

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104482 in Sachen

PRADA S.A.
23, rue Aldringen
L-1118 Luxembourg
LU-Luxembourg

Widersprechende Partei

vertreten durch

Schluép IP Law AG
Falkenplatz 7
3012 Bern

IR-Marke Nr. 686197 - miu miu ((fig.))



gegen

GUANGZHOU MIN MIN LEATHER CO.,LTD.
240 Shanqian tourism Avenue, Shiling Town, Huadu District,
510000 Guangzhou City, Guangdong Province
CN-China

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

H.LI
MSA - 41A route des Jeunes
1227 Carouge

CH-Marke Nr. 824558 - Min Min ((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: IGE)



Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
Swiss Federal Institute of Intellectual Property

Stauffacherstrasse 65/59 g
CH-3003 Bern
T +41 31 377 77 77
info@ipi.ch | www.ige.ch

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der CH-Marke Nr. 824558 "Min Min ((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 23.12.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist soweit hier interessierend für folgende Waren eingetragen:
 - 3 *Parfüms.*
 - 18 *Taschen; Handtaschen; Reisetaschen, Reiseköfferchen, Rucksäcke, kleine Handkoffer.*
 - 25 *Baumwollmäntel; Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Hosen; Mützen; Wirkwaren (Bekleidung); Handschuhe (Bekleidung); Schals; Krawatten; Ledergürtel (Bekleidungsstücke); Leibwäsche; Sweater; Konfektionskleidung; Babywäsche; Strümpfe; Bekleidung für Autofahrer; Regenhüte; Sportschuhe; Mantillen.*
2. Am 21.03.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 686197 "miu miu ((fig.))" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt ist:
 - 3 *Cosmétiques, à savoir crèmes de jour et crèmes de nuit, préparations nettoyantes pour le visage et pour le corps, produits moussants pour le bain; mousse à raser, après-rasage, maquillage, fond de teint, laques pour les ongles, désodorisants pour hommes et femmes (parfumerie), savons pour les mains et savons pour bébés, shampooings, produits de rinçage capillaires, dentifrices; parfums, eau de toilette et huiles essentielles à usage personnel, pour hommes et femmes; produits pour le soin des cheveux, sous forme de sprays.*
 - 9 *Lentilles; lunettes; lunettes de soleil; lentilles pour lunettes et pour lunettes de soleil; montures pour lunettes et pour lunettes de soleil; étuis à lunettes.*
 - 14 *Montres, horloges, articles de bijouterie et de joaillerie; pierres précieuses.*
 - 16 *Livres et magazines; articles de papeterie, à savoir carnets d'exercices; carnets d'adresses, blocs-notes, intercalaires numériques et alphabétiques, enveloppes, calendriers et agendas; instruments pour écrire et pour marquer, à savoir stylos à encre, stylos à bille, marqueurs, crayons et mines pour crayons, cartouches pour stylos.*
 - 18 *Sacs à main, portefeuilles, bagages compris dans cette classe, malles pour documents, grands sacs, porte-documents, sacs de sport non adaptés aux produits qu'ils sont destinés à contenir; coffres de voyage; sacs à bandoulière, sacs-housses pour vêtements (pour le voyage); étuis pour clés (maroquinerie); parapluies, parasols et cannes; fouets; harnais et sellerie.*
 - 25 *Vêtements pour hommes, femmes et enfants, à savoir manteaux, imperméables, ceintures, gilets, chemisiers et pull-overs, vestes, pantalons, jupes, robes, costumes, chemises, tee-shirts, chandails, sous-vêtements, chaussettes et bas, gants, cravates, foulards; chapeaux et bonnets; bottes, chaussures et pantoufles.*
 - 34 *Articles pour fumeurs.*
 - 42 *Services rendus par des restaurants, des hôtels, des motels, des bars, des bars de cocktail et des maisons de vacances pour touristes; services rendus par des clubs de rencontres, y compris des clubs situés à la campagne; services rendus par des salons de beauté; services rendus par des établissements de sauna.*
4. Mit Verfügung vom 25.03.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Da innert Frist keine Stellungnahme eingereicht wurde, schloss das IGE mit Verfügung vom 08.05.2025 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

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 02.12.1997 mit einer Benelux-Priorität vom 04.06.1997 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke am 02.12.2024 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, auf www.ige.ch).
2. Die angefochtene Marke ist soweit vorliegend interessierend für folgende Waren eingetragen:
 - 3 *Parfüms.*
 - 18 *Taschen; Handtaschen; Reisetaschen, Reiseköfferchen, Rucksäcke, kleine Handkoffer.*
 - 25 *Baumwollmäntel; Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Hosen; Mützen; Wirkwaren (Bekleidung); Handschuhe (Bekleidung); Schals; Krawatten; Ledergürtel (Bekleidungsstücke); Leibwäsche; Sweater; Konfektionskleidung; Babywäsche; Strümpfe; Bekleidung für Autofahrer; Regenhüte; Sportschuhe; Mantillen.*
3. Die Widerspruchsmarke ist soweit vorliegend interessierend für folgende Waren geschützt:
 - 3 *Cosmétiques, à savoir crèmes de jour et crèmes de nuit, préparations nettoyantes pour le visage et pour le corps, produits moussants pour le bain; mousse à raser, après-rasage, maquillage, fond de teint, laques pour les ongles, désodorisants pour hommes et femmes (parfumerie), savons pour les mains et savons pour bébés, shampooings, produits de rinçage capillaires, dentifrices; parfums, eau de toilette et huiles essentielles à usage personnel, pour hommes et femmes; produits pour le soin des cheveux, sous forme de sprays.*
 - 18 *Sacs à main, portefeuilles, bagages compris dans cette classe, mallettes pour documents, grands sacs, porte-documents, sacs de sport non adaptés aux produits qu'ils sont destinés à contenir;*

coffres de voyage; sacs à bandoulière, sacs-housses pour vêtements (pour le voyage); étuis pour clés (maroquinerie); parapluies, parasols et cannes; fouets; harnais et sellerie.

- 25 *Vêtements pour hommes, femmes et enfants, à savoir manteaux, imperméables, ceintures, gilets, chemisiers et pull-overs, vestes, pantalons, jupes, robes, costumes, chemises, tee-shirts, chandails, sous-vêtements, chaussettes et bas, gants, cravates, foulards; chapeaux et bonnets; bottes, chaussures et pantoufles*

Angefochtene Waren in Klasse 3

4. *Parfums* sind in beiden Warenverzeichnissen identisch enthalten.

Angefochtene Waren in Klasse 18

5. Die *Sacs à main* der Widerspruchsmarke entsprechend den *Handtaschen* der angefochtenen Marke. Es besteht somit Warengleichheit.
6. Die angefochtene Marke beansprucht weiter die breiten Begriffe *Taschen; Reisetaschen*. Diese angefochtenen Waren sind identisch oder zumindest hochgradig gleichartig zu *bagages compris dans cette classe; grands sacs; sacs à bandoulière; sacs de sport non adaptés aux produits qu'ils sont destinés à contenir; sacs-housses pour vêtements (pour le voyage)* der älteren Marke.
7. Die *coffres de voyage* der Widerspruchsmarke umfassen die angefochtenen *Reisekofferchen; kleine Handkoffer* der angefochtenen Marke. Diesbezüglich besteht Identität.
8. Schliesslich beansprucht die angefochtene Marke noch *Rucksäcke*. Diese sind gleichartig zu *sacs à bandoulière* der älteren Marke. Bei letzteren handelt es sich um Taschen mit Schultergurt bzw. Umhängetaschen. Die konkurrierenden Waren stehen in einem Austauschverhältnis, sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und werden über die gleichen Vertriebswege angeboten. Dementsprechend besteht hochgradige Gleichartigkeit.

Angefochtene Waren in Klasse 25

9. Die Widerspruchsmarke beansprucht in Klasse 25 *vêtements pour hommes, femmes et enfants, à savoir manteaux, imperméables, ceintures, gilets, chemisiers et pull-overs, vestes, pantalons, jupes, robes, costumes, chemises, tee-shirts, chandails, sous-vêtements, chaussettes et bas, gants, cravates, foulards*. Im Vergleich zu *Strümpfe; Ledergürtel (Bekleidungsstücke); Hosen; Handschuhe (Bekleidung); Schals; Krawatten; Leibwäsche; Baumwollmäntel* der angefochtenen Marke besteht Warengleichheit. Betreffend die weiter angefochtenen Waren *Wirkwaren (Bekleidung); Sweater; Konfektionskleidung; Babywäsche; Bekleidung für Autofahrer; Mantillen* besteht aufgrund der gleichen Zweckbestimmung, des Austauschverhältnisses, der gleichen Abnehmerkreise und Vertriebswege hochgradige Gleichartigkeit. Insofern als die angefochtenen *Bekleidungsstücke* unter die von der Widerspruchsmarke beanspruchten Waren fallen, besteht Identität. Für darüberhinausgehende Waren zumindest hochgradige Gleichartigkeit.
10. Der Oberbegriff *Schuhwaren* der jüngeren Marke umfasst die *bottes; chaussures et pantoufles* der Widerspruchsmarke. Diesbezüglich besteht Warengleichheit. Für darüberhinausgehende Waren besteht aufgrund der gleichen Zweckbestimmung, Abnehmerkreise und Vertriebswege zumindest hochgradige Gleichartigkeit.
11. *Chapeaux et bonnets* umfassen die *Mützen*. Auch diesbezüglich besteht somit Warengleichheit.
12. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit beziehungsweise hochgradige 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 kombinierten Wort-/Bildmarken "miu miu ((fig.))" (Widerspruchsmarke) und "Min Min ((fig.))" (angefochtene Marke) gegenüber. 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).
3. Bei der Widerspruchsmarke besteht das figurative Element in einer besonderen Schriftgestaltung, insbesondere einer Durchbrechung bzw. Zweiteilung der Buchstaben "m" und "u", einer Fettschrift sowie einer geschwungenen Schriftführung. Diese Gestaltung verleiht der Widerspruchsmarke ein eigenes Gepräge und beeinflusst auch deren Gesamteindruck. Demgegenüber beschränkt sich die Schriftgestaltung des angefochtenen Zeichens auf eine regelmässige Handschrift ohne kennzeichnenden Charakter. Weiter weist das angefochtene Zeichen eine Kombination von drei Bildelementen auf, die als Ganzes genommen als abstrahierten Schmetterling gedeutet werden können. Dieses grafische Element, das rund die Hälfte des angefochtenen Zeichens ausmacht, verleiht dem angefochtenen Zeichen ein eigenes Gepräge, das dessen Gesamteindruck wesentlich beeinflusst.
4. Enthält eine Marke sowohl kennzeichnungskräftige Wort- als auch Bildelemente, können diese das Erinnerungsbild gleichermassen prägen. Entsprechend kann bereits angesichts einer hohen Zeichenähnlichkeit in Bezug auf das Wort- oder das Bildelement eine Verwechslungsgefahr resultieren (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.3 mit Verweis auf BVGer B-6628/2019, E. 2.3.1 – Polospieler (fig.) / U.S.A.POLO.SPORT.COMPANY Since 1870 (fig.)).
5. Es stehen sich die Wortelemente "miu miu ((fig.))" (Widerspruchsmarke) und "Min Min ((fig.))" (angefochtene Marke) gegenüber. Der Gesamteindruck von Wortelementen 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 Konfliktzeichen bestehen aus der Wiederholung eines Wortes von drei Buchstaben, wobei die beiden ersten Buchstaben M und I jeweils identisch sind. Aufgrund seiner Schriftgestaltung könnte das Widerspruchszeichen von einem Teil der Abnehmer zudem als Buchstabenfolge n-l-i-u gelesen werden. Obwohl die Konfliktzeichen somit in vier von sechs Buchstaben übereinstimmen, gilt es zu bedenken, dass ein Begriff, der einzig aus drei Buchstaben besteht, als Kurzwort zu gelten hat, das sich besser einprägt als längere Wörter. Während die Wortelemente des jüngeren Zeichens in einer üblichen Handschrift gehalten sind, weisen die Buchstaben der älteren Marke eine unübliche, den Gesamteindruck prägende Schriftgestaltung auf. Somit weisen die Konfliktzeichen trotz der Übereinstimmung in vier von sechs Buchstaben nur eine entfernte Ähnlichkeit im Schriftbild auf.
6. Beide Konfliktzeichen bestehen aus je zwei Silben (miu – miu / min – min). Zwar stimmen die Anfangslaute überein, das Ende ist hingegen klanglich klar unterschiedlich. Da es sich um Kurzwörter handelt, die auch akustisch leichter erfasst werden als längere Wörter, sind die im Konflikt stehenden Zeichen klanglich als nicht ähnlich zu qualifizieren.
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. "Miu" kommt keine Bedeutung in den Prüfungssprachen zu. "Min" ist auf Deutsch und Französisch eine gängige Kurzform für Minute (vgl. Duden Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 13.08.2025). Auf Französisch bedeutet "min" zudem *ensemble de dialectes chinois parlés au Fujian*, à

Taiwan, dans l'est du Guangdong et à Hainan (vgl. Wörterbuch Larousse, auf www.larousse.fr, abgerufen am 13.08.2025). Letztere Bezeichnung von chinesischen Dialekten ist den angesprochenen Abnehmerkreisen hingegen nicht bekannt. Die Abnehmer verstehen das angefochtene Zeichen somit als *Minute Minute*. Zudem kann das grafische Element des angefochtenen Zeichens als Schmetterling erkannt werden. Zwischen den Konfliktzeichen bestehen somit klare Unterschiede im Sinngehalt.

9. Insgesamt ist somit höchstens von einer schwachen Zeichenähnlichkeit auszugehen. Ob dies für die Bejahung einer Verwechslungsgefahr ausreicht, gilt es in der Folge zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
2. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben resp. in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei "Massenartikeln des täglichen Bedarfs" mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. zum Ganzen Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Die hier massgeblichen Waren der Klasse 25 werden gemäss Rechtsprechung im Vergleich zu Massenartikeln des täglichen Gebrauchs tendenziell mit einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit nachgefragt, weil sie vor dem Kauf oft anprobiert werden (vgl. BVGer B-6732/2014, E. 5.2 – CALIDA / CALYANA und BVGer B-1342/2018, E. 6.2 – APPLE / APPLE BOUTIQUE). Bei den Waren der Klasse 18 ist von ebenfalls von einer durchschnittlichen bis leicht erhöhten Aufmerksamkeit auszugehen, weil diese nicht täglich und mit einer gewissen Sorgfalt (teilweise in Abstimmung mit der Bekleidung) erworben werden (vgl. auch Entscheid des Instituts im Verfahren Nr. 16091, III. D. Ziff. 5 – 7seven (fig.) /// SEVENTY (fig.), abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE, unter <https://ph.ige.ch/ph>). Im Gegensatz zu Körper- und Schönheitspflegeprodukten werden *Parfüms* nicht täglich erworben. Parfüms werden vor dem Kauf oft getestet. Sie können dabei als teure Güter mit grösserer Sorgfalt, als billiges Pflegeprodukt hingegen fast wie ein gut des täglichen Bedarfs erworben werden. Deshalb ist von durchschnittlicher Aufmerksamkeit auszugehen.
3. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7).
4. Die widersprechende Partei geht davon aus, dass es sich bei der Widerspruchsmarke um eine in der Schweiz bekannte Marke handle, deren grosse Bekanntheit institutsnotorisch sei. Als Weltmarke sei der Widerspruchsmarke eine erhöhte Kennzeichnungskraft zuzumessen. Belege, aufgrund derer auf eine erhöhte Bekanntheit geschlossen werden könnte, wurden von der widersprechenden Partei keine eingereicht. Auch im Markenrecht gilt der Grundsatz, dass über allgemein bekannte (sog. notorische) Tatsachen nicht Beweis geführt werden muss. Bei Notorietät des Gebrauchs kann das IGE auf die Abnahme von Beweisen zur behaupteten erhöhten Bekanntheit verzichten (vgl. betreffend Notorietät des rechtserhaltenden Gebrauchs: Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.5.2). Von Notorietät ist hingegen nur unter strengen Voraussetzungen auszugehen. In casu liegen dem IGE keine Indizien vor, wonach das Widerspruchszeichen über eine erhöhte Bekanntheit verfügen würde. Die alleinige Tatsache, dass die Inhaberin der Widerspruchsmarke allenfalls ein auch in der Schweiz bekanntes Modehaus ist, ist noch kein Indiz, dass auch die Widerspruchsmarke "miu miu" bekannt wäre. In ihrer Widerspruchsschrift führt die widersprechende Partei einzig sechs Verkaufsstellen in der Schweiz auf, in denen sie Waren unter der Widerspruchsmarke anbiete. Auch dies spricht nicht dafür, dass die Widerspruchsmarke über eine erhöhte

Bekanntheit verfügen würde. Vermag die widersprechende Partei die Bekanntheit ihrer Marke nicht rechtsgenügend nachzuweisen, hat sie die Folgen der Beweislosigkeit zu tragen, und das IGE geht von der originären Kennzeichnungskraft der Marke aus (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7, mit Verweis auf BVGer B-4104/2021, E. 7.4.4 – CAPRI-SUN / PRISUN; BVGer B-5659/2018, E. 6.3.8 – RICHARD MILLE / Richard Man (fig.)).

5. Die Widerspruchsmarke "miu miu ((fig.))" ist in Verbindung mit den strittigen Waren eine reine Fantasiebezeichnung, der kein direkt beschreibender oder üblicher Sinngehalt entnommen werden kann. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive ausgeprägt gleichartige Waren beansprucht, weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warengleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend der Fall: die im Konflikt stehenden Zeichen unterscheiden sich in ihren grafischen Elementen. Auch in ihrer Schriftgestaltung bestehen wesentlich Unterschiede. Während das angefochtene Zeichen in einer regelmässigen Handschrift gehalten ist, könnte die Widerspruchsmarke aufgrund ihrer Schriftgestaltung auch als Buchstabenfolge n-l-i-u gelesen werden. Die Widerspruchsmarke verfügt denn auch über eine ihren Gesamteindruck prägende Schriftgestaltung, die sich in der angefochtenen Marke nicht wieder findet. Die Übereinstimmung in den Buchstaben M und I bewirkt denn auch nur eine ganz entfernte Nähe im Schriftbild. Aufgrund der Kürze der Zeichenelemente und der klaren Unterschiede am Lautende sind die Konfliktzeichen vom Klang her als unterschiedlich einzustufen. Zudem unterscheiden sich die Konfliktzeichen auch vom Sinngehalt her.
7. Die angefochtene Marke ruft somit einen anderen Gesamteindruck hervor als die Widerspruchsmarke. Sie hält mithin den markenrechtlich geforderten Zeichenabstand auch angesichts der Warengleichheit bzw. hochgradigen Gleichartigkeit ein. Die alleinige Tatsache, dass beide Konfliktzeichen eine Wiederholung eines Wortelements aufweisen, vermag denn auch keine massgebende Zeichenähnlichkeit zu bewirken.
8. Unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der zumindest normalen bis leicht erhöhten Aufmerksamkeit der Abnehmer sowie der nur geringen Zeichenähnlichkeit ist das Bestehen einer Verwechslungsgefahr trotz der Warengleichheit bzw. hohen Gleichartigkeit zu verneinen. Der Widerspruch Nr. 104482 wird daher abgewiesen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Hat die widerspruchsgegnerische Partei hingegen keine Stellungnahme eingereicht und sich auch sonst nicht aktiv am Verfahren beteiligt, wird ihr auch im Falle des Obsiegens keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel angeordnet, wobei sich die widerspruchsgegnerische Partei nicht am Verfahren beteiligt hat. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es werden somit keine Parteikosten gesprochen.

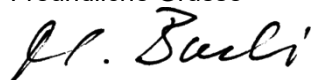
Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch Nr. 104482 wird abgewiesen.
2.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
3.
Es werden keine Parteikosten gesprochen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 18. 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).