Bundesgericht
Tribunal fédéral
Tribunale federale
Tribunal federal

{T 1/2}
4A 207/2010

Urteil vom 9. Juni 2011
I. zivilrechtliche Abteilung

Besetzung
Bundesrichterin Klett, Präsidentin,
Bundesrichterinnen Rottenberg Liatowitsch, Kiss,
Gerichtsschreiberin Hotz.

Verfahrensbeteiligte
RAM Swiss Watch AG,
vertreten durch Rechtsanwalt Dr. Lorenz Ehrler,
Beschwerdeführerin,

gegen

Rama Watch SA,
vertreten durch Fürsprecher Sandro Tobler,
Beschwerdegegnerin.

Gegenstand
Firmenrecht; Markenrecht; UWG,

Beschwerde gegen das Urteil des Kantonsgerichts des Kantons Zug, 3. Abteilung, vom 18. März 2010.

Sachverhalt:

A.
Die Rama Watch SA (Beschwerdegegnerin) wurde am 29. Dezember 1983 in das Handelsregister des Kantons Bern eingetragen. Sie bezweckt die Herstellung von sowie den Handel mit Uhren und Luxusartikeln aller Art. Sie ist ferner Inhaberin der am 31. Mai 1999 hinterlegten Wortbildmarke Nr. P-464243 "R (fig.) RSW Rama Swiss Watch" für die Warenklasse 14.

Die RAM Swiss Watch AG (Beschwerdeführerin) wurde am 16. Februar 2006 in das Handelsregister des Kantons Zug eingetragen. Sie bezweckt die Herstellung von sowie den Handel mit Uhren.

B.
Am 24. Juli 2009 klagte die Beschwerdegegnerin gegen die Beschwerdeführerin beim Kantonsgericht Zug mit den Begehren, es sei die Beschwerdeführerin zu verpflichten, den Bestandteil "RAM" in ihrer Firma innert 30 Tagen im Handelsregister zu löschen. Im Weiteren sei der Beschwerdeführerin zu verbieten, die Bezeichnung "RAM" oder "RAMA" zur Kennzeichnung ihres Geschäftsbetriebes oder ihrer Leistungen im geschäftlichen Verkehr, einschliesslich Korrespondenz und Werbung, zu verwenden. Beide Begehren verband sie mit dem Antrag auf Strafandrohung im Widerhandlungsfall nach Art. 292 StGB.

Am 18. März 2010 fällte das Kantonsgericht folgendes Urteil:
"1. Die Beklagte wird verpflichtet, den Bestandteil "RAM" in ihrer Firma innert 45 Tagen seit Rechtskraft die-

ses Urteils im Handelsregister löschen zu lassen.
2. Der Beklagten wird unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung im Sinne von Art. 292 StGB (Sanktion: Busse) verboten, die Bezeichnung "RAM" als Bestandteil der Zeichen "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch" zur Kennzeichnung ihres Geschäftsbetriebes oder ihrer Leistungen im geschäftlichen Verkehr, einschliesslich Korrespondenz und Werbung, zu verwenden.
3. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.
[4.-5. Kosten und Entschädigung]"

C.
Die Beschwerdeführerin beantragt mit Beschwerde in Zivilsachen, es seien die Ziffern 1, 2, 4 und 5 des Dispositivs des Urteils des Kantonsgerichts vom 18. März 2010 aufzuheben und die Klage abzuweisen. Eventualiter sei die Sache an das Kantonsgericht Zug zur Neubeurteilung zurückzuweisen.
Die Beschwerdegegnerin beantragt die Abweisung der Beschwerde. Die Vorinstanz verzichtete auf eine Vernehmlassung.

D.
D.a Die Beschwerdeführerin ersuchte das Kantonsgericht Zug um Erläuterung seines Urteils. Dieses wies das Erläuterungsgesuch mit Beschluss vom 21. April 2010 ab mit der Begründung, aus den Urteilserwägungen gehe klar hervor, dass der Beschwerdeführerin mit Dispositiv-Ziffer 2 nicht nur der firmenmässige, sondern auch der markenmässige Gebrauch der Zeichen "RAM Swiss Watch AG" und "RAM Swiss Watch" untersagt werde.
Das Bundesgericht wies mit Präsidialverfügung vom 27. April 2010 den Antrag der Beschwerdeführerin ab, es sei ihr Frist anzusetzen zur Ergänzung der Beschwerde im Anschluss an den Entscheid des Kantonsgerichts Zug über das Erläuterungsbegehren.
D.b Mit Präsidialverfügung vom 9. Juni 2010 wurde der Beschwerde die aufschiebende Wirkung erteilt.

Gleichzeitig wurde das bundesgerichtliche Verfahren antragsgemäss bis zum Entscheid des Obergerichts des Kantons Zug über die bei ihm hängige Berufung der Beschwerdeführerin sistiert. Am 21. Dezember 2010 wies das Obergericht die Berufung ab und bestätigte das Urteil des Kantonsgerichts. Dieses Urteil blieb unangefochten. In der Folge wurde das bundesgerichtliche Verfahren fortgesetzt.

Erwägungen:

1.
Das angefochtene Urteil des Kantonsgerichts erging in Anwendung von Firmenrecht (Art. 951 und Art. 956 OR) sowie des MSchG (SR 232.11) und des UWG (SR 241). Soweit es sich auf Firmenrecht stützt, unterlag es der Berufung an das Obergericht des Kantons Zug. Dieses wies die von der Beschwerdeführerin erhobene Berufung ab. Bezüglich Firmenrecht ist das angefochtene Urteil des Kantonsgerichts, insbesondere dessen Dispositiv-Ziffer 1, rechtskräftig und nicht Anfechtungsobjekt der vorliegenden Beschwerde.
Es geht somit um eine Zivilrechtsstreitigkeit in Anwendung des MSchG und des UWG. Dafür sieht das Bundesrecht eine einzige kantonale Instanz vor (Art. 5 Abs. 1 lit. a und d ZPO; zuvor Art. 58 Abs. 3 aMSchG und Art. 12 Abs. 2 aUWG). Die Beschwerde in Zivilsachen ist demnach unabhängig vom Streitwert zulässig (Art. 74 Abs. 2 lit. b BGG).
Da auch die übrigen Sachurteilsvoraussetzungen erfüllt sind, ist auf die Beschwerde einzutreten.

2.
Die Beschwerdegegnerin stützte ihre Klage auf Firmen-, Marken- und Lauterkeitsrecht. Die Klage wurde in Bezug auf Firmen- und Markenrecht geschützt, in Bezug auf Lauterkeitsrecht verworfen. In lauterkeitsrechtlicher Hinsicht ist die Beschwerdeführerin vom angefochtenen Urteil somit nicht beschwert. Die firmenrechtlichen Ansprüche der Beschwerdegegnerin wurden - wie erwähnt - vom Obergericht rechtskräftig in bejahendem Sinn beurteilt. Das Bundesgericht hat demnach einzig zu prüfen, ob das Urteil des Kantonsgerichts vor Bundesrecht standhält, soweit es sich auf Markenrecht stützt.

2.1 Der Markeninhaber kann anderen verbieten, ein Zeichen zu gebrauchen, das nach Art. 3 Abs. 1 MSchG vom Markenschutz ausgeschlossen ist (Art. 13 Abs. 2 MSchG). Nach Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG vom Markenschutz ausgeschlossen sind u.a. Zeichen, die einer älteren Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, sodass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

2.2 Werden firmenrechtliche und markenrechtliche Ansprüche kumulativ geltend gemacht (THOUVENIN/NOTH, in: Michael Noth und andere [Hrsg.], Markenschutzgesetz, 2009, N. 129 f. der Einleitung), ist der unterschiedliche Schutzumfang zu beachten: So geniesst die Firma branchenübergreifenden Schutz, aber nur gegenüber dem firmenmässigen Gebrauch, während die Marke - mit Ausnahme der berühmten Marke - nur für die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen geschützt ist, jedoch jeden kennzeichenmässigen Gebrauch (in der Schweiz) erfasst (BGE 131 III 572 E. 3 S. 575; 127 III 160 E. 2 S. 165; THOUVENIN/NOTH, a.a.O., N. 138 der Einleitung). Die verschiedenen Ansprüche weisen andererseits Gemeinsamkeiten auf. So ist namentlich der Begriff der Verwechslungsgefahr für das gesamte Kennzeichenrecht einheitlich zu umschreiben (BGE 134 I 83 E. 4.2.3 S. 90; 131 III 572 E. 3 S. 575; 127 III 160 E. 2a S. 165, je mit Hinweisen).

3.
Die Vorinstanz bejahte die Verwechselbarkeit der Firmen der Parteien, weil sich ihre prägenden und hervorstechenden Bestandteile (”RAM” bzw. ”Rama”) mit Bezug auf das Klang- und Schriftbild zu wenig voneinander abheben würden. Diesen komme auch kein markanter Sinngehalt zu, der für eine Abgrenzung sorgen würde, und beide Firmen enthielten bloss ungenügend individualisierende, teilweise sogar übereinstimmende Zusätze, mit denen der durch die hohe Ähnlichkeit der kennzeichnenden Firmenbestandteile verursachten Verwechslungsgefahr nicht begegnet werden könne. Sie bejahte daher einen firmenrechtlichen Unterlassungsanspruch der Beschwerdegegnerin.

Die Vorinstanz anerkannte auch einen Anspruch der Beschwerdegegnerin auf Unterlassung des markenmässigen Gebrauchs des verwechselbaren Zeichens der Beschwerdeführerin. Zur Begründung führte sie aus, die Beschwerdegegnerin könne sich hierfür auf ihre eingetragene Wortbildmarke ”R (fig.) RSW Rama Swiss Watch” stützen. Gleich wie die Firma der Beschwerdegegnerin sei auch ihre Marke dem von der Beschwerdeführerin verwendeten Zeichen ”RAM Swiss Watch AG” sehr ähnlich. Das zusätzliche Wortelement ”RSW” in der Marke der Beschwerdegegnerin führe nicht zu einer nennenswerten Abgrenzung, da es sich dabei lediglich um ein Akronym für ”Rama Swiss Watch” handle. Vernachlässigbar sei sodann das grafisch kaum in Erscheinung tretende Bildelement ”R (fig.)”. Sodann sei die für den Markenschutz erforderliche Branchennähe gegeben, da beide Parteien Uhren herstellten und mit Uhren handelten.

Bei der konkreten Umschreibung des Unterlassungsanspruchs der Beschwerdegegnerin erwog die Vorinstanz, dieser richte sich sowohl im firmenrechtlichen Bereich (Kennzeichnung des Unternehmens) als auch im markenrechtlichen Bereich (Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen) auf die Verwendung des gesamten Zeichenwortlauts ”RAM Swiss Watch AG” oder ”RAM Swiss Watch” bzw. des Zeichens ”RAM” als Bestandteil der Firma der Beschwerdeführerin und nicht etwa auf die Verwendung der Zeichen ”RAM” oder ”RAMA” schlechthin. Zum einen stehe es der Beschwerdeführerin frei, die Bezeichnung ”RAM” in anderer Zusammensetzung als der aktuellen Firma zu verwenden, falls mittels kennzeichnungskräftiger Zusätze ein genügender Abstand zur Firma und Marke der Beschwerdegegnerin hergestellt werde. Zum anderen habe die Beschwerdegegnerin nicht nachgewiesen, dass die Beschwerdeführerin das Zeichen ”RAM” als solches oder sogar ”RAMA” jemals zur Kennzeichnung ihres Unternehmens oder ihrer Produkte verwendet habe oder dass eine solche Verwendung unmittelbar bevorstehe, womit ein Unterlassungsanspruch insoweit entfalle. Demgemäss sei das von der Beschwerdegegnerin beantragte Verbot entsprechend einzuschränken auf die Verwendung der Bezeichnung ”RAM” als
Bestandteil der Kennzeichen ”RAM Swiss Watch AG” oder ”RAM Swiss Watch”.

4.
Die Beschwerdeführerin wendet vorab ein, der Beschwerdegegnerin fehle es für ihr Unterlassungsbegehren am erforderlichen Rechtsschutzinteresse. Das Unterlassungsbegehren sei unbestimmt. Es hätte folglich bereits aus diesem Grund abgewiesen werden müssen.

Die Beschwerdeführerin wirft damit zwei Fragen auf: Zum einen diejenige nach dem erforderlichen Rechtsschutzinteresse an einem Unterlassungsbegehren, zum anderen diejenige nach der korrekten Formulierung des Unterlassungsbegehrens, insbesondere der hinreichenden Bestimmtheit.

4.1 Die Klage auf Unterlassung bevorstehender oder erneuter Störung setzt wie jede Klage ein aktuelles Rechtsschutzinteresse voraus. Die Gerichte haben nur dort einzuschreiten, wo ein aktuelles Interesse an einem Urteil besteht, nicht aber über hypothetische Störungen zu befinden. Der Kläger hat daher den Nachweis der Begehungs- oder Wiederholungsgefahr zu erbringen. Namentlich wenn es wie vorliegend um die Verwechselbarkeit von Kennzeichen geht, kann nur der Gebrauch eines tatsächlich verwendeten Zeichens, in der Regel aber nicht die Verwendung eines bestimmten Zeichenbestandteils schlechthin untersagt werden, da dieser Bestandteil in einem anders zusammengesetzten Kennzeichen möglicherweise nicht mehr verwechselbar ist (Urteil 4C.149/2003 vom 5. September 2003 E. 1.1; DAVID UND ANDERE, Der Rechtsschutz im Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, in: SIWR Bd. I/2, 3. Aufl. 2011, Rz. 271 f. und 283).

Unterlassungsklagen müssen auf das Verbot eines genau umschriebenen Verhaltens gerichtet sein. Die verpflichtete Partei soll erfahren, was sie nicht mehr tun darf, und die Vollstreckungs- oder Strafbehörden müssen wissen, welche Handlungen sie zu verhindern oder mit Strafe zu belegen haben. Werden diese Behörden mit der Behauptung angerufen, der Beklagte habe eine ihm untersagte Handlung trotz des Verbots des Zivilrichters erneut begangen, haben sie einzig zu prüfen, ob die tatsächliche Voraussetzung erfüllt ist; dagegen haben sie das Verhalten nicht rechtlich zu qualifizieren (BGE 131 III 70 E. 3.3 S. 73). Bei Markenverletzungen sind namentlich die zu unterlassende Handlung und das Verletzungszeichen genau zu umschreiben (ROGER STAUB, in: Noth und andere [Hrsg.], Markenschutzgesetz, 2009, N. 34 f. zu Art. 55 MSchG; DAVID UND ANDERE, a.a.O., Rz. 276 ff.).

4.2 Die Beschwerdegegnerin formulierte ihr Unterlassungsbegehren wie folgt:

"Der Beklagten [der Beschwerdeführerin]sei zu verbieten, die Bezeichnung "RAM" oder "RAMA" zur Kennzeichnung ihres Geschäftsbetriebes oder ihrer Leistungen im geschäftlichen Verkehr, einschliesslich Korrespondenz und Werbung, zu verwenden."

Die Vorinstanz stellte fest, dass die Beschwerdegegnerin nicht nachgewiesen habe, dass die Beschwerdeführerin das Zeichen "RAM" als solches oder sogar "RAMA" jemals zur Kennzeichnung ihres Unternehmens oder ihrer Produkte verwendet habe oder dass eine solche Verwendung unmittelbar bevorstehe. Bei dieser Sachlage ist der Beschwerdeführerin recht zu geben, dass der Beschwerdegegnerin das Rechtsschutzinteresse am Unterlassungsbegehren, wie sie es formulierte, abging. Dies verkannte auch die Vorinstanz nicht, hielt sie doch fest, insoweit, d.h. bezüglich der Verwendung von "RAM" oder "RAMA" in Alleinstellung, entfalle der Unterlassungsanspruch.

Die Vorinstanz verstand das Unterlassungsbegehren der Beschwerdegegnerin aber dahingehend, dass es auf die Verwendung des gesamten Zeichenwortlauts "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch" bzw. des Zeichens "RAM" als Bestandteil der Firma der Beschwerdeführerin ziele. Sie nahm deshalb eine entsprechende "Einschränkung" vor und verbot der Beschwerdeführerin, "die Bezeichnung "RAM" als Bestandteil der Zeichen "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch" zur Kennzeichnung ihres Geschäftsbetriebes oder ihrer Leistungen im geschäftlichen Verkehr, einschliesslich Korrespondenz und Werbung, zu verwenden." Dass sie mit dieser Einschränkung des Unterlassungsbegehrens der Beschwerdegegnerin die Dispositionsmaxime, die vorliegend noch dem kantonalen Recht zuzuordnen ist (BGE 109 II 452 E. 5d S. 460), in willkürlicher Weise verletzt hätte, macht die Beschwerdeführerin zu Recht nicht geltend, denn es lag im allgemeinen richterlichen Ermessen, weniger zuzusprechen, als begehrt wurde.

So wie das Verbot im angefochtenen Urteil formuliert ist, weist es entgegen der Meinung der Beschwerdeführerin die erforderliche Bestimmtheit auf. Sowohl die zu unterlassenden Handlungen als auch die Verletzungszeichen sind hinreichend definiert. So ist klar angegeben, in welcher Zusammensetzung die Bezeichnung "RAM"

nicht verwendet werden darf, nämlich als Bestandteil der Zeichen "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch". Darin unterscheidet sich der vorliegende Fall vom Urteil 4C.149/2003 des 5. Septembers 2003 [Integra], das die Beschwerdeführerin für ihren Standpunkt anruft. In jenem Fall stand gerade nicht fest, in welcher Weise und insbesondere mit welchen Zusätzen die Beklagte das Zeichen "Integra" tatsächlich gebrauchte (E. 1.3). Hier ist das hingegen klar und die Verletzungszeichen sind im Verbot genau bezeichnet.

Betreffend die untersagten Handlungen beanstandet die Beschwerdeführerin, es sei unbestimmt, was mit dem Begriff "Leistungen" gemeint sei. Das MSchG kenne diesen Begriff nicht. Liest man Dispositiv-Ziffer 2 indessen im Lichte von Erwägung 3 des angefochtenen Urteils, bleibt kein Zweifel, dass unter der Kurzbezeichnung "Leistungen" diejenigen Waren und Dienstleistungen gemeint sind, für welche die Beschwerdegegnerin markenrechtlichen Schutz beanspruchen kann. Ein entsprechendes Verständnis bekräftigte das Obergericht mit seinem Beschluss vom 21. April 2010. Die Beschwerdeführerin hat dies zur Kenntnis genommen, wie sie in ihrem Schreiben vom 27. April 2010 an das Bundesgericht selbst ausführt.

4.3 Die Rüge, es fehle am Rechtsschutzinteresse und an der hinlänglichen Bestimmtheit des Unterlassungsbegehrens, erweist sich demnach als unbegründet.

5.
Für den Fall, dass ein schutzwürdiges Interesse am Unterlassungsbegehren als nachgewiesen erachtet wird, bestreitet die Beschwerdeführerin die Verwechslungsgefahr zwischen der Marke der Beschwerdegegnerin "R (fig.) RSW Rama Swiss Watch" und den Zeichen der Beschwerdeführerin "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch".

5.1 Eine Verwechslungsgefahr im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG besteht, wenn das jüngere Zeichen die ältere Marke in ihrer Unterscheidungsfunktion beeinträchtigt. Eine solche Beeinträchtigung ist gegeben, sobald zu befürchten ist, dass die massgeblichen Verkehrskreise sich durch die Ähnlichkeiten der Zeichen irreführen lassen und Waren, die das eine oder das andere Zeichen tragen, dem falschen Markeninhaber zurechnen, oder falls das Publikum die Zeichen zwar auseinanderzuhalten vermag, aufgrund ihrer Ähnlichkeit aber falsche Zusammenhänge vermutet (BGE 128 III 441 E. 3.1 S. 445 f., 146 E. 2a S. 148 f.; 127 III 160 E. 2a S. 165 f.; 122 III 382 E. 1 S. 384). Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann, und andererseits von den Warengattungen, für welche die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (BGE 122 III 382 E. 1 S. 385).

Der Schutzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen. Stark sind demgegenüber Marken, die entweder aufgrund ihres fantasiehaften Gehalts auffallen oder aber sich im Verkehr durchgesetzt haben (BGE 122 III 382 E. 2a S. 385 mit Hinweisen).

Je näher sich die Waren sind, für welche die Marken registriert sind, desto grösser wird das Risiko von Verwechslungen und desto stärker muss sich das jüngere Zeichen vom älteren abheben, um die Verwechslungsgefahr zu bannen. Ein besonders strenger Massstab ist anzulegen, wenn beide Marken für identische Warengattungen bestimmt sind. Im Weiteren ist auch von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Waren richten und unter welchen Umständen sie gehandelt werden. Bei Massenartikeln des täglichen Bedarfs, wie beispielsweise Lebensmitteln (vgl. BGE 126 III 315 E. 6b/bb; 95 II 191 E. 2; 88 II 378 E. 2 S. 379), ist mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (BGE 122 III 382 E. 3a S. 387 f.; 117 II 321 E. 4, je mit Hinweisen).

Entscheidend ist der Gesamteindruck, wie er in der Erinnerung der Adressaten haften bleibt (BGE 127 III 160 E. 2b/cc S. 168 mit Hinweisen). Der Gesamteindruck von Wortmarken wird zunächst durch den Klang und durch das Schriftbild bestimmt. Gegebenenfalls kann jedoch auch ihr Sinngehalt von entscheidender Bedeutung sein. Den Klang prägen insbesondere das Silbenmass, die Aussprachekadenz und die Aufeinanderfolge der Vokale, während das Schriftbild vor allem durch die Wortlänge und durch die Eigenheiten der verwendeten Buchstaben gekennzeichnet wird (BGE 127 III 160 E. 2b/cc; 126 III 315 E. 6c). Je nach der Ausgestaltung einer Marke ziehen ihre verschiedenen Bestandteile die Aufmerksamkeit der Markenadressaten in unterschiedlichem Ausmass an und beeinflussen sie deshalb auch den in der Erinnerung verbleibenden Gesamteindruck unterschiedlich stark. So finden der Wortanfang bzw. der Wortstamm sowie die Endung, insbesondere wenn sie bei der Aussprache betont werden, in der Regel grössere Beachtung als dazwischen geschobene, unbetonte weitere Silben. Im Weiteren misst das Publikum Markenbestandteilen, die es von ihrem Sinngehalt her sogleich als beschreibend erkennt, für die Kennzeichnung der Waren in der Regel unwillkürlich weniger
Gewicht zu als originellen Markenbestandteilen. Zu berücksichtigen ist schliesslich, dass längere Wörter sich dem Gedächtnis weniger gut einprägen als Kurzwörter, so dass Unterschiede leichter überhört und überlesen werden (BGE 122 III 382 E. 5a S. 388 f. mit Hinweisen).

5.2 Die Vorinstanz ging zutreffend davon aus, dass die Parteien sich mit den gleichen Produkten (Uhren) an das gleiche Publikum richten, was grundsätzlich zu strengeren Anforderungen an die Unterscheidbarkeit der streitbetroffenen Zeichen führe. Sie stellte sodann fest, dass beide Parteien ihre Uhren im höheren Preissegment (mindestens Fr. 1'000.– pro Stück) anbieten. Deshalb könne davon ausgegangen werden, dass das Publikum etwas aufmerksamer sei als beim Erwerb von ausgesprochenen Billiguhren, die zu den Massenartikeln zählen, auch wenn das Publikum nicht allein aus fachkundigen Personen, sondern auch aus fachunkundigen Direktkäufern bestehe. Die Beschwerdeführerin ist demgegenüber der Ansicht, es müsse von einer "entscheidend erhöhten" Aufmerksamkeit der massgeblichen Verkehrskreise ausgegangen werden.

Dem kann nicht gefolgt werden. Zwar zählen die von den Parteien vertriebenen Uhren nicht zu den Massenartikeln des täglichen Bedarfs, bei denen mit einer geringeren Aufmerksamkeit des Publikums zu rechnen ist. Andererseits richten sich die Parteien mit ihren Produkten nicht allein an Fachkreise, sondern auch an Direktkäufer, die Uhren im höheren Preissegment erwerben möchten. Dass solche Uhren nicht alltäglich gekauft werden, vermag die von der Vorinstanz angenommene etwas höhere Aufmerksamkeit zu begründen, nicht aber eine entscheidend erhöhte Aufmerksamkeit.

5.3 Weiter hielt die Vorinstanz dafür, die Bestandteile "Rama" bzw. "RAM" seien die prägenden Elemente in den Zeichen der Parteien und für die Unterscheidbarkeit massgebend.

Bei den genannten Bestandteilen handelt es sich um Fantasiebezeichnungen. Als solche kommt ihnen besondere Prägekraft zu, zumal "RAM" am Anfang der Zeichen der Beschwerdeführerin steht (vgl. dazu BGE 122 III 382 E. 5a S. 388). Die diesen Hauptbestandteilen jeweils hinzugefügten weiteren Elemente "Swiss Watch" sowie "AG" weisen lediglich auf die Tätigkeitsbereiche und auf die Rechtsform hin bzw. enthalten geografische Hinweise, sind mithin rein beschreibende Zusätze ohne wesentliche Kennzeichnungswirkung. Es kommt hinzu, dass die Zusätze "Swiss Watch" in der Marke der Beschwerdegegnerin und den Zeichen der Beschwerdeführerin identisch sind, was die Verwechselbarkeit wiederum begünstigt. Die Beschwerdeführerin ist der Ansicht, in der Marke der Beschwerdegegnerin "R (fig.) RSW Rama Swiss Watch" sei "RSW" der prägende Teil. Dies verwarf die Vorinstanz zutreffend mit der Begründung, dass das zusätzliche Wortelement "RSW" nicht zu einer nennenswerten Abgrenzung führe, zumal es sich dabei lediglich um ein Akronym für "Rama Swiss Watch" handle. In der Tat ist die Buchstabenfolge "RSW" ohne weiteres als Abkürzung für die unmittelbar danach angeführten Wörter "Rama Swiss Watch" erkennbar und vermag daher in der Gesamtbetrachtung der Marke der Beschwerdegegnerin nicht hervorzustechen. Die Vorinstanz ging demnach zu Recht davon aus, dass die Bestandteile "Rama" bzw. "RAM" die prägenden Elemente seien.

Von diesen prägenden Elementen wird der Gesamteindruck der Zeichen bestimmt. Sie müssen sich daher genügend deutlich voneinander unterscheiden (vgl. EUGEN MARBACH, Markenrecht, in: SIWR III/1, 2. Aufl. 2009, Rz. 866). Da es sich um Fantasiebezeichnungen und damit um starke Bestandteile handelt, sind an die

Unterscheidbarkeit hohe Anforderungen zu stellen (vgl. BGE 122 III 382 E. 2a). Ein besonders strenger Massstab ist deshalb anzulegen, weil die Zeichen für identische Warengattungen (Uhren) beansprucht werden (vgl. BGE 122 III 382 E. 3a S. 387).

5.4 Bei der konkreten Gegenüberstellung von "Rama" und "RAM" wiederholt die Beschwerdeführerin im Wesentlichen ihre eigene Sicht der Dinge, die sie schon dem Kantonsgericht und dem Obergericht vorgetragen hat. Wie diese kann auch das Bundesgericht der Sicht der Beschwerdeführerin nicht folgen:
5.4.1 Was den Wortklang anbelangt, stimmen die beiden prägenden Bestandteile "Rama" und "RAM" in den ersten drei Buchstaben überein. Die Bezeichnung der Beschwerdegegnerin weist zusätzlich am Schluss ein "a" auf. Die Beschwerdeführerin betont mit Blick auf das zusätzliche "a", dass weder eine übereinstimmende Vokalfolge noch die gleiche Silbenzahl vorliege. Auch die Wortkadenz unterscheide sich deutlich: Während bei "Rama" der erste Vokal gedehnt ausgesprochen werde und das Wort mit dem Schlussvokal "a" sanft ausklinge, werde der einzige Vokal in "RAM" kurz und scharf ausgesprochen.

Die von der Beschwerdeführerin vertretene unterschiedliche Aussprache liegt indessen keineswegs auf der Hand. Denkbar ist, dass auch "Ram" mit einem gedehnten "a" ausgesprochen wird. In Betracht fällt auch die englische Aussprache als "ae", und zwar für beide Zeichen, da beide den englischen Zusatz "Swiss Watch" aufweisen. Die Vorinstanz verweist zudem einleuchtend auf die Bekanntheit von "RAM" in der EDV-Sprache als Abkürzung für "Random Access Memory" (Arbeits- oder Hauptspeicher). Bei allen Aussprachen herrscht praktisch Übereinstimmung der beiden Zeichen, denn die Betonung liegt auch bei "Rama" klar auf der ersten Silbe, während der zusätzliche Schlussvokal nicht betont wird und beinahe untergeht. Die blosse Weglassung dieses unbetonten Schlussvokals "a" vermag daher keinen deutlichen Unterschied im Wortklang hervorzurufen.
5.4.2 Betreffend das Schriftbild weist die Beschwerdeführerin darauf hin, dass die Marke der Beschwerdegegnerin "R (fig.) RSW Rama Swiss Watch" bedeutend länger sei als ihr Zeichen "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch". Dem ist entgegenzuhalten, dass die Wortfolge "Rama Swiss Watch" bzw. "RAM Swiss Watch" bis auf die Endsilbe "a" in "Rama" bei den Vergleichszeichen deckungsgleich sind. Dass der Bestandteil "RAM" in Grossbuchstaben gehalten, während "Rama" kleingeschrieben ist, erzeugt kein entscheidend abweichendes Schriftbild, zumal die übereinstimmenden Worte "Swiss Watch" beide Male kleingeschrieben sind. Sodann tritt das zusätzliche Wortelement "RSW" in der Marke der Beschwerdegegnerin entgegen der Meinung der Beschwerdeführerin nicht in den Vordergrund, sondern nimmt, wie ausgeführt (Erwägung 5.3), als blosse Abkürzung der nachfolgenden Wortreihe eine schwache Stellung ein. Ebenso wenig vermag das Bildelement "R" (fig.) einen genügenden Abstand zum Zeichen der Beschwerdeführerin zu schaffen, ist es doch sehr zurückhaltend gestaltet und fällt grafisch kaum auf.

Demnach ergeben sich auch in Bezug auf das Schriftbild keine relevanten Unterschiede der streitbetroffenen Zeichen.
5.4.3 Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin sind die beiden Begriffe auch von ihrem Sinngehalt her nicht genügend klar unterscheidbar. Die schweizerischen Bevölkerungskreise werden sowohl "Rama" als auch "RAM" als Fantasiebezeichnungen auffassen. Die Beschwerdeführerin behauptet demgegenüber weiterhin, dem Zeichen "RAM" komme ein markanter Sinngehalt zu, der jede Ähnlichkeit auf der Ebene des Wortklangs und/oder Schriftbildes kompensieren würde, sollte eine solche Ähnlichkeit bestehen. Sie habe als kennzeichnenden Bestandteil ihrer Zeichen das englische Wort "RAM" gewählt, welches übersetzt "Widder" bedeute. Als Teil ihres "Branding"-Konzepts verwende die Beschwerdeführerin systematisch das Bild eines Widders als Warenzeichen für ihre Uhren. Das Bild des Widders sei ausserdem als Marke für die Beschwerdeführerin eingetragen. Das englische Wort "RAM" sei in der Schweiz einem breiten Publikum bekannt. Das werde dadurch belegt, dass "ram" in mehreren auf den Grundwortschatz beschränkten Wörterbüchern aufgeführt sei, so im Langenscheidts Schulwörterbuch Englisch und im Pons Express Wörterbuch, ebenso im "Vocabulaire anglais courant" von Jean-Bernard Piat. Zudem bestehe eine Ähnlichkeit zu Wörtern wie "rammen" oder "Rammbock",
was wiederum ein Indiz sei, dass "ram" in seiner Bedeutung als "Widder" dem Publikum bekannt sei.

Die Vorinstanz hat dieses Vorbringen der Beschwerdeführerin eingehend geprüft und schliesslich verworfen. Ihre Erwägungen sind nicht zu beanstanden:

Zunächst ist für die Zeichenähnlichkeit irrelevant, ob die Beschwerdeführerin als Teil ihres "Branding"-Konzepts das Bild eines Widders verwendet und ob ein solches als Marke der Beschwerdeführerin eingetragen ist. Beurteilungsgrundlage für die Zeichenähnlichkeit bildet in der Regel allein die Ausgestaltung, in der das fragliche Zeichen im Markenregister eingetragen ist (vgl. GALLUS JOLLER, in: Michael Noth und andere [Hrsg.], Markenschutzgesetz, 2009, N. 114 zu Art. 3 MSchG). In den streitbetroffenen Zeichen "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch" erscheint das Bild eines Widders jedoch nicht.

Sodann kann allein aufgrund des Eintrags eines Wortes in einem Basiswörterbuch noch nicht geschlossen werden, das betreffende Wort sei einem breiten Publikum bekannt. Dies vertritt auch die von der Beschwerdeführerin zitierte Autorin nicht (CLAUDIA KELLER, Do you speak English? - Anmerkungen zum Bundesverwaltungsgerichtsentscheid B-804/2007 "Delight Aromas (fig.)", sic! 2008 S. 485 ff.). Sie schlägt im genannten Artikel zwar vor, dass zwecks Objektivierung der Entscheidfindung betreffend die Sprachkenntnisse des Durchschnittsabnehmers insbesondere Einträge in Basiswörterbüchern berücksichtigt werden sollten. Damit werde aber - so die Autorin einschränkend - nicht gesagt, dass ein in einem Basiswörterbuch eingetragenes englisches Wort bereits aufgrund dieser Tatsache als dem breiten Publikum in der Schweiz bekannt vorausgesetzt werden könne. Vielmehr sollten weitere Indizien wie beispielsweise die Verwendung des besagten Begriffs in der Werbung und im Zusammenhang mit den betroffenen Waren berücksichtigt werden (S. 489 f.). Die Beschwerdeführerin vermochte aber keine Indizien zu nennen, die dafür sprechen würden, dass ein breites Publikum "RAM" als "Widder" zu deuten weiss. Die Internetrecherchen der Vorinstanz liessen im Gegenteil
diesen Schluss nicht zu. Die Beschwerdeführerin hält dem nichts entgegen.

Zutreffend und unwidersprochen sind auch die weiteren Erwägungen der Vorinstanz, dass die massgeblichen Verkehrskreise im Zusammenhang mit dem Begriff "RAM" nicht in erster Linie an ein männliches Schaf denken, zumal dann nicht, wenn das Wort mit Grossbuchstaben geschrieben werde. Diese Schreibweise verleitet vielmehr dazu, von einem Akronym auszugehen. "RAM" dürfte als Akronym für den Begriff "Random Access Memory" ohnehin eine weit grössere Bekanntheit geniessen denn als englisches Wort für "Widder". Hinzu komme, dass der Begriff "Ram" oder "Widder", auch wenn dieser dem Grundwortschatz angehöre, im Alltag der meisten Menschen eher selten bis gar nie verwendet werde. Schliesslich brauche es, um vom Begriff "Ram" zu "rammen" oder "Rammbock" und sodann zu "Widder" zu kommen, Gedankenschritte, die sich nicht aufdrängten. Die Beschwerdeführerin bringt nichts vor, was eine andere Beurteilung erheischen würde. Somit ist festzuhalten, dass der Zeichenbestandteil "RAM" keinen markanten Sinngehalt aufweist, der die Ähnlichkeit der Vergleichszeichen im Wortklang und Schriftbild zu überwinden vermöchte.
5.4.4 Da "RAM" in der Wahrnehmung des breiten Publikums in der Schweiz nicht die Bedeutung von "Widder" einnimmt, entbehrt auch die Argumentation der Beschwerdeführerin der Grundlage, wonach bei einem Kurzzeichen die blosse Differenz in einem einzigen Buchstaben einen genügenden Abstand gewährleisten könne, zumal wenn sich dadurch der Sinngehalt ändere. Nach dem Gesagten werden beide streitbetroffenen Zeichen als Fantasiebezeichnungen ohne markanten Sinngehalt wahrgenommen (Erwägung 5.4.3), und die blosse Weglassung des Schlussvokals "a" bei "RAM" führt im Wortklang nicht zu einem bedeutenden Unterschied zu "Rama" (Erwägung 5.4.1).

5.5 In der Gesamtbetrachtung ging die Vorinstanz demnach zu Recht von einer Verwechslungsgefahr im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG der Marke der Beschwerdegegnerin "R (fig.) RSW Rama Swiss Watch" und den Zeichen der Beschwerdeführerin "RAM Swiss Watch AG" oder "RAM Swiss Watch" aus. Eine Verletzung dieser Bestimmung liegt damit nicht vor.

6.
Auf die Ausführungen der Beschwerdeführerin zur mangelnden Verwechslungsgefahr nach Art. 3 lit. d UWG braucht nicht eingegangen zu werden, nachdem die Vorinstanz keine solche angenommen hat und die Beschwerdeführerin dadurch nicht beschwert ist.

7.
Aus diesen Gründen ist die Beschwerde abzuweisen. Dem Ausgang des Verfahrens entsprechend wird die Be-

schwerdeführerin kosten- und entschädigungspflichtig (Art. 66 Abs. 1 und Art. 68 Abs. 2 BGG).

Demnach erkennt das Bundesgericht:

1.
Die Beschwerde wird abgewiesen.

2.
Die Gerichtskosten von Fr. 5'000.– werden der Beschwerdeführerin auferlegt.

3.
Die Beschwerdeführerin hat die Beschwerdegegnerin für das bundesgerichtliche Verfahren mit Fr. 6'000.– zu entschädigen.

4.
Dieses Urteil wird den Parteien und dem Kantonsgericht des Kantons Zug, 3. Abteilung, schriftlich mitgeteilt.

Lausanne, 9. Juni 2011

Im Namen der I. zivilrechtlichen Abteilung
des Schweizerischen Bundesgerichts

Die Präsidentin: Klett

Die Gerichtsschreiberin: Hotz