

Verfügung im Lösungsverfahren Nr. 102864 in Sachen

Wenger S.A.
Route de Bâle 63
2800 Delémont

Antragstellende Partei

vertreten durch

Isler & Pedrazzini AG
Postfach
8027 Zürich

gegen

Liu Xingcan
No. 54 Bandong New Street
Bandong Village, Bandong Town, Minqing County, Fujian
CN-China

Antragsgegnerische Partei

vertreten durch

euromaier AG
Berglihöh 3
8725 Ernetschwil

CH-Marke Nr. 698879 - WEMGE SABRE ((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: Institut)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Am 13.09.2022 reichte die antragstellende Partei gegen die CH-Marke Nr. 698879 «WEMGE SABRE ((fig.))» (nachfolgend angefochtene Marke) einen Lösungsantrag wegen Nichtgebrauchs ein und beantragte deren vollständige Löschung, d.h. hinsichtlich nachgenannter Waren und Dienstleistungen:

Klasse 18: Peaux d'animaux; portefeuilles; sacs à dos; sacs à main; coffres de voyage; garnitures de cuir pour meubles; fils de cuir; anneaux pour parapluies; cannes; habits pour animaux;

Klasse 25: Manteaux; chaussures; bonneterie; gaines (sous-vêtements); coiffes; gants (habillement); layettes; maillots de bain; foulards; vêtements imperméables;

Klasse 35: Publicité; présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail; renseignements d'affaires; marketing; services de bureaux de placement; services de secrétariat; comptabilité; services de relogement pour entreprises; services de planification pour la publicité; recherche de parraineurs.

2. Mit Verfügung vom 19.09.2022 wurde die antragsgegnerische Partei aufgefordert, eine Stellungnahme einzureichen. Innert Frist wurde keine Eingabe gemacht.
3. Mit Verfügung vom 31.10.2022 hat das Institut die Verfahrensinstruktion geschlossen.
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.
2. Der Lösungsantrag 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 20.02.2017 in Swissreg publizierte angefochtene Marke wurde kein Widerspruch erhoben. Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einreichung des Lösungsantrags, d.h. am 13.09.2022, bereits abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist: Richtlinien in Markensachen des Instituts [Richtlinien], Teil 7, Ziff. 2.4 unter www.ige.ch).
4. Der Lösungsantrag wurde unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 24a lit. a bis e MSchV) eingereicht und die Lösungsgebühr innerhalb der vom Institut angesetzten Frist bezahlt (Art. 35a Abs. 3 MSchG). Auf den Lösungsantrag ist folglich einzutreten.

III. Prozessuales

1. Die antragsgegnerische Partei hat mehrere Möglichkeiten, um auf den Lösungsantrag 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 Institut der Auffassung, dass der Nichtgebrauch nicht glaubhaft gemacht wurde, weist es den Lösungsantrag 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 Lösungsantrag abgewiesen, wenn die antragsgegnerische Partei

den Gebrauch der Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft macht.

3. Macht die antragsgenerische Partei, wie vorliegend, von ihrem Recht, sich zum Löschantrag vernehmen zu lassen, keinen Gebrauch, prüft das Institut lediglich, ob die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Löschantrages, d.h. in casu für den Zeitraum zwischen dem 13.09.2017 und dem 13.09.2022, glaubhaft gemacht hat (vgl. nachfolgend IV. B. Ziff. 2). Sofern dies zutrifft, wird dem Antrag stattgegeben und die Marke (im Umfang des Löschantrags) gelöscht, ohne dass ein weiterer Schriftenwechsel angeordnet und er 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).

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 Institut 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). Der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke ist naturgemäss bedeutend schwieriger zu beweisen als deren Gebrauch (vgl. BGer 4A_515/2017, 3. 2.3.2 und Botschaft zum MSchG vom 21.11.1990, BBl 1991 I 1, S. 26).
3. Im Rahmen des Lösungsverfahrens nach Art. 35a ff. MSchG erfolgt die Würdigung der Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs bzw. des Gebrauchs nach Art. 11 MSchG nach den gleichen Kriterien wie im Widerspruchsverfahren, wenn die widersprechende Partei auf entsprechende Nichtgebrauchseinrede hin den Gebrauch der Widerspruchsmarke glaubhaft zu machen hat (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.2; siehe bezüglich der Kriterien Teil 6, Ziff. 5.3 ff.). Die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs kann sich dabei auf das Fehlen jeglichen Gebrauchs der angefochtenen Marke beziehen oder auch nur auf das Fehlen einzelner Gebrauchskriterien gemäss Art. 11 MSchG (vgl. in diesem Sinn: Entscheid des

Instituts im Lösungsverfahren Nr. 100047, IV. B. Ziff. 4 ff. – Wirecard [fig.], abrufbar unter <https://www.ige.ch>).

4. Rechtserhaltend ist nur ein ernsthafter Gebrauch. Bei der Ernsthaftigkeit des Gebrauchs wird in subjektiver Hinsicht die Absicht vorausgesetzt, der Nachfrage des Marktes genügen zu wollen. Massgebend für die Beurteilung der Ernsthaftigkeit sind die branchenüblichen Gepflogenheiten eines wirtschaftlich sinnvollen Handelns. Zu berücksichtigen sind Art, Umfang und Dauer des Gebrauchs sowie besondere Umstände des Einzelfalls. Nicht als ernsthaft gilt jeder Scheingebrauch, welcher nur deshalb aufgenommen wurde, um durch einen symbolischen Absatz den Verlust des Markenrechts abzuwenden (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.3).
5. Die Marke muss nicht auf der Ware oder der Verpackung selbst erscheinen. Rechtserhaltend wirkt jedoch nur ein funktionsgerechter Gebrauch der Marke. Es genügt, wenn ein Zeichen vom Publikum als Mittel zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen verstanden wird. Ausreichend kann z.B. eine Benutzung der Marke auf Prospekten, Preislisten, Rechnungen, usw. sein. Der Gebrauch muss sich aber in jedem Fall auf die registrierten Waren und/oder Dienstleistungen beziehen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.4).
6. Die Marke ist geschützt, soweit sie im Zusammenhang mit den Waren und/oder Dienstleistungen gebraucht wird, für die sie beansprucht wird (Art. 11 Abs. 1 MSchG). In einem ersten Schritt ist dabei zu prüfen, ob die Produkte, für welche die Marke gebraucht wird, sich unter die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen subsumieren lassen. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die Verwendung von Oberbegriffen der Klassenüberschriften der Nizza-Klassifikation nur diejenigen Waren abdeckt, die diesen effektiv zugeordnet werden können (sog. Subsumptionsfrage; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.1).
7. Eine Marke ist grundsätzlich so 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 geltend (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6).
8. Grundsätzlich ist ein Gebrauch der Marke in der Schweiz erforderlich. Eine Ausnahme ergibt sich aus dem Übereinkommen zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster und Markenschutz. Gemäss Art. 5 Abs. 1 dieses Übereinkommens gilt der Gebrauch der Marke in einem Staat auch im andern als rechtserhaltend. Das Schweizer Recht ist jedoch massgebend für die Beurteilung, welche Handlungen in Deutschland als rechtserhaltender Gebrauch zu werten sind. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichts können nur deutsche und schweizerische Staatsangehörige sowie Angehörige dritter Staaten mit Wohnsitz oder Niederlassung in Deutschland oder der Schweiz die Rechte aus diesem Staatsvertrag beanspruchen, wobei es für juristische Personen genügt, wenn sie eine tatsächliche und nicht nur zum Schein bestehende gewerbliche oder Handelsniederlassung in einem der Vertragsstaaten haben. Die Marke muss zudem in beiden Staaten geschützt sein (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.1).
9. Der Markeninhaber muss sein Zeichen nicht in jedem Fall selbst gebrauchen. Er kann sich den Gebrauch von Dritten anrechnen lassen. Der Gebrauch der Marke mit Zustimmung des Inhabers gilt als Gebrauch durch diesen selbst (Art. 11 Abs. 3 MSchG und Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.8).
10. Vorliegend ist lediglich zu prüfen, ob die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Lösungsantrags, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 13.09.2017 und dem 13.09.2022 glaubhaft gemacht hat (vgl. III Ziff. 3 hiervor).
11. Die Lösungsantragstellerin verweist in ihrem Antrag eingangs darauf hin, dass zwischen ihr und der Antragsgegnerin ein internationaler Markenkonflikt bestritten werde. Alleine in China seien drei Verfahren anhängig, wobei sich die Antragsgegnerin u.a. auch explizit auf die vorliegend angefochtene Marke stütze (vgl. Gesuch, Ziff. 5, Beilage Nr. 2). Hierbei ist anzumerken, dass die Tatsache, dass in China Markenrechtstreitigkeiten zwischen den Parteien bestehen und sich die Antragsgegnerin dabei auf die vorliegend angefochtene Marke stützt, für den vorliegenden Entscheid irrelevant ist. Daraus kann jedenfalls keineswegs abgeleitet werden, dass die Marke in der Schweiz nicht gebraucht wird.

12. Die Antragstellerin reichte zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs folgende Unterlagen ein:

- Beilage Nr. 2: Gegnerische Eingabe vom 5. August 2022;
- Beilage Nr. 3: Google-Recherche vom 7. September 2022;
- Beilage Nr. 4: Abfrage Toppreise.ch vom 7. September 2022;
- Beilage Nr. 5: Abfrage Amazon.de vom 7. September 2022;
- Beilage Nr. 6: SMD-Recherche vom 9. September 2022;
- Beilage Nr. 7: Abfrage <https://shopee.com.my> vom 7. September 2022.

13. Die Antragstellerin führt insbesondere aus, dass sie eigene Recherchen durchgeführt habe, wonach der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke bereits rechtsgenügend belegt werde (Beilagen Nr. 3, 4, 5). Zusätzlich sei eine umfassende Benutzungsrecherche über einen anerkannten Drittanbieter vorgenommen worden, welche zum Ergebnis führte, dass für die Schweiz keine Hinweise für einen rechtserhaltenden Gebrauch der angefochtenen Marke in den letzten fünf Jahren gefunden worden seien (Beilage Nr. 6).

Aus einer weiteren Benutzungsrecherche im Ausland ergebe sich, dass die hier angefochtene Marke wohl im asiatischen Raum eingesetzt werde (Beilage Nr. 7). Indem die Marke im Ausland mit rot-weisser Farbe eingesetzt werde, um Assoziationen mit der Schweiz zu erwecken, welche aufgrund des negativen Farbanspruchs jedoch gerade ausgeschlossen seien, und indem mit der leicht verfremdeten Schreibweise WEMGE SAMBRE auf die Wenger Taschenmesser WENGER SABRE hingewiesen werde, werde die Marke in irreführender Weise gebraucht. Im Übrigen würden auch weitere Marken der Antragstellerin nachgeahmt (vgl. Gesuch, Ziff. 16).

14. Die Löschantragsgegnerin hat keine Stellungnahme eingereicht.

15. Inhaber der angefochtenen Marke ist Liu Xingcan aus Fujian, China. Die SMD Recherche (Beilage Nr. 6) ergab insbesondere Folgendes: Über Firmenprofil-Datenbanken wurde nach Firmen gesucht, die mit dem Markeninhaber möglicherweise in Verbindung stehen. So wurde die Firma „Guangzhou Jundao Travelling Products Co.,Ltd.“ gefunden, als deren Manager und rechtlicher Vertreter der Markeninhaber genannt wird. Geschäftstätigkeit der Firma sind «Sport- und Freizeitartikel». Über Suchmaschinen im Internet wurde nach «WEMGE SABRE», nach «WEMGE» in Verbindung mit «SABRE» gesucht. Alternativ wurde die Suche mit dem Namen «Liu Xingcan» durchgeführt. Diese Suchen ergaben keine relevanten Treffer für die Schweiz (Ziff. 2 des Rechercheberichts). Auch fanden sich bei vereinzelt Treffern, welche den asiatischen Raum betreffen, keine Hinweise darauf, dass sich diese Angebote an Abnehmer in der Schweiz richten würden (Ziff. 2 des Rechercheberichts). Über Datenbanken, die Artikel der Tages-, Wochen- und Fachpresse enthalten, wurde ebenfalls nach «WEMGE SABRE», nach «WEMGE» in Verbindung mit «SABRE» gesucht und es wurden keinerlei Artikel gefunden (Ziff. 3 des Rechercheberichts). Auf telefonische Nachfragen wurde deshalb in der Folge verzichtet. Der Recherchebericht bezogen auf die Schweiz kommt sodann zum Schluss, dass keinerlei Hinweise auf eine aktuelle oder in der Vergangenheit liegende Benutzung der gesuchten Marke «WEMGE SABRE ((fig.))» ermittelt werden konnte.

Das gleiche Ergebnis ergibt sich aus den von der Antragstellerin selbständig durchgeführten Recherchen. Weder eine Google-Recherche bezogen auf die Schweiz (Beilage Nr. 3), noch Abfragen auf Toppreise.ch (Beilage Nr. 4) und Amazon.de (Beilage Nr. 5) ergaben irgendwelche Hinweise darauf, dass die angefochtene Marke in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen in der Schweiz während des Zeitraums zwischen dem 13.09.2017 und dem 13.09.2022 gebraucht wurde.

16. 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 Institut die entsprechenden Behauptungen überwiegend für wahr hält, obwohl nicht alle Zweifel beseitigt sind. Das Institut ist dabei bloss zu überzeugen, dass die Marke wahrscheinlich nicht gebraucht beziehungsweise gebraucht wird, nicht aber auch, dass die Marke tatsächlich nicht gebraucht beziehungsweise gebraucht wird, weil jede Möglichkeit des Gegenteils vernünftigerweise auszuschliessen ist. Glaubhaftmachen bedeutet, dass dem Richter aufgrund objektiver Anhaltspunkte der Eindruck vermittelt wird, dass die in Frage stehenden Tatsachen nicht bloss möglich, sondern wahrscheinlich sind (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 5.4.4.2).

17. Die SMD Recherche (Beilage Nr. 6) bezieht sich im Titel auf die Suche nach Waren und Dienstleistungen der Klassen 18, 25 und 35, somit auf sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Die selbständig durchgeführten Recherchen (Beilagen Nr. 3, 4 und 5) beziehen sich auf die Markeninhaberin als solche und führten zu keinerlei Treffern in der Schweiz, weder für Waren noch für Dienstleistungen. Im Ergebnis wurde festgestellt, dass keinerlei Benutzung der angefochtenen Marke für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen stattgefunden hat.

Aufgrund der eingereichten Rechercheunterlagen ist es für das Institut wahrscheinlich, dass in der Schweiz in der relevanten Gebrauchsperiode kein rechtserhaltender Gebrauch der angefochtenen Marke durch die Inhaberin der angefochtenen internationalen Registrierung stattgefunden hat. Das Institut erachtet es aufgrund der ins Recht gelegten Belege insgesamt somit als glaubhaft, dass die angefochtene Marke im hier massgeblichen Zeitraum in der Schweiz nicht zur Bezeichnung der von der angefochtenen Marke in den Klassen 18, 25 und 35 beanspruchten Waren und Dienstleistungen rechtserhaltend gebraucht wurde.

18. Da sich die löschungsantragsgegnerische Partei nicht am Verfahren beteiligt hat und demnach auch keine Gebrauchsbelege eingereicht wurden, ist der Löschungsantrag gutzuheissen und die Schweizer Marke Nr. 698879 «WEMGE SABRE ((fig.))» zu widerrufen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Löschungsgebühr verbleibt dem Institut (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 Institut 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 Institut 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 entscheiderelevant und somit notwendig, weshalb der antragstellenden Partei in Anwendung der obgenannten Kriterien die im Zusammenhang mit der Gebrauchsrecherche geltend gemachten Kosten von CHF 500.00 (d.h. von Euro 500.00 zum Tageskurs von 1.00 vom 16.01.2023) entschädigt werden (vgl. Löschungsantrag, Ziff. 23, Beilage Nr. 8). Zudem hat die antragsgegnerische Partei der antragstellenden Partei die Löschungsgebühr zu ersetzen. Insgesamt wird der antragstellenden Partei eine Entschädigung in der Höhe von CHF 2'500.00 zugesprochen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Löschantrag im Verfahren Nr. 102864 wird gutgeheissen.
2.
Die Schweizer Marke Nr. 698879 «WEMGE SABRE ((fig.))» wird gelöscht.
3.
Die Lösungsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
4.
Die antragsgegnerische Partei hat der antragstellenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'500.00 (einschliesslich Ersatz der Lösungsgebühr) zu bezahlen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 17. Januar 2023

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).