

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104514 in Sachen

ABANCA CORPORACIÓN BANCARIA, S.A.
C/ Cantón Claudino Pita, no. 2
15300 Betanzos (LA CORUÑA)
ES-Spanien

Widersprechende Partei

vertreten durch

Troesch Scheidegger Werner AG, Patent- und Markenanwälte
Schwäntenmos 14
8126 Zumikon

IR-Marke Nr. 1814299 - A ((fig.))



gegen

ALLIA INSURANCE BROKERS
Kwadestraat 157 bus 51
8800 Roeselare
BE-Belgien

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Novagraaf Switzerland SA
Chemin de l'Echo 3
1213 Onex

CH-Marke Nr. 825550 - ((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



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

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. 825550 - "((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 23.01.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Dienstleistungen eingetragen:
 - 36 *Courtage en assurances; consultation en matière d'assurances; prestation de conseils en matière de déclaration de sinistres dans le domaine de l'assurance; administration de déclaration de sinistres dans le domaine de l'assurance; traitement de déclarations de sinistres dans le domaine de l'assurance; services bancaires; services bancaires et de financement.*
2. Am 11.04.2025 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. 1814299 "A ((fig.))" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Dienstleistungen geschützt ist:
 - 35 *Publicité; gestion d'affaires commerciales; administration commerciale; services de traitement de données [travaux de bureau]; comptabilité; établissement de déclarations fiscales; compilation de statistiques d'affaires et d'informations commerciales; services de collecte d'informations en matière d'analyses de marché; mise à disposition d'informations statistiques d'entreprises; mise à disposition d'informations statistiques commerciales; établissement de relevés de comptes; études de marchés; informations d'affaires; préparation de feuilles de paye; prévisions économiques; tenue de livres; agences d'informations commerciales; analyses de prix de revient; services de conseillers en organisation et direction des affaires; compilation de données dans des bases de données informatiques; services de transcription de communications [travaux de bureau]; services de réponses électroniques pour abonnés absents; distribution de matériel publicitaire par courrier; diffusion de matériel publicitaire par courrier; organisation d'expositions à des fins commerciales ou publicitaires; services d'abonnement à des journaux (pour des tiers); publicité en ligne sur un réseau informatique; fourniture de relevés de comptes; services de promotion des ventes pour des tiers; services de vente en gros dans des établissements ainsi que par le biais de réseaux informatiques mondiaux de savons, produits de parfumerie, huiles essentielles, produits cosmétiques, lotions capillaires, articles de coutellerie, fourchettes et cuillères, appareils pour l'enregistrement, la transmission ou la reproduction de sons ou d'images, supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques, disques compacts, DVD et autres supports d'enregistrement numériques, mécanismes pour appareils à prépaiement, caisses enregistreuses, machines à calculer; services de vente en gros dans des établissements ainsi que par le biais de réseaux informatiques mondiaux d'équipements de traitement de données, ordinateurs, logiciels, articles de bijouterie, articles de bijouterie fantaisie, pierres précieuses, pièces d'horlogerie et instruments chronométriques, papier, carton, publications, produits d'imprimerie, photographies, articles de papeterie, machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles), matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils), cuir et imitations du cuir; services de vente en gros dans des établissements ainsi que par le biais de réseaux informatiques mondiaux de boîtes à chapeaux, étuis, vêtements et cordons en cuir et imitations de cuir, malles et valises, parapluies et parasols, ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine, articles de verrerie, porcelaine et faïence, tissus et produits textiles, linge de lit, linge de table; articles vestimentaires, articles chaussants, articles de chapellerie, jeux et jouets; ventes aux enchères; conseils à des entreprises en matière de marketing stratégique; gestion de banques de données; Gestion de centres d'appels téléphoniques pour des tiers; services de télémarketing; consultations en rapport avec les exploitations, la mercatique et la stratégie commerciale; organisation, exploitation et supervision de programmes de fidélisation de clients; gestion et compilation de bases de données informatisées; services de gestion de risques d'entreprises; enregistrement de données et communications écrites; facturation; services d'administration de bureaux [pour des tiers]; gestion administrative externalisée pour entreprises.*
 - 36 *Services d'assurances; services d'affaires financières; services d'affaires monétaires; location avec option d'achat; recouvrement de créances; services bancaires; services d'informations financières; services de cartes de crédit et de cartes de débit; informations financières fournies par le biais d'une base de données informatique; traitement de paiements électroniques effectués au moyen de cartes*

prépayées; évaluations financières; analyses et services de conseillers financiers; gestion de risques financiers; affacturage de créances; services de recouvrement de créances.

- 38 *Télécommunications; services de communication sur des réseaux informatiques; services d'accès à un réseau informatique mondial; communications téléphoniques; communications par terminaux d'ordinateurs; services d'annonces électroniques (télécommunications); expédition de messages (dépêches); agences d'information (nouvelles); messageries électroniques; agences de presse; diffusion de programmes de télévision; diffusion de programmes radiophoniques; mise à disposition de forums de discussion (chats) sur Internet; transmission de messages et d'images assistées par ordinateur; réception et transmission électronique de messages, télécopies, textes, fichiers, graphismes et données par l'intermédiaire de réseaux informatiques et terminaux informatiques; services en ligne de données et conférences visuelles; transmission électronique de données et documents par l'intermédiaire de téléphones et ordinateurs; stockage de télécommunications telles que messages, télécopies, textes, fichiers, graphismes et données par l'intermédiaire de réseaux informatiques et terminaux informatiques; fourniture d'accès à des services de stockage pour la télécommunication; services de forums de discussion [chats] pour systèmes de réseaux sociaux; mise à disposition de sites de dialogue en ligne (online) pour la transmission de messages entre utilisateurs d'ordinateurs; services de conférences par réseau; services de téléconférence et de visioconférence.*
 - 42 *Services scientifiques et technologiques ainsi que services de recherche et de conception s'y rapportant; services d'analyse et de recherche industrielles; conception et développement d'équipements informatiques et de logiciels; développement de programmes informatiques; services de stockage de données; services de conseil en programmes informatiques; prestation de conseils en rapport avec du matériel informatique; fournisseurs de services applicatifs (ASP) proposant des logiciels pour la gestion de bases de données; fournisseurs de services applicatifs (ASP), notamment hébergement d'applications logicielles de tiers; services informatiques; prestation de services de sécurité pour réseaux informatiques, accès à des ordinateurs et transactions informatisées; services de codage et décodage de données; services de conseillers concernant la vérification de systèmes d'application; services de conseillers techniques dans le domaine des technologies de l'information; consultations professionnelles relatives à la technologie; services de conseillers liés aux réseaux informatiques; consultations professionnelles en matière de programmes informatiques et d'ordinateurs; création et maintenance de pages Web pour des tiers; location d'espace de stockage électronique sur Internet; mise au point de nouvelles technologies pour le compte de tiers; développement de produits; conduite de tests, authentications et contrôles de qualité; contrôle de qualité.*
4. Mit Verfügung vom 15.04.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
 5. Mit Schreiben vom 15.05.2025 reichte die widerspruchsgegnerische Partei innert Frist eine Stellungnahme ein. In der Stellungnahme machte sie u.a. die Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke geltend.
 6. Mit Verfügung vom 19.05.2025 wurde die widersprechende Partei aufgefordert, eine Replik einzureichen.
 7. Mit Schreiben vom 18.06.2025 replizierte die widersprechende Partei innert Frist.
 8. Mit Verfügung vom 19.06.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei aufgefordert, eine Duplik einzureichen.
 9. Mit Schreiben vom 21.07.2025 duplizierte widerspruchsgegnerische Partei innert Frist.
 10. Mit Verfügung vom 23.07.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.
 11. 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 09.07.2024 mit einer EU-Teilpriorität vom 03.07.2024 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke wurde am 22.01.2025 mit einer EU-Priorität vom 17.01.2025 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 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. Die angefochtene Marke ist für folgende Dienstleistungen eingetragen:

36 *Courtage en assurances; consultation en matière d'assurances; prestation de conseils en matière de déclaration de sinistres dans le domaine de l'assurance; administration de déclaration de sinistres dans le domaine de l'assurance; traitement de déclarations de sinistres dans le domaine de l'assurance; services bancaires; services bancaires et de financement.*
3. Die Widerspruchsmarke ist soweit vorliegend interessierend für folgende Dienstleistungen geschützt:

36 *Services d'assurances; services d'affaires financières; services d'affaires monétaires; location avec option d'achat; recouvrement de créances; services bancaires; services d'informations financières; services de cartes de crédit et de cartes de débit; informations financières fournies par le biais d'une base de données informatique; traitement de paiements électroniques effectués au moyen de cartes prépayées; évaluations financières; analyses et services de conseillers financiers; gestion de risques financiers; affacturage de créances; services de recouvrement de créances.*
4. Die von der Widerspruchsmarke beanspruchten *services d'affaires financières* und *services bancaires* sind identisch zu *services bancaires; services bancaires et de financement* der angefochtenen Marke.
5. Die verbleibenden Dienstleistungen der angefochtenen Marke, nämlich *Courtage en assurances; consultation en matière d'assurances; prestation de conseils en matière de déclaration de sinistres dans le domaine de l'assurance; administration de déclaration de sinistres dans le domaine de l'assurance; traitement de déclarations de sinistres dans le domaine de l'assurance* sind alles Dienstleistungen aus dem Versicherungsbereich. Der breite Oberbegriff *services d'assurances* der Widerspruchsmarke umfasst alle oben aufgeführten Dienstleistungen der jüngeren Marke. Auch diesbezüglich besteht somit Dienstleistungsgleichheit.
6. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit 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 kombinierte Wort-/Bildmarke "A ((fig.))" (Widerspruchsmarke) und die Bildmarke "((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). Weiter sind bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Bildelementen die grafischen Gestaltungen und Sinngehalte der Marken auf ihre Verwechselbarkeit zu prüfen. Eine Übereinstimmung im abstrakten Bildmotiv ist zulässig, sofern sich die angefochtene Marke als eigenständige Gestaltung des gleichen Motivs und nicht bloss als Variation oder Bearbeitung der Widerspruchsmarke präsentiert. Massgebend sind jeweils der Gesamteindruck und die diesen prägenden Bestandteile (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.2).
3. Die sich gegenüberstehenden Zeichen präsentieren sich wie folgt:

Widerspruchsmarke	Angefochtene Marke
	

7. Im Widerspruchszeichen lässt sich auf Anhieb der Grossbuchstabe "A" erkennen, welcher auf der linken Seite von zwei parallel zueinander verlaufenden, schräg nach rechts geneigten Balken flankiert wird. Die beiden linken Balken sind schlank und gleichmässig, während die Linien des Buchstabens "A" deutlich breiter gehalten sind und die Aussenlinien am unteren Ende eine Abrundung enthalten. Die beiden schmaleren, vorangestellten Schrägbalken bewirken eine Wahrnehmung des Zeichens in der Art einer Bewegung nach rechts. Das Widerspruchszeichen wurde ohne Farbanspruch im Markenregister eingetragen, weshalb es in allen denkbaren farblichen Ausführungen geschützt ist (vgl. Richtlinien, Teil 2, Ziff. 3.2.1; siehe auch Entscheid des IGE in W 104412, III. C. Ziff. 4, abrufbar in der Prüfungshilfe, auf <https://ph.ige.ch>).
8. Das angefochtene Zeichen besteht aus zwei geometrischen Elementen. Das erste, linke Element besteht aus zwei schräg nach oben verlaufenden, gleich langen Balken, die oben zusammentreffen. Der linke Balken ist dünner als der rechte und oben links befindet sich ein kleiner Fortsatz wie eine Serife. Das zweite Element ist ein parallel zum rechten Balken verlaufender zweiter Balken, der die gleiche Dicke aufweist. Die widersprechende Partei geht davon aus, dass das erste Element trotz des fehlenden horizontalen Balkens als Grossbuchstabe "A" wahrgenommen wird. Die widerspruchsgegnerische Partei geht demgegenüber davon, dass das linke Element des angefochtenen Zeichens als reines Bildelement ohne Sinngehalt wahrgenommen wird.

9. Der widersprechenden Partei ist bezüglich der Interpretation des ersten Elements der angefochtenen Marke als Grossbuchstabe A insofern zuzustimmen, als das Weglassen des horizontalen Balkens in Kombination mit weiteren Elementen als A interpretiert werden könnte (vgl. Replikbeilagen Nr. 7 und 8). Die widersprechende Partei verkennt dabei aber, dass im Widerspruchsverfahren der Zeichenvergleich einzig aufgrund des Registereintrages zu erfolgen hat (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 1; auch BGer 4A_227/2022, 2.1.3 – (fig.) / (fig.)). Das Bundesgericht ist in diesem Entscheid zum Schluss gekommen, dass das Zeichen



in Alleinstellung nicht als Buchstabe "A" aufgefasst werde (BGer 4A_227/2022, 2.2.1 ff.). Das IGE sieht keine Veranlassung, das erste Element des angefochtenen Zeichens anders als das Bundesgericht zu interpretieren, trotz des Umstands, dass der rechte Balken leicht dicker gehalten ist als der rechte.

10. In ihrer grafischen Ausgestaltung weisen die beiden Zeichen als Gemeinsamkeit zwei schräg aufsteigende Linien als zentrales Gestaltungselement sowie auf der linken bzw. der rechten Seite zwei bzw. ein parallel dazu verlaufender Balken auf. Während in der Widerspruchsmarke klar der Grossbuchstabe "A" erkannt wird, stellt das erste Element des angefochtenen Zeichens den griechischen Grossbuchstaben Lambda ("Λ") dar (vgl. auch BGer 4A_227/2022, 2.2.1 ff.). Die zwei schräg nach oben verlaufenden, gleich langen Balken, die sich oben berühren (A bzw. Λ), stehen in beiden Zeichen in einem ähnlichen Winkel zueinander.
11. Trotz dieser Gemeinsamkeit bestehen deutliche Unterschiede in der Komposition resp. im Aufbau der Vergleichszeichen: die angefochtene Marke weist nur einen Schrägstrich rechts des Elements Λ auf, währenddem die Widerspruchsmarke zwei parallel verlaufende Schrägstriche am Zeichenanfang aufweist.
12. Insgesamt unterscheidet sich die angefochtene Marke durch ihre andere Anordnung und Anzahl Balken und durch die Tatsache, dass im ersten Element kein Buchstabe "A" sondern der griechische Buchstabe Lambda erkannt wird, wesentlich von der Widerspruchsmarke.
13. 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.).
14. Als Ganzes kommt weder Widerspruchsmarke noch der angefochtenen Marke ein klar erkennbarer Sinngehalt zu. Da das Widerspruchszeichen den Grossbuchstaben A enthält, das angefochtene Zeichen demgegenüber den griechischen Buchstaben Λ, was zumindest von einem Teil der Abnehmer erkannt wird, bestehen auch Unterschiede im Sinngehalt. Falls einem Teil der Abnehmer dieser Buchstabe des griechischen Alphabets nicht bekannt ist, so wäre, entgegen der Auffassung der widersprechenden Partei, nicht von einem übereinstimmenden Sinngehalt auszugehen, zumal das Element Λ von den Abnehmern ohne zusätzliche Buchstaben nicht als Grossbuchstabe A gelesen wird (vgl. oben III. C. Ziff. 10). Auch in diesem Fall würden somit keine übereinstimmenden Sinngehalte bestehen, welche die schwachen Zeichenähnlichkeiten verstärken könnte.
15. Insgesamt ist somit einzig von einer entfernten Zeichenähnlichkeit auszugehen 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 bzw. Dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikel» 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. mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
3. Die hier massgeblichen Dienstleistungen der Klasse 36 richten sich an Durchschnittsabnehmer und an ein Fachpublikum. Die Praxis geht dabei von einem erhöhten Aufmerksamkeitsgrad aus, weil die Abnehmer in diesem Bereich Kosten und Nutzen des Vertragsverhältnisses regelmässig überprüfen und dem Abschluss entsprechender Verträge i.d.R. eine aufmerksame Abklärung unterschiedlicher Kriterien vorausgeht (vgl. BGer in sic! 2022, 34, E. 6.6.1 – Telco Holding / Tell et al.).
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. Einzelbuchstaben des lateinischen Alphabets sind grundsätzlich nicht eintragbar (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.5.1; vgl. auch Entscheid des Instituts im Widerspruchsverfahren Nr. 102906, III. D. Ziff. 7 - g [fig.] / g Good & Gather [fig.], sowie W 104412, III. D. Ziff. 7; beide abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE, unter <https://ph.ige.ch>). Zwar sind sie oft nicht beschreibend (wie in casu), ihnen fehlt aber aufgrund ihrer Banalität die konkrete Unterscheidungskraft. Vorliegend schöpft die Widerspruchsmarke die erforderliche Unterscheidungskraft ausschliesslich aus der Kombination des Buchstabens A mit den zwei parallel verlaufenden Balken. Die Widerspruchsmarke als Ganzes ist daher weder als banales Zeichen einzustufen noch kann ihr in Verbindung mit den strittigen Dienstleistungen ein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt als Ganzes daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche Dienstleistungen 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, wie nachfolgend aufgezeigt wird, der Fall.
7. Stehen sich Wort-Bild- bzw. Bildmarken gegenüber, sind die grafischen Gestaltungen und Sinngehalte der Marken auf ihre Verwechselbarkeit zu prüfen. Die grösste Schwierigkeit liegt darin, die unzulässige Ähnlichkeit von der blossen Übereinstimmung im Bildmotiv abzugrenzen, welche in der Regel noch keine Verwechslungsgefahr zu begründen vermag (vgl. III. D. 2 hiavor; Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.2).
8. Während in der Widerspruchsmarke klar der Grossbuchstabe "A" erkannt wird, enthält das angefochtene Zeichen den griechischen Buchstaben "Λ" (Lambda). Der jeweiligen Kombination mit parallel dazu verlaufenden Balken kommt als Ganzes kein Motiv zu. Somit verfügen die Konfliktzeichen über unterschiedliche Motive, was trotz der ähnlichen Schreibweise der Elemente A und Λ und der schräg verlaufenden Querbalken eine Verwechslungsgefahr ausschliesst. Kommt hinzu, dass die unterschiedliche Anzahl Balken sowie deren Anordnung bei der Widerspruchsmarke auf der linken und der angefochtenen Marke auf der rechten Seite ebenfalls zu einem unterschiedlichen Gesamtbild beiträgt.
9. Falls, wie es die widersprechende Partei geltend macht, das Element Λ des angefochtenen Zeichens von

einem Teil der Abnehmer als Buchstabe A gelesen werden sollte, so gilt es zu bedenken, dass der Schutzzumfang jeder Marke durch die Sphäre des Gemeinguts begrenzt wird. Was markenrechtlich gemeinfrei ist, steht definitionsgemäss dem allgemeinen Verkehr zur freien Verwendung zu. Hieraus ergibt sich eine Beschränkung des Schutzzumfangs von Marken, welche einem im Gemeingut stehenden Wort resp. Zeichenelement ähnlich sind. Solche Marken können zwar gültig sein, doch erstreckt sich ihr Schutzzumfang nicht auf das zum Gemeingut gehörende Element (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7 mit Hinweisen). Vorliegend kann sich der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke somit nicht auf den im jüngeren Zeichen allenfalls erkennbaren Grossbuchstaben "A" erstrecken. Die angefochtene Marke besteht aus der Kombination des Elements A mit einem rechts davon parallel angeordneten Balken. Auch falls ein A erkannt werden sollte, kann der widersprechenden Partei nicht gefolgt werden, wenn sie feststellt, dass es sich bei der angefochtenen Marke höchstens um eine Variation der normal kennzeichnungskräftigen Marke handle. Eine blossere Übereinstimmung im Motiv und für sich allein gemeinfreien Buchstabens "A" ist zulässig und vermag aufgrund der eigenständigen grafischen Gestaltung der angefochtenen Marke noch keine Verwechslungsgefahr zu bewirken. Dies gilt auch unter Berücksichtigung, dass die Zeichen für gleiche Dienstleistungen beansprucht werden.

10. Unter Berücksichtigung der vorstehenden Ausführungen ist die Verwechslungsgefahr somit zu verneinen. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104514 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 (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 nicht durchgedrungen. Es hat ein zweifacher Schriftenwechsel stattgefunden. 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 2'400.00 als angemessen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104514 wird abgewiesen.
2.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
3.
Die widersprechende Partei hat der widerspruchsgegnерischen Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'400.00 zu bezahlen.
4.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 10. November 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).