Bundesverwaltungsgericht
Tribunal administratif fédéral
Tribunale amministrativo federale
Tribunal administrativ federal



Abteilung II
B-3792/2011

Urteil vom 23. August 2012

Besetzung

Richterin Maria Amgwerd (Vorsitz),
Richter Hans Urech, Richter Marc Steiner,
Gerichtsschreiber Philipp J. Dannacher.

Parteien

Fiducia IT AG, Fiduciastrasse 20, DE-76227 Karlsruhe,
vertreten durch Schaad Balass Menzl & Partner AG,
Dufourstrasse 101, Postfach, 8034 Zürich,
Beschwerdeführerin,

gegen

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum IGE,
Stauffacherstrasse 65/59g, 3003 Bern,
Vorinstanz.

Gegenstand

Verfügung vom 31. Mai 2011 betreffend Schutzverweigerung gegen Internationale Markenregistrierung Nr. 951'825 FIDUCIA.

Sachverhalt:

A.
Am 27. März 2007 notifizierte die Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) die Eintragung der internationalen Marke der Beschwerdeführerin Nr. 951'825 FIDUCIA gestützt auf eine als Basismarke dienende Markenhinterlegung in Deutschland für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 35-39, 41, 42, 45 gemäss Nizza-Klassifikation.

B.
Gegen diese Schutzausdehnung erliess die Vorinstanz am 2. Februar 2009 eine vollständige vorläufige Schutzverweigerung mit der Begründung, das Zeichen gehöre zum Gemeingut, da es aus dem italienischen Wort für Vertrauen ("confiance") bestehe, das für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen, darunter "Geschäftsverwaltung" und Finanzgeschäfte, anpreisend wirke.

C.
Mit Schreiben vom 20. August 2009 entgegnete die Beschwerdeführerin, der Marke komme entgegen der Auffassung der Vorinstanz keine unmittelbar anpreisende Wirkung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu. Sie sei daher schutzfähig. Ferner machte sie unter dem Gesichtspunkt der Rechtsanwendungsgleichheit zwei Voreintragungen geltend.

D.
Die Vorinstanz hielt in einem Schreiben vom 20. November 2009 an ihrem bisherigen Standpunkt fest. Sie führte aus, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen stelle das Zeichen eine beschreibende wie auch anpreisende Angabe dar. Ein Anspruch auf Gleichbehandlung scheitere bereits daran, dass die von der Beschwerdeführerin herangezogenen Voreintragungen mit der strittigen Markenhinterlegung nicht vergleichbar seien.

E.
In ihrer Stellungnahme vom 22. März 2010 ging die Beschwerdeführerin aus den bereits genannten Gründen weiter von der Schutzfähigkeit der Marke aus. Sie machte geltend, das Zeichen sei unbestimmt und wies auf weitere ihrer Ansicht nach entscheidrelevante Markenvoreintragungen hin.

F.
Mit Verfügung vom 31. Mai 2011 verweigerte die Vorinstanz der internationalen Registrierung Nr. 951'825 den Schutz für die folgenden Dienstleistungen:

Klasse 35 *Publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau, y compris traitement de texte et services de secrétariat; informations commerciales; informations d'affaires; gestion de fichiers informatiques; consultation pour la direction des affaires; entretien de bases de données informatiques; compilation et systématisation de données dans des bases de données informatiques; préparation de feuilles de paye; services d'un centre de calculs pour des tiers dans le domaine de la gestion des affaires commerciales et de l'administration commerciale, y compris dans le domaine de la gestion du personnel ainsi que la préparation de feuilles de paye; conseils en organisation et économie des entreprises; conseils organisationnels pour clients; conseils en gestion du personnel; comptabilité; reproduction de documents; préparation de relevés de comptes; services d'un auditeur (expert-comptable); services d'un conseiller fiscal à savoir préparation de déclarations d'impôts; services en organisation et services d'affaires professionnelles pour des systèmes électroniques assistés par carte de paiement et cartes de crédit; conseils en organisation en ligne; acceptation de commandes, et facturation par le biais d'un centre d'appel, y compris dans le cadre du commerce électronique; recrutement de personnel en ligne; gestion organisationnelle de projets informatiques; administration commerciale de licences d'appareils et de programmes de traitement de l'information de tiers.*

Klasse 36 *Assurances; affaires financières; opérations monétaires; affaires immobilières; affaires bancaires; services de courtiers en valeurs; création, concrétisation et réalisation d'affaires financières à terme; communication d'informations en matière d'assurances et de renseignements financiers; infogérance, à savoir développement de concepts d'utilisation d'immeubles du point de vue financier et gérance d'immeubles ainsi que courtage, location et affermage de biens immobiliers et de terrains à bâtir, analyses financières; conseils financiers; estimations financières (assurances, banques, immobilier); services de financement; opérations de change; services bancaires à domicile; transferts électroniques de fonds; services d'intermédiaires en matière de crédits; services de crédit-bail; assurances sur la vie; prêt sur nantissement; services bancaires en ligne; évaluation (estimation) de biens immobiliers; vérification de chèques; as-*

surances contre les accidents; prêt (finances); constitution de capitaux; courtage en assurances; gestion financière; consultation en matière d'assurances; assurances; télébanque, émission de cartes de crédit, de débit, porte-monnaie électroniques rechargeables et autres cartes en rapport avec les services précités compris dans cette classe; services d'un conseiller fiscal, à savoir expertises et estimations fiscales.

Klasse 37 *Entretien d'équipements pour le traitement de l'information.*

Klasse 38 *Télécommunications; télécommunication de données en rapport avec des services financiers, en particulier pour les domaines d'application des communications légales, du commerce des dérivés de l'argent, de titres et financiers, de services de paiement et de services de gestion de patrimoine, de transactions bancaires, de services bancaires à domicile et de services bancaires en ligne; relais d'appels, connexions en conférence; fourniture de connexions de télécommunication, y compris celles à un réseau informatique mondial; mise à disposition de portails sur l'Internet; exploitation et location de dispositifs de télécommunication; services téléphoniques en ligne et pour centres d'appels; location d'appareils de télécommunications en ligne et pour centres d'appels; services de messagerie électronique; services d'acheminement, de routage et de connexion pour les télécommunications; services de téléconférences; transmission de messages et d'images assistée par ordinateur; services téléphoniques; communications téléphoniques; regroupement et transmission d'informations par ordinateur; informations en matière de télécommunications; location d'appareils de télécommunications; transmission par satellite; location de temps d'accès à des bases de données; services d'intermédiaires en matière de fourniture d'accès à des bases de données.*

Klasse 39 *Services de livraison par le biais d'un centre d'appel, y compris dans le cadre du commerce électronique.*

Klasse 41 *Formation et formation continue, formation d'utilisateurs ainsi qu'organisation, tenue et conduite de séminaires et d'ateliers, y compris dans le domaine des appareils et des programmes de traitement de l'information, des services financiers, de la gestion du personnel ainsi que de la préparation des feuilles de paye; cours, y compris formation pratique (démonstration); formation du personnel pour des lignes de services et des centres d'appels.*

Klasse 42 *Réalisation d'activités de programmation; gestion technique de projets informatiques; location et entretien d'espaces de mémoire pour l'utilisation en tant que sites Web pour le compte de tiers (hébergement); mise à disposition de mémoires sur Internet; développement et location d'appareils de traitement de l'information, en particulier de distributeurs assistés par ordinateur, distributeurs de billets, imprimantes d'extraits de compte et appareils de libre service pour les clients; développement et location de programmes de traitement de l'information, y compris pour les domaines d'application des services financiers, des services bancaires à domicile et des opérations bancaires en ligne; conception technique d'appareils de traitement de l'information; création, installation, mise à jour et entretien de programmes de traitement de l'information, y compris de bases de données informatiques et de programmes d'application de bases de données informatiques; implémentation de programmes de traitement de l'information dans des réseaux; conversion de programmes de traitement de l'information et de données; étude de projets techniques; services d'un programmeur informatique, conseils informatiques; services d'analyse de systèmes informatiques; conversion de données et de documents pour la sortie sur microfilm (enregistrement sur cédérom) et l'archivage sur des supports de stockage, en particulier supports de stockage optiques; services de consultations techniques de clients; conseils techniques en ligne.*

Klasse 45 *Concession de licences de programmes de traitement de l'information.*

Zur Begründung führte die Vorinstanz aus, die massgeblichen Verkehrskreise bestünden sowohl aus Fachleuten als auch aus Durchschnittskonsumenten. Die interessierenden Dienstleistungen würden mit erhöhter Aufmerksamkeit am Markt nachgefragt, da bei ihnen oft erhebliche finanzielle Interessen auf dem Spiel stünden. "Fiducia", dem italienischsprachigen Begriff für Vertrauen, komme in einem wirtschaftlichen Umfeld eine wichtige Rolle zu und der Begriff werde im Zusammenhang mit den vorliegend beanspruchten Dienstleistungen auch tatsächlich verwendet. Das Zeichen vermittle den Eindruck, man könne den angebotenen Dienstleistungen und deren Erbringern vertrauen. Da das Zeichen somit nicht mehr als einen anpreisenden Hinweis auf die Qualität der angebotenen Dienstleistungen darstelle, fehle ihm die erforderliche Unterscheidungskraft. Auch die von der Beschwerdeführerin geltend gemachte Unbestimmtheit des Zeichens führe nicht zu dessen Schutzfähigkeit, solange auch nur eine der möglichen Bedeutungen eine unmittelbare Aussage

über eine Dienstleistung darstelle. Die Frage eines allfälligen Anspruchs auf Schutzgewährung aufgrund des Gleichbehandlungsgebots beantwortete die Vorinstanz dahingehend, dass keine der von der Beschwerdeführerin erwähnten Voreintragungen mit dem vorliegenden Zeichen vergleichbar sei. Die Frage könne aber letztendlich offen gelassen werden, da sich aus einzelnen Voreintragungen ohnehin keine ständige Praxis der Vorinstanz ableiten lasse, weshalb vorliegend kein Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht gegeben wäre. Dass der Marke FIDUCIA mit Bezug auf die in den Klassen 9 und 16 beanspruchten Waren nun Schutz gewährt wurde, liess die Vorinstanz demgegenüber unbegründet. Die Verfügung wurde von der Vorinstanz am 1. Juni 2011 an die Beschwerdeführerin versandt.

G.

Gegen diese Verfügung hat die Beschwerdeführerin am 4. Juli 2011 Beschwerde erhoben. Sie stellt darin die folgenden Anträge:

> "1) Die Beschwerde sei gutzuheissen;
>
> 2) Ziffer 1 des Dispositivs der Verfügung des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum vom 31. Mai 2011 in Sachen Internationale Registrierung Nr. 951825 FIDUCIA sei aufzuheben;
>
> 3) Das Institut sei anzuweisen, die Internationale Registrierung Nr. 951825 für sämtliche mit der Registrierung beanspruchten Dienstleistungen in den Klassen 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42 und 45 zum Schutz in der Schweiz zuzulassen,
>
> 4) Hilfsweise sei das Institut anzuweisen, die Internationale Registrierung Nr. 951825 FIDUCIA für die in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Dienstleistungen zum Schutz in der Schweiz zuzulassen;
>
> 5) unter Partei- und Kostenentschädigungsfolge zu Lasten der Vorinstanz."

Zur Begründung macht sie geltend, beim Wort FIDUCIA handle es sich um einen abstrakten Begriff, der zwar ein positives Gefühl transportiere, dem aber im Zusammenhang mit den hier interessierenden Dienstleistungen keine direkt beschreibende und ohne Gedankenarbeit erkennbare Bedeutung zukomme. Neben der von der Vorinstanz hervorgehobenen Bedeutung im Sinne von "Vertrauen" kämen dem italienischen Begriff noch andere Bedeutungen wie "Ansehen", "Verlass", "Zutrauen", "Zuversicht", "Zuversichtlichkeit" zu. Zumindest im Sinne eines Grenzfalls sei die strittige Marke einzutragen. Gleichzeitig machte die Beschwerdeführerin

weiterhin einen Anspruch auf Zulassung des Zeichens FIDUCIA zum Markenschutz gestützt auf das Rechtsgleichheitsgebot geltend.

H.
In ihrer Stellungnahme vom 17. November 2011 beantragte die Vorinstanz, die Beschwerde vom 4. Juli 2011 sei unter Kostenfolge zulasten der Beschwerdeführerin vollumfänglich abzuweisen. Zur Begründung verwies sie mehrheitlich auf die Begründung der angefochtenen Verfügung. Ergänzend führte sie aus, dem Begriff FIDUCIA komme in einem wirtschaftlichen Kontext einige Bedeutung zu und er werde mit Bezug auf die vorliegend beanspruchten Dienstleistungen auch tatsächlich verwendet. Mit Bezug auf die Schutzunfähigkeit des Zeichens handle es sich um keinen Grenzfall. Die Frage nach einem allfälligen Freihaltebedürfnis an dem Zeichen liess die Vorinstanz offen, da das Zeichen bereits aufgrund der fehlenden konkreten Unterscheidungskraft dem Gemeingut zuzurechnen sei. Bereits mangels Vergleichbarkeit der strittigen Marke mit den von der Beschwerdeführerin angeführten Voreintragungen, stehe dieser kein Anspruch auf Gleichbehandlung bzw. auf Gleichbehandlung im Unrecht zu. Der Hilfsantrag der Beschwerdeführerin sei materiellrechtlich nicht anders zu beurteilen als das Hauptbegehren.

I.
Die Beschwerdeführerin hat auf die Durchführung einer mündlichen Verhandlung stillschweigend verzichtet.

Das Bundesverwaltungsgericht zieht in Erwägung:

1.

1.1. Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung von Beschwerden gegen Eintragungsverfügungen der Vorinstanz in Markensachen zuständig (Art. 31 und 33 Bst. e des Verwaltungsgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005 [VGG, SR 173.32]). Ein Ausnahmefall nach Art. 32 VGG liegt nicht vor. Die Beschwerde wurde innerhalb der gesetzlichen Frist von Art. 50 Abs. 1 des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren vom 20. Dezember 1968 (Verwaltungsverfahrensgesetz, VwVG; SR 172.021) eingereicht und der verlangte Kostenvorschuss wurde rechtzeitig geleistet.

1.2. Gemäss Art. 48 Abs. 1 VwVG ist beschwerdeberechtigt, wer vor der Vorinstanz am Verfahren teilgenommen hat oder keine Möglichkeit zur Teilnahme erhalten hat, durch die angefochtene Verfügung besonders berührt ist und ein schutzwürdiges Interesse an deren Aufhebung oder Än-

derung hat. Die Beschwerdeführerin ist durch die angefochtene Verfügung besonders berührt (Art. 48 Abs. 1 Bst. b VwVG). Zu prüfen ist allerdings auch, ob die Beschwerdeführerin ein schutzwürdiges Interesse an der Aufhebung oder Änderung der angefochtenen Verfügung hat, und zwar mit Blick auf jedes einzelne der gestellten Rechtsbegehren (vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-668/2010 vom 26. Mai 2010 E. 2.3). Das Erfordernis des schutzwürdigen Interesses bedeutet unter anderem, dass der Beschwerdeführer ein aktuelles und praktisches Interesse an der Überprüfung des angefochtenen Entscheids haben muss (ISABELLE HÄNER, in: Auer/Müller/Schindler (Hrsg.), Kommentar zum Bundesgesetz über das Verwaltungsverfahren (VwVG), Zürich 2008, Art. 48 N. 21). Hinsichtlich des "hilfsweise" gestellten Rechtsbegehrens Nummer 4) auf Eintragung des strittigen Zeichens nur für die in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Dienstleistungen fehlt es der Beschwerdeführerin allerdings am erforderlichen praktischen Interesse. Denn materiell ist das in Ziffer 4) enthaltene Begehren um Überprüfung des vorinstanzlichen Entscheids bereits im Begehren Nummer 3) enthalten und das vom Beschwerdeführer angestrebte Ziel könnte auch mit einer (teilweisen) Gutheissung des letztgenannten Begehrens erreicht werden. Daran ändert auch nichts, dass die Beschwerdeführerin gemäss ihren eigenen Angaben mit dem Begehren Nummer 4) ihr besonderes Interesse an der Erlangung des Markenschutzes für das Zeichen FIDUCIA für die in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Dienstleistungen kundtun und angeblich den Blick des Bundesverwaltungsgerichts für die Schutzfähigkeit der Marke insbesondere bezüglich jener Dienstleistungen schärfen möchte. Auf das Begehren Nummer 4) ist daher von vornherein nicht einzutreten.

1.3. Auf die Beschwerde ist daher unter Ausnahme des Begehrens Nummer 4) einzutreten.

2.

Marken, die Gemeingut sind, sind vom Markenschutz ausgeschlossen, sofern sie sich für die Waren und Dienstleistungen, für welche sie beansprucht werden, nicht im Verkehr durchgesetzt haben (Art. 2 Bst. a des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben vom 28. August 1992 [Markenschutzgesetz, MSchG; SR 232.22]). Keine Verkehrsdurchsetzung ist möglich, wenn an einem Zeichen ein absolutes Freihaltebedürfnis besteht (Urteil des Bundesgerichts 4A_434/2009 vom 30. November 2009 E. 3 *Radio Suisse Romande*).

2.1. Als Gemeingut gelten einerseits Zeichen, die für den Wirtschaftsverkehr freizuhalten sind, andererseits Zeichen, denen die für eine Individualisierung der Ware oder Dienstleistung des Markeninhabers erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (Entscheid der Eidgenössischen Rekurskommission für geistiges Eigentum [RKGE] vom 17. Februar 2003, veröffentlicht in sic! Zeitschrift für Immaterialgüter-, Informations- und Wettbewerbsrecht [sic!] 2003 S. 495 ff. E. 2 *Royal Comfort*; EUGEN MARBACH, Markenrecht, in: Roland von Büren/Lucas David [Hrsg.], Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Bd. III/1, Basel 2009, N. 247; CHRISTOPH WILLI, Markenschutzgesetz, Kommentar zum schweizerischen Markenrecht unter Berücksichtigung des europäischen und internationalen Markenrechts, Zürich 2002, Art. 2 N. 34). Die Markenprüfung erfolgt ferner mit Blick auf alle vier schweizerischen Landessprachen, wobei es für den Ausschluss eines Zeichens genügt, wenn für ein Zeichen bloss mit Blick auf eine dieser Sprachen ein Schutzhindernis besteht (Urteil des Bundesgerichts B-3052/2009 vom 16. Februar 2012 E. 2.3 *DIAMONDS OF THE TSARS*).

2.2. Ein relatives Freihaltebedürfnis wird bei Zeichen angenommen, die für den Wirtschaftsverkehr wesentlich sind (MARBACH, a.a.O., 257; WILLI, a.a.O., Art. 2 N. 41). Ist ein Zeichen sogar unentbehrlich, ist das Freihaltebedürfnis absolut (BGE 134 III 314 E. 2.3.2 *M/M-Joy*; Urteile des Bundesgerichts 4A_434/2009 vom 30. November 2009 E. 3.1 *Radio Suisse Romande* und 4A_370/2008 vom 1. Dezember 2008 E. 5.1 *Post*). Das Freihaltebedürfnis an einer Marke ist unter Bezugnahme auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu prüfen (Urteil des Bundesgerichts 4A_434/2009 vom 30. November 2009 E. 3.1 *Radio Suisse Romande*). Entscheidend ist dabei der Gesamteindruck, den die Marke hinterlässt (BGE 134 III 547 E. 2.3.1 "*Freischwinger Panton" [3D]*). Die Frage der Freihaltebedürftigkeit ist aus der Sicht der Konkurrenten des Hinterlegers zu beurteilen (WILLI, a.a.O., Art. 2 N. 42 und 44).

2.3. Die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt einer Marke insbesondere, wenn sie für die Waren oder Dienstleistungen beschreibend ist, ihren Gegenstand oder geografische Herkunft unmittelbar benennt oder sich in einer anpreisenden Bedeutung erschöpft (BGE 129 III 227 f. E. 5.1 *Masterpiece*, 128 III 447 E. 1.6 *Premiere*). Der gedankliche Zusammenhang mit der Ware oder Dienstleistung muss derart sein, dass der beschreibende Charakter der Marke ohne besonderen Fantasieaufwand erkennbar ist (BGE 127 III 160 E. 2b aa *Securitas*, m.w.H.). Ob einem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, beurteilt sich aus der

Sicht der massgeblichen Verkehrskreise (Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-3812/2008 vom 6. Juli 2009 E. 4.2 *Radio Suisse Romande*, m.w.H). Ähnlich wie die beschreibende Natur einer Marke, muss auch die in einer Marke enthaltene anpreisende Aussage sofort und leicht erkennbar zu Tage treten, wenn einer Marke die Schutzfähigkeit aufgrund ihres anpreisenden Charakters abgesprochen werden soll (WILLI, a.a.O., Art. 2 N. 79). Erschöpft sich eine Marke in ihrem anpreisenden Charakter, zählt sie unabhängig von einer allfälligen Mehrdeutigkeit zum Gemeingut (vgl. BGE 108 II 487 E. 3 *Vantage*; 103 II 339 E. 4.c *More*).

2.4. Marken, die im Hinblick auf das Schutzhindernis des Gemeinguts einen Grenzfall darstellen, sind gemäss der Rechtsprechung einzutragen (vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-7408/2006 vom 21. Juni 2007 E.2.2 *btcino [fig.]*).

2.5. Alternativ zu den Zeichen direkt beschreibender Natur zählen auch Marken zum Gemeingut, die im Zusammenhang mit den jeweiligen Waren und Dienstleistungen üblicherweise Verwendung finden. Die Zeichenüblichkeit muss jedoch nachweislich in einem Zusammenhang mit den betreffenden Waren und Dienstleistungen stehen (Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-7405/2006 vom 21. September 2007 E. 5 *Mobility*).

3.

Die hier interessierenden Dienstleistungen und die hierfür massgeblichen Verkehrskreise lassen sich wie folgt zusammenfassen. In Klasse 35 sind diverse Dienstleistungen beansprucht, welche zur Unterstützung beim Betrieb von Unternehmen dienen. Als massgebliche Verkehrskreise stehen entsprechend Unternehmen jeglicher Art und damit spezialisierte Verkehrskreise im Vordergrund, wenn auch einzelne Dienstleistungen, wie etwa das Ausfertigen von Steuererklärungen, offenbar entgegen der Auffassung der Vorinstanz mitunter auch von Privatpersonen nachgefragt werden. In Klasse 36 sind mittels der strittigen Markenhinterlegung Dienstleistungen im Bereich von Versicherungen sowie des Finanz- und Immobilienwesens beansprucht, die zu einem wesentlichen Teil von erwachsenen Privatpersonen nachgefragt werden. Bei der in Klasse 37 beanspruchten Dienstleistung des Unterhalts von Ausrüstungen zur Informationsverarbeitung ist entgegen der Auffassung der Vorinstanz davon auszugehen, dass diese vornehmlich von Unternehmen und damit von spezialisierten Verkehrskreisen nachgefragt werden. Die Verkehrskreise für die vorliegend in Klasse 38 beanspruchten Telekommunikationsdienstleistungen setzen sich sowohl aus Durchschnittskonsumenten als auch

aus spezialisierten Verkehrskreisen (namentlich mit Blick auf die Dienstleistungen im Zusammenhang mit sog. Callcenters) zusammen. Die in Klasse 39 beanspruchten Lieferdienstleistungen werden sowohl von Fachleuten als auch von Konsumenten nachgefragt. Die in Klasse 41 beanspruchten Aus- und Weiterbildungsdienstleistungen richten sich ebenfalls an gewöhnliche Konsumenten wie auch an Unternehmen, wobei Private wohl nur selten Ausbildungen von Personal für sogenannte Hotlines und "Callcenters" nachfragen. Auch die in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Informatikdienstleistungen werden sowohl von Privaten als auch von Fachpersonen in Anspruch genommen.

4.

4.1. Das Bundesgericht hat in seinem Urteil BGE 80 II 138 [E. 2.a)] erkannt, dass es sich bei Fiducia um ein lateinisches Wort handle, das auf Deutsch "Vertrauen" bedeute und von einem Treuhandunternehmen als solches, d.h. nicht als das gleichlautende italienische Wort in dessen Firma verwendet und auch in dieser Weise verstanden werde. Dasselbe gelte für die Verwendung des Wortes "Fiducia" als Titel einer Zeitschrift des "Verbands Schweiz. Bücherexperten" (VSB), da diese zweisprachig, d.h. deutsch-französisch, erscheine und lateinische Ausdrücke häufig verwendet würden, um die entsprechende Sprachgrenze zu überbrücken. In dieselbe Richtung, nämlich dass es sich um ein lateinisches Wort handle, weise das Geleitwort der ersten Ausgabe der Zeitschrift. Auch bei "fiducia" als italienischsprachiges Wort handle es sich nicht um eine Sachbezeichnung wie "Brot", "Schuhe", "Kleider", "Wolle" etc., sondern um die blosse Bezeichnung eines "Vorzugs". Darin sei allerdings keine, allenfalls gar rechtsmissbräuchliche, Monopolisierung eines Gemeingutbestandteils der italienischen Umgangssprache zu sehen. Als Bestandteil der Firma einer Handelsgesellschaft, stelle "Fiducia" für die beteiligten Verkehrskreise eine reine Fantasiebezeichnung dar.

4.2. Es stellt sich die Frage, welche Bedeutung dem soeben genannten Entscheid des Bundesgerichts 80 II 138 für die Beurteilung des vorliegenden Falls beizumessen ist. Unabhängig vom Alter des genannten Urteils, kann dazu festgehalten werden, dass die firmenrechtliche Beurteilung eines Kennzeichens nicht notwendig gleich wie die markenrechtliche Beurteilung ausfallen muss (vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-1710/2008 vom 6. November 2008 E. 6 *SWISTEC*). Dies hängt insbesondere mit den unterschiedlichen Zwecken zusammen, welche mit einer Firma und einer Marke verfolgt werden (vgl. WILLI, Vor Art. 1 N. 28). Ana-

loges muss auch für das Verhältnis zwischen dem namensrechtlichen Schutz eines Zeichens und dem Markenschutz gelten. Daraus folgt, dass spezifische Erkenntnisse aus dem Urteil BGE 80 II 138 im vorliegenden Fall zwar Berücksichtigung finden können, dass die Frage der markenrechtlichen Schutzfähigkeit des Zeichens FIDUCIA für die obgenannten Dienstleistungen aufgrund des knapp 60-jährigen Urteils des Bundesgerichts aber keineswegs bereits entschieden ist.

5.
"Fiducia" bedeutet auf Italiensch "Vertrauen" (Langenscheidts Handwörterbuch Italienisch, Teil I, Italienisch-Deutsch, 8. Aufl. 2007, S. 335, Stichwort: "fiducia"). Ob die hier massgeblichen Verkehrskreise im Zeichen FIDUCIA ein italienisches oder ein lateinisches Wort (vgl. oben E. 4) erkennen, kann letztlich offen gelassen werden, da das Wort in beiden Sprachen "Vertrauen" bedeutet. Die Personen unter den massgeblichen Verkehrskreisen, die darin ein lateinisches Wort erkennen, werden auch dessen Bedeutung kennen. Ein wesentlicher Teil der massgeblichen Verkehrskreise wird von einem Wort als Bestandteil des italienischen Wortschatzes ausgehen, wobei jedenfalls den Personen aus der italienischsprachigen Schweiz auch dessen Bedeutung klar sein dürfte. Im vorliegenden Fall bestehen keine Indizien wie im bereits genannten BGE 80 II 138, die für die überwiegende Annahme eines lateinischen Worts seitens der massgeblichen Verkehrskreise sprechen (vgl. oben E. 4.1). In beiden Fällen stellt sich die semantische Frage, ob ein Wort mit der Bedeutung "Vertrauen" im Kontext mit den vorliegend strittigen Dienstleistungen schutzfähig ist.

5.1. Dazu macht die Vorinstanz geltend, dem Begriff "Fiducia" komme in einem wirtschaftlichen Umfeld einige Bedeutung zu, gleichzeitig werde er im Zusammenhang mit den strittigen Dienstleistungen am Markt auch verwendet. Der Bedeutungsgehalt der Marke erschliesse sich den massgeblichen Verkehrskreisen im Zusammenhang mit den Dienstleistungen ohne Weiteres und diese erschöpfe sich in einer reklamehaften Selbstdarstellung der Anbieterin der Dienstleistungen bzw. der Markeninhaberin. Die Verkehrskreise würden erkennen, dass sie der Erbringerin der Dienstleistungen vertrauen können, bzw. dass diese besonders vertrauenswürdig sei. Die Marke nehme gleichzeitig auch auf die Qualität der Dienstleistungen Bezug.

5.2. Dagegen argumentiert die Beschwerdeführerin, hinter dem Zeichen FIDUCIA verberge sich lediglich ein abstrakter Begriff, der zwar ein positi-

ves Gefühl transportiere, im Zusammenhang mit den hier fraglichen Dienstleistungen aber keine (ohne Gedankenarbeit erkennbare) Aussage enthalte. Darüber hinaus handle es sich beim italienischen Substantiv "fiducia" um einen mehrdeutigen Begriff, der nebst "Vertrauen" auch "Ansehen", "Verlass", "Zuversicht" und "Zuversichtlichkeit" bedeute (unter Verweis auf den entsprechenden Eintrag im Online-Wörterbuch unter http://dict.leo.org). Die Wahrnehmung eines solchen positiven Gefühls sei sehr individuell und umfasse allerlei Nuancen. Die angefochtene Verfügung selbst zeige auf, dass die Marke eine positive Assoziation vermittle, die bloss indirekt auf die Qualität der Dienstleistung Bezug nehme. Bereits für einen Rückschluss seitens der massgeblichen Verkehrskreise, dass das Zeichen im Kontext mit den strittigen Dienstleistungen auf die Vertrauenswürdigkeit des Dienstleistungserbringers schliessen lasse, sei ein Gedankenschritt erforderlich. Ein weiterer, umso grösserer Gedankenschritt sei erforderlich, wenn man mit der Vorinstanz davon ausgehe, dass die Verkehrskreise vom Begriff "fiducia" auf einen guten Ruf und die hohe Wertschätzung der Dienstleistungserbringerin schlössen. Gehe man davon aus, dass "fiducia" auf die hohe Qualität der unter dieser Marke erbrachten Dienstleistungen schliessen lasse, setze dies nicht bloss einen weiteren Gedankenschritt voraus, sondern zusätzlich, dass der Begriff nebst Vertrauen auch "hohe Qualität" bedeute. Dies sei nicht der Fall, "fiducia" sei mit "Vertrauen" gleichzusetzen. Im Ergebnis fehle es an der unmittelbaren Erkennbarkeit des beschreibenden bzw. anpreisenden Sinngehalts der Marke, weshalb diese schutzfähig sei. Spezifisch mit Bezug auf die angebliche Schutzfähigkeit der Marke FIDUCIA für die in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Dienstleistungen macht die Beschwerdeführerin zusätzlich geltend, bei diesen Dienstleistungen handle es sich zusammenfassend aufgeführt, um Dienstleistungen betreffend den Entwurf und die Entwicklung von Computerhard- und Software. Diese Dienstleistungen würden typischerweise im Rahmen eines Werkvertrags nach Art. 363 des Obligationenrechts vom 30. März 1911 (OR, SR 220) erbracht, in dessen Rahmen die Werkerbringer im Gegensatz zu Auftragnehmern bei einem Auftragsverhältnis ein bestimmtes Resultat schuldeten. Ob entwickelte Computerhard- und Software, dem in dieser Weise geschuldeten Resultat entsprächen oder nicht, sei aber relativ leicht überprüfbar. Deshalb machten sich die Nachfragenden für solche Dienstleistungen in deren im Kontext zur Frage der Vertrauenswürdigkeit des Anbieters nicht mehr Gedanken, als dies im normalen Geschäftsverkehr ohnehin der Fall sei. Entgegen der Annahme der Vorinstanz sei es im Zusammenhang mit den entsprechenden Dienstleistungen auch nicht zwingend erforderlich, dass deren Erbringer Einsicht in sensible unternehme-

rische und/oder persönliche Daten erhielten. Ähnliches gilt nach Auffassung der Beschwerdeführerin auch hinsichtlich der in Klasse 45 beanspruchten Dienstleistung *concession de licences de programmes de traitement de l'information*, sodass die Nachfragenden für alle in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Dienstleistungen kein besonderes Vertrauensverhältnis erwarteten. Deshalb wirke das Zeichen FIDUCIA in deren Kontext besonders abstrakt.

5.3.

5.3.1. Dem Begriff des "Vertrauens" kommt bei der Nachfrage von Waren und/oder Dienstleistungen grundsätzlich eine gewisse Bedeutung zu. Dies gilt auch für verwandte Begriffe wie etwa "Verlass". Nicht nur, dass Geschäfte mit Anbietern, die nicht vertrauenswürdig sind, zur Lieferung mangelhafter Waren oder zur Erbringung mangelhafter Dienstleistungen führen können, sondern auch darüber hinaus können Anbieter und Nachfrager von vermögenswerten Leistungen einander im Rahmen dieses Austauschs in vielfältiger Weise "schädigen". Die Verfolgung von Rechtsansprüchen der Geschädigten kann ganz grundsätzlich mit Risiken, Zeitverlusten und Kosten verbunden sein. Der Vertrauenswürdigkeit des Anbieters, wie auch des Erbringers kommt daher ein hoher Stellenwert zu, wenn auch dieser Stellenwert nicht bei jeder Ware und Dienstleistungen gleich hoch ist. Bei Dienstleistungen ist eine Prüfung durch den Kunden aufgrund von deren Unkörperlichkeit wohl etwas schwieriger als bei Waren. Ins Gewicht fallen aber auch die Kosten, die mit dem Erwerb der Waren und Dienstleistungen verbunden sind, deren alltägliche oder besondere technische oder industrielle Natur, die besondere Gefahr, die von einer Ware ausgehen kann, etc. Aus diesen Gründen steht jedenfalls für die italienischsprachigen Verkehrskreise, die sich im Kontext mit Waren und/oder Dienstleistungen mit dem Zeichen FIDUCIA konfrontiert sehen, der Begriff des "Vertrauens" oder eines sinnverwandten Begriffs, wie etwa "Verlass" eindeutig im Vordergrund. Insofern handelt es sich vorliegend um keinen Fall von Mehrdeutigkeit.

5.3.2. Entgegen der Auffassung der Vorinstanz zeigt das im soeben (unter E. 5.3.1.) genannten Sinne verstandene Zeichen FIDUCIA den massgeblichen Verkehrskreisen aber keineswegs an, dass sie einem Dienstleistungserbringer, der es im Zusammenhang mit den angebotenen Dienstleistungen verwendet, vertrauen können. Vielmehr wird dies durch eine Verwendung des Zeichens im Zusammenhang mit den strittigen Dienstleistungen bloss suggeriert. Dabei ist es letztlich unerheblich, ob sugge-

riert wird, dem Dienstleistungserbinger könne vertraut werden oder ob Vertrauen in dessen Dienstleistungen gesetzt werden könne. Zwischen diesen beiden Auslegungsmöglichkeiten besteht ein derart enger Zusammenhang, dass auch insofern kein Fall von Mehrdeutigkeit vorliegt, oder dass es eines markenrechtlich relevanten Gedankenschritts bedürfte, um vom suggerierten "Vertrauen" in die Dienstleistungen auf die angebliche Vertrauenswürdigkeit von deren Erbringer zu schliessen.

5.3.3. Aus dem Gesagten folgt, dass das Zeichen FIDUCIA im Zusammenhang mit Waren und Dienstleistungen werbewirksam und damit anpreisend sein kann. Dies ist namentlich dort der Fall, wo die Vertrauenswürdigkeit der Dienstleistungen und/oder deren Erbringers zu einem wesentlichen Auswahlkriterium bei den Nachfragenden werden kann. Im Folgenden ist daher zu beurteilen, ob mit Blick auf die hier interessierenden Dienstleistungen das Kriterium (angeblicher) Vertrauenswürdigkeit entscheidrelevant und deshalb im markenrechlichen Sinne anpreisend ist.

5.4. Die soeben gestellte Frage wird man aus unterschiedlichen Gründen im Hinblick auf alle strittigen Dienstleistungen bejahen müssen, wenn sich auch die verschiedenen Gründe teilweise überschneiden.

Bei den hier interessierenden Dienstleistungen, die sich auf die Beratung im Zusammenhang mit oder die Erledigung von betrieblichen Tätigkeiten beziehen (in Klasse 35: *Publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau, y compris traitement de texte et services de secrétariat; informations commerciales; informations d'affaires; gestion de fichiers informatiques; consultation pour la direction des affaires; entretien de bases de données informatiques; services d'un centre de calculs pour des tiers dans le domaine de la gestion des affaires commerciales et de l'administration commerciale, y compris dans le domaine de la gestion du personnel ainsi que la préparation de feuilles de paye; conseils en organisation et économie des entreprises; conseils organisationnels pour clients; conseils en gestion du personnel; comptabilité; conseils en organisation en ligne; recrutement de personnel en ligne; gestion organisationnelle de projets informatiques; administration commerciale de licences d'appareils et de programmes de traitement de l'information de tiers*), spielt das entsprechende Vertrauen eine erhebliche Rolle, weil diese Dienstleistungen einen entscheidenden Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben können.

Bei den Dienstleistungen aus dem Informatikbereich, einschliesslich derjenigen im Zusammenhang mit Datenbanken (Klasse 35: *compilation et systématisation de données dans des bases de données informatiques; préparation de feuilles de paye*; die in Klasse 37 beanspruchte Dienstleistung sowie die in den Klassen 42 und 45 beanspruchten Dienstleistungen) ist die Vertrauensfrage von grosser Tragweite, weil der Dienstleistungserbringer über technisches Knowhow verfügt, über welches die Kunden oft nicht oder nicht in gleichem Masse verfügen, der Dienstleistungserbringer im Rahmen seiner Tätigkeit Einblick in sensible Daten erhält und deren korrekte Erfassung überdies von grosser Wichtigkeit sein kann, und weil die zuverlässige Verfügbarkeit der Dienstleistungen ihrerseits zentrale Bedeutung erlangen kann.

Beinahe schon selbstredend spielt das Vertrauen eine zentrale Rolle im Zusammenhang mit allen hier interessierenden Dienstleistungen rund um Finanz- und Versicherungsangelegenheiten (Klasse 35: *préparation de feuilles de paye; préparation de relevés de comptes; services d'un auditeur [expert-comptable]; services d'un conseiller fiscal à savoir préparation de déclarations d'impôts; services en organisation et services d'affaires professionnelles pour des systèmes électroniques assistés par carte de paiement et cartes de crédit; acceptation de commandes, et facturation par le biais d'un centre d'appel, y compris dans le cadre du commerce électronique;* Klasse 36: alle beanspruchten Dienstleistungen).

Bei den beanspruchten Dienstleistungen der "Reproduktion von [nicht näher spezifizierten] Dokumenten" (Klasse 35) wie auch im Zusammenhang mit den in Klasse 38 beanspruchten (Tele-)Kommunikationsdienstleistungen wirkt das Zeichen "FIDUCIA" allein schon deshalb im beschriebenen Sinne ebenfalls anpreisend, weil der Dienstleistungserbringer auch hier von vertraulichen Daten des Kunden Kenntnis erlangen kann. Bei den Telekommunikationsdienstleistungen können Unterbrüche in der konsistenen, zuverlässigen Dienstleistungserbringung unter Umständen mit sehr hohen Folgekosten verbunden sein, insbesondere, wo es um Kommunikationsdienstleistungen im Zusammenhang mit Finanzen geht.

Bei den in der Klasse 39 beanspruchten Dienstleistungen ist das Vertrauen von erhöhter Bedeutung, weil die Kunden im Gegensatz zum Erwerb von Produkten beim Detailhändler diese nicht mehr direkt wählen können und bei den Dienstleistungen im Zusammenhang mit Ausbildung, die von der Markenhinterlegerin in Klasse 41 beansprucht werden, ist die sugge-

rierte Vertrauenswürdigkeit des Anbieters deshalb von eminenter Bedeutung, weil hier fast schon regelmässig hohe Kosten im Spiel sind, nicht zuletzt, da Unternehmen die Mitarbeiter an entsprechende Ausbildungsveranstaltungen schicken, einen entsprechenden Ausfall in der Arbeitszeit der Arbeitskräfte hinnehmen müssen.

Dies ist für die in den Klassen 42 und 45 strittigen Dienstleistungen entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin auch nicht anders zu beurteilen, wenn man den Vertragstyp, mittels dem die entsprechenden vermögenswerten Leistungen am Markt in der Regel ausgetauscht werden, in Betracht zieht.

5.5. Als Zwischenergebnis kann somit festgehalten werden, dass die Marke "FIDUCIA" für alle strittigen Dienstleistungen jedenfalls für die italienischsprachigen Verkehrskreise anpreisend wirkt und damit nicht unterscheidungskräftig ist (vgl. oben E. 2.1). Ob an der strittigen Marke darüber hinaus auch ein Freihaltebedürfnis besteht, kann offen gelassen werden.

6.
Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin handelt es sich vorliegend nicht um einen Grenzfall, weshalb das Zeichen auch nicht im Sinne der Grenzfallregelung (vgl. oben E. 2.4) zum Markenschutz zugelassen werden kann. Gegenteiliges kann entgegen den Vorbringen der Beschwerdeführerin auch nicht (allein) daraus geschlossen werden, dass zwischen der abschliessenden Stellungnahme der Beschwerdeführerin im vorinstanzlichen Verfahren und dem Ergehen der angefochtenen Verfügung 14 Monate vergangen sind.

7.
Schliesslich erhebt die Beschwerdeführerin Anspruch auf Registrierung der strittigen Marke gestützt auf das in Art. 8 Abs. 1 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 (BV, SR 101) verankerte Gleichbehandlungsprinzip.

7.1. Nach dem Grundsatz der Rechtsanwendungsgleichheit sind juristische Sachverhalte nach Massgabe ihrer Gleichheit gleich zu behandeln. Dieselbe Behörde darf zwei vergleichbare Sachverhalte ohne sachlichen Grund nicht unterschiedlich beurteilen. Dies gilt allerdings nur, wenn Sachverhalte im Zusammenhang mit unterschiedlichen Personen in Frage stehen (Urteil des Bundesgerichts 4A_62/2012 vom 18. Juni 2120 E. 3

"Doppelhelix" [fig.]). Nicht erforderlich ist, dass die Sachverhalte in allen tatsächlichen Elementen identisch sind (WILLI, a.a.O., Art. 2 N. 28). Fehlerhafte Entscheide sollen andererseits nicht für alle Zeiten als Richtschnur gelten (Urteil des Bundesgerichts 4A.5/2004 vom 25. November 2004 E. 4.3 *Firemaster*; Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-7410/2006 vom 20. Juli 2007 E. 6 *Masterpiece*; Entscheid der RKGE vom 19. Oktober 1999 veröffentlicht in: sic! 1999 S. 645 E. 5 *Uncle Sam*; WILLI, a.a.O., Art. 2 N. 31). Vielmehr wird der Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht nur ausnahmsweise anerkannt, wenn eine ständige gesetzeswidrige Praxis einer rechtsanwendenden Behörde besteht und die Behörde zu erkennen gibt, dass sie auch in Zukunft nicht von dieser abzuweichen gedenkt (BGE 127 I 1 E. 3a; BGE 122 II 446 E. 4a, mit weiteren Hinweisen; Urteil des Bundesgerichts 4A.261/2010 vom 5. Oktober 2010 E. 5.1; Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-3189/2008 vom 14. Januar 2010 E. 8 *terroir [fig.]*). Vor einer allfälligen Gewährung des Markenschutzes aufgrund von Rechtsgleichheitserwägungen ist ferner eine Abwägung der Interessen des betreffenden Hinterlegers an der Gleichbehandlung mit anderen Markenhinterlegern einerseits und entgegenstehenden privaten und öffentlichen Interessen andererseits vorzunehmen (vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-7395/2006 vom 16. Juli 2007 E. 12 *Projob*, mit weiteren Hinweisen).

Verletzungen des Gleichbehandlungsgebots müssen sodann im Rechtsmittelverfahren ausdrücklich gerügt werden, was die Obliegenheit einschliesst, entsprechende Vergleichsfälle darzulegen (vgl. Urteil des BGer P.124/1962 vom 12. Dezember 1962 E. 4, veröffentlicht in Schweizerisches Zentralblatt für Staats- und Verwaltungsrecht [ZBl] 1963 S. 435; BVGE 2007/16 E. 6.4 S. 198, mit weiteren Hinweisen; BEATRICE WEBER-DÜRLER, Zum Anspruch auf Gleichbehandlung in der Rechtsanwendung, ZBl, 2004, S. 16). Trotz des Prinzips der Rechtsanwendung von Amtes wegen gilt dabei insoweit das Rügeprinzip, als rechtliche Grundlagen und Einwendungen, die nicht ins Auge springen und nach den Sachverhaltsfeststellungen und Vorbringen der Parteien auch nicht nahe liegen, nicht berücksichtigt werden müssen (ANDRÉ MOSER/MICHAEL BEUSCH/LORENZ KNEUBÜHLER, Prozessieren vor dem Bundesverwaltungsgericht, Basel 2008, Rz. 1.55). Die Geltendmachung der Rechtsanwendungsgleichheit durch einen Markenhinterleger aufgrund von Vergleichsfällen erfordert auch eine Auseinandersetzung mit den von den herangezogenen Voreintragungen beanspruchten Waren und Dienstleistungen in der Beschwerde(-schrift), ansonsten ein Beurteilungsmassstab für die Prüfung einer Verletzung von Art. 8 Abs. 1 BV fehle (Urteil des Bundesgerichts

4A.5/2004 vom 25. November 2004 E. 4.3 veröffentlicht in: sic! 2005 S. 278 *Firemaster*). Was schliesslich das Alter der herangezogenen Voreintragungen anbelangt, sollte deren Zulassung zum Markenschutz in der Schweiz in der Regel nicht länger als acht Jahre zurückliegen (vgl. Urteil des Bundesverwaltungsgerichts B-6246/2010 vom 28. Juli 2011 E. 8.1 *Jumboline*, m.w.H.), damit diese noch als relevant angesehen werden können.

7.2. Die Beschwerdeführerin führt insgesamt sechs Voreintragungen an, welche in der Schweiz Schutz geniessen und auf die sie ihren geltend gemachten Gleichbehandlungsanspruch stützen möchte. Deren drei wurden in der Schweiz aber vor deutlich mehr als acht Jahren zum Markenschutz zugelassen. Sie fallen deshalb gemäss der einschlägigen Rechtsprechung (vgl. oben E. 7.1) als mögliche Grundlage eines Anspruchs der Beschwerdeführerin auf Gleichbehandlung bereits schon deshalb ausser Betracht. Die verbleibenden drei Marken Nr. CH 565'847 *360° VERTRAUEN*, IR Nr. 938'550 *Vertrauen trägt Früchte* und Nr. CH 580'005 *FIDUCIARY SWISS* sind aufgrund der enthaltenen zusätzlichen Markenelemente, teilweise zudem aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu einer anderen Sprache als Italienisch, mit der vorliegend zu beurteilenden Marke nicht ohne Weiteres vergleichbar. Die pauschale Behauptung der Beschwerdeführerin, der Aussagegehalt der Marken sei mit dem demjenigen der strittigen Hinterlegung nahezu identisch, greift zu kurz. Ferner fehlt es an jeder argumentativen Auseinandersetzung mit der Frage, welche Waren und Dienstleistungen die angeführten Marken beanspruchen, und inwiefern diese mit den vorliegend strittigen Dienstleistungen vergleichbar sind. In einem blossen Hinweis auf die Nummern der entsprechenden Klassen gemäss Nizzaklassifikation oder dem Beifügen von Ausdrucken der Einträge der Voreintragungen in den einschlägigen Datenbanken ist keine Erfüllung der Obliegenheit einer einlässlichen Auseinandersetzung mit der Vergleichbarkeit der angeführten Voreintragungen zu sehen. Die weitere Prüfung eines Anspruchs auf Gleichbehandlung gestützt auf Art. 8 Abs. 1 BV im Rahmen der vorliegend zu beurteilenden Markenhinterlegung fällt daher ausser Betracht. Dabei können einige weitere Fragen offen gelassen werden, etwa, ob die Vorinstanz eine ständige entsprechende Praxis verfolgt hat, ob sie zu erkennen gegeben hat, dass sie auch in Zukunft von dieser nicht abzuweichen gedenkt, und ob eine allenfalls vorzunehmende Interessenabwägung zugunsten der Beschwerdeführerin ausfallen würde. Die Beschwerdeführerin hat demnach gestützt auf Art. 8 Abs. 1 der BV keinen Anspruch auf Erteilung des Markenschutzes für die vorliegend zu beurteilende Marke.

8.
Im Ergebnis ist die Beschwerde abzuweisen, soweit darauf einzutreten ist.

9.

9.1. Die Spruchgebühr ist nach Umfang und Schwierigkeit der Streitsache, Art der Prozessführung und finanzieller Lage der Parteien zu bestimmen (Art. 63 Abs. 4bis VwVG, Art. 2 Abs. 1 des Reglements vom 21. Februar 2008 über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht [VGKE, SR 173.320.2]). Bei Markeneintragungen geht es um Vermögensinteressen. Die Gerichtsgebühr bemisst sich folglich nach dem Streitwert (Art. 4 VGKE). Die Schätzung des Streitwertes hat sich nach Lehre und Rechtsprechung an Erfahrungswerten aus der Praxis zu orientieren, wobei bei eher unbedeutenden Zeichen grundsätzlich ein Streitwert zwischen Fr. 50'000.- und Fr. 100'000.- angenommen werden darf (BGE 133 III 490 E. 3.3 *Turbinenfuss*, mit Hinweisen). Von diesem Erfahrungswert ist auch für das vorliegende Verfahren auszugehen. Die daher auf Fr. 2'500.- festzusetzenden Gerichtskosten sind angesichts des Verfahrensausgangs der Beschwerdeführerin aufzuerlegen und mit dem von ihr geleisteten Kostenvorschuss in Höhe von Fr. 2'500.- zu verrechnen.

9.2. Eine Parteientschädigung ist der unterliegenden Beschwerdeführerin nicht zuzusprechen (Art. 64 Abs. 1 VwVG, Art. 7 ff. VKGE).

Demnach erkennt das Bundesverwaltungsgericht:

1.
Die Beschwerde wird abgewiesen, soweit darauf einzutreten ist.

2.
Die Kosten des Beschwerdeverfahrens im Umfang von Fr. 2'500.- werden der Beschwerdeführerin auferlegt und mit dem geleisteten Kostenvorschuss von Fr. 2'500.- verrechnet.

3.
Es wird keine Parteientschädigung ausgerichtet.

4.
Dieses Urteil geht an:

– die Beschwerdeführerin (Gerichtsurkunde)
– die Vorinstanz (Ref.: emc; Gerichtsurkunde)
– das Eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement (Gerichtsurkunde)

Die vorsitzende Richterin:	Der Gerichtsschreiber:
Maria Amgwerd	Philipp J. Dannacher

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach Eröffnung beim Bundesgericht, 1000 Lausanne 14, Beschwerde in Zivilsachen geführt werden (Art. 72 ff., 90 ff. und 100 des Bundesgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005 [BGG, SR 173.110]). Die Rechtsschrift ist in einer 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. 42 BGG).

Versand am: 28. August 2012