

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104312 in Sachen

ALFASAN NEDERLAND B.V.
9 , Kuipersweg
3449 JA WOERDEN
NL-Niederlande

Widersprechende Partei

vertreten durch

FMP Fuhrer Marbach & Partner
Konsumstrasse 16A
3007 Bern

IR-Marke Nr. 728448 - ALFASAN

gegen

Aleksander Ruzicic
Unterfeldstrasse 5
8700 Küsnacht

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

IP.DESIGN Kanzlei & Patentbüro Dr. Marc Loschonsky
Arbonerstrasse 35
8580 Amriswil

CH-Marke Nr. 820497 - ALMASAN

Gestützt auf Art. 31 ff. i.V.m. Art. 3 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 232.11), Art. 20 ff. der Markenschutzverordnung (MSchV, SR 232.111), Art. 1 ff. der Verordnung des IGE über Gebühren (GebV-IGE, SR 232.148) sowie auf Art. 1 ff. des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren (VwVG, SR 172.021) hat das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: IGE)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der CH-Marke Nr. 820497 "ALMASAN" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 23.09.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie wurde u.a. für Waren der Klasse 5 eingetragen.
2. Mit Datum vom 18.12.2024 wurde das Warenverzeichnis in Klasse 5 auf Antrag der Markeninhaberin wie folgt eingeschränkt:
 - 5 *Getränkemischungen als Mahlzeitenersatz und als Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Diätshakes als Mahlzeitenersatz (für medizinische Zwecke); Nährgetränkemischungen zur Verwendung als Mahlzeitenersatz für medizinische Zwecke; Mahlzeitenersatz-Shakes (für medizinische Zwecke); Mahlzeitenersatz in Pulverform für medizinische Zwecke; humanpharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate; Hygienepräparate für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke.*
3. Am 23.12.2024 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang.
4. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 728448 "ALFASAN" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt ist:
 - 5 *Produits pharmaceutiques et vétérinaires; substances diététiques à usage vétérinaire; préparations chimiques à usage vétérinaire; additifs pour fourrages à usage médical; préparations de vitamines pour animaux; aliments diététiques à usage médical ou vétérinaire; graisses et huiles à usage vétérinaire; réactifs chimiques à usage médical ou vétérinaire.*
 - 31 *Produits agricoles, horticoles, forestiers et graines (non compris dans d'autres classes); fruits et légumes frais; semences; aliments pour animaux et ingrédients pour fourrages non compris dans d'autres classes; additifs pour fourrage (non à usage médical); grains et produits faits à base de grains pour animaux.*
 - 35 *Aide à la commercialisation des produits mentionnés dans les classes 5 et 31.*
 - 42 *Services vétérinaires; services de chimistes, de physiciens et de médecins; services de laboratoires médicaux, bactériologiques et chimiques; établissement d'expertises par des ingénieurs ou en laboratoires; conseils techniques; recherche et développement de produits vétérinaires, de fourrages et leurs additifs; conseils vétérinaires, ainsi que services rendus dans le domaine vétérinaire; conseils concernant l'usage et l'application de médicaments vétérinaires, de fourrages et leurs additifs; conseils concernant la composition des additifs pour fourrages; conseils concernant la composition des produits vétérinaires; conseils concernant l'usage et l'application des produits vétérinaires.*
5. Mit Verfügung vom 09.01.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
6. Mit Schreiben vom 10.04.2025 reichte die widerspruchsgegnerische Partei innert erstreckter Frist eine Stellungnahme ein.
7. Mit Verfügung vom 29.04.2025 wies das IGE den Sistierungsantrag der widerspruchsgegnerischen Partei ab und schloss die Verfahrensinstruktion ab.
8. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

1. Gemäss Art. 31 Abs. 1 i. V. m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist

ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

2. Die Widerspruchsmarke wurde am 15.12.1999 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke am 18.09.2024 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 und Dienstleistungen

1. Waren und/oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und/oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen).
2. Gleichartigkeit kann nicht nur innerhalb des Waren- bzw. Dienstleistungsbereichs bestehen, sondern auch im Verhältnis zwischen Waren und Dienstleistungen. Wegen des unterschiedlichen Charakters von Waren und Dienstleistungen ist der Wert der üblichen Abgrenzungskriterien jedoch relativiert. Es gilt also zu prüfen, ob das Publikum annehmen kann, dass der Inhaber der Dienstleistungsmarke sich auch mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Waren befasst bzw. dass der Inhaber eines Warenzeichens auch die zu diesem Warenbereich gehörende Dienstleistung erbringt. Zur Feststellung dieser Verkehrsauffassung kann es sinnvoll sein, zu prüfen, ob die Dienstleistung für die Waren von besonderem Nutzen ist, indem sie zu deren Erhaltung oder Veränderung dient, und somit die Konsumenten Ware und Dienstleistung als sinnvolles Leistungspaket wahrnehmen. So können etwa Wartungs- und Reparaturdienstleistungen, welche das Warenangebot ergänzen, mit den Waren gleichartig sein (sog. «service après vente» (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.3 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
3. Die angefochtene Marke ist soweit vorliegend interessierend für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:
 - 5 *Getränkemischungen als Mahlzeitenersatz und als Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Diätshakes als Mahlzeitenersatz (für medizinische Zwecke); Nährgetränkemischungen zur Verwendung als Mahlzeitenersatz für medizinische Zwecke; Mahlzeitenersatz-Shakes (für medizinische Zwecke); Mahlzeitenersatz in Pulverform für medizinische Zwecke; humanpharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate; Hygienepreparate für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke.*
4. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt:
 - 5 *Produits pharmaceutiques et vétérinaires; substances diététiques à usage vétérinaire; préparations chimiques à usage vétérinaire; additifs pour fourrages à usage médical; préparations de vitamines*

pour animaux; aliments diététiques à usage médical ou vétérinaire; graisses et huiles à usage vétérinaire; réactifs chimiques à usage médical ou vétérinaire.

- 31 *Produits agricoles, horticoles, forestiers et graines (non compris dans d'autres classes); fruits et légumes frais; semences; aliments pour animaux et ingrédients pour fourrages non compris dans d'autres classes; additifs pour fourrage (non à usage médical); grains et produits faits à base de grains pour animaux.*
 - 35 *Aide à la commercialisation des produits mentionnés dans les classes 5 et 31.*
 - 42 *Services vétérinaires; services de chimistes, de physiciens et de médecins; services de laboratoires médicaux, bactériologiques et chimiques; établissement d'expertises par des ingénieurs ou en laboratoires; conseils techniques; recherche et développement de produits vétérinaires, de fourrages et leurs additifs; conseils vétérinaires, ainsi que services rendus dans le domaine vétérinaire; conseils concernant l'usage et l'application de médicaments vétérinaires, de fourrages et leurs additifs; conseils concernant la composition des additifs pour fourrages; conseils concernant la composition des produits vétérinaires; conseils concernant l'usage et l'application des produits vétérinaires.*
5. Die *produits pharmaceutiques* der Widerspruchsmarke sind identisch oder zumindest hochgradig gleichartig zu *humanpharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate* der angefochtenen Marke.
 6. Heutzutage ist es üblich, Arzneimittel alternativ zu Tabletten und Spritzen über so genannte Wirkstoffpflaster zu verabreichen (vgl. www.de.wikipedia.ch, abgerufen am 31.07.2025; Entscheid im Widerspruchsverfahren Nr. 101587, III. B. Ziff. 4, abrufbar in der Prüfungshilfe, <https://ph.ige.ch>). Die Waren *Pflaster, Verbandmaterial* der angefochtenen Marke weisen somit wesentliche markenrechtliche Überschneidungen mit den *produits pharmaceutiques* der Widerspruchsmarke auf. Sie verfügen teils über die gleiche Zweckbestimmung, werden über die gleichen Vertriebsstätten angeboten und richten sich an die gleichen Abnehmerkreise. Die Gleichartigkeit ist somit zu bejahen.
 7. Die Formulierung *aliments diététiques à usage médical ou vétérinaire* der älteren Marke umfasst sowohl diätetische Lebensmittel für humanmedizinische Zwecke wie auch für veterinärmedizinische Zwecke. Die breite Formulierung *aliments diététiques à usage médical* beinhaltet auch die angefochtenen *Diätshakes als Mahlzeitenersatz (für medizinische Zwecke); diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische Zwecke* sowie *diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische Zwecke*. Es besteht somit nicht weiter zu diskutierende Warengleichheit.
 8. Weiter sind die *aliments diététiques à usage médical ou vétérinaire* der Widerspruchsmarke gleichartig zu den unterschiedlichen Nahrungsergänzungsmitteln der angefochtenen Marke, nämlich *Getränkemischungen als Mahlzeitenersatz und als Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Nährgetränkemischungen zur Verwendung als Mahlzeitenersatz für medizinische Zwecke; Mahlzeitenersatz-Shakes (für medizinische Zwecke); Mahlzeitenersatz in Pulverform für medizinische Zwecke*. Nahrungsergänzungsmittel sind Lebensmittel in konzentrierter Form, die dazu bestimmt sind, die normale Ernährung zu ergänzen, indem sie Vitamine, Mineralstoffe oder andere Stoffe mit ernährungsspezifischer oder physiologischer Wirkung zuführen (vgl. u.a. die Onlineenzyklopädie Pharmawiki, auf www.pharmawiki.ch, abgerufen am 04.08.2025). Diät ist eine auf die Bedürfnisse eines Kranken, Übergewichtigen o. Ä. abgestimmte Ernährungsweise (vgl. Duden Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 04.08.2025). Aufgrund ihrer Übereinstimmungen betreffend Zweckbestimmung werden Nahrungsergänzungsmittel regelmässig zur Einhaltung bzw. Unterstützung einer bestimmten Diät eingenommen. Die konkurrierenden Waren stehen somit in einem Ergänzungs- und/oder Austauschverhältnis. Sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und werden über die gleichen Vertriebskanäle, insbesondere Apotheken und Drogerien, aber auch Supermärkte angeboten. Keine Rolle spielt in casu, dass nicht alle *Nahrungsergänzungsmittel* der angefochtenen Marke auf medizinische Zwecke eingeschränkt sind, denn die Art der Ware als Nahrungsergänzungsmittel bleibt gleich, unabhängig der Frage, ob die Nahrungsergänzung zu medizinischen oder einzig aus ernährungstechnischen Gründen erfolgt.
 9. Die *aliments diététiques à usage médical ou vétérinaire* der älteren Marke sind auch hochgradig gleichartig zur angefochtenen *Babykost*. Dies, weil die konkurrierenden Waren die gleiche oder doch eine sehr ähnliche Zweckbestimmung verfolgen, nämlich die Sicherstellung einer Ernährung, die auf die Bedürfnisse einer speziellen Abnehmergruppe ausgerichtet ist. Die breite Formulierung *aliments*

- diététiques à usage médical* umfasst denn auch diätetische Lebensmittel für Babies für medizinische Zwecke. Aufgrund der Übereinstimmungen im herstellungstechnischen Know-how und der Vertriebskanäle werden die Abnehmer davon ausgehen, dass die unter der gleichen oder einer ähnlichen Marke vertriebenen Waren aus demselben Unternehmen stammen.
10. Im Vergleich zu den weiter angefochtenen *Hygienepreparate für medizinische Zwecke* bejaht die Praxis die Gleichartigkeit zu den *produits pharmaceutiques*. Dies, weil die konkurrierenden Waren die gleichen Vertriebskanäle - z.B. Apotheken und Drogerien - aufweisen und ergänzend zu einem Medikament benutzt werden oder gar ein solches enthalten können (vgl. u.a. Entscheid des Instituts im Widerspruchsverfahren Nr. 102874, E. III. B. Ziff. 6, abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE, unter <https://ph.ige.ch>).
 11. Die angefochtenen *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* dienen nicht der Heilung von Krankheiten, sondern werden primär von Zahnärzten zum Flickern von Löchern in Zähnen und zur Herstellung von Gebissabdrücken verwendet. Dabei handelt es sich nicht um Pharmazeutika, sondern um Medizinprodukte gemäss Art. 4 Abs. 1 lit. b Bundesgesetz über Arzneimittel und Medizinprodukte (Heilmittelgesetz, HMG; SR 812.21). Im Gegensatz zu Arzneimitteln, die zur medizinischen Einwirkung auf den menschlichen oder tierischen Organismus bestimmt sind oder angepriesen werden (vgl. Art. 4 Abs. 1 lit. a HMG), handelt es sich bei Medizinprodukten u.a. um Implantate oder Stoffe, die für die medizinische Verwendung bestimmt sind oder angepriesen werden und deren Hauptwirkung nicht durch ein Arzneimittel erreicht wird (Art. 4 Abs. 1 lit. b HMG). Deren Herstellung erfordert ein anderes technisches Know-how als die Herstellung von Pharmazeutika oder von Diätmitteln, sie weisen eine andere Zweckbestimmung und verschiedene Herstellungsstätten auf. Zudem sind Adressatenkreise wie auch Vertriebskanäle sind unterschiedlich, da sie insbesondere von auf Zahnmedizintechnik spezialisierten Firmen hergestellt werden und sie richten an Zahnärzte oder Zahntechniker (vgl. auch den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 103444, III. B. Ziff. 13 – Alpinamed / ALPINA (fig.); abrufbar unter <https://ph.ige.ch>;). Erst recht keine Gleichartigkeit ist im Verhältnis zwischen den von der Widerspruchsmarke in den Klassen 31 und 35 beanspruchten Waren und Dienstleistungen und den angefochtenen *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* auszumachen.
 12. Es stellt sich hingegen die Frage, ob zwischen den *services de laboratoires médicaux* in Klasse 42 der Widerspruchsmarke und den angefochtenen *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* ein markenrechtlich relevantes Gleichartigkeitsverhältnis besteht. Die Beantwortung dieser Frage hängt u.a. davon ab, ob unter die Formulierung *services de laboratoires médicaux* auch Dienstleistungen eines zahntechnischen Labors subsumiert werden können. Die Beantwortung dieser Frage kann in casu hingegen offenbleiben, da die Gleichartigkeit aus anderen Gründen verneint werden muss. Entscheidend ist, ob die angesprochenen Abnehmerkreise davon ausgehen, ob ein zahntechnisches Labor sich auch mit der Herstellung von *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* befasst. Dies ist in casu zu verneinen. *Zahnfüllmittel* sind Werkstoffe, die in den Zahn eingebracht werden, um ein verloren gegangenes Stück des Zahns, z.B. durch Karies, zu ersetzen (vgl. www.alpine-biodental.ch, abgerufen am 06.08.2025). *Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* werden dazu verwendet, um eine Negativform des Gebisses eines Patienten zu erstellen. Diese Form dient dabei als Basis für die Anfertigung von Zahnersatz wie Kronen oder Brücken. Der Abdruck ist dabei das Bindeglied zwischen der Behandlung durch den Zahnarzt und die Arbeit des Zahntechnikers (vgl. u.a. www.pan-zahnheilkunde.de, abgerufen am 06.08.2025). Sowohl *Zahnfüllmittel* wie auch *Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* sind somit technische Materialien, deren Herstellung ein besonderes Know-how erfordert. Abnehmer dieser Waren sind Zahnärzte, betreffend Abdruckmassen auch Zahntechniker.
 13. Dienstleistungen eines Dentallabors umfassen u.a. die Herstellung von Zahnersatz wie Brücken, Kronen, Prothesen, die Herstellung kieferorthopädischer Geräte wie Spangen, die Herstellung von Zahnimplantaten oder die Reparatur von Zahnprothesen (vgl. www.dental-wirtschaft.de, abgerufen am 06.08.2025). Ein zahntechnisches Labor stellt dabei weder *Zahnfüllmittel* noch *Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* her. Zwar arbeiten Zahntechniker regelmässig mit *Abdruckmassen*. Das hat aber noch nicht zur Folge, dass die angesprochenen Abnehmerkreise davon ausgehen, dass sich ein zahntechnisches Labor bzw. ein Zahntechniker mit der Herstellung der angefochtenen *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* befasst. Die *services de laboratoires médicaux* in Klasse 42 der Widerspruchsmarke und die *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* in Klasse 5 der angefochtenen Marke werden somit nicht als sinnvolles Leistungspaket wahrgenommen. Im Übrigen hat auch die widersprechende Partei nichts vorgetragen, das für die Bejahung einer Gleichartigkeit sprechen würde.

14. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichheit bzw. teils Gleichartigkeit teilweise bejaht wird. Weil die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG kumulativ Produktgleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit den als nicht gleichartig beurteilten *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* bereits wegen fehlender Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren ist von Gleichheit respektive Gleichartigkeit auszugehen und nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren resp. Dienstleistungen interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
2. In casu stehen sich die reinen Wortmarken "ALFASAN" (Widerspruchsmarke) und "ALMASAN" (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.]*). Beide im Konflikt stehenden Zeichen setzen aus sieben Buchstaben zusammen, wobei mit Ausnahme der dritten Buchstaben alle Buchstaben identisch sind und an identischer Stelle stehen. Da sich die Abweichung auf die Zeichenmitte, die Übereinstimmungen aber auf die besonders prägenden Zeichenanfänge und -enden beziehen, besteht eine klare Ähnlichkeit im Schriftbild.
3. Die beiden Zeichen setzen sich aus je drei Silben zusammen (al-fa-san // al-ma-san). Aufgrund der identischen Anfangs- und Schlussilbe sowie der gleichen Vokalfolge (a-a-a) resultiert ein klar ähnliches Klangbild.
4. Da der durchschnittliche Markenadressat unwillkürlich auch gedanklich verarbeitet, was er hört und liest, kann für den Gesamteindruck einer Marke auch deren Sinngehalt entscheidend sein. In Betracht fallen neben der eigentlichen Wortbedeutung auch Gedankenverbindungen, die das Zeichen unweigerlich hervorruft. Markante Sinngehalte, die sich beim Hören und beim Lesen dem Bewusstsein sogleich aufdrängen, dominieren regelmässig auch das Erinnerungsbild. Weist ein Wortzeichen einen derartigen Sinngehalt auf, der sich im anderen Zeichen nicht wiederfindet, so ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sich das Publikum durch einen ähnlichen Klang oder ein ähnliches Schriftbild täuschen lässt (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1 m.w.H.).
5. Weder der Widerspruchsmarke noch der angefochtenen Marke kommt als Ganzes eine Bedeutung zu. Der Zeichenbestandteil "alfa" steht für das Alfagras, ein wild wachsendes Steppengras (vgl. Duden Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 04.08.2025). "Alma" ist ein weiblicher Vorname und bedeutet als lateinisches Wort "nährend, erhaben, ehrwürdig" (vgl. Latein Wörterbuch, auf www.navigium.de, abgerufen am 04.08.2025). Letztere Bedeutung dürfte nur den wenigsten Abnehmern bekannt sein. Weiter ist "alma" ein italienisches Wort mit der Bedeutung *Seele* (vgl. Wörterbuch Pons, auf www.de.pons.com, abgerufen am 04.08.2025). Gemäss Duden erscheint "san" als Bestandteil von Heiligennamen und darauf zurückgehende Ortsnamen (vgl. Duden, a.a.O.). Gemäss Prüfungspraxis des IGE wird "san" grundsätzlich als unbestimmte Abkürzung angesehen und nicht als beschreibend im Sinne von gesund oder gute Gesundheit zurückgewiesen (im Gegensatz zu SANO bzw. SANA; vgl. Prüfungshilfe, auf <https://ph.ige.ch>). Die Widerspruchsmarke kann somit als "Alfagras heilig", die jüngere Marke als "Vorname/nährend/Seele heilig" verstanden werden. Bezüglich des Elements "san" bestehen somit auch Übereinstimmungen auf sinngehaltlicher Ebene. Hingegen sind die Abweichungen in den Elementen "Alfa" und "Alma" nicht derart ausgeprägt, als dass sie die festgestellten Übereinstimmungen auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene zu kompensieren vermöchten.
6. Somit ist die Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
2. Im Weiteren ist auch von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei "Massenartikeln" des täglichen Bedarfs mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen zu rechnen ist als bei Spezialprodukte, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
3. Beim Erwerb von Pharmazeutika ist von erhöhter Aufmerksamkeit auszugehen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6; BVGer B-1760/2012, E. 4.2 – ZURCAL / ZORCALA). Die in der Klasse 5 beanspruchten Nahrungsergänzungsmittel und diätetischen Erzeugnisse dürften in der Regel mit etwas grösserer Aufmerksamkeit ausgesucht werden, weil der Verbraucher auf deren Zusammensetzung und Wirkung achtet. Indessen sind die Anforderungen auch hier nicht zu hoch anzusetzen, weil es sich nichtsdestotrotz um Nahrungsmittel handelt und damit um Waren, welche täglich, zumindest jedoch mit einer gewissen Regelmässigkeit erworben werden.
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 "Alfasan" kann in der Bedeutung von *Alfagras heilig* in Verbindung mit den strittigen Waren der Klasse 5 kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive teils 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 Widerspruchsmarke abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall: die Übereinstimmung in sechs von sieben Buchstaben, die an identischer Stelle stehen, bewirken eine ausgeprägte Ähnlichkeit im Schriftbild und im Klang. Damit hält die angefochtene Marke den markenrechtlich geforderten Zeichenabstand nicht ein. An dieser Einschätzung vermögen auch die durch die Zeichenelemente "Alfa" und "Alma" bedingten Unterschiede im Sinngehalt nichts zu ändern, da aufgrund der ausgewiesenen Zeichennähe die Gefahr des Verlesens bzw. Verhörens besteht.
7. Unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der grossen Zeichenähnlichkeit sowie der Gleichheit bzw. teils starken Gleichartigkeit der im Konflikt stehenden Waren ist die Verwechslungsgefahr zu bejahen. Dies gilt auch unter Berücksichtigung, dass zumindest ein Teil der strittigen Waren in der Regel mit erhöhter Aufmerksamkeit ausgesucht resp. in Anspruch genommen wird, zumal die Anforderungen an das Differenzierungsvermögen der Verkehrskreise auch bei erhöhter Aufmerksamkeit 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). Der Widerspruch Nr. 104312 wird daher mit Ausnahme von *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* gutgeheissen und die angefochtene CH-Marke Nr. 820497 "ALMASAN" für die als gleich respektive gleichartig beurteilten Waren, nämlich *Getränkemischungen als Mahlzeitenersatz und als Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Diätshakes als Mahlzeitenersatz (für medizinische*

Zwecke); Nährgetränkemischungen zur Verwendung als Mahlzeitenersatz für medizinische Zwecke; Mahlzeitenersatz-Shakes (für medizinische Zwecke); Mahlzeitenersatz in Pulverform für medizinische Zwecke; humanpharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate; Hygienepräparate für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Pflaster, Verbandmaterial 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. Wird der Widerspruch lediglich teilweise gutgeheissen, wird die Widerspruchsgebühr den Parteien in der Regel je zur Hälfte auferlegt und die Parteikosten werden wettgeschlagen (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. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren fast vollständig durchgedrungen. Einzig betreffend die *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke* wird der Widerspruch abgewiesen. Vor diesem Hintergrund ist es aus sachlichen Gründen im Einklang mit den Entscheiden des BVGer B-6734/2023, E. 9.2 – BURGER KING / Burek BK King (fig.) und BVGer B-148/2020, E. 6.2 – dm / dm (fig.) angemessen, von dem oben genannten Regelfall der hälftigen Auferlegung der Widerspruchsgebühr bzw. des Wettschlagens der Parteikosten abzuweichen und diesen Ausgang des Verfahrens unter Kostengesichtspunkten einer vollständigen Gutheissung gleichzusetzen. Das Institut erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchsgebühr zu ersetzen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104312 wird teilweise gutgeheissen.

2.

Die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 820497 "ALMASAN" wird für folgende Waren widerrufen:

5 *Getränkemischungen als Mahlzeitenersatz und als Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Diätshakes als Mahlzeitenersatz (für medizinische Zwecke); Nährgetränkemischungen zur Verwendung als Mahlzeitenersatz für medizinische Zwecke; Mahlzeitenersatz-Shakes (für medizinische Zwecke); Mahlzeitenersatz in Pulverform für medizinische Zwecke; humanpharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate; Hygienepreparate für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Pflaster, Verbandmaterial.*

4.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem Institut.

5.

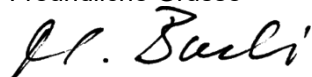
Die widerspruchsgegnersche Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

6.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 8. August 2025

Freundliche Grüsse



Marc Burki

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 9023 St. Gallen, Beschwerde geführt werden. Die Beschwerdefrist ist eingehalten, wenn die Beschwerde spätestens am letzten Tag der Frist beim Bundesverwaltungsgericht eingereicht oder zu dessen Händen der schweizerischen Post oder einer schweizerischen diplomatischen oder konsularischen Vertretung übergeben wird (Art. 21 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes [VwVG]). Die Rechtsschrift ist in einer schweizerischen Amtssprache abzufassen und hat die Begehren, deren Begründung mit Angabe der Beweismittel und die Unterschrift zu enthalten. Der angefochtene Entscheid und die Beweismittel sind, soweit sie die beschwerdeführende Partei in Händen hat, beizulegen (Art. 52 Abs. 1 VwVG).