Bundesverwaltungsgericht
Tribunal administratif fédéral
Tribunale amministrativo federale
Tribunal administrativ federal

Abteilung II
B-6164/2013

Urteil vom 15. Dezember 2014

Besetzung

Richter David Aschmann (Vorsitz),
Richter Pietro Angeli-Busi,
Richter Francesco Brentani,
Gerichtsschreiber Adrian Gautschi.

Parteien

CME Event GmbH,
Bolacker 14/1, 4564 Obergerlafingen,
vertreten durch Prof. Dr. iur. Eugen Marbach, Fürsprecher,
FMP Fuhrer Marbach & Partner,
Konsumstrasse 16 A, 3007 Bern,
Beschwerdeführerin,

gegen

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

Gegenstand

Schweizer Markeneintragungsgesuch
Nr. 62426/2012 MIA.

Sachverhalt:

A.
Die Wortmarke MIA wurde am 18. Oktober 2012 bei der Vorinstanz für Dienstleistungen der Klassen 35, 41 und 43 zur Eintragung angemeldet und dieses Gesuch mit Schreiben vom 4. Dezember 2012 auf die Beschwerdeführerin übertragen.

B.
Am 29. Januar 2013 beanstandete die Vorinstanz die Formulierung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses und wies die Eintragung mangels Unterscheidungskraft der Marke zurück. MIA werde als feminine Form des italienischen Pronomens "mio" und damit, wie das englische "my", als anpreisender Hinweis für "auf meine Konsumentenbedürfnisse zugeschnittene Waren und Dienstleistungen" verstanden.

C.
Die Beschwerdeführerin reichte mit Schreiben vom 6. März 2013 ein neues Waren- und Dienstleistungsverzeichnis ein, das lautet:

35 Organisation und Durchführung von Handelsausstellungen und Messen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Tagungen, Workshops und Ausstellungen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken.

41 Organisation und Durchführung von Konferenzen, Tagungen, Workshops und Ausstellungen zu Ausbildungszwecken.

43 Verpflegung.

Sie machte geltend, als Possessivpronomen und weiblicher Vorname sei MIA doppeldeutig. Im Zusammenhang der Dienstleistung läge ein Name näher als ein Pronomen. Markenadressaten seien Fachleute, keine Konsumenten; auch darum werde MIA nicht im Sinn von "auf meine Konsumentenbedürfnisse zugeschnitten" verstanden. Als Pronomen wirkte die Marke zudem unbestimmt und liesse sie keine Rückschlüsse auf Dienstleistungen zu.

D.
Mit Schreiben vom 15. März 2013 akzeptierte die Vorinstanz das präzisierte Waren- und Dienstleistungsverzeichnis, womit sich das Hinterlegungsdatum der Marke auf den 6. März 2013 verschiebe.

E.
Die Beschwerdeführerin widersetzte sich einer Verschiebung des Anmeldedatums mit Schreiben vom 28. März 2013, da der Umfang der beanspruchten Dienstleistungen nicht erweitert worden sei.

F.
Mit Schreiben vom 30. Mai 2013 hielt die Vorinstanz an ihren Standpunkten fest.

G.
Am 12. Juli 2013 ersuchte die Beschwerdeführerin die Vorinstanz um Erlass einer beschwerdefähigen Verfügung.

H.
Mit Verfügung vom 14. Oktober 2013 wies die Vorinstanz das Eintragungsgesuch ab. An der Verschiebung des Anmeldedatums hielt sie fest und führte aus, die Dienstleistungen, für welche die Marke beansprucht wird, seien ebenso an durchschnittliche Konsumenten wie an Fachkreise, zum Beispiel KMU-Verantwortliche und Führungskräfte, gerichtet. Die Abnehmerkreise bezögen den Begriff "mein" in Marken auf sich selbst. Auch in Alleinstellung sei diese Lesart nicht unbestimmt. Für die Annahme eines Vornamens bestehe mangels weiterer Zeichenelemente kein Anlass.

I.
Gegen diese Verfügung gelangte die Beschwerdeführerin mit Beschwerde vom 31. Oktober 2013 ans Bundesverwaltungsgericht und stellte das Rechtsbegehren:

"Die Verfügung des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum vom 14. Oktober 2013 sei aufzuheben und die Vorinstanz sei anzuweisen, die Marke MIA (CH-Markeintragungsgesuch Nr. 62426/2012) ohne Einschränkungen mit Priorität vom 6. März 2013 im Markenregister einzutragen.

– unter Kosten- und Entschädigungsfolge –"

Die Beschwerdeführerin führte aus, da an Messen keine kundenspezifisch individualisierten Produkte zu finden seien, werde das Zeichen in diesem Zusammenhang nicht als Possessivpronomen verstanden. Durchschnittliche Messebesucher erkennten in MIA ein für Messenamen übliches Kurzzeichen. Würden sie das Zeichen lexikalisch deuten, stünde die Bedeutung als Vorname im Vordergrund. Und selbst wenn das italienische Possessivpronomen erkannt werden sollte, bliebe eine geweckte Assoziation unbestimmt und wäre die Marke einzutragen.

J.
Mit Vernehmlassung vom 3. Februar 2014 beantragte die Vorinstanz, die Beschwerde abzuweisen. Die Dienstleistungen der Klassen 35 und 41, für die das Zeichen beansprucht wird, richteten sich auch an Organisatoren von Messen und Ausstellungen und würden ebenfalls auf deren individuellen Wünsche zugeschnitten. Auch bei Verpflegung der Klasse 43 sei eine solche Produktindividualisierung üblich.

K.
Die Beschwerdeführerin wiederholte ihre Vorbringen mit Replik vom 14. März 2014 und ergänzte, Possessivpronomen würden üblicherweise in Verbindung mit einem Substantiv verwendet. In Alleinstellung werde MIA daher als Name verstanden. Ferner habe die Vorinstanz MIA in anderen Fällen bereits als Marke eingetragen.

L.
Mit Duplik vom 17. April 2014 entgegnete die Vorinstanz, MIA sei zwar in der deutschsprachigen Schweiz ein verbreiteter Mädchenname. In italienischsprachigen Gebieten liege das Verständnis als Possessivpronomen indessen näher. Die geltend gemachten Voreintragungen entsprächen nicht mehr ihrer aktuellen Eintragungspraxis.

M.
Auf die Durchführung einer öffentlichen Verhandlung haben die Parteien stillschweigend verzichtet.

N.
Auf weitere Vorbringen der Parteien ist in den folgenden Erwägungen einzugehen, soweit sie rechtserheblich sind.

Das Bundesverwaltungsgericht zieht in Erwägung:

1.
Das Bundesverwaltungsgericht ist für die Beurteilung von Beschwerden gegen Eintragungsverfügungen der Vorinstanz in Markensachen zuständig (Art. 31, 32, 33 Bst. e des Verwaltungsgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005 [VGG, SR 173.32]). Als Markenanmelderin hat die Beschwerdeführerin am Verfahren vor der Vorinstanz teilgenommen und ist sie durch die angefochtene Verfügung besonders berührt und beschwert (Art. 48 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes vom 20. Dezember 1968 [VwVG,

SR 172.021]). Die Beschwerde wurde innert Frist und formgerecht erhoben (Art. 50 Abs. 1, Art. 52 Abs. 1 VwVG). Der Kostenvorschuss wurde fristgemäss bezahlt (Art. 63 Abs. 4 VwVG).

Auf die Beschwerde ist daher einzutreten.

2.
Die Beschwerdeführerin hat die Frage der Verschiebung des Hinterlegungsdatums mit der Beschwerdeeinreichung fallen gelassen und beantragt nurmehr die Eintragung mit Priorität vom 6. März 2013. Zu prüfen ist damit nur noch die Beanstandung der fehlenden Unterscheidungskraft und gegebenenfalls eines Freihaltebedürfnisses an der Marke.

3.

3.1 Die Vorinstanz begründet den Gemeingutcharakter des Zeichens MIA mit dessen beschreibenden und anpreisenden Charakter. Im Italienischen liege das Verständnis als weibliches Pronomen näher als dasjenige als Vorname. Das Zeichen würde als "auf meine Konsumentenbedürfnisse zugeschnittene Waren und Dienstleistungen" verstanden. Dabei stützt sich die Vorinstanz auf das Urteil "Myphotobook" (Urteil des BVGer B-4762/2011 vom 28. November 2012). Im Übrigen sei eine Zeichenmehrdeutigkeit unerheblich, wenn in einer der Bedeutungen eine unmittelbare Aussage über die betreffende Dienstleistung zu erkennen sei.

3.2 Die Beschwerdeführerin hält dem entgegen, ungleich der Kombination von "my" und "photobook" sei MIA alleinstehend und mehrdeutig. Ausschlaggebend sei, welche Bedeutung sich bei den massgeblichen Verkehrskreisen aufdränge. Diese würden MIA primär als abstraktes Kurzzeichen wahrnehmen, wie es im Zusammenhang mit Messen üblich sei. Erst in zweiter Linie erkenne man einen Vornamen. An das italienische Pronomen würde nicht gedacht, zumal jenes in der Regel in Begleitung eines Substantivs stehe. Aber selbst wenn im Zeichen ein Pronomen erkannt würde, wirkte es mangels eines individualisierten Angebots unbestimmt und unterscheidungskräftig.

4.
Die Marke ist ein Zeichen, das geeignet ist, Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden (Art. 1 Abs. 1 des Markenschutzgesetzes vom 28. August 1992 [MSchG, SR 232.11]). Durch den Markenschutz sollen Verbraucher in die Lage versetzt werden, ein einmal geschätztes Produkt in der Menge des

Angebots wiederzufinden (BGE 122 III 383 f. E. 1 "Kamillosan/Kamillan, Kamillon"; 119 II 475 E. 2.c "Radion/Radomat").

4.1 Zeichen, die Gemeingut sind, sind vom Markenschutz ausgeschlossen, sofern sie sich im Verkehr nicht für Waren und Dienstleistungen durchgesetzt haben, für die sie beansprucht werden (Art. 2 Bst. A MSchG). Als Gemeingut gelten Zeichen, die für einen funktionierenden Wirtschaftsverkehr freizuhalten sind oder welchen die für die Individualisierung der Ware oder Dienstleistung erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (BGE 139 III 176 E. 2 mit Hinweisen "You"; s.a. Urteile des BVGer B-2655/2013 vom 17. Februar 2014 E. 3.2 "Flächenmuster [fig.]"; B-3528/2012 vom 17. Dezember 2013 E. 2.1 "Venus [fig.]"; CHRISTOPH WILLI, Markenschutzgesetz. Kommentar zum schweizerischen Markenrecht unter Berücksichtigung des europäischen und internationalen Markenrechts, 2002, Art. 2 N. 34). Die Freihaltebedürftigkeit beurteilt sich aus der Sicht der Konkurrenten des Markenanmelders (Urteile des BVGer B-3549/2013 vom 8. Oktober 2014 E. 4 "Palace [fig.]"; B-4763/2012 vom 16. Dezember 2013 E. 2.2 "Betonhülse"), die Unterscheidungskraft aus Sicht der Abnehmer; neben Endabnehmern zählen zu diesen auch Marktteilnehmer vorgelagerter Stufen (Urteile des BGer 4A_528/2013 vom 21. März 2014 E. 5.1 "ePostSelect"; 4A_6/2013 vom 16. April 2013 E. 3.2.3 "Wilson"; Urteil des BVGer B-5484/2013 vom 22. Juli 2014 E. 2.3, 3.1-3.4 "Companions").

4.2 Nicht unterscheidungskräftig sind Zeichen, die sich im Zusammenhang mit den gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen ohne Zuhilfenahme der Fantasie in einer beschreibenden oder anpreisenden Bedeutung erschöpfen (BGE 129 III 225 E. 5.1 "Masterpiece"; Urteil des BVGer B-8240/2010 vom 27. Februar 2012 E. 2.1 "Aus der Region. Für die Region."). Massgebend ist, was die Verkehrskreise im üblichen Verwendungszusammenhang des Zeichens wissen, verstehen und erwarten (BGE 128 III 447 E. 1.6 "Première"; Urteil des BVGer B-3549/2013 vom 8. Oktober 2014 E. 5.2.2 mit Hinweisen "Palace [fig.]"). Bei mehrdeutigen Zeichen richtet sich die Beurteilung nach der Bedeutung, die im Zusammenhang mit den Waren und Dienstleistungen, für die das Zeichen beansprucht wird, im Vordergrund steht (BGE 135 III 416 E. 2.3 "Calvi [fig.]"; 117 II 327 E. 1.b "Montparnasse"; Urteile des BVGer B-1190/2013 vom 3. Dezember 2013 E. 3.3 "Ergo [fig.]"; B-1818/2011 vom 18. Juli 2012 E. 6.2 "Savannah"). Doch fehlt die Unterscheidungskraft in solchen Fällen bereits, wenn eine im Vordergrund stehende, ausschliesslich beschreibende Bedeutung mit individualisierenden Sinngehalten konkurriert, wor-

auf die Vorinstanz füglich hinweist (Urteil des BGer 4A.492/2007 vom 14. Februar 2008 E. 3.4 "Gipfeltreffen"; Urteil des BVGer B-4519/2011 vom 31. Oktober 2012 E. 5.3.3 "Rhätische Bahn").

4.3 Die Markenprüfung erfolgt unter Bezugnahme auf alle Landessprachen der Schweiz. Jeder Sprache kommt der gleiche Stellenwert zu. Ist ein Zeichen aus Sicht der massgeblichen Verkehrskreise auch nur bei Berücksichtigung einer Landessprache schutzunfähig, ist die Markeneintragung zu verweigern (BGE 131 III 495 E. 5 "Felsenkeller"; 128 III 447 E. 1.5 "Première"; BVGE 2010/47 E. 3.2 "Madonna"; Urteil des BVGer B-4848/2013 vom 15. August 2014 E. 2.3 "Couronné"; WILLI, a.a.O., Art. 2 N. 15; DAVID, a.a.O., Art. 2 N. 9).

4.4 Für die Eintragung von Abkürzungen und Kurzwörtern, die nur aus wenigen, und sogenannten Akronymen, die aus Einzelbuchstaben mit einem indirekten Sinnzusammenhang bestehen, gelten grundsätzlich keine anderen Regeln. Während manche Akronyme ("z.B.", "lol", "A-Z"), verbreitete Bedeutung erlangt haben (vgl. Urteil des BVGer B-1580/2008 vom 19. Mai 2009 E. 3 "A-Z"), werden andere nur im näheren Umfeld verstanden. Auch wenig verbreitete Abkürzungen, Kurzwörter und Akronyme zählen aber zur sprachlichen Routine im Alltag und sind daher in der Regel in ihrer Kennzeichenfunktion erkennbar (Urteil des BGer 4P.146/2001 vom 19. Juli 2001 E. 2.b.aa "Iam"; MICHAEL NOTH/FLORENT THOUVENIN, in: Noth/Bühler/Thouvenin [Hrsg.], Markenschutzgesetz [MSchG], 2009, Art. 1 N. 47; IVAN CHERPILLOD, Le droit suisse des marques, Cedidac Bd. 73, 2007, S. 62 f.). Welches Verständnis und welche Erwartungen sie wecken, ist damit im Einzelfall zu prüfen.

5.
Vorab sind die massgeblichen Verkehrskreise für die Dienstleistungen zu bestimmen, für die das Zeichen MIA beansprucht wird.

5.1 In den Klassen 35 und 41 wird die Marke für die Organisation und Durchführung von Handelsausstellungen, Messen, Konferenzen, Tagungen, Workshops und Ausstellungen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken (Klasse 35) beziehungsweise Ausbildungszwecken (Klasse 41) benannt. Während die Beschwerdeführerin geltend macht, dafür seien durchschnittliche Messebesucher ausschlaggebend, zählt die Vorinstanz sogenannte Durchschnittskonsumenten und Fachleute wie Führungskräfte in Unternehmen oder Verantwortliche für Ausbildungs-, beziehungsweise Marketingangelegenheiten zu den massgeblichen Verkehrskreisen.

5.2 Die genannten Veranstaltungen bieten eine Informations- und Begegnungsplattform für Personen, die entweder persönlich ausgewählt wurden oder sich ohne Voranmeldung am vorgegebenen Ort einfinden, und sind in der Regel durch einen gemeinsamen, intellektuellen oder interessenbezogenen Inhalt thematisch festgelegt.

Die Organisation und Durchführung solcher Veranstaltungen wird nicht nur gegenüber den Teilnehmenden, sondern insbesondere auch gegenüber den öffentlich als Veranstalter auftretenden Bestellern angeboten und erbracht. "Organisation" heisst Planung und Gestaltung; "Durchführen" bedeutet, das Geplante zu verwirklichen (Brockhaus, Wahrig Deutsches Wörterbuch, 9. Aufl. 2011, Schlagworte "Organisation", "organisieren"; "Durchführung", "durchführen"; Duden. Das Synonymwörterbuch. Ein Wörterbuch sinnverwandter Wörter, Duden Bd. 8, 4. Aufl. 2007, Schlagwörter "Durchführung", "durchführen"). Nachfrager dieser Dienstleistungen sind Unternehmen, Vereine oder Branchenverbände, insbesondere auch Aussteller und Verkäufer (vgl. Urteil des BGer 4A.492/2007 vom 14. Februar 2008 E. 3.1 "Gipfeltreffen"; Urteile des BVGer B-3269/2009 vom 25. März 2011 E. 4 "Grand Casino Luzern"; B-1009/2010 vom 14. März 2011 E. 3.1 "Credit Suisse/UniCredit Suisse Bank [fig.]"). Bei kleineren Veranstaltungen zählen zu den Adressaten der Dienstleistungen auch Einzelpersonen und Laien, die zum Beispiel einmalig bei sich zu Hause einen Workshop zu einem bestimmten Thema organisiert und durchgeführt haben wollen.

5.3 Um die Unterscheidungskraft des Zeichens MIA im Zusammenhang mit den relevanten Dienstleistungen der Klassen 35 und 41 zu beurteilen, sind somit ebenso bestellende Unternehmen wie teilnehmende Privatpersonen im Bereich des Wirtschaftsverkehrs, der Werbe- und der Ausbildungsmärkte massgebend. Fachkenntnisse auf den relevanten Märkten sind zwar bei einem Teil der Verkehrskreise vorhanden, was auch die Vorinstanz mit Hinweis auf Fachkräfte festhält. Indessen gehören zu den massgeblichen Verkehrskreisen ebenso Veranstaltungsbesucher und -teilnehmer ohne spezifische Kenntnisse, die zum Beispiel die thematische Breite einer Publikumsmesse schätzen.

Mit Bezug auf die Beurteilung der Freihaltebedürftigkeit kommen als Konkurrenten der Beschwerdeführerin juristische und natürliche Personen in Frage, welche benannte Veranstaltungen organisieren und durchführen.

5.4 Verpflegung in Klasse 43 wird als Dienstleistung sehr breiten Verkehrskreisen angeboten (vgl. Urteil des BVGer B-1260/2012 vom 14. Dezember 2012 E. 3.3 "Bürgenstock"). Konkurrenten im Bereich Verpflegung sind Anbieter von Verköstigungsdienstleistungen wie Betreiber von Verpflegungsständen, Wirte, Gastronomie- oder Catering-Unternehmen.

6.

6.1 Im nächsten Schritt ist der Sinngehalt des Zeichens MIA zu prüfen.

MIA ist eine vielseitige Abkürzung. Beispielsweise führt der Verein "Mobil im Alter (MiA)" Transporte für Senioren durch (< http://www.mia-entfelden.ch >) oder, wie die Beschwerdeführerin vorbringt, bietet die Universität St. Gallen einen Studiengang an mit dem Titel "International Affairs and Governance (MIA)" (< http://www.mia.unisg.ch > [beide besucht am 27. November 2014]).

Zudem ist "Mia" ein weiblicher Vorname (Duden. Das grosse Vornamenlexikon, 3. Aufl. 2007, Name "Mia"). In der Deutschschweiz wurde er in den letzten Jahren am häufigsten vergeben (Bundesamt für Statistik [BFS] Aktuell vom 5. August 2014, Vornamenhitparade der 2011 bis 2013 geborenen Kinder; BFS Aktuell vom 6. August 2013, Vornamenhitparade der 2010 bis 2012 geborenen Kinder).

Daneben ist "mia" im Italienischen die feminine Form des Possessivpronomens beziehungsweise -adjektivs "mio" (meiner/meine/meines; NICOLA ZINGARELLI, Lo Zingarelli. Vocabolario della lingua italiana, 2004, Schlagwort "mio"). Während "mia" in seiner Bedeutung als Adjektiv stets von einem Substantiv begleitet wird, steht es in seiner pronominalen Funktion zusammen mit einem bestimmten Artikel (s.a. MAURIZIO DARDANO/PIETRO TRIFONE, La nuova grammatica della lingua italiana, 2010, S. 209 ff., 248 f.).

6.2 Zu fragen ist, ob eine der möglichen Bedeutungen des Zeichens im Zusammenhang mit den Dienstleistungen, für die es beansprucht wird, im Vordergrund steht und die Zugehörigkeit zum Gemeingut zur Folge hat.

Die vollständigen Namen von Ausstellungen und Messen sind oft umständlich und lang. Entsprechend dem Hang zur sprachlichen Kürze und Prägnanz werden sie im Verkehr vielfach abgekürzt. Auf dem Schweizer Markt trifft dies namentlich für Publikumsmessen zu, wie die von Beschwerdeführerin angeführten Beispiele "OLMA", "BEA", "MUBA", "AMA",

"OHA", "WEGA", "LUGA" und "HIGA" belegen. Zwar enden weitere Beispiele wie "FESPO", "HESO" und "ZOM" nicht auf den Buchstaben "a", doch stellt die Beschwerdeführerin richtig fest, dass jene Endung für die grossen Messen typisch ist (vgl. zu den genannten Beispielen < http://www.swissfairs.com > [abgerufen am 27. November 2014]).

Kurzbezeichnungen sind auch im Zusammenhang mit Konferenzen, Tagungen und Workshops verbreitet. Die interkantonale Hochschule für Heilpädagogik "HFH" organisiert beispielshalber Tagungen im Rahmen ihres Weiterbildungsangebots (< http://www.hfh.ch > Weiterbildungen), oder die Fachkonferenz Soziale Arbeit der Fachhochschulen Schweiz nennt sich "SASSA" (< http://www.sassa.ch >). Allgemein bekannt ist zudem die jährlich stattfindende Veranstaltung des World Economic Forum "WEF" in Davos-Klosters (vgl. http://www.weforum.org > [alle abgerufen am 27. November 2014]).

6.3 Vor diesem Hintergrund interpretieren die genannten Adressaten der Dienstleistungen der Klassen 35 und 41 MIA in diesem Zusammenhang als Kurzbezeichnung dieser Veranstaltungen oder der für deren Organisation und Durchführung Verantwortlichen – unabhängig von ihrem Wissen, ob es sich tatsächlich um eine abgekürzte Schreibweise einer längeren Bezeichnung oder um ein abstraktes Kurzwort handelt. Im Vordergrund steht damit weder ein weiblicher Vorname noch die italienische besitzanzeigende Vokabel. Im Übrigen sind gerade Publikumsmessen hinsichtlich der Breite der angebotenen Produkte typischerweise keine Veranstaltungen mit "auf meine Konsumentenbedürfnisse zugeschnittene[n] Waren und Dienstleistungen", wie dies von der Vorinstanz geltend gemacht wird. Zwar ist dieser zuzustimmen, dass die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen stark individualisierte Züge haben kann. Gleiches gilt für Verpflegungsdienstleistungen der Klasse 43, etwa im Zusammenhang mit einem an persönliche Wünsche angepassten Festessen. Doch selbst wenn das Zeichen MIA als "mein" verstanden würde, wäre unklar, womit es zu assoziieren ist. Anders als im Urteil "Myphotobook" ist dem Zeichen MIA kein Substantiv zugeordnet. Ohnehin wurde in jenem Urteil ausdrücklich offen gelassen, ob "my" tatsächlich als "an meine Kundenbedürfnisse angepasst" verstanden werde, da sich der beschreibende Charakter von "Myphotobook" bereits aus dem Begriff "Photobook" ergebe (vgl. Urteil des BVGer B-4762/2011 vom 28. November 2012 E. 5.3, 6.2 "Myphotobook").

6.4 Eine nicht aufgeschlüsselte Abkürzung als solche gibt keine Hinweise auf Eigenschaften, Zusammensetzung, Zweckbestimmung oder Wirkung der relevanten Dienstleistungen. Im für die markenrechtliche Beurteilung ausschlaggebenden Rechtsraum Schweiz trifft dies auch für MIA zu, obwohl lokal oder sogar regional bekannt sein mag, dass das Zeichen die Kurzbezeichnung für "Mittelländer Ausstellung" ist. Das Zeichen ist somit vorliegend für die Dienstleistungen der Klassen 35 und 41, für die es beansprucht wird, nicht Gemeingut. Dies gilt ebenso für Verpflegung in Klasse 43, deren Kennzeichnung mit Akronymen zwar nicht die Regel ist, für welche ein Verständnis von MIA als Vorname oder italienisches Pronomen jedoch ebenfalls unbestimmt wirkte.

6.5 Mit Blick auf die Unbestimmtheit und den fehlenden anpreisenden Charakter von MIA stehen den Konkurrenten der Beschwerdeführerin genügend Alternativen zur Verfügung, um gleichartige Dienstleistungen anzubieten. Insofern verhält es sich im vorliegenden Fall anders als in jenen Fällen, in denen die Adressatenkreise geschlechtsspezifisch identifiziert beziehungsweise für diese hergestellte Produkte gekennzeichnet werden (vgl. Urteil des BGer 4A.13/1995 vom 20. August 1996, sic! 1996, S. 160 E. 4.b "Elle") oder den Konkurrenten durch eine Markeneintragung verwehrt würde, sich in einer persönlichen Weise an die Abnehmer zu richten (vgl. BGE 139 III 176 E. 5.2 "You"). Somit ist das Zeichen auch nicht freihaltebedürftig.

7.

Vor dem Hintergrund der Eintragbarkeit der Marke kann offen gelassen werden, ob die Vorinstanz das Gebot der Rechtsgleichheit (Art. 8 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 [BV, SR 101]) verletzt, wenn sie in der Vergangenheit die Marken CH 539'489 "Mia" und CH 553'598 "Mia" registriert hat.

8.

8.1 Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Vorinstanz die Eintragung der Marke MIA für Dienstleistungen in den Klassen 35, 41 und 43 zu Unrecht verweigert hat. Die Beschwerde ist somit gutzuheissen und die Vorinstanz anzuweisen, die Marke im beantragten Umfang einzutragen.

8.2 Bei diesem Ausgang des Verfahrens sind keine Kosten zu erheben (Art. 63 Abs. 2 VwVG). Der Beschwerdeführerin ist der geleistete Kostenvorschuss zurück zu erstatten.

Überdies ist der Beschwerdeführerin eine angemessene Parteientschädigung zuzusprechen. Fehlt eine unterliegende Gegenpartei, ist die Parteientschädigung derjenigen Körperschaft oder autonomen Anstalt aufzuerlegen, in deren Namen die Vorinstanz verfügt hat (Art. 64 Abs. 2 VwVG). Nach Art. 1 des Bundesgesetzes vom 24. März 1995 über Statut und Aufgaben des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGEG, SR 172.010.31) handelt die Vorinstanz als autonome Anstalt mit eigener Rechtspersönlichkeit. Sie ist in eigenem Namen mit dem Vollzug des Markenschutzgesetzes, namentlich der Führung des Markenregisters beauftragt (Art. 2 Abs. 1 Bst. a und b IGEG). Gestützt darauf hat die Vorinstanz die angefochtene Verfügung in eigenem Namen und unter Erhebung der dafür vorgesehenen Gebühr erlassen. Ihr sind demnach die Parteikosten der Beschwerdeführerin aufzuerlegen. Das Gericht setzt die Parteientschädigung auf Grund der Kostennote fest. Wird keine Kostennote eingereicht, so setzt das Gericht die Entschädigung auf Grund der Akten fest (Art. 14 Abs. 2 des Reglements vom 21. Februar 2008 über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht [VGKE, SR 173.320.2]). Die Beschwerdeführerin hat am 14. März 2014 eine Kostennote ins Recht gelegt. Darin macht sie einen Kostenanspruch von insgesamt Fr. 5'097.35 (inklusive MwSt.) geltend. Im vorliegenden Verfahren wurde ein doppelter Schriftenwechsel durchgeführt, wobei die Beschwerdeführerin in ihrer Replik zu grossen Teilen die Inhalte der Beschwerde wiederholt. Vor diesem Hintergrund erscheint eine Parteientschädigung von Fr. 4'000.– für das Beschwerdeverfahren als angemessen.

Demnach erkennt das Bundesverwaltungsgericht:

1.
Die Beschwerde wird gutgeheissen, die Verfügung der Vorinstanz vom 14. Oktober 2014 aufgehoben und diese angewiesen, die Anmeldung Nr. 62426/2012 MIA mit Hinterlegungsdatum 6. März 2013 für *Organisation und Durchführung von Handelsausstellungen und Messen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Tagungen, Workshops und Ausstellungen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken* in Klasse 35, für *Organisation und Durchführung von Konferenzen, Tagungen, Workshops und Ausstellungen zu Ausbildungszwecken* in Klasse 41 und für *Verpflegung* in Klasse 43 im Schweizer Markenregister einzutragen.

2.
Es werden keine Verfahrenskosten erhoben. Der geleistete Kostenvorschuss von Fr. 2'500.– wird der Beschwerdeführerin nach Eintritt der Rechtskraft zurückerstattet.

3.
Der Beschwerdeführerin wird zulasten der Vorinstanz eine Parteientschädigung von Fr. 4'000.– (inkl. MwSt.) zugesprochen.

4.
Dieses Urteil geht an:

– die Beschwerdeführerin (Gerichtsurkunde; Beilage: Rückerstattungsformular)
– die Vorinstanz (Ref-Nr. 62426/2012; Gerichtsurkunde)
– das Eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement (Gerichtsurkunde)

Der vorsitzende Richter: Der Gerichtsschreiber:

David Aschmann Adrian Gautschi

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 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: 19. Dezember 2014