

Verfügung im Lösungsverfahren Nr. 104715 in Sachen

dm drogerie-markt GmbH + Co. KG
Am dm-Platz 1
76227 Karlsruhe
DE-Deutschland

Antragstellende Partei

vertreten durch

Kasser Schlosser avocats SA
avenue de la Gare 5
Postfach 251
1001 Lausanne

gegen

Rheinpack GmbH
Erlenweg 5
4310 Rheinfelden

Antragsgegnerische Partei

vertreten durch

Romana Meister, Advokatin
GREMELSPACHER | RUPPANNER | ROTH | GASS ADVOKATURTEAM
Henric Petri-Strasse 9
Postfach
4010 Basel

CH-Marke Nr. 669293 - PAPIRA

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 24.07.2025 reichte die antragstellende Partei gegen die CH-Marke Nr. 669293 - "PAPIRA" (nachfolgend angefochtene Marke) einen Löschungsantrag wegen Nichtgebrauchs ein und beantragte deren teilweise Löschung hinsichtlich nachgenannter Waren:
 - 9 *Hüllen für Mobiltelefone; Hüllen für Laptops; Mobiltelefonhüllen aus Stoff oder Textil; CD und DVD Hüllen.*
 - 16 *Zwiebelhautpapier; Zerkleinerungsgeräte für Papier (Büroartikel); Zellofanpapier; Zeitungspapier; Zeitschriftenpapier; Zeichenpapier; Xuan-Papier (für chinesische Malerei und Kalligrafie); xerografisches Papier; Wimpel aus Papier; Werbeschilder aus Papier oder Pappe; Wellpapier; Wegwerftischtücher aus Papier; WC-Sitzabdeckungen aus Papier; wasserfestes Papier; Wärmetransferpapier; wärmeempfindliches Papier; Wachspapier; Wabenpapier; Viskosefolien für Verpackungszwecke; Visitenkartenpapier (Halbfabrikat); Verzeichnispapier; Vervielfältigungspapier; Versandetiketten aus Papier; Verpackungstüten aus Papier; Verpackungstaschen aus Kunststoff; Verpackungsmaterialien aus Kunststoff; Verpackungsmaterial aus Pappe oder Papier für Speiseeis; Verpackungsmaterial aus Kunststoff (soweit in dieser Klasse enthalten); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es in dieser Klasse enthalten ist; Verpackungsmaterial aus Kunststoff für belegte Brote; Verpackungsbeutel (-hüllen, -taschen) aus Papier oder Kunststoff; Verpackungsbeutel, -hüllen, -taschen aus Papier oder Kunststoff; Verpackungsbänder für Lebensmittelbeutel zur Verwendung im Gefrierschrank; Untersetzer aus Papier; Unterrichtsmaterialien in Papierform; Umweltpapier; Überraschungsbeutel aus Papier oder Plastik für Parties; Überraschungsbeutel aus Papier oder Plastik für Halloween; Tropfendeckchen aus Papier; Transparente (Papier- und Schreibwaren); Tragetüten aus Papier; Tragetaschen aus Papier oder Kunststoff; Toilettensitzabdeckungen aus Papier; Toilettenpapier; Toilettenhandtücher aus Papier; Tischwäsche aus Papier; Tischtücher aus Papier; Tisch-Papierservietten; Ticketpapier; Taschen/Beutel aus Papier für Verpackungszwecke; synthetisches Hartpostpapier; Stärkekleister für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Silberpapier; Sicherheitspapier; Serviettenpapier; Selbstklebebander für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Seidenpapier zum Herstellen von Schablonenpapier; Schutzhüllen für Papierbögen und Buchseiten; Schülerbedarf (Papier- und Schreibwaren); Schubladenauskleidungen aus Papier; Schreibpapierhalter; Schreibpapierblöcke; Schreibpapier und Umschläge (Schreibwaren); Schreibmaschinenpapier; Schrankpapier (parfümiert oder nicht); Schnelltrennsätze (Papier- und Schreibwaren); Schilder (Papiersiegel); Schilder aus Papier und Pappe; Schilder aus Papier; Schablonenpapier (Vervielfältigungspapier); Schablonen (Papier- und Schreibwaren); säureresistentes Papier; saugfähige Blätter aus Papier oder Kunststoff für Lebensmittelverpackungen; satiniertes Papier; Sandwichverpackungstüten aus Plastik; Sandwichbeutel aus Papier oder Kunststoff; Sandwichbeutel aus Papier; Sahnegefässe (klein) aus Papier; Sahnebehälter aus Papier; Rollenpapier für Drucker; Reispapier; Recyclingpapier; Rechenmaschinenpapier; Radiogrammpapier; Publikationspapier; Postkartenpapier; Postkarten; Posters aus Papier; Polypropylenfolien für Verpackungszwecke; Plotterpapier (Millimeterpapier als Fertigprodukt); Platzdeckchen (Sets) aus Papier; Plastikfolien (dehnbar und haftend) für Palettenverpackungen; Plastikbeutel für die Verpackung von Kühleis; Plastik- oder Papierbeutel für die Verpackung von Waren (Umschläge, Beutel); Plastik- oder Papierbeutel für die Verpackung von Waren; Plakatträger aus Papier oder Pappe; Plakate aus Papier und Pappe; Pergaminpapier; Pergamentpapier; Pauspapier; Passepartouts aus Papier; Passepartout aus Papier; Partytaschen aus Papier; Partydekorationen aus metallischem Papier; Partydekoration aus Papier; parfümiertes Schrankpapier; Papierzuführgeräte für Büro Zwecke; Papierwaschlappen; Papiertüten; Papiertücher für kosmetische Zwecke; Papiertaschentücher; Papiertaschen; Papierstanzgeräte (Büroartikel); Papierspitze; Papierservietten; Papierschreibwaren; Papierschneider; Papierschleifen; Papierschachteln für die Aufbewahrung von Grusskarten; Papierrollen für Rechenmaschinen; Papierrohstoff; Papierordner; Papiernotizblöcke; Papiermittelstücke für Dekorationszwecke; Papiermesser (Büroartikel); Papiermatten zum Wechseln von Windeln; Papiermatten für Haustierboxen; Papiermanschetten für Blumentöpfe; Papiermaché; Papierlätzchen;*

Papierkartonversiegelungsband; Papierheftapparat; Papierhandtücher; Papiergesichtstücher; Papierfiltermaterial; Papierfilter für Kaffeemaschinen; Papierfalzgeräte als Büroartikel; Papierfahnen; Papierfähnchen; Papieretiketten; Papierembleme; Papiere zur Verwendung in der grafischen Industrie; Papierdokumentenhüllen; Papierdeckchen; Papierbuchstaben und -ziffern; Papierbögen; Papierblätter (Papeteriewaren); Papierblätter für Notizen; Papierbeutel für Haushaltszwecke; Papierbehälter; Papierbänder (Papierstreifen); Papierbänder oder Karten für die Aufzeichnung von Computerprogrammen; Papierbänder; Papieranhängeetiketten; Papierablagen; Papier zur Verwendung in der Herstellung von Operationsabdecktüchern; Papier zur Verwendung in der grafischen Industrie; Papier zur Verwendung bei der Herstellung von Tapeten; Papier zur Taschen- und Sackherstellung; Papier zum Drucken von Fotografien (nicht chemisch sensibilisiert); Papier zum Drucken von Fotografien; Papier- und Schreibwaren für Büros; Papier- und Schreibwaren; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit nicht in anderen Klassen enthalten; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Papier für Umschläge; Papier für Reproduktionen; Papier für Registriergeräte; Papier für japanische Schiebewände (Shoji-gami); Papier für japanische Gleittrennwände (fusuma-gami); Papier für industrielle Zwecke; Papier für Haushaltszwecke; Papier für Haushalts- und gewerbliche Zwecke; Papier für Elektrokardiographen; Papier für Elektrokardiografen; Papier für die Herstellung von Teebeuteln; Papier für den Offsetdruck von Druckschriften; Papier für Bildmaterial; Papier für Bastelzwecke; Papier für Aktienzertifikate; Papier aus Papiermaulbeere (Kohzo-gami); Papier aus Maulbeeren (Tengujosi); Papier; ölundurchlässiges Papier; Ölpapier für Papierregenschirme (Kasa-gami); Offsetpapier; Notizbuchpapier; Notizbücher aus Papier; Mulchpapier; Möbelüberwürfe aus Papier, nicht zugeschnitten; Mimeografenpapier; metallisches Geschenkpapier; mehlttauresistentes Papier; Maskierpapier; marmoriertes Papier; Manila-Papier; magnetisches Papier; Lunchbeutel aus Papier oder Kunststoff; Luftkissenfolien aus Kunststoff (für Verpackungszwecke); Lose-Blatt-Papier; Löschpapier (Fliesspapier); Löschpapier; liniertes Papier (Fertigerzeugnis); lichtundurchlässiges Papier; Leuchtpapier; Leime für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; leere und teilweise bedruckte Papieretiketten; leere Papiernotizbücher; leere oder teilweise bedruckte Postkarten; Lebensmitteltaschen aus Papier oder Kunststoff; Lätzchen aus Papier; Laserdruckerpapier; laminiertes Papier; Kunststofffolien zur Verwendung als Lebensmittelverpackungen; Kunststofffolien (Papier- und Schreibwaren); kunststoffbeschichtetes Kopierpapier; Kunstdruckpapier; Kuchendekorationen aus Papier; Krepppapier für Haushaltszwecke; Krepppapier; Kraftpapier; Kopierpapier (Schreibwaren); Kopierpapier; Kohlepapier; Kleister und andere Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder Haushaltszwecke; Klebstreifenspender (Papier- und Schreibwaren); Klebstreifenspender für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebstreifen für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren; Klebestifte für Papier- und Schreibwaren oder Haushaltszwecke; Kleber (Gluten) für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebefolien für Papier- und Schreibwaren; Klebeetiketten aus Papier; Klebebänder für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebebänder für Papier- und Schreibwaren; Kaschierpapier; Karton aus Maulbeerenpapier (Senkasi); Karteikarten (Papier- und Schreibwaren); Karaffenuntersetzer aus Papier; Kalligraphiepapier; Kaffeefilter aus Papier; Japanpapier; japanisches Papier; japanische zeremonielle Papierstreifen (Mizuhiki); japanische Kunsthandwerksstücke aus Papier; Identifikationsschilder aus Papier; Hutschachteln aus Papier; Hüllen (Papier- und Schreibwaren); Holzpappe (Papier- und Schreibwaren); Holzpapier; hochkalandriertes Druckpapier; Hartpostpapier; handbemalte Weinflaschenetiketten aus Papier; Halter für Fotografien aus Papier oder Pappe; Halter aus Papier oder Pappe für Fotos oder Bilder; halbverarbeitetes Papier; Haftnotizpapier; gummiertes Papier; gummierte Bänder (Papier- und Schreibwaren); gummierte Bänder für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Gummi (Leim) für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; glimmerhaltiges Papier; gewachstes Hartpostpapier; Gesichtstücher aus Papier; Geschenktaschen aus Papier für Wein; Geschenkschleifen aus Papier; Geschenkpapier; Geschenkeinschlagpapier aus Kunststoff; Geschenkbeutel aus Papier oder Kunststoff; Geschenkbeutel aus Papier; Geschenkblätter aus Papier; Geschenkanhänger aus Papier; Geschäftsbriefpapier; geriffeltes Papier (Wellenrohpapier); Gepäckanhänger aus Papier; gedruckte Werbetafeln aus Papier oder Pappe; gedruckte Rezepte als Teile von Lebensmittelverpackungen; gedruckte Papierschilder; gedruckte Etiketten aus Papier;

Fotokopierpapier; Formulare für umlauffähige Wertpapiere; Folien aus regenerierter Zellulose für Verpackungszwecke; Folien aus Kunststoff für Verpackungszwecke; Fluoreszenzpapier; flexible Kunststofffolien für Verpackungszwecke, verkauft in grossen Mengen an industrielle und kommerzielle Hersteller; Flaschenverpackungen aus Pappe oder Papier; Flaschenhüllen aus Pappe oder Papier; Fischleim für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Filterpapier; Figuren (Statuetten) aus Papiermaché; Figuren aus Papier; feuchtigkeitsrestintres Zellophanpapier; feuchtigkeitsregulierende Blätter aus Papier oder Kunststoff für Lebensmittelverpackungen; Faxpapier; Fassungen für Röntgennegative für nicht-medizinische Zwecke (Papierwaren); Faserpapier; Fahnen, Wimpel (aus Papier); Fahnen und Wimpel aus Papier; Etikettenpapier; Elfenbein-Papier; elektrostatisches Papier; elektrische Papierlocher; Eisbehälter aus Papier oder Karton; Einwickelpapier für Schiesspulver; Einwickelpapier für Lebensmittel; Einwegunterlagen aus Papier oder Zellulose zur Stubenrein-Erziehung von Welpen; Einwegunterlagen aus Papier oder Zellulose für die Sauberkeitserziehung von Haustieren; Einwegunterlagen aus Papier oder Zellulose für das Wechseln von Windeln; Einschlagpapier; Einkaufstaschen aus Papier oder Kunststoff; Einkaufstaschen aus Papier; Einbandpapier; Einbände (Papier- und Schreibwaren); Eierkartons aus Papier; Durchschreibepapier; Durchschlagpapier; Dünndruckpapier; Druckpapiere; Druckpapier für Farbsublimationsdrucker; Druckpapier; Dokumentenmappen (für Papier- und Schreibwaren); Digitaldruckpapier; dickes japanisches Papier (Hosho-gami); Diagrammpapier; dekorative Papierschleifen für Verpackungszwecke; dekorative Papiergirlanden für Parties; Computerpapier; Büropapierwaren; Büropapier; Buntpapierstreifen (Tanzaku); Briefumschlagpapier; Briefumschläge aus Manila-Papier; Briefpapier; Blöcke (Papier- und Schreibwaren); Beutel aus Papier für Verpackungszwecke; Berichtsmappen aus Papier; Bastelpapier; Babylätzchen aus Papier; aufbügelbare Embleme aus Papier; Andruckpapier; Abschminktücher aus Papier; Abfallsäcke (aus Papier oder Kunststoff); Abfallsäcke aus Papier; Abfallbeutel aus Papier; Abfallbeutel aus Papier für Haushaltszwecke; Ablagefächer für Papier- und Schreibwaren; absorbierende Pads aus Papier und Zellulose zum Gebrauch für die Verpackung von Lebensmitteln; Aufbewahrungsbehälter aus Papier; ausgestanzte Formen aus Papier; Behälter, Kästen für Papier- und Schreibwaren; behandeltes Papier zum Einwickeln von Blumen und Blumengebinden; Buchbinderartikel für Bücher und Papiere.

2. Mit Verfügung vom 28.07.2025 wurde die antragsgegnerische Partei aufgefordert eine Stellungnahme einzureichen und insbesondere den Gebrauch der angefochtenen Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen.
3. Mit Schreiben vom 29.10.2025 reichte die antragsgegnerische Partei innert erstreckter Frist ihre Stellungnahme ein.
4. Mit Verfügung vom 03.11.2025 wurde die antragstellende Partei aufgefordert, eine Replik einzureichen.
5. Mit Schreiben vom 08.12.2025 replizierte die antragstellende Partei innert erstreckter Frist.
6. Mit Verfügung vom 09.12.2025 wurde die antragsgegnerische Partei aufgefordert, eine Duplik einzureichen.
7. Mit Schreiben vom 09.03.2026 duplizierte die antragsgegnerische Partei innert erstreckter Frist.
8. Mit Verfügung vom 10.03.2026 hat das IGE die Verfahrensinstruktion geschlossen.
9. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien 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.
2. Der Löschantrag 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 06.02.2015 in Swissreg publizierte angefochtene Marke wurde kein Widerspruch erhoben.

Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einreichung des Löschungsantrags, d.h. am 24.07.2025, seit längerem abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist: Richtlinien in Markensachen [Richtlinien], Teil 7, Ziff. 2.4, unter www.ige.ch).

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. 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.

Rechtsmissbrauch

3. Die antragsgegnerische Partei macht geltend, dass die Anhebung des Verfahrens auf Löschung der Marke wegen Nichtgebrauchs rechtsmissbräuchlich erfolgt sei. Dies, weil die Antragstellerin im März 2025 gemäss ihrem Duldungsantrag beabsichtigte, die Marke "PAFIRA" zu nutzen und in der vorliegenden Klage nicht dargelegt wurde, warum die Löschung der streitgegenständlichen Marke beantragt werde. Da es der Antragstellerin offenstehe, die Marke PAFIRA zu nutzen, verhalte sie sich rechtsmissbräuchlich, wenn sie die Marke PAPIRA wegen Nichtgebrauchs angreife.
4. Beim Löschungsverfahren gemäss Art. 35a ff. MSchG handelt es sich um ein summarisches Verfahren, welches eine einfache und rasche Alternative zum aufwendigen und kostenintensiven Zivilverfahren darstellt (vgl. Botschaft, S. 8612 ff.). Angesichts der summarischen Natur des Löschungsverfahrens und aufgrund der Tatsache, dass der Markeninhaber die Löschung bereits durch eine blosse Glaubhaftmachung des Gebrauchs bzw. wichtiger Gründe für den Nichtgebrauch abwenden kann, kann auf einen besonderen Interessensnachweis verzichtet werden (Swissness-Botschaft, S. 8613; vgl. auch David ASCHMANN, Das neue administrative Löschungsverfahren im Gefüge des Markenprozessrechts, sic! 2016, S. 196 ff, ad V.; Christoph GASSER / Gregor WILD, in Markenschutzgesetz [MSchG], Noth und andere [Hrsg.], 2. Aufl. 2017, N. 17 zu Art. 35a MSchG). Der Gesetzgeber hat deshalb in Art. 35a Abs. 1 MSchG vorgesehen, dass jede Person einen Antrag auf Löschung einer Marke wegen Nichtgebrauchs nach Art. 12 Abs. 1 MSchG stellen kann (vgl. B-2627/2019, E. 5.1 – SHERLOCK, SHERLOCK'S).
5. Weiter gilt es zu bedenken, dass die Geltendmachung des Rechtsmissbrauchsverbots als Teil des Grundsatzes von Treu und Glauben aufgrund des beschränkten Streitgegenstandes und der summarischen Natur des administrativen Löschungsverfahrens nur mit Bezug auf Argumente möglich ist, die in diesem Verfahren zur Verfügung stehen (vgl. BVGer B-2627/2019, E. 6.1 – SHERLOCK, SHERLOCK'S).
6. Da der Löschungsantrag gemäss Art. 35a Abs. 1 MSchG von jeder Person gestellt werden kann, ist ein Rechtsmissbrauch zwar nicht ausgeschlossen (BVGer B-2627/2019, E. 6.3 – SHERLOCK, SHERLOCK'S). Der Gesetzgeber hat diesem Umstand aber Rechnung getragen und zwei Massnahmen getroffen, um dies zu verhindern. Erstens genügt es im Löschungsverfahren nicht, den Nichtgebrauch einfach geltend zu machen. Der Nichtgebrauch muss mit dem Antrag begründet und glaubhaft gemacht werden (vgl. Art. 35b Abs. 1 lit. a e contrario MSchG i.V.m. Art. 24a lit. d und e der Verordnung über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchV; SR 232.111; vgl. Swissness-Botschaft, S. 8612 ff.). Zweitens ist die Höhe der Löschungsgebühr genügend hoch, damit sich missbräuchliche Anträge nicht lohnen (Swissness-Botschaft, S. 8614).

7. Die löschungsantragstellende Partei hat ihren Löschungsantrag begründet, indem sie den Nichtgebrauch durch Einreichung einer Gebrauchsrecherche und weiterer Belege glaubhaft macht. Weiter hat sie die Löschungsgebühr entrichtet. Diese Umstände sprechen im Lichte obgenannter Ausführungen gegen eine Rechtsmissbrauchskonstellation.
8. Die alleinige Tatsache, dass sich die antragstellende Partei vorprozessual mit einem Duldungsantrag an die gegnerische Partei wandte, macht die Stellung eines Löschungsantrags nicht rechtsmissbräuchlich. Weiter kann auch nicht geltend gemacht werden, der Antragstellerin stehe die Nutzung der Marke PAFIRA offen, zumal keine Belege eingereicht worden sind, wonach zwischen den Parteien eine Abgrenzungsvereinbarung abgeschlossen worden wäre verbunden mit einem Verzicht auf die Anhebung eines Löschungsverfahrens wegen Nichtgebrauchs.
9. Das Argument der Verletzung des Rechtsmissbrauchsverbots kann somit in casu nicht gehört werden.

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_299/2017, E. 4.1 – ABANKA [fig.] / ABANCA [fig.]; vgl. auch Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1).
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. Zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs reichte die antragstellende Partei zusammen mit ihrem Löschungsantrag vom 24.07.2025 folgende Unterlagen ein:

- 4 Auszug aus dem Handelsregister betreffend die Antragsgegnerin.
 - 5 Marke PAPIRA Nr. 669293.
 - 6 Auszug aus www.rheinpack.ch/de/produkte/index.php.
 - 7 Auszug aus www.rheinpack.ch/de/papira/index.php.
 - 8 Auszug aus www.rheinpack.ch/de/ueber-uns/geschichte.php.
 - 9 Bericht über die Nutzung von INFOSUISSE vom 10.6.2025.
 - 10 Auszug aus der Facebook-Seite der Antragsgegnerin.
 - 11 Post vom 24. April 2024 aus der Facebook-Seite der Antragsgegnerin.
 - 12 Veröffentlichung vom 26. September 2024 auf der Facebook-Seite der Antragsgegnerin.
 - 13 Auszug aus der LinkedIn-Seite der Antragsgegnerin.
 - 14 Auszug aus dem Instagram-Konto der Antragsgegnerin.
5. Die als Beilage 9 eingereichte Benutzungsrecherche der Infosuisse vom 10.06.2025 weist insbesondere folgenden Inhalt auf:
- Information zur Markeninhaberin
6. Seit dem 09.01.2023 ist die Rheinpack GmbH Inhaberin der angefochtenen Marke. Als Gesellschafter und Geschäftsführerin fungiert Nesem Colakoglu. Zweck der Rheinpack GmbH ist die Herstellung und der Handel von und mit Kartonagen, Verpackungsmaterialien und Verpackungen aller Art, die Herstellung und Ausführung von Prägedrucken.
- Information zum Internetauftritt der Markeninhaberin
7. Die Markeninhaberin besitzt die Webseite www.rheinpark.ch. Ebenfalls gehört ihr der Domainname papira.ch. Der Rheinpark-Webseite kann entnommen werden, dass sie mit der Marke PAPIRA ein vielfältiges Sortiment an Kartonverpackungen betreibt, die in der Schweiz hergestellt und vertrieben werden. Diese Verpackungen eignen sich insbesondere für Schokolade, Pralinen und Süsswaren. Das Sortiment umfasse Hohlwand-Verpackungen, Schieber-Verpackungen, Verpackungen mit ellipsenförmigen Rändern und Verpackungen, die sich für Geschenke eignen.
- Recherche in sozialen Netzwerken
8. Die Markeninhaberin betreibt auf Facebook eine Seite. Es wurden drei Posts zum Begriff "PAPIRA" gefunden. Diese beziehen sich auf Kartonverpackungen für Schokolade.
9. Weiter verfügt die Markeninhaberin über einen Account auf LinkedIn. Diese Seite enthält ebenfalls drei Posts, die mit denen auf Facebook identisch sind. In einem der Posts werde auch die Marke PAPIRA erwähnt.
10. Zudem verfügt die Markeninhaberin über einen Account auf Instagram. Die Marke PAPIRA werde zwischen dem 19.10.2017 und dem 21.03.2025 regelmässig in Zusammenhang mit Kartonverpackungen für Schokolade genannt.
- Suchmaschinen
11. Eine Suche auf Google zum Suchbegriff PAPIRA verweist auf eine Webseite einer rumänischen Gesellschaft ohne Verbindung zur Rheinpack GmbH.
- Telefonische Nachfrage
12. Aus Diskretionsgründen wurde kein direkter Kontakt mit der Rheinpack GmbH gesucht.
- Weitere Quellen
13. Folgende weitere Quellen wurden kontaktiert:
- www.toppreise.ch
 - www.apfelkiste.ch
 - www.cede.ch
 - www.mobilezone.ch

Auf diesen Webseiten wurde der Suchbegriff PAPIRA in Verbindung mit den Waren Hüllen für Mobiltelefone, Hüllen für Laptops, Mobiltelefonhüllen aus Stoff oder Textil bzw. CD und DVD Hüllen gesucht. Die Suche ergab keine relevanten Treffer.

14. Eine Teilnahme der Markeninhaberin an Verpackungsmessen im In- und Ausland konnte nicht ausfindig gemacht werden.
15. Gestützt auf die weiteren Unterlagen (Beilagen 4, 6 bis 8, 10 bis 14) führt die antragstellende Partei weiter aus, dass insbesondere aus der Webseite www.rheinpack.ch der fehlende Gebrauch betreffend die überwiegende Mehrheit der beanspruchten Waren hervorgehe. Auf dieser Webseite sei ersichtlich, dass die Markeninhaberin unter der Marke PAPIRA Schachteln und Verpackungen aus festem Karton anbieten würde. Die von ihr angebotenen Schachtel seien von unterschiedlicher Grösse und Form, die speziell für die Verpackung von Pralinen, Schokolade und/oder anderen Süsswaren konzipiert seien (Beilagen 7, 8). Der Webseite der antragsgegnerischen Partei könnten hingegen keine Hinweise betreffend den Gebrauch von Waren entnommen werden, die unter folgende Warengruppen der Klasse 16 fallen würden:
 - Einweg-Hygiene- und Haushaltprodukte
 - Schreibwaren und Schulmaterial
 - Bürozubehör
 - Kommunikations- und Dekorationsmaterial
 - Papier für technische Zwecke
 - Industrielle oder technische Verpackungen aus Kunststoff
16. Schliesslich würde die Webseite der Antragsgegnerin keine Hinweise betreffend den Gebrauch der in Klasse 9 beanspruchten Waren enthalten.
17. Unter Verweis auf die von ihr eingereichte Gebrauchsrecherche hält die antragstellende Partei in ihrem Antrag fest, dass für maximal 40 von den 400 beanspruchten Waren ein Gebrauch auf der Webseite der Antragsgegnerin dokumentiert werde. Mit Ausnahme der in ihrem Antrag in Ziffer 31 aufgelisteten Waren liege somit kein Gebrauch der angefochtenen Marke vor.
18. 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), vermag ein solcher jedoch aufgrund des summarischen Charakters des Lösungsverfahrens den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke glaubhaft zu machen, wenn die darin erwähnten Recherchen ein Bündel von Indizien bilden, das ausreichend breit ist und dem entspricht, was der Antragsteller selbst durch seine eigenen Recherchen hätte aufdecken können. Dies ist der Fall, wenn der Gebrauchsrecherchebericht 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).
19. Gemäss Rechtsprechung muss der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke für alle eingetragenen Waren und Dienstleistungen glaubhaft gemacht werden. Es ist jedoch nicht auszuschliessen, dass ein Bündel von Indizien, das den Nichtgebrauch für eine bestimmte Ware oder Dienstleistung glaubhaft macht, auch den Nichtgebrauch für weitere eingetragene Waren oder Dienstleistungen glaubhaft zu machen vermag (vgl. Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1.3). Angesichts der Komplexität bestimmter Situationen und der Tatsache, dass Art. 35b Abs. 1 lit. a MSchG lediglich die Glaubhaftmachung der Nichtbenutzung verlangt, kann von der antragstellenden Partei nicht erwartet werden, dass sie sehr detaillierte Beweismittel vorlegt (vgl. Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1.1). Bei der Glaubhaftmachung muss die Behörde nicht von der Richtigkeit der behaupteten Tatsache überzeugt sein. Aufgrund objektiver Anhaltspunkte muss der Eindruck vermittelt werden, dass die in Frage stehenden Tatsachen nicht bloss möglich, sondern wahrscheinlich sind (vgl. zum Begriff der Glaubhaftmachung: Teil 1, Ziff. 5.4.4.1.1, S. 31). Im Lösungsverfahren genügt es für die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs, dem IGE aufgrund objektiver Anhaltspunkte den Eindruck einer

gewissen Wahrscheinlichkeit für das Vorhandensein der in Frage stehenden Tatsache zu vermitteln, ohne dass dabei die Möglichkeit ausgeschlossen sein muss, dass die Verhältnisse sich auch anders gestalten könnten (vgl. Richtlinien, Teil 7, Ziff. 3.1 mit Verweis u.a. auf BGer 4A_464/2022, E. 3.2 m.w.H – TRILLIUM).

20. Das IGE erachtet die Ausführungen der antragstellenden Partei und die sie untermauernden Belege als glaubwürdig und kohärent. Die in der eingereichten Benutzungsrecherche dargelegten Recherchen sowie die ergänzenden Nachforschungen lassen nicht den Schluss zu, dass das Zeichen von der Markeninhaberin in der Schweiz im relevanten Zeitraum mit Ausnahme folgender Waren in Klasse 16 rechtserhaltend gebraucht wurde:

Zusammenklappbare Schachteln aus Papier; Verpackungspapier für Lebensmittel; Verpackungspapier; Verpackungsmaterialien aus mineralischen Papierersatzstoffen; Verpackungsmaterial aus Stärke; Verpackungsmaterial aus Recyclingpapier; Verpackungsmaterial aus Karton; Verpackungskarton; Verpackungshüllen aus Papier; Verpackungsbehälter aus regeneriertem Zellstoff; Verpackungsbehälter aus Papier für gewerbliche Zwecke; Schachteln aus Pappe oder aus Papier; Schachteln aus Papier; Pappkartons für gewerbliche Verpackung; Papierwaren für Verpackungszwecke; Papierverschlusszwecken; Papierverschlüsse für Behälter; Papierverschliessungen zum versiegeln von Behältern; Papierversandtaschen; Papierverpackungen und -behälter für Lebensmittel und Getränke, bestehend aus Materialien, die dafür bestimmt sind, nachteilige Auswirkungen auf die Umwelt zu lindern; - Papierkartons zum Mitnehmen von Speisen; Papierkartons für den Warenversand; Papier zur Taschen- und Sackherstellung; Papier zum Einwickeln und Einpacken; Packpapier; Kartonverpackungen; Geschenkschachteln aus Papier; fertige Verpackungsschachteln aus Karton; faltbare Verpackungsschachteln aus Karton; biologisch abbaubare Papierbehälter auf der Basis von Zellstoff für Take-Away; biologisch abbaubare, auf Zellstoff basierende Papierbehälter für Take-Away; Behälter aus Papier zum Verpacken.

21. Damit ist der Nichtgebrauch betreffend sämtliche Waren, für welche die Löschung beantragt wurde, glaubhaft gemacht. Die antragsgegnerische Partei hat somit den Gebrauch ihrer Marke für die letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs, d.h. zwischen dem 24.07.2020 und dem 24.07.2025, glaubhaft zu machen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.2).

C. Glaubhaftmachung des Gebrauchs der Marke

22. Die antragsgegnerische Partei legte zur Glaubhaftmachung des Gebrauchs der angefochtenen Marke insbesondere folgende Belege ins Recht:

- Lieferschein Studienmappe vom 28.5.2025	Beilage 7
- Lieferschein gestanzte Sterne vom 28.4.2022	Beilage 8
- Rechnung Briefbogen und Visitenkarten	Beilage 9
- Rechnung Mappe	Beilage 10
- Rechnung Paper Bag	Beilage 11
- Rechnung Klappdeckelverpackung	Beilage 12
- Rechnung Spezialverpackung	Beilage 13
- Rechnung Ritzbox, Banderole und Stanzform	Beilage 14
- Rechnung Schubladenbox	Beilage 15
- Rechnung Verpackung, Hohlwand, Schieber	Beilage 16
- Produktfotos Flaschenverpackungen	Beilage 17
- Produktfoto Briefpapier	Beilage 18
- Produktfoto Dokumentenmappe	Beilage 19
- Produktfoto Tragetaschen	Beilage 20
- Produktfoto Schreibblock	Beilage 21
- Produktfoto Papier	Beilage 22
- Produktfoto Pergaminpapier	Beilage 23
- Produktfoto Beutelverpackung	Beilage 24
- Produktfoto Grusskartenaufbewahrung	Beilage 25
- Produktfoto Papierbehälter	Beilage 26
- LinkedIn Screenshot der Rheinpack GmbH	Beilage 27

23. Sie bringt u.a. vor, dass sie ihre Marke PAPIRA seit Jahren im geschäftlichen Verkehr aktiv nutze. Neben der Herstellung von Schachteln würde sie auch *Verpackungstüten, Untersetzer aus Papier, Schreibblöcke, Schreibpapier und Umschläge, Briefpapier, Beutelverpackungen, Pergaminpapier, Papierschachteln für die Aufbewahrung von Grusskarten, Papierbehälter, Papier, Flaschenverpackungen aus Pappe oder Papier, Dokumenten mappen und ausgestanzte Papierformen* anbieten (Stellungnahme, Rz. 8). Zudem biete die antragsgegnerische Partei ihren Kunden personalisierte und individuelle Lösungen betreffend Verpackungen an, so dass nicht alle Angebote auf ihrer Webseite ersichtlich seien. Weiter sei ein Online-Shop für Papeteriewaren in Planung, welcher nächstes Jahr lanciert werden soll. Es bestehe denn auch ein konkreter künftiger Nutzungswille in Bezug auf diverse Papeteriewaren. Dass für diese Waren zur Zeit noch kein Gebrauch vorliege, basiere auf Gründen, die die antragsgegnerische Partei im Zeitpunkt der Anmeldung nicht voraussehen konnte und die sich ihrem Einflussbereich entziehen würde. Es würden somit wichtige Gründe für den Nichtgebrauch gemäss Art. 35b Abs. 1 lit. b MSchG vorliegen.
24. Demgegenüber geht die antragstellende Partei davon aus, dass die antragsgegnerische Partei mit den von ihr eingereichten Belegen für keine Ware den rechtserhaltenden Gebrauch glaubhaft machen könne. So sei aus den Beilagen nicht ersichtlich, für welche der beanspruchten Waren ein rechtserhaltender Gebrauch vorliegen soll. Da keine Umsatzzahlen vorliegen würden, könnten gestützt auf die eingereichten Gebrauchsbelege auch keine Rückschlüsse betreffend die Ernsthaftigkeit des Markengebrauchs gezogen werden. Betreffend die Beilagen 17 bis 26, die Aufnahmen von Produkten zeigen, fehle ein Nachweis betreffend den Vertrieb dieser Produkte.
25. In der Folge gilt es die eingereichten Gebrauchsbelege zu würdigen. Nicht jede tatsächliche Benutzung einer Marke stellt einen rechtserhaltenden Gebrauch dar. Erforderlich ist vielmehr eine qualifizierte Benutzung. Diese setzt voraus, dass die Marke nach Art einer Marke, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, im Wirtschaftsverkehr, im Inland respektive für den Export, ernsthaft sowie in unveränderter oder zumindest in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form gebraucht worden ist (vgl. BVGer B-4640/2018, E. 2.3 – QUANTEX / Quantextual [fig.] mit Verweis auf Lehre und Rechtsprechung).

Gebrauch nach Art einer Marke – Zusammenhang zwischen Marke und Produkt

26. Die Marke muss nicht auf der Ware oder der Verpackung selbst erscheinen, sie kann auch auf andere Art und Weise im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren verwendet werden. 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 (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.4).
27. Die von der antragsgegnerischen Partei eingereichten Beilagen 7 bis 15 zeigen die streitgegenständliche Marke "PAPIRA" nicht. Dies gilt auch für die Beilagen 17 bis 27. Alle diese Beilagen zeigen somit keinen Gebrauch in der Funktion einer Marke. So geht aus den diversen Rechnungen nicht hervor, ob die unter den einzelnen Rechnungspositionen aufgeführten Waren unter der angefochtenen Marke PAPIRA verkauft wurden. Das Gleiche gilt für die als Beilage 17 bis 26 eingereichten Bilder verschiedener Waren. Auch hier fehlt jeglicher Hinweis auf die angefochtene Marke.
28. Einzig die Rechnung vom 09.07.2025 zeigt die angefochtene Marke bei den einzelnen Rechnungspositionen. U.a. die Bezeichnungen "Hohlwand" und "5er Schieber" lassen dabei den Schluss zu, dass es sich dabei um Verpackungen für Pralinen bzw. Schokoladeprodukte handelt (siehe auch Recherchebericht, der den Gebrauch der angefochtenen Marke für diese Art Verpackung bejaht). Für Schachteln aus Papier oder Karton für Lebensmittel wird die Löschung hingegen nicht beantragt. Somit muss ein rechtserhaltender Gebrauch für diese Waren gerade nicht aufgezeigt werden.

Zeitlicher Gebrauch

29. Ist die Einrede des Nichtgebrauchs erhoben worden, ist der Gebrauch der Marke im Prinzip während der letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs glaubhaft zu machen (Art. 32 MSchG). Es genügt, wenn nur der Gebrauch in jüngster Zeit dargetan wird. Die Beweismittel müssen sich jedoch auf einen Zeitpunkt vor der Einrede des Nichtgebrauchs beziehen, was voraussetzt, dass sie einwandfrei dem Gebrauchszeitraum zugeordnet werden können. Undatierbare Belege können aber unter Umständen in

Kombination mit anderen datierbaren berücksichtigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.2 mit Verweisen auf die Rechtsprechung).

30. Die Beilagen 17 bis 26 sind nicht datiert. Sie können auch in Kombination mit den anderen Beweismitteln nicht einem bestimmten Zeitpunkt zugeordnet werden.
31. Da es bereits an zwei Voraussetzungen fehlt, liegt keine Glaubhaftmachung des rechtserhaltenden Gebrauchs betreffend die angefochtenen Waren in Klasse 9 und 16 vor.

Wichtige Gründe für den Nichtgebrauch

32. Nicht relevant ist auch das Argument der antragsgegnerischen Partei, wonach zwar ein konkreter künftiger Nutzungswille in Bezug auf diverse Papeteriewaren bestehe, der Nichtgebrauch für diese Waren auf Gründen basiere, die die antragsgegnerische Partei im Zeitpunkt der Anmeldung nicht voraussehen konnte und die sich ihrem Einflussbereich entziehen würde. Es würden somit wichtige Gründe für den Nichtgebrauch gemäss Art. 35b Abs. 1 lit. b MSchG vorliegen.
33. Das Vorliegen wichtiger Gründe steht einer Löschung der angefochtenen Marke entgegen (Art. 35b Abs. 1 lit. b MSchG). Umstände, die unabhängig vom Willen des Inhabers eintreten und ein Hindernis für die Benutzung der Marke darstellen, wie etwa Einfuhrbeschränkungen oder sonstige staatliche Vorschriften betr. die Waren und/oder Dienstleistungen, für welche die Marke geschützt ist, werden als triftige Gründe für die Nichtbenutzung anerkannt (Art. 19 Abs. 1 TRIPS). Diese Ausnahmebestimmung ist eng zu handhaben. Einen Nichtgebrauch rechtfertigen nur solche Gründe, die völlig ausserhalb des Einflussbereiches des Markeninhabers liegen. Technische oder wirtschaftliche Schwierigkeiten, die voraussehbar oder kalkulierbar sind, sind dem Markeninhaber zuzurechnen (vgl. Richtlinien, Teil 6 Ziff. 5.4).
34. Die antragsgegnerische Partei führt diesbezüglich einzig an, dass sich die Entwicklungs- und Planungsphase für die Lancierung eines Online-Shops für Papeteriewaren als unerwartet zeitintensiv gestaltet habe. Die Nichtnutzung der angefochtenen Marke für diverse Papeteriewaren basiere auf Gründen, die die antragsgegnerische Partei im Zeitpunkt der Anmeldung nicht habe voraussehen können und die sich ihrem Einflussbereich entziehen würden.
35. Worin genau die wichtigen Gründe für den Nichtgebrauch bestehen, legt die antragsgegnerische Partei hingegen nicht dar. Es genügt denn auch nicht einfach zu behaupten, die Gründe würden sich ihrem Einflussbereich entziehen. Dass die antragsgegnerische Partei nicht früher mit einem rechtsrelevanten Markengebrauch betreffend Papeteriewaren angefangen hat, muss sie sich selber zuschreiben. Wichtige Gründe für den Nichtgebrauch kann das IGE bei dieser Sachlage nicht ausmachen.
36. Eine Gesamtbetrachtung der eingereichten Belege zeigt somit keinen Zeichengebrauch in der Funktion einer Marke betreffend die angefochtenen Waren in den Klassen 9 und 16. Bei dieser Sachlage erübrigt es sich somit, die weiteren Voraussetzungen des rechtserhaltenden Gebrauchs zu prüfen.
37. Das IGE erachtet es aufgrund der ins Recht gelegten Belege insgesamt als nicht glaubhaft, dass die angefochtene Marke im hier massgeblichen Zeitraum in der Schweiz für die angefochtenen Waren der Klassen 9 und 16 (siehe oben I. Ziff. 1) rechtserhaltend gebraucht wurde. Der Löschungsantrag wird daher gutgeheissen und die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 669293- PAPIRA teilweise - im Umfang des Löschungsantrags - 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 zweifacher 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 2'400.00 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 Kosten von CHF 864.80 entschädigt werden (vgl. Replik vom 08.12.2025). Zudem hat die antragsgegnerische Partei der antragstellenden Partei die Löschungsgebühr in der Höhe von CHF 800.00 zu ersetzen. Insgesamt wird der antragstellenden Partei eine Entschädigung in der Höhe von CHF 4'064.80 zugesprochen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Löschungsantrag im Verfahren Nr. 104715 wird gutgeheissen.

2.

Die CH-Marke Nr. 669293 "PAPIRA" wird für folgende Waren gelöscht:

9 alle beanspruchten Waren.

16 Zwiebelhautpapier; Zerkleinerungsgeräte für Papier (Büroartikel); Zellofanpapier; Zeitungspapier; Zeitschriftenpapier; Zeichenpapier; Xuan-Papier (für chinesische Malerei und Kalligrafie); xerografisches Papier; Wimpel aus Papier; Werbeschilder aus Papier oder Pappe; Wellpapier; Wegwerftischtücher aus Papier; WC-Sitzabdeckungen aus Papier; wasserfestes Papier; Wärmetransferpapier; wärmeempfindliches Papier; Wachspapier; Wabenpapier; Viskosefolien für Verpackungszwecke; Visitenkartenpapier (Halbfabrikat); Verzeichnispapier; Vervielfältigungspapier; Versandetiketten aus Papier; Verpackungstüten aus Papier; Verpackungstaschen aus Kunststoff; Verpackungsmaterialien aus Kunststoff; Verpackungsmaterial aus Pappe oder Papier für Speiseeis; Verpackungsmaterial aus Kunststoff (soweit in dieser Klasse enthalten); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es in dieser Klasse enthalten ist; Verpackungsmaterial aus Kunststoff für belegte Brote; Verpackungsbeutel (-hüllen, -taschen) aus Papier oder Kunststoff; Verpackungsbeutel, -hüllen, -taschen aus Papier oder Kunststoff; Verpackungsbänder für Lebensmittelbeutel zur Verwendung im Gefrierschrank; Untersetzer aus Papier; Unterrichtsmaterialien in Papierform; Umweltpapier; Überraschungsbeutel aus Papier oder Plastik für Parties; Überraschungsbeutel aus Papier oder Plastik für Halloween; Tropfendeckchen aus Papier; Transparente (Papier- und Schreibwaren); Tragetüten aus Papier; Tragetaschen aus Papier oder Kunststoff; Toilettensitzabdeckungen aus Papier; Toilettenpapier; Toilettenhandtücher aus Papier; Tischwäsche aus Papier; Tischtücher aus Papier; Tisch-Papierservietten; Ticketpapier; Taschen/Beutel aus Papier für Verpackungszwecke; synthetisches Hartpostpapier; Stärkekleister für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Silberpapier; Sicherheitspapier; Serviettenpapier; Selbstklebebander für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Seidenpapier zum Herstellen von Schablonenpapier; Schutzhüllen für Papierbögen und Buchseiten; Schülerbedarf (Papier- und Schreibwaren); Schubladenauskleidungen aus Papier; Schreibpapierhalter; Schreibpapierblöcke; Schreibpapier und Umschläge (Schreibwaren); Schreibmaschinenpapier; Schrankpapier (parfümiert oder nicht); Schnelltrennsätze (Papier- und Schreibwaren); Schilder (Papiersiegel); Schilder aus Papier und Pappe; Schilder aus Papier; Schablonenpapier (Vervielfältigungspapier); Schablonen (Papier- und Schreibwaren); säureresistentes Papier; saugfähige Blätter aus Papier oder Kunststoff für Lebensmittelverpackungen; satiniertes Papier; Sandwichverpackungstüten aus Plastik; Sandwichbeutel aus Papier oder Kunststoff; Sandwichbeutel aus Papier; Sahnegefässe (klein) aus Papier; Sahnebehälter aus Papier; Rollenpapier für Drucker; Reispapier; Recyclingpapier; Rechenmaschinenpapier; Radiogrammpapier; Publikationspapier; Postkartenpapier; Postkarten; Posters aus Papier; Polypropylenfolien für Verpackungszwecke; Plotterpapier (Millimeterpapier als Fertigprodukt); Platzdeckchen (Sets) aus Papier; Plastikfolien (dehnbar und haftend) für Palettenverpackungen; Plastikbeutel für die Verpackung von Kühleis; Plastik- oder Papierbeutel für die Verpackung von Waren (Umschläge, Beutel); Plastik- oder Papierbeutel für die Verpackung von Waren; Plakatträger aus Papier oder Pappe; Plakate aus Papier und Pappe; Pergaminpapier; Pergamentpapier; Pauspapier; Passepartouts aus Papier; Passepartout aus Papier; Partytaschen aus Papier; Partydekorationen aus metallischem Papier; Partydekoration aus Papier; parfümiertes Schrankpapier; Papierzuführgeräte für Bürozwewecke; Papierwaschlappen; Papiertüten; Papiertücher für kosmetische Zwecke; Papiertaschentücher; Papiertaschen; Papierstanzgeräte (Büroartikel); Papierspitze; Papierservietten; Papierschreibwaren; Papierschneider; Papierschleifen; Papierschachteln für die Aufbewahrung von Grusskarten; Papierrollen für Rechenmaschinen; Papierrohstoff; Papierordner; Papiernotizblöcke; Papiermittelstücke für Dekorationszwecke; Papiermesser

(Büroartikel); Papiermatten zum Wechseln von Windeln; Papiermatten für Haustierboxen; Papiermanschetten für Blumentöpfe; Papiermaché; Papierlätzchen; Papierkartonversiegelungsband; Papierheftapparat; Papierhandtücher; Papiergesichtstücher; Papierfiltermaterial; Papierfilter für Kaffeemaschinen; Papierfalzgeräte als Büroartikel; Papierfahnen; Papierfähnchen; Papieretiketten; Papierembleme; Papiere zur Verwendung in der grafischen Industrie; Papierdokumentenhüllen; Papierdeckchen; Papierbuchstaben und -ziffern; Papierbögen; Papierblätter (Papeteriewaren); Papierblätter für Notizen; Papierbeutel für Haushaltszwecke; Papierbehälter; Papierbänder (Papierstreifen); Papierbänder oder Karten für die Aufzeichnung von Computerprogrammen; Papierbänder; Papieranhängeetiketten; Papierablagen; Papier zur Verwendung in der Herstellung von Operationsabdecktüchern; Papier zur Verwendung in der grafischen Industrie; Papier zur Verwendung bei der Herstellung von Tapeten; Papier zur Taschen- und Sackherstellung; Papier zum Drucken von Fotografien (nicht chemisch sensibilisiert); Papier zum Drucken von Fotografien; Papier- und Schreibwaren für Büros; Papier- und Schreibwaren; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit nicht in anderen Klassen enthalten; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Papier für Umschläge; Papier für Reproduktionen; Papier für Registriergeräte; Papier für japanische Schiebewände (Shoji-gami); Papier für japanische Gleitrennwände (fusuma-gami); Papier für industrielle Zwecke; Papier für Haushaltszwecke; Papier für Haushalts- und gewerbliche Zwecke; Papier für Elektrokardiographen; Papier für Elektrokardiografen; Papier für die Herstellung von Teebeuteln; Papier für den Offsetdruck von Druckschriften; Papier für Bildmaterial; Papier für Bastelzwecke; Papier für Aktienzertifikate; Papier aus Papiermaulbeere (Kohzo-gami); Papier aus Maulbeeren (Tengujosi); Papier; ölundurchlässiges Papier; Ölpapier für Papierregenschirme (Kasa-gami); Offsetpapier; Notizbuchpapier; Notizbücher aus Papier; Mulchpapier; Möbelüberwürfe aus Papier, nicht zugeschnitten; Mimeografenpapier; metallisches Geschenkpapier; mehlauresistentes Papier; Maskierpapier; marmoriertes Papier; Manila-Papier; magnetisches Papier; Lunchbeutel aus Papier oder Kunststoff; Luftkissenfolien aus Kunststoff (für Verpackungszwecke); Lose-Blatt-Papier; Löschpapier (Fliesspapier); Löschpapier; liniertes Papier (Fertigerzeugnis); lichtundurchlässiges Papier; Leuchtpapier; Leime für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; leere und teilweise bedruckte Papieretiketten; leere Papiernotizbücher; leere oder teilweise bedruckte Postkarten; Lebensmitteltaschen aus Papier oder Kunststoff; Lätzchen aus Papier; Laserdruckerpapier; laminiertes Papier; Kunststofffolien zur Verwendung als Lebensmittelverpackungen; Kunststofffolien (Papier- und Schreibwaren); kunststoffbeschichtetes Kopierpapier; Kunstdruckpapier; Kuchendekorationen aus Papier; Krepppapier für Haushaltszwecke; Krepppapier; Kraftpapier; Kopierpapier (Schreibwaren); Kopierpapier; Kohlepapier; Kleister und andere Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder Haushaltszwecke; Klebstreifenspender (Papier- und Schreibwaren); Klebstreifenspender für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebstreifen für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren; Klebestifte für Papier- und Schreibwaren oder Haushaltszwecke; Kleber (Gluten) für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebefolien für Papier- und Schreibwaren; Klebeetiketten aus Papier; Klebebänder für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebebänder für Papier- und Schreibwaren; Kaschierpapier; Karton aus Maulbeerenpapier (Senkasi); Karteikarten (Papier- und Schreibwaren); Karaffenuntersetzer aus Papier; Kalligrafiepapier; Kaffeefilter aus Papier; Japanpapier; japanisches Papier; japanische zeremonielle Papierstreifen (Mizuhiki); japanische Kunsthandwerksstücke aus Papier; Identifikationsschilder aus Papier; Hutschachteln aus Papier; Hüllen (Papier- und Schreibwaren); Holzpappe (Papier- und Schreibwaren); Holzpapier; hochkalandriertes Druckpapier; Hartpostpapier; handbemalte Weinflaschenetiketten aus Papier; Halter für Fotografien aus Papier oder Pappe; Halter aus Papier oder Pappe für Fotos oder Bilder; halbverarbeitetes Papier; Haftnotizpapier; gummiertes Papier; gummierte Bänder (Papier- und Schreibwaren); gummierte Bänder für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Gummi (Leim) für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; glimmerhaltiges Papier; gewachstes Hartpostpapier; Gesichtstücher aus Papier; Geschenktaschen aus Papier für Wein; Geschenkschleifen aus Papier; Geschenkpapier; Geschenkeinschlagpapier aus Kunststoff; Geschenkbeutel aus Papier oder Kunststoff; Geschenkbeutel aus Papier; Geschenkblätter aus Papier; Geschenkanhänger aus Papier; Geschäftsbriefpapier; geriffeltes Papier (Wellenrohpapier); Gepäckanhänger aus Papier; gedruckte Werbetafeln aus Papier oder Pappe; gedruckte Rezepte als Teile von Lebensmittelverpackungen; gedruckte Papierschilder; gedruckte Etiketten aus Papier; Fotokopierpapier; Formulare für umlauffähige Wertpapiere; Folien aus regenerierter Zellulose für Verpackungszwecke; Folien aus Kunststoff für



Verpackungszwecke; Fluoreszenzpapier; flexible Kunststofffolien für Verpackungszwecke, verkauft in grossen Mengen an industrielle und kommerzielle Hersteller; Flaschenverpackungen aus Pappe oder Papier; Flaschenhüllen aus Pappe oder Papier; Fischleim für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Filterpapier; Figuren (Statuetten) aus Papiermaché; Figuren aus Papier; feuchtigkeitsrestintes Zellophanpapier; feuchtigkeitsregulierende Blätter aus Papier oder Kunststoff für Lebensmittelverpackungen; Faxpapier; Fassungen für Röntgennegative für nicht-medizinische Zwecke (Papierwaren); Faserpapier; Fahnen, Wimpel (aus Papier); Fahnen und Wimpel aus Papier; Etikettenpapier; Elfenbein-Papier; elektrostatisches Papier; elektrische Papierlocher; Eisbehälter aus Papier oder Karton; Einwickelpapier für Schiesspulver; Einwickelpapier für Lebensmittel; Einwegunterlagen aus Papier oder Zellulose zur Stubenrein-Erziehung von Welpen; Einwegunterlagen aus Papier oder Zellulose für die Sauberkeitserziehung von Haustieren; Einwegunterlagen aus Papier oder Zellulose für das Wechseln von Windeln; Einschlagpapier; Einkaufstaschen aus Papier oder Kunststoff; Einkaufstaschen aus Papier; Einbandpapier; Einbände (Papier- und Schreibwaren); Eierkartons aus Papier; Durchschreibepapier; Durchschlagpapier; Dünndruckpapier; Druckpapiere; Druckpapier für Farbsublimationsdrucker; Druckpapier; Dokumentenmappen (für Papier- und Schreibwaren); Digitaldruckpapier; dickes japanisches Papier (Hosho-gami); Diagrammpapier; dekorative Papierschleifen für Verpackungszwecke; dekorative Papiergirlanden für Parties; Computerpapier; Büropapierwaren; Büropapier; Buntpapierstreifen (Tanzaku); Briefumschlagpapier; Briefumschläge aus Manila-Papier; Briefpapier; Blöcke (Papier- und Schreibwaren); Beutel aus Papier für Verpackungszwecke; Berichtsmappen aus Papier; Bastelpapier; Babylätzchen aus Papier; aufbügelbare Embleme aus Papier; Andruckpapier; Abschminktücher aus Papier; Abfallsäcke (aus Papier oder Kunststoff); Abfallsäcke aus Papier; Abfallbeutel aus Papier; Abfallbeutel aus Papier für Haushaltszwecke; Ablagefächer für Papier- und Schreibwaren; absorbierende Pads aus Papier und Zellulose zum Gebrauch für die Verpackung von Lebensmitteln; Aufbewahrungsbehälter aus Papier; ausgestanzte Formen aus Papier; Behälter, Kästen für Papier- und Schreibwaren; behandeltes Papier zum Einwickeln von Blumen und Blumengebinden; Buchbinderartikel für Bücher und Papiere.

3.

Die Löschungsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

4.

Die antragsgegnerische Partei hat der antragstellenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 4'064.80 (einschliesslich Ersatz der Löschungsgebühr) zu bezahlen.

5.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 20. Juli 2026

Freundliche Grüsse

Marc Burki

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).