

Verfügung in den Widerspruchsverfahren Nr. 100736 und 100737 in Sachen

Facebook, Inc.
1601 Willow Road
Menlo Park
94025 California
US-Vereinigte Staaten von Amerika

Widersprechende Partei

vertreten durch

Wild Schnyder AG
Forchstrasse 30
P.O. Box 1067
8032 Zürich
CH Marke Nr. 571174 – FACEBOOK (Widerspruchsmarke 1)

CH-Marke Nr. 550735 – FACEBOOK (Widerspruchsmarke 2)

gegen

Noah Rühli
Gärtnerstrasse 8
6020 Emmenbrücke

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 727325 - SYNBOOK ((fig.))

SYNBOK

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 Verordnung des IGE über Gebühren (GebV-IGE, 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 Eintragung der CH-Marke Nr. 727325 - "SYNBOOK ((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 15.02.2019 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 38 und 42 eingetragen.
2. Am 15.09.2019 reichte die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke zwei Widersprüche ein und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre CH Marken Nr. 571174 – FACEBOOK (Widerspruchsmarke 1) und Nr. 550735 "FACEBOOK" (Widerspruchsmarke 2), die für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 35, 38 und 42 eingetragen sind.
4. Mit Verfügungen vom 20.05.2019 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Mit Verfügungen vom 26.08.2019 wurden die Widerspruchsverfahren auf Antrag der Parteien für unbestimmte Zeit sistiert.
6. Mit Verfügungen vom 28.08.2023 hob das Institut die Sistierung der Widerspruchsverfahren Nr. 100736 und 100737 auf. Gleichzeitig wurde der Widerspruchsgegner zur Einreichung einer Stellungnahme in beiden Widerspruchsverfahren aufgefordert.
7. Da innert Frist keine Stellungnahme eingereicht wurde, hat das Institut die Verfahrensinstruktion in beiden Widerspruchsverfahren mit Verfügung vom 09.10.2023 geschlossen.
8. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Vereinigung der Verfahren

In den Widerspruchsverfahren Nr. 100736 und Nr. 100737 stehen sich die gleichen Parteien gegenüber. Die Widersprüche richten sich gegen dieselbe Marke und die zwei Widerspruchsmarken sind identisch und teils in denselben Klassen für ähnliche Waren und Dienstleistungen eingetragen. Der zu beurteilende Sachverhalt und auch die sich stellenden Rechtsfragen sind somit bei den zwei Widersprüchen gleich resp. sehr ähnlich, so dass sich aus prozessökonomischen Gründen eine Vereinigung der Verfahren aufdrängt (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 4.1, unter www.ige.ch sowie Bundesverwaltungsgericht [BVGer] B-38, 39, 40/2011, E. 1.1 – IKB / ICB (fig.), ICB, ICB BANKING, abrufbar unter <http://www.bvger.ch>).

III. 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 1 wurde am 21.11.2007 mit einer Priorität vom 24.05.2007, die Widerspruchsmarke 2 am 17.03.2006 hinterlegt. Die Hinterlegung der angefochtenen Marke erfolgte am 29.11.2018. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marken 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 Widerspruchsgebühren wurden rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.

IV. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG sind vom Markenschutz jene Zeichen 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. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen).
2. Gleichartigkeit kann nicht nur innerhalb des Waren- bzw. Dienstleistungsbereichs bestehen, sondern auch im Verhältnis zwischen Waren und Dienstleistungen. Wegen des unterschiedlichen Charakters von Waren und Dienstleistungen ist der Wert der üblichen Abgrenzungskriterien jedoch relativiert. Es gilt also zu prüfen, ob das Publikum annehmen kann, dass der Inhaber der Dienstleistungsmarke sich auch mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Waren befasst, bzw. dass der Inhaber eines Warenzeichens auch die zu diesem Warenbereich gehörende Dienstleistung erbringt. Zur Feststellung dieser Verkehrsauffassung kann es sinnvoll sein zu prüfen, ob die Dienstleistung für die Waren von besonderem Nutzen ist, indem sie zu deren Erhaltung oder Veränderung dient, und somit die Konsumenten Ware und Dienstleistung als sinnvolles Leistungspaket wahrnehmen. So können etwa Wartungs- und Reparaturdienstleistungen, welche das Warenangebot ergänzen, mit den Waren gleichartig sein (sog. "service après vente"), weil zwischen Waren und Dienstleistungen *aus der Sicht der Konsumenten* gewissermassen eine marktlogische Folge gesehen wird (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.3).
3. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:
 - 9 *Anwendungssoftware; Anwendungssoftware für Mobiltelefone; auf Computermedien gespeicherte elektronische Datenbanken; auf Computermedien gespeicherte elektronische Publikationen; auf magnetischen Datenträgern gespeicherte Schriftarten; auf maschinenlesbare Datenträger aufgezeichnete Datenverarbeitungsprogramme; aus dem Internet herunterladbare Computerprogramme; aus dem Internet herunterladbare Computerspielprogramme; aus dem Internet herunterladbare Computerspielsoftware; aus dem Internet herunterladbare Programme für Computerspiele; aus einem globalen Computernetzwerk herunterladbare Computerspielsoftware; Betriebssoftware (eingebettet); Betriebssoftware für lokale Netzwerke (LAN); Betriebssoftware für Netzwerkzugangsserver; Betriebssoftware für Virtual Private Networks (VPN); Betriebssoftware für Weitverkehrsnetze (WAN); Betriebssystemprogramme; Betriebssystemsoftware für Computer; Bilddateien zum Herunterladen; Bioinformatik-Software; BIOS-Software (Software für das 'basic input/output system'); Computerhilfsprogramme; Computerprogramme; Computerprogramme für den Fernzugriff auf Computer oder Computernetzwerke; Computerprogramme für die Benutzung des Internet und des World Wide Web; Computerprogramme für die Bildverarbeitung; Computerprogramme für die Dokumentenverwaltung; Computerprogramme für die Fernsuche nach Inhalten auf Computern und Computernetzwerken; Computerprogramme für die Verarbeitung von digitalen Musikdateien; Computerprogramme für elektronische Registrierkassensysteme; Computerprogramme und Computersoftware für den elektronischen Handel mit Wertpapieren;*

Computerprogramme und -software zur Bildbearbeitung; Computerprogramme und -software zur Bildverarbeitung auf Mobiltelefonen; Computerprogramme zum Aktivieren von Zugangs- oder Eintrittskontrollen; Computerprogramme zum Bearbeiten von Bildern, Ton und Videos; Computerprogramme zum Entwerfen von Benutzerschnittstellen; Computerserver; Computer-Shareware; Computersoftware; Computersoftware für das drahtlose Übermitteln von Inhalten; Computersoftware für Datenbankverwaltung; Computersoftware für den Zugang zu von einem globalen Computernetzwerk herunterladbaren Informationsverzeichnissen; Computersoftware für die Automatisierung des Data Warehousing; Computersoftware für die Automatisierung und Verwaltung von Geschäftsabläufen; Computersoftware für die Datensuche; Computersoftware für die Funktionssteuerung von Audio- und Videogeräten; Computersoftware für die Integration von Applikationen und Datenbanken; Computersoftware für die Kommunikation mit Benutzern von Taschencomputern; Computersoftware für die Nachrichtenübermittlung über Fax, E-Mail, Voice-Mail oder über das Internet; Computersoftware für die Übermittlung von Fotografien auf Mobiltelefone; Computersoftware für die Überwachung und Verwaltung von Zugangsserverapplikationen; Computersoftware für die Überwachung von Selbstbedienungsterminals; Computersoftware für die Verarbeitung von digitalen Bildern; Computersoftware für die Verarbeitung von digitalen Musikdateien; Computersoftware für die Verbesserung der audiovisuellen Funktionen von Multimediaanwendungen; Computersoftware für die Verwaltung von lokalen Netzwerken; Computersoftware für die Verwendung im Bereich Telekommunikation zur Bereitstellung elektronischer Übertragung von Dokumenten und Faxübertragung; Computersoftware für Geschäftszwecke; Computersoftware für globale Positionierungssysteme (GPS); Computersoftware für kabellose Netzwerkkommunikation; Computersoftware für rechnerunterstützte Konstruktion (CAD) und rechnerunterstützte Fertigung (CAM); Computersoftware für rechnerunterstützte Konstruktion und rechnerunterstützte Fertigung; Computersoftware für Spielhallengeräte und -spiele; Computersoftware und Telekommunikationsapparate einschliesslich Modems, welche die Verbindung zu Datenbanken und zum Internet ermöglichen; Computersoftware und Telekommunikationsgeräte einschliesslich Modems für die Verbindung zu Datenbanken, Computernetzen, weltweiten Computernetzen und zum Internet; Computersoftware und Telekommunikationsgeräte einschliesslich Modems, welche die Verbindung zu Datenbanken, Computernetzwerken und zum Internet ermöglichen; Computersoftware und Telekommunikationsgeräte für die Herstellung von Verbindungen zu Datenbanken und zum Internet; Computersoftware zum Bearbeiten von Bildern, Grafiken und Text; Computersoftware zum Erstellen von durchsuchbaren Datenbanken; Computersoftware zum Kreieren und Bearbeiten von Musik und Klängen; Computersoftware zum Organisieren und Betrachten von digitalen Bildern und Fotografien; Computersoftware zum Programmieren von Faxgeräten; Computersoftware zum Synchronisieren von Daten zwischen Handgeräten oder tragbaren Computern und Hostcomputern; Computersoftware zur Bereitstellung des Mehrfachnutzerzugangs zu einem weltweiten Computerinformationsnetz; Computersoftware zur Daten- und Dokumentenerfassung, -übertragung, -speicherung und -indexierung; Computersoftware zur Erstellung und Gestaltung von Websites; Computersoftware zur Erstellung von Firewalls; Computersoftware zur Konvertierung von Dokumentbildern in elektronische Formate; Computersoftware zur Übertragung von Ton- und Videonachrichten; Computersoftware zur Unterstützung des Laufenlassens paralleler Anwendungen und der Ausführung paralleler Rechenvorgänge; Computersoftware zur 2D-oder 3D-Simulation in der Konzeption und Entwicklung von Industrieerzeugnissen; Computersoftwareplattformen; Computersoftwareprodukte; Computersoftwareprogramme für das Datenbankmanagement; elektronische Telekommunikationsgeräte; E-Mail-Sicherheitssoftware; Gratissoftware (Freeware); Gruppen-Software; herunterladbare Computerprogramme; herunterladbare Computersicherheitssoftware; herunterladbare Grafiken für Mobiltelefone; herunterladbare Klingeltöne und Grafiken für Mobiltelefone; herunterladbare Musik; herunterladbare musikalische Tonaufnahmen; herunterladbare Podcasts; herunterladbare Software für Instant Messaging und elektronische Post; herunterladbare Software-Anwendungen für Computer; herunterladbare Video- und Audiodateien; herunterladbare Videoaufnahmen; herunterladbare Videoaufnahmen mit Musik; lokale Netzwerke; Musikaufzeichnungen; Musikdateien zum Herunterladen; Scan-Software; Software für Computer; Software für Computernavigationssysteme; Software für das Desktop-Publishing; Software für die Computertelefonie; Software für die Verarbeitung von digitalen Bildern; Software für elektronische Spiele; Software für GPS-Navigationssysteme; Software für grafische Benutzeroberflächen; Software für Virtual Reality-Spiele; Software zum Gewährleisten der Sicherheit

von elektronischer Post; Software zum Komponieren von Musik; Software zum Schutz der Privatsphäre; Software zum Verarbeiten von Bildern, Grafik und Text; Software zur Entwicklung von Websites; Software zur Erstellung und Umwandlung von PDF-Dateien; Software zur Herstellung, Erleichterung und Verwaltung des Fernzugriffs zu und zur Kommunikation mit LAN-Netzen und globalen Netzen; Software zur Suche und Abfrage von Informationen in einem Computernetz; Texterkennungssoftware (Software für die optische Zeichenerkennung).

- 35 Administrative Dienstleistungen; administrative Verarbeitung von computergestützten Kaufaufträgen; administrative Verarbeitung von Kaufaufträgen per Telefon oder Computer; Aktualisierung und Pflege von Daten in Computer-Datenbanken; Analyse von Reaktionen auf Werbung; Ausschreiben von Arbeitsplätzen; Aussenwerbung; Bannerwerbung; Beratung auf dem Gebiet der Unternehmensakquisitionen; Beratung auf dem Gebiet des Marketing; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Beratung in Bezug auf Kommunikationsstrategien in der Werbung; Beratung in Bezug auf Marketing; Bereitstellen eines Online-Marktplatzes für Käufer und Verkäufer von Waren und Dienstleistungen; Bereitstellung und Vermietung von Werbeflächen und Aussenwerbeflächen; Bereitstellung von Geschäftsinformationen über eine Web-Site; Dateienverwaltung mittels Computer; Datenrecherchen für Dritte in Computerdateien; Datenverarbeitungsdienste; Direktmarketing; Event-Marketing; Fernsehwerbung; Markenpositionierung (Marketing); Marketing; Marketing für Waren; Marketing im Rahmen des Software-Publishing; Marketingberatung; Marketingberatung für Unternehmen; Online-Werbung; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Online-Werbung und -Marketing; Pay-per-Click-Werbung; Plakatwerbung; Rundfunkwerbung; Vermittlung von Kontaktinformationen in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Verträgen für Dritte; Vermittlungsdienste in Geschäftsangelegenheiten; Werbe- und Marketingberatung; Werbung; Werbung für Dritte; Werbung im Internet; Werbung über das Internet; Werbung via Fernsehen, Rundfunk oder Post; Werbung via Mobiltelefonnetze; Zielmarketing; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Zusammenstellung von Informationsverzeichnissen für Geschäfts- und Werbezwecke; Zusammenstellung von Listen für Direktwerbung; Zusammenstellung von Mailing-Listen; Zusammenstellung von Statistiken und Informationen in Geschäftsangelegenheiten.
- 38 Audio- und Video-Kommunikations- und -Übertragungsdienste; Audio-, Video- und Datenübertragung über Kabel, Satellit, Computernetze, Telefonnetze und ISDN-Leitungen; automatischer Datentransfer über Telekommunikationskanäle; Beratungsleistungen im Bereich der elektronischen Kommunikation; Bereitstellen des Zugangs zu Plattformen im Internet und mobilen Internet; Bereitstellen des Zugangs zu Portalen im Internet und im mobilen Internet; Bereitstellen des Zugriffs auf ein weltweites Computernetzwerk; Bereitstellen eines Zugangs zu Portalen im Internet; Bereitstellen von Telekommunikationsverbindungen zu einem weltweiten Computernetzwerk; Bereitstellung des Benutzerzugangs zu Informationen im Internet; Bereitstellung des Datenzugangs über das Internet; Bereitstellung des Hochgeschwindigkeitszugangs zu Computer- und Kommunikationsnetzen; Bereitstellung des Online-Zugangs zu Daten; Bereitstellung des Zugangs zu Chat-Lines, Chat-Rooms und Foren im Internet, einschliesslich des mobilen Internets; Bereitstellung des Zugangs zu Internet-Foren; Bereitstellung des Zugangs zu Online-Computerdatenbanken; Bereitstellung des Zugangs zu Web-, Mail- und Nachrichtenportalen; Bereitstellung des Zugangs zum Internet und anderen Kommunikationsnetzen; Bereitstellung des Zugriffs auf Computernetzwerke; Bereitstellung des Zugriffs auf Computerprogramme in Datennetzen; Bereitstellung des Zugriffs auf Daten und Informationen im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Datenbanken im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Datenbanken in Computernetzwerken; Bereitstellung des Zugriffs auf elektronische Kommunikationsnetzwerke; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen in Computernetzwerken; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen über Datennetze; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu Audiodateien im Internet; Bereitstellung eines Zugangs zu Internet-Chatrooms; Bereitstellung eines Zugangs zu Internet-Plattformen zum Austausch digitaler Bilder; Bereitstellung eines Zugangs zu Plattformen im Internet; Bereitstellung eines Zugangs zu Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellung von E-Mail-Diensten und Instant-Messaging; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; Bereitstellung von Internet-Chatrooms und Internet-Foren; Bereitstellung von Online-Chat-Rooms und elektronischen Bulletin Boards zur Nachrichtenübermittlung zwischen den Usern; Bereitstellung von Online-Chat-Rooms zur Übermittlung von Nachrichten, Kommentaren und Multimediainhalten zwischen den Usern;

Bereitstellung von Online-Foren; Bereitstellung von Onlineforen zur Übermittlung von Nachrichten, Kommentaren und Multimediainhalten zwischen den Usern; Bereitstellung von Sprachkommunikationsleistungen über das Internet; Bereitstellung von Telekommunikationsanbindung an ein globales Kommunikationsnetz oder Datenbanken; Bereitstellung von Telekommunikationsdiensten für e-Commerce-Plattformen im Internet und sonstigen elektronischen Medien; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen für Telefon-Chats; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen in einem Internet-Café; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zu Datenbanken; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zum Internet; Bildtelefondienste; Chatroomdienste für soziale Netzwerke; computergestützte Datenübertragung; Computerkommunikationsleistungen für die Übertragung von Informationen; Computertelefonien; computerunterstützte Übermittlung von Nachrichten; Datenübertragung; Datenübertragung über Computernetze; Datenübertragung über das Internet; Datenübertragungsdienste mittels Computer; Dienstleistungen im Bereich Rundfunk-, Fernseh- und Kabelfernsehübertragung; digitale Datenübertragung; digitale Datenübertragung via Internet; digitale Übertragung von Audio- und Videodaten; drahtloser Datentransfer über digitale Mobiltelefone; drahtloser Datentransfer über Internet; elektronische Kommunikation mittels Chat-Rooms, Chat-Lines und Internetforen; elektronische Kommunikationsdienste; elektronische Nachrichtenübermittlungsdienste; elektronische Post- Nachrichtenübermittlung; elektronische Übermittlung von Daten und Dokumenten via Computerterminals und elektronische Geräte; elektronische Übermittlung von Instant Messaging und Daten; elektronische Übermittlung von Nachrichten; elektronische Übermittlung von Post und Nachrichten; elektronische Übertragung von Bildern, Fotografien, Grafiken und Illustrationen über ein globales Computernetzwerk; elektronische Übertragung von Computerprogrammen über das Internet; elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen; Erfassung und Übertragung von elektronischen Nachrichten; Filtern von Anrufen; Funkrufdienste; Informations- und Datenübermittlung online und über das Internet; Informationsübermittlung mittels Kabelfernsehen; interaktive Kommunikationsdienste; interaktive Übertragung von Videodaten über digitale Netzwerke; Internet- und Digitalübertragungsdienste für Audio-, Video- und Grafikdaten; kabellose Datenübertragung über Wireless Application Protocols (WAP); Kabelübertragung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Kommunikation durch und/oder zwischen Computern und Computerterminals; Kommunikation mittels interaktiver Sprachausgabe; Kommunikation mittels interaktiver Sprachausgabe (IVR); Kommunikation mittels Telegrafiegeräten; Kommunikation über Virtual Privat Network; Kommunikation über Virtual Privat Network (VPN); Kommunikations- und Zugangsleistungen im Internet und Intranet; Kommunikationsdienste mittels Computerterminals; Kommunikationsdienste mittels Telefon; Kommunikationsdienste über Computernetzwerke; Kommunikationsdienste über elektronische Medien; Kommunikationsleistungen über das Internet; mobile Kommunikationsdienste; Mobiltelefonien; multimediale Nachrichtendienste (MMS); Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer; Online-Senden von Nachrichten; Personenrufdienste (Funk, Telefon oder mit anderen Mitteln elektronischer Kommunikation); Personenrufdienste mittels Funk oder Telefon; Podcasting; Rundfunkprogrammausstrahlung; Senden, Empfangen und Weiterleiten von elektronischen Nachrichten; Senden und Empfangen von elektronischen Nachrichten; Senden von elektronischen Nachrichten via Webseiten; SMS (Short Message Services); Sprachübermittlungsdienste (Sprachmittlungsdienste); Sprachübertragungsdienste; Streaming von Daten; Streaming von Ton- und Bildmaterial im Internet; Streaming von Video, Audio und Fernsehen; Tele- und Videokonferenzdienstleistungen; Telefaxdienste; Telefondienste; Telefondienste für Hotlines und Callcenter; Telefonvermittlung; Telekommunikation; Telekommunikation mittels Funk; Telekommunikation über digitale Netzwerke; Telekommunikation und Datenübertragung; Telekommunikationsberatung; Telekommunikationsdienste; Telekommunikationsdienste über Internet, Intranet und Extranet; Telekommunikationsdienste über Internetplattformen und -portale; Telekommunikationsdienste über Plattformen und Portale im Internet und anderen Medien; Telekommunikationsdienstleistungen; Telekonferenzdienstleistungen; TV-Übertragungs-Service für Mobiltelefone; Übermitteln von Informationen via Computernetzwerke; Übermittlung digitaler Dateien; Übermittlung und Verbreitung von Daten oder audiovisuellen Bildern via ein globales Computernetzwerk oder das Internet; Übermittlung von Audio- und Videoinhalt über Kabel; Übermittlung von Daten, Nachrichten und Informationen; Übermittlung von Daten sowie Audio-, Video- und Multimediadateien; Übermittlung von Daten und Informationen über Computer und elektronische Kommunikationsmedien;

Übermittlung von elektronischen Bestellungen; Übermittlung von elektronischer Post; Übermittlung von Grusskarten über das Internet; Übermittlung von Informationen, einschliesslich Webseiten, Computerprogramme und sonstige Daten; Übermittlung von Nachrichten; Übermittlung von Nachrichten, Daten und Inhalten über das Internet und andere Kommunikationsnetzwerke; Übermittlung von Videos, Filmen, Bildern, Texten, Fotografien, Spielen, von Usern erstellten Inhalten, Audio-Inhalten und Informationen über das Internet; Übertragung und Verbreitung von Informationen und Daten über Computernetze und das Internet; Übertragung verschlüsselter Kommunikation; Übertragung von Audio- und Videodaten über das Internet; Übertragung von Audio- und Videoinhalt über Computernetze; Übertragung von Audio- und Videoinhalt über ISDN-Leitungen; Übertragung von Audiodaten über das Internet; Übertragung von benutzererstellten Inhalten über das Internet; Übertragung von Daten; Übertragung von Daten, Audio-, Video- und Multimediadateien, einschliesslich herunterladbarer Dateien und von über ein globales Computernetzwerk gestreamten Dateien; Übertragung von Daten über Kabel; Übertragung von Fernseh- und Rundfunkprogrammen über Kabel oder kabellos (wireless); Übertragung von Fernseh-Inhalt; Übertragung von Fernsehprogrammen; Übertragung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Übertragung von Informationen über ein breites Spektrum von Themen, auch online und über ein globales Computernetzwerk; Übertragung von Informationen und Daten über Computernetze und das Internet; Übertragung von Multimedia-Inhalten über das Internet; Übertragung von Nachrichten, Daten und Inhalten über das Internet und andere Computer- und Kommunikationsnetze; Übertragung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen über Satellit; Übertragung von Rundfunkprogrammen; Übertragung von Ton und/oder visuellen Aufnahmen über Netzwerke; Übertragung von Videodaten über das Internet; Übertragungsdienste; Videokonferenzdienstleistungen; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internetadressen; Zurverfügungstellen von Internet-Chatlines; Zurverfügungstellen von Online-Chatrooms für soziale Netzwerke; Zurverfügungstellen von Online-Foren zur Übermittlung von Nachrichten unter Usern; Zurverfügungstellen von Videokonferenzdienstleistungen; Zurverfügungstellen von Zugriff auf Informationen via das Internet.

- 42 Aktualisieren, Entwerfen und Vermieten von Software; Aktualisieren und Warten von Computersoftware; Aktualisieren von Computer-Software; Aktualisieren von Computersoftware bezüglich Computersicherheit und Prävention von Computerrisiken; Aktualisieren von Internetseiten; Aktualisieren von Webseiten; Aktualisierung von Computerprogrammen; Beratung auf dem Gebiet der Informationstechnologie (IT); Beratung auf dem Gebiet der Telekommunikationstechnologie; Beratung auf dem Gebiet des Softwaredesigns; Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen; Bereitstellung von Informationen für Computersoftwareentwicklung; Bereitstellung von Informationen im Bereich Produktentwicklung; Bereitstellung von Informationen im Bereich Softwaredesign; Cloud-Computing; Computer- und Computersoftwarevermietung; Computerprogrammierung und Softwareentwicklung; Computerprogrammierungsberatung; Computersoftwareberatung; Computersoftwaredesign und -entwicklung; Computersoftwareentwicklung; Computersoftwareinstallation und -wartung; Computersystemanalysen; Computersystemintegration; computerunterstützte Dienstleistungen eines Grafikdesigners; Design, Pflege und Aktualisierung von Computersoftware; Design, Pflege und Update von Computersoftware; Design, Pflege, Vermietung und Aktualisierung von Computersoftware; Design und Vermietung von Software; Design von Computer-Software; Design von Web-Portalen; Design von Webseiten; Entwerfen und Entwickeln von Computerprogrammen für die Datenverarbeitung; Entwerfen von Computerprogrammen; Entwerfen, Warten und Aktualisieren von Computersoftware; Entwicklung, Programmierung und Verleih von Datenverarbeitungsprogrammen; Entwicklung und Aktualisierung von Computersoftware; Entwurf und Entwicklung von Software; Erstellung von Computerprogrammen; Gestaltung von Computersoftware, -firmware, -hardware und Computersystemen; Gestaltung von Homepages und Internetseiten; Gestaltung von Internetseiten; Grafikdesign; Grafikerdienstleistungen; Hosting von Blogs; Hosting von computerisierten Daten, Dateien, Anwendungen und Informationen; Hosting von Computersoftwareanwendungen Dritter; Hosting von Plattformen im Internet; Programmieren von Software für Internet-Portalen, Chat-Rooms, Chat-Lines und Internetforen; Programmierung; Programmierung von Software für Internet-Plattformen; Software as a Service (SaaS); Softwareengineering; Softwareentwicklung; Verschlüsseln und Entschlüsseln von Daten.

4. Die Widerspruchsmarken sind für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:

Widerspruchsmarke 1:

- 9 Software die das Hochladen, Senden, Zeigen, Darstellen, Markieren, Erstellen von Blogs, den Zugriff oder anderweitige Bereitstellung von elektronischen Medien oder Informationen über das Internet oder andere Kommunikationsnetzwerke ermöglicht.
- 38 Dienstleistungen für Audio- und Videoausstrahlungen über das Internet oder über andere Kommunikationsnetzwerke, nämlich das Hochladen, Senden, Zeigen, Darstellen, Markieren und elektronische Übermitteln von Informationen, Audio- und Videoclips; Bereitstellen des Zugangs zu Informationen, Audio und Video über Webseiten, Online-Foren, Chatrooms, elektronische Verteilerlisten und Blogs über das Internet; Bereitstellen von Online-Chatrooms und elektronischen Anschlagbrettern für die Übermittlung von Mitteilungen zwischen Anwendern in Bereichen von allgemeinem Interesse.
- 42 Zur Verfügung stellen des Gebrauchs von Software (online) die das Hochladen, Senden, Zeigen, Darstellen, Markieren, Erstellen von Blogs, den Zugriff oder anderweitige Bereitstellung von elektronischen Medien oder Informationen über das Internet oder andere Kommunikationsnetzwerke ermöglicht.

Widerspruchsmarke 2:

- 35 Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Zusammenstellen und Systematisieren von Daten in einer Datenbank beinhaltend ein Online-Verzeichnis für Informationen und Anzeigen in Bezug auf akademisches Leben, virtuelle Gemeinschaft, soziale Netzwerke, gemeinsame Nutzung von Photos und Trendverfolgung.
- 38 Telekommunikation; Bereitstellung von Online-Plauderräumen (chatrooms) für registrierte Benutzer für die Übermittlung von Nachrichten in Bezug auf akademisches Leben, virtuelle Gemeinschaft, soziale Netzwerke, gemeinsame Nutzung von Photos und Trendverfolgung.
- 42 Vermieten und kostenloses Vermitteln von Zugriffszeit auf Datennetzwerken (Informatikdienstleistungen) für Informationen und Anzeigen in Bezug auf akademisches Leben, virtuelle Gemeinschaft, soziale Netzwerke, gemeinsame Nutzung von Photos und Trendverfolgung.

Angefochtene Waren in Klasse 9

- 5. Die angefochtene Marke beansprucht eine grosse Anzahl unterschiedlicher Softwareprodukte mit verschiedener Zweckbestimmung. Die Widerspruchsmarke 1 beansprucht mit *Software die das Hochladen, Senden, Zeigen, Darstellen, Markieren, Erstellen von Blogs, den Zugriff oder anderweitige Bereitstellung von elektronischen Medien oder Informationen über das Internet oder andere Kommunikationsnetzwerke ermöglicht* ebenfalls ein Softwareprodukt mit spezifischer Zweckbestimmung. Praxisgemäss wird die Gleichartigkeit zwischen einzelnen Softwareprodukten mit unterschiedlicher Zweckbestimmung bejaht. Dass Software für unterschiedliche Zwecke gebraucht wird, schliesst lediglich die Annahme einer Warenidentität, nicht aber der Warengleichartigkeit aus (vgl. BVGer B-758/2007, E. 5.3 – G-mode // GMODE). Es bestehen insofern hinsichtlich des produktspezifischen Herstellungs-Know-how enge markenrechtlich relevante Berührungspunkte bzw. Übereinstimmungen. Die Gleichartigkeit ist somit gegenüber folgenden Waren der angefochtenen Marke zu bejahen: *Anwendungssoftware; Anwendungssoftware für Mobiltelefone; auf maschinenlesbare Datenträger aufgezeichnete Datenverarbeitungsprogramme; aus dem Internet herunterladbare Computerprogramme; aus dem Internet herunterladbare Computerspielprogramme; aus dem Internet herunterladbare Computerspielsoftware; aus dem Internet herunterladbare Programme für Computerspiele; aus einem globalen Computernetzwerk herunterladbare Computerspielsoftware; Betriebssoftware (eingebettet); Betriebssoftware für lokale Netzwerke (LAN); Betriebssoftware für Netzwerkzugangsserver; Betriebssoftware für Virtual Private Networks (VPN); Betriebssoftware für Weitverkehrsnetze (WAN); Betriebssystemprogramme; Betriebssystemsoftware für Computer; Bilddateien zum Herunterladen; Bioinformatik-Software; BIOS-Software (Software für das 'basic input/output system'); Computerhilfsprogramme; Computerprogramme; Computerprogramme für den Fernzugriff auf Computer oder Computernetzwerke; Computerprogramme für die Benutzung des Internet und des World Wide Web; Computerprogramme für die Bildverarbeitung; Computerprogramme für die Dokumentenverwaltung; Computerprogramme für die Fernsuche nach Inhalten auf Computern und Computernetzwerken; Computerprogramme für die Verarbeitung von digitalen Musikdateien; Computerprogramme für elektronische Registrierkassensysteme; Computerprogramme und*

Computersoftware für den elektronischen Handel mit Wertpapieren; Computerprogramme und -software zur Bildbearbeitung; Computer-Shareware; Computerprogramme und -software zur Bildverarbeitung auf Mobiltelefonen; Computerprogramme zum Aktivieren von Zugangs- oder Eintrittskontrollen; Computerprogramme zum Bearbeiten von Bildern, Ton und Videos; Computerprogramme zum Entwerfen von Benutzerschnittstellen; Computersoftware; Computersoftware für das drahtlose Übermitteln von Inhalten; Computersoftware für Datenbankverwaltung; Computersoftware für den Zugang zu von einem globalen Computernetzwerk herunterladbaren Informationsverzeichnissen; Computersoftware für die Automatisierung des Data Warehousing; Computersoftware für die Automatisierung und Verwaltung von Geschäftsabläufen; Computersoftware für die Datensuche; Computersoftware für die Funktionssteuerung von Audio- und Videogeräten; Computersoftware für die Integration von Applikationen und Datenbanken; Computersoftware für die Kommunikation mit Benutzern von Taschencomputern; Computersoftware für die Nachrichtenübermittlung über Fax, E-Mail, Voice-Mail oder über das Internet; Computersoftware für die Übermittlung von Fotografien auf Mobiltelefone; Computersoftware für die Überwachung und Verwaltung von Zugangsserverapplikationen; Computersoftware für die Überwachung von Selbstbedienungsterminals; Computersoftware für die Verarbeitung von digitalen Bildern; Computersoftware für die Verarbeitung von digitalen Musikdateien; Computersoftware für die Verbesserung der audiovisuellen Funktionen von Multimediaanwendungen; Computersoftware für die Verwaltung von lokalen Netzwerken; Computersoftware für die Verwendung im Bereich Telekommunikation zur Bereitstellung elektronischer Übertragung von Dokumenten und Faxübertragung; Computersoftware für Geschäftszwecke; Computersoftware für globale Positionierungssysteme (GPS); Computersoftware für kabellose Netzwerkcommunication; Computersoftware für rechnerunterstützte Konstruktion (CAD) und rechnerunterstützte Fertigung (CAM); Computersoftware für rechnerunterstützte Konstruktion und rechnerunterstützte Fertigung; Computersoftware für Spielhallengeräte und -spiele; Computersoftware und Computersoftware für die Verbindung zu Datenbanken, Computernetzen, weltweiten Computernetzen und zum Internet; Computersoftware, welche die Verbindung zu Datenbanken, Computernetzwerken und zum Internet ermöglichen; Computersoftware für die Herstellung von Verbindungen zu Datenbanken und zum Internet; Computersoftware zum Bearbeiten von Bildern, Grafiken und Text; Computersoftware zum Erstellen von durchsuchbaren Datenbanken; Computersoftware zum Kreieren und Bearbeiten von Musik und Klängen; Computersoftware zum Organisieren und Betrachten von digitalen Bildern und Fotografien; Computersoftware zum Programmieren von Faxgeräten; Computersoftware zum Synchronisieren von Daten zwischen Handgeräten oder tragbaren Computern und Hostcomputern; Computersoftware zur Bereitstellung des Mehrfachnutzerzugangs zu einem weltweiten Computerinformationsnetz; Computersoftware zur Daten- und Dokumentenerfassung, -übertragung, -speicherung und -indexierung; Computersoftware zur Erstellung und Gestaltung von Websites; Computersoftware zur Erstellung von Firewalls; Computersoftware zur Konvertierung von Dokumentbildern in elektronische Formate; Computersoftware zur Übertragung von Ton- und Videonachrichten; Computersoftware zur Unterstützung des Lauflassens paralleler Anwendungen und der Ausführung paralleler Rechenvorgänge; Computersoftware zur 2D-oder 3D-Simulation in der Konzeption und Entwicklung von Industrieerzeugnissen; Computersoftwareplattformen; Computersoftwareprodukte; Computersoftwareprogramme für das Datenbankmanagement; E-Mail-Sicherheitssoftware; Gratissoftware (Freeware); Gruppen-Software; herunterladbare Computerprogramme; herunterladbare Computersicherheitssoftware; herunterladbare Software für Instant Messaging und elektronische Post; herunterladbare Software-Anwendungen für Computer; Scan-Software; Software für Computer; Software für Computernavigationssysteme; Software für das Desktop-Publishing; Software für die Computertelefonie; Software für die Verarbeitung von digitalen Bildern; Software für elektronische Spiele; Software für GPS-Navigationssysteme; Software für grafische Benutzeroberflächen; Software für Virtual Reality-Spiele; Software zum Gewährleisten der Sicherheit von elektronischer Post; Software zum Komponieren von Musik; Software zum Schutz der Privatsphäre; Software zum Verarbeiten von Bildern, Grafik und Text; Software zur Entwicklung von Websites; Software zur Erstellung und Umwandlung von PDF-Dateien; Software zur Herstellung, Erleichterung und Verwaltung des Fernzugriffs zu und zur Kommunikation mit LAN-Netzen und globalen Netzen; Software zur Suche und Abfrage von Informationen in einem Computernetz; Texterkennungssoftware (Software für die optische Zeichenerkennung).

6. Bei den angefochtenen Computerserver sowie der Computersoftware der Widerspruchsmarke handelt es sich um Waren, die eng zusammengehören, indem sie sich gegenseitig zu einem funktionsfähigen Produkt ergänzen und oft als Einheit verkauft werden können. Abnehmerkreise und Vertriebsstätten sind oft

dieselben. Praxisgemäss wird denn auch die Gleichartigkeit bejaht (vgl. BVGer B-758/2007, E. 5.1 – G-mode // GMODE).

7. Die angefochtenen *Telekommunikationsapparate einschliesslich Modems, welche die Verbindung zu Datenbanken und zum Internet ermöglichen; Telekommunikationsgeräte einschliesslich Modems für die Verbindung zu Datenbanken, Computernetzen, weltweiten Computernetzen und zum Internet; Telekommunikationsgeräte einschliesslich Modems, welche die Verbindung zu Datenbanken, Computernetzwerken und zum Internet ermöglichen; Telekommunikationsgeräte für die Herstellung von Verbindungen zu Datenbanken und zum Internet; elektronische Telekommunikationsgeräte* sind praxisgemäss gleichartig zu *Telekommunikation* der Widerspruchsmarke 2. Es ist institutsnotorisch, dass Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen auch Telekommunikationsgeräte verkaufen. Die Vertriebskanäle sind gleich. Gemäss Nizza-Klassifikation dienen die Dienstleistungen der Klasse 38 insbesondere dazu, dass Personen miteinander durch ein sinnesmässig wahrnehmbares Mittel in Verbindung treten können (vgl. hierzu auch die erläuternden Anmerkungen zu den einzelnen Klassen, auf www.dpma.de/docs/marken/klassifikation_nizza/ncl12-2024_klassentitel_anmerkungen.pdf). Bei der Dienstleistung der Klasse 38 geht es also insbesondere darum, die Infrastruktur zur Verfügung zu stellen, damit eine Person über ihr Kommunikationsgerät (Telefon, Computer etc.) mit einer anderen Person kommunizieren kann. Für die Nutzung von Telekommunikationsdienstleistungen sind denn auch entsprechende Apparate notwendig. Die Zweckbestimmung der Telekommunikationsgeräte wie auch der Telekommunikationsdienstleistung sind somit gleich. Der erforderliche sachlogische Zusammenhang ist gegeben (vgl. RKGE in sic! 2002,103 - Celphone [fig.] / Celcom). Aus der Sicht des Publikums dürfte es auf der Hand liegen, dass in der Produktion von Telekommunikationsgeräten wie Telefonapparaten tätige Unternehmen ihr diesbezügliches fabrikationsspezifische Know-how auch in Telekommunikationsdienstleistungen einfließen lassen, welche von ihnen selbst oder von mit ihnen verbundenen Unternehmen angeboten werden. Das Gleiche gilt auch in Bezug auf die angefochtene Ware *lokale Netzwerke*. Die Gleichartigkeit zu den angefochtenen Waren der Klasse 9 ist daher zu bejahen.
8. Hingegen sind die angefochtenen Waren *auf Computermedien gespeicherte elektronische Datenbanken; auf Computermedien gespeicherte elektronische Publikationen; herunterladbare Grafiken für Mobiltelefone; herunterladbare Klingeltöne und Grafiken für Mobiltelefone; herunterladbare Musik; herunterladbare musikalische Tonaufnahmen; herunterladbare Podcasts; herunterladbare Video- und Audiodateien; herunterladbare Videoaufnahmen; herunterladbare Videoaufnahmen mit Musik; Musikaufzeichnungen; Musikdateien zum Herunterladen, auf magnetischen Datenträgern gespeicherte Schriftarten* nicht gleichartig zu den Waren der Widerspruchsmarke 1 in Klasse 9. Bei den angefochtenen Waren handelt es sich um sogenannte Inhaltswaren, also um die elektronische Version von Verlagserzeugnissen. Die alleinige Tatsache, dass die von der Widerspruchsmarke 1 beanspruchte Software u.a. zum Hochladen und Versenden von elektronischen Medien dient, bewirkt noch keine markenrechtlich relevante Gleichartigkeit. Diese konkurrierenden Waren werden von unterschiedlichen Herstellern angeboten und das zu deren Herstellung benötigte fachtechnische Know-how ist zudem unterschiedlich. Auch im Verhältnis zu den weiteren von den Widerspruchsmarken 1 und 2 beanspruchten Dienstleistungen ist keine Gleichartigkeit auszumachen.

Angefochtene Dienstleistungen in Klasse 35

9. Die Widerspruchsmarke beansprucht den Oberbegriff *Werbung*. Dieser Begriff umfasst die angefochtenen Dienstleistungen *Analyse von Reaktionen auf Werbung; Aussenwerbung; Bannerwerbung; Beratung auf dem Gebiet des Marketing; Beratung in Bezug auf Kommunikationsstrategien in der Werbung; Beratung in Bezug auf Marketing; Bereitstellung und Vermietung von Werbeflächen und Aussenwerbeflächen; Direktmarketing; Event-Marketing; Fernsehwerbung; Markenpositionierung (Marketing); Marketing; Marketing für Waren; Marketing im Rahmen des Software-Publishing; Marketingberatung; Marketingberatung für Unternehmen; Online-Werbung; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Online-Werbung und -Marketing; Pay-per-Click-Werbung; Plakatwerbung; Rundfunkwerbung; Werbe- und Marketingberatung; Werbung; Werbung für Dritte; Werbung im Internet; Werbung über das Internet; Werbung via Fernsehen, Rundfunk oder Post; Werbung via Mobiltelefonnetze; Zielmarketing; Zusammenstellung von Informationsverzeichnissen für Geschäfts- und Werbezwecke; Zusammenstellung von Listen für Direktwerbung*, die alle dem Bereich Werbung zugeordnet werden können. Es besteht somit Dienstleistungsgleichheit bzw. hochgradige Gleichartigkeit.

10. Der Oberbegriff *Büroarbeiten* der Widerspruchsmarke umfasst administrative Tätigkeiten wie die angefochtenen Dienstleistungen *Administrative Dienstleistungen; administrative Verarbeitung von computergestützten Kaufaufträgen; administrative Verarbeitung von Kaufaufträgen per Telefon oder Computer; Aktualisierung und Pflege von Daten in Computer-Datenbanken; Ausschreiben von Arbeitsplätzen; Dateienverwaltung mittels Computer; Datenrecherchen für Dritte in Computerdateien; Datenverarbeitungsdienste; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Zusammenstellung von Mailing-Listen; Zusammenstellung von Statistiken und Informationen in Geschäftsangelegenheiten*. Diesbezüglich ist von Identität auszugehen.
11. Die Dienstleistung *Geschäftsführung* der Widerspruchsmarke umfasst bzw. ist hochgradig gleichartig mit den weiter angefochtenen Dienstleistungen *Beratung auf dem Gebiet der Unternehmensakquisitionen; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Bereitstellung von Geschäftsinformationen über eine Web-Site; Vermittlung von Kontaktinformationen in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Verträgen für Dritte; Vermittlungsdienste in Geschäftsangelegenheiten*.
12. Die angefochtene Dienstleistung *Bereitstellen eines Online-Marktplatzes für Käufer und Verkäufer von Waren und Dienstleistungen* ist gleichartig zu Werbung der Widerspruchsmarke 2. Letztere Dienstleistung umfasst auch die Detailhandelsdienstleistungen, die gemäss Praxis eine besondere Form der Warenpromotion sind (vgl. BVGer B-2711/2016, E. 4 – THE BODY SHOP, THE BODY SHOP (fig.) / THEFACESHOP (fig.)). Der Detailhandel, angeboten über das Internet, weist klare Überschneidungen mit der *Bereitstellung eines Online-Marktplatzes* auf. Mit beiden konkurrierenden Dienstleistungen wird den Verbraucher Ansicht und Erwerb von Waren erleichtert. Somit liegen klare Überschneidungen in der Art und der Zweckbestimmung dieser konkurrierenden Dienstleistungen vor. Zudem ist für das Erbringen dieser Dienstleistungen ein ähnliches Fachwissen nötig. Weiter bestehen auch Überschneidungen bei den Abnehmerkreisen.

Angefochtene Dienstleistungen in Klasse 38

13. Die Widerspruchsmarke 2 beansprucht in Klasse 38 u.a. den breiten Oberbegriff *Telekommunikation*. Telekommunikation gemäss Nizza-Klassifikation umfasst Dienstleistungen, die es zumindest einer Person ermöglichen, mit einer anderen durch ein sinnesmässig wahrnehmbares Mittel in Verbindung zu treten. Die Dienstleistungen der Kl. 38 betreffen somit den technischen Aspekt der Übertragung (vgl. Richtlinien, Teil 2 Ziff. 4.11 mit Verweis auf BGer in sic! 2004, 400 – DISCOVERY TRAVEL & ADVENTURE CHANNEL). Sämtliche von der angefochtenen Marke beanspruchten Dienstleistungen fallen unter die breite Formulierung Telekommunikation. Es besteht demnach Dienstleistungsgleichheit.

Angefochtene Dienstleistungen in Klasse 42

14. Die angefochtene Marke beansprucht in Klasse 42 insbesondere unterschiedliche *Computersoftwaredienstleistungen*. Sowohl das *Zur Verfügung stellen des Gebrauchs von Software (online)* wie auch das *Vermieten und kostenloses Vermitteln von Zugriffszeit auf Datennetzwerken* der Widerspruchsmarken 1 und 2 sind Informatikdienstleistungen. Im Verhältnis zu den angefochtenen Dienstleistungen *Aktualisieren, Entwerfen und Vermieten von Software; Aktualisieren und Warten von Computersoftware; Aktualisieren von Computer-Software; Aktualisieren von Computersoftware bezüglich Computersicherheit und Prävention von Computerrisiken; Aktualisierung von Computerprogrammen; Beratung auf dem Gebiet der Informationstechnologie (IT); Beratung auf dem Gebiet der Telekommunikationstechnologie; Beratung auf dem Gebiet des Softwaredesigns; Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen; Bereitstellung von Informationen für Computersoftwareentwicklung; Bereitstellung von Informationen im Bereich Produktentwicklung; Bereitstellung von Informationen im Bereich Softwaredesign; Cloud-Computing; Computer- und Computersoftwarevermietung; Computerprogrammierung und Softwareentwicklung; Computerprogrammierungsberatung; Computersoftwareberatung; Computersoftwaredesign und -entwicklung; Computersoftwareentwicklung; Computersoftwareinstallation und -wartung; Computersystemanalysen; Computersystemintegration; Design, Pflege und Aktualisierung von Computersoftware; Design, Pflege und Update von Computersoftware; Design, Pflege, Vermietung und Aktualisierung von Computersoftware; Design und Vermietung von Software; Design von Computer-Software; Entwerfen und Entwickeln von Computerprogrammen für die Datenverarbeitung; Entwerfen von Computerprogrammen; Entwerfen, Warten und Aktualisieren von Computersoftware; Entwicklung, Programmierung und Verleih von Datenverarbeitungsprogrammen; Entwicklung und Aktualisierung von Computersoftware; Entwurf und Entwicklung von Software; Erstellung von Computerprogrammen; Gestaltung von Computersoftware, -*

firmware, -hardware und Computersystemen; Gestaltung von Homepages und Internetseiten; Gestaltung von Internetseiten; Programmieren von Software für Internet-Portalen, Chat-Rooms, Chat-Lines und Internetforen; Programmierung; Programmierung von Software für Internet-Plattformen; Software as a Service (SaaS); Softwareengineering; Softwareentwicklung; Verschlüsseln und Entschlüsseln von Daten bestehen klare Überschneidungen im erforderlichen Know-how, das zur Erbringung dieser konkurrierenden Dienstleistungen nötig ist. Im Übrigen werden die konkurrierenden Dienstleistungen regelässig von den gleichen Anbietern erbracht, so dass die Abnehmer diese Dienstleistungen als sinnvolles Leistungspaket wahrnehmen.

15. Weiter beansprucht die angefochtene Marke mit *Hosting von Blogs; Hosting von computerisierten Daten, Dateien, Anwendungen und Informationen; Hosting von Computersoftwareanwendungen Dritter; Hosting von Plattformen im Internet* verschiedene Hostingdienstleistungen. Das Hosting bezeichnet eine Dienstleistung, die darin besteht, dem Nutzer bestimmte das Internet betreffende Leistungen anzubieten (vgl. Definition in Duden Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 23.01.2024). Die Dienstleistungen *Zur Verfügung stellen des Gebrauchs von Software (online)* wie auch das *Vermieten und kostenloses Vermitteln von Zugriffszeit auf Datennetzwerken* der Widerspruchsmarken 1 und 2 stehen dabei in einem Ergänzungsverhältnis zu den Hostingdienstleistungen der angefochtenen Marke. Entsprechend werden die angesprochenen Abnehmerkreise von einem sinnvollen Leistungspaket ausgehen. Die Gleichartigkeit ist demnach zu bejahen.
16. Die angefochtene Marke beansprucht weiter die Dienstleistungen *Aktualisieren von Internetseiten; Aktualisieren von Webseiten; Aktualisieren und Design von Webseiten, Design von Web-Portalen*. Diese Dienstleistungen sind gleichartig zu *Zur Verfügung stellen des Gebrauchs von Software (online)* die das *Hochladen, Senden, Zeigen, Darstellen, Markieren, Erstellen von Blogs, den Zugriff oder anderweitige Bereitstellung von elektronischen Medien oder Informationen über das Internet oder andere Kommunikationsnetzwerke ermöglicht* der Widerspruchsmarke 1. Dabei fällt unter die Formulierung *Zur Verfügung stellen des Gebrauchs von Software (online)* [...] oder *anderweitige Bereitstellung von elektronischen Medien [...]* auch Software zur Bearbeitung von Webseiten. Diese konkurrierenden Dienstleistungen werden regelmässig von den gleichen Dienstleistungserbringer angeboten (vgl. z.B.: <https://bermuda-software.ch>, abgerufen am 24.01.2024), sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und deren Erbringung erfordert ein ähnliches fachtechnisches Know-how.
17. Weiter angefochten sind die Dienstleistungen *Grafikdesign; Grafikerdienstleistungen; computerunterstützte Dienstleistungen eines Grafikdesigners*. Zwischen *Werbung* (Kl. 35) der Widerspruchsmarke 2 und den angefochtenen *Grafikdienstleistungen* (Kl. 42) besteht ebenfalls Gleichartigkeit. In der Werbung sind neben den Texten insbesondere die Dienstleistungen eines Grafikers zur Gestaltung u.a von Firmenlogos oder Werbeauftritten gefragt. Die beiden Dienstleistungen werden regelmässig durch die gleichen Agenturen angeboten und sie richten sich an die gleichen Abnehmer. Zudem ist für deren Erbringung ein ähnliches Know-how erforderlich (vgl. RKGE MA-WI 02/02 [11.12.2002], E. 5b - VISART / VISARTE).
18. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Waren- und Dienstleistungsgleichheit bzw. teils starke Gleichartigkeit mit Ausnahme der Waren *auf Computermedien gespeicherte elektronische Datenbanken; auf Computermedien gespeicherte elektronische Publikationen; herunterladbare Grafiken für Mobiltelefone; herunterladbare Klingeltöne und Grafiken für Mobiltelefone; herunterladbare Musik; herunterladbare musikalische Tonaufnahmen; herunterladbare Podcasts; herunterladbare Video- und Audiodateien; herunterladbare Videoaufnahmen; herunterladbare Videoaufnahmen mit Musik; Musikaufzeichnungen; Musikdateien zum Herunterladen (Klasse 9)* bejaht wird. Weil die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG kumulativ Produktgleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit den vorgenannten Waren bereits wegen fehlender Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren bzw. -dienstleistungen ist von Gleichheit respektive Gleichartigkeit auszugehen und nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

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 resp. Dienstleistungen 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, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).

2. In casu stehen sich die Wortmarke "FACEBOOK" (Widerspruchsmarken 1 und 2) und die kombinierte Wort-/Bildmarke "SYNBOOK ((fig.))" (angefochtene Marke) gegenüber. Die Frage, ob bei aus Wort- und Bildelementen kombinierten Marken der Wort- oder der Bildbestandteil dominierend oder ausschlaggebend ist, muss von Fall zu Fall entschieden werden. Letztlich ausschlaggebend für die Beurteilung ist der Gesamteindruck. Schematische Regeln sind abzulehnen, und weder dem Wort- noch dem Bildelement kommt vermutungsweise ein Vorrang zu. Ausschlaggebend ist vielmehr immer die Kennzeichnungskraft der einzelnen Elemente. Besteht der Bildbestandteil allerdings bloss aus untergeordnetem, figurativem Beiwerk, so kann er vernachlässigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.3). Bei der angefochtenen Marke besteht das figurative Element aus der Kombination von zwei auf der Spitze stehenden Quadraten, wobei die Quadrate sich überlappen.
3. Die widersprechende Partei geht davon aus, dass es sich beim figurativen Element und eine marginale grafische Ausgestaltung der Buchstaben "O" handle, die vernachlässigbar sei. Entsprechend führt die widersprechende Partei den Zeichenvergleich zwischen den Zeichen FACEBOOK und SYNBOOK durch.
4. Das Institut kann sich dieser Auffassung nicht vollumfänglich anschliessen. Gestützt auf die Erfassung der jüngeren Marke durch das Institut als "SYNBOOK", der ein rein administrativer Akt darstellt, können keine Rückschlüsse auf die Lesart der streitgegenständlichen Marke gezogen werden. Dies, weil die Erfassung einer Markenmeldung im Informatiksystem des Instituts von rein technisch-administrativer Natur ist. Sie sagt weder etwas über den Schutzzumfang aus, noch lassen sich daraus Hinweise betreffend das Zeichenverständnis ableiten. Massgebend für die Wahrnehmung eines Zeichens bzw. für den Zeichenvergleich ist einzig der Registereintrag (vgl. Richtlinien, Teil 2, Ziff. 3.2.2 und Teil 6, Ziff. 6.3). Entscheidend ist somit die Wiedergabe der Marken, wie sie aus dem Register hervorgeht.
5. Die figurative Gestaltung macht ca. ein Drittel des angefochtenen Zeichens aus. Aufgrund der Grösse wird dieses Element auf den ersten Blick wahrgenommen und vermag den Gesamteindruck der jüngeren Marke wesentlich zu bestimmen. Dementsprechend kann dieses Element im nachfolgenden Zeichenvergleich, entgegen der Auffassung der widersprechenden Partei, nicht vernachlässigt werden.
6. Das angefochtene Zeichen setzt sich aus den Buchstaben S-Y-N-B-K sowie zwei auf der Spitze und sich überlappenden Quadraten zusammen. Diese Buchstabenfolge in Kombination mit den zwei Quadraten ergibt als Ganzes zwar keinen Sinn. Hingegen versuchen die Abnehmer in der Regel einem Zeichen gewöhnlich einen Sinngehalt beizumessen (vgl. u.a. BVGer B-7524/2016, E. 7.2 – DIADORA / Dador Dry Waterwear (fig.)). Aufgrund der Buchstabenfolge SYNB sowie dem Endbuchstaben K sowie der Tatsache, dass diese dicht hintereinanderstehen und die Kombination der Quadrate in etwa gleich viel Platz einnehmen wie zwei O, wird zumindest ein Teil der Abnehmer die jüngere Marke als SYNBOOK lesen.
7. Der Gesamteindruck von Wortelelementen wird durch den Klang, das Schriftbild und den Sinngehalt bestimmt, wobei gemäss Rechtsprechung eine Ähnlichkeit auf einer dieser Ebenen in der Regel genügt, um eine Verwechselbarkeit der Vergleichszeichen anzunehmen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1; BGer in sic! 2008, 295 – *sergio rossi [fig.] et al., Miss Rossi / Rossi [fig.]*). Die Widerspruchsmarke setzt sich aus acht Buchstaben zusammen. Demgegenüber besteht das angefochtene Zeichen aus fünf Buchstaben sowie dem figurativen Element, zwei auf der Spitze stehenden Quadraten. Vom Schriftbild her stimmen die Konfliktzeichen einzig in den Buchstaben B und K überein, die in beiden Zeichen an viertletzter und letzter Stelle stehen. Der besonders prägende Zeichenanfang ist mit den sich gegenüberstehenden Buchstaben FACE und SYN komplett verschieden. Zwar nehmen die beiden Quadrate der jüngeren Marke und die zwei Buchstaben O des älteren Zeichens in der Breite etwa gleich viel Platz ein. Im Gesamteindruck weisen die im Konflikt stehenden Zeichen aufgrund der beiden Zeichen gemeinsamen Buchstaben B und K, die an derselben Stelle stehen, einzig eine schwache Ähnlichkeit im Schriftbild auf.
8. Die Widerspruchsmarke setzt sich aus zwei Silben zusammen (feis-buk). Entgegen den Ausführungen der widersprechenden Partei ist nicht auf Anhieb klar, wie das jüngere Zeichen ausgesprochen wird. Abnehmer, die in den bei Quadraten einzig ein gestalterisches Element erkennen, werden die

angefochtene Marke wie folg aussprechen: SIN-BE-KA bzw. SINB-KA. Bei dieser Aussprache des jüngeren Zeichens sind keine klanglichen Ähnlichkeiten zur Widerspruchsmarke feststellbar.

9. Abnehmer, welche die Quadrate als grafisch gestaltete Buchstaben O wahrnehmen, werden die angefochtene Marke in die Silben *sn-buk* aufteilen und entsprechend aussprechen. In letzterem Fall stimmen die Vergleichszeichen in der zweiten Silbe überein. Je nach Wahrnehmung des angefochtenen Zeichens sind somit keine klanglichen Ähnlichkeiten auszumachen oder es besteht eine klangliche Übereinstimmung in der zweiten Silbe.
10. Da der durchschnittliche Markenadressat unwillkürlich auch gedanklich verarbeitet, was er hört und liest, kann für den Gesamteindruck einer Marke 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 ein Wortzeichen einen derartigen Sinngehalt auf, der sich im anderen Zeichen nicht wiederfindet, so ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sich das Publikum durch einen ähnlichen Klang oder ein ähnliches Schriftbild täuschen lässt (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1 m.w.H.).
11. Der Widerspruchsmarke kommt auf Deutsch die Bedeutung "Gesicht Buch" zu. Dem angefochtenen Zeichen als Ganzes kann demgegenüber kein Sinngehalt entnommen werden. Einzelne Abnehmer werden die erste Silbe "syn" als Präfix mit der Bedeutung *zusammen, mit* (vgl. Duden Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 25.10.2024) verstehen. Für den Fall, dass die beiden Quadrate als grafisch gestaltete Buchstaben "O" wahrgenommen werden, können einzelne Abnehmer im angefochtenen Zeichen den Sinngehalt "Zusammen-/mit-book" (=Buch) erkennen. Bei dieser Lesart bestehen somit Übereinstimmungen auf sinngehaltlicher Ebene.
12. Ob die festgestellten Ähnlichkeiten ausreichen, um eine Verwechslungsgefahr zu begründen, gilt es nachfolgend zu prüfen.

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 (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
2. Im Weiteren ist auch von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren und -dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln» des täglichen Bedarfs mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen zu rechnen ist als bei Spezialprodukte, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
3. Die Waren und Dienstleistungen aus den Bereichen Software, Telekommunikation und Internet richten sich grundsätzlich sowohl an Spezialisten als auch an den Durchschnittskonsumenten. Die in casu von den Widerspruchsmarken beanspruchten Waren und Dienstleistungen stehen hingegen in engem Zusammenhang mit der Verwendung in sozialen Netzwerken. Für diese Produkte steht der Durchschnittskonsument im Vordergrund, der diese mit höchstens durchschnittlicher Aufmerksamkeit in Anspruch nehmen wird. Das BVGer ging im Entscheid B-681/2016, E. 6 – FACEBOOK / StressBook gar von geringer Aufmerksamkeit aus. Demgegenüber wird bei Dienstleistungen in Klasse 35 von einem erhöhten Aufmerksamkeitsgrad ausgegangen, weil die Abnehmer in diesem Bereich Kosten und Nutzen des Vertragsverhältnisses regelmässig überprüfen und dem Abschluss entsprechender Verträge i.d.R. eine aufmerksame Abklärung unterschiedlicher Kriterien vorausgeht (BGer in sic! 2022, 34, E. 6.6.1 – Telco Holding / Tell et al.).
4. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon

bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7). Die widersprechende Partei macht geltend, dass die Widerspruchsmarken aufgrund ihrer grossen Bekanntheit über eine signifikant erhöhte Kennzeichnungskraft verfügen würden (Widerspruchsschrift, Rz. 21 ff.). Das Bundesverwaltungsgericht ging im Entscheid B-681/2016, E. 9.1.2 – FACEBOOK / StressBook, der dieselben Widerspruchsmarken betraf, davon aus, dass es sich bei den Widerspruchsmarken für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen um bekannte Marken handle, denen grundsätzlich eine erhöhte Kennzeichnungskraft zukomme. Das Institut sieht keine Veranlassung, dass die Beurteilung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarken im heutigen Zeitpunkt anders ausfallen müsste als zum Zeitpunkt der Fällung des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts am 23.01.2018. Dies nicht zuletzt, weil die beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen engen Bezug zur Verwendung in sozialen Netzwerken aufweisen, für welche die Widerspruchsmarken eine institutsnotorisch grosse Bekanntheit aufweisen.

5. Trotz des bestehenden erhöhten Schutzzumfangs der Widerspruchsmarken und der durch die teilweise Waren- und Dienstleistungsgleichheit geforderten grösseren Zeichenabstands, hält das angefochtene Zeichen den markenrechtlich gebotenen Zeichenabstand ein. Die im Konflikt stehenden Zeichen unterscheiden sich am besonders prägenden Zeichenanfang auf schriftbildlicher, klanglicher und sinngeltlicher Ebene klar. Währenddem in BVGer B-681/2016, E. 9.1.2 – FACEBOOK / StressBook die konkurrierenden ersten Silben auf dem gleichen Zischlaut endeten, ist dies in casu nicht der Fall. Weiter weisen die Konfliktzeichen auch am Ende gewichtige Differenzen auf. Das figurative Element der angefochtenen Marke hebt sich schriftbildlich klar von den beiden Buchstaben O der älteren Marke ab. Trotz der Übereinstimmung in den Buchstaben B und K ist keine klangliche Ähnlichkeit auszumachen, da das zweite Zeichenelement der angefochtenen Marke mit dem figurativen Element nicht ausgesprochen werden kann. Einzig für den Fall, dass die Abnehmer die Kombination der zwei sich überlagernden Quadrate als Buchstaben O lesen, ist klanglich eine Übereinstimmung in der zweiten Silbe zwischen den Zeichen auszumachen. Hierbei gilt es aber zu bedenken, dass die von den konkurrierenden Marken beanspruchten Waren und Dienstleistungen in den Klassen 9, 35, 38 und 42 nicht mündlich bestellt bzw. erworben werden. Der Erwerb bzw. der Gebrauch der Softwareprodukte bzw. die Inanspruchnahme der Dienstleistungen im Bereich der Social Media geschieht denn auch fast ausschliesslich über das Internet. Schliesslich weisen die im Konflikt stehenden Zeichen auch nicht die gleiche Struktur auf wie es in BVGer B-681/2016, E. 9.1.2 – FACEBOOK / StressBook der Fall war: während dort je eine einsilbige Sachbezeichnung (Face / Stress) ohne Leerschlag mit dem Begriff BOOK kombiniert war, ist das erste Element "syn" der angefochtenen Marke kein Substantiv, das zudem nicht mit dem Begriff BOOK kombiniert wird.
6. Entscheidend ist denn auch in casu, dass das angefochtene Zeichen einen anderen Gesamteindruck erweckt als die Widerspruchsmarken. An dieser Einschätzung vermag auch die für meisten Waren und Dienstleistungen geltende erhöhte Verkehrsbekanntheit der Widerspruchsmarken nichts zu ändern. Auch unter Berücksichtigung des teilweisen Waren- und Dienstleistungsgleichheit und der teils reduzierten Aufmerksamkeit der Abnehmer ist das Bestehen einer Verwechslungsgefahr somit zu verneinen. Der Widerspruch in den Verfahren Nr. 100736 und 100737 wird daher abgewiesen

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühren verbleiben dem Institut (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
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). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Hat die widerspruchsgegnerische Partei keine Stellungnahme eingereicht und sich auch sonst nicht aktiv am Verfahren beteiligt, wird ihr auch im Falle des Obsiegens keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen. Die widerspruchsgegnerische

Partei hat keine Stellungnahme eingereicht. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es werden deshalb keine Parteikosten gesprochen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Die Widerspruchsverfahren Nr. 100736 und 100737 werden in einem Verfahren vereinigt.
2.
Der Widerspruch in den vereinigten Verfahren Nr. 100736 und 100737 wird abgewiesen.
3.
Die Widerspruchsgebühren von CHF 1'600.00 verbleiben dem Institut.
4.
Es werden keine Parteikosten gesprochen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 14. Februar 2024

Freundliche Grüsse



Marc Burki

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 9023 St. Gallen, Beschwerde geführt werden. Die Beschwerdefrist ist eingehalten, wenn die Beschwerde spätestens am letzten Tag der Frist beim Bundesverwaltungsgericht eingereicht oder zu dessen Händen der schweizerischen Post oder einer schweizerischen diplomatischen oder konsularischen Vertretung übergeben wird (Art. 21 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes [VwVG]). Die Rechtsschrift ist in einer schweizerischen Amtssprache abzufassen und 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. 52 Abs. 1 VwVG).