

Verfügung in den vereinigten Widerspruchsverfahren Nr. 103520 und 103522 in Sachen

Anker Innovations Limited
RM 1318-19 13/F Hollywood Plaza, 610 Nathan Road,
Mongkok,
Kowloon
Hongkong
CN-China

Widersprechende Partei

vertreten durch

Troller Hitz Troller, Rechtsanwälte
Schweizerhofquai 2
Postfach
6002 Luzern

IR-Marke Nr. 1677459 - AnkerWork

gegen



ANKORSTORE
101 rue de Sèvres
F-75006 Paris
FR-Frankreich

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Inteltech SA
Rue Saint-Honoré 1
Case postale 2510
2001 Neuchâtel

IR-Marke Nr. 1724891 - ankor store ((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 IR-Marke Nr. 1724891 "ankor store ((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 13.04.2023 in in der Gazette des marques internationales Nr. 13/2023 veröffentlicht. Sie ist soweit hier interessierend für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt:

9 *Logiciels, progiciels et programmes d'ordinateurs; plateformes informatiques; plateformes logicielles; applications logicielles; publications électroniques téléchargeables; logiciels de gestion et d'optimisation de commande et d'approvisionnement; bases et banques de données multimédia et informatiques; périphériques d'ordinateurs; agendas électroniques; micro-casques et microphones pour ordinateurs et consoles de jeux vidéo; souris (périphérique d'ordinateur et de consoles de jeux vidéo) et tapis de souris (informatique), claviers d'ordinateur; casques de réalité virtuelle; accessoires pour ordinateurs, ordinateurs portables, téléphones, tablettes électroniques, lecteurs MP3 et MP4, consoles de jeux vidéo à utiliser avec un écran ou un moniteur d'affichage externe, à savoir écouteurs, sacs, housses et coques de protection; repose-poignets à utiliser avec un ordinateur; nécessaires mains libres pour téléphones; clés USB; casques à écouteurs; haut-parleurs et enceintes; lunettes (optique); lunettes de soleil; articles de lunetterie; étuis à lunettes; aimants décoratifs; montres intelligentes; bagues intelligentes; lunettes intelligentes; bracelets connectés (instruments de mesure); chargeurs de piles et de batteries; fichiers multimédias téléchargeables contenant des objets d'art, des objets de décoration, du texte, de l'audio et de la vidéo liés à la mode authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs à utiliser dans des environnements virtuels en ligne; fichiers d'images téléchargeables et enregistrements vidéo contenant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du*

linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs, authentifiés par des jetons non fongibles [NFT].

- 38 *Services de télécommunications; fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux; fourniture d'accès à des bases de données; transmission de messages par voie électronique; fourniture d'accès à des plates-formes de commerce électronique sur Internet; mise à disposition de forums, forums de discussion et tableaux d'affichage électroniques en ligne; fourniture d'accès à un site Web doté d'une technologie permettant aux utilisateurs d'acheter et d'échanger de l'art et des images numériques téléchargeables authentifiées par des jetons non fongibles [NFT]; fourniture d'accès à un site web de réseautage social à des fins de divertissement.*
- 42 *Conception, programmation, recherche et développement, maintenance, mise à jour, configuration et installation de logiciels; location de logiciels; logiciel-service [SaaS]; plateforme en tant que service [PaaS]; développement de solutions d'applications logicielles; services de recherche et développement de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; services de dessinateurs d'art graphique, à savoir conception de dessins, d'animations et d'illustrations d'art numérique personnalisés pour des tiers [services de dessinateurs d'art graphique] sous la forme d'images téléchargeables authentifiées par des jetons non fongibles [NFT]; plateforme en tant que service [PaaS] proposant des plates-formes logicielles informatiques pour la création, la promotion, la vente et l'échange de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; création et conception de produits multimédias publicitaires, à savoir animations numériques et présentations en 3D; services de programmation informatique; hébergement de sites Web permettant le réseautage social en ligne entre les utilisateurs enregistrés dans le but de créer des communautés en ligne en fonction de limites géographiques partagées, d'intérêts communs, de manifestations et activités locales.*
2. Am 01.08.2023 reichte die widersprechende Partei gegen die Schutzausdehnung dieser Marke zwei Widersprüche ein und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang. Sie stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1724891 "ankor store ((fig.))" (Widerspruchsverfahren Nr. 103520) und ihre CH-Marke Nr. 706022 "ANKER ((fig.))" (Widerspruchsverfahren Nr. 103522).
3. Die internationale Registrierung Nr. 1724891 "ankor store ((fig.))" ist für folgende Waren geschützt:
 - 9 *Imprimantes; câbles d'imprimantes; cartouches d'encre vides pour imprimantes et photocopieurs; traducteurs électroniques de poche; ordinateurs; périphériques d'ordinateur; lecteurs [équipements de traitement de données]; appareils pour l'enregistrement de sons; appareils à audiofréquence; crayons électroniques [unités de visualisation]; tablettes électroniques; lecteurs de livres numériques; assistants numériques personnels sous forme de montres; smartphones sous forme de montres; dispositifs de suivi d'activité à porter sur soi; montres intelligentes; logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données; lunettes intelligentes; casques à écouteurs; oreillettes; casques d'écoute sans fil pour smartphones; moniteurs (matériel informatique); écrans d'affichage; unités d'affichage vidéo; microphones; câbles de microphones; objectifs pour appareils de prise de vues; webcams; caméras de conférence; dispositifs de montage pour appareils de prise de vues; capuchons pour appareils de prise de vues; pieds d'appareils photographiques; visiophones; téléphones de conférences; logiciels de communication; systèmes de visioconférence; haut-parleurs; enceintes de haut-parleurs audio; appareils portatifs pour la reproduction de sons; appareils d'interfaces audio numériques; appareils pour la transmission de sons; appareils pour l'amplification du son; appareils pour la reproduction de sons; récepteurs de télévision [postes de télévision]; projecteurs; dispositifs de commande sans fil pour la surveillance et la commande à distance du fonctionnement et de l'état d'autres systèmes ou dispositifs électriques, électroniques et mécaniques; appareils de radio; claviers pour smartphones; dispositifs pour le stockage de données; concentrateurs USB; équipements photographiques; étuis d'ordinateur; étuis de protection pour assistants numériques personnels; étuis de protection pour ordinateurs portables; étuis de protection pour liseuses électroniques; étuis de protection pour lecteurs MP3; socles de tableaux de bord pour téléphones mobiles; étuis de transport pour lecteurs de musique portables; routeurs de réseau; routeurs sans fil USB; points d'accès à des réseaux locaux; téléphones*

portables; câbles de données; connecteurs pour appareils de télécommunication; adaptateurs [électricité]; adaptateurs pour réseaux informatiques; connecteurs de câbles; stations d'accueil électroniques; équipements de charge de batteries; fils d'alimentation; fiches d'alimentation électrique; connecteurs mâles.

4. Die CH-Marke Nr. 706022 "ANKER ((fig.))" ist für folgende Waren registriert:
 - 9 *Ladegeräte; Batterien und Ladegeräte für Akkumulatoren; Batteriebehälter; Batterieladegeräte; Starthilfebatterien; Stromversorgungsgeräte für elektronische Geräte, nämlich Mobiltelefone, digitale Ton- und Videoabspielgeräte, Taschencomputer, Tablet-Computer, Lesegeräte für elektronische Bücher, persönliche digitale Assistenten (PDA), elektronische Agenden, elektronische Notizblöcke und Kameras; Solarmodule; Computernetzwerkverbindungsgeräte (Hubs); USB-Schnittstellenverteiler (Hub); Elektrosteckdosen; elektrische Stecker; Stromschienen; Schalter (Stromunterbrecher); Netzschalter; elektrische Ladekabel; Datenkabel, Audiokabel; Etuis für Mobiltelefone; Bildschirmschoner; Autohalterungen für Mobiltelefone, Computer, Kameras, Tablet-Computer und Navigationsgeräte; Laptop-Ständer; Tastaturen; Etuis für Tastaturen; Computermäuse; Kopfhörer; Ohrhörer; Lautsprecher, drahtlose Lautsprecher; Heimkinoanlagen; Tonübertragungsgeräte; Sprachsteuerungsgeräte.*
5. Am 08.08.2023 erliess das Institut gegen die genannte angefochtene internationale Registrierung eine provisorische teilweise Schutzverweigerung aus relativen Ausschlussgründen bzgl. den obgenannten Waren und Dienstleistungen. Die widerspruchsgegnersische Partei wurde eingeladen, gemäss Art. 42 MSchG innert drei Monaten ein Zustellungsdomizil in der Schweiz zu bezeichnen oder einen in der Schweiz niedergelassenen Vertreter zu benennen.
6. Mit Schreiben vom 08.11.2023 benannte die widerspruchsgegnersische Partei innert Frist einen Vertreter in der Schweiz.
7. Mit Verfügungen vom 09.11.2023 wurde die widerspruchsgegnersische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zu den Widersprüchen aufgefordert.
8. Mit Schreiben vom 19.12.2023 reichte die widerspruchsgegnersische Partei innert erstreckter Frist eine Stellungnahme ein.
9. Mit Verfügungen vom 21.12.2023 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.
10. Mit Verfügungen vom 03.07.2024 wurde die Widerspruchsverfahren bis zur Festlegung der Prüfungspraxis betreffend virtuelle Waren und Dienstleistungen sistiert.
11. Mit Verfügungen vom 11.08.2025 hob das IGE die Sistierung auf. Gleichzeitig wurde der widersprechenden Partei Gelegenheit gegeben, eine Stellungnahme zum Warenvergleich betreffend die virtuellen Waren einzureichen.
12. Da innert erstreckter Frist keine Stellungnahme eingereicht wurde, schloss das IGE mit Verfügungen vom 27.10.2025 die Verfahrensinstruktion ab.
13. 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 1 wurde am 26.04.2022 mit einer EU-Priorität vom 28.10.2021 im internationalen Register eingetragen. Die Widerspruchsmarke 2 wurde am 09.05.2017 hinterlegt. Die angefochtene Marke wurde am 30.09.2022 mit einer französischen Priorität vom 01.04.2022 im internationalen Register eingetragen. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marken und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Die Widersprüche wurden innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühren

wurden rechtzeitig bezahlt. Auf die Widersprüche ist folglich einzutreten.

III. Vereinigung der Verfahren

In den Widerspruchsverfahren Nr. 103520 und 103522 stehen sich die gleichen Parteien gegenüber. Die Widersprüche richten sich gegen dieselbe Marke und die zwei Widerspruchsmarken sind sehr ähnlich, die Waren- und Dienstleistungslisten ebenfalls. Der zu beurteilende Sachverhalt und auch die sich stellenden Rechtsfragen sind somit bei den zwei Widersprüchen sehr ähnlich, so dass sich aus prozessökonomischen Gründen eine Vereinigung der Verfahren aufdrängt (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 4.1, unter www.ige.ch sowie BVGer B-38, 39, 40/2011, E. 1.1 – IKB / ICB [fig.], ICB, ICB BANKING).

IV. 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. mit weiteren Hinweisen, auf www.ige.ch).
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 soweit vorliegend interessierend für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt:
 - 9 *Logiciels, progiciels et programmes d'ordinateurs; plateformes informatiques; plateformes logicielles; applications logicielles; publications électroniques téléchargeables; logiciels de gestion et d'optimisation de commande et d'approvisionnement; bases et banques de données multimédia et informatiques; périphériques d'ordinateurs; agendas électroniques; micro-casques et microphones pour ordinateurs et consoles de jeux vidéo; souris (périphérique d'ordinateur et de consoles de jeux vidéo) et tapis de souris (informatique), claviers d'ordinateur; casques de réalité virtuelle; accessoires pour ordinateurs, ordinateurs portables, téléphones, tablettes électroniques, lecteurs*

MP3 et MP4, consoles de jeux vidéo à utiliser avec un écran ou un moniteur d'affichage externe, à savoir écouteurs, sacoches, étuis, sacs, housses et coques de protection; repose-poignets à utiliser avec un ordinateur; nécessaires mains libres pour téléphones; clés USB; casques à écouteurs; haut-parleurs et enceintes; lunettes (optique); lunettes de soleil; articles de lunetterie; étuis à lunettes; aimants décoratifs; montres intelligentes; bagues intelligentes; lunettes intelligentes; bracelets connectés (instruments de mesure); chargeurs de piles et de batteries; fichiers multimédias téléchargeables contenant des objets d'art, des objets de décoration, du texte, de l'audio et de la vidéo liés à la mode authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs à utiliser dans des environnements virtuels en ligne; fichiers d'images téléchargeables et enregistrements vidéo contenant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs, authentifiés par des jetons non fongibles [NFT].

- 38 Services de télécommunications; fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux; fourniture d'accès à des bases de données; transmission de messages par voie électronique; fourniture d'accès à des plates-formes de commerce électronique sur Internet; mise à disposition de forums, forums de discussion et tableaux d'affichage électroniques en ligne; fourniture d'accès à un site Web doté d'une technologie permettant aux utilisateurs d'acheter et d'échanger de l'art et des images numériques téléchargeables authentifiées par des jetons non fongibles [NFT]; fourniture d'accès à un site web de réseautage social à des fins de divertissement.
- 42 Conception, programmation, recherche et développement, maintenance, mise à jour, configuration et installation de logiciels; location de logiciels; logiciel-service [SaaS]; plateforme en tant que service [PaaS]; développement de solutions d'applications logicielles; services de recherche et développement de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; services de dessinateurs d'art graphique, à savoir conception de dessins, d'animations et

d'illustrations d'art numérique personnalisés pour des tiers [services de dessinateurs d'art graphique] sous la forme d'images téléchargeables authentifiées par des jetons non fongibles [NFT]; plate-forme en tant que service [PaaS] proposant des plates-formes logicielles informatiques pour la création, la promotion, la vente et l'échange de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; création et conception de produits multimédias publicitaires, à savoir animations numériques et présentations en 3D; services de programmation informatique; hébergement de sites Web permettant le réseautage social en ligne entre les utilisateurs enregistrés dans le but de créer des communautés en ligne en fonction de limites géographiques partagées, d'intérêts communs, de manifestations et activités locales.

4. Die Widerspruchsmarke 1 (internationale Registrierung Nr. 1724891 "ankor store ((fig.)) ist für folgende Waren geschützt:
 - 9 *Imprimantes; câbles d'imprimantes; cartouches d'encre vides pour imprimantes et photocopieurs; traducteurs électroniques de poche; ordinateurs; périphériques d'ordinateur; lecteurs [équipements de traitement de données]; appareils pour l'enregistrement de sons; appareils à audiofréquence; crayons électroniques [unités de visualisation]; tablettes électroniques; lecteurs de livres numériques; assistants numériques personnels sous forme de montres; smartphones sous forme de montres; dispositifs de suivi d'activité à porter sur soi; montres intelligentes; logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données; lunettes intelligentes; casques à écouteurs; oreillettes; casques d'écoute sans fil pour smartphones; moniteurs (matériel informatique); écrans d'affichage; unités d'affichage vidéo; microphones; câbles de microphones; objectifs pour appareils de prise de vues; webcams; caméras de conférence; dispositifs de montage pour appareils de prise de vues; capuchons pour appareils de prise de vues; pieds d'appareils photographiques; visiophones; téléphones de conférences; logiciels de communication; systèmes de visioconférence; haut-parleurs; enceintes de haut-parleurs audio; appareils portatifs pour la reproduction de sons; appareils d'interfaces audio numériques; appareils pour la transmission de sons; appareils pour l'amplification du son; appareils pour la reproduction de sons; récepteurs de télévision [postes de télévision]; projecteurs; dispositifs de commande sans fil pour la surveillance et la commande à distance du fonctionnement et de l'état d'autres systèmes ou dispositifs électriques, électroniques et mécaniques; appareils de radio; claviers pour smartphones; dispositifs pour le stockage de données; concentrateurs USB; équipements photographiques; étuis d'ordinateur; étuis de protection pour assistants numériques personnels; étuis de protection pour ordinateurs portables; étuis de protection pour liseuses électroniques; étuis de protection pour lecteurs MP3; socles de tableaux de bord pour téléphones mobiles; étuis de transport pour lecteurs de musique portables; routeurs de réseau; routeurs sans fil USB; points d'accès à des réseaux locaux; téléphones portables; câbles de données; connecteurs pour appareils de télécommunication; adaptateurs [électricité]; adaptateurs pour réseaux informatiques; connecteurs de câbles; stations d'accueil électroniques; équipements de charge de batteries; fils d'alimentation; fiches d'alimentation électrique; connecteurs mâles.*
5. Die Widerspruchsmarke 2 (CH-Marke Nr. 706022 – ANKER ((fig.)) ist für folgende Waren eingetragen:
 - 9 *Ladegeräte; Batterien und Ladegeräte für Akkumulatoren; Batteriebehälter; Batterieladegeräte; Starthilfebatterien; Stromversorgungsgeräte für elektronische Geräte, nämlich Mobiltelefone, digitale Ton- und Videoabspielgeräte, Taschencomputer, Tablet-Computer, Lesegeräte für elektronische Bücher, persönliche digitale Assistenten (PDA), elektronische Agenden, elektronische Notizblöcke und Kameras; Solarmodule; Computernetzwerkverbindungsgeräte (Hubs); USB-Schnittstellenverteiler (Hub); Elektrosteckdosen; elektrische Stecker; Stromschienen; Schalter (Stromunterbrecher); Netzschalter; elektrische Ladekabel; Datenkabel, Audiokabel; Etuis für Mobiltelefone; Bildschirmschoner; Autohalterungen für Mobiltelefone, Computer, Kameras, Tablet-Computer und Navigationsgeräte; Laptop-Ständer; Tastaturen; Etuis für Tastaturen; Computermäuse; Kopfhörer; Ohrhörer; Lautsprecher, drahtlose Lautsprecher; Heimkinoanlagen; Tonübertragungsgeräte; Sprachsteuerungsgeräte.*

Angefochtene Waren in Klasse 9

6. Die *logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données* der Widerspruchsmarke 1 sind identisch oder zumindest hochgradig gleichartig zu *logiciels, progiciels et programmes d'ordinateurs; plateformes informatiques; plateformes logicielles; applications logicielles;*

logiciels de gestion et d'optimisation de commande et d'approvisionnement der angefochtenen Marke. Die Tatsache, dass die Software teils für unterschiedliche Zwecke bestimmt ist, schliesst lediglich die Annahme einer Warenidentität, nicht aber der Warengleichartigkeit aus. Demnach kann Software nicht je nach Einsatzzweck als unterschiedliches Produkt aufgefasst werden (vgl. BVGer B-758/2007, E. 4.2 ff. – G-mode / GMODE).

7. Die breiten Formulierungen *ordinateurs; périphériques d'ordinateur* der Widerspruchsmarke 1 umfassen die *périphériques d'ordinateurs; agendas électroniques; micro-casques et microphones pour ordinateurs et consoles de jeux vidéo; souris (périphérique d'ordinateur et de consoles de jeux vidéo); claviers d'ordinateur; casques de réalité virtuelle; accessoires pour ordinateurs, ordinateurs portables, tablettes électroniques, lecteurs MP3 et MP4, consoles de jeux vidéo à utiliser avec un écran ou un moniteur d'affichage externe, à savoir écouteurs, clés USB; casques à écouteurs; haut-parleurs et enceintes; montres intelligentes; bagues intelligentes; lunettes intelligentes; bracelets connectés (instruments de mesure)* der angefochtenen Marke. Es besteht somit Warengleichheit.
8. Die Waren *dispositifs pour le stockage de données; concentrateurs USB* der Widerspruchsmarke 1 umfassen sowohl mit Daten bespielte wie auch unbespielte, also leere Datenträger. Bespielte Datenträger sind praxisgemäss gleichartig zu *publications électroniques téléchargeables; bases et banques de données multimédia et informatiques* der angefochtenen Marke., da die bespielten Datenträger den gleichen Inhalt aufweisen können wie die *publications électroniques* (vgl. auch Entscheid des IGE im Widerspruch Nr. 12111, III. B. Ziff. 2, auf [https:// ph.ige.ch](https://ph.ige.ch)).
9. Die *téléphones portables* der Widerspruchsmarke 1 sind identisch oder zumindest hochgradig gleichartig zu *téléphones* der angefochtenen Marke.
10. Die verschiedenen Gerätehüllen, nämlich *étuis d'ordinateur; étuis de protection pour assistants numériques personnels; étuis de protection pour ordinateurs portables; étuis de protection pour liseuses électroniques; étuis de protection pour lecteurs MP3; étuis de transport pour lecteurs de musique portables* der Widerspruchsmarke 1 sind identisch oder zumindest hochgradig gleichartig *sacoches, étuis, sacs, housses et coques de protection* der jüngeren Marke.
11. Die von der Widerspruchsmarke 1 beanspruchten *socles de tableaux de bord pour téléphones mobiles* sind aufgrund ihres ähnlichen Verwendungszweckes, der gleichen Abnehmerkreise und der Übereinstimmungen in den Vertriebswegen gleichartig zu *nécessaires mains libres pour téléphones* der angefochtenen Marke.
12. Die *lunettes intelligentes* der Widerspruchsmarke 1 sind gleichartig zu *lunettes (optique); lunettes de soleil; articles de lunetterie* der angefochtenen Marke. Die konkurrierenden Waren stimmen weitgehend in ihrer Zweckbestimmung überein, sie stehen in einem Ergänzungsverhältnis zueinander und richten sich an die gleichen Abnehmerkreise.
13. Gemäss Praxis gilt ergänzendes Zubehör als gleichartig zur Hauptware (vgl. u.a. BVGer B-380/2020, E. 2.2 und 4.3 – somfy (fig.) / COMFY). Dementsprechend sind die *étuis à lunettes* gleichartig zu *lunettes intelligentes* der Widerspruchsmarke 1.
14. Das Gleiche gilt für das Verhältnis zwischen den angefochtenen *tapis de souris (informatique)* und den *périphériques d'ordinateur* der Widerspruchsmarke 1, unter die auch Computermäuse fallen sowie für das Verhältnis zwischen den *repose-poignets à utiliser avec un ordinateur* der jüngeren Marke und den *ordinateurs* der Widerspruchsmarke.
15. Der Begriff *équipements de charge de batteries* der Widerspruchsmarke umfasst die *chargeurs de piles et de batteries* der angefochtenen Marke. Es besteht somit Warengleichheit.
16. Die angefochtene Marke beansprucht mit *fichiers multimédias téléchargeables contenant des objets d'art, des objets de décoration, du texte, de l'audio et de la vidéo liés à la mode authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]* und mit *fichiers d'images téléchargeables et enregistrements vidéo contenant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de*

tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs, authentifiés par des jetons non fongibles [NFT] herunterladbare Multimedia-, Bild- und Videodateien unterschiedlichen Inhalts. Diesen ist gemeinsam, dass sie durch Non-Fungible Tokens (NFT) authentifiziert werden. Der Verweis betreffend die Authentifizierung durch NFTs hat hingegen auf die Art der Ware bzw. die Warengattung keinen Einfluss.

17. Die von der Widerspruchsmarke 1 beanspruchten Waren *dispositifs pour le stockage de données; concentrateurs USB* umfassen sowohl bespielte wie unbespielte Datenträger. Als bespielte Datenträger stehen diese in einem klaren Ergänzungsverhältnis zu den angefochtenen *herunterladbaren Multimedia-, Bild- und Videodateien*. Dies, weil die Bild- oder Videodatei entweder auf einem USB-Stick gespeichert oder diese von einem Server oder dem Internet heruntergeladen werden kann. Die Art der Waren, deren Zweckbestimmung, Abnehmerkreise und Vertriebswege stimmen somit weitgehend überein, so dass die Gleichartigkeit zu bejahen ist.
18. Schliesslich beansprucht die angefochtene Marke noch *produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs à utiliser dans des environnements virtuels en ligne*. Die widersprechende Partei geht davon aus, dass es sich dabei, gestützt auf die Formulierung [...] *à savoir programmes informatiques représentant [...]*, um Software handle (vgl. Widerspruchsschrift, Rz. 21.1).
19. Die von der widerspruchsgegnerschen Partei gewählte Formulierung *produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures [...]* ist unklar. Stellt man nur auf die Formulierung *produits virtuels téléchargeables* ab, so kann klar die Meinung vertreten werden, dass virtuelle Waren beansprucht werden, und zwar diejenigen, die in der nachfolgenden Aufzählung enthalten sind. Es entspricht aber ständiger Praxis, dass die Formulierung "à savoir" als abschliessende Aufzählung verstanden wird. Dies wird insbesondere eingesetzt, um vorangestellte, zu vage Begriffe zu präzisieren (vgl. Richtlinien, Teil 2, Ziff. 4.3.3). Das ist in casu der Fall, da *produits virtuels téléchargeables* als solches zu vage und somit nicht klassierbar wäre.
20. Unklar ist nun, was genau mit der Formulierung *à savoir programmes informatiques représentant des peintures [...]* beansprucht wird. Sind es *programmes informatiques* (und somit Software), oder doch eher die nachfolgend aufgezählten Waren aus unterschiedlichen Bereichen, die aufgrund der Wortfolge *produits virtuels téléchargeables* als virtuelle Waren zu qualifizieren wären.
21. Die Verantwortung für die Formulierung der Waren und Dienstleistungsliste und deren rechtliche Konformität liegt ausschliesslich beim Markeninhaber, in casu der widerspruchsgegnerschen Partei (vgl.

- Richtlinien, Teil 2, Ziff. 4.1). Zwar kann eine ungenaue oder fehlerhafte Klassifizierung die Prüfung der Waren- und Dienstleistungsgleichartigkeit nicht verhindern. Sie muss jedoch restriktiv und zum Nachteil des Inhabers vorgenommen werden, der seinen Verpflichtungen gemäss Art. 11 MSchV nicht nachgekommen ist. In diesem Zusammenhang ist die eigentliche und wörtliche Bedeutung des ungenauen Begriffs sowie die Klassifikation von Nizza zu berücksichtigen.
22. In Klasse 9 werden sowohl die herunterladbaren virtuellen Waren klassiert, wie auch die unterschiedlichen Softwareprodukte. Die Formulierung *à savoir programmes informatiques représentant des peintures [...]* kann so verstanden werden, dass es sich bei diesen Waren der angefochtenen Marke in erster Linie um Software handelt, die der Darstellung virtueller Waren dient. Insofern stimmt das IGE der Auffassung der widersprechenden Partei zu, wonach gestützt auf die Praxis der abschliessenden Aufzählung, die mit der Formulierung "à savoir" eingeleitet wird, und mit Hilfe derer grundsätzlich unklare Begriff präzisiert werden, die angefochtene Marke für Software zur Darstellung unterschiedliche virtueller Waren beansprucht wird.
23. Die Widerspruchsmarke 1 verfügt mit *logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données* und *logiciels de communication* über Software mit unterschiedlicher Zweckbestimmung. Praxisgemäss sind Softwareprodukte mit unterschiedlicher Zweckbestimmung gleichartig (vgl. BVGer B-758/2007, E. 4.2 ff. – G-mode / GMODE). Demnach besteht zwischen der Software der Widerspruchsmarke 1 und *produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs à utiliser dans des environnements virtuels en ligne* der angefochtenen Marke Gleichartigkeit.
24. Schliesslich beansprucht die angefochtene Marke mit *aimants décoratifs* noch *dekorative Magnete*. Diese Ware findet keine Entsprechung in der Warenliste der Widerspruchsmarken 1 und 2. Magnete unterscheiden sich ihrer Art und Zweckbestimmung nach klar von den von den Widerspruchsmarken 1 und 2 in Klasse 9 beanspruchten verschiedenen Hardware- und Softwareprodukten. Auch die widersprechende Partei trägt nichts vor, das für die Bejahung einer Gleichartigkeit sprechen würde. Die konkurrierenden Waren sind somit nicht gleichartig.

Angefochtene Dienstleistungen in Klasse 38

25. Die Widerspruchsmarke 1 beansprucht in Klasse 9 u.a. *téléphones portables*. Zwischen Telekommunikationsgeräten und den angefochtenen *Services de télécommunications; transmission de messages par voie électronique* besteht ein markenrechtlich relevanter sachlogischer Zusammenhang. Denn gemäss Rechtsprechung nimmt der Konsument die Geräte und Dienstleistungen als wirtschaftlich einheitliches Leistungspaket wahr, zumal Mobilfunk- und Festnetzanbieter in der Schweiz ebenfalls Telefonendgeräte vertreiben (vgl. RKGE in sic! 2002, 103 - Celphone [fig.] / Celcom und RKGE in sic! 2004, 323 f. - Integra / Integra Research). Die Gleichartigkeit ist somit zu bejahen.
26. Weiter beansprucht die angefochtene Marke mit *fourniture d'accès utilisateur à des réseaux informatiques mondiaux; fourniture d'accès à des bases de données; fourniture d'accès à des plates-formes de commerce électronique sur Internet; mise à disposition de forums, forums de discussion et tableaux d'affichage électroniques en ligne; fourniture d'accès à un site Web doté d'une technologie permettant aux utilisateurs d'acheter et d'échanger de l'art et des images numériques téléchargeables authentifiées par des jetons non fongibles [NFT]; fourniture d'accès à un site web de réseautage social à des fins de*

divertissement verschiedene Providerdienstleistungen. Service Provider-Dienste umfassen u.a. auch die sog. Application Service Provider, welche komplette Anwendungslösungen (und daher auch Software) anbieten. Dementsprechend besteht für die angesprochenen Abnehmerkreise ein funktionaler Zusammenhang zwischen diesen angefochtenen Dienstleistungen und den von der Widerspruchsmarke 1 beanspruchten *logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données* in Klasse 9. Die Gleichartigkeit ist somit zu bejahen (vgl. auch BVGer B-3663/2011, E. 5.6 – INTEL INSIDE, intel inside (fig.) / GALDAT INSIDE).

Angefochtene Dienstleistungen in Klasse 42

27. Mit *conception, programmation, recherche et développement, maintenance, mise à jour, configuration et installation de logiciels; location de logiciels; logiciel-service [SaaS]; plateforme en tant que service [PaaS]; développement de solutions d'applications logicielles; services de recherche et développement de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; plate-forme en tant que service [PaaS] proposant des plates-formes logicielles informatiques pour la création, la promotion, la vente et l'échange de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; services de programmation informatique* beansprucht die angefochtene Marke u.a. Entwurf, Entwicklung, Installation und das Zurverfügungstellen von Software. *Logiciel-service [SaaS]* ist denn auch ein Cloud-Computing-Modell, bei dem Software über das Internet als Dienstleistung bereitgestellt wird. Bei *plate-forme en tant que service [PaaS]* wird Entwicklern eine Plattform zur Verfügung gestellt, um Anwendungen erstellen oder verwalten zu können.
28. Die von der angefochtenen Marke in Klasse 42 beanspruchten Dienstleistungen *conception, programmation, recherche et développement, maintenance, mise à jour, configuration et installation de logiciels; services de programmation informatique* geht den *logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données* der Widerspruchsmarke 1 zwangsläufig voraus. Unternehmen, welche diese Dienstleistung anbieten, sind auch mit Endprodukten auf dem Markt präsent. Die Gleichartigkeit ist, gemäss ständiger Rechtsprechung zu bejahen (vgl. BVGer B-259/2012, E. 4.2 – FOCUS / AbaFocus sowie den Entscheid des Instituts im Widerspruchsverfahren Nr. 102987, III. B. Ziff. 10 – Super Retina [fig.] / Retinapp; abrufbar in der Prüfungshilfe des Instituts, unter <https://ph.ige.ch/ph>).
29. Gleiches gilt für die angefochtenen Dienstleistungen *location de logiciels; logiciel-service [SaaS]; plateforme en tant que service [PaaS]; développement de solutions d'applications logicielles; services de recherche et développement de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; plate-forme en tant que service [PaaS] proposant des plates-formes logicielles informatiques pour la création, la promotion, la vente et l'échange de fichiers numériques téléchargeables authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]*. Bei den angefochtenen Software as a Service (SaaS) handelt es sich um Software im Abo resp. "on demand" und somit um nachgelagerte Dienstleistungen der "Computersoftware" des Widerspruchszeichens (vgl. zur Definition von SaaS: <https://it-service.network/it-lexikon/saas>; abgefragt am 29.07.2025), weshalb markenrechtlich relevante Berührungspunkte bestehen. Einerseits sind die angefochtenen Dienstleistungen undenkbar ohne (vom Anbieter selbst erstellte) Softwareprodukte, andererseits sind etliche Softwarehersteller und Internet Service Providers mit eigenen Internet-Portalen im Internet präsent und bieten dort vielfältige Dienstleistungen, wie beispielsweise das Vermieten von Programmen und Bereitstellen von Plattformen, an (vgl. den Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 102454, III. B. Ziff. 10 – TIGER BROKERS [fig.] / TIGER TRADE; abrufbar unter <https://ph.ige.ch>).
30. Das Hosting einer Webseite umfasst das Zurverfügungstellen von Platz im Internet, das Hochladen der Webseite und die Unterbringung der Webseite (vgl. FOLDOC, Free On-line Dictionary of Computing, unter <http://foldoc.org/hosting> und WIKIPEDIA online, unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Hosting>; Suchabfragen vom 29.07.2025). Auch hierfür ist neben Hardware v.a. Software notwendig, weshalb wiederum markenrechtlich relevante Berührungspunkte zwischen *logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données* der Widerspruchsmarke 1 und den angefochtenen Dienstleistungen *hébergement de sites Web permettant le réseautage social en ligne entre les utilisateurs enregistrés dans le but de créer des communautés en ligne en fonction de limites géographiques partagées, d'intérêts communs, de manifestations et activités locales* bestehen. Schliesslich genügt es für die Bejahung der Gleichartigkeit, dass die Waren und Dienstleistungen, wie vorliegend, in einem so engen Zusammenhang zueinanderstehen, dass sie als sinnvolles Leistungspaket wahrgenommen werden und der Eindruck entsteht, der Vertrieb der Waren und die Dienstleistungserbringung würden unter einer

einheitlichen Kontrolle erfolgen. Vor diesem Hintergrund werden die Verkehrskreise (Durchschnittskonsumenten, Fachkreise) auf eine gemeinsame Herkunft der genannten Dienstleistungen und Waren schliessen, weshalb Gleichartigkeit besteht (vgl. auch Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 102886, III. B. Ziff. 8, abrufbar unter <https://ph.ige.ch>).

31. Die schliesslich von der angefochtenen Marke beanspruchten Dienstleistungen *services de dessinateurs d'art graphique, à savoir conception de dessins, d'animations et d'illustrations d'art numérique personnalisés pour des tiers [services de dessinateurs d'art graphique] sous la forme d'images téléchargeables authentifiées par des jetons non fongibles [NFT]; création et conception de produits multimédias publicitaires, à savoir animations numériques et présentations en 3D* stehen in engem Zusammenhang mit Software. Dies, weil Digitale Kunst mit dem Computer erzeugt wird und somit oft auch Computerprogrammierung umfasst (vgl. Online Enzyklopädie Wikipedia, unter www.de.wikipedia.org, abgerufen am 29.07.2025). Entsprechend werden die angesprochenen Abnehmerkreise die *logiciels d'applications; logiciels informatiques d'intégration d'applications et de bases de données* der Widerspruchsmarke 1 in einen sachlogischen Zusammenhang mit den angefochtenen Dienstleistungen stellen. Die Gleichartigkeit ist somit zu bejahen.
32. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichheit bzw. teils starke Gleichartigkeit teilweise bejaht wird. Weil die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG kumulativ Produktgleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit den als nicht gleichartig beurteilten *aimants décoratifs* (Klasse 9) bereits wegen fehlender Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren bzw. -dienstleistungen ist von Gleichheit respektive Gleichartigkeit auszugehen und nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren resp. Dienstleistungen interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
2. In casu stehen sich folgende Zeichen gegenüber:

Widerspruchsmarke 1	Widerspruchsmarke 2	angefochtene Marke
AnkerWork		

3. Im Widerspruchsverfahren Nr. 103520 stehen sich somit die reine Wortmarke "AnkerWork" (Widerspruchsmarke 1) und die kombinierte Wort-/Bildmarke "ankor store ((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). Das figurative Element der angefochtenen Marke besteht aus einem marginal gestalteten Schriftzug, der den Gesamteindruck des nicht zu beeinflussen und somit dem jüngeren Zeichen auch kein

eigenes Gepräge zu verleihen vermag. Diese leichte grafische Gestaltung kann somit im nachfolgenden Zeichenvergleich vernachlässigt werden.

4. 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.]*). Die Widerspruchsmarke 1 setzt sich aus den zwei Wörtern "Anker" und "Work", die ohne Leerschlag aneinander geschrieben sind, zusammen. Das angefochtene Zeichen besteht aus den Elementen "ankor" und "store". Die jüngere Marke übernimmt vier der ersten fünf Buchstaben der Widerspruchsmarke und platziert diese in identischer Reihenfolge am besonders prägenden Zeichenanfang. Vom zweiten Element "Work" übernimmt die angefochtene Marke die Buchstabenfolge "or". Die im Konflikt stehenden Zeichen weisen somit identische sechs von neun bzw. zehn Buchstaben auf. Die unterschiedliche Gross- und Kleinschreibung der sich gegenüberstehenden Wortelemente fällt kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht (vgl. BVGer B-4246/2022, E. 5.5 – *You See Augenlaser [fig.] / EYE SEE YOU AUGENLASER [fig.]*). Insgesamt ist somit von einer Ähnlichkeit im Schriftbild auszugehen.
5. Aufgrund der Kombination mit den Elementen "work" und "store" kann davon ausgegangen werden, dass zumindest ein Teil der Abnehmer die Zeichen als Ganzes auf Englisch aussprechen wird. Beide Zeichen bestehen aus je drei Silben ('æŋ-kə-wɜːrk / 'æŋ- kər- stɔːr). Beide Zeichen verfügen somit über identische erste Silben, die zweiten werden trotz unterschiedlicher Vokale äusserst ähnlich ausgesprochen. Die Schlusssilben sind hingegen klar unterschiedlich. Aufgrund der Übereinstimmungen am Zeichenanfang sind die Konfliktzeichen vom Klang her als ähnlich zu qualifizieren.
6. 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.).
7. Dem englischen Begriff "anker" kommen folgende Bedeutungen zu: 1. *a unit of measurement of spirits or wine, used in various countries and formerly in England, where it was equivalent to 81/3 imperial gallons*; 2. *a drum or barrel that contains or can contain the amount of an anker* (vgl. Definition in Wörterbuch Collins, auf www.collinsdictionary.com, abgefragt am 30.07.2025). Auf Deutsch gibt es ebenfalls den Begriff "anker" für ein früheres Flüssigkeitsmass von etwa 34 bis 39 Litern (vgl. Eintrag im Universalwörterbuch Duden, auf www.munzinger.de, abgefragt am 30.07.2025). Diese Masseinheit, die heute nicht mehr verwendet wird, dürfte den massgebenden Abnehmerkreisen nicht bekannt sein. Der deutsche Begriff "anker" ist ein *schweres eisernes, an einer Kette oder einem Tau befestigtes, meist zweiarmliges hakenartiges Gerät, das vom Schiff auf den Grund eines Gewässers hinabgelassen wird, wo es sich festhakt und dadurch das Schiff an seinem Platz festhält* (vgl. Definition Duden, auf www.munzinger.de, abgefragt am 30.07.2025). Dem englischen Begriff "work", der zum Grundwortschatz zählt, kommt die Bedeutung "Arbeit" zu (vgl. Wörterbuch Pons, auf www.de.pons.com, abgefragt am 30.07.2025). Die ältere Marke wird somit von den Abnehmern im Sinne von "AnkerArbeit" verstanden. Der englische Begriff "store" steht für Vorrat, Schatz bzw. Laden (vgl. Wörterbuch Pons, auf www.de.pons.com, abgefragt am 30.07.2025). "Ankor" kommt in den Prüfungssprachen keine Bedeutung zu. Bei englischer Aussprache kann zumindest ein Teil der angesprochenen Abnehmerkreise in diesem Zeichenelement eine Anspielung auf den englischen Begriff "anchor" erkennen, der mit "Anker" übersetzt wird (vgl. Wörterbuch Pons, auf www.de.pons.com, abgerufen am 30.07.2025). Zwar gehört der Begriff "anchor" nicht zum englischen Grundwortschatz. Aufgrund von Begriffskombinationen wie "anchor text" oder "anchor link" sowie dem auch auf Deutsch verwendeten Begriff "Anchorman" für einen Nachrichtensprecher kann davon ausgegangen werden, dass zumindest ein Teil der Abnehmer "ankor" bzw. "anchor" im Sinn von Anker versteht. Für diejenigen Abnehmer, die "anchor" in diesem Sinne verstehen, bestehen somit auch Übereinstimmungen auf begrifflicher Ebene, zumal die Zusätze "work" und "store" zu keinen abweichenden Bedeutungen führen. Für die Abnehmer, die "anchor" nicht verstehen, bestehen unterschiedliche Sinngehalte. Diese sind hingegen nicht derart ausgeprägt, dass sie die festgestellten Ähnlichkeiten auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene zu kompensieren vermöchten.

8. Im Widerspruchsverfahren Nr. 103522 stehen sich demgegenüber die kombinierten Wort-/Bildmarken "AnkerWork" (Widerspruchsmarke 2) und "ankor store ((fig.))" (angefochtene Marke) gegenüber. Das figurative Element der Widerspruchsmarke besteht aus einem minimal gestalteten Schriftzug, wobei die Buchstaben N-K-E und R sich kaum von einer üblichen Schrift unterscheiden lassen. Beim Buchstaben A fehlt hingegen der horizontale Balken. Dieser wird durch eine senkrecht stehende Blitzgrafik ersetzt, die aber eher klein ausfällt und den Gesamteindruck kaum zu prägen vermag. Da im mündlichen Geschäftsverkehr ohnehin figurative Element nicht ausgesprochen werden, kann im nachfolgenden Zeichenvergleich neben der figurativen Gestaltung der angefochtenen Marke auch diejenige der Widerspruchsmarke 2 somit unberücksichtigt bleiben.
9. Die Widerspruchsmarke 2 besteht aus dem Wortelement "Anker". Demgegenüber setzt sich das angefochtene Zeichen besteht aus den Elementen "ankor" und "store" zusammen. Die jüngere Marke übernimmt vier der fünf Buchstaben der Widerspruchsmarke 2 und platziert diese in identischer Reihenfolge am besonders prägenden Zeichenanfang. Die im Konflikt stehenden Zeichen weisen somit identische vier auf. Die unterschiedliche Gross- und Kleinschreibung der sich gegenüberstehenden Wortelemente fällt kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht (vgl. BVGer B-4246/2022, E. 5.5 – You See Augenlaser [fig.] / EYE SEE YOU AUGENLASER [fig.]). Insgesamt ist somit trotz doppelt so vieler Buchstaben des angefochtenen Zeichens von einer Ähnlichkeit im Schriftbild auszugehen.
10. Die Konfliktzeichen bestehen aus je zwei bzw. drei Silben ('æŋ-kə / 'æŋ- kər- stɔ:r). Beide Zeichen verfügen somit über identische erste Silben, die zweiten werden trotz unterschiedlicher Vokale äusserst ähnlich ausgesprochen. Aufgrund der Übereinstimmungen am Zeichenanfang sind die Konfliktzeichen vom Klang her als ähnlich zu qualifizieren.
11. Für den begrifflichen Vergleich kann auf die Ausführungen oben IV. C. Ziff. 7 verwiesen werden. Für diejenigen Abnehmer, die das Element "anchor" im Sinne Anker verstehen, bestehen somit auch Übereinstimmungen auf begrifflicher Ebene, zumal der Zusatz "store" zu keinen abweichenden Bedeutung führt. Für die Abnehmer, die "anchor" nicht verstehen, bestehen unterschiedliche Sinngelhalte. Diese sind hingegen nicht derart ausgeprägt, dass sie die festgestellten Ähnlichkeiten auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene zu kompensieren vermöchten.
12. Insgesamt ist von einer Zeichenähnlichkeit auszugehen und nachfolgend somit das Bestehen einer 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. Weiter sind die massgeblichen Abnehmer zu bestimmen. Ausgangspunkt für die Bestimmung der Verkehrskreise ist das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der älteren Marke (vgl. BVGer B-371/2023, E. 6.1 m.w.H. – S8 / ES8). Zu den massgebenden Verkehrskreisen zählen neben den Endkonsumenten auch Fachkreise der hier relevanten Waren der Klassen 9. Beim Erwerb der Waren der Klasse 9 ist von einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit auszugehen, da es sich hierbei um Anschaffungen handelt, die auf ihre Funktion und Ausstattung überprüft werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 m.w.H. wie z.B. BVGer B-8028/2010, E. 4.1.1, 4.2.1 – SWISSVIEW [fig.] / VIEW).
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 widerspruchsgegnersische Partei macht geltend, dass in der Informatik der Begriff "anker" üblicherweise verwendet werde, um den Text eines Hyperlinks zu bezeichnen, auf den der Besucher einer Website

klicken kann, um direkt zu einem anderen Inhalt zu gelangen (vgl. Stellungnahme vom 19.12.2023, Rz. 8). Sie verweist diesbezüglich auf die folgenden Webseiten: www.larousse.fr, www.journaldunet.fr und <https://aide.meabilis.fr>. Eine Konsultation dieser Webseiten ergab, dass für den englischen Begriff "anker" keine Einträge aufgefunden werden konnten. Einzig für das französische Wort "ancree" konnte die von der widerspruchsgegnerschaftlichen Partei aufgezeigte Bedeutung gefunden werden. Auch falls einzelne französischsprachige Abnehmer die Widerspruchsmarke auf Französisch übersetzen und dann die von der widerspruchsgegnerschaftlichen Partei aufgezeigte Bedeutung erkennen sollten, genügt dies nicht, um das englische Zeichen "anker" als beschreibenden bzw. üblichen Begriff zu qualifizieren. In diesem Zusammenhang gilt es denn auch zu bedenken, dass die Widerspruchsmarke einzig Schutz für Waren in Klasse 9 geniesst. In Verbindung mit diesen Waren ist nicht zu sehen, wie ein Fachausdruck im Bereich Hyperlink beschreibenden bzw. üblichen Charakter haben könnte.

5. Das IGE ist somit der Auffassung, dass den Widerspruchsmarken "AnkerWork" bzw. "Anker (fig.) in der Bedeutung von Ankerarbeit und Anker in Verbindung mit den strittigen Waren kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft.
6. Auch das Vorliegen eines reduzierten Schutzzumfangs ist in casu nicht gegeben. Zwar gilt gemäss Praxis, dass der Schutzzumfang jeder Marke durch die Sphäre des Gemeinguts begrenzt. 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 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 der Zeichenbestandteil "Ankor", dem in den Prüfungssprachen keine Bedeutung zukommt, aufgrund der Unterschiede im Schriftbild und Klang, nicht als ähnlich mit dem französischen Begriff "ancree" qualifiziert werden. Der Widerspruchsmarke kommt somit ein normaler Schutzzumfang zu.
7. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive teils ausgeprägt gleichartige Waren und 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 nicht der Fall: die im Konflikt stehenden Zeichen weisen in den für den Zeichenvergleich massgebenden kennzeichnungskräftigen Elementen "Anker" und "Ankor" wesentliche Übereinstimmungen auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene auf. Diese bewirken, dass die angefochtene Marke den geforderten Zeichenabstand nicht einhält.
8. Unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarken, der festgestellten Zeichenähnlichkeit sowie der Gleichheit bzw. teilweise starken Gleichartigkeit ist die Verwechslungsgefahr zu bejahen. Dies gilt selbst unter Berücksichtigung der hier angewendeten, leicht erhöhten Aufmerksamkeit der Verkehrskreise (vgl. Ausführungen unter IV. D. Ziff. 2). Denn die Anforderungen an das Erinnerungs- und Unterscheidungsvermögen des Publikums dürfen auch bei diesem Aufmerksamkeitsgrad nicht überdehnt werden, sondern auch insoweit ist auf das Erinnerungsbild abzustellen, welches oft verschwommen und unpräzise ist (vgl. Marbach in Markenrecht, von Büren / David [Hrsg.], Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Bd. III, Kennzeichenrecht, Basel 1996, N 957). Der Widerspruch in den vereinigten Verfahren Nr. 103520 und 103522 wird daher teilweise gutgeheissen und der angefochtenen internationalen Registrierung Nr. 1724891 "ankor store ((fig.))" für die folgenden, als gleich respektive gleichartig beurteilten Waren und Dienstleistungen der Schutz in der Schweiz verweigert:
- 9 *Logiciels, progiciels et programmes d'ordinateurs; plateformes informatiques; plateformes logicielles; applications logicielles; publications électroniques téléchargeables; logiciels de gestion et d'optimisation de commande et d'approvisionnement; bases et banques de données multimédia et informatiques; périphériques d'ordinateurs; agendas électroniques; micro-casques et microphones pour ordinateurs et consoles de jeux vidéo; souris (périphérique d'ordinateur et de consoles de jeux vidéo) et tapis de souris (informatique), claviers d'ordinateur; casques de réalité virtuelle; accessoires pour ordinateurs, ordinateurs portables, téléphones, tablettes électroniques, lecteurs MP3 et MP4, consoles de jeux vidéo à utiliser avec un écran ou un moniteur d'affichage externe, à savoir écouteurs, sacoques, étuis, sacs, housses et coques de protection; repose-poignets à utiliser avec un ordinateur; nécessaires mains libres pour téléphones; clés USB; casques à écouteurs; haut-parleurs et enceintes;*

lunettes (optique); lunettes de soleil; articles de lunetterie; étuis à lunettes; aimants décoratifs; montres intelligentes; bagues intelligentes; lunettes intelligentes; bracelets connectés (instruments de mesure); chargeurs de piles et de batteries; fichiers multimédias téléchargeables contenant des objets d'art, des objets de décoration, du texte, de l'audio et de la vidéo liés à la mode authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; fichiers d'images téléchargeables et enregistrements vidéo contenant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs, authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs à utiliser dans des environnements virtuels en ligne.

38 alle beanspruchten Dienstleistungen.

42 alle beanspruchten Dienstleistungen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühren verbleiben 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 (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 ausser betreffend die *aimants décoratifs* (Klasse 9) vollständig durchgedrungen. Vor diesem Hintergrund ist es aus sachlichen Gründen im Einklang mit den Entscheiden des BVGer B-6734/2023, E. 9.2 – BURGER KING / Burek BK King (fig.) und BVGer B-148/2020, E. 6.2 – dm / dm (fig.) angemessen, der widersprechenden Partei eine volle Parteientschädigung zuzusprechen. Zu beachten gilt es weiter, dass die widersprechende Partei in beiden Verfahren ähnliche Rechtsschriften einreichte, so dass ihr nicht ein doppelter Aufwand entstand. Es rechtfertigt sich deshalb, die Parteientschädigung entsprechend zu kürzen. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'500.00 als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgegenerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchgebühren, insgesamt CHF 1'600.00 zu ersetzen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Die Widersprüche in den Verfahren 103520 und 103522 werden in einem Verfahren vereinigt.

2.

Der Widerspruch in den vereinigten Verfahren Nr. 103520 und 103522 wird teilweise gutgeheissen, nämlich betreffend folgende Waren und Dienstleistungen:

- 9 *Logiciels, progiciels et programmes d'ordinateurs; plateformes informatiques; plateformes logicielles; applications logicielles; publications électroniques téléchargeables; logiciels de gestion et d'optimisation de commande et d'approvisionnement; bases et banques de données multimédia et informatiques; périphériques d'ordinateurs; agendas électroniques; micro-casques et microphones pour ordinateurs et consoles de jeux vidéo; souris (périphérique d'ordinateur et de consoles de jeux vidéo) et tapis de souris (informatique), claviers d'ordinateur; casques de réalité virtuelle; accessoires pour ordinateurs, ordinateurs portables, téléphones, tablettes électroniques, lecteurs MP3 et MP4, consoles de jeux vidéo à utiliser avec un écran ou un moniteur d'affichage externe, à savoir écouteurs, sacoches, étuis, sacs, housses et coques de protection; repose-poignets à utiliser avec un ordinateur; nécessaires mains libres pour téléphones; clés USB; casques à écouteurs; haut-parleurs et enceintes; lunettes (optique); lunettes de soleil; articles de lunetterie; étuis à lunettes; aimants décoratifs; montres intelligentes; bagues intelligentes; lunettes intelligentes; bracelets connectés (instruments de mesure); chargeurs de piles et de batteries; fichiers multimédias téléchargeables contenant des objets d'art, des objets de décoration, du texte, de l'audio et de la vidéo liés à la mode authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; fichiers d'images téléchargeables et enregistrements vidéo contenant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des porte-monnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs, authentifiés par des jetons non fongibles [NFT]; produits virtuels téléchargeables, à savoir programmes informatiques représentant des peintures, des vernis, des produits et préparations pour le ménage, des bougies, des appareils d'éclairage, de chauffage, de cuisson, de réfrigération, de séchage, de ventilation, de distribution d'eau, des machines-*

outils, des outils et instruments à main entraînés manuellement, de la coutellerie, des fourchettes, des cuillers, des rasoirs, des appareils et instruments pour le soin du corps, des ongles et des cheveux, des véhicules, des instruments de musique, des appareils de culture physique, des ordinateurs, du matériel informatique, des accessoires et périphériques d'ordinateurs, d'ordinateurs portables, de téléphones, de tablettes électroniques, de lecteurs MP3 et MP4, de consoles de jeux vidéo, des chargeurs de piles et de batteries, des produits de l'imprimerie, des articles de papeterie, des vêtements, des chaussures, des ceintures, des articles de chapellerie, des sacs, des sacs de sport, des sacs à dos, des étuis et coques de protection pour ordinateurs et téléphones, des portefeuilles, des sacs à main, des pochettes, des portemonnaie, des valises, des porte-documents, des accessoires pour cheveux, des lunettes, des bijoux, des montres, des instruments chronométriques, du linge de maison, du linge de bain, du linge de lit, des tissus, des objets d'art, des objets de décoration, de la vaisselle, des tapis et revêtements de sols, du mobilier, des parfums, des parfums d'intérieur, des cosmétiques, des produits de maquillage, des jeux et jouets, des produits alimentaires, des boissons non alcoolisées, des boissons alcoolisées, des articles pour fumeurs à utiliser dans des environnements virtuels en ligne.

38 *alle beanspruchten Dienstleistungen.*

42 *alle beanspruchten Dienstleistungen.*

3.

Die internationale Registrierung Nr. 1724891 "ankor store ((fig.))" wird bezüglich folgender Waren und Dienstleistungen zum Schutz in der Schweiz zugelassen [sog. Déclaration d'octroi partiel de la protection faisant suite à un refus provisoire – règle 18ter.2)ii) du règlement d'exécution commun (sur motifs relatifs)]:

9 *aimants décoratifs.*

35 *alle beanspruchten Dienstleistungen.*

45 *alle beanspruchten Dienstleistungen.*

4.

Die Widerspruchsgebühren von insgesamt CHF 1'600.00 verbleiben dem IGE.

5.

Die widerspruchsgegnersche Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 3'100.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühren) zu bezahlen

6.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 12. 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).