

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104504 in Sachen

JHP Beteiligungs GmbH
Industriestrasse 4
79215 Elzach
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

Maucher Jenkins Patentanwälte & Rechtsanwälte
Urachstrasse 23
79102 Freiburg im Breisgau

CH-Marke Nr. 785528 - ((fig.))



gegen

Patrick Forlin
Via Collina 19
6962 Viganello

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 824743 - ((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)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der CH-Marke Nr. 824743 "((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 06.01.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist soweit hier interessierend für folgende Waren eingetragen:
20 *Mobili.*
2. Am 03.04.2025 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 CH-Marke Nr. 785528 "((fig.))" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren eingetragen ist:
20 *Matratzen; Matratzenauflagen; Lattenroste; Lattenroste für Betten; Lattenroste für Matratzen; Lattenroste für das Bett; Bettwaren (soweit in Klasse 20 enthalten), insbesondere Kissen, Kopfkissen und Nackenrollen; Schlafmatten [Kissen oder Matratzen].*
24 *Bettdecken; Oberbetten; Steppdecken [Decken]; Matratzenüberzüge; Matratzenhüllen [ausgenommen für Inkontinente]; Matratzen- und Kopfkissenbezüge.*
4. Mit Verfügung vom 08.04.2025 wurde die widerspruchsgegenerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Mit Schreiben vom 15.07.2025 beantragte die widerspruchsgegenerische Partei eine Einschränkung der Warenliste der angefochtenen Marke. Dieser Antrag wurde vom IGE mit Verfügung vom 18.08.2025 zurückgewiesen.
6. Innert erstreckter hat die widerspruchsgegenerische Partei keine Stellungnahme eingereicht.
7. Deshalb hat das IGE mit Verfügung vom 23.07.2025 die Verfahrensinstruktion abgeschlossen.
8. 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 25.04.2022 mit einer DE-Priorität vom 15.12.2021 hinterlegt, die angefochtene Marke am 22.06.2024. 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:
 20 *Mobili*.
3. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren eingetragen:
 20 *Matratzen; Matratzenauflagen; Lattenroste; Lattenroste für Betten; Lattenroste für Matratzen; Lattenroste für das Bett; Bettwaren (soweit in Klasse 20 enthalten), insbesondere Kissen, Kopfkissen und Nackenrollen; Schlafmatten [Kissen oder Matratzen].*
 24 *Bettdecken; Oberbetten; Steppdecken [Decken]; Matratzenüberzüge; Matratzenhüllen [ausgenommen für Inkontinente]; Matratzen- und Kopfkissenbezüge*
4. Die angefochtenen *Mobili* (auf Deutsch "Möbel") sind Einrichtungsgegenstände, mit denen ein Raum ausgestattet ist, damit er benutzt werden kann, der zum Sitzen, Liegen, Aufbewahren von Kleidung, Wäsche, Hausrat dient (vgl. Definition in Duden Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 28.10.2025).
5. Die von der Widerspruchsmarke in Klasse 20 beanspruchten *Matratzen* und *Lattenroste* sind zentrale Teile von Betten. Diese gelten als Möbel. Dementsprechend haben *Matratzen* und *Lattenroste* der älteren Marke und die angefochtenen *Mobili* als gleich zu gelten. Bezüglich der weiteren Möbelstücke, die unter den angefochtenen Begriff *Mobili* fallen, besteht aufgrund der gleichen Abnehmerkreise, der ähnlichen Zweckbestimmung und der gleichen Vertriebskanäle klar Gleichartigkeit.
6. 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 zwei Bildmarken gegenüber, die nahezu identisch sind. Der einzige Unterschied besteht darin, dass die sechs Balken der älteren Marke über leicht abgerundete Ecken verfügen, während dem dies bei den Balken der angefochten Marken nicht der Fall ist. Ansonsten übernimmt die angefochtene Marke die Anordnung und Anzahl Balken der Widerspruchsmarke integral. Die im Konflikt stehenden Zeichen sind somit äusserst ähnlich.
3. 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 Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren 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. zum Ganzen Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Bei den hier massgeblichen Waren der Klasse 20 handelt es sich nicht um Waren, welche als Massenartikel des täglichen Bedarfs gelten. Die Waren richten sich einerseits an Durchschnittsabnehmer, aber auch an Fachleute im Bereich der Innendekoration. Es ist von einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit auszugehen, da deren Aussehen, Grösse und Funktion vor dem Erwerb regelmässig geprüft werden, insbesondere auch bezüglich ihrer Abstimmung mit weiteren Einrichtungsgegenständen.
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 Widerspruchsmarke zeigt die Kombination von drei horizontalen mit drei vertikalen, parallel verlaufenden, je gleich langen Balken. Sie erschöpft sich nicht in einer naheliegenden bzw. üblichen grafischen Darstellung der von der Widerspruchsmarke beanspruchten und in casu massgebenden Waren der Klasse 20. Auch handelt es sich nicht um eine geometrische Grundform oder um die Abbildung einer typischen, "klassischen" Form bzw. eines typischen Motivs der relevanten Waren (vgl. hierzu auch BVGer B-2668/2016, E. 4.5 [letzter Absatz] – Croco (fig.) / MISS CROCO). In Zusammenhang mit den strittigen Waren kann der Widerspruchsmarke überdies kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Folglich kommt der Widerspruchsmarke zumindest durchschnittliche Kennzeichnungskraft zu.
5. 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 Widerspruchzeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall: die im Konflikt stehenden Zeichen sind nahezu identisch. Unter diesen Voraussetzungen hält die angefochtene Marke den markenrechtlich geforderten Zeichenabstand nicht ein.
6. Unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der grossen Zeichenähnlichkeit sowie der Warengleichheit bzw. Gleichartigkeit ist die Verwechslungsgefahr auch bei Annahme einer erhöhten Aufmerksamkeit der Abnehmer zu bejahen. Der Widerspruch Nr. 104504 wird daher gutgeheissen und die angefochtene CH-Marke Nr. 824743 "((fig.))" für die angefochtenen Waren 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 (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 vollständig durchgedrungen. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgeegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchgebühr zu ersetzen.

Aus diesen Gründen wird

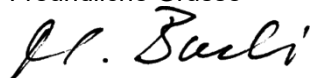
verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104504 wird gutgeheissen.
2.
Die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 824743 - "((fig.))" wird für folgende Waren widerrufen:

20 *Mobili*.
3.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
4.
Die widerspruchsgeegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 28. Oktober 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).