

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104370 in Sachen

LEGO Juris A/S
Koldingvej 2
DK-7190 Billund
DK-Dänemark

Widersprechende Partei

vertreten durch

Troller Hitz Troller, Rechtsanwälte
Schweizerhofquai 2
Postfach
6002 Luzern

IR-Marke Nr. 1006003 - LEGO ((fig.))



gegen

Bozkaya Tahir
Chemin des Patelles 7
2035 Corcelles

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 822063 - LEGO BED ((fig.))



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. 822063 «LEGO BED ((fig.))» (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 31.10.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren eingetragen:
Klasse 20: Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques; os, corne, baleine ou nacre, bruts ou mi-ouvres; coquilles; écume de mer; ambre jaune;
Klasse 24: Textiles et leurs succédanés; linge de maison; rideaux en matières textiles ou en matières plastiques.
2. Am 30.01.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1006003 «LEGO ((fig.))» (nachfolgend Widerspruchsmarke), die u.a. für folgende Waren geschützt ist:
Klasse 20: Meubles, glaces (miroirs), cadres; produits (non compris dans d'autres classes) en bois, liège, roseau, jonc, osier, corne, os, ivoire, baleine, écaille, ambre, nacre, écume de mer, succédanés de toutes ces matières ou en matières plastiques;
Klasse 21: Ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine (ni en métaux précieux, ni en plaqué); peignes et éponges; brosses (à l'exception des pinceaux); matériaux pour la broserie; matériel de nettoyage; paille de fer; verre brut ou mi-ouvré (à l'exception du verre de construction); articles de verrerie, porcelaine et faïence non compris dans d'autres classes;
Klasse 24: Tissus et produits textiles (compris dans cette classe); couvertures de lit et de table.
4. Mit Verfügung vom 06.02.2025 wurde die widerspruchsgegenerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert. Innert Frist wurde keine Stellungnahme eingereicht.
5. Mit Verfügung vom 18.03.2025 schloss das Institut die Verfahrensinstruktion ab.
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 Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 17.06.2009 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke wurde am 15.09.2024 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 für folgende Waren eingetragen:

Klasse 20: Meubles, glaces (miroirs), cadres; contenants de stockage ou de transport non métalliques; os, corne, baleine ou nacre, bruts ou mi-ouvrés; coquilles; écume de mer; ambre jaune;

Klasse 24: Textiles et leurs succédanés; linge de maison; rideaux en matières textiles ou en matières plastiques.

3. Die Widerspruchsmarke ist – soweit hier interessierend – für folgende Waren geschützt:

Klasse 20: Meubles, glaces (miroirs), cadres; produits (non compris dans d'autres classes) en bois, liège, roseau, jonc, osier, corne, os, ivoire, baleine, écaille, ambre, nacre, écume de mer, succédanés de toutes ces matières ou en matières plastiques;

Klasse 21: Ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine (ni en métaux précieux, ni en plaqué); peignes et éponges; brosses (à l'exception des pinceaux); matériaux pour la brosse; matériel de nettoyage; paille de fer; verre brut ou mi-ouvré (à l'exception du verre de construction); articles de verrerie, porcelaine et faïence non compris dans d'autres classes;

Klasse 24: Tissus et produits textiles (compris dans cette classe); couvertures de lit et de table.

4. In der Klasse 20 beanspruchen beide Zeichen identisch *meubles, glaces (miroirs), cadres, écume de mer* und insoweit gleiche Waren.

Ebenfalls beanspruchen beide Zeichen *os, corne, nacre, baleine*. Der Zusatz *bruts ou mi-ouvrés* bei der angefochtenen Ware ändert nichts an der Gleichheit, da die Waren der Widerspruchsmarke ebenfalls roh oder halbverarbeitet sein können. Die angefochtenen *ambre jaune* sind unter den Begriff *ambre* der Widerspruchsmarke zu subsumieren, welcher Bernstein in allen Farben umfasst.

Die angefochtenen *coquilles* sind zu den *produits (non compris dans d'autres classes) en bois, liège, roseau, jonc, osier, corne, os, ivoire, baleine, écaille, ambre, nacre, écume de mer* der Widerspruchsmarke stark gleichartig. Alle diese Produkte dienen demselben Zweck, insbesondere der Dekoration, richten sich an dieselben Abnehmer, sind austauschbar und können in denselben Deko- oder Einrichtungsgeschäften erworben werden.

Die angefochtenen *contenants de stockage ou de transport non métalliques* sind stark gleichartig zu den *ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine (ni en métaux précieux, ni en plaqué)* der Widerspruchsmarke in der Klasse 21. Die Produktion der erst genannten Behälter für die Lagerung und den Transport erfordert weitgehend das gleiche Herstellungs-Know-how wie für die Behälter für Haushalt und Küche (z.B. Eimer oder Wasserkessel). Die konkurrierenden Waren richten sich an dieselben Abnehmer und sie sind substituierbar. So können die Behälter der Klasse 20 sowie diejenigen der Klasse 21 beide für den Haushalt, die Küche als auch als Dekoration bzw. die Einrichtung beispielsweise im

industriellen Stil verwendet werden (vgl. z.B. <https://www.connox.ch/kategorien/kleinmoebel/container.html>, <https://www.bodum.com/ch/de/kuche/lagerung-und-aufbewahren>; jeweils besucht am 16.06.2025).

In der Klasse 24 beanspruchen beide Zeichen die Oberbegriffe *textiles* (angefochtene Marke) bzw. *produits textiles* (*compris dans cette classe*) (Widerspruchsmarke) und folglich insoweit gleiche Waren. Die angefochtenen (*textiles*) *et leurs succédanés* sind als Ersatzstoffe aufgrund des gleichen Verwendungszwecks, den gleichen Abnehmerkreisen und ihrer Substituierbarkeit hochgradig gleichartig zu *tissus et produits textiles (compris dans cette classe)* der Widerspruchsmarke. Die angefochtenen *linge de maison* sowie *rideaux en matières textiles* sind unter die breiten Oberbegriffe *tissus et produits textiles (compris dans cette classe)* der Widerspruchsmarke zu subsumieren. Somit handelt es sich insoweit ebenfalls um gleiche Waren.

Der Begriff *tissus* bezeichnet im Deutschen Stoff oder Gewebe und dieser kann aus verschiedenen Materialien bestehen, so auch aus Kunststoff wie beispielsweise Plastik. Die angefochtenen *rideaux en matières plastiques* sind folglich als Waren aus Kunststoff ebenfalls unter den breiten Oberbegriff *tissus* der Widerspruchsmarke zu subsumieren und somit ist insoweit ebenfalls von Gleichheit auszugehen.

5. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit beziehungsweise (hochgradige) Gleichartigkeit sämtlicher Vergleichswaren 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 kombinierten Wort-/Bildmarken «LEGO ((fig.))» (Widerspruchsmarke) und «LEGO BED ((fig.))» (angefochtene Marke) gegenüber. Bei beiden Zeichen sind die Wortelemente in Grossbuchstaben gehalten.
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 ist mit dem Farbanspruch «rouge, blanc, noir et jaune» geschützt. Der weisse Schriftzug «LEGO» weist eine schwarze und gelbe Umrahmung auf und wurde des Weiteren auf einem roten Quadrat mit schwarzem Rahmen positioniert. Dieses Bildelement verleiht der Widerspruchsmarke aufgrund seiner Art zweifellos ein eigenes Gepräge und kann bei der Beurteilung des Gesamteindrucks nicht einfach ausser Acht gelassen werden. Jedoch vermag die Grafik das Wortelement LEGO nicht in den Hintergrund zu drängen, weshalb gegebenenfalls bereits bei einer Zeichenähnlichkeit der Wortelemente eine Verwechslungsgefahr resultieren kann (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.3).
5. Die angefochtene Marke ist ohne Farbanspruch im Markenregister eingetragen. Die Wortelemente sind in LE und GO und BED aufgeteilt, welche jeweils von einem Quadrat umrandet werden, die von links nach rechts dunkler werden. Die Buchstabenfolgen LE und GO sind schwarz gehalten, BED demgegenüber

weiss. Auch steht LE ganz rechts im ersten Quadrat, GO ganz links im zweiten, so dass LEGO als ein Begriff gelesen wird. BED ist im Quadrat demgegenüber zentriert angebracht. Diese Bildelemente verleihen der angefochtenen Marke zweifellos auch ein eigenes Gepräge und können bei der Beurteilung des Gesamteindrucks nicht einfach ausser Acht gelassen werden. Jedoch vermag die Grafik die Wortelemente LEGO BED keineswegs in den Hintergrund zu drängen.

6. Die angefochtene Marke hat das Wortelement LEGO der Widerspruchsmarke vollständig übernommen. Dieses wurde einzig am Ende mit dem Wortbestandteil BED ergänzt. Aufgrund der festgestellten Gemeinsamkeiten im Element LEGO ist demzufolge auf klanglicher und schriftbildlicher Ebene von einer starken Ähnlichkeit zwischen den Vergleichszeichen auszugehen.
7. 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.).
8. Die Widerspruchsmarke besteht aus dem Begriff LEGO. «Lego» ist die erste Person Einzahl des lateinischen Begriffes «legere», der mit «ich lese» übersetzt wird (vgl. <https://www.albertmartin.de/latein/?q=Lego&con=0>, besucht am 16.06.2025). Es ist davon auszugehen, dass diese Bedeutung nicht allen Abnehmern bekannt sein dürfte und sie die Widerspruchsmarke in erster Linie als Fantasiebegriff wahrnehmen. Auch sind die geografischen Angaben in Indonesien, Angola, Äthiopien, Peru und USA aufgrund der Grösse als unbekannt einzustufen (vgl. <https://www.geonames.org/search.html?q=lego&country=>, besucht am 16.06.2025; vgl. ebenfalls Entscheid im Widerspruchsverfahren Nr. 13362, III. D, Ziff. 7, LEGO [fig.] / LEGO Café [fig.] abrufbar in der Prüfungshilfe des Instituts [in der Folge Prüfungshilfe], unter <https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml>).
9. Die angefochtene Marke weist als zusätzlichen Wortbestandteil den englischen Begriff BED auf, der mit «Bett» ins Deutsche übersetzt wird (vgl. www.pons.com, besucht am 16.06.2025). Bei der angefochtenen Marke sind somit semantische Unterschiede auszumachen, die im Vergleich zur Widerspruchsmarke eine Abweichung beim Sinngehalt zur Folge haben. Da jedoch beide Zeichen das Element LEGO enthalten, ist die sinngemässige Abweichung zu wenig markant, als dass sie die festgestellte Zeichenähnlichkeit auf klanglicher und schriftbildlicher Ebene zu kompensieren vermöchte.
10. 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. Ist der für das Erinnerungsbild relevante Kern der Marken identisch, so ist dies ein Indiz für die Verwechselbarkeit. Zur Schaffung einer neuen Marke darf nicht eine ältere Marke unverändert übernommen und mit dem eigenen Kennzeichen ergänzt werden. Grundsätzlich ist somit bereits die Übernahme eines durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Elements geeignet, eine Verwechslungsgefahr zu begründen. Kommt dem übernommenen Widerspruchsmarke bzw. dem übernommenen Bestandteil in Verbindung mit den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen kein direkt beschreibender Gehalt zu, so gelten diese als

normal kennzeichnungskräftig (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3 u. 6.7 m.w.H)

3. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmer sich die Waren richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben 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.
4. Bei den vorliegend interessierenden Waren der Klassen 21 und 24 handelt es sich teils um solche, welche Massenartikel des täglichen Bedarfs darstellen und teils um solche, welche mit einer grösseren Sorgfalt erworben werden. Obwohl sie von einer kleinen Anzahl von Kennern auch mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft werden, ist für diese Waren auf breite Verkehrskreise mit normaler Aufmerksamkeit abzustellen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6; vgl. auch Entscheid des Instituts Nr. 100930, III. E. Ziff. 3, CHEZ VRONY [fig.] / BARACCA ZERMATT [fig.], abrufbar in der Prüfungshilfe). Bei den Waren der Klasse 20 handelt es sich nicht um Waren, welche als Massenartikel des täglichen Bedarfs gelten. Die Waren richten sich einerseits an Durchschnittsabnehmer, aber auch an Fachleute im Bereich Innendekoration. Bezüglich der Möbel und Einrichtungsgegenstände der Klasse 20 ist von einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit auszugehen, da deren Aussehen, Grösse und Funktion vor dem Erwerb regelmässig geprüft werden, insbesondere auch bezüglich ihrer Abstimmung mit weiteren Einrichtungsgegenständen (vgl. auch Entscheide des Instituts in den Widerspruchsverfahren Nr. 104216, III. E. Ziff. 2, JOHANN JAKOB / JACOB & CO; Nr. 101477, III. D. Ziff. 3, CREDO / CR3DO [fig.] und Nr. 101456, III. D. Ziff. 2, KellerFahnen / Otto Keller, jeweils abrufbar in der Prüfungshilfe).
5. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Wohl können mit dem Widerspruch nur relative Ausschlussgründe gemäss Art. 3 Abs. 1 MSchG geltend gemacht werden. Dies schliesst indessen nicht aus, bei der Prüfung der Verwechslungsgefahr vorweg den kennzeichnungsmässigen Gehalt und damit den Schutzzumfang einer Marke zu ermitteln. Denn ohne Klärung des Schutzzumfanges der älteren Marke kann eine Beurteilung der Verwechslungsgefahr auch im Widerspruchsverfahren nicht erfolgen (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 7.7, mit weiteren Hinweisen).
6. Die widersprechende Partei beruft sich auf einen angeblich erweiterten Schutzzumfang ihrer Marke, insbesondere weil das Zeichen in der Schweiz insbesondere für Spielsachen sehr bekannt sei. Hierzu ist darauf hinzuweisen, dass, wer sich auf eine starke Marke beruft, was insbesondere durch Bekanntheit möglich wäre, diese auch glaubhaft machen muss. Entsprechende Belege müssen einen langjährigen Gebrauch der Marke und intensive Werbung ausweisen, damit eine durch Benutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft bejaht werden kann (vgl. z.B. BVGer B-5294/2016, E. 6.2.3, MEISTER / ZeitMeister; BVGer B-1064/2019, E. 6.2.2 - ECOWATER CHC / COAQUA; BVGer B-5659/2018, E. 6.1.3.1 und 6.1.3.3 – RICHARD MILLE / Richard Man [fig.]; BVGer B-4104/2021, E. 7.4.4 – CAPRI-SUN / PRISUN). In Anbetracht, dass die widersprechende Partei vorliegend keinerlei Belege vorlegt, welche eine erhöhte Bekanntheit der Widerspruchsmarke in der Schweiz für die in casu relevanten Waren belegen, kann sie sich nicht auf eine erhöhte Bekanntheit der Widerspruchsmarke «LEGO (fig.)» berufen.
7. Der Wortbestandteil «LEGO» ist in Zusammenhang mit den Waren der Klassen 20, 21 und 24 als nicht direkt beschreibend einzustufen (vgl. III. C, Ziff. 8). Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
8. 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).
9. Dies ist vorliegend nicht der Fall: Beim angefochtenen Zeichen handelt es sich um die vollständige Übernahme des Wortelements LEGO der Widerspruchsmarke. Dieses wird trotz der grafischen Ausgestaltung mit den drei Quadraten und des zusätzlichen Wortelementes BED ohne weiteres als selbständiges Element in der angefochtenen Marke erkannt. Zumal wie dargetan, die Buchstabenfolge LE ganz rechts im ersten Quadrat, die Buchstabenfolge GO ganz links im zweiten Quadrat steht, so dass

LEGO als ein Begriff gelesen wird. Indem dieser Begriff schwarz, das zusätzliche Wort BED weiss gehalten ist, ist diese Worttrennung noch auffälliger. Die zusätzlichen Elemente in den Vergleichszeichen bestehend aus dekorativ wahrgenommenen grafischen Bestandteilen sowie im zusätzlich (insb. für Möbel gemeinfreien) Wortelement BED bei der angefochtenen Marke und die damit einhergehenden Unterschiede in der Phonetik und im Schriftbild sind nicht derart, dass sie das Gesamtbild wesentlich zu beeinflussen vermöchten. Auch sind sie nicht geeignet, der angefochtenen Marke eine eigene Individualität zu verleihen, mithin vom übereinstimmenden Bestandteil LEGO abzulenken. Im Zusammenhang mit den als gleich bzw. stark gleichartig beurteilten und einen entsprechend höheren Zeichenabstand erheischenden Waren vermögen die festgestellten Unterschiede den Gesamteindruck des angefochtenen Zeichens zu wenig zu beeinflussen, um die wegen der vorliegenden Übereinstimmungen bestehende Verwechslungsgefahr beseitigen zu können.

10. Selbst wenn das Publikum die Unterschiede zwischen den Vergleichszeichen erkennt, besteht dennoch die Gefahr, dass es in Anbetracht der Warennähe aufgrund der bestehenden Ähnlichkeiten falsche Zusammenhänge vermutet, sei dies im Sinne einer produktespezifischen 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).
11. Unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der grossen Zeichenähnlichkeit sowie der Gleichheit bzw. starken Gleichartigkeit der Vergleichswaren ist die Verwechslungsgefahr trotz der teilweise normalen bis leicht erhöhten Aufmerksamkeit der Abnehmer zu bejahen. Der Widerspruch Nr. 104370 wird daher gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 822063 «LEGO BED ((fig.))» widerrufen.

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 praxismässig eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. 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 Widerspruchsgebühr zu ersetzen. Die Parteientschädigung wird daher in Anwendung der obgenannten Kriterien auf CHF 2'000.00 (inklusive Widerspruchsgebühr) festgesetzt.

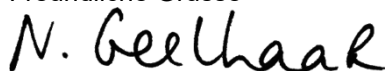
Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104370 wird gutgeheissen.
2.
Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 822063 - "LEGO BED ((fig.))" wird widerrufen.
3.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.
4.
Die widerspruchsgegenerische 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, 23. Juni 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).