



Bedeutung der Demoskopie

in der Schweiz

Markenforum München

**18. November 2016
David Aschmann**

Verkehrsdurchsetzung als Rechtsfrage

Freihalte-
bedürfnis

Zeichen-
schwäche

- Erfahrung
- Indizien
- Umfragen

Würdigung

1.

2.

3.

4.



1. Absolutes / relatives Freihaltebedürfnis

Absolutes Freihaltebedürfnis

BGE 139 III 176, S. 182 E. 5.2	YOU
BGE 137 III 77, S. 84 E. 3.4	Sterne für Hotels
BGE 129 III 514, S. 525 E. 4.2	Lego-Baustein

Relatives Freihaltebedürfnis

BGE 134 III 547, S. 555 E. 2.4	Panton chair
BGE 134 III 314, 322 E. 2.4	M
BGE 131 III 121, S. 128 E. 4.2	Smartiesröhrchen
BGer 4A_434/2009 E. 3.2	Radio Suisse Romande



2. Zeichenschwäche

RSR
RADIO SUISSE ROMANDE

M



**THE
POLICE**



NETTO

3. Freie Beweiswahl

Beweiserleichterung: 10 Jahre Gebrauch in allen Sprachregionen

Erfahrung 
Meissen




- Werbeanstrengungen
- Umsatzzahlen
- Erklärungen
- demoskopische Umfragen



BGE 130 III 328, S. 333 E. 3.3 Swatch-Armband: keine „schablonenhaften“ Beweisregeln

4. Beweiswürdigung

IGE-Richtlinien in Markensachen v. 1. Juli 2014, S. 154 f.:

1. „Kennen Sie  in Zusammenhang mit [Ware/DL] ?“
2. Stellt  im Zusammenhang mit [Ware/DL] einen Hinweis auf ein ganz bestimmtes oder auf verschiedene Unternehmen dar oder ist das Ihrer Ansicht nach kein Hinweis auf irgendein Unternehmen?
3. Auf welches Unternehmen weist  hin?

4. Beweiswürdigung

VOGUE

Keine festen Prozentzahlen.

Ohne Indizienbelege für die Verkehrsgeltung darf auf eine beantragte Umfrage auch verzichtet werden.

BGer 4A_371/2010, E. 5.2.3 G (fig.)/G (fig.)

Berühmte Marke, da 25 % Bekanntheit in der Bevölkerung.

BGer 4A_128/2012, E. 4.1.2 Vogue

Tendenz zur "schablonenhaften" Prüfung

