Internetsuche nach «Konsumentenforum Schweiz kf» lieferte zahlreiche Treffer für die Schweiz, die sich jedoch ausschliesslich auf die antragstellende Partei beziehen, nämlich das Schweizerische Konsumentenforum kf mit Sitz an der Belpstrasse 11, 3007 Bern (vgl. Beilage 4, S. 8-10). Eine Suche über die Anschrift der antragsgenerischen Partei (Mattengasse 7, 8005 Zürich) ergab lediglich Hinweise auf eine Firma «vergleiche GmbH», die an dieser Adresse ihren Firmensitz hat (vgl. Beilage 4, S. 11). Unter der Domain «vergleiche.ch» betreibt sie ein Vergleichsportal für Endkunden. Auf dieser Seite findet sich auch ein Vergleich von Schweizer Konsumentenschutz-Organisationen. Ein Schweizerische(s) Konsumentenforum (kf) wird unter Verwendung einer farbigen Variante der angefochtenen Wort-Bildmarke erwähnt, nämlich mit dem Akronym KF, gefolgt von den Wortelementen SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM, die sich rechts neben dem Akronym befinden. Auf den Seiten unter «konsum.ch» präsentiert das Schweizerische Konsumentenforum kf, also die antragstellende Partei, unter der Anschrift Belpstrasse 11, in 3007 Bern verschiedene Informationen für Verbraucher (vgl. Beilage 4, S. 12-16).

Recherchen betreffend sonstige Internetpräsenz

13. Die Markeninhaberin verfügt über keine Internetpräsenz. Eine Reverse-Bildersuche über verschiedene Suchmaschinen hat keinen Treffer für die angefochtene Marke in der schwarz/weiss-Variante ergeben. Bei der Suche ergaben sich vereinzelt Treffer für die farbige Markenvariante, die jedoch gemäss dem Rechercheergebnis nicht dem Konsumentenforum Schweiz kf, sondern der antragstellenden Partei, dem Schweizerischen Konsumentenforum kf, zuzuordnen sind (vgl. Beilage 4, S. 17-26). Letztere verwendet das Zeichen – neben den registrierten Wort-/Bildmarken Nr. 758172 – SCHWEIZERISCHES

KONSUMENTENFORUM kf k+f [fig.] und Nr. 783209 – kf + [fig.] – seit vielen Jahren im Geschäftsverkehr, in einer leicht abgeänderten Ausführung, bei welcher das Logo wie nachfolgend links im Bild erscheint:



Eine abschliessende allgemeine Suche im Internet nach einer möglichen Verwendung der angefochtenen Marke als Logo durch die antragsgegnerische Partei, also das Konsumentenforum Schweiz kf, führte zu keinen Treffern.

Schlussfolgerung der Recherche

14. Zusammenfassend gelangt die mit der Benutzungsrecherche beauftragte Firma zum Schluss, dass mittels ihrer Recherche keine aktuelle oder frühere Verwendung der Marke durch die Inhaberin in der Schweiz habe nachgewiesen werden können. Die Markeninhaberin ist zudem auch im Schweizerischen Handelsregister nicht eingetragen. An der Firmenanschrift in Zürich hat eine Firma «vergleiche GmbH» ihren Sitz. Eine farbige Variante der angefochtenen Marke wurde gelegentlich in der Schweiz verwendet, allerdings ausschliesslich im Zusammenhang mit dem Schweizerischen Konsumentenforum, kf, mithin der antragstellenden Partei.

Ergänzende Recherchen im Internet

15. Weiter hat die antragstellende Partei, wie bereits erwähnt, selber zusätzliche Recherchen im Internet vorgenommen. Folgende Recherchen wurden durchgeführt:

- Suche der antragsgegnerischen Partei auf Zefix vom 21. Februar 2025 (Beilage 3)
- Bildsuche auf Google vom 21. Februar 2025 (Beilage 5)

Auch diese, auf die Schweiz bezogenen Recherchen ergaben keine Hinweise auf einen rechtsgenügenden Gebrauch der angefochtenen Marke. Die Suche nach «Konsumentenforum Schweiz kf» im Handelsregisterportal Zefix erzeugte einzig einen Treffer zur antragstellenden Partei – dem Schweizerischen Konsumentenforum kf, mit Sitz an der Belpstrasse 11, 3007 Bern (vgl. Beilage 3). An der Firmenanschrift in Zürich hat eine andere Firma, die «vergleiche GmbH» ihren Sitz (vgl. Beilagen 4 zum Löschungsantrag, S. 8-13). Die von der antragsstellenden zusätzlich durchgeführten (Bild-)Recherchen führten zwar zu einigen Treffern, diese beziehen sich jedoch ebenfalls durchgehend auf die antragsstellende Partei selbst (vgl. Beilage 5).

16. Die Parteien haben im Löschungsverfahren 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).
17. Das IGE erachtet die Ausführungen der antragstellenden Partei und die diesbezüglich ins Recht gelegten Belege sowie die sie untermauernde Benutzungsrecherche als kohärent und glaubwürdig. Die Ausführungen in der eingereichten Benutzungsrecherche dargelegten Recherchen sowie die erfolglosen Nachforschungen lassen nicht den Schluss zu, dass das Zeichen "kf SCHWEIZERISCHES

KONSUMENTENFORUM kf ((fig.))" von der Markeninhaberin im relevanten Zeitraum in der Schweiz gebraucht wurde. Entsprechend enthält die Benutzungsrecherche auch keine Hinweise auf konkrete Verkaufs- oder Werbetätigkeiten der antragsgenerischen Partei in der Schweiz. Die Markeninhaberin ist weder im Schweizerischen Handelsregister (Zefix) eingetragen noch an der im Markenregister verzeichneten Adresse auffindbar oder unterhält dort einen Geschäftssitz. Dies legt den Schluss nahe, dass sie in der Schweiz nicht mehr existent ist. Zwar genügen letztere Indizien allein genommen nicht, um den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke in der Schweiz im relevanten Zeitraum glaubhaft zu machen. In Verbindung mit den Ergebnissen der professionell durchgeführten Benutzungsrecherche sowie den ergänzenden Eigenrecherchen der antragstellenden Partei verstärken sie jedoch die überwiegende Wahrscheinlichkeit zur Annahme, dass die angefochtene Marke im relevanten Zeitraum in der Schweiz nicht rechtserhaltend gebraucht wurde.

18. Insgesamt erscheint der Nichtgebrauch der Schweizer Marke Nr. 729183 - kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((fig.)) durch die antragsgegnerische Partei aufgrund der ins Recht gelegten professionellen Benutzungsrecherche und den Nachforschungen der antragstellenden Partei als glaubhaft. Es besteht vorliegend eine überwiegende Wahrscheinlichkeit zur Annahme, dass die strittige Marke für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 35 und 41 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 gelegten Recherchen – namentlich die professionelle Benutzungsrecherche in Kombination mit den von der antragstellenden Partei durchgeführten eigenen Recherchen – genügen diesen Anforderungen. Sie decken verschiedene Aspekte und Quellen ab. Sie tragen denn auch verschiedene Indizien zusammen, aufgrund derer auf den glaubhaft gemachten Nichtgebrauch der angefochtenen Marke in der Schweiz geschlossen werden kann. Aufgrund einer Gesamtschau aller vorgelegten Belege gelangt das IGE 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.
19. 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. 729183 - kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((fig.)) für die registrierten Waren und Dienstleistungen vorliegt.
20. 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. Der Löschungsantrag wird demzufolge gutgeheissen (Art. 35b Abs. 1 MSchG e contrario) und die angefochtene Marke nach Art. 35 lit. e MSchG wegen Nichtgebrauchs vollumfänglich 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 (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. Weiter war die Gebrauchsrecherche für die Abklärungen des Gebrauchsstatus und der Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke entscheidrelevant und somit notwendig, weshalb der antragstellenden Partei in Anwendung der obgenannten Kriterien die im Zusammenhang mit der Gebrauchsrecherche geltend gemachten (und in der Rechnung der Firma CORSEARCH ausgewiesenen) Kosten von CHF 615.00 (EUR 660.00 zum Tageskurs von 0.9318 vom 19.12.2024 [Rechnungsdatum]) entschädigt werden (vgl. Kostennote/Rechnung vom 19.12.2024). Zudem 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 2'615.00 (inklusive Lösungsgebühr) zugesprochen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Löschungsantrag im Verfahren Nr. 104419 wird gutgeheissen.

2.

Die Schweizer Marke Nr. 729183 - "kf SCHWEIZERISCHES KONSUMENTENFORUM kf ((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 2'615.00 (einschliesslich Ersatz der Löschungsgebühr) zu bezahlen.

5.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 13. August 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).