

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104539 in Sachen

REFY BEAUTY LTD.
128 Fairfield Street
Manchester M12 6EL
GB-Grossbritannien

Widersprechende Partei

vertreten durch

Hepp Wenger Ryffel AG
Friedtalweg 5
9500 Wil

IR-Marke Nr. 1663073 - Refy

gegen

Refinety Pharma GmbH
Zugerstrasse 77
6340 Baar

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Winzenried | Legal
Bälliz 52
3600 Thun

CH-Marke Nr. 825894 - REFINETY

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 Schweizer Markeneintragung Nr. 825894 - "REFINETY" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 29.01.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3: Kosmetika; kosmetische Präparate; nicht medizinische Kosmetika und Mittel für Körper- und Schönheitspflege; kosmetische Cremes und Gele für Gesicht, Körper und Hände; Lotionen, Cremes und Öle für kosmetische Zwecke zur lokalen Anwendung auf Körper und Haut; Kosmetika für Körper- und Schönheitspflege; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege in Form von Milch, Lotionen und Emulsionen; Öle für Körper- und Schönheitspflege;

Klasse 5: Pharmazeutische Erzeugnisse, medizinische und veterinärmedizinische Präparate; pharmazeutische Präparate für die Hautpflege; Hautpflegemittel für medizinische Zwecke; medizinische Präparate zur Hautbehandlung; medizinische Lotionen und Cremes für Körper, Haut, Gesicht, und Hände; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Hygienepreparate für medizinische Zwecke.

2. Am 29.04.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1663073 "Refy" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren geschützt ist:

Klasse 3: Gels à l'aloë vera à usage cosmétique; préparations à l'aloë vera à usage cosmétique; crèmes anti-vieillessement; crèmes anti-vieillessement; hydratants anti-vieillessement; produits hydratants anti-âge; déodorants contre la transpiration; antisudorifiques; crèmes d'aromathérapie; lotions d'aromathérapie; huiles d'aromathérapie; huiles essentielles aromatiques; huiles aromatiques; cils artificiels; faux ongles; ongles postiches à usage cosmétique; baumes (non médicamenteux -); baumes autres qu'à usage médical; pains de savon; crèmes de base; mousses pour la douche et le bain; gels de bain et de douche; boules effervescentes pour le bain; crèmes pour le bain; crèmes baumes de beauté; produits cosmétiques pour soins esthétiques; préparations pour soins de beauté; crèmes de beauté; crèmes de beauté pour soins du corps; gels de beauté; lotions de beauté; masques de beauté; masques de beauté pour les mains; préparations de beauté pour les cheveux; agents de décoloration capillaire; préparations de blanchiment; préparations de blanchiment [décoloration] à usage cosmétique; préparations décolorantes à usage cosmétique; préparations décolorantes pour les cheveux; crèmes pour le corps [cosmétiques]; gels pour le corps [produits cosmétiques]; masques pour le corps sous forme de crèmes; masques pour le corps sous forme de lotions; brumisateurs pour le corps; huiles pour le corps; huiles pour le corps [à usage cosmétique]; exfoliants pour le corps; produits nettoyants pour le corps; masques à l'argile pour la peau; préparations de nettoyage à usage personnel; crèmes nettoyantes; crèmes nettoyantes à usage cosmétique; masques nettoyants; anti-cernes; crèmes cosmétiques; lotions et crèmes à usage cosmétique; lotions cosmétiques pour le visage; masques enveloppants pour le visage, à usage cosmétique; préparations cosmétiques pour le soin des cheveux; masques cosmétiques; produits cosmétiques hydratants; produits cosmétiques pour les sourcils; cosmétiques pour cils; produits cosmétiques pour les cheveux; produits cosmétiques pour la peau; produits cosmétiques sous forme de crèmes; cosmétiques sous forme d'ombres à paupières; produits cosmétiques sous forme de lotions; produits cosmétiques sous forme d'huiles; préparations cosmétiques; huiles essentielles; huiles essentielles et extraits aromatiques; crèmes exfoliantes; exfoliants; cache-cernes; cosmétiques pour les yeux; crèmes pour le contour des yeux; crèmes contour des yeux; gels contour des yeux; gels contour des yeux; eye-liners; lotions pour les yeux; démaquillants pour les yeux; maquillage pour les yeux; produits de maquillage pour les yeux; démaquillants pour les yeux; démaquillants pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; barres pour les yeux; crayons contour des yeux; lotions antirides contour des yeux; fards pour sourcils; fards à sourcils sous forme de crayons et poudres; produits cosmétiques pour les sourcils; gels pour sourcils; mascara pour les sourcils; crayons pour les sourcils; poudre pour sourcils; sourcils [postiches]; solutions de nettoyage pour verres de lunettes; chiffons pour lunettes imprégnés de détergent; teintures pour cils; colorations pour les cils; cils; adhésifs pour la fixation de faux cils;

préparations cosmétiques pour cils; produits de maquillage pour la création d'un creux sur la paupière; crayons à paupières; fards à paupières; eye-liners; crayons eye-liners; eye-liners; produits de maquillage pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; palettes d'ombres à paupières; fards à paupières; collyres, autres qu'à usage médical; crèmes pour le visage; crèmes pour le visage à usage cosmétique; nettoyeurs pour le visage; produits lavants pour le visage; faux cils; fonds de teint; fonds de teint; fonds de teint; produits cosmétiques fonctionnels; masques pour les yeux sous forme de gels; patchs de gel pour les yeux à usage cosmétique; gels à usage cosmétique; gels à usage cosmétique; produits de lavage pour les cheveux et le corps; baumes capillaires; baumes capillaires; préparations pour la décoloration des cheveux; lotions de soins capillaires [à usage cosmétique]; produits cosmétiques capillaires; teintures capillaires; fixateurs capillaires; huiles fixantes pour les cheveux; hydratants pour les cheveux; mousses capillaires; mousses capillaires; huiles capillaires; sérums capillaires; shampooings; masques hydratants; baumes pour les lèvres; baumes pour les lèvres; préparations pour le soin des lèvres; produits à appliquer sur les lèvres [cosmétiques]; produits à appliquer sur les lèvres (non médicamenteux); baumes à lèvres; cosmétiques pour les lèvres; crèmes pour les lèvres; brillants à lèvres; palettes de brillants à lèvres; brillants à lèvres; crayons pour le contour des lèvres; crayons pour le contour des lèvres; maquillage pour les lèvres; crayons contour des lèvres; teintures pour les lèvres; rouge à lèvres; étuis à rouge à lèvres; rouges à lèvres; eye-liners liquides; poudres libres pour le visage; lotions à usage cosmétique; lotions pour la peau; fonds de teint; maquillage; fonds de teint; bases pour le maquillage; produits démaquillants; produits de démaquillage; gels démaquillants; produits en spray pour fixer le maquillage; mascaras; mascaras; produits hydratants; crèmes hydratantes; préparations hydratantes; produits hydratants; crèmes hydratantes; mousses [produits cosmétiques]; produits cosmétiques pour les ongles; gels pour les ongles; cosmétiques naturels; crèmes de nuit; crèmes de nuit; tonifiants non médicamenteux pour la peau; cosmétiques non médicamenteux; crayons à sourcils; parfum; huiles parfumées pour le soin de la peau; recharges pour distributeurs de produits cosmétiques; crayons à usage cosmétique; crayons à usage cosmétique; crèmes autobronzantes [cosmétiques]; lotions autobronzantes [cosmétiques]; faux sourcils auto-adhésifs; préparations autobronzantes [cosmétiques]; préparations auto-bronzantes [cosmétiques]; sérums à usage cosmétique; ensembles de produits cosmétiques pour l'hygiène buccale; shampooings; crèmes pour la peau; crèmes pour la peau [produits cosmétiques]; préparations pour les soins de la peau, des yeux et des ongles; masques pour la peau [produits cosmétiques]; produits hydratants pour la peau utilisés en tant que cosmétiques; crèmes réparatrices pour la peau [cosmétiques]; toniques pour la peau [produits cosmétiques]; produits cosmétiques pour soins de peau; correcteurs à appliquer sous les yeux; produits correcteurs à appliquer sous les yeux [anti-cernes]; préparations cosmétiques pour cils; cosmétiques pour les yeux; crèmes contour des yeux; gels contour des yeux; gels contour des yeux; eye-liners; maquillage pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; barres pour les yeux; crayons contour des yeux; produits cosmétiques pour les sourcils; gels pour sourcils; mascara pour les sourcils; crayons pour les sourcils; poudre pour sourcils; sourcils [postiches]; cils; adhésifs pour la fixation de faux cils; préparations cosmétiques pour cils; crayons eye-liners; eye-liners; produits de maquillage pour les yeux; ombres à paupières; palettes d'ombres à paupières; cils artificiels;

Klasse 18: Pochettes; sacs à main de type pochettes; sacs pochettes; portemonnaies de type pochettes [sacs à main]; pochettes [bourses]; sacs de maquillage; trousse à maquillage; trousse à maquillage, non garnies; boîtes de maquillage; coffrets à maquillage; coffrets à maquillage non garnis; sacs de voyage; sacs en imitations de cuir; sacs en cuir; mallettes pour produits de beauté; mallettes à cosmétiques [non garnies]; sacs seau; sacs banane; sacs de transport; étuis pour clés; sacs d'usage courant; portemonnaies de type pochettes [sacs à main]; pochettes [bourses]; trousse à cosmétiques; trousse à cosmétiques vendues vides; mallettes vides pour produits cosmétiques; trousse à cosmétiques; sacs de soirée; sacs à main de soirée; pochettes de soirée; sacs à main; sangles de sacs à main; sacs à main; sacs à main pour femmes; sacs à main pour hommes; sacs à main en imitation de cuir; sacs à main en cuir; sacs à main, non fabriqués en métaux précieux; sacs à main, autres qu'en métaux précieux; pochettes pour clés; sacs à main pour femmes; bagages sous forme de sacs; sacs de maquillage; trousse à maquillage; trousse à maquillage, non garnies; boîtes de maquillage; coffrets à maquillage; coffrets à maquillage non garnis; sacs de week-end; valises de week-end; valises de week-end; portemonnaies; porte-monnaies [articles de maroquinerie]; sacs à dos à armature; trousse de toilette; trousse de toilette; sacs fourre-tout; mallettes de voyage; ensembles de voyage; vanity-cases non garnies; portefeuilles;

Klasse 21: Applicateurs de maquillage pour les yeux; brosses à sourcils; chiffons à lunettes; brosses à cils; peignes à cils; pinceaux pour eye-liner; applicateurs pour l'application de maquillage pour les yeux;

récipients pour produits cosmétiques; applicateurs de maquillage pour les yeux; brosses à sourcils; chiffons à lunettes; brosses à cils; peignes à cils; pinceaux pour eye-liner; pinceaux de maquillage; éponges pour l'application de produits de maquillage.

4. Mit Verfügung vom 05.05.2025 wurde die widerspruchsgegenerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Mit Schreiben vom 07.08.2025 reichte die widerspruchsgegenerische Partei innert erstreckter Frist eine Stellungnahme ein.
6. Mit Verfügung vom 12.08.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.
7. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien 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 05.10.2021 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke am 20.09.2024 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

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, unter www.ige.ch).
2. Die angefochtene Marke ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3: Kosmetika; kosmetische Präparate; nicht medizinische Kosmetika und Mittel für Körper- und Schönheitspflege; kosmetische Cremes und Gele für Gesicht, Körper und Hände; Lotionen, Cremes und Öle für kosmetische Zwecke zur lokalen Anwendung auf Körper und Haut; Kosmetika für Körper- und Schönheitspflege; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege in Form von Milch, Lotionen und Emulsionen; Öle für Körper- und Schönheitspflege;

Klasse 5: Pharmazeutische Erzeugnisse, medizinische und veterinärmedizinische Präparate; pharmazeutische Präparate für die Hautpflege; Hautpflegemittel für medizinische Zwecke; medizinische Präparate zur Hautbehandlung; medizinische Lotionen und Cremes für Körper, Haut, Gesicht, und Hände; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen; Hygienepräparate für medizinische Zwecke.

3. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren geschützt:

Klasse 3: Gels à l'aloë vera à usage cosmétique; préparations à l'aloë vera à usage cosmétique; crèmes anti-vieillessement; crèmes anti-vieillessement; hydratants anti-vieillessement; produits hydratants anti-âge; déodorants contre la transpiration; antisudorifiques; crèmes d'aromathérapie; lotions d'aromathérapie; huiles d'aromathérapie; huiles essentielles aromatiques; huiles aromatiques; cils artificiels; faux ongles; ongles postiches à usage cosmétique; baumes (non médicamenteux -); baumes autres qu'à usage médical; pains de savon; crèmes de base; mousses pour la douche et le bain; gels de bain et de douche; boules effervescentes pour le bain; crèmes pour le bain; crèmes baumes de beauté; produits cosmétiques pour soins esthétiques; préparations pour soins de beauté; crèmes de beauté; crèmes de beauté pour soins du corps; gels de beauté; lotions de beauté; masques de beauté; masques de beauté pour les mains; préparations de beauté pour les cheveux; agents de décoloration capillaire; préparations de blanchiment; préparations de blanchiment [décoloration] à usage cosmétique; préparations décolorantes à usage cosmétique; préparations décolorantes pour les cheveux; crèmes pour le corps [cosmétiques]; gels pour le corps [produits cosmétiques]; masques pour le corps sous forme de crèmes; masques pour le corps sous forme de lotions; brumisateurs pour le corps; huiles pour le corps; huiles pour le corps [à usage cosmétique]; exfoliants pour le corps; produits nettoyants pour le corps; masques à l'argile pour la peau; préparations de nettoyage à usage personnel; crèmes nettoyantes; crèmes nettoyantes à usage cosmétique; masques nettoyants; anti-cernes; crèmes cosmétiques; lotions et crèmes à usage cosmétique; lotions cosmétiques pour le visage; masques enveloppants pour le visage, à usage cosmétique; préparations cosmétiques pour le soin des cheveux; masques cosmétiques; produits cosmétiques hydratants; produits cosmétiques pour les sourcils; cosmétiques pour cils; produits cosmétiques pour les cheveux; produits cosmétiques pour la peau; produits cosmétiques sous forme de crèmes; cosmétiques sous forme d'ombres à paupières; produits cosmétiques sous forme de lotions; produits cosmétiques sous forme d'huiles; préparations cosmétiques; huiles essentielles; huiles essentielles et extraits aromatiques; crèmes exfoliantes; exfoliants; cache-cernes; cosmétiques pour les yeux; crèmes pour le contour des yeux; crèmes contour des yeux; gels contour des yeux; gels contour des yeux; eye-liners; lotions pour les yeux; démaquillants pour les yeux; maquillage pour les yeux; produits de maquillage pour les yeux; démaquillants pour les yeux; démaquillants pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; barres pour les yeux; crayons contour des yeux; lotions antirides contour des yeux; fards pour sourcils; fards à sourcils sous forme de crayons et poudres; produits cosmétiques pour les sourcils; gels pour sourcils; mascara pour les sourcils; crayons pour les sourcils; poudre pour sourcils; sourcils [postiches]; solutions de nettoyage pour verres de lunettes; chiffons pour lunettes imprégnés de détergent; teintures pour cils; colorations pour les cils; cils; adhésifs pour la fixation de faux cils; préparations cosmétiques pour cils; produits de maquillage pour la création d'un creux sur la paupière; crayons à paupières; fards à paupières; eye-liners; crayons eye-liners; eye-liners; produits de maquillage pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; palettes d'ombres à paupières; fards à paupières; collyres, autres qu'à usage médical; crèmes pour le visage; crèmes pour le visage à usage cosmétique; nettoyants pour le visage; produits lavants pour le visage; faux cils; fonds de teint; fonds de teint; fonds de teint; produits cosmétiques fonctionnels; masques pour les yeux sous forme de gels; patchs de gel pour les yeux à usage cosmétique; gels à usage cosmétique; gels à usage cosmétique; produits de lavage pour les cheveux et le corps; baumes capillaires; baumes capillaires; préparations pour la décoloration des cheveux; lotions de soins capillaires [à usage cosmétique]; produits cosmétiques capillaires; teintures capillaires; fixateurs capillaires; huiles fixantes pour les cheveux; hydratants pour les cheveux; mousses capillaires; mousses capillaires; huiles capillaires; sérums

capillaires; shampooings; masques hydratants; baumes pour les lèvres; baumes pour les lèvres; préparations pour le soin des lèvres; produits à appliquer sur les lèvres [cosmétiques]; produits à appliquer sur les lèvres (non médicamenteux); baumes à lèvres; cosmétiques pour les lèvres; crèmes pour les lèvres; brillants à lèvres; palettes de brillants à lèvres; brillants à lèvres; crayons pour le contour des lèvres; crayons pour le contour des lèvres; maquillage pour les lèvres; crayons contour des lèvres; teintures pour les lèvres; rouge à lèvres; étuis à rouge à lèvres; rouges à lèvres; eye-liners liquides; poudres libres pour le visage; lotions à usage cosmétique; lotions pour la peau; fonds de teint; maquillage; fonds de teint; bases pour le maquillage; produits démaquillants; produits de démaquillage; gels démaquillants; produits en spray pour fixer le maquillage; mascaras; mascaras; produits hydratants; crèmes hydratantes; préparations hydratantes; produits hydratants; crèmes hydratantes; mousses [produits cosmétiques]; produits cosmétiques pour les ongles; gels pour les ongles; cosmétiques naturels; crèmes de nuit; crèmes de nuit; tonifiants non médicamenteux pour la peau; cosmétiques non médicamenteux; crayons à sourcils; parfum; huiles parfumées pour le soin de la peau; recharges pour distributeurs de produits cosmétiques; crayons à usage cosmétique; crayons à usage cosmétique; crèmes autobronzantes [cosmétiques]; lotions autobronzantes [cosmétiques]; faux sourcils auto-adhésifs; préparations autobronzantes [cosmétiques]; préparations auto-bronzantes [cosmétiques]; sérums à usage cosmétique; ensembles de produits cosmétiques pour l'hygiène buccale; shampooings; crèmes pour la peau; crèmes pour la peau [produits cosmétiques]; préparations pour les soins de la peau, des yeux et des ongles; masques pour la peau [produits cosmétiques]; produits hydratants pour la peau utilisés en tant que cosmétiques; crèmes réparatrices pour la peau [cosmétiques]; toniques pour la peau [produits cosmétiques]; produits cosmétiques pour soins de peau; correcteurs à appliquer sous les yeux; produits correcteurs à appliquer sous les yeux [anti-cernes]; préparations cosmétiques pour cils; cosmétiques pour les yeux; crèmes contour des yeux; gels contour des yeux; gels contour des yeux; eye-liners; maquillage pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; barres pour les yeux; crayons contour des yeux; produits cosmétiques pour les sourcils; gels pour sourcils; mascara pour les sourcils; crayons pour les sourcils; poudre pour sourcils; sourcils [postiches]; cils; adhésifs pour la fixation de faux cils; préparations cosmétiques pour cils; crayons eye-liners; eye-liners; produits de maquillage pour les yeux; ombres à paupières; palettes d'ombres à paupières; cils artificiels;

Klasse 18: Pochettes; sacs à main de type pochettes; sacs pochettes; portemonnaies de type pochettes [sacs à main]; pochettes [bourses]; sacs de maquillage; trousse à maquillage; trousse à maquillage, non garnies; boîtes de maquillage; coffrets à maquillage; coffrets à maquillage non garnis; sacs de voyage; sacs en imitations de cuir; sacs en cuir; mallettes pour produits de beauté; mallettes à cosmétiques [non garnies]; sacs seau; sacs banane; sacs de transport; étuis pour clés; sacs d'usage courant; portemonnaies de type pochettes [sacs à main]; pochettes [bourses]; trousse à cosmétiques; trousse à cosmétiques vendues vides; mallettes vides pour produits cosmétiques; trousse à cosmétiques; sacs de soirée; sacs à main de soirée; pochettes de soirée; sacs à main; sangles de sacs à main; sacs à main; sacs à main pour femmes; sacs à main pour hommes; sacs à main en imitation de cuir; sacs à main en cuir; sacs à main, non fabriqués en métaux précieux; sacs à main, autres qu'en métaux précieux; pochettes pour clés; sacs à main pour femmes; bagages sous forme de sacs; sacs de maquillage; trousse à maquillage; trousse à maquillage, non garnies; boîtes de maquillage; coffrets à maquillage; coffrets à maquillage non garnis; sacs de week-end; valises de week-end; valises de week-end; portemonnaies; porte-monnaies [articles de maroquinerie]; sacs à dos à armature; trousse de toilette; trousse de toilette; sacs fourre-tout; mallettes de voyage; ensembles de voyage; vanity-cases non garnis; portefeuilles;

Klasse 21: Applicateurs de maquillage pour les yeux; brosses à sourcils; chiffons à lunettes; brosses à cils; peignes à cils; pinceaux pour eye-liner; applicateurs pour l'application de maquillage pour les yeux; récipients pour produits cosmétiques; applicateurs de maquillage pour les yeux; brosses à sourcils; chiffons à lunettes; brosses à cils; peignes à cils; pinceaux pour eye-liner; pinceaux de maquillage; éponges pour l'application de produits de maquillage.

Angefochtene Klasse 3:

4. Die angefochtenen Waren "kosmetische Präparate" entsprechen den "préparations cosmétiques" und auch die angefochtenen Waren "ätherische Öle" haben ihre direkte Entsprechung in der Ware "huiles essentielles" der Widerspruchsmarke. Die angefochtenen Waren "kosmetische Cremes und Gele für Gesicht, Körper" finden sich in praktisch identischer Formulierung ("crèmes pour le corps [cosmétiques]; gels pour le corps [produits cosmétiques]") im Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke. Dasselbe trifft auf die angefochtenen Waren "Cremes und Öle für kosmetische Zwecke zur lokalen Anwendung auf

Körper und Haut" und ihre Entsprechungen *"huiles pour le corps; huiles pour le corps [à usage cosmétique]; crèmes cosmétiques; lotions et crèmes à usage cosmétique; lotions cosmétiques pour le visage; produits cosmétiques sous forme d'huiles"* zu. Bezüglich all dieser Waren besteht somit Warengleichheit.

5. Bei den angefochtenen *"Parfümeriewaren"* handelt es sich um einen Oberbegriff für alle Waren, die in einer Parfümerie(handlung) verkauft werden (vgl. Duden online unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Parfuemeriewaren>; zuletzt abgerufen am 7.11.2025). Dabei handelt es sich somit insbesondere um Parfums, Kosmetikartikel (produits de beauté), Seifen und Körperpflegemittel (produits de toilette) (vgl. Duden online unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Parfuemerie> sowie Wikipedia Online-Enzyklopädie (deutsch) unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Parf%C3%BCmerie>; zuletzt abgerufen am 7.11.2025). Solche Waren beansprucht auch die Widerspruchsmarke, auch wenn sie den Oberbegriff *tel quel* nicht in ihrem Warenverzeichnis führt, also insbesondere *"pains de savon; mousses pour la douche et le bain; gels de bain et de douche; boules effervescentes pour le bain; crèmes pour le bain; shampooings; parfum"*. Zwischen allen diesen Artikeln und dem Oberbegriff *"Parfümeriewaren"* besteht ebenfalls Warengleichheit. Falls unter den Oberbegriff *"Parfümeriewaren"* noch weitere Waren fallen sollten, die nicht in den diversen Waren der Widerspruchsmarke enthalten sind, so besteht zumindest hochgradige Warengleichartigkeit zu den erwähnten Waren.
6. Bei den angefochtenen *"Kosmetika"* handelt es sich ebenfalls um einen Oberbegriff, der alle Körperpflege- und Schönheitsmittel (vgl. Duden online unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Kosmetik>; zuletzt abgerufen am 7.11.2025), insbesondere auch Schminkwaren umfasst. Auch diesen Oberbegriff beansprucht die Widerspruchsmarke nicht als eigenständige Warenbezeichnung. Hingegen ist sie geschützt für eine Vielzahl von Schminkwaren (insbesondere *"cosmétiques sous forme d'ombres à paupières; cosmétiques pour les yeux; eye-liners; lotions pour les yeux; démaquillants pour les yeux; maquillage pour les yeux; produits de maquillage pour les yeux; démaquillants pour les yeux; démaquillants pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; barres pour les yeux; crayons contour des yeux; lotions antirides contour des yeux; fards pour sourcils; fards à sourcils sous forme de crayons et poudres; produits cosmétiques pour les sourcils; gels pour sourcils; mascara pour les sourcils; crayons pour les sourcils; poudre pour sourcils; sourcils [postiches]; cils; adhésifs pour la fixation de faux cils; préparations cosmétiques pour cils; produits de maquillage pour la création d'un creux sur la paupière; crayons à paupières; fards à paupières; eye-liners; crayons eye-liners; eye-liners; produits de maquillage pour les yeux; crayons pour les yeux; ombres à paupières; ombres à paupières; palettes d'ombres à paupières; fards à paupières; faux cils; fonds de teint; fonds de teint; fonds de teint ; brillants à lèvres; palettes de brillants à lèvres; brillants à lèvres; crayons pour le contour des lèvres; crayons pour le contour des lèvres; maquillage pour les lèvres; crayons contour des lèvres; teintures pour les lèvres; rouge à lèvres; rouges à lèvres; eye-liners liquides; poudres libres pour le visage; fonds de teint; maquillage; fonds de teint; bases pour le maquillage; produits démaquillants; produits de démaquillage; gels démaquillants; produits en spray pour fixer le maquillage; mascaras; mascaras") und Schönheitspflegemittel (insbesondere *"crèmes baumes de beauté; produits cosmétiques pour soins esthétiques; préparations pour soins de beauté; crèmes de beauté; crèmes de beauté pour soins du corps; gels de beauté; lotions de beauté; masques de beauté; masques de beauté pour les mains; lotions à usage cosmétique; crèmes pour la peau [produits cosmétiques]; produits cosmétiques pour soins de peau"*) in der Klasse 3. Auch hier besteht somit weitestgehende Warengleichheit.*
7. Auch die angefochtenen *"Haarwässer"* beansprucht die Widerspruchsmarke nicht explizit. In ihrem Warenverzeichnis findet sich in Klasse 3 aber eine breite Palette von Haarpflegeprodukten (*"préparations de beauté pour les cheveux; préparations cosmétiques pour le soin des cheveux; produits cosmétiques pour les cheveux; produits de lavage pour les cheveux; ; produits cosmétiques capillaires; teintures capillaires; fixateurs capillaires; huiles fixantes pour les cheveux; hydratants pour les cheveux; mousses capillaires; mousses capillaires; huiles capillaires; sérums capillaires; shampooings"*) sowie Waren, die den Haarwässern im Sinn einer « Flüssigkeit zur Pflege der Haare » (vgl. Duden online unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Haarwasser> ; zuletzt abgerufen am 7.11.2025) sehr ähnlich sind (insbesondere *"baumes capillaires; lotions de soins capillaires [à usage cosmétique]"*). Auch hier besteht somit, wenn nicht Warengleichheit, so doch hochgradige Gleichartigkeit.

8. Insgesamt bestehen zwischen den aufgeführten angefochtenen Waren sowie den hiervor nicht explizit angeführten angefochtenen Waren *"nicht medizinische Kosmetika und Mittel für Körper- und Schönheitspflege; kosmetische Cremes und Gele für Hände; Lotionen für kosmetische Zwecke zur lokalen Anwendung auf Körper und Haut; Kosmetika für Körper- und Schönheitspflege; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege in Form von Milch, Lotionen und Emulsionen"* und den diversen Körperpflege- und Schönheitspflegeprodukten der Widerspruchsmarke definitionsbedingt markenrechtlich relevante Berührungspunkte. Sofern erstere sich mit letzteren decken, ist die Gleichheit zu bejahen. Soweit erstere über letztere hinausgehen, ist die starke Gleichartigkeit aufgrund der Marktnähe und der Übereinstimmung im Know-how, in der Zweckbestimmung, in den Herstellungsstätten, in den Vertriebskanälen und den Abnehmerkreisen zu bejahen (vgl. auch den Entscheid des IGE in den Verfahren Nr. 102356, III. B. Ziff. 6 – *octenicare / OcteniDFenD*, abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE [nachfolgend: Prüfungshilfe], unter <https://ph.ige.ch/ph>).

Angefochtene Klasse 5:

9. Die angefochtene Marke beansprucht insbesondere Schutz für *"Pharmazeutische Erzeugnisse, medizinische und veterinärmedizinische Präparate; pharmazeutische Präparate für die Hautpflege; Hautpflegemittel für medizinische Zwecke; medizinische Präparate zur Hautbehandlung; medizinische Lotionen und Cremes für Körper, Haut, Gesicht, und Hände"* und *"Hygienepräparate für medizinische Zwecke"*.
10. Die Widerspruchsmarke ist nicht für Waren der Klasse 5 geschützt. Allerdings ist die Grenze zwischen rein pflegenden Schönheits- resp. Kosmetikprodukten und solchen mit heilender Wirkung fließend. Vor allem im Hautpflegebereich gibt es einen Trend zu Produkten, die sowohl pflegende wie auch heilende Wirkung haben (sog. "cosmeceuticals"). So werden beispielsweise Schönheitspflegeprodukte mit "Antioxidantien" wie Pflanzenextrakten, Vitaminen, Aminosäuren, Mineralstoffen usw. versehen, welche neben der täglichen Pflege auch die Straffung der Haut gewährleisten resp. der Hautalterung entgegenwirken sollen und folglich weit mehr als nur einen pflegenden Zweck haben. Es ist demnach naheliegend, dass das Publikum kosmetische Pflegeprodukte (Kl. 3) mit pharmazeutischen, dermatologischen Erzeugnissen (Kl. 5) in Verbindung bringt. Zudem werden Körperpflegeprodukte (Kl. 3) mehrheitlich über die gleichen Vertriebskanäle verkauft wie die angefochtenen pharmazeutischen, dermatologischen Erzeugnisse (Kl. 5). So werden in Apotheken z.B. neben Medikamenten denn auch regelmässig Körperpflegeprodukte wie Deodorants, Gesichtscremes oder Selbstbräunungscremes angeboten (vgl. z.B. den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104177, E. 7 m.w.H. – *NEUTROGENA FOR PEOPLE WITH SKIN / NutriGene*; abrufbar in der Prüfungshilfe). Gleichartigkeit setzt im Übrigen nicht voraus, dass der Eindruck entsteht, die Produkte seien von ein und demselben Unternehmen hergestellt worden (Einheit des Fabrikationsbetriebs). Es genügt, dass die Waren wie vorliegend in einem so engen Zusammenhang zueinanderstehen, dass der Eindruck entsteht, die Herstellung oder der Vertrieb würden unter einer einheitlichen Kontrolle erfolgen (vgl. WILLI, MSchG Kommentar Markenschutzgesetz, Zürich 2002, N 32 zu Art. 3). Die Gleichartigkeit zwischen den angefochtenen pharmazeutischen, dermatologischen Erzeugnissen (Kl. 5) und den diversen kosmetischen und Körperpflegeprodukten (Kl. 3) des Widerspruchszeichens ist vor diesem Hintergrund zu bejahen (vgl. den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 102356, III. B. Ziff. 10 – *octenicare / OcteniDFenD*, abrufbar in der Prüfungshilfe). Dies trifft im Übrigen auch auf die angefochtenen *"Hygienepräparate für medizinische Zwecke"* (Kl. 5) der angefochtenen Marke zu, unter welche auch medizinische Seifen, Duschmittel und Shampoos fallen. Die Grenzen zwischen diesen und den rein pflegenden Körperpflegeprodukten „*pains de savons*“ und „*mousses pour la douche et le bain; gels de bain et de douche*“ sowie „*shampooings*“ in Klasse 3 der Widerspruchsmarke sind fließend, weshalb letztere als gleichartig zu den Hygienepräparaten für medizinische Zwecke in Klasse 5 der angefochtenen Marke gewertet werden können, zumal beide Warenkategorien der Hygiene dienen.
11. Gleiches gilt zwischen den angefochtenen „*veterinärmedizinischen Präparate*“ (Kl. 5) und den diversen Körper- und Schönheitspflegeprodukten (Kl. 3) der Widerspruchsmarke. Denn letztere können in dieser offenen Formulierung auch für Tiere bestimmt sein und nebst pflegender auch heilende Wirkung haben. Diese werden als "cosmeceuticals" für Tiere bezeichnet und über übereinstimmende Absatzkanäle wie die Körperpflegeprodukte bzw. "cosmeceuticals" für Menschen verkauft (vgl. hierzu beispielsweise die Derma-Creme ICHTHO VET ICHTHO VET® für Kleintiere unter [https://www.redcare-apotheke.ch/de/tiergesundheits/11870129/ichtho-vet-derma-creme-fuer-kleintiere.htm?eventName=click+on+product+list+item&position=1&query=ICHTHO+VET+ICHTHO+VET%](https://www.redcare-apotheke.ch/de/tiergesundheits/11870129/ichtho-vet-derma-creme-fuer-kleintiere.htm?eventName=click+on+product+list+item&position=1&query=ICHTHO+VET+ICHTHO+VET%20)

C2%AE&queryID=8448cddb0d13b1873a79126f9cb8a542&eventType=click&master=true&objectIDs=%5B11870129%5D und das Sauerstoff-cosmeceutical VET medCin® SauerstoffCosmeceuticals unter <https://www.med-cin.de/sauerstoff-pflege-f%C3%BCr-tiere/>; beide abgerufen am 7.11.2025); zudem kann es sich bei den „shampooings“ in Klasse 3 der Widerspruchsmarke auch um Tier-Shampoos handeln (vgl. den Widerspruchsentscheid Nr. 102144, III. B. 12 – *SILHOUETTE REFINE / Silhouette [fig.]*). Vor diesem Hintergrund und im Lichte vorgenannter Ausführungen besteht zwischen den angefochtenen veterinärmedizinischen Erzeugnissen (Kl. 5) und den diversen Körper- und Schönheitspflegeprodukten (Kl. 3) des Widerspruchszeichens ebenfalls Gleichartigkeit (vgl. analog den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 102356, III. B. Ziff. 11 – *octenicare / OcteniDFenD*, abrufbar in der Prüfungshilfe).

12. Die im weiteren angefochtenen Waren "*Nahrungsergänzungsmittel für Menschen*" sind hingegen dazu bestimmt, die normale Ernährung zu ergänzen: mit Vitaminen, Mineralstoffen oder anderen Stoffen mit ernährungsspezifischer oder physiologischer Wirkung. Sie werden in konzentrierter Form und in abgemessenen kleinen Mengen in Verkehr gebracht, z. B. in Form von Tabletten, Kapseln, Pulverbeuteln, Flüssigampullen oder Flaschen mit Tropfeinsätzen. Sie sind weder für die Vorbeugung, noch für die Behandlung einer menschlichen Krankheit bestimmt und unterliegen als Lebensmittel dem Lebensmittelrecht (vgl. <https://www.blv.admin.ch/blv/de/home/lebensmittel-und-ernaehrung/lebensmittelsicherheit/einzelne-lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel.html>, zuletzt abgerufen am 7.11.2025). Da Nahrungsergänzungsmittel grundsätzlich einen anderen Zweck als Kosmetika sowie Körper- und Schönheitspflegemittel erfüllen, nicht mit den vorgängig erwähnten Produkten substituierbar sind, deren Fertigung zudem unterschiedliches Know-how benötigt und diese von unterschiedlichen Abnehmerkreisen nachgefragt werden, ist eine Gleichartigkeit zu den Waren der Klasse 3 zu verneinen (vgl. den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104513, III. B. Ziff. 5 – *AVEO / AVOE*, abrufbar in der Prüfungshilfe). Auch bei den übrigen Waren der Klassen 3, 18 und 21 der Widerspruchsmarke sind keine rechtsgenügenden Berührungspunkte ersichtlich, die über bloss thematische respektive funktionelle Zusammenhänge hinausgehen.
13. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichheit bzw. (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 Waren "*Nahrungsergänzungsmittel für Menschen*" (Klasse 5) 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. Da Wortbeginn und -ende besonders gut im Gedächtnis haften bleiben, kommt diesen Elementen bei der Beurteilung des Wortklangs und des Schriftbildes eine höhere Bedeutung zu als dazwischengeschobenen Silben (BGE 122 III 382 E. 5a, *Kamillosan / Kamillan Kamillon*; Urteil des Bundesverwaltungsgerichts [nachfolgend BVGer] B-6146/2007, E. 8, *WELEDA / La Weda*).
3. In casu stehen sich die reinen Wortmarken "Refy" (Widerspruchsmarke) und "REFINETY" (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.]*. Der Umstand, dass die Buchstaben der Widerspruchsmarke in Gross- und Kleinbuchstaben, während sie in der angefochtenen Marke nur in Grossbuchstaben gehalten sind, fällt hingegen gemäss Rechtsprechung kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht (vgl. BVGer B-4728/2014, E. 5.3.1 - *WINSTON / Wilson*), weil die Gross- und Kleinschreibung das Erinnerungsbild des Gesamteindrucks in der Regel nicht prägt (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).

4. Die jüngere Marke übernimmt die ersten drei Buchstaben der Widerspruchsmarke ("Ref-"). Danach folgt anstelle des Schlussbuchstaben "y" der Widerspruchsmarke der Buchstabe "i", der phonetisch identisch ist. Erst am Ende der jüngeren Marke – allerdings mit einigem Abstand und einer weiteren Silbe – steht wiederum der Schlussbuchstaben "y". Allerdings wird er hier anders als bei der kurzen Widerspruchsmarke nicht lang betont (wie in "deny", also di'nɔi), sondern nur kurz ausgesprochen (wie in "identity", also ɪ'dɛntɪti). Weiter setzt sich die jüngere Marke aus insgesamt vier Silben (statt deren zwei) zusammen. Das hat zur Folge, dass die Aussprachekadenz und die Vokalfolge ("e-y" gegenüber "e-i-e-y») sich deutlich unterscheiden. Aufgrund der Übereinstimmung im Zeichenanfang und -ende kann dennoch von einer entfernten Ähnlichkeit in der Aussprache ausgegangen werden.
5. Auf der schriftbildlichen Ebene fällt in erster Linie die deutlich unterschiedliche Länge der sich gegenüberstehenden Zeichen auf: während die Widerspruchsmarke lediglich aus vier Buchstaben besteht, setzt sich die jüngere Marke aus deren acht zusammen, ist also doppelt so lang. Obwohl die jüngere Marke nicht nur die ersten drei Buchstaben der Widerspruchsmarke, sondern auch den Schlussbuchstaben "y" an derselben Stelle am Schluss übernimmt, ist der Gesamteindruck der beiden Marken aufgrund der unterschiedlichen Länge und Zeichenstruktur doch erheblich verschieden. Auch wird der Zeichenanfang "Ref(i)-" in der jüngeren Marke nicht ohne Weiteres mit der Widerspruchsmarke "Refy" in Verbindung gebracht, zumal die beiden Marken in der Regel nicht gleichzeitig wahrgenommen werden (vgl. Ziff. 1 hiavor). Auch auf der schriftbildlichen Ebene kann aufgrund der Übereinstimmung im Zeichenanfang und -ende lediglich von einer entfernten Ähnlichkeit in der Aussprache ausgegangen werden.
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. Weder die Widerspruchsmarke "Refy" noch die angefochtene Marke "REFINETY" haben einen lexikalisch nachweisbaren Sinngehalt. Während man in ersterer nur mit viel Gedankenaufwand eine (nicht übliche) Abkürzung für Wörter, die mit "ref(y/i)" beginnen (wie z.B. "refill"), sehen kann, ist eine gedankliche Assoziation zwischen "Refy" und Themen wie Veredelung, Reinheit oder Pflege entgegen der Meinung der widersprechenden Partei nicht naheliegend. Bei der jüngeren Marke ist neben einer Modifikation des englischen Wortes "refinery" (zu Deutsch "Raffinerie", vgl. Pons Online-Wörterbuch Englisch-Deutsch unter <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung-2/englisch-deutsch/refinery>; abgerufen am 7.11.2025) oder einem Wortspiel aus den englischen Begriffen "refinery" und "identity" unter Umständen auch eine Anspielung auf das englische Verb "to refine" denkbar (zu Deutsch "raffinieren; verfeinern, verbessern, veredeln", vgl. Pons Online-Wörterbuch Englisch-Deutsch unter <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung-2/englisch-deutsch/refine>; abgerufen am 18.11.2025), zumal im Kosmetikbereich "refine" resp. "refiner" üblicherweise verwendet wird (vgl. beispielhaft <https://www.lavera.ch/ch-de/pure-beauty-liquid-refiner-4021457661176>; abgerufen am 18.11.2025). Insgesamt weisen jedoch beide Zeichen keinen klar erkennbaren Sinngehalt auf, womit auf der Ebene des Sinngehalts keine Ähnlichkeiten festzustellen sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1).
8. Aufgrund der Übereinstimmung im Zeichenanfang ist eine entfernte 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 auch von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln» des täglichen Bedarfs mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
3. Bei den in der Klasse 3 beanspruchten Waren handelt es sich gemäss ständiger Rechtsprechung (vgl. z.B. BVGer B-5868/2019, E. 3.1 – *NIVEA (fig.) / NEAUVIA*; BVGer B-4260/2010, E. 7 – *BALLY / BALU (fig.)*) um Hygiene- und Kosmetikprodukte und damit um solche Massenartikel des täglichen Bedarfs, die mit einer geringen Aufmerksamkeit erworben werden. Beim Erwerb von Pharmazeutika ist hingegen von erhöhter Aufmerksamkeit auszugehen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6; BVGer B-1760/2012, E. 4.2 – *ZURCAL / ZORCALA*).
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. Der Widerspruchsmarke "Refy" hat keine bekannte resp. erkennbare Bedeutung, ihr kann somit in Verbindung mit den strittigen Waren kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
6. Die widersprechende Partei macht die erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke geltend. Diese begründet sie wie folgt: Die Marke "Refy" werde in den sozialen Medien intensiv beworben, mit derzeit über 930.000 Followers auf Instagram und über 312.000 Followers auf TikTok. Der Hashtag REFYBeauty habe derzeit über 19 Millionen und der Hashtag REFYBrows über 14 Millionen Aufrufe.
7. In der Schweiz verlangt die Praxis in der Regel einen langjährigen Gebrauch der Marke und intensive Werbung. Intensiver Gebrauch lässt sich insbesondere mit Umsatzzahlen und mit der Höhe des Werbeaufwandes dokumentieren (BVGer B-5659/2018, E. 6.1.3.1 und 6.1.3.3 – *RICHARD MILLE / Richard Man [fig.]*; BVGer B-4104/2021, E. 7.4.4 – *CAPRI-SUN / PRISUN*; Gallus Joller, a.a.O., N. 104 zu Art. 3 MSchG; Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7). Die eingereichten Nutzerdaten und Aufrufe in den sozialen Medien lassen keine Rückschlüsse auf den Grad der Marktdurchdringung im massgeblichen Warensegment resp. über den allfälligen langjährigen Gebrauch oder über Werbeanstrengungen zu, weshalb mangels weiterer Informationen von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft auszugehen ist.
8. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive ausgeprägt gleichartige Waren beansprucht, weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warengleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend der Fall, auch unter Berücksichtigung einer bei Massenartikeln geringeren Aufmerksamkeit (vgl.

Ziff. 3 hiervor): Der Gesamteindruck der beiden Zeichen ist aufgrund der unterschiedlichen Zeichenlänge und -zusammensetzung sowie der unterschiedlichen Vokalfolge und Aussprachekadenz klar verschieden (vgl. III. C Ziff. 4-5 hiervor). Die Übereinstimmung in lediglich drei (von vier respektive acht) Buchstaben genügt nicht, damit die Abnehmer in der jüngeren Marke "REFINETY" die durchschnittlich kennzeichnungskräftige Widerspruchsmarke "Refy" erkennen und von einer Serienmarke ausgehen (sog. "mittelbare Verwechslungsgefahr"; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.4.2); auch bedeutet "die blosse, entfernte Möglichkeit einer Verwechslung nicht schon Verwechslungsgefahr" (BGE 119 II 473 S. 476 – *RADION / Radomat*). Auch auf der sinngelhaltlichen Ebene verfügt keine der beiden Marken über einen erkennbaren Sinngehalt, womit diesbezüglich auch keine Ähnlichkeiten festzustellen sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1). Umso geringer ist damit die Wahrscheinlichkeit, dass sich das kaufende Publikum von einem nur entfernt ähnlichen Schriftbild und Klang täuschen lässt. Somit entsteht bei der angefochtenen Marke insgesamt ein zur Widerspruchsmarke gänzlich unterschiedlicher Gesamteindruck, was dazu führt, dass die angefochtene Marke den geforderten Zeichenabstand einhält.

9. In Anbetracht der lediglich geringen Zeichenähnlichkeit ist die Verwechslungsgefahr trotz des normalen Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke, der Gleichheit bzw. starken Gleichartigkeit der Waren und der teilweise nur geringen Aufmerksamkeit der Abnehmer zu verneinen. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104539 wird daher abgewiesen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxismässig eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Der Widerspruch wird abgewiesen. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen, weshalb sie kostenpflichtig wird. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel angeordnet und die widerspruchsgegnerische Partei reichte mit Schreiben vom 07.08.2025 eine Stellungnahme ein. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 als angemessen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104539 wird abgewiesen.
2.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
3.
Die widersprechende Partei hat der widerspruchsgegnerischen Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zu bezahlen.
4.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 1. Dezember 2025

Freundliche Grüsse



Kristin Schneider

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).