

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104279 in Sachen

RAUCH Fruchtsäfte GmbH
Langgasse 1
6830 Rankweil
AT-Oesterreich

Widersprechende Partei

vertreten durch

euromaier AG
Berglihöh 3
8725 Ernetschwil

IR-Marke Nr. 428330 - HAPPY DAY

gegen

We Are Happy, LLC
154 Highland Avenue
Montclair NJ 07042
US-Vereinigte Staaten von Amerika

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

E. Blum & Co. AG
Hofwiesenstrasse 349
8050 Zürich

IR-Marke Nr. 1803282 - HAPPY PODS

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. 1803282 HAPPY PODS (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 08.08.2024 in der Gazette des marques internationales Nr. 2024/30 veröffentlicht. Sie ist in der Schweiz für folgende Waren geschützt:

Klasse 30 Café; boissons de café; boissons contenant du café expresso; expresso; produits à boire préparés au café ou à base de café; thé; shots de café; café instantané; produits à boire glacés à base de café; grains de café torréfiés; succédanés de café; produits à boire à base de café ou de café torréfié; extraits de café; café de substitution; produits à boire glacés à base de thé; thé glacé; café liquide; cappuccino; mélanges pour cappuccino et café enrichis en nutriments; thé Earl Grey; thé English breakfast tea; thés glacés à la pêche; thé au citron; concentré de thé; thé vert; thé matcha; thé aromatisé; thé amélioré; cacao chaud; chocolat chaud.

2. Mit Schreiben vom 29.11.2024 erhob die widersprechende Partei gegen die Schutzausdehnung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 428330 HAPPY DAY (nachfolgend Widerspruchsmarke), die in der Schweiz für folgende Waren geschützt ist:

Klasse 32 Eaux minérales, jus de fruits, boissons au jus de fruits et boissons non alcooliques.

4. Am 05.12.2024 erliess das IGE gegen die genannte angefochtene internationale Registrierung eine provisorische vollumfängliche Schutzverweigerung aus relativen Ausschlussgründen. Die widerspruchsgegnerische 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 bestellen.
5. Mit Schreiben vom 04.03.2025 bestellte die widerspruchsgegnerische Partei innert Frist einen Vertreter in der Schweiz.
6. Mit Verfügung vom 05.03.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
7. Die widerspruchsgegnerische Partei reichte innert erstreckter Frist keine Stellungnahme ein.
8. Mit Verfügung vom 23.06.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.
9. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

Gemäss Art. 31 Abs. 1 i. V. m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 10.02.1977 mit Prioritätsdatum vom 10.08.1976 im internationalen Register eingetragen und die angefochtene Marke am 18.03.2024 mit Prioritätsdatum vom 22.09.2023. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Der Widerspruch wurde innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühr wurde rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.

III. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

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

B. Vergleich der Waren

1. Waren und/oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und/oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien in Markensachen des IGE, Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen unter https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/schuetzen/marken/d/richtlinien_marken/Richtlinien_Marken_D_2024.pdf).

2. Die angefochtene Marke ist in der Schweiz für folgende Waren geschützt:

Klasse 30 *Café; boissons de café; boissons contenant du café expresso; expresso; produits à boire préparés au café ou à base de café; thé; shots de café; café instantané; produits à boire glacés à base de café; grains de café torréfiés; succédanés de café; produits à boire à base de café ou de café torréfié; extraits de café; café de substitution; produits à boire glacés à base de thé; thé glacé; café liquide; cappuccino; mélanges pour cappuccino et café enrichis en nutriments; thé Earl Grey; thé English breakfast tea; thés glacés à la pêche; thé au citron; concentré de thé; thé vert; thé matcha; thé aromatisé; thé amélioré; cacao chaud; chocolat chaud.*

3. Die Widerspruchsmarke ist ihrerseits in der Schweiz für folgende Waren geschützt:

Klasse 32 *Eaux minérales, jus de fruits, boissons au jus de fruits et boissons non alcooliques.*

Der Warenvergleich ergibt Folgendes:

4. Unter die angefochtenen Waren *café; thé* (Klasse 30) lassen sich gemäss Definition auch die entsprechenden Getränke subsumieren (vgl. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/café/C3%A9/12081>, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/thé/C3%A9/77670>, eingesehen am 30.09.2025). Dies gilt folglich auch bezüglich des näher definierten *café* bzw. *thé* wie *succédanés de café*; *café de substitution*; *thé Earl Grey*; *thé English breakfast tea*; *thé au citron*; *thé vert*; *thé matcha*; *thé aromatisé*; *thé amélioré* derselben Klasse. Es besteht daher zwischen diesen und den Waren *eaux minérales, jus de fruits, boissons au jus de fruits et boissons non alcooliques* der Klasse 32 der Widerspruchsmarke starke Gleichartigkeit, da die Waren als Getränke für den gleichen Zweck bestimmt sind, über gleiche Vertriebskanäle abgesetzt und von identischen Abnehmerkreisen nachgefragt werden (vgl. Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 103809 – HAPPY DAY / HAPPY, III. B. 4 unter <https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml> [nachfolgend Prüfungshilfe IGE]).

5. Bei den angefochtenen Waren *boissons de café; boissons contenant du café expresso; expresso; produits à boire préparés au café ou à base de café; shots de café, produits à boire glacés à base de café; produits à boire à base de café ou de café torréfié; cafés froids; produits à boire glacés à base de thé; thé glacé; café liquide; cappuccino; thés glacés à la pêche; cacao chaud; chocolat chaud* (Klasse 30) handelt es sich ebenfalls um Getränke. Da sich diese im Vergleich zu den Waren der Klasse 32 einzig in der Zusammensetzung oder deren Art unterscheiden, jedoch zum gleichen Zweck eingesetzt werden, ist zu den Waren der Klasse 32 der Widerspruchsmarke von nicht weiter zu erläuternden starken Warengleichartigkeit auszugehen (vgl. Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 103809 – HAPPY DAY / HAPPY, III. B. 4 unter der Prüfungshilfe des IGE).
6. Bei den angefochtenen Waren *café instantané; grains de café torréfiés; extraits de café; mélanges de cappuccino et café enrichi en nutriments; concentré de thé* (Klasse 30) handelt es sich um Produkte, die von den angesprochenen Abnehmerkreisen (Endkonsumenten sowie Zwischenabnehmer wie Restaurants oder Getränkeproduzenten) in erster Linie zur Herstellung oder Zubereitung von Getränken erworben werden. Diese werden zumindest von den Letztabnehmern zum gleichen Zweck gekauft wie die (bereits fertig zubereiteten) Getränke und decken daher den gleichen Bedarf ab. Zudem werden diese wiederum über gleiche Absatzkanäle veräussert und von einem identischen Publikum genutzt, was für die Gleichartigkeit spricht (vgl. Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 103809 – HAPPY DAY / HAPPY, III. B. 4 unter der Prüfungshilfe IGE).
7. Folglich ist zwischen den vorgenannten angefochtenen Waren der Klasse 30 und den Waren der Klasse 32 der Widerspruchsmarke die (starke) Gleichartigkeit zu bejahen, weshalb die Zeichenähnlichkeit zu prüfen ist.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren resp. Dienstleistungen interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
2. In casu stehen sich die reinen Wortmarken HAPPY DAY (Widerspruchsmarke) und HAPPY PODS (angefochtene Marke) gegenüber. Der Gesamteindruck von Wortzeichen wird durch den Klang, das Schriftbild und den Sinngehalt bestimmt, wobei gemäss Rechtsprechung eine Ähnlichkeit auf einer dieser Ebenen in der Regel genügt, um eine Verwechselbarkeit der Vergleichszeichen anzunehmen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1; BGer in sic! 2008, 295 – *sergio rossi [fig.] et al., Miss Rossi / Rossi [fig.]*).
3. Beim Zeichenvergleich kann festgestellt werden, dass HAPPY DAY (Widerspruchszeichen) und HAPPY PODS, angefochtenes Zeichen, ähnlich aufgebaut sind: Sie enthalten den Bestandteil «HAPPY», welchem ein einsilbiger Begriff, «DAY» vs. «PODS», angefügt wurde. Die Übereinstimmung der Vergleichszeichen im Begriff «HAPPY» und dessen Positionierung an den in der Regel besonders markanten Zeichenanfängen (vgl. hierzu Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1 mit Hinweisen) ergibt zweifellos eine gewisse klang- und schriftbildliche Ähnlichkeit.
4. Da der durchschnittliche Markenadressat unwillkürlich auch gedanklich verarbeitet, was er hört und liest, kann für den Gesamteindruck einer Wortmarke 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 eine Wortmarke einen derartigen Sinngehalt auf, der sich in der anderen Marke nicht wieder findet, so ist die Wahrscheinlichkeit geringer,

dass sich das kaufende Publikum durch einen ähnlichen Klang oder ein ähnliches Schriftbild täuschen lässt (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1, mit weiteren Hinweisen).

5. Die Widerspruchsmarke besteht aus der Begriffskombination «HAPPY» und «DAY». Bei «HAPPY» ist von einem englischen Adjektiv auszugehen, welches mit «glücklich, zufrieden, fröhlich; gut gewählt, passend» übersetzt wird (vgl. <https://de.pons.com/übersetzung-2/englisch-deutsch/happy>, eingesehen am 30.09.2025). Dem englischen Zeichenbestandteil «DAY» kommt als Substantiv die Bedeutung von «Tag, Zeit» zu (vgl. <https://de.pons.com/übersetzung-2/englisch-deutsch/day>, eingesehen am 30.09.2025). Sowohl «HAPPY» als auch «DAY» gehören in den Bedeutungen von bspw. «glücklich, zufrieden» als auch «Tag» zum englischen Grundwortschatz (vgl. KLETT, Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, 3. überarbeitete Auflage, 2009, konsultiert am 30.09.2025) und werden daher von den angesprochenen Abnehmerkreisen in den vorgenannten Bedeutungen gekannt. Auch ist von Bedeutung, dass es sich bei «HAPPY DAY» um einen festen Ausdruck handelt, welcher auf Deutsch z.B. mit «Freudentag» übersetzt wird (vgl. <https://de.pons.com/übersetzung-2/englisch-deutsch/day>, <https://www.unilexids.de/pages/search.aspx>; <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/happy-day>; eingesehen am 30.09.2025). Es ist somit davon auszugehen, dass die Widerspruchsmarke von den Konsumenten insgesamt in der Bedeutung von bspw. «glücklicher Tag, Freudentag» verstanden wird.
6. Die angefochtene Marke besteht ebenfalls aus dem englischen Adjektiv «HAPPY», welchem das englische Nomen «PODS» nachgestellt ist. Hierbei handelt es sich um die Mehrzahl des englischen Worts «POD», welches z.B. mit «Pads, Hülsen, Schoten, Düsenaggregate, Gondeln» übersetzt werden kann (vgl. <https://de.pons.com/übersetzung-2/englisch-deutsch/pod>; Suchabfragen vom 30.09.2025). Die genannten Bedeutungen von «PODS» gehören nicht zum englischen Grundwortschatz und im hier interessierenden Kaffee-, Tee-, Kakao- und Schokoladebereich der Klasse 30 dürfte die Bedeutung von «PODS», entgegen der Auffassung der widersprechenden Partei, nicht ohne weiteres geläufig sein, da hier keine besonderen Englischkenntnisse wie z.B. im IT-Bereich vorausgesetzt werden können. Selbst wenn die strittigen Kaffee-, Tee-, Kakao- und Schokoladzubereitungen der Klasse 30 auch in Pads angeboten werden (vgl. <https://illycafe.ch/produkt/e-s-e-kaffeepads-classico-klassische-roestung>; <https://kaffek.ch/milka-senseo.html>; <https://www.ideal.de/preisvergleich/OffersOfProduct/200777488-senseo-kakao-pads-80-port-mika.html>; <https://www.meinpad.de/Teepads>; <https://www.kaffeepads.ch/>; <https://www.kaufland.de/product/346968868/?msocid=393671bdb1fa63172bfe649fb0f162f7>; Suchabfragen vom 30.09.2025), dürften die Verkehrskreise Pods folglich nicht unmittelbar bzw. ohne Weiteres mit der deutschen, ähnlich lautenden Übersetzung Pads gleichsetzen, zumal das im Deutschen verwendete «Pod» in der Regel mit einem MP3-Player assoziiert wird (vgl. www.munzinger.de; Suchabfragen vom 30.09.2025). Auch die französisch- und italienischsprachigen Abnehmer dürften «PODS» nicht ohne weiteres im Sinne von Pads verstehen, da bspw. «coffee PODS» auf Französisch mit «dosette de café» übersetzt wird und auf Italienisch mit «capsula / cialda di caffè» (vgl. <https://de.pons.com/übersetzung-2/englisch-deutsch/pod>; Suchabfragen vom 30.09.2025). Es ist somit davon auszugehen, dass das angefochtene Zeichen in erster Linie als «glücklich und unbestimmter Zusatz PODS» verstanden wird und vereinzelt bspw. als «glückliche Pads».
7. Von Bedeutung ist, dass dem Widerspruchszeichen «HAPPY DAY» die klare Bedeutung von «glücklicher Tag / Freudentag» zukommt, die sich trotz des gemeinsamen Elements «HAPPY» im angefochtenen Zeichen nicht wiederfindet. Vom Sinngehalt her bestehen demzufolge Unterschiede.
8. Insgesamt ist somit höchstens von einer gewissen Zeichenähnlichkeit auszugehen. Ob dies für die Bejahung einer Verwechslungsgefahr ausreicht, gilt es in der Folge 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 hierfür ist das Waren- und/oder Dienstleistungsverzeichnis der älteren Marke (vgl. BVGer B-371/2023, E. 6.1 m.w.H – S8 / ES8). Die hier interessierenden Waren des Widerspruchszeichens der Klasse 32 richten sich sowohl an Durchschnittskonsumenten als auch an Fachkreise dieses Produktbereichs. Von Bedeutung ist zudem, mit welcher Aufmerksamkeit diese Waren ausgesucht werden. Als Massenartikel des täglichen Bedarfs ist beim Kauf dieser Waren von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 m.w.H.).
3. Zudem ist der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke relevant, welcher sich nach deren Kennzeichnungskraft bestimmt. 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. Das übereinstimmende Element «HAPPY» wird gemäss Prüfungspraxis des IGE grundsätzlich als indirekte Angabe aufgefasst. Denn nicht die Waren der Klasse 32 sind per se «glücklich, zufrieden», sondern deren Erwerb und Konsumation können glücklich, zufriedene Letztabnehmer zur Folge haben. «HAPPY» ist jedoch in allgemeiner Art und Weise positiv konnotiert, weshalb dieser Begriff leicht schwach kennzeichnungskräftig ist. Die Widerspruchsmarke «HAPPY DAY», die z.B. mit «glücklicher Tag, Freudentag» übersetzt wird (vgl. unter III. C. 5 hiavor), suggeriert, dass die Waren der Klasse 32 einen «glücklichen Tag, Freudentag» beschere. Sie ist in diesem Sinne positiv konnotiert, jedoch nicht anpreisend, weshalb sie als knapp normal kennzeichnungskräftig zu werten ist. Diese Einschätzung differiert von derjenigen im Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 103809 – HAPPY DAY / HAPPY (vgl. dort III. D. 5 unter der Prüfungshilfe IGE), auf den sich die widersprechende Partei zur Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke beruft. Bei diesem Entscheid handelt es sich um einen Einzelfall, dem keine präjudizierende Wirkung für dieses Verfahren zukommt.
5. Die widersprechende Partei bringt vor, dass die Widerspruchsmarke im Laufe ihrer langjährigen Benutzung seit über 1977, d.h. seit über 45 Jahren, in der Schweiz einen besonderen Ruf und daher eine erhöhte Kennzeichnungskraft erlangt hat. Sie hat jedoch diesbezüglich keine Belege eingereicht. Verfügt das IGE über keine Anhaltspunkte, dass es sich bei der Widerspruchsmarke um eine bekannte Marke handelt, genügt es nicht, die angebliche Bekanntheit einfach nur zu behaupten. Wer sich auf eine gesteigerte Bekanntheit seiner Marke beruft, hat diese vielmehr auch glaubhaft zu machen, wobei entsprechende Belege einen langjährigen Gebrauch der Marke und intensive Werbung ausweisen müssen, damit eine durch Benutzung gesteigerte Kennzeichnungskraft bejaht werden kann (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7). Folglich hat die widersprechende Partei die Folgen der Beweislosigkeit zu tragen, und das IGE geht aus den genannten Gründen von der knapp normalen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke aus, zumal dem IGE auch keine Indizien bekannt sind, die für das Vorliegen einer institutsnotorischen Bekanntheit der Widerspruchsmarke sprechen würden.
6. Weiter sind die Wechselwirkung der Markenbestandteile im integrierten Wahrnehmungsverständnis der Verkehrskreise wie auch der massgebliche Gesamteindruck der Marken zu berücksichtigen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7). Von Bedeutung ist dabei, dass die Marken lediglich im leicht schwach kennzeichnungskräftigen Zeichenelement «HAPPY» übereinstimmen, welches zwar an gleicher Stelle, am markanten Wortanfang (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1), positioniert ist. Die Widerspruchsmarke wird

jedoch nicht, wie seitens der widersprechenden Partei vorgebracht, zwecks besserer Merkbarkeit auf «HAPPY» reduziert, sondern als Ganzes, d.h. «HAPPY DAY», wahrgenommen, zumal «DAY» im strittigen Warenbereich der Klasse 32 entgegen ihres Vorbringens nicht als schwach kennzeichnungskräftig zu werten ist; dies im Unterschied zum Pharmabereich, wo der Einnahmezeitpunkt «DAY» für Medikamente massgeblich und deshalb direkt beschreibend ist. Auch handelt es sich bei «HAPPY» und «DAY» um Begriffe des englischen Grundwortschatzes, welche als feststehender Ausdruck für «Freudentag» stehen (vgl. unter III. 5 hiervor), was zusätzlich für die Wahrnehmung der älteren Marke in ihrer Gesamtheit spricht. Weiter ist ausschlaggebend, dass die an zweiter Stelle stehenden englischen Nomen «DAY» und «PODS» sowohl schriftbildlich, phonetisch als auch vom Sinngehalt her klar verschieden sind. Die genannten Gründe führen dazu, dass die angefochtene Marke einen anderen Gesamteindruck hervorruft als die Widerspruchsmarke. Sie hält mithin den markenrechtlich geforderten Zeichenabstand ein. Die Tatsache, dass beide Konfliktzeichen einzig im leicht schwach kennzeichnungskräftigen Adjektiv «HAPPY» übereinstimmen, welcher die nachfolgenden, klar unterschiedlichen Nomen «DAY» und «PODS» aus grammatikalischer Sicht präzisiert, vermag, entgegen der Auffassung der widersprechenden Partei, denn auch keine massgebende Zeichenähnlichkeit zu bewirken.

7. Unter Berücksichtigung des knapp normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der gewissen Zeichenähnlichkeit sowie des Umstands, dass die ältere Marke als Ganzes wahrgenommen und nicht zwecks besserer Merkbarkeit auf «HAPPY» reduziert wird, ist das Bestehen einer Verwechslungsgefahr, auch einer mittelbarer zu verneinen, trotz der reduzierten Aufmerksamkeit der Abnehmer und der (starken) Gleichartigkeit der Waren. Denn die angefochtene Marke wird aus den genannten Gründen nicht mit der älteren, welche in ihrer Gesamtheit wahrgenommen wird, in Verbindung gesetzt. Der Widerspruch Nr. 104279 wird daher, im Lichte vorgenannter Ausführungen, abgewiesen und der internationalen Registrierung Nr. 1803282 HAPPY PODS der Schutz in der Schweiz definitiv gewährt.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr in der Höhe von CHF 800.00 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 grundsätzlich eine Parteientschädigung zugesprochen. Hat die widerspruchsgegnerische Partei hingegen keine Stellungnahme eingereicht und sich auch sonst nicht aktiv am Verfahren beteiligt, wird ihr auch im Falle des Obsiegens keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel angeordnet, wobei sich die widerspruchsgegnerische Partei nicht am Verfahren beteiligt hat. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es werden somit keine Parteikosten gesprochen. Die Widerspruchsgebühr wird der unterliegenden, widersprechenden Partei auferlegt.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104279 wird abgewiesen.

2.

Der internationalen Registrierung Nr.1803282 HAPPY PODS wird der Schutz in der Schweiz definitiv gewährt [sog. Déclaration d'octroi de la protection faisant suite à un refus provisoire selon la règle 18ter2)i) du règlement d'exécution commun].

3.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

4.

Es werden keine Parteikosten gesprochen.

5.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 14. November 2025



Céline Blank-Emmenegger, Fürsprecherin

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).