

Bundesgesetz
über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben
(Markenschutzgesetz, MSchG)

232.11

vom 28. August 1992 (Stand am 1. Januar 2017)

Die Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft,
gestützt auf Artikel 122 der Bundesverfassung^{1,2}
nach Einsicht in eine Botschaft des Bundesrates vom 21. November 1990³,
beschliesst:

1. Titel: Marken

1. Kapitel: Allgemeine Bestimmungen

1. Abschnitt: Schutz der Marken

Art. 1 Begriff

¹ Die Marke ist ein Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

² Marken können insbesondere Wörter, Buchstaben, Zahlen, bildliche Darstellungen, dreidimensionale Formen oder Verbindungen solcher Elemente untereinander oder mit Farben sein.

Art. 2 Absolute Ausschlussgründe

Vom Markenschutz ausgeschlossen sind:

- a. Zeichen, die Gemeingut sind, es sei denn, dass sie sich als Marke für die Waren oder Dienstleistungen durchgesetzt haben, für die sie beansprucht werden;
- b. Formen, die das Wesen der Ware ausmachen, und Formen der Ware oder Verpackung, die technisch notwendig sind;
- c. irreführende Zeichen;
- d. Zeichen, die gegen die öffentliche Ordnung, die guten Sitten oder geltendes Recht verstossen.

AS 1993 274

¹ SR 101

² Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

³ BBl 1991 I 1

Art. 3 Relative Ausschlussgründe

¹ Vom Markenschutz ausgeschlossen sind weiter Zeichen, die:

- a. mit einer älteren Marke identisch und für die gleichen Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind wie diese;
- b. mit einer älteren Marke identisch und für gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt;
- c. einer älteren Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

² Als ältere Marken gelten:

- a. hinterlegte oder eingetragene Marken, die eine Priorität nach diesem Gesetz (Art. 6–8) geniessen;
- b. Marken, die zum Zeitpunkt der Hinterlegung des unter Absatz 1 fallenden Zeichens im Sinne von Artikel 6^{bis} der Pariser Verbandsübereinkunft vom 20. März 1883⁴ zum Schutz des gewerblichen Eigentums (Pariser Verbandsübereinkunft) in der Schweiz notorisch bekannt sind.

³ Auf die Ausschlussgründe nach diesem Artikel kann sich nur der Inhaber der älteren Marke berufen.

Art. 4 Eintragung zugunsten Nutzungsberechtigter

Keinen Schutz geniessen ferner Marken, die ohne Zustimmung des Inhabers auf den Namen von Agenten, Vertretern oder anderen zum Gebrauch Ermächtigten eingetragen werden oder die nach Wegfall der Zustimmung im Register eingetragen bleiben.

2. Abschnitt: Entstehung des Markenrechts; Priorität**Art. 5** Entstehung des Markenrechts

Das Markenrecht entsteht mit der Eintragung im Register.

Art. 6 Hinterlegungspriorität

Das Markenrecht steht demjenigen zu, der die Marke zuerst hinterlegt.

Art. 7 Priorität nach der Pariser Verbandsübereinkunft

¹ Ist eine Marke erstmals in einem anderen Mitgliedstaat der Pariser Verbandsübereinkunft⁵ oder mit Wirkung für einen solchen Staat vorschriftsgemäss hinterlegt

⁴ SR 0.232.01/.04

⁵ SR 0.232.01/.04

worden, so kann der Hinterleger oder sein Rechtsnachfolger für die Hinterlegung der gleichen Marke in der Schweiz das Datum der Ersthinterlegung beanspruchen, sofern die Hinterlegung in der Schweiz innerhalb von sechs Monaten nach der Ersthinterlegung erfolgt.

² Die Ersthinterlegung in einem Staat, welcher der Schweiz Gegenrecht hält, hat die gleiche Wirkung wie die Ersthinterlegung in einem Mitgliedstaat der Pariser Verbandsübereinkunft.

Art. 8 Ausstellungspriorität

Wer eine mit einer Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung auf einer offiziellen oder offiziell anerkannten Ausstellung im Sinne des Übereinkommens vom 22. November 1928⁶ über die internationalen Ausstellungen in einem Mitgliedstaat der Pariser Verbandsübereinkunft⁷ vorstellt, kann für die Hinterlegung das Datum des Eröffnungstages der Ausstellung beanspruchen, sofern er die Marke innerhalb von sechs Monaten nach diesem Zeitpunkt hinterlegt.

Art. 9 Prioritätserklärung

¹ Wer die Priorität nach der Pariser Verbandsübereinkunft⁸ oder die Ausstellungspriorität beansprucht, hat beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) eine Prioritätserklärung abzugeben. Das IGE kann die Einreichung eines Prioritätsbelegs verlangen.⁹

² Der Anspruch ist verwirkt, wenn die in der Verordnung festgelegten Fristen und Formerfordernisse nicht beachtet werden.

³ Die Eintragung einer Priorität begründet lediglich eine Vermutung zugunsten des Markeninhabers.

3. Abschnitt: Bestand des Markenrechts

Art. 10 Gültigkeitsdauer und Verlängerung der Eintragung

¹ Die Eintragung ist während zehn Jahren vom Hinterlegungsdatum an gültig.

² Die Eintragung wird jeweils um zehn Jahre verlängert, wenn ein Verlängerungsantrag vorliegt und die in der Verordnung dafür vorgesehenen Gebühren bezahlt sind.¹⁰

⁶ SR 0.945.11

⁷ SR 0.232.01/.04

⁸ SR 0.232.01/.04

⁹ Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

¹⁰ Fassung gemäss Anhang Ziff. 2 des BG vom 24. März 1995 über Statut und Aufgaben des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum, in Kraft seit 1. Jan. 1996 (AS 1995 5050; BBl 1994 III 964).

³ Der Verlängerungsantrag muss innerhalb der letzten zwölf Monate vor Ablauf der Gültigkeitsdauer, spätestens jedoch innerhalb von sechs Monaten nach ihrem Ablauf beim IGE eingereicht werden.¹¹

⁴ ...¹²

Art. 11 Gebrauch der Marke

¹ Die Marke ist geschützt, soweit sie im Zusammenhang mit den Waren und Dienstleistungen gebraucht wird, für die sie beansprucht wird.

² Als Gebrauch der Marke gelten auch der Gebrauch in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form und der Gebrauch für die Ausfuhr.

³ Der Gebrauch der Marke mit Zustimmung des Inhabers gilt als Gebrauch durch diesen selbst.

Art. 12 Folgen des Nichtgebrauchs

¹ Hat der Inhaber 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, so kann er sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, ausser wenn wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen.

² Wird der Gebrauch der Marke nach mehr als fünf Jahren erstmals oder erneut aufgenommen, so lebt das Markenrecht mit Wirkung der ursprünglichen Priorität wieder auf, sofern vor dem Zeitpunkt der erstmaligen oder erneuten Aufnahme des Gebrauchs niemand den Nichtgebrauch der Marke nach Absatz 1 geltend gemacht hat.

³ Wer den Nichtgebrauch der Marke geltend macht, hat ihn glaubhaft zu machen; der Beweis des Gebrauchs obliegt sodann dem Markeninhaber.

4. Abschnitt: Inhalt des Markenrechts

Art. 13 Ausschliessliches Recht

¹ Das Markenrecht verleiht dem Inhaber das ausschliessliche Recht, die Marke zur Kennzeichnung der Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, zu gebrauchen und darüber zu verfügen.

² Der Markeninhaber kann anderen verbieten, ein Zeichen zu gebrauchen, das nach Artikel 3 Absatz 1 vom Markenschutz ausgeschlossen ist, so insbesondere:

¹¹ Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

¹² Aufgehoben durch Anhang Ziff. 2 des BG vom 24. März 1995 über Statut und Aufgaben des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum, mit Wirkung seit 1. Jan. 1996 (AS 1995 5050; BBl 1994 III 964).

- a. das Zeichen auf Waren oder deren Verpackung anzubringen;
- b. unter dem Zeichen Waren anzubieten, in Verkehr zu bringen oder zu diesem Zweck zu lagern;
- c. unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen;
- d. unter dem Zeichen Waren ein-, aus- oder durchzuführen;¹³
- e. das Zeichen auf Geschäftspapieren, in der Werbung oder sonst wie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen.

^{2bis} Die Ansprüche nach Absatz 2 Buchstabe d stehen dem Markeninhaber auch dann zu, wenn die Ein-, Aus- oder Durchfuhr von gewerblich hergestellten Waren zu privaten Zwecken erfolgt.¹⁴

³ Die Ansprüche nach diesem Artikel stehen dem Markeninhaber auch gegenüber Nutzungsberechtigten nach Artikel 4 zu.¹⁵

Art. 14 Einschränkung zugunsten vorbenützter Zeichen

¹ Der Markeninhaber kann einem anderen nicht verbieten, ein von diesem bereits vor der Hinterlegung gebrauchtes Zeichen im bisherigen Umfang weiter zu gebrauchen.

² Dieses Weiterbenützungsrecht kann nur zusammen mit dem Unternehmen übertragen werden.

Art. 15 Berühmte Marke

¹ Der Inhaber einer berühmten Marke kann anderen deren Gebrauch für jede Art von Waren oder Dienstleistungen verbieten, wenn ein solcher Gebrauch die Unterscheidungskraft der Marke gefährdet oder deren Ruf ausnützt oder beeinträchtigt.

² Rechte, die erworben wurden, bevor die Marke Berühmtheit erlangt hat, bleiben unberührt.

Art. 16 Wiedergabe von Marken in Wörterbüchern und anderen Nachschlagewerken

Ist in einem Wörterbuch, in einem anderen Nachschlagewerk oder in einem ähnlichen Werk eine eingetragene Marke ohne einen Hinweis auf ihre Eintragung wiedergegeben, so kann der Markeninhaber vom Verleger, Herausgeber oder Verteiler des Werkes verlangen, spätestens bei einem Neudruck einen entsprechenden Hinweis aufzunehmen.

¹³ Fassung gemäss Anhang Ziff. 3 des BG vom 22. Juni 2007, Kraft seit 1. Juli 2008 (AS 2008 2551; BBl 2006 1).

¹⁴ Eingefügt durch Anhang Ziff. 3 des BG vom 22. Juni 2007, Kraft seit 1. Juli 2008 (AS 2008 2551; BBl 2006 1).

¹⁵ Fassung gemäss Anhang Ziff. 3 des BG vom 22. Juni 2007, Kraft seit 1. Juli 2008 (AS 2008 2551; BBl 2006 1).

2. Titel: Herkunftsangaben

Art. 47 Grundsatz

¹ Herkunftsangaben sind direkte oder indirekte Hinweise auf die geographische Herkunft von Waren oder Dienstleistungen, einschliesslich Hinweisen auf die Beschaffenheit oder auf Eigenschaften, die mit der Herkunft zusammenhängen.

² Geographische Namen und Zeichen, die von den massgebenden Verkehrskreisen nicht als Hinweis auf eine bestimmte Herkunft der Waren oder Dienstleistungen verstanden werden, gelten nicht als Herkunftsangabe im Sinne von Absatz 1.

³ Unzulässig ist der Gebrauch:

- a. unzutreffender Herkunftsangaben;
- b. von Bezeichnungen, die mit einer unzutreffenden Herkunftsangabe verwechselbar sind;
- c.⁴⁹ eines Namens, einer Firma, einer Adresse oder einer Marke im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen fremder Herkunft, wenn sich daraus eine Täuschungsgefahr ergibt.

^{3bis} Werden Herkunftsangaben zusammen mit Zusätzen wie «Art», «Typ», «Stil» oder «Nachahmung» gebraucht, so müssen die gleichen Anforderungen erfüllt werden, die für den Gebrauch der Herkunftsangaben ohne diese Zusätze gelten.⁵⁰

^{3ter} Angaben zu Forschung oder Design oder anderen spezifischen Tätigkeiten, die mit dem Produkt im Zusammenhang stehen, dürfen nur verwendet werden, wenn diese Tätigkeit vollumfänglich am angegebenen Ort stattfindet.⁵¹

⁴ Regionale oder lokale Herkunftsangaben für Dienstleistungen werden als zutreffend betrachtet, wenn diese Dienstleistungen die Herkunftskriterien für das betreffende Land als Ganzes erfüllen.

Art. 48⁵² Herkunftsangabe für Waren

¹ Die Herkunftsangabe für eine Ware ist zutreffend, wenn die Anforderungen nach den Artikeln 48a–48c erfüllt sind.

² Allfällige zusätzliche Anforderungen wie die Einhaltung ortsüblicher oder am Herkunftsort vorgeschriebener Herstellungs- oder Verarbeitungsgrundsätze und Qualitätsanforderungen müssen ebenfalls erfüllt sein.

⁴⁹ Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁵⁰ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁵¹ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁵² Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

³ Alle Anforderungen sind im Einzelfall nach dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise und gegebenenfalls nach Massgabe ihres Einflusses auf den Ruf der betreffenden Waren zu bestimmen.

⁴ Bei Naturprodukten und Lebensmitteln gelten für Schweizer Herkunftsangaben als Ort der Herkunft oder der Verarbeitung das schweizerische Staatsgebiet und die Zollanschlussgebiete. Der Bundesrat kann die Grenzgebiete definieren, die ausnahmsweise für schweizerische Herkunftsangaben auch als Ort der Herkunft oder der Verarbeitung gelten.

⁵ Erfüllt eine ausländische Herkunftsangabe die gesetzlichen Anforderungen des entsprechenden Landes, so ist sie zutreffend. Vorbehalten bleibt eine allfällige Täuschung der Konsumenten in der Schweiz.

Art. 48a⁵³ Naturprodukte

Die Herkunft eines Naturprodukts entspricht:

- a. für mineralische Erzeugnisse: dem Ort der Gewinnung;
- b. für pflanzliche Erzeugnisse: dem Ort der Ernte;
- c. für Fleisch: dem Ort, an dem die Tiere den überwiegenden Teil ihres Lebens verbracht haben;
- d. für andere aus Tieren gewonnene Erzeugnisse: dem Ort der Haltung der Tiere;
- e. für Jagdbeute und Fischfänge: dem Ort der Jagd oder des Fischfangs;
- f. für Zuchtfische: dem Ort der Aufzucht.

Art. 48b⁵⁴ Lebensmittel

¹ Unter diese Bestimmung fallen Lebensmittel im Sinne des Lebensmittelgesetzes vom 9. Oktober 1992⁵⁵ (LMG) mit Ausnahme der Naturprodukte nach Artikel 48a des vorliegenden Gesetzes. Der Bundesrat regelt die Unterscheidung im Einzelnen.

² Die Herkunft eines Lebensmittels entspricht dem Ort, von dem mindestens 80 Prozent des Gewichts der Rohstoffe, aus denen sich das Lebensmittel zusammensetzt, kommen. Bei Milch und Milchprodukten sind 100 Prozent des Gewichts des Rohstoffes Milch erforderlichlich.

³ Von der Berechnung nach Absatz 2 sind ausgeschlossen:

- a. Naturprodukte, die wegen natürlichen Gegebenheiten nicht am Herkunftsort produziert werden können;
- b. Naturprodukte, die temporär am Herkunftsort nicht in genügender Menge verfügbar sind.

⁵³ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁵⁴ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁵⁵ SR 817.0

⁴ Bei der Berechnung nach Absatz 2 müssen alle Rohstoffe angerechnet werden, für die der Selbstversorgungsgrad der Schweiz mindestens 50 Prozent beträgt. Rohstoffe, für die der Selbstversorgungsgrad 20–49,9 Prozent beträgt, sind nur zur Hälfte anzurechnen. Rohstoffe, für die der Selbstversorgungsgrad weniger als 20 Prozent beträgt, können von der Berechnung ausgenommen werden. Der Bundesrat regelt die Einzelheiten.

⁵ Die Herkunftsangabe muss ausserdem dem Ort entsprechen, an dem die Verarbeitung stattgefunden hat, die dem Lebensmittel seine wesentlichen Eigenschaften verliehen hat.

Art. 48c⁵⁶ Andere Produkte, insbesondere industrielle Produkte

¹ Die Herkunft eines anderen Produkts, insbesondere eines industriellen Produkts, entspricht dem Ort, an dem mindestens 60 Prozent der Herstellungskosten anfallen.

² Bei der Berechnung nach Absatz 1 werden berücksichtigt:

- a. die Kosten für Fabrikation und Zusammensetzung;
- b. die Kosten für Forschung und Entwicklung;
- c. die Kosten für gesetzlich vorgeschriebene oder branchenweit einheitlich geregelte Qualitätssicherung und Zertifizierung.

³ Von der Berechnung nach Absatz 1 sind ausgeschlossen:

- a. Kosten für Naturprodukte, die wegen natürlichen Gegebenheiten nicht am Herkunftsort produziert werden können;
- b. Kosten für Rohstoffe, die gemäss einer nach Artikel 50 Absatz 2 erlassenen Verordnung aus objektiven Gründen am Herkunftsort nicht in genügender Menge verfügbar sind;
- c. Verpackungskosten;
- d. Transportkosten;
- e. die Kosten für den Vertrieb der Ware, wie die Kosten für Marketing und für Kundenservice.

⁴ Die Herkunftsangabe muss ausserdem dem Ort entsprechen, an dem die Tätigkeit vorgenommen worden ist, die dem Produkt seine wesentlichen Eigenschaften verliehen hat. In jedem Fall muss ein wesentlicher Fabrikationsschritt an diesem Ort stattgefunden haben.

Art. 48c⁵⁷ Ausnahmen

Den Anforderungen nach den Artikeln 48a–48c muss nicht entsprochen werden, wenn:

⁵⁶ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁵⁷ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

- a. eine geografische Angabe vor dem Inkrafttreten dieser Bestimmung nach Artikel 16 LwG⁵⁸ eingetragen wurde; oder
- b. ein Hersteller den Nachweis erbringt, dass die verwendete Herkunftsangabe dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise entspricht.

Art. 49⁵⁹ Herkunftsangabe für Dienstleistungen

¹ Die Herkunftsangabe einer Dienstleistung ist zutreffend, wenn:

- a. sie dem Geschäftssitz derjenigen Person entspricht, welche die Dienstleistung erbringt; und
- b. sich ein Ort der tatsächlichen Verwaltung dieser Person im gleichen Land befindet.

² Erfüllt eine Muttergesellschaft die Voraussetzungen von Absatz 1 Buchstabe a und erfüllt entweder sie selbst oder eine von ihr tatsächlich beherrschte und im gleichen Land ansässige Tochtergesellschaft die Voraussetzungen von Absatz 1 Buchstabe b, so gilt die Herkunftsangabe auch für die gleichartigen Dienstleistungen der ausländischen Tochtergesellschaften und Zweigniederlassungen der Muttergesellschaft als zutreffend.

³ Allfällige zusätzliche Anforderungen, wie die Einhaltung üblicher oder vorgeschriebener Grundsätze für das Erbringen der Dienstleistung oder die traditionelle Verbundenheit derjenigen Person, welche die Dienstleistung erbringt, mit dem Herkunftsland, müssen ebenfalls erfüllt sein.

⁴ Erfüllt eine ausländische Herkunftsangabe die gesetzlichen Anforderungen des entsprechenden Landes, so ist sie zutreffend. Vorbehalten bleibt eine allfällige Täuschung der Konsumenten in der Schweiz.

Art. 49^{a60} Herkunftsangabe in der Werbung

Die Herkunftsangabe in der Werbung ist zutreffend, wenn diese der Herkunft aller darin beworbenen Produkte und Dienstleistungen nach den Artikeln 48–49 entspricht.

Art. 50⁶¹ Besondere Bestimmungen

¹ Rechtfertigt es das Interesse der Konsumenten, das allgemeine Interesse der Wirtschaft oder einzelner Branchen, so kann der Bundesrat die Anforderungen nach den Artikeln 48 Absatz 2 und 48^a–49 näher umschreiben.

⁵⁸ SR 910.1

⁵⁹ Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁶⁰ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁶¹ Fassung gemäss Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

² Er kann, insbesondere auf Antrag und Vorentwurf einer Branche, die Voraussetzungen näher umschreiben, unter denen eine schweizerische Herkunftsangabe für bestimmte Waren oder Dienstleistungen gebraucht werden darf.

³ Er hört vorher die beteiligten Kantone und die interessierten Berufs- und Wirtschaftsverbände sowie die Konsumentenorganisationen an.

Art. 50a⁶² Register für geografische Angaben

¹ Der Bundesrat schafft ein Register für geografische Angaben für Waren, mit Ausnahme von landwirtschaftlichen Erzeugnissen, verarbeiteten landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Wein sowie waldwirtschaftlichen Erzeugnissen und deren Verarbeitungsprodukten.

² Er regelt insbesondere:

- a. die Eintragungsberechtigung;
- b. die Voraussetzungen für die Registrierung, insbesondere die Anforderungen an das Pflichtenheft;
- c. das Registrierungs- und das Einspracheverfahren;
- d. die Kontrolle.

³ Für Verfügungen und Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Register werden Gebühren erhoben.

⁴ Eingetragene geografische Angaben können nicht zu Gattungsbezeichnungen werden. Gattungsbezeichnungen dürfen nicht als geografische Angaben eingetragen werden.

⁵ Wer eine eingetragene geografische Angabe für identische oder vergleichbare Waren verwendet, muss das Pflichtenheft erfüllen. Diese Verpflichtung gilt nicht für die Verwendung von Marken, die mit einer ins Register eingetragenen geografischen Angabe identisch oder dieser ähnlich sind und die gutgläubig hinterlegt oder eingetragen oder an denen Rechte durch gutgläubige Benutzung erworben wurden:

- a. vor dem 1. Januar 1996; oder
- b. bevor der Name der eingetragenen geografischen Angabe im Ursprungsland geschützt worden ist, sofern für die Marke keiner der in diesem Gesetz vorgesehenen Gründe für Nichtigkeit oder Verfall vorliegen.

⁶ Wird eine Marke, die eine geografische Angabe enthält, die mit einer zur Eintragung angemeldeten geografischen Angabe identisch oder dieser ähnlich ist, für identische oder vergleichbare Waren hinterlegt, so wird das Markenprüfungsverfahren bis zum rechtskräftigen Entscheid über das Gesuch um Eintragung der geografischen Angabe sistiert.

⁷ Nach der Eintragung der geografischen Angabe kann die Marke nur für identische oder vergleichbare Waren eingetragen werden. Die Waren müssen auf die im Pflichtenheft umschriebene geografische Herkunft eingeschränkt werden.

⁶² Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁸ Eingetragene geografische Angaben sind insbesondere geschützt gegen:

- a. jede kommerzielle Verwendung für andere Erzeugnisse, durch die der Ruf geschützter Bezeichnungen ausgenutzt wird;
- b. jede Anmassung, Nachmachung oder Nachahmung.

Art. 51 Produzentenkennzeichen

Wenn die Interessen einer Wirtschaftsbranche es erfordern, kann der Bundesrat vorschreiben, dass auf den Waren dieser Wirtschaftsbranche ein Produzentenkennzeichen anzubringen ist.

3. Titel: Rechtsschutz

1. Kapitel: Zivilrechtlicher Schutz

Art. 51a⁶³ Beweislastumkehr

Der Benutzer einer Herkunftsangabe muss beweisen, dass diese zutreffend ist.

Art. 52 Feststellungsklage

Wer ein rechtliches Interesse nachweist, kann vom Richter feststellen lassen, dass ein Recht oder Rechtsverhältnis nach diesem Gesetz besteht oder nicht besteht.

Art. 53 Klage auf Übertragung der Marke

¹ Der Kläger kann anstatt auf Feststellung der Nichtigkeit der Markeneintragung auf Übertragung der Marke klagen, wenn der Beklagte sich diese angemasst hat.

² Der Anspruch erlischt zwei Jahre nach Veröffentlichung der Eintragung oder nach Wegfall der Zustimmung des Markeninhabers gemäss Artikel 4.

³ Wird die Übertragung verfügt, so fallen die inzwischen Dritten eingeräumten Lizenzen oder anderen Rechte dahin; diese Dritten haben jedoch, wenn sie in gutem Glauben die Marke im Inland gewerbsmässig benützt oder besondere Anstalten dazu getroffen haben, Anspruch auf Erteilung einer nicht ausschliesslichen Lizenz.⁶⁴

⁴ Vorbehalten bleiben Ansprüche auf Schadenersatz.⁶⁵

⁶³ Eingefügt durch Ziff. I des BG vom 21. Juni 2013, in Kraft seit 1. Jan. 2017 (AS 2015 3631; BBl 2009 8533).

⁶⁴ Eingefügt durch Anhang Ziff. 3 des BG vom 22. Juni 2007, Kraft seit 1. Juli 2008 (AS 2008 2551; BBl 2006 1).

⁶⁵ Eingefügt durch Anhang Ziff. 3 des BG vom 22. Juni 2007, Kraft seit 1. Juli 2008 (AS 2008 2551; BBl 2006 1).