

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104272 in Sachen

Equestrian GmbH
Hinter Stöck 40
72406 Bisingen
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

Luchs & Partner AG
Patentanwälte
Schulhausstrasse 12
8002 Zürich

IR-Marke Nr. 1782472 - Königs

gegen

Koenigsmacha GmbH
Kienberger Allee 4
12529 Schönefeld
DE-Deutschland

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Niklas Jaksch
Seegüetli 8b
8846 Willerzell

CH-Marke Nr. 819402 - Koenigsmacha

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: IGE)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der Schweizer Marke Nr. 819402 - "Koenigsmacha" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 29.08.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen.

2. Am 29.11.2024 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1782472 "Königs" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die in der Schweiz u.a. für folgende Waren geschützt ist:

Klasse 25: Vêtements; articles chaussants; articles de chapellerie pour le sport et les loisirs; articles chaussants pour activités sportives et de loisirs; vêtements pour activités sportives et de loisirs.

4. Mit Verfügung vom 03.12.2024 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Nachdem sich die widerspruchsgegnerische Partei innert Frist nicht hatte vernehmen lassen, wurde die Verfahrensinstruktion mit Verfügung vom 15.01.2025 abgeschlossen.
6. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

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 IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 14.09.2023, unter Beanspruchung einer deutschen Priorität vom 16.08.2023 gemäss Art. 4 PVÜ (Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums, SR 0.232.04), im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke am 27.02.2024 hinterlegt. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin 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.

III. 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

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 in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen, unter www.ige.ch).

2. Die angefochtene Marke ist, soweit im vorliegenden Verfahren interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen.

3. Die Widerspruchsmarke geniesst u.a. Schutz für folgende Waren:

Klasse 25: Vêtements; articles chaussants; articles de chapellerie pour le sport et les loisirs; articles chaussants pour activités sportives et de loisirs; vêtements pour activités sportives et de loisirs.

4. Die angefochtenen Warenoberbegriffe "*Bekleidungsstücke, Schuhwaren*" entsprechen den französischen Oberbegriffen "*Vêtements; articles chaussants*" der Widerspruchsmarke, womit insoweit Warengleichheit besteht.

Die angefochtene Marke ist weiter für den Warenoberbegriff "*Kopfbedeckungen*" eingetragen. Die Widerspruchsmarke wird demgegenüber nicht für Kopfbedeckungen im Allgemeinen, sondern spezifisch für Kopfbedeckungen für Sport und Freizeit ("*articles de chapellerie pour le sport et les loisirs*") beansprucht. Soweit mit dem Oberbegriff der jüngeren Marke auch die spezifischen Hutwaren im Sport- und Freizeitbereich der Widerspruchsmarke beansprucht werden, besteht selbstredend Warengleichheit. Soweit die Widerspruchsgegnerin mit ihrem Oberbegriff Schutz für andere Hutwaren, etwa solche für den Business-Bereich oder Hutwaren für spezielle Anlässe, beansprucht, ist aufgrund der Berührungspunkte hinsichtlich des erforderlichen herstellungstechnischen Know-hows und der Vertriebskanäle jedenfalls von einer hohen Gleichartigkeit auszugehen (vgl. auch Bundesverwaltungsgericht [BVGer] B-1778/2019, B-1786/2019, E. 5.3.2 mit Hinweisen – *PYRAT / thePirate.com (fig.)*, *tP thePirate.com (fig.)*, abrufbar unter <http://www.bvger.ch>).

5. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit beziehungsweise (hochgradige) Gleichartigkeit sämtlicher angefochtenen Waren zu bejahen ist. Nachfolgend ist somit 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 beiden jeweils in Gross- und Kleinbuchstaben gehaltenen reinen Wortmarken "Königs" (Widerspruchsmarke) und "Koenigsmacha" (angefochtene Marke) gegenüber. Der Gesamteindruck von Wortzeichen 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.]*).
3. Die Widerspruchsmarke "Königs" wird beinahe unverändert in das jüngere Zeichen übernommen, wobei der einzige Unterschied darin besteht, dass der Umlaut "ö" durch die (in der deutschen Aussprache) klanglich identische Buchstabenfolge "o-e" ersetzt wird. Die Übernahme der Widerspruchsmarke führt unweigerlich zu einer Zeichenähnlichkeit auf der klang- und schriftbildlichen Ebene, welche durch den Umstand, dass das Widerspruchszeichen am besonders prägenden Anfang der angefochtenen Marke platziert ist, noch zusätzlich verstärkt wird (vgl. hierzu Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1).
4. 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. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass es bereits genügt, wenn in einer der vier Amtssprachen eine Verwechslungsgefahr droht bzw. e contrario, dass der Sinngehalt der konfligierenden Marken in allen Sprachregionen der Schweiz unmittelbar erkannt werden muss, um eine bestehende Zeichenähnlichkeit zu kompensieren (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1 mit Hinweisen).
5. Bei der Widerspruchsmarke handelt es sich um die Genitivform des deutschen Begriffs "König". Es handelt sich dabei insbesondere um einen Familiennamen, welcher alternativ sowohl als "Königs" als auch in der im jüngeren Zeichen mit Umlaut geschriebenen Form "Koenigs" verwendet wird (vgl. hierzu auch WIKIPEDIA Online-Enzyklopädie, unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Koenigs>, besucht am 23.04.2025).

Das im angefochtenen Zeichen zusätzlich beigefügte Wortelement "macha" kann als eine (mundartliche) Abwandlung des deutschen Begriffs "machen" oder "macher" verstanden werden. In letzterer Bedeutung könnte das Zeichen insgesamt als mundartliche Abwandlung des Begriffs "Königsmacher", im Sinne einer Person, welche (etwa dank ihrer eigenen einflussreichen Position) in der Lage ist, jemandem, einer politischen Gruppierung o. Ä. zur Macht zu verhelfen (vgl. Duden Online Wörterbuch, unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Koenigsmacher>, besucht am 23.04.2025), verstanden werden.

In Anbetracht dieser Feststellungen ist davon auszugehen, dass zwischen den Vergleichszeichen, soweit das Publikum im jüngeren Zeichen eine mundartliche Abwandlung des Begriffs "Königsmacher" erkennt, gewisse Abweichungen auf der Ebene des Sinngehalts bestehen. Allerdings ist diesbezüglich zu beachten, dass die Anforderungen an eine kompensierende Wirkung eines unterschiedlichen Sinngehalts gemäss gefestigter Rechtsprechung streng sind: Ein allfälliger Unterschied auf der Ebene des Sinngehalts vermag eine allfällige Ähnlichkeit der Klang- und Bildwirkung nicht schon dadurch zu kompensieren, dass die eine Marke einen Sinngehalt aufweist, welcher demjenigen der anderen Marke nicht entspricht. Die Wahrnehmung einer Marke muss vielmehr sofort und unwillkürlich eine Assoziation zu einem bestimmten Begriff derart bewirken, dass es dem Abnehmer nicht entgehen kann, wenn sich bei einer anderen Marke diese Assoziation nicht oder völlig anders einstellt. Das Bundesgericht verlangt, dass sich der betreffende Sinngehalt beim Hören und beim Lesen der Marke dem Bewusstsein geradezu *aufdrängt* (BGE 121 III 377, E. 2b – *BOSS / BOKS*). Letzteres muss zudem in allen Sprachregionen der Schweiz zutreffen. Es erscheint bereits fraglich, ob die deutschsprachigen Abnehmer im jüngeren Zeichen durchwegs eine mundartliche Version des Begriffs "Königsmacher" erkennen und ob ihnen die Bedeutung dieses Begriffs überhaupt geläufig ist. Beim nicht deutschsprachigen Publikum wird beides mehrheitlich nicht zutreffen, sodass es sich am ihm am ehesten vertrauten Begriff "König(s)" orientieren wird. Das Bewusstsein eines wesentlichen Teils des Publikums wird mithin nicht, wie gemäss Rechtsprechung erforderlich, von klar unterschiedlichen Gedankenassoziationen beherrscht, welche die festgestellte, starke Ähnlichkeit der konfligierenden Zeichen im Schrift- und Klangbild zu kompensieren vermögen.

6. Wird eine ältere Marke oder einer ihrer kennzeichnungskräftigen und im Gesamteindruck als selbstständiges Element wahrgenommenen Bestandteile in ein jüngeres Zeichen übernommen, kann eine Zeichenähnlichkeit nur dann verneint werden, wenn das übernommene Zeichen derart mit der neuen Marke verschmolzen wird, dass es seine Individualität verliert, mithin im jüngeren Zeichen nicht mehr als selbstständiges Element erscheint (vgl. BVGer B-4612/2019, E. 6.1 – *HANA / Hanalytics (fig.)*, BVGer B-6432/2019, E. 5.1 – *Giardino / giardino (fig.)*; Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3). Vorliegend erscheint ausschlaggebend, dass ein massgeblicher Teil der Abnehmerinnen und Abnehmer in der jüngeren Marke nach wie vor die übernommene Widerspruchsmarke zu erkennen vermag, sei es, weil sie im jüngeren Zeichen keine mundartliche Version des Begriffs "Königsmacher" erkennen oder weil ihnen die Bedeutung dieses Begriffs nicht geläufig ist. Für diesen Teil des Publikums wird die Widerspruchsmarke nicht zu einem neuen Begriff mit eigenständigem Sinngehalt verschmolzen, sondern bleibt, ergänzt durch das Fantasiezeichen "macha", im jüngeren Zeichen nach wie vor als selbstständiges Zeichenelement erkennbar. Die angefochtene Marke wird insoweit als zweiteiliges Zeichen, bestehend aus dem Familiennamen "Koenigs" resp. der Genitivform des Begriffs "Koenig" und dem unbekannten Begriff "macha" wahrgenommen.
7. Somit ist die Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr 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 von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren und -dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben resp. in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei "Massenartikeln des täglichen Bedarfs" mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. zum Ganzen Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Die hier massgeblichen Waren der Klasse 25 im Bereich der Bekleidung werden gemäss Rechtsprechung im Vergleich zu Massenartikeln des täglichen Gebrauchs tendenziell mit einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit nachgefragt, weil sie vor dem Kauf oft anprobiert werden (vgl. BVGer B-6732/2014, E. 5.2 – *CALIDA / CALYANA* und BVGer B-1342/2018, E. 6.2 – *APPLE / APPLE BOUTIQUE*).
3. 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).
4. Der Widerspruchsmarke "Königs" kann in der Bedeutung eines Familiennamens (vgl. zum Bedeutungsgehalt III. C. Ziff. 5 hiervor) in Verbindung mit den strittigen Waren kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Sie beschreibt weder die Eigenschaften, die Art oder Zweckbestimmung der beanspruchten Waren noch den Anbieter der Art nach. Zudem stellt dieses Zeichen keinen Qualitätshinweis und keine reklamehafte Anpreisung dar. Im Weiteren ist nicht erkennbar, dass das Zeichen im Geschäftsverkehr allgemein oder im Zusammenhang mit den hier massgeblichen Waren der Klasse 25 üblicherweise verwendet wird (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.3.1, 4.4). Die Widerspruchsmarke ist daher durchschnittlich kennzeichnungskräftig und weist einen normalen Schutzzumfang auf, zumal Familiennamen, mit wenigen Ausnahmen (etwa "Müller" für ein Getreideprodukt), per se herkunftshinweisend und damit kennzeichnungskräftig sind (vgl. BVGer B-3012/2012, E. 6.4.2.1 – *PALLAS*).

/// *Pallas Seminare (fig.)*; Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.4.2.7.6). Dem Begriff "Königs" kann aus der Sicht der massgeblichen Abnehmer in der Schweiz kein über seine Bedeutung als Familienname hinausreichender Sinngehalt beigemessen werden.

5. Die Vergleichszeichen werden mehrheitlich für gleiche und im Übrigen ausgeprägt gleichartige Waren beansprucht (III. B. Ziff. 4 f. hiavor), weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warennähe ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall: Die vollständige, unveränderte Übernahme einer älteren Marke ist nur in Ausnahmefällen zulässig. Eine solche Ausnahme setzt entweder voraus, dass der Sinngehalt des jüngeren Zeichens durch ein hinzugefügtes Element verändert wird oder dass die übernommene Widerspruchsmarke schwach ist und mit einem kennzeichnungskräftigen Bestandteil verbunden wird (vgl. diesbezüglich auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3). Bei den zu vergleichenden Zeichen trifft keine der aufgezeigten Ausnahmekonstellationen zu. Die angefochtene Marke erschöpft sich in der beinahe unveränderten (resp. klanglich identischen) Übernahme der normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke, welcher im jüngeren Zeichen mit dem Worтеlement "macha" ein für einen wesentlichen Teil des Publikums unbestimmtes Zeichenelement beigefügt wird, sodass sich diese Abnehmer in erster Linie am Zeichenelement "Koenigs" orientieren werden, welches zudem am besonders kennzeichnenden Anfang (vgl. hierzu BGE 122 III 388, E. 5a – *Kamillosan / Kamillan, Kamillon*) des jüngeren Zeichens positioniert ist. Der erforderliche Abstand der jüngeren Marke zur normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke ist daher nicht gewahrt. Dies gilt auch unter Berücksichtigung, dass die strittigen Waren mit einer zumindest leicht erhöhten Aufmerksamkeit ausgesucht resp. erworben werden, zumal die Anforderungen an das Differenzierungsvermögen der Verkehrskreise nicht überspannt werden dürfen, sondern auch insoweit auf das Erinnerungsbild abzustellen ist, welches oft verschwommen und unpräzise ist (vgl. Eugen MARBACH, Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Band III, Kennzeichenrecht, 2. Auflage, Basel 2009, N. 957). Eine Verwechslungsgefahr ist daher ohne weiteres zu bejahen. Soweit das Publikum, aufgrund des Umstands, dass im jüngeren Zeichen dem Familiennamen "Koenigs" mit "macha" ein weiteres Zeichenelement beigefügt wird, Unterschiede zwischen den Vergleichszeichen erkennt, besteht dennoch die Gefahr, dass es in Anbetracht der Warennähe falsche Zusammenhänge vermutet, sei dies im Sinne einer produktspezifischen Verwandtschaft oder aber hinsichtlich unternehmensspezifischer Allianzen und Verbindungen, oder im jüngeren Zeichen eine Variante der Widerspruchsmarke erkennt (sog. "mittelbare Verwechslungsgefahr"; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.4.2).
6. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104272 wird daher gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 819402 "Koenigsmacha" für sämtliche Waren der Klasse 25 widerrufen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (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 IGE 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 (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3). Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
3. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren vollständig durchgedrungen. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt, weshalb der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zuzusprechen ist. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei

die Widerspruchgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen. Die Parteientschädigung wird daher in Anwendung der obgenannten Kriterien auf CHF 2'000.00 (inklusive Widerspruchgebühr) festgesetzt.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104272 wird gutgeheissen.
2.
Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 819402 - "Koenigsmacha" wird für sämtliche Waren der Klasse 25 widerrufen.
3.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
4.
Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 24. April 2025

Freundliche Grüsse



Roland Hutmacher

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).