

2020 IV/1

Auszug aus dem Urteil der Abteilung II
i.S. Kolid Internacional D.O.O.E.L. gegen Kole Milcev
B-622/2018 vom 8. Juni 2020

Markenschutz. Widerspruchsverfahren « SUNDAY (fig.) » / « KOLID SUNDAY (fig.) ». Relative Ausschlussgründe. Widerspruch gestützt auf eine in der Schweiz nicht eingetragene Marke. Bestimmung des Verkehrskreises ausländischer Waren. Prüfung der notorischen Bekanntheit der Widerspruchsmarke in der Schweiz.

Art. 3 Abs. 2 Bst. b MSchG. Art. 6^{bis} PVÜ. Art. 13 VwVG

- 1. Handelt es sich bei einem ausländischen Produkt um das Pendant einer hiezulande bekannten Ware, so führt die fremde Bezeichnung des Produkts nicht dazu, dass die Verkehrskreise der Ware auf jene Personen einzuschränken sind, welche mit dem ausländischen Namen der Ware vertraut sind (E. 5.6.2).**
- 2. In Berücksichtigung der gesellschaftlichen Entwicklung kann heutzutage nicht mehr davon ausgegangen werden, eine ausländische Ware werde ausserhalb ihres Ursprungslandes nur von Personen erworben, die aus jenem Land stammen (E. 5.7).**
- 3. Ist eine ausländische Ware im Sortiment eines schweizerischen Lebensmittelgeschäfts und nicht nur in einem Spezialgeschäft erhältlich, richtet sich diese Ware im Zweifel nicht mehr nur an Endkonsumenten bestimmter Herkunft (E. 5.7).**

Protection des marques. Procédure d'opposition « SUNDAY (fig.) » / « KOLID SUNDAY (fig.) ». Motifs relatifs d'exclusion. Opposition fondée sur une marque non enregistrée en Suisse. Définition du cercle des consommateurs de produits d'origine étrangère. Examen de la notoriété en Suisse de la marque opposante.

Art. 3 al. 2 lit. b LPM.

- 1. Lorsqu'un produit étranger est l'équivalent d'un produit connu en Suisse, la désignation étrangère du produit ne signifie pas que le cercle de consommateurs pour ce produit est limité aux personnes qui connaissent le nom étranger du produit (consid. 5.6.2).**

2. **Compte tenu de l'évolution de la société, on ne peut plus présumer qu'un produit étranger ne sera acheté en dehors de son pays d'origine que par des personnes qui sont originaires de ce pays-là (consid. 5.7).**
3. **Si un produit étranger est disponible dans l'assortiment d'un magasin suisse et non pas seulement dans un magasin spécialisé, ce produit n'est, en cas de doute plus destiné uniquement aux consommateurs finaux d'une certaine origine (consid. 5.7).**

Protezione dei marchi. Procedura di opposizione « SUNDAY (fig.) » / « KOLID SUNDAY (fig.) ». Motivi relativi d'esclusione. Opposizione fondata su un marchio opponente non registrato in Svizzera. Definizione delle cerchie di consumatori determinanti di prodotti di origine estera. Esame della notorietà in Svizzera del marchio opponente.

Art. 3 cpv. 2 lett. b LMP.

1. **Se un prodotto straniero è l'equivalente di un prodotto conosciuto in Svizzera, la designazione straniera del prodotto non significa che il cerchio di consumatori determinanti del prodotto sia limitato alle persone che hanno familiarità con il nome straniero del prodotto (consid. 5.6.2).**
2. **In considerazione dell'evoluzione della società, non si può più presumere che un prodotto straniero venga acquistato al di fuori del suo paese d'origine solo da persone originarie di quel paese (consid. 5.7).**
3. **Se un prodotto straniero è disponibile nell'assortimento di un negozio svizzero e non solo in un negozio specializzato, questo prodotto non è più destinato, in caso di dubbio, solo ai consumatori di una certa origine (consid. 5.7).**

Am 1. November 2016 erhob die KOLID INTERNACIONAL D.O.O.E.L. (nachfolgend: Beschwerdeführerin) beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: Vorinstanz) vollumfänglich Widerspruch gegen die Zulassung zum Markenschutz in der Schweiz der internationalen Registrierung IR 1303489 « Kolid sunday (fig.) » des Kole Milcev (nachfolgend: Beschwerdegegner). Die angefochtene Marke ist für diverse Waren der Klassen 29 bis 31 hinterlegt. Sie stützt ihren Widerspruch auf ihre mazedonische Marke Nr. 20757 « SUNDAY (fig.) » sowie

die internationale Registrierung IR 1199189 « sunday (fig.) » (mit Schutz in der EU, Griechenland, Albanien, Bosnien und Herzegowina, Bulgarien, Kroatien, Montenegro und Slowenien), welche zwar in der Schweiz nicht im Markenregister eingetragen sind, aber nach ihren Angaben in der Schweiz notorisch bekannt sind. Die Widerspruchsmarken sind für diverse Waren der Klasse 30, insbesondere Backwaren, hinterlegt.

Mit Verfügung vom 13. Dezember 2017 wies die Vorinstanz den Widerspruch ab. Zur Begründung hielt sie fest, dass die Widersprechende zwar eine Präsenz der Widerspruchsmarke in der Schweiz belegt habe, doch daraus nicht auf eine notorische Bekanntheit der Marke in der Schweiz geschlossen werden könne. Entsprechend könne sich die Widersprechende nicht auf diese Marke berufen, weshalb der Widerspruch ohne Zeichenvergleich abzuweisen sei.

Gegen diese Verfügung erhob die Beschwerdeführerin am 30. Januar 2018 beim Bundesverwaltungsgericht Beschwerde. Zur Begründung führt sie aus, die Marke « SUNDAY (fig.) » sei zwar in der Schweiz nicht im Markenregister eingetragen, doch werde sie seit 2007 in der Schweiz intensiv gebraucht. Die mit der Widerspruchsmarke gekennzeichneten Produkte der Beschwerdeführerin, nämlich Baklava, Tulumba, Gurabija, Kadaifi, Vanilice und Petit Fours, würden seit 2006 erfolgreich in der Schweiz vertrieben. Die Produkte würden in der Schweiz mittels Printwerbung sowie TV-Spots beworben, wobei Letztere auf einem serbischen Fernsehkanal ausgestrahlt würden. Dieser Sender sei jedoch in der Schweiz bei allen Kabelanbietern erhältlich. Da es sich bei den beanspruchten Waren um Backwaren aus der Küche des Balkans und der Türkei handle, hielt die Beschwerdeführerin mit Hinweis auf BGE 120 III 144 fest, dass die Notorität ihrer Marke in Bezug auf in der Schweiz lebende Abnehmer geprüft werden müsse, welche ursprünglich aus den Ländern des Balkans beziehungsweise der Türkei stammen würden. Aus den eingereichten Belegen sei erstellt, dass die Widerspruchsmarke den schweizerischen Abnehmern, und dabei insbesondere jenen, welche ursprünglich aus den Balkanländern sowie der Türkei stammten, notorisch bekannt sei.

In ihrer Vernehmlassung vom 2. Mai 2018 beantragte die Vorinstanz die kostenfällige Abweisung der Beschwerde. Die vorgelegten Belege seien nicht geeignet, die notorische Bekanntheit der Widerspruchsmarke bei jenem Teil der schweizerischen Öffentlichkeit zu belegen, der als Abnehmer dieser Waren in Betracht komme. Vorliegend könne nicht einzig auf Abnehmer aus den Balkanländern und der Türkei abgestellt werden. Auch

wenn es sich bei den betroffenen Waren um Spezialitäten aus den Balkanländern und der Türkei handle, würden diese doch von allen Bevölkerungsgruppen in der Schweiz gekauft. Entsprechend könnten die Verkehrskreise nicht auf bestimmte Herkunftsländer eingeschränkt werden.

Das Bundesverwaltungsgericht weist die Beschwerde ab.

Aus den Erwägungen:

5.

5.1 In einem weiteren Schritt sind die massgeblichen Verkehrskreise für die im Widerspruch stehenden Waren der Widersprechenden zu bestimmen (EUGEN MARBACH, *Die Verkehrskreise im Markenrecht, sic!* 2007 S. 1, 6 f. und 11). Bei der Definition der Verkehrskreise einer Marke wird grundsätzlich nicht unterschieden, ob die Marke in der Schweiz eingetragene ist oder ob es sich um eine notorisch bekannte ausländische Marke handelt. Wer zum Verkehrskreis gehört, bestimmt sich durch das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der Marke. Spezifiziert wird allerdings, dass es für die Bejahung einer notorischen Bekanntheit einer Marke genügt, dass die Notorietät bloss in einem der massgebenden Verkehrskreise gegeben ist (BGE 130 III 267 E. 4.7.2 « Tripp Trapp »; MARBACH, a.a.O., S. 3 ff. und 6). Damit darf bei der Prüfung der notorischen Bekanntheit einer Marke alternativ auf die Kenntnisse des einen oder anderen massgebenden Verkehrskreises abgestellt werden (STÄDELI/BRAUCHBAR BIRKHÄUSER, in: *Basler Kommentar, Markenschutzgesetz*, 3. Aufl. 2017, Art. 3 N. 190 f.; RAPHAEL NUSSER, *Die massgeblichen Verkehrskreise im schweizerischen Markenrecht*, 2015, S. 149; MARBACH, a.a.O., S. 6). Mit Hinweis auf die WIPO/PVÜ-Empfehlungen (vgl. dazu das Urteil des BVGer B-5177/2017 vom 19. November 2019 E. 2.7 und 2.8 « RITZ » / « RITZCOFFIER ») sowie die Lehrmeinungen von MARBACH und ROHNER vertritt NUSSER die Auffassung, es sei entweder auf den Verkehrskreis des Endabnehmers oder jenen der Mitbewerber/Absatzmittler abzustellen (NUSSER, a.a.O., S. 149). Zum Verkehrskreis « Endabnehmer » seien sowohl die potenziellen wie auch die tatsächlichen Käufer zu zählen (NUSSER, a.a.O., S. 149; CHRISTIAN ROHNER, *Die notorisch bekannte Marke in der Schweiz*, 2002, S. 273, Ziff. 24).

5.2 Die Widerspruchsmarke ist in Klasse 30 unter anderem für « produits de pâtisserie, produits de confiserie, gâteaux secs, baklavas, tulumbas, biscuits, pain d'épice, confiserie à base d'amandes, petits beurres, confiseries, confiseries à base de cacahuètes, confiseries à base d'amandes,

gâteaux, fondants (confiseries), biscuits pour le thé » hinterlegt. Gemäss den Angaben der Beschwerdeführerin wird die Widerspruchsmarke in der Schweiz für die Gebäcke Baklava, Tulumba, Gurabija, Kadaifi, Vanilice und Petit Fours gebraucht ([...]). Dementsprechend wird denn auch die notorische Bekanntheit der Widerspruchsmarke für « feine Backwaren und Konditoreiwaren » behauptet ([...]).

5.3 Nach dem Gesagten ist zu prüfen, wer zum Verkehrskreis der beanspruchten Backwaren zu zählen ist. Petit Fours sind ein klassisches Feingebäck der französischen Pâtisserie (THE FRENCH CULINARY INSTITUTE, *The fundamental techniques of classic pastry arts*, 2009, S. 444), welche trocken (petit fours secs) oder frisch (petit fours frais) angeboten werden. Zu den trockenen Petit Fours zählen diverse Biskuits, Blätterteiggebäcke, Macarons und meringuiertes Gebäck (THE FRENCH CULINARY INSTITUTE, a.a.O., S. 444). Die frischen Petit Fours werden in drei Gruppen unterteilt, nämlich Miniaturversionen diverser Kuchen (z.B. Miniaturversionen von Éclairs, Choux, Tartelettes), mit Zuckerguss überzogene oder glacierte Petit Fours (auf Deutsch auch als Konfekt bekannt; z.B. Carac) sowie in Zucker kristallisierte Früchte (THE FRENCH CULINARY INSTITUTE, a.a.O., S. 444). Ob trocken oder frisch – Petit Fours sind in der Schweiz in den meisten Bäckereien beziehungsweise Konditoreien wie auch in den meisten Lebensmittelgeschäften erhältlich (vgl. Auswahl an Angeboten von Petit Fours in Bäckereien, Konditoreien und Lebensmittelgeschäften, Bäckerei Tschirky, < <https://www.baeckerei-tschirky.ch> > online shop > Gebäcke, Kuchen & Guetzli > Konfekt; Sutter Begg, < <https://www.sutterbegg.ch/shop/produkt/wienerkonfekt> >; Confiserie Honold, < <https://www.honold.ch> > Sortiment > Konfekt > Hauskonfekt sowie < <https://www.honold.ch> > Sortiment > Pâtisseries & Torten > Mini-Pâtisserie; Konditorei Confiserie Brändli, < <https://shop.konditoreibraendli.ch/shop-1/konfekt/> >; Confiserie Bachmann, < <https://www.confiserie.ch> > Apero > Süsses; Migros, < <https://www.leshop.ch> > Tiefkühlprodukte > Glace & Desserts > Kuchen & Desserts > Petit Fours). Gurabija und Vanilice sind Mürbeteigbiskuits (vgl. Rezepte für Gurabija, abrufbar unter: < <https://www.kitchenstories.com/de> > Rezepte > Menü Rezepte > Dessert > Cookies, Kekse & Plätzchen > Mams Gurabija [Mamas kekse Albanisch]; < <https://www.kochbar.de> > Rezepte > Gurabija; Beschreibung von serbischem Süssgebäck sowie Rezept zu Vanilice, in: SARA PLAVIC, *Süsses Belgrad*, 2017, S. 118; Rezept zu Vanilice, < <https://www.kochenundkueche.com> > Rezepte > Serbisches Vanillegebäck « Vanilice »; Artikel und Rezept zu « Vanilice », < <http://www.serbia.com> > Traditional Cuisine > 10 Serbian Recipes Everybody Should Know > Vanilice;

Beschreibung Serbischer Desserts und Süssspeisen, WIKIPEDIA, < https://en.wikipedia.org/wiki/Serbian_cuisine#Sweets_and_desserts >). Tulumba ist ein in Zuckersirup getränktes Spritzgebäck (Rezepte zu Tulumba, < <https://www.hanumakocht.at> > Rezepte > Desserts > Tulumbe; < <https://www.cuplovecake.de> > Rezepte aus der Heimat > Tulumbe), und auch Baklava und Kadaifi sind in Zucker- beziehungsweise Rosenwassersirup getränkte Backwaren (Eintrag zu Kadaifi, WIKIPEDIA, < <https://de.wikipedia.org/wiki/Kadaifi> >; Rezept zu Kadaifi, < <http://www.eatsmarter.de> > Rezepte > Backen > Teig > Kadayif; Beschrieb und Rezept zu Baklava, < <https://www.essen-und-trinken.de/baklava> >; Eintrag zu Baklava, WIKIPEDIA, < <https://de.wikipedia.org/wiki/Baklava> >; Rezept zu Baklava auf FOOPY, < <https://fooby.ch> > Rezepte > Baklava). Allesamt gehören die Backwaren Baklava, Tulumba, Gurabija, Kadaifi, Vanilice und Petit Fours zum Feingebäck, welches traditionell zu Tee und Kaffee serviert wird. Backwaren dieser Art richten sich an einen breiten Abnehmerkreis, der nebst Endkonsumenten auch Fachpersonen sowie Gross- und Zwischenhändler aus dem Bereich des Verkaufs und der Gastronomie umfasst (Urteile des BVGer B-5697/2016 vom 27. Juni 2018 E. 3 «manufactum, MANUFACTUM / espresso manufactum»; B-2668/2016 vom 3. August 2017 E. 4.2 «Croco [fig.] / MISS CROCO»; B-528/2016 vom 17. Mai 2017 E. 3 «Muffin King»; B-5996/2013 vom 9. Juni 2015 E. 4 «Froschkönig»; GALLUS JOLLER, in: Kommentar zum Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl. 2017, Art. 3 N. 55 f. m.w.H.). Zu den Fachkreisen sind insbesondere Lebensmittelgeschäfte, Konditoreien, Bäckereien und Zwischenhändler dieser Branche zu zählen (Urteile B-2668/2016 E. 4.2 «Croco [fig.] / MISS CROCO»; B-528/2016 E. 3 m.w.H. «Muffin King»; B-5996/2013 E. 4 «Froschkönig»).

5.4 Die soeben – in Bestätigung der Vorinstanz ([...]) – vorgenommene Definition der Verkehrskreise wird von der Beschwerdeführerin im Grundsatz nicht bestritten ([...]). Allerdings ist sie der Ansicht, die Verkehrskreise müssten bezüglich der Herkunft der unter E. 5.3 definierten Endkonsumenten und Fachkreise nochmals eingeschränkt werden ([...]). Die Beschwerdeführerin stützt ihre Ansicht auf BGE 120 II 144 «YENI RAKI», aus welchem sie schliesst, dass sich das Bundesgericht zur Definition der Verkehrskreise von ausländischen, notorisch bekannten Marken abschliessend geäussert habe. So sei dieser Entscheid auch in der Literatur interpretiert worden, da die «türkische[n] Gastarbeiter in der Schweiz» als der massgebende Verkehrskreis beschrieben worden seien (vgl. dazu CHRISTOPH WILLI, Markenschutzgesetz, 2002, Art. 3, N. 171). In casu sei

dementsprechend zu berücksichtigen, dass es sich bei den unter der Widerspruchsmarke vertriebenen Backwaren Baklava, Tulumba, Gurabija, Kadaifi und Vanilice um Spezialitäten der balkanischen beziehungsweise orientalischen Küche handle, weshalb bei der Prüfung der notorischen Bekanntheit der Widerspruchsmarke einzig auf die Kenntnisse von in der Schweiz wohnhaften Personen abzustellen sei, welche aus dem Balkan stammen ([...]). Immerhin zähle die serbokroatische Sprache zu den in der Schweiz nach den Landessprachen und Englisch am häufigsten gesprochenen Sprachen, sodass diese Bevölkerungsgruppe einen offensichtlich quantifizierbaren Teil der Schweizer Wohnbevölkerung ausmache ([...]). Ausserdem würden sich die unter der Widerspruchsmarke vertriebenen Kleingebäcke auch an die türkische Wohnbevölkerung richten, sodass auch die türkische Wohnbevölkerung zum engeren Abnehmerkreis zu zählen sei ([...]).

5.5 Im Zusammenhang mit BGE 120 II 144 ist in Erinnerung zu rufen, dass das Bundesgericht an den von der Vorinstanz festgestellten Sachverhalt grundsätzlich gebunden ist. Auf diesen Umstand weist das Bundesgericht im betreffenden Urteil denn auch selber hin und vermerkt, dass es an den ermittelten Sachverhalt, wonach die Marke « Yeni Raki » sich im Wesentlichen an türkische Abnehmer gerichtet habe, gebunden sei (BGE 120 II 144 E. 3b/bb « YENI RAKI »). Damit kann nicht ausgeschlossen werden, dass sich das Bundesgericht in Bezug auf die Frage, wer effektiv zum Verkehrskreis zu zählen sei, nicht abschliessend festgelegt hat (ROHNER, a.a.O., S. 192). ROHNER hat dazu angemerkt, es sei fragwürdig, den massgeblichen Verkehrskreis derart einzuschränken (ROHNER, a.a.O., S. 192). In diesem Zusammenhang ist aber vor allem zu berücksichtigen, dass die gesellschaftlichen Voraussetzungen zum Zeitpunkt des Ergehens von BGE 120 II 144 in Bezug auf die Offenheit gegenüber fremdländischen Speisen und Getränken andere waren als heute (siehe dazu ausführlich E. 5.7 hiernach). Entsprechend hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil B-7491/2006 festgehalten, dass der Branntwein Raki nicht nur bei türkischstämmigen, sondern bei allen in der Schweiz ansässigen Käufern und Wiederverkäufern hochprozentiger Alkoholika eine gewisse Bekanntheit geniesse, weshalb nicht nur von einem auf türkischstämmige Abnehmer eingeschränkten Verkehrskreis auszugehen sei (vgl. Urteil des BVGer B-7491/2006 vom 16. März 2007 E. 5 « Yeni Raki / Yeni Efe »).

5.6

5.6.1 Vorliegend ist zunächst festzustellen, dass nicht alle von der Beschwerdeführerin beanspruchten Backwaren aus der Küche des Balkans

stammen. So sind Petit Fours – wie unter E. 5.3 hiavor festgestellt – in der Schweiz übliche Backwaren, welche in den verschiedensten Varianten in den meisten schweizerischen Bäckereien zu erwerben sind. Inwiefern sich diesbezüglich eine Einschränkung des Verkehrskreises auf in der Schweiz wohnhafte Personen, welche aus dem Balkan beziehungsweise der Türkei stammen, rechtfertigt, führt die Beschwerdeführerin nicht aus. In Anbetracht, dass die Beschwerdeführerin argumentativ ihren Schwerpunkt auf die Backwaren Baklava, Kadaifi, Tulumba sowie die Biskuits Vanilice und Gurabija legt, ist denn auch anzunehmen, dass sie die Einschränkung in erster Linie auf jene Produkte bezieht.

5.6.2 In einem nächsten Schritt ist festzuhalten, dass zwischen den fremd klingenden Backwaren und Backwaren der schweizerischen Backtradition durchaus Parallelen bestehen. Grundsätzlich handelt es sich bei den Waren Vanilice, Gurabija und Tulumba nämlich um trockene Petit Fours beziehungsweise Konfekt. Entsprechend handelt es sich um fremdländische Pendanten von Biskuits der schweizerischen Backtradition. Sowohl Gurabija als auch Vanilice sind Mürbeteigkekse. Während Gurabija je nach Zubereitungsart einem Mailänderli oder Sablé entspricht, handelt es sich bei Vanilice um ein Vanillekipferl beziehungsweise lässt es sich, wenn mit Konfitüre gefüllt, mit einem Spitzbuben vergleichen. Auch das Spritzgebäck Tulumba ist als solches ein normales Brandteiggebäck wie ein Schenkeli. Im Unterschied dazu wird das Tulumba allerdings zusätzlich in Zuckersirup getränkt. Diese drei Produkte entsprechen demnach Backwaren, welche in der Schweiz – wenn auch unter anderen Namen – bekannt und damit in der Art nicht fremd sind. Soweit die Beschwerdeführerin vorbringt, dass wer nicht auf Anhieb weiss, was unter Gurabija oder Kadaifi zu verstehen ist, kaum aktiv danach suchen wird, ist ihr wohl zuzustimmen. Richtig ist aber auch, dass es sich bei diesen Waren um wenn nicht identische Produkte, so doch naheliegende Varianten der insoweit substituierbaren traditionell schweizerischen Backwaren handelt. Dies führt denn auch dazu, dass es sich – trotz anderer beziehungsweise fremder Namen – um Produkte handelt, welche wie Petit Fours beziehungsweise Konfekt für den Alltag gekauft werden. Die andere Bezeichnung führt nicht dazu, dass sich die Endkonsumenten die Frage, ob es der Sache nach dasselbe Produkt sei wie ein traditionell schweizerisches Produkt oder eine Variante dazu, nicht mehr stellen. Ansonsten müsste man bei der Frage nach der notorischen Bekanntheit einer explizit als Marillenmarmelade verkauften Aprikosenkonfitüre einzig auf in der Schweiz wohnhafte Österreicher beziehungsweise österreichischstämmige Schweizer abstellen.

Der schweizerische Abnehmer mag vielleicht von einem Sablé, Vanillekipferl oder Schenkeli sprechen, wird die vorliegend infrage stehenden Produkte aber in den beanspruchten Waren, welche im Übrigen nicht nur in Spezialitätengeschäften erhältlich sind ([...]), ohne Weiteres erkennen. Damit rechtfertigt es sich auch in Bezug auf diese Waren nicht, den massgebenden Verkehrskreis auf balkan- und türkischstämmige Einwohner zu beschränken.

5.7 Die Frage, ob der Argumentation der Beschwerdeführerin zu folgen ist, stellt sich am ehesten in Bezug auf die Spezialitäten Baklava und Kadaifi. Es handelt sich hierbei um Backwaren, welche in der schweizerischen Backtradition kein Pendant haben. Dies wird auch von der Vorinstanz nicht bestritten. Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin kann daraus – im Einklang mit der Vorinstanz ([...]) – nicht geschlossen werden, die Verkehrskreise seien zusätzlich auf jene Bevölkerungsgruppen einzuschränken, die aus dem Ursprungsland dieser Ware stammen. Es kann heutzutage nicht (mehr) davon ausgegangen werden, eine fremdländische Ware werde ausserhalb ihres Ursprungslandes nur von Personen erworben, die aus jenem Land stammen. Ansonsten müsste, wie die Vorinstanz zu Recht ausführt, auch bei bayrischen Weisswürsten oder Roquefort-Käse einzig auf deutsche beziehungsweise französische Abnehmer abgestellt werden. Was zu Beginn noch fremd und längst nicht gleich bekannt wie ein landestypisches Produkt ist, wird – und dies hat sich zum Beispiel bei beliebten italienischen oder asiatischen Produkten gezeigt – mit der Zeit einem immer breiteren Kreis bekannt. Nach und nach legen auch jene Personen, welche keinen direkten Bezug zum Herkunftsland der Ware haben, ihre Zurückhaltung gegenüber dem fremden Produkt ab. Anfänglich sind solche Produkte tatsächlich vornehmlich in Geschäften zu finden, die mehrheitlich Lebensmittel dieser Region führen. Doch ist mit der Zeit nicht selten eine Entwicklung und Öffnung festzustellen. Mittlerweile finden immer mehr Produkte, welche vor 20 Jahren beispielsweise nur in asiatischen oder orientalischen Lebensmittelgeschäften zu finden waren, Eingang in das Sortiment einer Vielzahl von Lebensmittelgeschäften. Entsprechend gross und vielfältig ist die Auswahl an fremdländischen Produkten heutzutage (vgl. etwa die Angebote bei Coop, Migros oder Lidl). Diese Auswahl führt dazu, dass alle in der Schweiz ansässigen Personen, unabhängig ihrer Herkunft, Zugang zu solchen Waren haben. Auch wird im Gegensatz zu früher wesentlich selbstverständlicher in die mit « ausländische Lebensmittel » bezeichneten Regale gegriffen. Es liegt im Trend, die verschiedenen Küchen der Welt nicht nur in Restaurants zu entdecken: Zuhause werden heute weitaus mehr als nur Gerichte aus den

Landesküchen der direkten Nachbarländer gekocht (vgl. z.B. die Länderküche-Rezepte unter < <https://fooby.ch> > Rezepte > Länderküche [z.B. Balkanküche], abgerufen am 30.03.2020, oder die Länderküchen-Rezepte von Annemarie Wildeisen, < <https://www.wildeisen.ch> > Rezepte > Länderküche, abgerufen am 30.03.2020). Gerade weil es viel einfacher geworden ist, die entsprechenden Zutaten in einer Vielzahl von Lebensmittelgeschäften zu finden, nimmt die kulinarische Neugierde der Konsumenten im Allgemeinen immer mehr zu. Umgekehrt führt die Neugier auch zu einer Verbreiterung des Sortiments. So hat gerade die orientalische Küche in den letzten Jahrzehnten in der Schweiz einen grossen Sprung in Sachen Bekanntheit und Beliebtheit gemacht. Waren zum Beispiel Gerichte wie Taboulé oder Börek beziehungsweise Burek in der Schweiz vor 20 Jahren noch fremd, sind diese Waren beziehungsweise Gerichte heutzutage im Migros Take-away erhältlich. Auch in Bezug auf Baklava ist festzustellen, dass dieses typische orientalische Dessert mittlerweile im Offenverkauf von Coop und Migros sowie – im Falle von Coop – abgepackt neben der Bündner Nusstorte im Kuchenregal zu finden ist. Das gilt – wenn auch nicht gleichermassen ausgeprägt – auch für das Gebäck « Kadaifi ». Es kann nicht die Rede davon sein, die betroffenen Waren seien dem schweizerischen Abnehmer derart fremd, dass einzig Personen aus deren Ursprungsland sie zu kennen vermöchten. Sobald diese Waren ins Standardsortiment Eingang finden und auch ausserhalb von Spezialitätengeschäften erhältlich sind, richten sie sich im Zweifel nicht mehr nur an Endkonsumentinnen und -konsumenten einer bestimmten Herkunft. Damit sind in Übereinstimmung mit der Vorinstanz auch alle in der Schweiz ansässigen Personen zum Abnehmerkreis zu zählen.

5.8 Nur am Rande sei erwähnt, dass selbst die von der Beschwerdeführerin in casu vorgenommene Einschränkung auf die Balkanländer und die Türkei nicht konsequent ist, sondern unvollständig: Baklava, Kadaifi, Gurabija und Tulumba sind Speisen, die auch in anderen Ländern als Spezialitäten gelten. Wieso die Länder Griechenland, Marokko, Libanon, Syrien, Israel, Ägypten, Irak und Iran sowie Bulgarien, Armenien oder Aserbeidschan von der Beschwerdeführerin ausgeblendet werden, erklärt sich wohl in erster Linie damit, dass ihre Marketingstrategie augenscheinlich auf den Sprach- und geografischen Raum der Länder des ehemaligen Jugoslawien ausgerichtet ist. Entsprechend gross ist wohl ihr Interesse an einem möglichst eingeschränkten Verkehrskreis (vgl. in diesem Sinn auch MARBACH, a.a.O., S. 4).

5.9 In Bezug auf die Fachkreise verbleibt im Übrigen festzuhalten, dass die Beschwerdeführerin diesbezüglich nicht behauptet, dieser Verkehrskreis sei ebenfalls einzuschränken. In der Lehre wird sogar die Frage gestellt, ob die Händler als alleiniger Fachkreis hinreichend sind, um notorische Bekanntheit zu begründen (WILLI, a.a.O., Art. 3 N. 171). Umso mehr sollte – so namentlich ROHNER – eine allzu starke Aufteilung innerhalb der Händler denn auch vermieden werden (ROHNER, a.a.O., S. 195), da ansonsten bereits die Kenntnisse weniger Personen ausreichen würde, um eine Notorietät zu begründen. Wenn – wie im vorliegenden Fall – einzig auf den bezüglich deren Herkunft nochmals eingeschränkten Kundstamm der schweizerischen Exklusivvertreiberin abgestellt würde, müsste die notorische Bekanntheit der Widerspruchsmarke selbst dann bejaht werden, wenn dieser Kreis zahlenmässig sehr klein ist und damit weit unter den vom Bundesgericht angegebenen Richtwert liegen würde (ROHNER, a.a.O., S. 195 f.). Das entspricht indessen nicht dem Sinn der Kategorie der notorischen Bekanntheit.

5.10 Nach dem Gesagten kann zusammenfassend festgehalten werden, dass sich Feingebäck, wie von der Beschwerdeführerin beansprucht, unabhängig seiner « kulinarischen » Herkunft entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin an die in E. 5.3 hiavor definierten Verkehrskreise richtet. Mit anderen Worten ist für in einer Vielzahl von Lebensmittelgeschäften erhältliche Waren nicht noch zusätzlich nach der Herkunft der in der Schweiz ansässigen Endkonsumentinnen und -konsumenten zu unterscheiden. Dabei kann vorliegend offengelassen werden, ob in Form eines Disclaimers eine Einschränkung des Abnehmerkreises im Warenverzeichnis möglich wäre.