

Entscheid
im Widerspruchsverfahren Nr. 11547
in Sachen

Sven Pollinger
Licht- Kristall
Sälistrasse 34b
4654 Lostorf

Widersprechende

CH-Marke Nr. 609 399 "LICHT-KRISTALL"

gegen

Silvia Blumer & Heinrich Blumer
Schule für Therapien der neuen Zeit
Allmeindstrasse 19
8645 Jona

Widerspruchsgegner

CH-Marke Nr. 606 838 "Medialer Licht-Kristall Therapeut"

Gestützt auf Art. 31 ff. i.V.m. Art. 3 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 232.11), Art. 20 ff. der Markenschutzverordnung (MSchV, SR 232.111), Art. 1 ff. der Gebührenordnung des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGE-GebO, SR 232.148) sowie auf Art. 1 ff. des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren (VwVG, SR 172.021) hat das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: Institut)

in Erwägung gezogen:

I. SACHVERHALT UND VERFAHRENSABLAUF

1. Die angefochtene CH-Marke Nr. 606 838 "Medialer Licht-Kristall Therapeut" wurde erstmals am 20. Oktober 2010 in Swissreg (www.swissreg.ch) publiziert. Sie ist für folgende Dienstleistungen eingetragen:

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Anbieten von Meditationskursen;

Klasse 44: Medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere; Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft;

Klasse 45: Juristische Dienstleistungen; Sicherheitsdienstleistungen für den Schutz von Sachwerten oder Personen; Dienstleistungen eines Detektivs; Babysitting; Begleitung von Personen als Gesellschafter, Mediation; Ehevermittlung, Vermittlung von Bekanntschaften; Erstellung von Horoskopen; Bestattungen, Feuerbestattungen, Organisation von religiösen Veranstaltungen; Vermietung von Bekleidungsstücken; Astrologische und/oder persönliche Lebensberatung.

2. Am 18. Januar 2011 reichte der Widersprechende gegen die Eintragung dieser Marke vollumfänglich Widerspruch ein.
3. Der Widersprechende stützt sich auf seine CH-Marke Nr. 609 399 "LICHT-KRISTALL", welche für folgende Dienstleistungen eingetragen ist:

Klasse 41: Sportliche Aktivitäten;

Klasse 44: Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft;

Klasse 45: Juristische Dienstleistungen; Sicherheitsdienstleistungen für den Schutz von Sachwerten oder Personen; Dienstleistungen eines Detektivs; Babysitting; Begleitung von Personen als Gesellschafter, Mediation; Ehevermittlung, Vermittlung von Bekanntschaften; Erstellung von Horoskopen; Bestattungen, Feuerbestattungen, Organisation von religiösen Veranstaltungen; Vermietung von Bekleidungsstücken.

4. Mit Verfügung vom 24. Januar 2011 wurde der Widerspruchsgegner zur Einreichung einer Stellungnahme aufgefordert. Der Widerspruchsgegner hat innert der angesetzten Frist keine Stellungnahme eingereicht.
5. Mit Verfügung vom 30. März 2011 wurde der Schriftenwechsel abgeschlossen.
6. Auf die einzelnen Ausführungen des Widersprechenden wird, soweit rechtserheblich, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. SACHENTSCHEIDVORAUSSETZUNGEN

1. Gemäss Art. 31 Abs. 1 i.V.m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 18. Oktober 2009, die angefochtene Marke am 25. März 2010 hinterlegt. Der Widersprechende ist daher Inhaber der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Der Widerspruch wurde innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühr wurde rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.
3. Wird eine vom Institut angesetzte Frist nicht eingehalten, bestimmt sich die Rechtsfolge nach Massgabe der Verfügung (Art. 23 VwVG). Da der Widerspruchsgegner innert der in der Verfügung vom 24. Januar 2011 angesetzten Frist keine Stellungnahme einreichte, wird das Verfahren von Amtes wegen fortgesetzt.

III. MATERIELLE BEURTEILUNG

A. Widerspruchsgründe

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG sind Zeichen vom Markenschutz ausgeschlossen, die einer älteren Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

B. Vergleich der Waren und Dienstleistungen

1. Waren und / oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und / oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt (vgl. Richtlinien in Markensachen des Instituts [nachfolgend Richtlinien], 2011, Teil 5, Ziff. 7.1, unter: https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/Juristische_Infos/d/rlma/rlma_d.pdf).
2. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, welche erfahrungsgemäss als Argument für die Gleichartigkeit gelten können. Zu diesen Indizien gehören insbesondere die Substituierbarkeit, gleiche Zweckbestimmung, gleiche Technologien in der Herstellung und gleiche Vertriebskanäle. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass eine Marke nur für solche Waren- und Dienstleistungen Schutz geniessen kann, für welche sie eingetragen

ist (sog. Spezialitätsprinzip) (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.1, mit weiteren Hinweisen).

3. Zwischen den beanspruchten Dienstleistungen "*sportliche Aktivitäten*" (Klasse 41) der Vergleichszeichen besteht offensichtliche Gleichheit.

Da zwischen den weiter angefochtenen Dienstleistungen "*Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten*" (Klasse 41) und den Dienstleistungen "*sportliche Aktivitäten*" (Klasse 41) der Widerspruchsmarke Überschneidungen bestehen können (z.B. Schulsport, Tanzaufführung, Ballett etc.), ist von Gleichartigkeit auszugehen.

Die angefochtene Dienstleistung "*Anbieten von Meditationskursen*" (Klasse 41) kann z.B. Bestandteil von Yogakursen sein. Folglich ist zu den Dienstleistungen "*sportliche Aktivitäten*" (Klasse 41) der Widerspruchsmarke Gleichartigkeit gegeben.

Die angefochtenen "*Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft*" (Klasse 44) sind in identischer Formulierung bei der Widerspruchsmarke aufgeführt; diese sind folglich gleich.

In Bezug auf die angefochtenen Dienstleistungen "*medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere*" (Klasse 44) lässt sich im Vergleich zu den "*Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft*" (Klasse 44) der Widerspruchsmarke ausführen, dass Landwirte, Gärtner oder Förster üblicherweise nicht in den Bereich der Medizin, Veterinärmedizin oder der Schönheitspflege für Menschen und Tiere diversifizieren. Das Gleiche hat auch für die Anbieter von sportlichen Aktivitäten in Klasse 41 und aller Dienstleistungen der Klasse 45 zu gelten.

Auch verfolgen die angefochtenen Dienstleistungen "*medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere*" (Klasse 44) im Vergleich zu den Dienstleistungen der Klassen 41, 44 und 45 der Widersprechenden einen unterschiedlichen Zweck und richten sich an andere Abnehmerkreise.

Folglich ist zwischen den vorgenannten Dienstleistungskategorien der Vergleichszeichen kein markenrelevanter Bezug ersichtlich. Bei einer anderen Beurteilung würde das Spezialitätsprinzip, wonach der Markenschutz nur für diejenigen Waren und / oder Dienstleistungen besteht, für die das Zeichen hinterlegt und eingetragen wurde, denn auch gesprengt werden (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.1).

Die angefochtenen Dienstleistungen "*juristische Dienstleistungen; Sicherheitsdienstleistungen für den Schutz von Sachwerten oder Personen; Dienstleistungen eines Detektivs; Babysitting; Begleitung von Personen als Gesellschafter, Mediation; Ehevermittlung, Vermittlung von Bekanntschaften; Er-*

stellung von Horoskopen; Bestattungen, Feuerbestattungen, Organisation von religiösen Veranstaltungen; Vermietung von Bekleidungsstücken" (Klasse 45) sind tel quel in der Dienstleistungsliste der Widerspruchsmarke zu finden; es besteht Gleichheit.

Die angefochtenen Dienstleistungen *"astrologische und/oder persönliche Lebensberatung"* (Klasse 45) können die *"Erstellung von Horoskopen"* (Klasse 45) der Widerspruchsmarke umfassen. Soweit sich die Dienstleistungen decken ist von Gleichheit auszugehen, soweit die *"astrologische und/oder persönliche Lebensberatung"* über das Erstellen von Horoskopen hinausgeht, besteht starke Gleichartigkeit.

4. Die Gleichartigkeit ist somit bezüglich den Dienstleistungen *"medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere"* (Klasse 44) der angefochtenen Marke zu verneinen.

Ist keine Gleichartigkeit zwischen den Dienstleistungen der Vergleichszeichen gegeben, ist es nicht mehr nötig, die Zeichenähnlichkeit zu prüfen, da in diesem Fall eine Verwechslungsgefahr aufgrund ausdrücklicher Gesetzesvorschrift von vornherein ausgeschlossen ist (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.5, mit weiteren Hinweisen).

Das Widerspruchsverfahren Nr. 11547 wird folglich im Zusammenhang mit den Dienstleistungen *"medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere"* (Klasse 44) aufgrund fehlender Gleichartigkeit abgewiesen.

In Bezug auf alle angefochtenen Dienstleistungen der Klasse 41, *"Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft"* (Klasse 44) und alle Dienstleistungen der Klasse 45 wurde die Gleichheit resp. Gleichartigkeit zu den Dienstleistungen der Klassen 41, 44 und 45 der Widerspruchsmarke bejaht, mithin nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu beurteilen ist.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, die geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.3, mit weiteren Hinweisen).
2. Der Gesamteindruck von Wortmarken wird zunächst durch den Klang und das Schriftbild bestimmt. Der Klang seinerseits wird vom Silbenmass, der Aussprachekadenz und der Aufeinanderfolge der Vokale beeinflusst, während das Bild vor allem durch die Wortlänge und die Gleichartigkeit oder Verschiedenheit der verwendeten Buchstaben gekennzeichnet wird (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.3.1, mit weiteren Hinweisen).

3. Von Bedeutung ist bei Wortmarken schliesslich deren Länge, Kurzwörter werden akustisch und optisch leichter erfasst und prägen sich leichter ein als längere Wörter. Damit verringert sich die Gefahr, dass dem Publikum Unterschiede entgehen. Verwechslungen infolge Verhörens oder Verlesens kommen deshalb bei kurzen Zeichen seltener vor (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.3.1, mit weiteren Hinweisen).
4. Vorliegend stehen sich die Wortmarken "LICHT-KRISTALL" (Widerspruchsmarke) und "Medialer Licht-Kristall Therapeut" (angefochtene Marke) gegenüber.
Anzumerken gilt es, dass die unterschiedliche Schreibweise der beiden Zeichen (Grossschreibung im Gegensatz zur Gross- / Kleinschreibung) kennzeichenmässig nicht ins Gewicht fällt (RKGE in sic! 2001, 813 – Viva / CoopViva (fig.)).
Die Widerspruchsmarke wurde vollständig in die angefochtene Marke übernommen. Der Bestandteil "LICHT-KRISTALL" ist in der angefochtenen Marke zudem als eigenständiges Element zu erkennen. Da der zusätzliche Bestandteil "medialer" des Weiteren das Element "Therapeut" der angefochtenen Marke genauer definiert und beide Begriffe als direkt beschreibend einzustufen sind (Dienstleistungserbringer und Eigenschaften des Dienstleistungserbringers), liegt der Schwerpunkt der angefochtenen Marke auch auf dem Bestandteil "Licht-Kristall". Aufgrund der festgestellten Gemeinsamkeiten besteht demzufolge auf klanglicher und schriftbildlicher Ebene eine Ähnlichkeit zwischen den Vergleichszeichen.
5. Da der durchschnittliche Markenadressat unwillkürlich auch gedanklich verarbeitet, was er hört und liest, kann für den Gesamteindruck einer Wortmarke auch deren Sinngehalt entscheidend sein. In Betracht fallen neben der eigentlichen Wortbedeutung auch Gedankenverbindungen, die das Zeichen unweigerlich hervorruft. Markante Sinngehalte, die sich beim Hören und beim Lesen dem Bewusstsein sogleich aufdrängen, dominieren regelmässig auch das Erinnerungsbild. Weist eine Wortmarke einen derartigen Sinngehalt auf, der sich in der anderen Marke nicht wieder findet, so ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sich das kaufende Publikum durch einen ähnlichen Klang oder ein ähnliches Schriftbild täuschen lässt (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.3.1, mit weiteren Hinweisen).
6. Die Widerspruchsmarke besteht aus dem deutschen Begriff "LICHT-KRISTALL". Eine Konsultation von Lexika (Brockhaus, Wikipedia, www.wissen.de) hat keine Definition des Begriffes als Ganzes ergeben. Aus einer Internetrecherche (www.google.ch am 21. Juli 2011; 25'900 weltweite Treffer und 1'200 CH-Treffer) kann der Schluss gezogen werden, dass "Licht-Kristall" teilweise markenmässig Verwendung findet, teilweise werden damit verschiedene Gegebenheiten bezeichnet (z.B. Abstammung vom höchsten Licht (<http://www.sternseele.ch/Kristall-Seminar.pdf>), lichtdurchflutete Kristalle (<http://www.lichtkristall-kunst.ch/>), Essenzen, die aus Sonnenlicht und Kristalle energetisiertem Wasser bestehen (<http://www.spiritoase.ch/licht-kristall-essenzen/de/>)). Da sich für die Widerspruchsmarke unterschiedliche Interpretationen anbieten, wird diese entweder ohne klaren Sinngehalt wahrgenommen oder mit den Eigenbedeutungen von "Licht" und "Kristall" assoziiert.
Die angefochtene Marke weist neben dem Bestandteil "Licht-Kristall" das Adjektiv "Medialer" (Medial = "das Medium betreffend; in der Mitte liegend; die Mitte bildend; den Kräften und Fähigkeiten eines Mediums entsprechend" aus Duden – Das Fremdwörterbuch, 10., aktualisierte Auflage) und das Substantiv "Therapeut" auf. Die angefochtene Marke kann insgesamt mithin in der Bedeutung von "Person, die mittels den Kräften des Licht-Kristalls therapiert" verstanden werden. Folglich resultiert im Vergleich zur Widerspruchsmarke eine Abweichung beim Sinngehalt.
Da jedoch beide Zeichen das Element "Licht-Kristall" enthalten, ist die sinngehaltliche Abweichung zu wenig markant, als dass sie die festgestellte Zeichenähnlichkeit auf klanglicher und schriftbildlicher Ebene zu kompensieren vermag.

Da Ähnlichkeiten auf allen drei Ebenen bestehen, gilt es in einem weiteren Schritt die Verwechslungsgefahr abzuklären.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil – im engeren oder im weiteren Sinne – verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind. Je näher sich die Waren und Dienstleistungen sind, für welche die Marken registriert sind, desto grösser wird das Risiko von Verwechslungen und desto stärker muss sich das jüngere Zeichen vom älteren abheben, um die Verwechslungsgefahr zu bannen. Dasselbe gilt auch umgekehrt. Man spricht in diesem Zusammenhang von Wechselwirkung (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.5, mit weiteren Hinweisen).
2. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Wohl können mit dem Widerspruch nur relative Ausschlussgründe gemäss Art. 3 Abs. 1 MSchG geltend gemacht werden. Dies schliesst indessen nicht aus, bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr vorweg den kennzeichnungsmässigen Gehalt und damit den Schutzzumfang einer Marke zu ermitteln. Denn ohne Klärung des Schutzzumfanges der älteren Marke kann eine Beurteilung der Verwechslungsgefahr auch im Widerspruchsverfahren nicht erfolgen (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.7, mit weiteren Hinweisen).
3. Die vollständige Übernahme einer Marke oder die Übernahme eines für deren Gesamteindruck massgebenden Bestandteils vermag in der Regel eine Verwechslungsgefahr zu begründen (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.7).
Die Widerspruchsmarke besteht aus der Kombination "LICHT-KRISTALL". Da der Marke unterschiedliche Bedeutungen zugemessen werden können, bleibt dieses interpretationsbedürftig und ist folglich als normal kennzeichnungskräftig zu qualifizieren. Die Widerspruchsmarke geniesst mithin einen normalen Schutzzumfang.
Beim angefochtenen Zeichen handelt es sich um die Übernahme der ganzen Widerspruchsmarke. Der Bestandteil "Licht-Kristall" wird ohne weiteres als selbständiges Element erkannt und ist, wenn davon ausgegangen wird, dass die weiteren Bestandteile "Medialer" und "Therapeut" als direkt beschreibend zu qualifizieren sind, als den Gesamteindruck prägend einzustufen.
Der vorhandene Unterschied in den zusätzlich vorhandenen Elementen "Medialer" und "Therapeut" der angefochtenen Marke ist nicht derart, dass er das Gesamtbild wesentlich zu beeinflussen vermöchte. Auch ist er nicht geeignet, der angefochtenen Marke eine eigene Individualität zu verleihen, mithin vom übereinstimmenden Element "Licht-Kristall" abzulenken. Da die Widerspruchsmarke auf das Medium verweist, die angefochtene Marke hingegen auf das Medium des Dienstleistungserbringer, wird die angefochtene Marke wie eine Variante der Widerspruchsmarke wahrgenommen.
Im Hinblick auf die bestehende Warengleichheit resp. starke Warengleichartigkeit ändert der vorgenannte Unterschied den Gesamteindruck des angefochtenen Zeichens zu wenig, um die wegen der grossen Übereinstimmungen bestehende Verwechslungsgefahr beseitigen zu können.
4. Selbst wenn das Publikum die Unterschiede zwischen den beiden Zeichen erkennt, besteht

die Gefahr, dass es aufgrund der bestehenden Ähnlichkeiten falsche Zusammenhänge vermutet, sei dies im Sinne einer produktespezifischen Verwandtschaft oder aber hinsichtlich unternehmensspezifischer Allianzen und Verbindungen (sog. "mittelbare Verwechslungsgefahr"; vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.4.2).

Der Widerspruch Nr. 11547 ist daher teilweise gutzuheissen und die angefochtene CH-Marke Nr. 606 838 "Medialer Licht-Kristall Therapeut" für alle Dienstleistungen der Klasse 41, "*Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft*" (Klasse 44) und alle Dienstleistungen der Klasse 45 zu widerrufen.

IV. KOSTENVERTEILUNG

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem Institut (Art. 31 MSchG i.V.m. Art. 1 ff. IGE-GebO und Anhang zu Art. 2 Abs. 1 IGE-GebO).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das Institut zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Art. 34 MSchG gibt dem Institut die Kompetenz, im Widerspruchsverfahren wie in einem kontradiktorischen Gerichtsverfahren Parteientschädigungen zuzusprechen. Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel pro Schriftenwechsel eine Parteientschädigung von CHF 1'000.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 9.4).
3. Der Widerspruch wird grösstenteils gutgeheissen. Der Widerspruchsgegner als unterliegende Partei wird kostenpflichtig. Der Widersprechende hat sich jedoch im vorliegenden Verfahren nicht vertreten lassen. Gemäss Art. 8 Abs. 1 VKEV ist die Parteientschädigung in solchen Fällen nach Ermessen festzulegen. Dem Widersprechenden sind lediglich Barauslagen und andere Spesen zu ersetzen, falls diese mehr als CHF 50.00 ausmachen (Art. 8 Abs. 2 VKEV). Das Institut geht davon aus, dass die Gesamtkosten den Betrag von CHF 50.00 in casu nicht übersteigen. Folglich wird vorliegend keine Parteientschädigung zugesprochen.

Der Widerspruchsgegner hat dem Widersprechenden jedoch die Verfahrenskosten von CHF 800.00 zu ersetzen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1. Der Widerspruch Nr. 11547 wird teilweise gutgeheissen.
2. Die angefochtene Schweizer Marke Nr. 606 838 "Medialer Licht-Kristall Therapeut" wird für alle Dienstleistungen der Klasse 41, "*Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft*" (Klasse 44) und alle Dienstleistungen der Klasse 45 widerrufen.

3. Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
4. Der Widerspruchsgegner hat dem Widersprechenden die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen.
5. Es werden keine Parteikosten gesprochen.
6. Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 10. August 2011
Markenabteilung

Tanja Belser Spuck

Widerspruchssektion

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 3000 Bern 14, schriftlich Beschwerde geführt werden. Die Beschwerde ist mit Kopie des vorliegenden Entscheides einzureichen.