

Verfügung im Löschungsverfahren Nr. 104483 in Sachen

easyGroup Limited
168 Fulham Road,
SW10 9PR London
GB-Grossbritannien

Antragstellende Partei

vertreten durch

Walder Wyss AG
Seefeldstrasse 123
Postfach
8034 Zürich

gegen

Easy Park AS
Hagegata 22
N-0653 Oslo
NO-Norwegen

Antragsgegnerische Partei

vertreten durch

A.W. Metz & Co. AG
Kreuzbühlstrasse 8
8008 Zürich

CH-Marke Nr. 711074 - e: easy:park ((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 21.03.2025 reichte die antragstellende Partei gegen die CH-Marke Nr. 711074 «e: easy:park ((fig.))» (nachfolgend angefochtene Marke) einen Löschungsantrag wegen Nichtgebrauchs ein und beantragte deren vollständige Löschung. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:

Klasse 9: Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte.

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen.

Klasse 38: Telekommunikation.

Klasse 39: Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Veranstaltung von Reisen; Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen.

2. Mit Schreiben vom 27.03.2025 wurde die antragsgegnerische Partei aufgefordert, eine Stellungnahme zum Löschungsantrag einzureichen. Diese Frist wurde bis zum 30.06.2025 erstreckt.
3. Da innert erstreckter Frist keine Stellungnahme eingereicht wurde, schloss das IGE mit Verfügung vom 14.07.2025 die Verfahrensinstruktion ab.
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 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).
3. Gegen die am 19.12.2017 in Swissreg publizierte angefochtene Marke wurde kein Widerspruch erhoben. Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einreichung des Löschungsantrags, d.h. am 21.03.2025, seit Längerem abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist: Richtlinien Teil 7, Ziff. 2.4 und Teil 6, Ziff. 5.2.1).
4. 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.
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 21.03.2020 und dem 21.03.2025, glaubhaft gemacht hat. 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. Lösungsgründe 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 (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, BBI 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. Die antragstellende Partei führt in ihrem Antrag aus, dass die antragsgegnerische Partei die angefochtene Marke «e: easy:park ((fig.))» zu keinem Zeitpunkt für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen benutzt habe. Einzig hinsichtlich der Dienstleistungen *Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen* (Klasse 39) wurden Hinweise auf einen möglichen Gebrauch gefunden, jedoch in einer abweichenden Form, nämlich **EASYPARK** oder «easypark». Sie habe durch ein auf Markenrecherchen spezialisiertes Unternehmen eine Gebrauchsrecherche für die angefochtene Marke «e: easy:park ((fig.))» durchführen lassen. Die Gebrauchsrecherche habe keine Benutzung der angefochtenen Marke in der eingetragenen Form in der Schweiz ergeben. Ein Gebrauch für die meisten Waren und Dienstleistungen sei denn auch nicht vom Gesellschaftszweck der Antragsgegnerin abgedeckt, welcher die Entwicklung und den Vertrieb von automatisierten Parksyste men bezwecke. Hinsichtlich der Dienstleistungen *Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen* (Klasse 39) konnte die Recherche zwar Hinweise auf einen möglichen Gebrauch finden. In Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen werde jedoch nicht die eingetragene Marke verwendet, sondern eine abweichende Form ohne die Vorsilbe «e:» und ohne den Doppelpunkt, der «easy» und «park» trennt.

Die antragsgegnerische Partei (bzw. ihre Unternehmensgruppe) betreibe eine Parking-App namens «EasyPark», die sowohl im Goolge Play Store als auch im Apple App Store erhältlich sei. In keinem dieser Stores werde jedoch die eingetragene Marke verwendet. Auch in der App selber erscheine die eingetragene Marke an keiner Stelle, sondern nur die erwähnte abweichende Form. Die «EasyPark»-App werde auf der Webseite unter www.easypark.com vorgestellt. Diese verfüge auch über eine Schweizer Länderseite. Die eingetragene Marke werde auf der Webseite nicht verwendet, sondern wiederum nur die erwähnte abweichende Form. Auf den Social-Media-Präsenzen der antragsgegnerischen Partei zeige sich kein anderes Bild: Sie verfüge zwar über ein LinkedIn-Profil und einen YouTube-Kanal. Die angefochtene Marke werde aber auf keiner der Social-Media-Präsenzen in der eingetragenen Form benutzt. Lediglich die erwähnte abweichende Form sei zu finden.

5. Zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke legte die antragstellende Partei zusammen mit ihrem Lösungsantrag vom 21.03.2025 folgende Belege ins Recht:

Beilage Nr. 3: Handelsregisterauszug zur antragsgegnerischen Partei vom 20.03.2025
 Beilage Nr. 4: DeepL-Übersetzung des Handelsregisterauszugs zur antragsgegnerischen Partei
 Beilage Nr. 5: Screenshots der easypark-App vom 18.03.2025
 Beilage Nr. 6: Screenshots von www.easypark.com/de-ch vom 20.03.2025
 Beilage Nr. 7: Screenshots des LinkedIn-Profiles unter www.linkedin.com/company/easypark-group vom 20.03.2025

Beilage Nr. 8: Screenshots des YouTube-Kanals unter www.youtube.com/@EasyPark-Group vom 20.03.2025

6. Die antragsstellende Partei hat zudem – wie bereits erwähnt – durch das auf Markenrecherchen spezialisierte Unternehmen CompuMark eine Gebrauchtrecherche für das Gebiet der Schweiz, welche vom 06.03.2025 datiert, für die angefochtene Marke durchführen lassen (vgl. Beilage Nr. 2).
7. Ein von einer Drittfirma professionell erstellter Recherchebericht, wie vorliegend, welcher als besonders substantiierte Parteibehauptung anerkannt wird (vgl. BVGer B-2382/2020, E. 3.3, PIERRE DE COUBERTIN), ist grundsätzlich geeignet, den Nichtgebrauch einer Marke glaubhaft zu machen (vgl. BGer 4A_464/2022, E. 6.1, TRILLIUM). Das Bundesgericht ist zwar der Ansicht, dass ein solcher Bericht für sich alleine genommen nicht ausreichend ist, um den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (vgl. BGer 4A_464/2022, E. 6.1, TRILLIUM). Auch wenn das IGE nicht an die Schlussfolgerungen des Berichts gebunden ist (vgl. BVGer B-605/2021, E. 9.3.1, TRILLIUM), ist das Bundesverwaltungsgericht jedoch der Ansicht, dass eine umfassende und korrekt durchgeführte Gebrauchtrecherche als einziges Beweismittel ausreichend sein kann (vgl. BVGer B-3745/2022, E. 4.1 ff., SHELBY). Eine Gebrauchtrecherche ist umfassend und korrekt durchgeführt, wenn der entsprechende Bericht unter anderem eine Internetrecherche, eine Umfrage bei Händlern des betreffenden Tätigkeitsgebiets oder eine Aussage von Fachleuten der betreffenden Branche, z. B. von Dachverbänden, umfasst (vgl. BGer 4A_464/2022, E. 6.1, TRILLIUM; BGer 4A_299/2017, E. 4.1, ABANCA [fig.] / ABANKA [fig.]; BVGer B-605/2021, E. 9.3.1, TRILLIUM; BVGer B-2382/2020, E. 3.3, PIERRE DE COUBERTIN). Die ins Recht gelegte Benutzungsrecherche 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. In casu hat die antragstellende Partei neben dem Recherchebericht auch eigene Internet-Recherchen gemacht.
8. Der Recherchebericht führt aus, dass die Firma Easy Park AS aus Oslo, Norwegen, die Inhaberin der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 711074 «e: easy:park ((fig.))» ist. Die Verwendung der Marke in der Schweiz durch die Inhaberin konnte nicht bestätigt werden. Die Marke erscheine auf der Website und den Social-Media-Profilen der Inhaberin in abgewandelter Form, ohne die Vorsilbe e: und ohne den Doppelpunkt, welcher «easy» und «park» trennt. Die Marke in dieser abgeänderten Form werde sowohl als Firmenname als auch als Logo verwendet. Da die Inhaberin mobile Anwendungen betreibe, sei eine Prüfung durchgeführt worden, welche ergab, dass die Marke teilweise in abgewandelter Form gebraucht werde. Die weiteren Nachforschungen umfassten Recherchen im World Wide Web über verschiedene Suchmaschinen und die Verwendung eines VPN, das auf die Zielregion eingestellt war. Die Marke der Inhaberin sei in mehreren Schweizer Quellen identifiziert worden, überwiegend in ihrer abgeänderten Form. Auf einer Seite zeigte eine einzige Quelle die Marke in ihrer eingetragenen Form. Dabei handelt es sich um die Webseite der OM Computer-Support AG, einem Softwareunternehmen aus Cham. Nachdem jedoch mit der genannten Quelle in Kontakt getreten wurde, erklärte diese, dass das gewählte Logo wahrscheinlich ein altes sei und sie sich diese Wahl nicht erklären könne. Darüber hinaus wurde die Marke auf eBay (für Windschutzscheiben-Tafeln und -Sticker) gefunden, wo sie zwar in Italien ansässig ist, aber Versandoptionen in die Schweiz anbietet. Dort erschien die Marke sowohl in ihrer korrekten Form als auch in der abgeänderten Form. Im Hinblick auf die korrekte Form seien jedoch die Produkte veraltet. Mithilfe des Internet-Archivs wurde entdeckt, dass die angefochtene Marke als Logo auf früheren Versionen der Webseite der Inhaberin verwendet worden war, wobei die letzte Version auf Februar 2017 zurückgeht. Die Markeninhaberin sei über zwei Kanäle kontaktiert worden, den weltweiten Kundendienst und den Schweizer Vertreter, die beide bestätigten, dass die Marke heutzutage als ein Wort verwendet werde. Zusätzlich seien Verkaufsstellen in der ganzen Schweiz kontaktiert worden, die alle bestätigten, dass die angefochtene Marke in der Form «easypark» in einem Wort verwendet werde.

Zusammenfassend gelangt die mit der Benutzungsrecherche beauftragte Firma zum Schluss, dass die Recherchen keine konkrete Hinweise auf einen derzeitigen oder früheren Gebrauch der Marke «e: easy:park ((fig.))» für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen ergeben hätten. Für die Dienstleistungen *Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen* in der

Klasse 39 wurden einzelne Treffer gefunden, für diese wurde jedoch nicht die eingetragene Marke verwendet, sondern die abweichende Form.

9. Gleiches ergibt sich aus den weiteren Recherche-Ergebnisse der antragstellenden Partei (Beilagen Nr. 5-8). Sowohl auf der easypark-App als auch auf der Webseite der Hinterlegerin, dem LinkedIn-Profil oder auf dem Youtube-Kanal liessen sich keine Waren und Dienstleistungen unter der Marke «e: easy:park ((fig.))» finden.
10. Somit geht aus all diesen Belegen hervor, dass die angefochtene Marke entweder gar nicht oder für die Dienstleistungen *Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen* in der Klasse 39 in einer abgeänderten Form (ohne die Vorsilbe «e:» und ohne den Doppelpunkt, der «easy» und «park» trennt) benutzt wurde.
11. 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).
12. Das IGE erachtet die Ausführungen der antragstellenden Partei und die sie untermauernde Benutzungsrecherche der Firma CompuMark als glaubwürdig und kohärent. Die in der eingereichten Benutzungsrecherche dargelegten Recherchen bzw. erfolglosen zusätzlichen Nachforschungen lassen insgesamt nicht den Schluss zu, dass das angefochtene Zeichen «e: easy:park ((fig.))» durch die Markeninhaberin in der Schweiz im relevanten Zeitraum gebraucht wurde. Weder auf der App der antragsgegnerischen Partei, in ihrem Werbeauftritt, im Internetarchiv noch in ihren Social-Media-Kanälen konnte die angefochtene Marke gefunden werden. Die Benutzungsrecherchen enthalten keinerlei Hinweise auf konkrete Verkaufs- oder Werbetätigkeit der antragsgegnerischen Partei mit der angefochtenen Marke in der Schweiz. Zunächst haben die Recherchen gar keine Hinweise auf eine Benutzung der angefochtenen Marke für die folgenden Waren und Dienstleistungen ergeben:

Klasse 9: Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte.

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen.

Klasse 38: Telekommunikation.

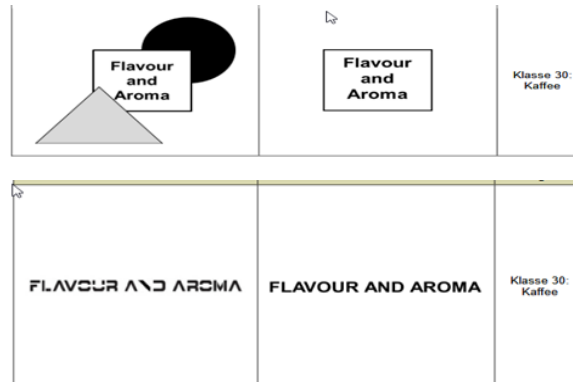
Klasse 39: Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Veranstaltung von Reisen.

In Zusammenhang mit den Dienstleistungen *Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen* in der Klasse 39 konnten Hinweise auf den Gebrauch der Marke in einer abgeänderten Form (ohne die Vorsilbe «e:» und ohne den Doppelpunkt, der «easy» und «park» trennt) gefunden werden (vgl. dazu oben, Ziff. 4). Auch Kontaktaufnahmen mit dem Kundensupport der antragsgegnerischen Partei, Vertretern der Marke in der Schweiz sowie verschiedenen professionellen Quellen und Verkaufsstellen ergaben, dass nur die abgeänderte Form der Marke, nämlich «easypark» gebraucht wurde. Aus einer Recherche im Internetarchiv «Wayback Machine» geht hervor, dass die angefochtene Marke in ihrer heutigen Form letztmals im Jahre 2017 gebraucht wurde.

13. Hierzu ist Folgendes zu ergänzen: 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. Das Weglassen nebensächlicher Bestandteile oder eine Anpassung der Marke an den Zeitgeschmack sind zulässig, während das Weglassen eines unterscheidungskräftigen Elements zu einem anderen Gesamtbild und damit zu einem von der Registrierung abweichenden Gebrauch führt. Entscheidend ist daher, dass der kennzeichnungskräftige Kern der Marke, der das markenspezifische Gesamtbild prägt, seiner Identität nicht beraubt wird, und dass trotz der abweichenden Benutzung der kennzeichnende Charakter der Marke gewahrt bleibt. Dies ist nur der Fall, wenn der Verkehr das abweichend benutzte Zeichen aufgrund des Gesamteindrucks auch der eingetragenen Marke gleichsetzt, d.h. in der benutzten Form noch dieselbe Marke sieht. Jedes Weglassen eines unterscheidungskräftigen Elements führt dabei grundsätzlich zu einem anderen Gesamtbild, weshalb von vornherein nur ein Verzicht auf solche Markenelemente zu tolerieren ist, denen für die Beurteilung der Schutzfähigkeit eine untergeordnete Bedeutung zukommt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6).

14. Die Rechtsprechung pflegt bei der Prüfung des rechtserhaltenden Gebrauchs einer Marke Abweichungen durch Weglassen eingetragener Markenbestandteile i.d.R. strenger zu beurteilen als Abweichungen durch ein Hinzufügen von weiteren Elementen (vgl. BVGer in sic! 2009, 524, E. 5.1 mit Hinweisen, Hirsch [fig.] / Hirsch [fig.]).
15. Die vom IGE angewendeten Prüfungsgrundsätze betreffend die Beurteilung des Gebrauchs in abweichender Form entsprechen der im EUIPN-Konvergenzprogramm vereinbarten Praxis zur «Benutzung einer Marke in einer anderen als der eingetragenen Form» (KP8; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6). Die Kriterien und Beispiele dieser gemeinsamen Praxis können somit herangezogen werden.
16. Zur Beurteilung der vorliegenden Fallkonstellation kann auf folgende zwei Beispiele aus der gemeinsamen Praxis verwiesen werden:



17. Im ersten Fall beruht die Unterscheidungskraft des Zeichens auf der Kombination einfacher geometrischer Formen und beschreibender Wörter. Durch die Kombination dieser beiden Elemente wird das Zeichen als Ganzes eintragungsfähig. Folglich beeinflusst das Weglassen von einigen dieser Elemente die Unterscheidungskraft des eingetragenen Zeichens. Im zweiten Fall beruht die Unterscheidungskraft des Zeichens auf der besonderen Schriftart / grafischen Stilisierung der Worтеlemente, da die Worтеlemente selbst nicht unterscheidungskräftig sind.
18. Die in casu zu beurteilende Fallkonstellation ist wie folgt: Anstelle des eingetragenen Zeichens «e: easy:park ((fig.))» wird teilweise die reine Wortmarke «easypark» (teilweise schwarz-weiss, teilweise in Lila und Rosa) benutzt. In einem ersten Schritt gilt es die Kennzeichnungskraft der einzelnen Elemente der angefochtenen Marke zu bestimmen. Bei einem abweichenden Gebrauch gelten die Unterschiede dann als unwesentlich, wenn sie die Kennzeichnungskraft der Marke nicht in ihrem Kern beeinträchtigen und das angesprochene Publikum das gebrauchte Zeichen trotz kleiner Abweichungen für die eingetragene Marke hält (vgl. BVGer B-2678/2012, E. 6, Omix / Onyx pharmaceuticals).
19. Die angefochtene Marke besteht aus der Vorsilbe «e:» und den beiden Begriffen «easy» und «park», welche durch einen Doppelpunkt getrennt werden. Die abweichend benutzte Marke «easypark» besteht aus

den zusammengeschriebenen Begriffen «easy» und «park», teilweise in den Farben Lila und Rosa gehalten.

20. Im Deutschen wird «easy» umgangssprachlich für «leicht» verwendet (vgl. z.B. <https://www.munzinger.de/search/document?index=duden-d1&id=D100000420&type=text/html&query.key=nMsy7xrd&template=/publikationen/duden/document.jsp#D10000401103>, besucht am 27.10.2025). Es stammt aus dem Englischen und wird dort unter anderem wie folgt umschrieben: «causing or involving little difficulty or discomfort», «requiring or indicating little effort, thought, or reflection» (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/easy>, besucht am 27.10.2025). Die eingedeutschte Verwendung von «easy» entspricht diesem englischen Sinngehalt. Daraus abgeleitet besteht zum Begriff «easy» gemäss ständiger Prüfungspraxis des IGE auch folgende öffentliche Regel: «Grundsätzlich direkt beschreibend für die Eigenschaften und die Qualität der Waren und Dienstleistungen» (vgl. Prüfungshilfe <https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml>). Das Verständnis von «easy» in dieser Bedeutung ist damit belegt. Der Begriff «park» hat verschiedene Bedeutungen. Unter anderem ist «park» ein englisches Verb mit der Bedeutung «to bring a vehicle to a stop and keep standing at the edge of a public way», «to leave temporarily on a public way or in a parking lot or garage» (<https://www.merriam-webster.com/dictionary/park>, besucht am 27.10.2025), was zusammenfassend mit «parken» (<https://dict.leo.org/englisch-deutsch/parken>, besucht am 27.10.2025) (Deutsch) und «parkieren» (Schweizerdeutsch) übersetzt werden kann. Diese Bedeutung gilt als bekannt, weil das englische Verb «to park» Grundwortschatz ist (vgl. Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, Klett, 3. Auflage 2024, S. 387), weil es ähnlich gebildet ist wie das deutsche «parken» und das französische «parquer» (<https://dict.leo.org/franz%C3%B6sisch-deutsch/parken>, besucht am 27.10.2025), sowie aufgrund des eingedeutschten Begriffes «Park-and-ride» (vgl. <https://www.munzinger.de/search/document?index=duden-d0&id=D000003643&type=text/html&query.key=S5XtA2Zi&template=/publikationen/duden/document.jsp#D00000119452>, besucht am 27.10.2025). Das abweichend benutzte Zeichen wird somit im Sinne von «einfach parken» verstanden. Die Abnehmer – sowohl Durchschnittsabnehmer und Fachkreise – verstehen das Zeichen «easypark» in Verbindung mit den hier massgeblichen Dienstleistungen *Reservierungsdienste für Parkplätze; Vermietung von Garagen und Parkplätzen, Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge; Zurverfügungstellen von Parkplätzen* (vgl. Ziffer 12 hiervor) im Sinne von «easy parkieren». Dies bedeutet, dass diese Dienstleistungen es eben ermöglichen, dass man «easy», d.h. leicht parkieren kann, ohne grosse Mühe, Aufwendung und Anstrengung. «Easy parkieren» kann bedeuten, schnell einen Parkplatz zu finden, schnell und unkompliziert bezahlen zu können oder während des Parkierens das Auto laden können etc. Alles, was dazu beiträgt, dass das Parkieren als leicht wahrgenommen wird. Für diese Dienstleistungen stellt das abweichend benutzte Zeichen «easypark» demzufolge eine direkt beschreibende Angabe dar. Als solche fehlt dem Zeichen jegliche konkrete Unterscheidungskraft, weshalb es für diese Dienstleistungen Gemeingut gemäss Art. 2 lit. a MSchG darstellt und für sich allein nicht zum Markenschutz zugelassen werden könnte. Am Gemeingutscharakter vermögen auch die Farben nichts zu ändern. Gemäss Eintragungspraxis des IGE sind vielfarbige Gestaltungen üblich, weshalb selbst eine grössere Anzahl von Farben grundsätzlich nicht zu Unterscheidungskraft führt (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.6). Auch die Zusammenschreibung oder die Variation in der Grosskleinschreibung im Zeichen verleihen praxismässig keine Unterscheidungskraft (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.6). Folglich reicht das abweichend benutzte Zeichen «easypark» (d.h. ohne die Vorsilbe «e:» und ohne den Doppelpunkt, der «easy» und «park» trennt) vorliegend keineswegs aus, um den Gebrauch der angefochtenen Marke «e: easy:park ((fig.))» glaubhaft zu machen.
21. Insgesamt erscheint der Nichtgebrauch der CH-Marke Nr. Nr. 711074 «e: easy:park ((fig.))» in der Schweiz aufgrund der ins Recht gelegten Benutzungsrecherche als auch der eigenen Internetsuchen der antragstellenden Partei somit als glaubhaft. Entsprechend den Ausführungen der antragstellenden Partei besteht eine überwiegende Wahrscheinlichkeit zur Annahme, dass die strittige Marke von der Markeninhaberin in der Schweiz im relevanten Zeitraum für die beanspruchten Waren der Klasse 9 und die Dienstleistungen der Klassen 36, 38, und 39 nicht rechtserhaltend gebraucht wurde.
22. Für das IGE besteht aufgrund der Aktenlage kein Anlass, die Schlussfolgerungen der antragstellenden Partei in Frage zu stellen. Er wäre an der antragsgegnerischen Partei gewesen, ihrerseits den Nachweis des Gebrauchs resp. 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 angefochtenen Marke für sämtliche

beanspruchten Waren und Dienstleistungen vorliegt.

23. Das IGE hält daher fest, dass vorliegend der Tatbestand des Nichtgebrauchs einer Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 MSchG erfüllt ist und die antragsgegnerische Partei infolgedessen ihr Markenrecht verloren hat. Der Löschungsantrag wird demzufolge gutgeheissen (Art. 35b Abs. 1 MSchG e contrario) und die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 711074 «e: easy:park ((fig.))» 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 Löschungsverfahren 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 CompuMark ausgewiesenen) Kosten von CHF 893.95 (EUR 941.00 zum Tageskurs von 0.95 vom 06.03.2025 [Rechnungsdatum]) entschädigt werden (vgl. Kostennote/Rechnung vom 06.03.2025). Zudem hat die antragsgegnerische Partei der antragstellenden Partei die Löschungsgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen. Insgesamt wird der antragstellenden Partei eine Entschädigung in der Höhe von CHF 2'893.95 zugesprochen.

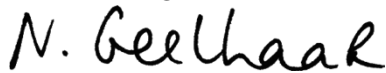
Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Löschungsantrag im Verfahren Nr. 104483 wird gutgeheissen.
2.
Die Schweizer Marke Nr. 711074 «e: easy:park ((fig.))» wird gelöscht.
3.
Die Löschungsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
4.
Die antragsgegnerische Partei hat der antragstellenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'893.95 (einschliesslich Ersatz der Löschungsgebühr) zu bezahlen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 6. November 2025

Freundliche Grüsse



Nadine Geelhaar

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).