

Verfügung in den Widerspruchsverfahren Nr. 104409 und 104410 in Sachen

Salesforce, Inc.
Salesforce Tower, 415 Mission Street, 3rd Fl.
San Francisco, California 94105
US-Vereinigte Staaten von Amerika

Widersprechende Partei

vertreten durch
Walder Wyss AG
Seefeldstrasse 123
Postfach
8034 Zürich

CH-Marke Nr. 826040 SALESFORCE+ **Widerspruchsmarke 1**

CH-Marke Nr. 764839 FORCE **Widerspruchsmarke 2**

gegen

TEK di Marco Saracchi
A La Mogina 5
6535 Roveredo

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 822808 DATAFORCE **angefochtene Marke**

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. 822808 DATAFORCE (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 18.11.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren eingetragen:

Klasse 9 Apparecchi e strumenti scientifici, di ricerca, di navigazione, geodetici, fotografici, cinematografici, audiovisivi, ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di rilevamento, di collaudo, di ispezione, di salvataggio e d'insegnamento; apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo della distribuzione o del consumo dell'elettricità; apparecchi e strumenti per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione o il trattamento dei suoni, delle immagini o dei dati; supporti registrati o scaricabili, computer software, supporti digitali o analoghi supporti per la registrazione e la conservazione vergini; registratori di cassa, macchine calcolatrici; computer e dispositivi periferici per computer; mute da sub, maschere per sub, tappi per orecchie per sub, pinze per subacquei e nuotatori, guanti per sub, autorespiratori per nuoto subacqueo; apparecchi per estinguere gli incendi.

2. Mit Schreiben vom 18.02.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke zwei Widersprüche ein und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich im Widerspruchsverfahren Nr. 104409 auf ihre Schweizer Marke Nr. 826040 SALESFORCE+ (nachfolgend Widerspruchsmarke 1), die ihrerseits, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen ist:

Klasse 9 Wissenschaftliche, Forschungs-, Navigations-, Vermessungs-, fotografische, Film-, audiovisuelle, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Detektions-, Prüf-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln oder Kontrollieren der Verteilung oder Nutzung von Elektrizität; Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Registrierkassen, Rechenmaschinen; Computer, Computerperipheriegeräte; Taucheranzüge, Tauchermasken, Ohrtampons für Taucher, Nasenklemmen für Schwimmer, Taucherhandschuhe, Atemgeräte zum Tauchen; Feuerlöschgeräte.

4. Die widersprechende Partei stützt sich im Widerspruchsverfahren Nr. 104410 auf ihre Schweizer Marke Nr. 764839 FORCE (nachfolgend Widerspruchsmarke 2), die ihrerseits, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen ist:

Klasse 9 Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Computer und Computerperipheriegeräte; wissenschaftliche, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate und -instrumente.

5. Mit Verfügungen vom 24.02.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei in den zwei Verfahren zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
6. Innert Frist wurde seitens der widerspruchsgegnerischen Partei keine Stellungnahme eingereicht.
7. Mit Verfügung vom 07.04.2025 schloss das Institut in beiden Verfahren die Instruktion ab.
8. Mit Eingaben vom 09.04.2025 machte die widerspruchsgegnerische Partei u.a. geltend, dass sie die Aufforderung zur Stellungnahme vom 24.02.2025 nicht erhalten habe.
9. Mit Verfügungen vom 15.04.2025 stellte das Institut fest, dass die Aufforderungen zur Stellungnahme vom 24.02.2025 der widerspruchsgegnerischen Partei per Einschreiben zugestellt worden waren. Gemäss den von der Schweizerischen Post erhaltenen Daten habe sie die entsprechenden Postsendungen am 26.02.2025 in Empfang genommen, mithin sie die angesetzte Frist versäumt habe.
10. Mit Eingaben vom 22.04.2025 reichte die widerspruchsgegnerische Partei für beide Verfahren

Stellungnahmen ein, welche der widersprechenden Partei je mit Kurzbrief vom 23.04.2025 zugestellt wurden.

11. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Vereinigung der Verfahren

In den Widerspruchsverfahren Nr. 104409 und 104410 stehen sich die gleichen Parteien gegenüber. Die Widersprüche richten sich gegen dieselbe Marke und die zwei Widerspruchsmarken decken sich im Element FORCE und wurden beide, soweit hier interessierend, für Waren der Klasse 9 registriert. 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

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 1 wurde am 01.11.2023 hinterlegt, die Widerspruchsmarke 2 am 28.01.2021 und die angefochtene Marke am 07.05.2024. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin von zwei älteren Marken und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zu den Widersprüchen legitimiert. Die zwei Widersprüche wurden innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die für beide Verfahren geschuldeten Widerspruchsgebühren wurden rechtzeitig bezahlt. Auf die zwei Widersprüche ist folglich einzutreten.

IV. Prozessuales

Die Eingaben der widerspruchsgegnerischen Partei vom 22.04.2025 werden nachfolgend berücksichtigt, soweit sie im Lichte von Art. 32 Abs. 2 VwVG ausschlaggebend erscheinen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 5.7.1.3 m.w.H.).

V. 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, Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen).
2. Die Widerspruchsmarke 1 ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:
 Klasse 9 *Wissenschaftliche, Forschungs-, Navigations-, Vermessungs-, fotografische, Film-, audiovisuelle, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Detektions-, Prüf-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln oder Kontrollieren der Verteilung oder Nutzung von Elektrizität; Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Registrierkassen, Rechenmaschinen; Computer, Computerperipheriegeräte; Taucheranzüge, Tauchermasken, Ohrtampons für Taucher, Nasenklemmen für Schwimmer, Taucherhandschuhe, Atemgeräte zum Tauchen; Feuerlöschgeräte.*
3. Die Widerspruchsmarke 2 ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:
 Klasse 9 *Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Computer und Computerperipheriegeräte; wissenschaftliche, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate und -instrumente.*
4. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren eingetragen:
 Klasse 9 *Apparecchi e strumenti scientifici, di ricerca, di navigazione, geodetici, fotografici, cinematografici, audiovisivi, ottici, di pesata, di misura, di segnalazione, di rilevamento, di collaudo, di ispezione, di salvataggio e d'insegnamento; apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo della distribuzione o del consumo dell'elettricità; apparecchi e strumenti per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione o il trattamento dei suoni, delle immagini o dei dati; supporti registrati o scaricabili, computer software, supporti digitali o analoghi, supporti per la registrazione e la conservazione vergini; registratori di cassa, macchine calcolatrici; computer e dispositivi periferici per computer; mute da sub, maschere per sub, tappi per orecchie per sub, pinze per subacquei e nuotatori, guanti per sub, autorespiratori per nuoto subacqueo; apparecchi per estinguere gli incendi.*
5. Massgebend für die Beurteilung der Gleichartigkeit sind ausschliesslich die im Warenverzeichnis der sich gegenüberstehenden Marken enthaltenen Waren und nicht die aktuell mit diesen gekennzeichneten Produkten (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1).
6. Die angefochtenen *apparecchi e strumenti scientifici, fotografici, cinematografici, ottici, di misura, di segnalazione, di ispezione e d'insegnamento* finden sich identisch in den deutschen Begriffen *wissenschaftliche, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate und -instrumente* der Widerspruchszeichen 1 und 2. Es besteht folglich Gleichheit.

7. Weiter sind die *apparecchi e strumenti di ricerca, di navigazione, geodetici, audiovisivi, di pesata, di rilevamento, di collaudo, di salvataggio* des jüngeren Zeichens auch im Warenverzeichnis des Widerspruchszeichens 1 enthalten, in den deutschen Begriffen *Forschungs-, Navigations-, Vermessungs-, audiovisuelle, Wäge-, Detektions-, Prüf-, Rettungsapparate und -instrumente*, womit ebenfalls Gleichheit auszumachen ist.
8. Die angefochtenen *apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo della distribuzione o del consumo dell'elettricità* decken sich mit den in Deutsch gehaltenen *Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln oder Kontrollieren der Verteilung oder Nutzung von Elektrizität* des Widerspruchszeichens 1. Es ist ebenfalls Gleichheit auszumachen.
9. Weiter sind die angefochtenen *apparecchi e strumenti per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione o il trattamento dei suoni, delle immagini o dei dati* identisch im Warenverzeichnis der Widerspruchszeichen 1 und 2 enthalten, in den deutschen Begriffen *Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten*. Es liegt folglich Gleichheit vor.
10. Soweit sich die angefochtenen *supporti registrati o scaricabili, supporti digitali o analoghi, supporti per la registrazione e la conservazione vergini* mit den *aufgezeichneten und herunterladbaren Medien, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien* der Widerspruchszeichen 1 und 2 decken bzw. darunterfallen, besteht Gleichheit. Soweit erstere über letztere hinausgehen, ist die starke Gleichartigkeit aufgrund der Marktnähe und der Übereinstimmung im Know-how, Verwendungszweck und in den Herstellungsstätten zu bejahen (vgl. BVGer B-1778/2019, E. 5.3.2 – PYRAT / thePirate.com [fig.]).
11. Zudem stimmen die *computer software, macchine calcolatrici, computer e dispositivi periferici per computer* des jüngeren Zeichens mit der *Computersoftware, den Rechenmaschinen, Computer und Computerperipheriegeräten* der Widerspruchszeichen 1 und 2 überein, weshalb ebenfalls Gleichheit auszumachen ist.
12. Überdies decken sich die angefochtenen *registratori di cassa, mute da sub, maschere per sub, tappi per orecchie per sub, pinze per subacquei e nuotatori, guanti per sub, autorespiratori per nuoto subacqueo; apparecchi per estinguere gli incendi* mit den *Registrierkassen, Taucheranzügen, Tauchermasken, Ohrtampons für Taucher, Nasenklemmen für Schwimmer, Taucherhandschuhe, Atemgeräte zum Tauchen; Feuerlöschgeräte* des Widerspruchszeichens 1, womit ebenfalls Gleichheit besteht.
13. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit beziehungsweise starke Gleichartigkeit 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 reinen Wortmarken SALESFORCE+ (Widerspruchsmarke 1) bzw. FORCE (Widerspruchsmarke 2) und DATAFORCE (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 aufgrund der Wortelemente englisch ausgesprochenen Zeichen SALESFORCE+ (Widerspruchszeichen 1) und DATAFORCE, angefochtenes Zeichen, sind gleich aufgebaut. Sie enthalten den Bestandteil FORCE (/fɔ:s/), welchem die ein- bzw. zweisilbigen englischen Begriffe SALES (/seɪlz/) und DATA (/ˈdeɪ.tə/; vgl. <https://dictionary.cambridge.org/de/aussprache/englisch>; Suchabfragen vom 08.07.2025) vorangestellt wurden. Zudem führt die Übereinstimmung eines Zeichenelements, in casu FORCE, zwangsläufig, trotz der weiteren Wortelemente SALES vs. DATA, zu Ähnlichkeiten im Schrift- und Klangbild.
4. Weiter kann festgestellt werden, dass die einsilbige Widerspruchsmarke 2 (FORCE) in der jüngeren Marke DATAFORCE vollständig enthalten ist, welcher der zweisilbige Bestandteil DATA vorangestellt wurde. Im Schriftbild ist das jüngere Zeichen zwar länger als das Widerspruchszeichen. Aber bereits die vollständige Übereinstimmung mit dem einzigen Wortelelement der älteren Marke, wie vorliegend, führt grundsätzlich zu einer Zeichenähnlichkeit im Schrift- und Klangbild (vgl. BVGer B-2208/2016, E. 8.1 – SKY / SKYFIVE mit Verweis u.a. auf BVGer B7430/2008, E. 6.1 – SKY / skylife [fig.]).
5. 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.).
6. Das Widerspruchszeichen 1 setzt sich aus den zwei englischen Wörtern SALES und FORCE, die ohne Abstand aneinander geschrieben sind und dem Schriftzeichen + zusammen. Dabei lässt sich SALE in Singular als auch in Plural (SALES) auf Deutsch mit «Verkauf, Vertrieb, Veräusserung, Ausverkauf und Absatz» übersetzen (vgl. <http://dict.leo.org>; Suchabfrage vom 08.07.2025). Das Wort FORCE wird bspw. mit «Kraft, Stärke, Gewalt, Macht und Wirkung» übersetzt (vgl. z.B. <http://dict.leo.org>; Suchabfrage vom 08.07.2025). Die Bezeichnung SALE ist in den Zeiten des Ausverkaufs in der Schweiz allgegenwärtig. Die Bedeutung des Wortes FORCE ist wegen seiner Übereinstimmung bzw. Verwandtschaft mit den in den schweizerischen Landessprachen entsprechenden französischen bzw. italienischen Wörtern «force» bzw. «forza» gemäss Bundesverwaltungsgericht ohne weiteres verständlich (vgl. <https://de.pons.com>; Suchabfragen vom 08.07.2025 und BVGer B-3394/2007, E. 4.3 – SALESFORCE.COM). Die beiden Wörter dürften daher zum Grundwortschatz der englischen Sprache gerechnet und daher nicht nur von Fachkreisen, sondern auch von Durchschnittsabnehmern in der Schweiz als bekannt vorausgesetzt werden (vgl. BVGer B-3394/2007, E. 4.3 – SALESFORCE.COM).
7. Aus der Wortverbindung SALESFORCE ergibt sich die wörtliche Übersetzung von «Verkaufskraft» oder «Vertriebskraft». Die Wortverbindung SALESFORCE, die im Englischen korrekterweise in zwei Wörtern geschrieben wird, kommt ferner in der englischen Sprache auch als selbständiger Ausdruck mit der Bedeutung «Aussendienst» vor und wird daneben auch mit «alle zum Verkauf gehörigen Kräfte», «alle zum Verkauf gehörigen Personen», «die Verkaufsmannschaft», «das Verkaufspersonal», «das Vertriebspersonal», «der Verkaufsstab» und «der Vertreterstab» übersetzt (vgl. <http://dict.leo.org/ende> sowie <http://www.woerterbuch.info>; Suchabfragen vom 08.07.2025 und BVGer B-3394/2007, E. 4.3 – SALESFORCE.COM). Das unmittelbar an der Wortverbindung bzw. am Begriff SALESFORCE angefügte, in gleicher Schrift gehaltene Schriftzeichen + wird im Zeichengefüge als Pluszeichen verstanden und fügt den genannten Bedeutungen den Zusatz bzw. Sinngehalt von «und mehr» im Sinne von bspw. «und andere» hinzu (vgl. Prüfungshilfe des Instituts unter <https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml> [nachfolgend Prüfungshilfe]). Das Widerspruchszeichen 1 wird somit als Ganzes z.B. im Sinne von «Verkaufskraft / Verkaufspersonal / Aussendienst / Vertriebspersonal und mehr» verstanden werden.
8. Dem Widerspruchszeichen 2 FORCE kommt die genannte Bedeutung von bspw. «Kraft, Stärke, Gewalt, Macht und Wirkung» zu und kann in dieser Bedeutung nicht nur von Fachkreisen, sondern auch von Durchschnittsabnehmern in der Schweiz als bekannt vorausgesetzt werden (vgl. BVGer B-3394/2007, E. 4.3 – SALESFORCE.COM).

9. Das Worтеlement des jüngeren Zeichens DATA bedeutet «Daten, Einzelheiten oder Unterlagen» (vgl. <https://de.pons.com>; Suchabfrage vom 08.07.2025 und BVGer B-3536/2011, E. 6.4 – MediData [fig.] / medidata [fig.]). Von der allgemeinen Bekanntheit des zum englischen Grundwortschatz gehörenden Begriffs «DATA» für «Daten» (vgl. <https://de.pons.com>; besucht am 08.07.2025, und Klett, Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, 3. Auflage, Stuttgart 2009, S. 360) kann aufgrund seiner häufigen Verwendung und dessen Nähe zu den deutschen und italienischen Begriffen «Daten, dates / données, dati» ohne Weiteres ausgegangen werden. Folglich wird das jüngere Zeichen mit «Datenkraft, Datenstärke, Datenmacht, Datenwirkung» übersetzt werden.
10. Aufgrund der übereinstimmenden Verwendung von FORCE wird das Bewusstsein der Verkehrskreise – auch unter Berücksichtigung des zusätzlichen Worтеlements SALES der Widerspruchsmarke 1 und des Bestandteils DATA des angefochtenen Zeichens, welche FORCE aus grammatikalischer Sicht präzisieren – nicht von klar verschiedenartigen Gedankenassoziationen beherrscht, oder, anders gesagt das jüngere Zeichen weckt keine Gedankenverbindungen, welche sich in den Widerspruchszeichen nicht wiederfinden. Eine Kompensation der festgestellten Ähnlichkeiten aufgrund eines klar unterschiedlichen Sinngehalts liegt somit nicht vor (vgl. zu den diesbezüglichen, strengen Anforderungen BGE 121 III 377, E. 2b – BOSS / BOKS; Gallus Joller in: Noth/Bühler/Thouvenin, Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Auflage, Bern 2017, N 182 f. zu Art. 3, mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Folglich 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 der 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. Weiter sind die massgeblichen Abnehmer zu bestimmen. Ausgangspunkt hierfür ist das Waren- und/oder Dienstleistungsverzeichnis der älteren Marke (vgl. BVGer B-371/2023, E. 6.1 m.w.H. – S8 / ES8). Die hier interessierenden Waren des Widerspruchszeichens der Klasse 9 richten sich sowohl an Durchschnittskonsumenten als auch an Fachkreise dieses Produktbereichs. Von Bedeutung ist zudem, mit welcher Aufmerksamkeit diese Waren ausgesucht werden. Die hier massgeblichen Waren werden nicht täglich erworben, so dass gemäss Rechtsprechung angenommen werden muss, dass sie der Abnehmer bewusster und demzufolge zumindest mit normaler bis leicht erhöhter Aufmerksamkeit aussucht (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 m.w.H. und z.B. BVGer B-8028/2010, E. 4.1.1, 4.2.1 – SWISSVIEW [fig.] / VIEW und B-3663/2011, E. 4.2.1 – INTEL INSIDE, intel inside (fig.) / GALDAT INSIDE für Computerprogramme und -software).
4. Zudem ist der Schutzzumfang der Widerspruchsmarken relevant, welcher sich nach deren Kennzeichnungskraft bestimmt. 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, Ziff. 6.7).

5. Im Lichte des BVGer B-3394/2007, E. 4.3 – SALESFORCE.COM beschreibt die Widerspruchsmarke 1 «SALESFORCE+» in der genannten Bedeutung von «Verkaufskraft / Verkaufspersonal / Aussendienst / Vertriebspersonal und mehr» direkt das Zielpublikum der hier interessierenden Waren *wissenschaftliche, Forschungs-, Navigations-, Vermessungs-, fotografische, Film-, audiovisuelle, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Detektions-, Prüf-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln oder Kontrollieren der Verteilung oder Nutzung von Elektrizität; Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Registrierkassen, Rechenmaschinen; Computer, Computerperipheriegeräte; Taucheranzüge, Tauchermasken, Ohrtampons für Taucher, Nasenklemmen für Schwimmer, Taucherhandschuhe, Atemgeräte zum Tauchen; Feuerlöschgeräte* der Klasse 9. Die Abnehmer werden erkennen, dass die mit der Widerspruchsmarke 1 bezeichneten Waren sich – nebst der «Verkaufskraft / dem Verkaufspersonal / dem Aussendienst / dem Vertriebspersonal – noch an andere Destinatäre richten. Da die Widerspruchsmarke 1 direkt das Zielpublikum der obgenannten, Waren der Klasse 9 beschreibt, ist sie reduziert kennzeichnungskräftig und ihr kommt ein reduzierter Schutzzumfang zu. Es sei noch erwähnt, dass die Kombination einer Sachbezeichnung, in casu SALESFORCE, mit einem Pluszeichen «+» für Themen nicht üblich ist (vgl. die Trefferliste: <https://www.tauschticket.de/buecher/titel-von-a-bis-z/>; Suchabfrage vom 08.07.2025: Dort sind unzählige (Buch)Titel aufgeführt – kein einziger mit einem «+»), weshalb «SALESFORCE+» für Inhaltswaren wie z.B. *aufgezeichnete und herunterladbare Medien* (Kl. 9) nicht zusätzlich als direkt beschreibend hinsichtlich des Inhalts zu werten ist. Überdies ist «Verkaufskraft / Verkaufspersonal / Aussendienst / Vertriebspersonal und mehr» für diese Waren kein naheliegendes Thema, weil diese Bestimmung zu abstrakt in Alleinstellung ist (vgl. dazu BVGer B-7801/2015, E. 6.5.2 – König/H.König).
6. Die Widerspruchsmarke 2 «FORCE» ist in den genannten Bedeutungen von bspw. «Kraft, Stärke, Gewalt, Macht, Wirkung» in Verbindung mit den hier interessierenden Waren *Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Computer und Computerperipheriegeräte* (Kl. 9) mangels eines Zusatzes bzw. einer Ergänzung interpretationsbedürftig, dergestalt, dass «FORCE» nicht ohne besondere Denkarbeit und ohne Fantasiaufwand als direkt beschreibende Angabe verstanden werden kann. Denn «FORCE» beschreibt weder direkt die Eigenschaften, die Art oder Zweckbestimmung der hier genannten Waren noch den Anbieter der Art nach. Weiter stellt «FORCE» kein naheliegendes Thema dar, da dieser Begriff in den genannten Bedeutungen zu vage und unbestimmt ist (vgl. dazu BVGer B-7801/2015, E. 6.5.2 – König/H.König). Zudem stellt dieser Begriff keinen Qualitätshinweis und keine reklamehafte Anpreisung dar. Die Widerspruchsmarke 2 ist somit durchschnittlich kennzeichnungskräftig und ihr kommt ebenfalls ein normaler Schutzzumfang zu. Dasselbe gilt aus den genannten Gründen für den Bestandteil «FORCE» der Widerspruchsmarke 1 in Verbindung mit den unter III. D. 5 genannten Waren, weshalb dieser normal kennzeichnungskräftig ist.
7. Es ist zu beachten, dass auch ein Begriff des allgemeinen Sprachgebrauchs, wie «FORCE» durchschnittlich kennzeichnungskräftig sein kann, solange ihm, wie vorliegend, in Verbindung mit den relevanten Waren kein direkt beschreibender Sinngehalt zu entnehmen ist (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.4.2.2). Zudem sei noch erwähnt, dass aufgrund der Aktenlage keine Hinweise für eine Verwässerung von «FORCE» besteht, denn dies setzt eine erhebliche Anzahl von Drittmarken unterschiedlicher Unternehmen mit dem Bestandteil «FORCE» für die gleichen Waren der Klasse 9 voraus (vgl. Gallus Joller, in: Michael Noth / Gregor Bühler / Florent Thouvenin [Hrsg.], Markenschutzgesetz [MSchG], Bern 2009, Art. 3 N. 104). Die vorgebrachte Verwendung in mehreren Sprachen sowie in militärischen, professionellen und kulturellen Begriffen vermag diesen Anforderungen für sich alleine nicht zu genügen. Das Institut führt in diesem Zusammenhang trotz der Untersuchungsmaxime keinerlei Beweiserhebungen durch. Denn diese Maxime muss dort ihre Grenzen finden, wo Abklärungen oder gar Beweiserhebungen das Institut die Stärkung der prozessualen Position einer Partei und damit gleichzeitig eine entsprechende Schwächung der Stellung der anderen Partei (wie in casu) nach sich ziehen würden (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 5.4.2 und Teil 6, Ziff. 6.7).
8. Weiter sind die Vergleichsmarken, soweit hier interessierend, mehrheitlich für gleiche und im Übrigen für stark gleichartige Waren eingetragen, 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). Dies ist nicht der Fall: Aufgrund des gemeinsamen Elements «FORCE» hält die angefochtene Marke den markenrechtlich geforderten Zeichenabstand zu den Widerspruchsmarken nicht ein. Denn die vollständige Übereinstimmung mit einem Bestandteil bzw. dem einzigen Element der 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 das übernommene Wortelement bzw. die Widerspruchsmarke schwach kennzeichnungskräftig ist und diese mit einem kennzeichnungskräftigen Bestandteil verbunden werden (vgl. diesbezüglich auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3). Bei den zu vergleichenden Zeichen trifft, wie nachfolgend aufgezeigt, weder das eine noch das andere zu.

Ad Widerspruchsverfahren Nr. 104410

9. Hier stimmt die angefochtene Marke «DATAFORCE» mit der normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke 2 «FORCE» in ihrem markanten Wortende vollständig überein, welches besonders gut im Gedächtnis haften bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1) und als selbständiges Element wahrgenommen wird. Denn aufgrund der dem Publikum bekannten Begriffe DATA und FORCE bzw. aufgrund der Kadenz wird die jüngere Marke nicht in einem Fluss gelesen, sondern zweiteilig wahrgenommen. Massgeblich ist, dass der vorangestellte Begriff «DATA» in der Bedeutung von «Daten» (vgl. III. C. 9 hiavor) für die hier interessierenden *Geräte und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe oder Verarbeitung von Ton, Bild oder Daten; aufgezeichnete und herunterladbare Medien, Computersoftware, leere digitale oder analoge Aufzeichnungs- und Speichermedien; Computer und Computerperipheriegeräte* (Kl. 9) der Widerspruchsmarke 2, mit denen Daten bearbeitet werden bzw. welche einen direkten Zusammenhang zu Daten aufweisen, beschreibend resp. kennzeichnungsschwach, womit er den Gesamteindruck im Erinnerungsvermögen der Abnehmer nur wenig zu beeinflussen vermag (vgl. hierzu Entscheid im Widerspruchsverfahren Nr. 102985 – GAP / DATA GAP, III. D. 4 unter der Prüfungshilfe des Instituts). Der Bestandteil «DATA» vermag folglich die angefochtene Marke weder sinngehaltlich (vgl. unter III. C. 10 hiavor) noch auf eine andere Art so stark zu verändern, dass die Widerspruchsmarke 2 in der angefochtenen Marke nicht mehr erkannt würde (vgl. hierzu auch BVGer B-552/2017, E. 7 – Hirsch / Apfelhirsch).
10. Für die im Gleichheitsbereich liegenden bzw. stark gleichartigen, angefochten Waren *apparecchi e strumenti scientifici, fotografici, cinematografici, ottici, di misura, di segnalazione, di ispezione e d'insegnamento; apparecchi e strumenti per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione o il trattamento dei suoni, delle immagini o dei dati; supporti registrati o scaricabili, supporti digitali o analoghi, supporti per la registrazione e la conservazione vergini; computer software, macchine calcolatrici, computer e dispositivi periferici per computer* der Klasse 9 (vgl. unter III. C. 6 ff.) und aufgrund der erwähnten Zeichen- und Marktnähe (vgl. III. D. 8 hiavor) ist somit der erforderliche Zeichenabstand der jüngeren Marke zur durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke 2 nicht gewahrt. Dies gilt auch unter Berücksichtigung, dass die hier interessierenden Waren nicht nur mit normaler, sondern teils auch mit leicht erhöhter Aufmerksamkeit ausgesucht werden (vgl. unter III. D. 3 hiavor), 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 zu bejahen. Sofern das Publikum Unterschiede zwischen den Vergleichsmarken 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).
11. Gestützt auf die Widerspruchsmarke 2 ist die Eintragung der angefochtenen Marke für die Waren *apparecchi e strumenti scientifici, fotografici, cinematografici, ottici, di misura, di segnalazione, di ispezione e d'insegnamento; apparecchi e strumenti per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione o il trattamento dei suoni, delle immagini o dei dati; supporti registrati o scaricabili, supporti digitali o analoghi, supporti per la registrazione e la conservazione vergini; computer software, macchine calcolatrici, computer e dispositivi periferici per computer* (Kl. 9) zu widerrufen.

Ad Widerspruchsverfahren Nr. 104409

12. In Bezug auf die verbleibenden, im Gleichheitsbereich der Widerspruchsmarke 1 liegenden, angefochtenen *apparecchi e strumenti di ricerca, di navigazione, geodetici, audiovisivi, di pesata, di rilevamento, di collaudo, di salvataggio; apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo della distribuzione o del consumo dell'elettricità; registratori di cassa, mute da sub, maschere per sub, tappi per orecchie per sub, pinze per subacquei e nuotatori, guanti per sub, autorespiratori per nuoto subacqueo; apparecchi per estinguere gli incendi* (Kl. 9) der jüngeren Marke (vgl. unter III. C. 6 ff.) verhält es sich wie folgt:

13. Von Bedeutung ist, dass die Wortelemente der Marken «SALESFORCE+» (Widerspruchsmarke 1) und «DATAFORCE» (angefochtene Marke) gleich aufgebaut sind. Sie enthalten den Bestandteil FORCE, welchem englische Sachbegriffe, d.h. SALES bzw. DATA, vorangestellt wurden. Der an gleicher, d.h. zweiter Stelle positionierte, übereinstimmende Begriff FORCE fällt bei beiden Marken ins Gewicht, da das Zeichenende besonders gut im Gedächtnis haften bleibt (vgl. unter III. D. 10 hiavor). Auch wird FORCE bei beiden Marken als selbständiges Element wahrgenommen. Denn aufgrund der bekannten Begriffe SALES und FORCE (Widerspruchsmarke 1) bzw. DATA und FORCE (angefochtene Marke) bzw. aufgrund der Kadenz werden die Marken nicht in einem Fluss gelesen, sondern zweiteilig wahrgenommen und in diese Elemente aufgeteilt, unabhängig davon, dass die Widerspruchsmarke 1 nebst der wörtlichen Übersetzung von «Verkaufskraft, Vertriebskraft» als Ganzes auch ein selbständiger Ausdruck ist und z.B. für «Verkaufspersonal», «Aussendienst» steht (vgl. III. D. 7 hiavor).

14. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass sich die Abnehmer zwecks Zuordnung und Erinnerbarkeit bei der Widerspruchsmarke 1 nicht nur am ganzen Ausdruck «SALESFORCE+», sondern auch am übereinstimmenden bzw. normal kennzeichnungskräftigen Begriff «FORCE» (vgl. unter III. D. 6 hiavor) und am Wortbestandteil «SALES» orientieren werden und das Schriftzeichen «+» primär als Zusatz wahrnehmen. Zumindest bei dem Teil der Abnehmer, die sich am durchschnittlich kennzeichnungskräftigen Element «FORCE» orientieren, besteht aufgrund der Übernahme dieses Elements somit die Gefahr, dass die Abnehmer in Anbetracht der Gleichheit der strittigen Waren und der daraus resultierenden Marktnähe falsche Zusammenhänge vermuten, insbesondere an Serienmarken denken, welche verschiedene Produktlinien des gleichen Unternehmens oder wirtschaftlich miteinander verbundener Unternehmen kennzeichnen (sog. mittelbare Verwechslungsgefahr; vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 6.4.2). Dies wird dadurch verstärkt, dass die Verkehrskreise sich bei der jüngeren in erster Linie am übereinstimmenden Bestandteil «FORCE» orientieren werden, da es sich einerseits beim Begriff «DATA» für die verbleibenden Waren der Klasse 9 (vgl. unter III. D. 12 hiavor), mit denen Daten bearbeitet werden bzw. welche einen Zusammenhang zu Daten aufweisen, um einen beschreibenden resp. kennzeichnungsschwachen Bestandteil handelt (vgl. unter III. D. 9 hiavor). Andererseits ist zu beachten, dass «DATA» den übereinstimmenden Begriff «FORCE» aus grammatikalischer Sicht präzisiert und somit wie ein Zusatz wirkt (vgl. unter III. C. 10). Aus diesen Gründen ist DATA nicht geeignet, den Gesamteindruck und Sinngehalt des jüngeren Zeichens wesentlich zu bestimmen. Die Verwechslungsgefahr ist somit zu bejahen, selbst wenn die hier massgebenden Waren teils mit einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit erworben werden (vgl. dazu III. D. 10) und selbst unter Berücksichtigung des reduzierten Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke 1 als Ganzes. Hierbei sei noch erwähnt, dass kennzeichnungsschwache Elemente bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr nicht einfach ausgeklammert werden dürfen. In der Gesamtbeurteilung ist insbesondere deren Position zu berücksichtigen (vgl. hierzu BVGer B-6173/2018, E. 6.5 – World Economic Forum [fig.] / Zurich Economic Forum [fig.]; B-1481/2015, E. 11.3.2.2 – ice watch (fig.) / NICE watch [fig.] und BVGer B-2711/2016, E. 6.2 bis 7.4 – THE BODY SHOP, THE BODY SHOP (fig.) / THEFACESHOP [fig.]). Von Bedeutung ist vorliegend, wie aufgezeigt, dass zwischen den Marken «SALESFORCE1» (Widerspruchsmarke 1) und «DATAFORCE» (angefochtene Marke) eine Übereinstimmung im Aufbau, in der Zeichenstruktur bzw. im Sinngehalt auszumachen ist, weshalb aus den genannten Gründen ein markenrechtlich relevanter Zusammenhang mit der Widerspruchsmarke 1 vermutet wird.

15. Gestützt auf die Widerspruchsmarke 1 ist die Eintragung der angefochtenen Marke für die Waren *apparecchi e strumenti di ricerca, di navigazione, geodetici, audiovisivi, di pesata, di rilevamento, di collaudo, di salvataggio; apparecchi e strumenti per la conduzione, distribuzione, trasformazione, accumulazione, regolazione o controllo della distribuzione o del consumo dell'elettricità; registratori di*

cassa, mute da sub, maschere per sub, tappi per orecchie per sub, pinze per subacquei e nuotatori, guanti per sub, autorespiratori per nuoto subacqueo; apparecchi per estinguere gli incendi (Kl. 9) zu widerrufen.

16. Der Widerspruch in den Verfahren Nr. 104109 und 104410 wird daher gutgeheissen und die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 822808 DATAFORCE vollumfänglich widerrufen. Bei diesem Prozessausgang kann die Frage nach der Bekanntheit der Widerspruchsmarke 1 offenbleiben.

IV. Kostenverteilung

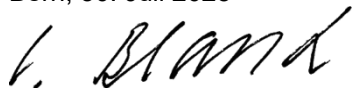
1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem Institut (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das Institut zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (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). 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 in beiden Verfahren vollständig durchgedrungen, weshalb sie zu entschädigen ist. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Die zwischen den Parteien parallel geführten Widerspruchsverfahren Nr. 104409 SALESFORCE+ / DATAFORCE und Nr. 104410 FORCE / DATAFORCE stützen sich auf zwei im Wortelement FORCE übereinstimmende Widerspruchsmarken, welche für Waren der Klasse 9 eingetragen sind und sich gegen dieselbe angefochtene Marke richten. Daher konnte die widersprechende Partei ihre Widersprüche ähnlich begründen, weshalb sie für beide Verfahren eine einzige Widerspruchsschrift einreichte, so dass ihr aufgrund des Umstands, dass zwei Verfahren anhängig gemacht wurden, nicht ein doppelter Aufwand erwachsen ist. Das Institut erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 für beide Verfahren als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die für beide Verfahren geschuldeten Widerspruchgebühren, d.h. CHF 1'600.00, zu ersetzen. Insgesamt wird der widersprechenden Partei CHF 2'800.00 zugesprochen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Die Widersprüche in den Verfahren Nr. 104409 und 104410 werden in einem Verfahren vereinigt.
2.
Der Widerspruch in den vereinigten Verfahren Nr. 104409 und 104410 wird gutgeheissen.
3.
Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 822808 DATAFORCE wird vollständig widerrufen.
4.
Die für beide Verfahren geschuldeten Widerspruchsgebühren in der Höhe von CHF 1'600.00 verbleiben dem Institut.
5.
Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Entschädigung von CHF 2'800.00 (einschliesslich Ersatz der zwei Widerspruchsgebühren) zu bezahlen.
6.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 30. Juli 2025



Céline Blank-Emmenegger, Fürsprecherin

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).