

## Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104265 in Sachen

Schilkin GmbH & Co. KG Berlin Spirituosenherstellung  
Alt-Kaulsdorf 1/11 Gutshof  
12621 Berlin  
DE-Deutschland

### Widersprechende Partei

vertreten durch

RENTSCH PARTNER AG  
Kirchenweg 8  
Postfach  
8034 Zürich

IR-Marke Nr. 1620789 - Luft ((fig.))



### gegen

LUF Schweiz GmbH  
Chaunt da Crusch 30  
7524 Zuoz

### Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Rechtsanwalt Dr. iur. Teddy S. Stojan  
ZL ZurichLawyers  
Riesbachstrasse 57  
Postfach  
8034 Zürich

CH-Marke Nr. 819146 - LUF

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. 819146 «LUF» (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 26.08.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist soweit hier interessierend für folgende Waren eingetragen:

*Klasse 33: Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere; alkoholische Präparate für die Zubereitung von Getränken.*

2. Am 26.11.2024 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke teilweise Widerspruch und beantragte deren Widerruf im unter Ziffer 1 genanntem Umfang.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1620789 «Luft ((fig.))» (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren geschützt ist:

*Klasse 33: Produits à boire alcoolisés (à l'exception de bières); spiritueux [produits à boire]; liqueurs.*

4. Mit Verfügung vom 28.11.2024 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert. In der Folge wurde die Frist bis zum 28.02.2025 erstreckt.
5. Mit Schreiben 28.02.2025 reichte die widerspruchsgegnerische Partei innert erstreckter Frist eine Stellungnahme ein. In der Stellungnahme erhob sie u.a. die vorsorgliche Einrede des Nichtgebrauchs der Widerspruchsmarke.
6. Mit Verfügung vom 03.03.2025 schloss das Institut die Verfahrensinstruktion ab.
7. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien 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 Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 07.07.2021 mit einer deutschen Priorität vom 19.02.2021 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke wurde am 21.08.2024 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. Gebrauch der Widerspruchsmarke

1. Gemäss Art. 12 Abs. 1 MSchG kann ein Markeninhaber sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, wenn er die Marke im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, während eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nach unbenütztem Ablauf der Widerspruchsfrist oder nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens nicht gebraucht hat, ausser wenn wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen.
2. Behauptet der Widerspruchsgegner den Nichtgebrauch der älteren Marke nach Art. 12 Abs. 1 MSchG, so hat der Widersprechende den Gebrauch seiner Marke während der letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 5.3.2, unter [www.ige.ch](http://www.ige.ch)) oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (Art. 32 MSchG).
3. Will der Widerspruchsgegner die Einrede des Nichtgebrauchs nach Art. 32 MSchG erheben, muss er dies in seiner ersten Stellungnahme tun (vgl. Art. 22 Abs. 3 MSchV).
4. Der Nichtgebrauch kann auch dann (vorsorglich) geltend gemacht werden, wenn die Karenzfrist noch nicht abgelaufen ist; läuft diese Frist dann im Verlauf des Verfahrens ab, ist es die Aufgabe des Instituts, den Gebrauch der Marke zu prüfen (vgl. BVGer B-6675/2016, GERFLOR, GERFLOR Theflooringroup / GEMFLOOR, bestätigt in BVGer B-1958/2022, F2 [fig.] / F2 [fig.]; vgl. hierzu Newsletter Marken und Design des Instituts 2024/03-04 vom 29.04.2024, <https://www.ige.ch/de/newsletter-2024/03-04-marken-und-designs>).
5. In ihrer ersten Stellungnahme vom 28.02.2025 hat die widerspruchsgegnerische Partei den Nichtgebrauch der Widerspruchsmarke gemäss Art. 32 MSchG i.V.m. Art. 22 Abs. 3 MSchV vorsorglich geltend gemacht. Die Karenzfrist im Sinne von Art. 12 Abs. 1 MSchG, welche die widersprechende Partei vor jeglichen Folgen des Nichtgebrauchs schützt, läuft in casu erst am 06.10.2027 ab (vgl. hierzu Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.2.1).
6. Da die Karenzfrist zum heutigen Zeitpunkt des Entscheides noch nicht abgelaufen ist, hat das Institut den Gebrauch der Widerspruchsmarke vorliegend nicht zu prüfen.

## C. 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, Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen). (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 1, Ziff. 4.3, unter [www.ige.ch](http://www.ige.ch)).
2. Die angefochtene Marke ist (soweit hier interessierend) in der Klasse 33 für folgende Waren eingetragen: *Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere; alkoholische Präparate für die Zubereitung von Getränken.*  
 Die Widerspruchsmarke ist in derselben Klasse für folgende Waren geschützt: *Produits à boire alcoolisés (à l'exception de bières); spiritueux [produits à boire]; liqueurs.*  
 Die Oberbegriffe *Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere* sowie *Produits à boire alcoolisés (à l'exception de bières)* sind offensichtlich identisch. Hierzu erübrigen sich weitergehende Ausführungen.

Die angefochtenen *alkoholische Präparate für die Zubereitung von Getränken* sind aufgrund ihrer Zweckbestimmung und des den Waren zugrundeliegenden Herstellungs-Know-hows sowie der üblichen Vertriebskanäle jedenfalls hochgradig gleichartig mit den diversen Alkoholika der Widerspruchsmarke (vgl. zu Letzterem z.B. Entscheid des Instituts im Widerspruchsverfahren Nr. 102705, III. B, Ziff. 4, EGOMEI (fig.) / EGO; Entscheid des Instituts im Widerspruchsverfahren Nr. 102883, III. B, Ziff. 3, Eckes / Ecke, jeweils abrufbar in der Prüfungshilfe des Instituts [in der Folge: Prüfungshilfe], unter <https://ph.ige.ch/ph>).

3. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit beziehungsweise hochgradige Gleichartigkeit zu bejahen ist. Nachfolgend ist somit die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

#### D. 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 kombinierte Wort-/Bildmarke «Luft ((fig.))» (Widerspruchsmarke) und die reine Wortmarke "LUF" (angefochtene Marke) gegenüber.
3. 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).
4. Die Widerspruchsmarke enthält grafische Elemente: Die Buchstaben des in Schwarz gehaltenen Begriffs «Luft» sind in einer altmodisch anmutenden Schrift, der sog. Fraktur-Schrift (vgl. z.B. <https://www.onlineprinters.de/magazin/frakturschrift/>, besucht am 19.05.2025), gehalten. Rechts und links davon sind jeweils drei graue, geschwungene, dekorative Linien angebracht. Das Zeichen wird von einem türkisfarbigen Rechteck umrandet, welches in der Mitte feine, blaue Streifen aufweist. Das Zeichen enthält denn auch den Farbanspruch «turquoise, noir, gris, bleu».
5. Diese grafischen Elemente sind eher minim und lassen die Wortelemente der Widerspruchsmarke nicht in den Hintergrund treten. Sie dürfen bei der Beurteilung des Gesamteindrucks jedoch nicht einfach ausgeblendet werden. Es ist aber davon auszugehen, dass sich das Publikum insbesondere im (mündlichen) Geschäftsverkehr vorwiegend am Wortelement orientieren wird.
6. Vergleicht man die Wortelemente, so stehen sich «Luft» und «LUF» gegenüber. Der Umstand, dass die Widerspruchsmarke in Gross- und Kleinbuchstaben, die angefochtene Marke demgegenüber lediglich in Grossbuchstaben gehalten ist, fällt kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht (vgl. BVGer B-4728/2014, E.5.3.1, WINSTON / Wilson), weil die Gross- und Kleinschreibung das Erinnerungsbild des Gesamteindrucks in der Regel nicht prägt (BVGer B-953/2013, E. 2, CIZELLO / SCIELO).
7. 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.]). 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. Weil Wortanfang und -ende besonders gut im Gedächtnis haften bleiben, kommt diesen Elementen bei der Beurteilung des Wortklangs und des Schriftbildes eine grössere Bedeutung zu als dazwischengeschobenen Silben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1).

8. Die widersprechende Partei führt hierzu aus, dass das Worтеlement der Widerspruchsmarke integral, bis auf den letzten Buchstaben t in die angefochtene Marke übernommen werde bzw. die angefochtene Marke in der Widerspruchsmarke gänzlich aufgehe. Das Weglassen des letzten Buchstabens t ändere im Gesamteindruck wenig und sei zudem akustisch auch kaum hörbar. Die klangliche Ähnlichkeit sei im gastronomischen Umfeld von besonderer Relevanz. Bestellungen würden üblicherweise mündlich erfolgen. Vor allem in lauten Umgebungen bestehe eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass eine Unterscheidung zwischen «LUF» und «LUFT» für das Personal oder die Kundschaft kaum möglich sei. Die Marken würden somit im besonders prägenden Zeichenanfang übereinstimmen und folglich in ihrem Gesamteindruck wie auch im Wortklang sehr ähnlich sein.
9. Demgegenüber führt die widerspruchsgegenerische Partei aus, dass die Vergleichszeichen schriftbildlich und phonetisch unterschiedlich seien und auch über einen unterschiedlichen Sinngehalt verfügten.
10. Auf der schriftbildlichen Ebene ist festzustellen, dass die Vergleichszeichen aus vier bzw. drei Buchstaben bestehen. Die ersten drei Buchstaben sind gleich. Unterschiedlich ist der zusätzliche Buchstabe t bei der Widerspruchsmarke. Dies führt dazu, dass die Zeichen in ihrem Beginn vollkommen übereinstimmen und in ihrem Ende, welches einen Viertel des Widerspruchszeichens ausmacht, deutlich verschieden sind. Somit sind die Zeichen schriftbildlich insgesamt nur entfernt ähnlich.
11. Auf der phonetischen Ebene ist die Widerspruchsmarke einsilbig (Luft), die angefochtene Marke je nach Aussprache ebenfalls einsilbig (luf) bzw., wenn sie als Akronym gelesen wird, dreisilbig (L-U-F). Der Vokal ist gleich, nämlich U, wobei dieser Vokal bei der Widerspruchsmarke kurz, bei der angefochtenen Marke demgegenüber lang (luuf) ausgesprochen wird. Die Konsonantenfolge ist unterschiedlich, so L-F-T zu L-F. Die Betonung liegt bei der Widerspruchsmarke auf allen vier Buchstaben gleich stark, so auch auf dem letzten Buchstaben t, der deutlich und hart ausgesprochen und keinesfalls verschluckt wird. Bei der angefochtenen Marke liegt die Betonung demgegenüber auf dem zweiten Buchstaben U, welcher gedehnt ausgesprochen wird. Dies führt dazu, dass die Vergleichszeichen auch phonetisch lediglich über gewisse Ähnlichkeiten verfügen.
12. 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 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 m.w.H.).
13. Bei der Beurteilung des Sinngehalts konfligierender Zeichen ist grundsätzlich auf die Landessprachen abzustellen. Jeder Sprache kommt derselbe Stellenwert zu. Das Zeichenverständnis richtet sich nach den angesprochenen Verkehrskreisen (vgl. BVGer B-6099/2013, E. 5.2.2, CARPE DIEM / carpe noctem, BVGer B-7768/2015, E. 8.4, Capsa /CUPSY [fig.]). Die massgeblichen Waren richten sich vorliegend ans breite Publikum (vgl. III. E, Ziff. 3 nachfolgend).
14. Das Worтеlement der Widerspruchsmarke heisst «Luft». Dabei handelt es sich um einen zum Grundwortschatz zählenden Begriff der deutschen Sprache, welcher einen (die Erde umgebenden) hauptsächlich aus Stickstoff und Sauerstoff bestehenden gasförmigen Stoff beschreibt, den Mensch und Tier zum Atmen brauchen (vgl. [www.duden.de](http://www.duden.de), besucht am 19.05.2025).

Die angefochtene Marke heisst «LUF». Dieser Begriff stammt aus dem Rätoromanischen und wird mit «Wolf» ins Deutsche übersetzt (vgl. z.B. <https://www.pledarigrond.ch/rumantschgrischun>, besucht am 19.05.2025). Für die des Rätoromanischen unkundigen Abnehmer stellt «LUF» demgegenüber eine Fantasiebezeichnung bzw. ein Akronym dar (beispielsweise für «Land- und Forstwirtschaft» oder für «Lösch-Unterstützungsfahrzeug», vgl. z.B. [www.abkuzerzungen.de](http://www.abkuzerzungen.de), besucht am 19.05.2025).

15. Somit verfügen die Vergleichszeichen über einen unterschiedlichen Sinngehalt, nämlich – je nach Verständnis der Abnehmer – «Luft» versus «Wolf bzw. Fantasiebezeichnung, Akronym». Da sich die Vergleichszeichen – wie dargetan – schriftbildlich und phonetisch entfernt ähnlich sind, ist insgesamt eine gewisse Ähnlichkeit gegeben. Nachfolgend ist zu prüfen, ob die daraus resultierende entfernte Ähnlichkeit der Zeichen eine Verwechslungsgefahr zu bewirken vermag.

## E. 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 Abnehmer sich die Waren und/oder Dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit die Waren gekauft bzw. die Dienstleistungen in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikel 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. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
3. Bei alkoholischen Getränken der Klasse 33 ist von einer durchschnittlichen Aufmerksamkeit auszugehen: Obwohl sie von einer kleinen Anzahl Kennern auch mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft werden, ist für diese allgemeinen Waren des täglichen Bedarfs auf breite Verkehrskreise mit normaler Aufmerksamkeit abzustellen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6).
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).
5. Der Widerspruchsmarke «Luft ((fig.))» kann in der Bedeutung von «einem (die Erde umgebenden) hauptsächlich aus Stickstoff und Sauerstoff bestehenden gasförmigen Stoff, den Mensch und Tier zum Atmen brauchen» (vgl. D, Ziff. 14) in Verbindung mit den Waren der Klasse 33 kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive ausgeprägt gleichartige Waren beansprucht, weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warengleichartigkeit 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).
7. Dies ist vorliegend der Fall: Wie oben ausgeführt, bestehen zwischen den Vergleichszeichen lediglich gewisse Ähnlichkeiten (D, Ziff. 10, 11, 15).

Da es sich bei beiden Zeichen um kurze Wörter handelt, fallen Unterschiede stärker ins Gewicht als bei längeren Begriffen. Damit verringert sich – wie in casu – die Gefahr, dass dem Publikum Unterschiede entgehen.

Es ist davon auszugehen, dass das deutsch-sprachige Publikum sowie ein Teil der übrigen Landessprachen, insbesondere das rätoromanisch-sprachige Publikum sowie sämtliche des Deutschen kundigen Abnehmer, die Bedeutung der beiden Zeichen «Luft» versus «Wolf bzw. Fantasiebezeichnung, Akronym» klar auseinanderhalten kann. Auch den übrigen, insbes. den lateinisch-sprachigen Abnehmern, welche sowohl «Luft» als auch «LUF» nicht verstehen, fällt der letzte Buchstabe «t» des Wortes «Luft» deutlich auf, denn bei kürzeren Zeichen, unter welche die sich gegenüberstehenden «Luft (fig.)» und «LUF» zu zählen sind, führen grundsätzlich bereits kleinere Unterschiede zur Unterscheidbarkeit.

Die Regel, wonach der Sinngehalt der konfligierenden Marken in allen Sprachregionen der Schweiz unmittelbar erkannt werden muss, um eine bestehende Zeichenähnlichkeit zu kompensieren (vgl. III, D, Ziff. 12) ist nur anwendbar, wenn genügend schriftbildliche und klangliche Ähnlichkeiten vorliegen, um eine Verwechslungsgefahr hervorzurufen (vgl. in diesem Zusammenhang auch (BVGer B-2338/2022, E. 7.3.1, ZARA / zämä [fig.] in fine). Dies ist in casu gerade nicht der Fall, da vorliegend lediglich eine gewisse schriftbildliche und phonetische Ähnlichkeit der Vergleichszeichen festgestellt werden konnte.

Der letzte Buchstabe «t» bei der Widerspruchsmarke ist sowohl schriftbildlich als auch phonetisch deutlich verschieden zu den Buchstaben der angefochtenen Marke, womit auch das Zeichenende deutlich unterschiedlich ist. Insgesamt kommt dem Wortanfang in casu keine grössere Bedeutung zu, als dem Wortende. Indem die Vergleichszeichen im ebenfalls besonders prägenden Zeichenende (vgl. C, Ziff. 7) und folglich in einem Viertel der Buchstaben deutlich verschieden sind, sind die Unterschiede vorliegend derart, dass sie einen unterschiedlichen Gesamteindruck bewirken (vgl. ebenso z.B. BGer 4A\_178/2021, E. 3.2.1, CANTI / CANTIQUE: « *S'agissant d'une comparaison avec un mot court, une modification même légère peut créer une différenciation significative, même si le début du mot est le même* »).

Die Gefahr, dass dem massgeblichen Publikum die Unterschiede zwischen den strittigen Zeichen zufolge Verhörens oder Verlesens entgehen, scheint im vorliegenden Fall denn auch sehr gering, zumal sich bei kürzeren Wörtern wie bei den vorliegenden die Änderung eines Buchstabens stärker auswirkt. Hinzu kommt, dass der Vokal U bei beiden Zeichen unterschiedlich ausgesprochen wird, bei «Luft» ist er kurz, bei «LUF» demgegenüber lang. Indem bei «Luft» sämtliche Buchstaben gleich stark betont werden, ist auch keineswegs davon auszugehen, dass dieses zum Grundwortschatz zählende Wort ohne t, somit «Luf» ausgesprochen würde. Es kommt denn auch niemand auf die Idee, die phonetische Aussprache «LUUF» mit einem zusätzlichen t (und somit zu Luuft) zu ergänzen, dies macht keineswegs Sinn. Beim Schriftbild fällt der fehlende Buchstabe t ebenfalls stark ins Gewicht, man sieht in «LUF» auch schriftbildlich nicht zwingend «Luft», sondern der Begriff kann ebenso als Akronym, als Fantasiezeichen, als Wortbeginn eines anderen Wortes wie beispielsweise der Kürbis-Pflanze «Luffa» (dt.) / «luffa» (franz.) oder des englischen Verbs «to luff» (auf Deutsch: anluven, wippen) und somit deutlich unterschiedlich zu «Luft» wahrgenommen werden. Entgegen den Ausführungen der widersprechenden Partei geht die angefochtene Marke somit nicht in der Widerspruchsmarke auf, sondern es handelt sich dabei um einen zu diesem klar unterschiedlichen Begriff.

Die Ausführungen der widersprechenden Partei dahingehend, dass die klangliche Ähnlichkeit im gastronomischen Umfeld von besonderer Relevanz sei, da Bestellungen üblicherweise mündlich erfolgen würden, und dass vor allem in lauten Umgebungen eine hohe Wahrscheinlichkeit bestehe, dass eine Unterscheidung zwischen «LUF» und «LUFT» für das Personal oder die Kundschaft kaum möglich sei, helfen in casu nicht weiter. Aus der Warenliste geht keineswegs hervor, dass die in casu relevanten Waren lediglich in lauten Umgebungen der Gastronomie beansprucht würden. Dies ist lediglich ein möglicher Verkaufsort der Produkte. Zudem gilt auch insoweit das oben Ausgeführte, insbesondere dass das angefochtene Zeichen auch gänzlich unterschiedlich zu «Luft» – so beispielsweise als Akronym L-U-F – ausgesprochen werden kann.

8. Auch bestehen vorliegend deutliche Unterschiede zu den von der widersprechenden Partei zitierten früher ergangenen Widerspruchsentscheiden des Instituts. So wurde im Entscheid «ista (fig.) / ist (fig.)», ausgeführt, dass (insbes. im Gegensatz zur in casu vorliegenden Widerspruchsmarke) keines der beiden

Zeichen einen auf den ersten Blick erkennbaren Sinngehalt aufweisen (vgl. Entscheid des Instituts im Verfahren Nr. 102198, C, Ziff. 8). Bei den zu vergleichenden Zeichen im Entscheid «GEMS / GEM» handelt es sich um die Plural- bzw. Singularform ein und desselben Begriffs (vgl. Entscheid des Instituts im Verfahren Nr. 15925, C, Ziff. 5), bei den konfiglierenden Zeichen «VION / VIO (fig.)» handelt es sich beiderseits um Nachnamen und nicht um Begriffe eines Grundwortschatzes (vgl. Entscheid des Instituts im Verfahren Nr. 13270, C, Ziff. 7), bei den Zeichen «Maga» (fig.) / und MAG» handelt es sich ebenfalls nicht um markante Sinngehalte, welche sich (insbes. im Gegensatz zur in casu vorliegenden Widerspruchsmarke) sogleich aufdrängen (Entscheid des Instituts Nr. 11526, C, Ziff. 5, jeweils abrufbar in der Prüfungshilfe).

9. Auch die bei der Widerspruchsmarke zusätzliche Grafik (C, Ziff. 5), welche bei der angefochtenen Marke gänzlich fehlt, darf beim Zeichenvergleich nicht einfach ausser Acht gelassen werden. Somit entsteht bei der angefochtenen Marke ein zur Widerspruchsmarke gänzlich unterschiedlicher Gesamteindruck, welcher dazu führt, dass die angefochtene Marke den geforderten Zeichenabstand einhält, so dass auch bei normaler Aufmerksamkeit der Abnehmer und Warengleichheit bzw. starker Gleichartigkeit keine Verwechslungsgefahr gegeben ist. Ebenfalls nicht erkennbar ist eine mittelbare Verwechslungsgefahr.
10. Die festgestellten Zeichenunterschiede sind ausreichend, um unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der lediglich geringen Zeichenähnlichkeit und trotz der Gleichheit bzw. starken Gleichartigkeit der Vergleichswaren sowie der nur normalen Aufmerksamkeit der Abnehmer die Verwechslungsgefahr zu verneinen. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104265 wird daher abgewiesen.

#### IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt 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 (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
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).
4. Der Widerspruch wird abgewiesen. Die widersprechende Partei als unterliegende Partei wird kostenpflichtig. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Das Institut erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 als angemessen.

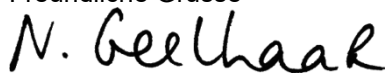
Aus diesen Gründen wird

**verfügt:**

1.  
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104265 wird abgewiesen.
2.  
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
3.  
Die widersprechende Partei hat der widerspruchsgegnerischen Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zu bezahlen.
4.  
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 21. Mai 2025

Freundliche Grüsse



Nadine Geelhaar

**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).