

## Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104513 in Sachen

Müller GmbH & Co. KG  
Albstrasse 92  
89081 Ulm  
DE-Deutschland

### Widersprechende Partei

vertreten durch

Rechtsanwalt Michael Bopp  
Voillat Facincani Sutter + Partner  
Fortunagasse 15  
8001 Zürich

IR-Marke Nr. 1032517 - AVEO

### gegen

National Standards Laboratory SA  
Chemin des Orlons 10  
1860 Aigle

### Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

BIP Solutions Sp. z o.o.  
ul. Zjednoczenia 95  
43-250 Pawlowice

CH-Marke Nr. 825090 - AVOE

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. 825090 «AVOE» (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 13.01.2025 in Swissreg ([www.swissreg.ch](http://www.swissreg.ch)) veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren eingetragen:

### Klasse 3

*Nagellack; kosmetische Hautpflegemittel; Lippenstifte; Parfüms; Kosmetika; kosmetische Präparate für die Körperpflege; Schönheitsmasken; ätherische Öle; Haarspülungen; Seifenwaren; Zahnweiss-Streifen; Shampoos; Zahnpasta; Haarfärbemittel; Sunblocker; Handseifen; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemfrischesprays; Luftbeduftungsmittel; Zahnputzmittel;*

### Klasse 5

*Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Antioxidantien als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel aus Kasein; Nahrungsergänzungsmittel aus Vitaminen; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; funktionelle Nahrungsmittel zur Verwendung als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel; probiotische Ergänzungsmittel; antibakterielle Präparate; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; antibakterielle Handwaschmittel; medizinische Zahnpasta; Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke; Antiseptika; Badezusätze für medizinische Zwecke; diätetische Nahrungsergänzungsmittel;*

### Klasse 10

*Massagegeräte; medizinische Therapieapparate; Apparate zur Verwendung bei der Verhinderung von Schnarchen; Orthesen; chirurgisches Nahtmaterial; empfängnisverhütende Vorrichtungen; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Massagegeräte für den persönlichen Gebrauch; Vibromassagegeräte; Analysegeräte für medizinische Zwecke; Umstandsgürtel; Material für Bandagen; zahnärztliche Apparate und Instrumente; Mundduschen zur Verwendung in der Zahnheilkunde für zahnärztliche Zwecke; medizinische Apparate; Physiotherapie- und Rehabilitationsgeräte; Geräte für physikalische Therapie; Elektronische Stimulationsgeräte für die Physiotherapie.*

2. Am 09.04.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1032517 «AVEO» (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt ist:

### Klasse 3

*Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; produits de parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, préparations cosmétiques pour le bain; déodorants (parfumerie), produits de toilette contre la transpiration; lotions capillaires; shampooings; rinçages capillaires à usage cosmétique, lotions capillaires à usage cosmétique, gels pour les cheveux, laques pour les cheveux, produits traitants pour les cheveux à usage cosmétique; teintures pour cheveux; adhésifs pour fixer les postiches; préparations pour l'ondulation des cheveux; gants destinés à un usage cosmétique et aux soins de beauté; dentifrices; pâtes pour cuirs à rasoir, produits de rasage; savon à barbe, pierres à barbe (antiseptiques); lotions après-rasage; ongles postiches; vernis à ongles; préparations pour le soin des ongles;*

### Klasse 8

*Instruments à main entraînés manuellement pour le soin des ongles (autres qu'à usage médical), à savoir pinces à ongles; pinces pour ongles incarnés, pinces à cuticules, limes pour ongles incarnés, râpes à durillons, appareils de pédicure, coupe-cors; fraises de manucure et pédicure; coupe-ongles et limes à ongles (électriques et non électriques); pinces à ongles; pinces à envies; dispositifs pour l'extraction d'ongles; porte-tampons (applicateurs) (outils à main); rasoirs (électriques et non électriques); lames de rasoirs; rasoirs; cuirs à rasoir; étuis pour rasoirs; nécessaires de rasage; fers à friser; appareils pour*

*l'épilation (électriques et non électriques); tondeuses à cheveux (électriques et non électriques);*

#### Klasse 14

*Métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué (non compris dans d'autres classes); articles de joaillerie, bijouterie, pierres précieuses; horlogerie et instruments chronométriques;*

#### Klasse 16

*Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe; produits imprimés; articles de reliures; photographies; articles de papeterie; adhésifs pour la papeterie ou le ménage; matériel pour artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (comprises dans cette classe); caractères d'imprimerie; clichés;*

#### Klasse 18

*Cuir et imitations du cuir et produits en ces matières (compris dans cette classe); peaux d'animaux; malles et sacs de voyage; parapluies, parasols et cannes; fouets, harnais et articles de sellerie; trousse de toilette, mallettes de toilette, trousse à maquillage;*

#### Klasse 25

*Vêtements, chaussures, articles de chapellerie; semelles intérieures de chaussures et supports non orthopédiques, y compris ceux imprégnés de déodorants et/ou désinfectants et/ou principes actifs médicinaux;*

#### Klasse 35

*Publicité; gestion d'activités commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; services de vente en gros et au détail de préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver, préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser, savons, produits de parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, préparations pour le bain, déodorants à usage personnel, antitranspirants, lotions capillaires, shampooings, rinçages capillaires, lotions capillaires, gels pour les cheveux, laques pour les cheveux, produits traitants pour les cheveux, teintures pour les cheveux, adhésifs pour fixer les postiches, préparations pour l'ondulation des cheveux, gants destinés à un usage cosmétique et aux soins de beauté, dentifrices, pâtes pour cuirs à rasoir, produits de rasage, savon à barbe, pierres à barbe (antiseptiques), lotions après-rasage, ongles postiches, vernis à ongles, préparations pour le soin des ongles, instruments pour le soin des ongles (autres qu'à usage médical), à savoir pinces à ongles, pinces pour ongles incarnés, pinces à cuticules, limes pour ongles incarnés, râpes à durillons, appareils de pédicure, coupe-cors, fraises de manucure et pédicure, coupe-ongles et limes à ongles (électriques et non électriques), pinces à ongles, pinces à envies, dispositifs pour l'extraction d'ongles, porte-tampons (applicateurs) (outils à main), rasoirs (électriques et non électriques), lames de rasoirs, rasoirs, cuirs à rasoir, étuis pour rasoirs, nécessaires de rasage, fers à friser, appareils pour l'épilation (électriques et non électriques), tondeuses à cheveux (électriques et non électriques), métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué, articles de joaillerie, bijouterie, pierres précieuses, horlogerie et instruments chronométriques, papier, carton et produits en ces matières, produits imprimés, articles de reliures, photographies, articles de papeterie, adhésifs pour la papeterie ou le ménage, matériel pour artistes, pinceaux, machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles), matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils), matières plastiques pour l'emballage, caractères d'imprimerie, clichés, cuir et imitations du cuir et produits en ces matières, peaux d'animaux, malles et sacs de voyage, parapluies, parasols et cannes, fouets, harnais et articles de sellerie, trousse de toilette, mallettes de toilette, trousse à maquillage, vêtements, chaussures, articles de chapellerie, semelles intérieures de chaussures et supports non orthopédiques, y compris ceux imprégnés de déodorants et/ou désinfectants et/ou principes actifs médicinaux.*

4. Mit Verfügung vom 15.04.2025 wurde die widerspruchsgegnersche Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Da sich die widerspruchsgegnersche Partei innert gesetzter Frist nicht vernehmen liess, schloss das IGE mit Verfügung vom 27.05.2025 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 IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 07.01.2010, unter Beanspruchung einer deutschen Priorität vom 07.07.2009, im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke am 10.10.2024 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.
3. Wird eine vom IGE angesetzte Frist nicht eingehalten, bestimmt sich die Rechtsfolge nach Massgabe der Verfügung (Art. 23 VwVG). Da die widerspruchsgegnersche Partei innert der in der Verfügung vom 15.04.2025 angesetzten Frist keine Stellungnahme einreichte, wird das Verfahren von Amtes wegen fortgesetzt.

## 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 in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 6.1 ff., unter [www.ige.ch](http://www.ige.ch) 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»), weil zwischen Waren und Dienstleistungen aus der Sicht der Konsumenten gewissermassen eine marktlogische Folge gesehen wird (Richtlinien, Teil 6, 6.1.3).

3. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3

*Nagellack; kosmetische Hautpflegemittel; Lippenstifte; Parfüms; Kosmetika; kosmetische Präparate für die Körperpflege; Schönheitsmasken; ätherische Öle; Haarspülungen; Seifenwaren; Zahnweiss-Streifen; Shampoos; Zahnpasta; Haarfärbemittel; Sunblocker; Handseifen; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemfrischesprays; Luftbeduftungsmittel; Zahnputzmittel;*

Klasse 5

*Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Antioxidantien als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel aus Kasein; Nahrungsergänzungsmittel aus Vitaminen; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; funktionelle Nahrungsmittel zur Verwendung als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel; probiotische Ergänzungsmittel; antibakterielle Präparate; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; antibakterielle Handwaschmittel; medizinische Zahnpasta; Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke; Antiseptika; Badezusätze für medizinische Zwecke; diätetische Nahrungsergänzungsmittel;*

Klasse 10

*Massagegeräte; medizinische Therapieapparate; Apparate zur Verwendung bei der Verhinderung von Schnarchen; Orthesen; chirurgisches Nahtmaterial; empfängnisverhütende Vorrichtungen; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Massagegeräte für den persönlichen Gebrauch; Vibromassagegeräte; Analysegeräte für medizinische Zwecke; Umstandsgürtel; Material für Bandagen; zahnärztliche Apparate und Instrumente; Mundduschen zur Verwendung in der Zahnheilkunde für zahnärztliche Zwecke; medizinische Apparate; Physiotherapie- und Rehabilitationsgeräte; Geräte für physikalische Therapie; Elektronische Stimulationsgeräte für die Physiotherapie.*

4. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt:

Klasse 3

*Préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver; préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser; savons; produits de parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, préparations cosmétiques pour le bain; déodorants (parfumerie), produits de toilette contre la transpiration; lotions capillaires; shampooings; rinçages capillaires à usage cosmétique, lotions capillaires à usage cosmétique, gels pour les cheveux, laques pour les cheveux, produits traitants pour les cheveux à usage cosmétique; teintures pour cheveux; adhésifs pour fixer les postiches; préparations pour l'ondulation des cheveux; gants destinés à un usage cosmétique et aux soins de beauté; dentifrices; pâtes pour cuirs à rasoir, produits de rasage; savon à barbe, pierres à barbe (antiseptiques); lotions après-rasage; ongles postiches; vernis à ongles; préparations pour le soin des ongles;*

Klasse 8

*Instruments à main entraînés manuellement pour le soin des ongles (autres qu'à usage médical), à savoir pinces à ongles; pinces pour ongles incarnés, pinces à cuticules, limes pour ongles incarnés, râpes à durillons, appareils de pédicure, coupe-cors; fraises de manucure et pédicure; coupe-ongles et limes à ongles (électriques et non électriques); pinces à ongles; pinces à envies; dispositifs pour l'extraction d'ongles; porte-tampons (applicateurs) (outils à main); rasoirs (électriques et non électriques); lames de rasoirs; rasoirs; cuirs à rasoir; étuis pour rasoirs; nécessaires de rasage; fers à friser; appareils pour l'épilation (électriques et non électriques); tondeuses à cheveux (électriques et non électriques);*

Klasse 14

*Métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué (non compris dans d'autres classes); articles de joaillerie, bijouterie, pierres précieuses; horlogerie et instruments chronométriques;*

### Klasse 16

*Papier, carton et produits en ces matières, compris dans cette classe; produits imprimés; articles de reliures; photographies; articles de papeterie; adhésifs pour la papeterie ou le ménage; matériel pour artistes; pinceaux; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles); matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils); matières plastiques pour l'emballage (comprises dans cette classe); caractères d'imprimerie; clichés;*

### Klasse 18

*Cuir et imitations du cuir et produits en ces matières (compris dans cette classe); peaux d'animaux; malles et sacs de voyage; parapluies, parasols et cannes; fouets, harnais et articles de sellerie; trousse de toilette, mallettes de toilette, trousse à maquillage;*

### Klasse 25

*Vêtements, chaussures, articles de chapellerie; semelles intérieures de chaussures et supports non orthopédiques, y compris ceux imprégnés de déodorants et/ou désinfectants et/ou principes actifs médicinaux;*

### Klasse 35

*Publicité; gestion d'activités commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; services de vente en gros et au détail de préparations pour blanchir et autres substances pour lessiver, préparations pour nettoyer, polir, dégraisser et abraser, savons, produits de parfumerie, huiles essentielles, cosmétiques, préparations pour le bain, déodorants à usage personnel, antitranspirants, lotions capillaires, shampooings, rinçages capillaires, lotions capillaires, gels pour les cheveux, laques pour les cheveux, produits traitants pour les cheveux, teintures pour les cheveux, adhésifs pour fixer les postiches, préparations pour l'ondulation des cheveux, gants destinés à un usage cosmétique et aux soins de beauté, dentifrices, pâtes pour cuirs à rasoir, produits de rasage, savon à barbe, pierres à barbe (antiseptiques), lotions après-rasage, ongles postiches, vernis à ongles, préparations pour le soin des ongles, instruments pour le soin des ongles (autres qu'à usage médical), à savoir pinces à ongles, pinces pour ongles incarnés, pinces à cuticules, limes pour ongles incarnés, râpes à durillons, appareils de pédicure, coupe-cors, fraises de manucure et pédicure, coupe-ongles et limes à ongles (électriques et non électriques), pinces à ongles, pinces à envies, dispositifs pour l'extraction d'ongles, porte-tampons (applicateurs) (outils à main), rasoirs (électriques et non électriques), lames de rasoirs, rasoirs, cuirs à rasoir, étuis pour rasoirs, nécessaires de rasage, fers à friser, appareils pour l'épilation (électriques et non électriques), tondeuses à cheveux (électriques et non électriques), métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué, articles de joaillerie, bijouterie, pierres précieuses, horlogerie et instruments chronométriques, papier, carton et produits en ces matières, produits imprimés, articles de reliures, photographies, articles de papeterie, adhésifs pour la papeterie ou le ménage, matériel pour artistes, pinceaux, machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles), matériel d'instruction et d'enseignement (à l'exception des appareils), matières plastiques pour l'emballage, caractères d'imprimerie, clichés, cuir et imitations du cuir et produits en ces matières, peaux d'animaux, malles et sacs de voyage, parapluies, parasols et cannes, fouets, harnais et articles de sellerie, trousse de toilette, mallettes de toilette, trousse à maquillage, vêtements, chaussures, articles de chapellerie, semelles intérieures de chaussures et supports non orthopédiques, y compris ceux imprégnés de déodorants et/ou désinfectants et/ou principes actifs médicinaux.*

5. Der Waren- und Dienstleistungsvergleich ergibt Folgendes:

### Klasse 3

Die angefochtenen Waren «Nagellack; kosmetische Hautpflegemittel; Lippenstifte; kosmetische Präparate für die Körperpflege; Schönheitsmasken; Haarspülungen; Zahnweiss-Streifen; Shampoos; Haarfärbemittel; Sunblocker; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemfrischesprays» (Klasse 3) werden alle zu kosmetischen Zwecken eingesetzt und sind daher unter den Oberbegriff «cosmétiques» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke zu subsumieren. Es kann mithin von offensichtlicher Gleichheit ausgegangen werden.

Unter Parfüms fallen im weiteren Sinne auch Raumdüfte (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Parf%C3%BCm>, eingesehen am 26.08.2025). Folglich besteht zwischen den angefochtenen Waren «*Parfüms; Luftbeduftungsmittel*» (Klasse 3) und den Waren «*produits de parfumerie*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke nicht weiter zu erläuternde Gleichheit.

Die angefochtenen Waren «*Kosmetika, ätherische Öle*» (Klasse 3) sind wiederum als gleich zu den Waren «*cosmétiques, huiles essentielles*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke einzustufen.

Zwischen den angefochtenen Waren «*Seifenwaren; Handseifen*» (Klasse 3) und den Waren «*savons*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke kann auch von offensichtlicher Gleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Zahnpasta; Zahnputzmittel*» (Klasse 3) können ohne Weiteres als gleich zu den Waren «*dentifrices*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke beurteilt werden.

#### Klasse 5

Gemäss Praxis kann heutzutage davon ausgegangen werden, dass Körperpflegeprodukte mehrheitlich über die gleichen Vertriebskanäle verkauft werden wie pharmazeutische Präparate und folglich zwischen den kosmetischen und Körperpflegeprodukten der Klasse 3 der Widerspruchsmarke und den medizinischen Präparaten der Klasse 5 der angefochtenen Marke Gleichartigkeit besteht. Des Weiteren ist die Grenze zwischen rein pflegenden Produkten (Kosmetika) und solchen mit heilender Wirkung (Pharmaka) fließend. Vor allem im Hautpflegebereich gibt es einen Trend zu Produkten, die sowohl pflegende als auch heilende oder heilungsunterstützende Wirkung haben (sogenannte «cosmeceuticals»). Damit bestehen auch entsprechende Publikumserwartungen an Kosmetikhersteller – das Publikum bringt solche Heilmittel mit der Kosmetikbranche in Verbindung (vgl. Eidgenössische Rekurskommission für geistiges Eigentum [RKGE] in sic! 1997, 298, E. 4 - *Neutrogena / Neutria*). Zudem werden Körperpflegeprodukte mehrheitlich über die gleichen Vertriebskanäle verkauft wie Pharmazeutika. So werden in Apotheken z.B. neben Medikamenten denn auch regelmässig kosmetische Körper- und Gesichtspflegeprodukte angeboten. Auch existiert neben dem kosmetischen Produkt oft ein Vergleichsprodukt zu medizinischen Zwecken.

Die angefochtenen Waren «*medizinische Zahnpasta; Badezusätze für medizinische Zwecke*» (Klasse 5) können folglich als gleichartig zu den Waren «*cosmétiques; dentifrices; préparations cosmétiques pour le bain*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke qualifiziert werden.

Die angefochtenen Waren «*antibakterielle Präparate; antibakterielle Handwaschmittel; Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke; Antiseptika*» (Klasse 5) werden zur Desinfektion resp. antibakteriellen Reinigung eingesetzt. Desinfektionsmittel verfolgen den Zweck, Krankheiten zu behandeln, vorzubeugen und deren Übertragung zu verhindern, indem sie z.B. die menschliche Haut, Flächen und Arbeitsmaterial vor Infektionserregern desinfizieren und reinigen (vgl. <https://pflegewiki.eu/index.php/Desinfektionsmittel>, eingesehen am 26.08.2025). Auch Putzmittel und Seifen können zur Desinfektion von Oberflächen und Händen gegen Bakterien und Viren eingesetzt werden (<https://www.dettol.ch/oberflaechen/reiniger/>, <https://www.dettol.ch/seife-handdesinfektion/seife/dettol-fluessige-handseife-aloe-vera-duft/>, <https://www.srf.ch/wissen/gesundheit/coronavirus-krise-und-hygiene-desinfektionsmittel-wirken-seife-auch>, eingesehen am 26.08.2025). Zwischen den vorgenannten angefochtenen Waren der Klasse 5 und den Waren «*préparations pour nettoyer; savons*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke bestehen demzufolge Berührungspunkte. Sie gehören demselben Markt an und es bestehen Übereinstimmungen in den Herstellungsstätten, im verwendeten Knowhow und im Verwendungszweck. Eine starke Gleichartigkeit kann daher bejaht werden.

Die angefochtenen Waren «*Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Antioxidantien als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel aus Kasein; Nahrungsergänzungsmittel aus Vitaminen; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; funktionelle Nahrungsmittel zur Verwendung als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel; probiotische Ergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; diätetische Nahrungsergänzungsstoffe*» (Klasse 5) sind dazu bestimmt, die normale Ernährung zu ergänzen: mit Vitaminen, Mineralstoffen oder anderen Stoffen mit ernährungsspezifischer oder physiologischer Wirkung. Sie werden in konzentrierter Form und in abgemessenen kleinen Mengen in Verkehr gebracht, z. B. in Form von Tabletten, Kapseln, Pulverbeuteln, Flüssigampullen oder Flaschen mit Tropfeinsätzen. Sie sind weder für die Vorbeugung, noch für die Behandlung einer menschlichen Krankheit bestimmt und unterliegen als Lebensmittel dem Lebensmittelrecht (vgl.

<https://www.blv.admin.ch/blv/de/home/lebensmittel-und-ernaehrung/lebensmittelsicherheit/einzelne-lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel.html>, eingesehen am 26.08.2025).

Da Nahrungsergänzungsmittel einen anderen Zweck als Kosmetika sowie Putz- und Reinigungsmittel erfüllen, nicht mit den vorgängig erwähnten Produkten substituierbar sind, deren Fertigung zudem unterschiedliches Know-how benötigt und diese von unterschiedlichen Abnehmerkreisen nachgefragt werden, ist eine Gleichartigkeit zu den Waren der Klasse 3 zu verneinen. Auch bei den übrigen Waren und Dienstleistungen der Klassen 8, 14, 16, 18, 25 und 35 der Widerspruchsmarke sind keine rechtsgenügenden Berührungspunkte ersichtlich, die über bloss thematische respektive funktionelle Zusammenhänge hinausgehen.

### Klasse 10

Die Rechtsprechung, gemäss welcher chirurgische und ärztliche Apparate und Instrumente gleichartig sind mit pharmazeutischen und veterinärmedizinischen Erzeugnissen, weil sie einander ergänzen und Erstere zur Anwendung Letzterer gebraucht und häufig zusammen angeboten werden (vgl. RKGE in sic! 2006, 86, E. 4 – *PROTEOS / PROTOS*), kann nicht ohne weiteres auf die vorliegend für die Widerspruchsmarke beanspruchten Waren der Klasse 3 übertragen werden, weil es zur Anwendung der beanspruchten Kosmetika sowie Bleich-, Wasch-, Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel in der Regel keiner besonderen Geräte bedarf, jedenfalls keine «*Massagegeräte; medizinische Therapieapparate; Apparate zur Verwendung bei der Verhinderung von Schnarchen; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Massagegeräte für den persönlichen Gebrauch; Vibromassagegeräte; Analysegeräte für medizinische Zwecke; medizinische Apparate; Physiotherapie- und Rehabilitationsgeräte; Geräte für physikalische Therapie; Elektronische Stimulationsgeräte für die Physiotherapie*» (Klasse 10) der angefochtenen Marke. Die Gleichartigkeit mit diesen Waren ist daher zu verneinen.

Gleiches gilt umso mehr hinsichtlich der übrigen in der Klasse 10 angefochtenen Waren «*Orthesen; chirurgisches Nahtmaterial; empfängnisverhütende Vorrichtungen; Umstandsgürtel; Material für Bandagen; zahnärztliche Apparate und Instrumente; Mundduschen zur Verwendung in der Zahnheilkunde für zahnärztliche Zwecke*», für welche keinerlei Bezug zu den Kosmetika sowie Bleich-, Wasch-, Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel der Widerspruchsmarke ersichtlich ist.

Für die Waren der Klasse 8 der Widerspruchsmarke kann erwähnt werden, dass diese a priori für die Nagel- und Fusspflege, für das Haarschneiden, Frisieren und Epilieren und folglich rein kosmetisch eingesetzt werden. Folglich bestehen zu den angefochtenen Waren der Klasse 10, die rein medizinisch/therapeutisch verwendet werden, sich an andere Abnehmerkreise richten, einen anderen Zweck erfüllen und welche über unterschiedliche Vertriebskanäle veräussert werden (Detailhandel vs. auf Medizinprodukte spezialisierte Anbieter [vgl. z.B. <https://www.kuhnbiere.ch/>, eingesehen am 26.08.2025]), keine Berührungspunkte. Eine Gleichartigkeit kann wiederum verneint werden.

Zwischen den angefochtenen Waren der Klasse 10 und den übrigen Waren und Dienstleistungen der Klassen 14, 16, 18, 25 und 35 der Widerspruchsmarke bestehen wiederum höchstens thematische Berührungspunkte (z.B. zum Inhalt der Waren der Klasse 16 der Widerspruchsmarke) oder bloss funktionelle Zusammenhänge (z.B. Detailhandel mit den angefochtenen Waren in Klasse 35; vgl. auch Bundesgericht [nachfolgend: BGer] 4A\_22/2019, E. 2.2.2 – *OTTO / OTTO'S*), welche für die Gleichartigkeit regelmässig unbeachtlich sind (vgl. hierzu auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.3).

Selbst wenn Warenproduzenten der Klassen 3, 8, 14, 16, 18 und 25 breit diversifizieren, reicht dies nicht aus, um zwischen vorgenannten Warenssegmenten und den angefochtenen Produkten der Klasse 10 von Gleichartigkeit ausgehen zu können, da diesen die marktlogische Nähe fehlt und sie nicht ins gleiche Warenangebot passen (vgl. auch BGer in sic! 2010, 353 – *Davidoff Coolwater / cool water*, E. 5.6.2).

Hinsichtlich der Dienstleistungen der Klasse 35 der Widerspruchsmarke ist dem IGE ferner keine Marktübung bekannt, dass in der Werbung, der Geschäftsführung und im Detailhandel tätige und Büroarbeiten ausführende Anbieter auch in den Bereich der Herstellung von Waren der Klasse 10 der angefochtenen Marke diversifizieren. Im Übrigen wird die Gleichartigkeit zwischen Detailhandel der Klasse 35 und einzelnen Waren der Klassen 1 bis 34 gemäss ständiger Praxis und Rechtsprechung verneint (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.3).

Mithin ist zwischen den vorgenannten Waren- resp. Dienstleistungskategorien der Vergleichszeichen kein markenrelevanter Bezug ersichtlich. Bei einer anderen Beurteilung würde das Spezialitätsprinzip, wonach

der Markenschutz nur für diejenigen Waren und / oder Dienstleistungen besteht, für die das Zeichen hinterlegt und eingetragen wurde, denn auch gesprengt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1).

6. Weiter bleibt zu beachten, dass auch die zwischen Markenähnlichkeit und Produkte- resp. Dienstleistungsgleichartigkeit bestehende Wechselwirkung nicht so weit geht, dass die (gegebenenfalls erhöhte) Kennzeichnungskraft die fehlende Gleichartigkeit kompensieren könnte (vgl. BGer in sic! 2010, 353 – *Davidoff Coolwater / cool water* sowie Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Die Wechselwirkung zwischen der Ähnlichkeit zweier Zeichen und der Gleichartigkeit der Waren und / oder Dienstleistungen unterliegt gemäss höchstrichterlicher Rechtsprechung insofern einer absoluten Grenze, als die Bekanntheit eines Zeichens, welche im Zusammenhang mit den Produkten und / oder Dienstleistungen einer bestimmten Klasse erworben wurde, nicht auf andere Produkte und / oder Dienstleistungen einer anderen Klasse übertragen werden kann (vgl. BGer in sic! 2010, 353, E. 5.6.1, 5.6.3 – *Davidoff Coolwater / cool water*). Auch die Annahme einer allenfalls erweiterten Kennzeichnungskraft und eines entsprechend erweiterten Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke würde somit in Anbetracht der zitierten Rechtsprechung vorliegend nicht zu einer abweichenden Beurteilung der Waren- und / oder Dienstleistungsgleichartigkeit führen.
7. Soweit eine Gleichartigkeit zwischen den angefochtenen Waren und den Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 8, 14, 16, 18, 25 und 35 der Widerspruchsmarke ausgeschlossen werden kann, ist es nicht mehr nötig, diesbezüglich die Zeichenähnlichkeit zu prüfen, da in diesem Fall eine Verwechslungsgefahr aufgrund ausdrücklicher Gesetzesvorschrift von vornherein ausgeschlossen ist (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5, mit weiteren Hinweisen).  
 Der Widerspruch ist folglich hinsichtlich der angefochtenen Waren «*Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Antioxidantien als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel aus Kasein; Nahrungsergänzungsmittel aus Vitaminen; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; funktionelle Nahrungsmittel zur Verwendung als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel; probiotische Ergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; diätetische Nahrungsergänzungsstoffe*» (Klasse 5) und allen Waren der Klasse 10 bereits aufgrund fehlender Gleichartigkeit abzuweisen.  
 Die Gleichheit resp. (starke) Gleichartigkeit aller angefochtenen Waren der Klasse 3 und der Waren «*antibakterielle Präparate; antibakterielle Handwaschmittel; medizinische Zahnpasta; Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke; Antiseptika; Badezusätze für medizinische Zwecke*» (Klasse 5) wurde hingegen bejaht, so dass nachfolgend somit die Zeichenähnlichkeit zu prüfen ist.

## 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 «AVEO» (Widerspruchsmarke) und «AVOE» (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. Visuell stimmen die Vergleichszeichen im Wortanfang «AV-» überein. Festzustellen ist des Weiteren, dass die beiden Endvokale einzig ausgetauscht worden sind. Bezüglich der Buchstabenart sind mithin Übereinstimmungen in allen Buchstaben auszumachen. Ein Unterschied besteht einzig am Wortende der Vergleichszeichen (-EO [Widerspruchsmarke] / -OE [angefochtene Marke]). Dies führt zu einer ähnlichen Vokalfolge (A-E-O [Widerspruchsmarke] / A-O-E [angefochtene Marke]); zudem verfügen die Vergleichszeichen über den gleichen Konsonanten (-V-). Phonetisch weisen die

Vergleichszeichen trotz der Unterschiede am Wortende die gleiche Silbenzahl (3) als auch Kadenz auf (A-VE-O [Widerspruchszeichen] / A-VO-E [angefochtenes Zeichen]).

4. Gemäss Rechtsprechung wird der Gesamteindruck grundsätzlich durch den Anfang und das Ende eines Zeichens besonders geprägt, dazwischengeschobenen Silben kommt weniger Beachtung zu (vgl. BGE 122 III 382 – *Kamillosan / Kamillan*; Bundesverwaltungsgericht [BVGer] B-1637/2015, E. 4.1 mit Hinweisen – *FEMIBION (fig.) / FEMINABIANE*).  
 Aufgrund der festgestellten Übereinstimmung am wesentlich prägenden Wortanfang (AV-) sowie des Umstands, dass zumindest auch visuelle Überschneidungen im Wortende der Vergleichszeichen bestehen (-EO [Widerspruchsmarke] / -OE [angefochtene Marke]) und sich die Vergleichszeichen zudem reimen, kann eine Zeichenähnlichkeit auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene ohne Weiteres bejaht werden.
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. Die Widerspruchsmarke besteht aus der lateinischen Verbform «AVEO», welche die erste Person Einzahl des Verbs «avere» darstellt und mit «ich bin nach etwas begierig, ich verlange nach etwas» oder «ich bin gesund» übersetzt werden kann (vgl. <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung-2/latein-deutsch/aveo>, eingesehen am 26.08.2025). Da Latein keine Prüfungssprache darstellt und folglich nicht davon ausgegangen werden kann, dass die lateinische Verbform von den angesprochenen Abnehmerkreisen von Kosmetikprodukten verstanden wird, wird dem Widerspruchszeichen a priori kein klarer Sinngehalt zugeordnet. Aufgrund des unbestimmten Charakters wird die Widerspruchsmarke daher mit einer Fantasiebezeichnung assoziiert.  
 Die angefochtene Marke besteht aus dem Begriff «AVOE», der als Nachnamen Verwendung findet (vgl. [https://de.wikipedia.org/wiki/Yaa\\_Avoe](https://de.wikipedia.org/wiki/Yaa_Avoe), eingesehen am 26.08.2025). Da der Familienname in der Schweiz nicht verbreitet ist, wird die angefochtene Marke ebenfalls als Fantasiebezeichnung wahrgenommen.
7. Folglich können keine Unterschiede im Sinngehalt ausgemacht werden, welche die festgestellten Ähnlichkeiten auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene zu kompensieren vermögen. 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 von Bedeutung, an welche Abnehmer sich die Waren richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln des täglichen Bedarfs» mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6).
3. Da die Warengleichartigkeit für einige Waren der Klasse 5 («*Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Antioxidantien als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel aus Kasein; Nahrungsergänzungsmittel aus Vitaminen; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; funktionelle Nahrungsmittel zur Verwendung als Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel; probiotische*

*Ergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; diätetische Nahrungsergänzungsstoffe»*) und alle Waren der Klasse 10 verneint worden ist, ist die Verwechslungsgefahr noch für die in casu verbleibenden Waren der Klassen 3 und 5 zu beurteilen.

Gemäss ständiger Rechtsprechung werden die vorliegend massgeblichen medizinischen Produkte und Desinfektionsmittel der Klasse 5 in der Regel, und zwar unabhängig von einer allfälligen Rezeptpflicht, sowohl von Fachkreisen als auch von Endverbrauchern mit erhöhter Aufmerksamkeit nachgefragt als Produkte des täglichen Gebrauchs (vgl. BVGer B-953/2013, E. 3.2 – *CIZELLO / SCIELO* und B-1637/2015, E. 3.1 – *FEMIBION / FEMINABIANE*).

Bei Waren der Klasse 3 handelt es sich hingegen um Massenartikel des täglichen Bedarfs, bei denen von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen ist (vgl. BVGer B-5868/2019, E. 3.1 – *NIVEA (fig.) / NEAUVIA*).

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 «AVEO» kann im Zusammenhang mit den in casu massgeblichen Waren der Klasse 3 aufgrund des unbestimmten Charakters kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher im Gesamteindruck durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
6. Grundsätzlich werden Kurzwörter akustisch und optisch leichter erfasst und prägen sich leichter ein als längere Wörter. Damit verringert sich die Gefahr, dass dem Publikum Unterschiede entgehen und die Gefahr einer Verwechslungsgefahr (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1). Festgestellt werden kann, dass die Vergleichszeichen ausser in den ausgetauschten Vokalen am Wortende (-EO [Widerspruchsmarke] / -OE [angefochtene Marke]) vollständig übereinstimmen. Der Umstand, dass die Vergleichszeichen somit einen identischen Wortanfang (AV-) und zudem visuelle Überschneidungen am Wortende aufweisen (-EO [Widerspruchsmarke] / -OE [angefochtene Marke]), führt – zumal der Konsument dem Wortanfang und dem Wortende mehr Beachtung schenkt – zur Gefahr, dass das Publikum die minimale Abweichung am Wortende der angefochtenen Marke bei flüchtiger Wahrnehmung und gleichbleibendem Wortanfang insbesondere überliest aber auch überhört. Auch ist unwahrscheinlich, dass der Abnehmer die Unterschiede aufgrund der im Übrigen ausgeprägten akustischen als auch visuellen Ähnlichkeiten auf Anhieb erkennen wird, da der Konsument die beiden Marken in der Regel nicht gleichzeitig wahrnimmt. Schliesslich ist in diesem Zusammenhang auch zu beachten, dass die Marken als Ganzes zu betrachten sind, und die einzelnen Teile nicht in mosaikartiger Betrachtungsweise nach Verschiedenheiten abgesucht werden dürfen (vgl. Lucas DAVID, Kommentar zum Schweizerischen Privatrecht, Markenschutzgesetz, 2. Auflage, Basel 1999, N. 11 zu Art. 3).
7. Die hier noch zu beurteilenden Waren der Klassen 3 und 5 der angefochtenen Marke sind gleich resp. zumindest (stark) gleichartig mit den Waren der Klasse 3 der Widerspruchsmarke, 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 5, Ziff. 7.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall:  
 Der vorhandene minimale Unterschied am Wortende (-EO [Widerspruchszeichen] / -OE [angefochtene Marke]) ist im Hinblick auf den übereinstimmenden Wortanfang nicht derart, dass er das Gesamtbild wesentlich zu prägen vermöchte. Die im Vokalaustausch bestehende Abweichung am Wortende ist mithin nicht geeignet, der angefochtenen Marke eine eigene Individualität zu verleihen und von den übereinstimmenden Elementen abzulenken.  
 Zwar werden die u.a. beanspruchten Pharmazeutika – wie bereits festgehalten - in der Regel mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft. Indessen dürfen einerseits die Anforderungen an die Verwechslungsgefahr selbst bei erhöhter Aufmerksamkeit nicht überdehnt werden (vgl. Eugen MARBACH, Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Band III, Kennzeichenrecht, 2. Auflage, Basel 2009, N. 998 ff.). Andererseits ist vorliegend zu beachten, dass unter die für die angefochtene Marke beanspruchten Waren der Klasse 5 auch nicht rezeptpflichtige Produkte zu subsumieren sind, welche sich auch an den schweizerischen Durchschnittsabnehmer richten und welche deshalb höchstens mit leicht erhöhter

Aufmerksamkeit erworben werden. In Anbetracht dieser Umstände verändert der vorhandene geringfügige Unterschied am Wortende den Gesamteindruck des angefochtenen Zeichens zu wenig. Dies hat umso mehr für Waren der Klasse 3 zu gelten, die mit einer reduzierten Aufmerksamkeit erworben werden. Wortzeichen, die sich (wie in casu) reimen, gelten zudem infolge des ähnlichen Wortklanges grundsätzlich als verwechselbar (vgl. BVGer B-6665/2010 vom 21. Juli 2011, E. 9.2 – *HOME BOX OFFICE / Box Office*).

8. Obwohl die zur Diskussion stehenden Waren der Klasse 5 im Gegensatz zu den Waren der Klasse 3 zumindest mit leicht erhöhter Aufmerksamkeit erworben werden, ist unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der grossen Zeichenähnlichkeit und der (starken) Warengleichartigkeit resp. sogar -gleichheit die Gefahr, dass die beiden Marken im Erinnerungsbild der Abnehmer verwechselt werden, zu bejahen.  
 Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104513 wird daher teilweise, im Umfang der bestehenden Warengleichheit resp. -gleichartigkeit, gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 825090 «AVOE» für alle Waren der Klasse 3 und «*antibakterielle Präparate; antibakterielle Handwaschmittel; medizinische Zahnpasta; Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke; Antiseptika; Badezusätze für medizinische Zwecke*» (Klasse 5) widerrufen.

#### 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. Wird der Widerspruch lediglich teilweise gutgeheissen, wird die Widerspruchsgebühr den Parteien in der Regel je zur Hälfte auferlegt und die Parteikosten werden wettgeschlagen. Hat die widerspruchsgegnnerische Partei 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. Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxismässig eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Der Widerspruch wird lediglich teilweise gutgeheissen. Die anwaltlich vertretene widersprechende Partei ist vorliegend mit ihrem Begehren rund zur Hälfte durchgedrungen, sodass die Parteikosten grundsätzlich wettzuschlagen wären. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Hingegen ist zu berücksichtigen, dass die widerspruchsgegnnerische Partei sich nicht zum Widerspruch vernehmen liess und sich nicht am Verfahren beteiligt hat. Entsprechend hat sie auch keinen Anspruch auf Ersatz von Parteikosten, welche wettgeschlagen werden könnten. Somit ist der widersprechenden Partei im Rahmen ihres Obsiegens eine Parteientschädigung zuzusprechen (vgl. auch BVGer B-1219/2025, E. 7.3 – *Pretzel Pete / PRETZELIZED*). Der Widerspruch wird rund zur Hälfte gutgeheissen; entsprechend sind der widersprechenden Partei CHF 600.00 (die Hälfte von 1'200.00) zuzusprechen. Zudem hat die widerspruchsgegnnerische Partei der widersprechenden Partei die Hälfte der Widerspruchgebühr von CHF 800.00, d.h. CHF 400.00, zu ersetzen. Die widerspruchsgegnnerische Partei hat der widersprechenden Partei somit eine Parteientschädigung von CHF 1'000.00 (einschliesslich Ersatz der hälftigen Widerspruchgebühr) zu bezahlen.

Aus diesen Gründen wird

**verfügt:**

**1.**

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104513 wird teilweise gutgeheissen.

**2.**

Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 825090 «AVOE» wird für folgende Waren widerrufen:

Klasse 3

*Alle registrierten Waren;*

Klasse 5

*Antibakterielle Präparate; antibakterielle Handwaschmittel; medizinische Zahnpasta; Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke; Antiseptika; Badezusätze für medizinische Zwecke.*

**3.**

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

**4.**

Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'000.00 (einschliesslich Ersatz der hälftigen Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

**5.**

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 28. August 2025

Freundliche Grüsse



Tanja Belser Spuck

**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).