

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104613 in Sachen

Swiss Phytocell Biotechnology Co Ltd
Industriestrasse 47
6300 Zug

Widersprechende Partei

vertreten durch

Walder Wyss AG
Seefeldstrasse 123
Postfach
8034 Zürich

CH-Marke Nr. 822401 - CELL PREMIUM

gegen

Cellpremium GmbH
Bahnhofstrasse 17
6300 Zug

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 827752 - cellpremium SWITZERLAND

Gestützt auf Art. 31 ff. i.V.m. Art. 3 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 232.11), Art. 20 ff. der Markenschutzverordnung (MSchV, SR 232.111), Art. 1 ff. der Verordnung des IGE über Gebühren (GebV-IGE, SR 232.148) sowie auf Art. 1 ff. des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren (VwVG, SR 172.021) hat das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: IGE)

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der CH-Marke Nr. 827752 - cellpremium SWITZERLAND (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 10.03.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren eingetragen:
 - 3 *Cosmetici e preparati per la toeletta non medicati; dentifrici non medicati; profumeria; tutti i prodotti precitati con l'indicazione regolamentata "Svizzera"; olii essenziali; preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato; preparati per pulire, lucidare, sgrassare e abradere.*
 - 5 *Prodotti farmaceutici, preparati medici e veterinari; prodotti igienici per scopi medici; alimenti e sostanze dietetiche per uso medico o veterinario, alimenti per neonati; complementi alimentari per umani ed animali; impiastri, materiale per fasciature; materiali per otturare i denti e per impronte dentarie; disinfettanti; preparati per la distruzione degli animali nocivi; fungicidi, erbicidi.*
2. Am 05.06.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf. Gleichzeitig reichte die widersprechende Partei auch Widerspruch gegen die Eintragung der CH-Marke Nr. 8277520 "cellpremium SWITZERLAND ((fig.))" ein (Widerspruchsverfahren Nr. 104614).
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre CH-Marke Nr. 822401401 "CELL PREMIUM" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen ist:
 - 3 *Nicht medizinische Kosmetika und Mittel für Körper- und Schönheitspflege; nicht medizinische Zahnputzmittel; Parfümeriewaren, ätherische Öle; nicht medizinische Haarwässer.*
 - 5 *Pharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate; Hygienepreparate für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; medizinische Hautpflegemittel; medizinische Toilettmittel (Körperpflege); pharmazeutische Präparate für die Hautpflege.*
 - 44 *Medizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen; Beratung im Bereich Kosmetik; Kosmetikbehandlungen für Gesicht und Körper; Dienstleistungen von Kosmetikern; Beratung im Bereich der Körper- und Schönheitspflege; Dienstleistungen von Schönheitssalons.*
4. Mit Verfügung vom 12.06.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Da innert Frist von der widerspruchsgegnerischen Partei keine Stellungnahme eingereicht wurde, hat das IGE mit Verfügung vom 28.07.2025 die Verfahrensinstruktion abgeschlossen.
6. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

1. Gemäss Art. 31 Abs. 1 i. V. m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 05.11.2024, die angefochtene Marke am 20.12.2024 hinterlegt. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Der Widerspruch wurde innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühr wurde rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.

III. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG sind vom Markenschutz jene Zeichen ausgeschlossen, die einer älteren Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

B. Vergleich der Waren 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, Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen).
2. Gleichartigkeit kann nicht nur innerhalb des Waren- bzw. Dienstleistungsbereichs bestehen, sondern auch im Verhältnis zwischen Waren und Dienstleistungen. Wegen des unterschiedlichen Charakters von Waren und Dienstleistungen ist der Wert der üblichen Abgrenzungskriterien jedoch relativiert. Es gilt also zu prüfen, ob das Publikum annehmen kann, dass der Inhaber der Dienstleistungsmarke sich auch mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Waren befasst, bzw. dass der Inhaber eines Warenzeichens auch die zu diesem Warenbereich gehörende Dienstleistung erbringt. Zur Feststellung dieser Verkehrsauffassung kann es sinnvoll sein zu prüfen, ob die Dienstleistung für die Waren von besonderem Nutzen ist, indem sie zu deren Erhaltung oder Veränderung dient, und somit die Konsumenten Ware und Dienstleistung als sinnvolles Leistungspaket wahrnehmen. So können etwa Wartungs- und Reparaturdienstleistungen, welche das Warenangebot ergänzen, mit den Waren gleichartig sein (sog. "service après vente"), weil zwischen Waren und Dienstleistungen *aus der Sicht der Konsumenten* gewissermassen eine marktlogische Folge gesehen wird (Richtlinien, Teil 6, 6.1.3).
3. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren eingetragen:
 - 3 *Cosmetici e preparati per la toeletta non medicati; dentifrici non medicati; profumeria; tutti i prodotti precitati con l'indicazione regolamentata "Svizzera"; olii essenziali; preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato; preparati per pulire, lucidare, sgrassare e abrasare.*
 - 5 *Prodotti farmaceutici, preparati medici e veterinari; prodotti igienici per scopi medici; alimenti e sostanze dietetiche per uso medico o veterinario, alimenti per neonati; complementi alimentari per umani ed animali; impiastri, materiale per fasciature; materiali per otturare i denti e per impronte dentarie; disinfettanti; preparati per la distruzione degli animali nocivi; fungicidi, erbicidi.*
4. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:
 - 3 *Nicht medizinische Kosmetika und Mittel für Körper- und Schönheitspflege; nicht medizinische Zahnputzmittel; Parfümeriewaren, ätherische Öle; nicht medizinische Haarwässer.*
 - 5 *Pharmazeutische Erzeugnisse, medizinische Präparate; Hygienepräparate für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; medizinische Hautpflegemittel; medizinische Toilettmittel (Körperpflege); pharmazeutische Präparate für die Hautpflege.*
 - 44 *Medizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen; Beratung im Bereich Kosmetik; Kosmetikbehandlungen für Gesicht und Körper; Dienstleistungen von Kosmetikern; Beratung im Bereich der Körper- und Schönheitspflege; Dienstleistungen von Schönheitssalons*

Angefochtene Waren in Klasse 3

5. Die von der Widerspruchsmarke beanspruchten *Nicht medizinische Kosmetika und Mittel für Körper- und Schönheitspflege; nicht medizinische Zahnputzmittel; Parfümeriewaren, ätherische Öle* entsprechen den *Cosmetici e preparati per la toeletta non medicati; dentifrici non medicati; profumeria; olii essenziali* der angefochtenen Marke. Es besteht somit Warengleichheit und zwar unabhängig der Tatsache, dass die Waren der jüngeren Marke im Gegensatz zu den Waren der Widerspruchsmarke auf schweizerische Herkunft eingeschränkt sind.
6. Mit *preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato* (Bleichmittel und andere Waschmittel) sowie *preparati per pulire, lucidare, sgrassare e abrasare* (Reinigungs-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel) beansprucht die angefochtene Marke noch Wasch- und Reinigungsmittel. Praxisgemäss werden *Körperpflegemittel und Putz- sowie Reinigungsmittel* als nicht gleichartig beurteilt. Diese angefochtenen Waren verfolgen eine andere Zweckbestimmung als die Kosmetikartikel und Körper- und Schönheitspflegemittel der Widerspruchsmarke. Die Warengruppe der Reinigungsmittel weist bezüglich Herstellungsstätten und fabrikationsspezifischem Know-how klare Unterschiede zu den Kosmetika der älteren Marke auf. Diese Umstände sind auch einem (hier massgebenden) breiten Publikum ohne spezifische Fachkenntnisse bekannt. Folglich ist diesbezüglich eine Gleichartigkeit zu verneinen (vgl. den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 102356, III. B. Ziff. 9 - octenicare / OctenIDFenD], abrufbar in der Prüfungshilfe, unter <https://ph.ige.ch/ph>).
7. Die widersprechende Partei macht geltend, dass zwischen *Desinfektionsmittel (Klasse 5)* und *preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato; preparati per pulire, lucidare, sgrassare e abrasare* Gleichartigkeit bestehe. Bei den angefochtenen Waren handle es sich um Mittel, die starke chemische Stoffe enthalten würden, um Keime abzutöten und Materialien zu reinigen oder zu bleichen. In ihrer Zweckbestimmung würden diese Waren daher den *Desinfektionsmitteln* der Widerspruchsmarke entsprechen (Widerspruchsschrift, Rz. 12).
8. Die breite Formulierung *Desinfektionsmittel* (Klasse 5) ist gemäss Wörterbuch ein "keimtötendes Mittel" (vgl. Deutsches Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 06.11.2025). Unter diese Formulierung fallen einerseits Desinfektionsmittel für medizinische Zwecke (z.B. Desinfektion von Wunden oder die Desinfektion von medizinischen Apparaten und Instrumenten), andererseits auch Desinfektionsmittel für Haushaltzwecke (z.B. Desinfektionsmittel für Schwimmbecken, Chemietoiletten), aber auch Desinfektionsmittel für hygienische Zwecke wie mit Desinfektionsmittel getränkte Reinigungstücher oder Desinfektionsmittel für Kontaktlinsen (vgl. Klassifikation von Nizza, Ausgabe 12 und das online Tool TM class, auf www.euipo.europa.eu, abgerufen am 06.11.2025).
9. Unter die angefochtenen Waren *preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato* (Bleichmittel und andere Waschmittel) fallen auch solche mit desinfizierender Wirkung (vgl. für Bleichmittel den Eintrag in www.chemie.de/lexikon/Bleichmittel, abgerufen am 06.11.2025). Betreffend die Kleiderwäsche handelt es sich insbesondere um Waschmittel, die Bakterien, Viren oder andere Keime abtöten sollen. U.a. geht es um Waschmittel für Inkontinenzwäsche (vgl. das Waschmittel unter www.insenio.de, abgerufen am 06.11.2025). Die konkurrierenden *Desinfektionsmittel* und *preparati per la sbianca e altre sostanze per il bucato* der angefochtenen Marke verfügen somit über eine ähnliche Beschaffenheit und Zweckbestimmung, sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und können über die gleichen Vertriebswege angeboten werden. Die Gleichartigkeit ist somit zu bejahen.
10. Ebenfalls Gleichartigkeit besteht zwischen den *Desinfektionsmitteln* der Widerspruchsmarke und den *preparati per pulire* (Putzmittel) der angefochtenen Marke. Auf dem Markt werden denn auch Allzweckreinigungsmittel mit desinfizierender Wirkung angeboten. Das Gleiche gilt auch für Mittel, die der Fettentfernung dienen (*preparati per sgrassare*) (vgl. die Produkte von Danklorix und Linker, auf www.hygiene-shop.de, abgerufen am 06.11.2025).
11. Zwar ist dem IGE keine Marktübung bekannt, wonach *preparati per lucidare, e abrasare* (Polier- und Schleifmittel) der angefochtenen Marke auch über eine desinfizierende Wirkung verfügen und entsprechend Produkte auf dem Markt angeboten würden. Die Grenze zwischen Polier- und Schleifmittel einerseits und Reinigungsmittel andererseits ist hingegen fließend. Zu denken ist insbesondere an Haushaltspflege- bzw. Reinigungsmittel, z.B. Poliermittel für Chromstahl und klassischen Reinigungsmittel, die sich ergänzen und regelmässig von den gleichen Anbietern auf dem Markt angeboten werden. Werden diese konkurrierenden Waren unter der gleichen Marke angeboten, werden die Abnehmer davon

ausgehen, dass sie vom gleichen Unternehmen stammen. Aufgrund des Ergänzungsverhältnis und der teilweisen Überschneidung in der Zweckbestimmung, der gleichen Abnehmerkreise und Vertriebsstätten, ist die Gleichartigkeit zu bejahen.

Angefochtene Waren der Klasse 5

12. Die *pharmazeutischen Erzeugnisse, medizinischen Präparate* der Widerspruchsmarke sind identisch zu *Prodotti farmaceutici, preparati medici* der angefochtenen Marke.
13. Die angefochtenen *preparati veterinari* und *pharmazeutischen Erzeugnisse* der Widerspruchsmarke sind gleichartig. Arzneimittel für Mensch und Tier unterstehen der gleichen Gesetzgebung sowie der Bewilligungspflicht von Swissmedic. Als Tierarzneimittel definiert werden Produkte, welche zur Behandlung oder Vorbeugung von Tierkrankheiten bestimmt sind. Folglich muss davon ausgegangen werden, dass *pharmazeutische Präparate* ohne nähere Spezifikation, sowohl Arzneimittel für Menschen als auch Tierarzneimittel umfassen. Darüber hinaus ist anzumerken, dass pharmazeutischen Produkten für Menschen sowie veterinärmedizinischen Präparaten nicht nur das gleiche Herstellungs-Know-how zugrunde liegt, sondern einige pharmazeutische Unternehmen sowohl im Bereich der Human- als auch in der Veterinärmedizin tätig sind. Tierarzneimittel werden zudem inzwischen in zahlreichen grossen Apotheken angeboten (vgl. Entscheid des IGE W 101587, III. B. Ziff. 4 – YESCARTA /// YESMARIA (fig.), abrufbar in der Prüfungshilfe, auf <https://ph.ige.ch>).
14. In beiden konkurrierenden Verzeichnissen enthalten sind zudem die *Hygienepreparate für medizinische Zwecke (prodotti igienici per scopi medici)*, *Nahrungsergänzungsmittel für Menschen (complementi alimentari per umani)*, *Pflaster, Verbandmaterial (impiastrì, materiale per fasciature)*, *Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke (materiali per otturare i denti e per impronte dentarie)*, *Desinfektionsmittel (disinfettanti)*. Diesbezüglich besteht somit Identität.
15. Die *Nahrungsergänzungsmittel für Menschen* sind zudem gleichartig zu den *complementi alimentari per animali* der angefochtenen Marke. Diese konkurrierenden Waren sind ähnlich zusammengesetzt, verfolgen eine ähnliche Zweckbestimmung und deren Herstellung erfordert ein ähnliches technisches Know-how. Diese werden denn auch teilweise durch die gleichen Hersteller produziert (vgl. z.B. Bio Strath, auf www.bio-strath.com, abgerufen am 06.11.2025).
16. Weiter sind die *Nahrungsergänzungsmittel für Menschen* auch gleichartig zu *alimenti e sostanze dietetiche per uso medico* der angefochtenen Marke. Nahrungsergänzungsmittel dienen der Ergänzung der Ernährung u.a. mit Vitaminen und Mineralstoffen, diätetische Lebensmittel sind für Personen mit einem besonderen, medizinisch bedingten Nährstoffbedarf bestimmt. Somit verfolgen diese konkurrierenden Produkte eine ähnliche Zweckbestimmung. Sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und deren Herstellung erfordert ein ähnliches technisches Know. Zudem stehen die konkurrierenden Produkte in einem Ergänzungsverhältnis. Ebenfalls gleichartig zu *Nahrungsergänzungsmittel für Menschen* sind die *alimenti per neonati*.
17. Keine Gleichartigkeit ist hingegen zwischen den *Nahrungsergänzungsmittel für Menschen* und den *alimenti e sostanze dietetiche per uso veterinario* der angefochtenen Marke auszumachen. Die angefochtenen diätetischen Mittel sind für Tiere mit besonderen, medizinisch bedingten Nährstoffbedarf bestimmt. Je nach Tiergattung hat eine Diät, z.B. wegen Übergewicht oder Nierenproblemen, ganz spezifischen Anforderungen zu genügen. Das herstellungstechnische Know-how unterscheidet sich denn auch von demjenigen zur Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln für Menschen. Dem IGE ist weiter auch keine Marktübung bekannt, wonach der gleiche Hersteller beide konkurrierenden Waren produzieren und auf dem Markt anbieten würde. Aufgrund der unterschiedlichen Art und Zweckbestimmung der konkurrierenden Waren ist die Gleichartigkeit somit zu verneinen.
18. Schliesslich beansprucht die angefochtene Marke mit *preparati per la distruzione degli animali nocivi; fungicidi* noch Präparate zur Vernichtung von Schädlingen und Fungizide. Unter diese Waren fallen z.B. Mittel zur Bekämpfung von Läusen beim Menschen und Mittel gegen Fusspilz. Damit fallen diese Waren unter die *pharmazeutischen Erzeugnisse* der Widerspruchsmarke. Es ist somit von Warengleichheit oder zumindest hochgradiger Gleichartigkeit auszugehen (vgl. auch Entscheid des IGE W 12638, III. B. Ziff. 5 – Metavit / MEDLAFIT, abrufbar in der Prüfungshilfe, unter <https://ph.ige.ch>).
19. Entgegen der Auffassung der widersprechenden Partei, besteht zwischen den angefochtenen *erbicidi* (Herbizide) und den *Desinfektionsmitteln* der Widerspruchsmarke keine Gleichartigkeit. Ein *Herbizid* ist ein

"chemisches Mittel zur Unkrautvernichtung" (vgl. Definition in Deutsches Universalwörterbuch, auf www.munzinger.de, abgerufen am 06.11.2025). Herbizide werden im Garten oder in der Landwirtschaft eingesetzt, während Desinfektionsmittel der Hygiene dienen, in dem sie Keime töten. Letztere werden entweder direkt auf dem Körper (z.B. Handdesinfektionsmittel) oder auf Oberflächen im Haushalt oder z.B. im Spital eingesetzt. Art und Zweckbestimmung sind somit klar unterschiedlich. Diese konkurrierenden Produkte werden überdies in unterschiedlichen Vertriebsstätten angeboten (Desinfektionsmittel z.B. in Drogerien, Herbizide in Gartengeschäften). Der Entscheid des IGE W 10021, III. B. Ziff. 3 – OASIS / oasia, auf den sich die widersprechende Partei beruft, ist ein älterer isolierter Einzelfall, aus dem keine Rückschlüsse betreffend die Prüfungspraxis gezogen werden können.

20. Weiter kommen *Herbiziden* auch keine therapeutische Wirkung zu wie verschiedenen Produkten der Klasse 5 der Widerspruchsmarke. Die fehlende Gleichartigkeit im Verhältnis zu pharmazeutischen Produkten, wurde im Übrigen durch die Rechtsprechung bestätigt (RKGE in sic! 2005, 655 – LEPONEX / FELONEX; RKGE in sic! 2006, 754 – VALENT BIOSCIENCES (fig.) / VALEANT). Auch im Verhältnis zu den von der Widerspruchsmarke in Klasse 44 beanspruchten medizinischen und Körper- und Schönheitspflegedienstleistungen kann keine Gleichartigkeit ausgemacht werden.
21. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichheit bzw. 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 Waren *alimenti e sostanze dietetiche per uso veterinario, erbicidi* bereits wegen fehlender Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren 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 die reinen Wortmarken "CELL PREMIUM" (Widerspruchsmarke 1) und "cellpremium SWITZERLAND" (angefochtene Marke) gegenüber. Der Gesamteindruck von Wortzeichen wird durch den Klang, das Schriftbild und den Sinngehalt bestimmt, wobei gemäss Rechtsprechung eine Ähnlichkeit auf einer dieser Ebenen in der Regel genügt, um eine Verwechselbarkeit der Vergleichszeichen anzunehmen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1; BGer in sic! 2008, 295 – *sergio rossi [fig.] et al., Miss Rossi / Rossi [fig.]*). Die jüngere Marke übernimmt die Wortelemente "cell premium" und hängt das dem Gemeingut zugehörige Element "SWITZERLAND" an. Im Gegensatz zur Widerspruchsmarke werden in der angefochtenen Marke die Wortelemente ohne Leerschlag aneinander und einzig in Kleinbuchstaben geschrieben. Der Umstand, dass die Widerspruchsmarke ausschliesslich in Grossbuchstaben, die angefochtene Marke demgegenüber in Kleinbuchstaben ausgeführt ist, fällt gemäss Rechtsprechung kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht, weil die Gross- und Kleinschreibung das Erinnerungsbild des Gesamteindrucks in der Regel nicht prägt (vgl. BVGer B-4728/2014, E. 5.3.1 - WINSTON / Wilson, BVGer B-953/2013, E. 2.3 - CIZELLO / SCIELO und zuletzt BVGer B-4246/2022, E. 5.5 – You See Augenlaser (fig.) / EYE SEE YOU AUGENLASER (fig.) mit Hinweisen). Dies gilt auch betreffend den fehlenden Leerschlag.
3. Betreffend Übernahme der Widerspruchsmarke in das angefochtene Zeichen gilt es weiter zu berücksichtigen, dass das Hinzufügen zusätzlicher Bestandteile zum kennzeichnenden Hauptelement einer bestehenden Marke immer dann ungenügend ist, wenn die neuen Elemente nicht geeignet sind, den Gesamteindruck des neu geschaffenen Zeichens wesentlich zu bestimmen, wenn somit die Marken in ihrem wesentlichen Bestandteil übereinstimmen. Daran ändert auch nichts, wenn die Marke durch ein eigenes Kennzeichen ergänzt wird. Dieses Vorgehen führt zu Fehlzurechnungen und somit zu einer Verwechslungsgefahr i.w.S. Zur Schaffung einer neuen Marke darf nicht einfach eine ältere Marke unverändert übernommen und mit dem eigenen Kennzeichen ergänzt werden. Wird eine ältere Marke oder

einer ihrer kennzeichnungs-kraftigen und im Gesamteindruck als selbstständiges Element wahrgenommenen Bestandteile in ein jüngeres Zeichen übernommen, kann eine Zeichenähnlichkeit nur dann verneint werden, wenn das übernommene Zeichen derart mit der neuen Marke verschmolzen wird, dass es seine Individualität verliert, mithin im jüngeren Zeichen nicht mehr als selbstständiges Element erscheint (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Dies ist vorliegend nicht der Fall. Das beiden Zeichen gemeinsame Wortelement "cellpremium" bzw. "CELL PREMIUM" wird auch im angefochtenen Zeichen als selbstständig kennzeichnendes Element wahrgenommen. Dies, weil das weitere Wortelement "Switzerland" als direkte Herkunftsangabe im Gemeingut steht und so nicht bewirken kann, dass das Wortelement "cellpremium" seine Individualität verliert. Aufgrund der nahezu vollständigen Übernahme der Widerspruchsmarke in die angefochtene Marke bestehen praxisgemäss klare Zeichenähnlichkeiten auf schriftbildlicher, klanglicher und begrifflicher Ebene.

4. Somit ist die Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
2. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Waren und/oder Dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit die Waren gekauft bzw. die Dienstleistungen in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln des täglichen Bedarfs» mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. BGE in sic! 2022, 34, E. 6.6.1 – Telco Holding / Tell et al.).
3. Kosmetika, Seifen und Putzmittel geltend gemäss Praxis als Massenartikel des täglichen Gebrauchs, bei denen von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen ist (vgl. BVGer B-5868/2019, E. 3.1 – NIVEA (fig.) / NEAUVIA). Gemäss ständiger Rechtsprechung werden Pharmazeutika i.d.R., und zwar unabhängig von einer allfälligen Rezeptpflicht, sowohl von Fachkreisen als auch von Endverbrauchern mit erhöhter Aufmerksamkeit nachgefragt als Waren des täglichen Gebrauchs (BVGer B-5404/2021, E. 4 – VIFOR / VITOP). Die in der Klasse 5 beanspruchten Nahrungsergänzungsmittel und diätetischen Erzeugnisse dürften in der Regel mit etwas grösserer Aufmerksamkeit ausgesucht werden, weil der Verbraucher auf deren Zusammensetzung und Wirkung achtet. Indessen sind die Anforderungen auch hier nicht zu hoch anzusetzen, weil es sich nichtsdestotrotz um Nahrungsmittel handelt und damit um Waren, welche täglich, zumindest jedoch mit einer gewissen Regelmässigkeit erworben werden (vgl. Entscheid des IGE W 104312, III. D. Ziff. 3 – ALFASAN / ALMASAN).
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. Das englische Substantiv "cell" wird auf Deutsch mit Zelle übersetzt. "Premium" bedeutet auf Deutsch als Substantiv u.a. *Prämie*, *Zuschlag*, als Adjektiv u.a. *erstklassig* (vgl. Wörterbuch Pons, auf www.de.pons.com, aberufen am 10.11.2025). "Zelle erstklassig" kommt als Ganzes in Verbindung mit den Waren der Klassen 3 und 5 kein direkt beschreibender Sinngehalt zu. Die Widerspruchsmarke ist somit zumindest durchschnittlich kennzeichnungs-kraftig und sie verfügt über einen normalen Schutzzumfang.
6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive teilweise ausgeprägt gleichartige Waren beansprucht, weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warengleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die

angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall: Die vollständige, nahezu unveränderte Übernahme einer älteren Marke resp. einer ihrer kennzeichnungskräftigen und im Gesamteindruck als selbstständiges Element wahrgenommenen Bestandteile, ist nur in Ausnahmefällen zulässig. Eine solche Ausnahme setzt entweder voraus, dass der Sinngehalt des jüngeren Zeichens durch ein hinzugefügtes Element verändert wird oder dass das übernommene Zeichen schwach ist und mit einem kennzeichnungskräftigen Bestandteil verbunden wird (vgl. diesbezüglich auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3). Bei den zu vergleichenden Zeichen trifft keine der aufgezeigten Ausnahmekonstellationen zu. Das selbständig kennzeichnende Element "cell premium" der Widerspruchsmarke wird nahezu unverändert (Schreibweise ohne Leerschlag) in die jüngere Marke übernommen. Die Kombination mit dem zum Gemeingut gehörenden Begriff "SWITZERLAND" vermag nicht zu verhindern, dass die Elemente "cell premium" auch in der angefochtenen Marke als selbständige Elemente wahrgenommen werden. In Anbetracht der festgestellten Warengleichheit resp. teilweise hochgradigen Gleichartigkeit sowie der ausgeprägten Ähnlichkeit der Zeichen besteht die Gefahr von Fehlzurechnungen. Der erforderliche Abstand der jüngeren Marke zur normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke ist klar nicht gewahrt. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass zumindest betreffend die Waren der Klasse 3 bei Auswahl und Erwerb der strittigen Waren von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen ist. Eine Verwechslungsgefahr ist daher ohne weiteres zu bejahen. Soweit das Publikum, aufgrund der in der angefochtenen Marke zusätzlich enthaltenen Elements "SWITZERLAND" Unterschiede erkennt, besteht dennoch die Gefahr, dass es in Anbetracht der Warennähe falsche Zusammenhänge vermutet, sei dies im Sinne einer produktspezifischen Verwandtschaft oder aber hinsichtlich unternehmensspezifischer Allianzen und Verbindungen, oder im jüngeren Zeichen eine Variante der Widerspruchsmarke erkennt (sog. "mittelbare Verwechslungsgefahr"; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.4.2).

7. Der Widerspruch Nr. 104613 wird daher teilweise gutgeheissen und die angefochtene CH Marke Nr. 827752 - cellpremium SWITZERLAND für die als gleich respektive gleichartig beurteilten Waren mit Ausnahme von *alimenti e sostanze dietetiche per uso veterinario, erbicidi* (Klasse 5) widerrufen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Wird der Widerspruch lediglich teilweise gutgeheissen, wird die Widerspruchsgebühr den Parteien in der Regel je zur Hälfte auferlegt und die Parteikosten werden wettgeschlagen (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 mit Ausnahme von *alimenti e sostanze dietetiche per uso veterinario, erbicidi* (Klasse 5) nahezu 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. Hingegen gilt es zu bedenken, dass die widersprechende Partei im Widerspruchsverfahren Nr. 104614 den gleichen Schriftsatz mit angepasster Würdigung der Zeichenähnlichkeit einreichte und ihr somit kein doppelter Aufwand erwachsen ist. Dies rechtfertigt es, ihr in diesem Verfahren eine reduzierte Parteientschädigung zuzusprechen. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 600.00 als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchgebühr in der Höhe von CHF 800.00 zu ersetzen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 3 wird teilweise gutgeheissen.

2.

Die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 822401 "CELL PREMIUM" wird für folgende Waren widerrufen:

3 *alle beanspruchten Waren.*

5 *Prodotti farmaceutici, preparati medici e veterinari; prodotti igienici per scopi medici; alimenti e sostanze dietetiche per uso medico, alimenti per neonati; complementi alimentari per umani ed animali; impiastri, materiale per fasciature; materiali per otturare i denti e per impronte dentarie; disinfettanti; preparati per la distruzione degli animali nocivi; fungicidi.*

4.

Betreffend die Waren *alimenti e sostanze dietetiche per uso veterinario, erbicidi* (Klasse 5) wird der Widerspruch abgewiesen.

5.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

6.

Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'400.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

7.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 13. 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).