

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104540 in Sachen

Augustiner-Bräu Wagner KG
Landsberger Str. 31-35
80339 München
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

Wild Schnyder AG
Forchstrasse 30
Postfach
8032 Zürich

IR-Markemarke Nr. 320545 - AUGUSTINER

gegen

LES BIENHEUREUX
10 avenue de la Grande Armée
F-75017 Paris
FR-Frankreich

Widerspruchsgegnerische Partei

IR-Markemarke Nr. 1574458 - AUGUSTIN LEFORT

AUGUSTIN LEFORT

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. 1574458 - "AUGUSTIN LEFORT" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde als nachträgliche Benennung (sog. «désignation postérieure») am 02.01.2025/21.11.2024 in der Gazette des marques internationales Nr. 51/2024 veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren geschützt:

Klasse 33: Boissons alcoolisées (à l'exception des bières), vins, spiritueux;

Am 29.04.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Schutzausdehnung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.

2. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 320545 "AUGUSTINER" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren geschützt ist:

Klasse 02: Malt colorant, malt caramélisé;

Klasse 04: Huile de houblon;

Klasse 05: Aliments diététiques;

Klasse 30: Vinaigre de bière, levure, glace;

Klasse 31: Orge, houblon, fourrages, malt, malt moulu, dragues;

Klasse 32: Bière (bière forte), bière pauvre en alcool, moût de bière et bière colorante, bière non alcoolique, boissons non alcooliques, moût de malt.

3. Am 12.05.2025 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 benennen.
4. Nachdem die widerspruchsgegnerische Partei innert Frist weder ein Zustellungsdomizil in der Schweiz bezeichnet noch einen Vertreter in der Schweiz benannt hatte, schloss das IGE die Verfahrensinstruktion mit Verfügung vom 14.08.2025 ab.
5. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechende 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 IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 15.09.1966 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke als nachträglichen Benennung (sog. «désignation postérieure») am 21.11.2024 im internationalen Register eingetragen. 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.

2. Wer an einem Verwaltungs- oder Gerichtsverfahren nach Markenschutzgesetz beteiligt ist und in der Schweiz keinen Wohnsitz oder Sitz hat, muss ein Zustellungsdomizil in der Schweiz benennen oder einen hier niedergelassenen Vertreter bestellen (Art. 42 Abs. 1 MSchG). Kommt die Widerspruchsgegnerin einer

entsprechenden Aufforderung (wie in casu) nicht fristgemäss nach, wird sie gemäss Art. 21 Abs. 2 MSchV vom Verfahren ausgeschlossen und das Verfahren wird von Amtes wegen weitergeführt (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 1, Ziff. 4.3, unter www.ige.ch). Das Dispositiv des Entscheids wird ihr gemäss Regel 23^{bis} AusfO (Ausführungsordnung zum Protokoll zum Madrider Abkommen über die internationale Registrierung von Marken, SR 0.232.112.21) über die WIPO eröffnet.

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. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren geschützt:
Klasse 33: Boissons alcoolisées (à l'exception des bières), vins, spiritueux;
3. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren geschützt:
Klasse 02: Malt colorant, malt caramélisé;
Klasse 04: Huile de houblon;
Klasse 05: Aliments diététiques;
Klasse 30: Vinaigre de bière, levure, glace ;
Klasse 31: Orge, houblon, fourrages, malt, malt moulu, dragées;
Klasse 32: Bière (bière forte), bière pauvre en alcool, mout de bière et bière colorante, bière non alcoolique, boissons non alcooliques, mout de malt.
Angefochtene Klasse 33:
4. Gemäss Rechtsprechung sind die sich gegenüberstehenden Biere (Klasse 32) der Widerspruchsmarke und die "*boissons alcoolisées (à l'exception des bières), vins, spiritueux*" (Klasse 33) der angefochtenen Marke gleichartig (vgl. z.B. RKGE in sic! 2005, 129 – *Vismara [fig.] / Vismara [fig.]*; BVGer B-531/2013, E. 4.2 – *GALLO / Gallay [fig.]*, BVGer B-4159/2009, E. 3.2 – *EFE [fig.] / EVE*). Für die Gleichartigkeit zwischen Bier und den angefochtenen alkoholischen Getränken, Weinen und Spirituosen sprechen der Umstand, dass es sich hierbei um alkoholhaltige Waren handelt und zudem die Übereinstimmungen in den Vertriebskanälen, Abnehmerkreisen und im Verwendungszweck (vgl. auch den Entscheid des IGE in den Verfahren Nr. 102611, III. B. Ziff. 5-6 – *BAZI / PAZZI*, abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE [nachfolgende Prüfungshilfe]: <https://ph.ige.ch/ph/index.xhtml>). Dass diese Waren nicht derselben Klasse angehören,

ändert am Resultat nichts, da die Klasseneinordnung in erster Linie administrativer Natur ist (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1). Zudem sind sie untereinander substituierbar, wie die widersprechende Partei zu Recht geltend macht.

5. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichartigkeit bejaht wird. Nachfolgend ist somit die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren resp. Dienstleistungen interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
2. In casu stehen sich die reinen Wortmarken "AUGUSTINER" (Widerspruchsmarke) und "AUGUSTIN LEFORT" (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. Die jüngere Marke übernimmt die Widerspruchsmarke "AUGUSTINER" fast vollständig (die ersten acht von zehn Buchstaben) und kombiniert sie mit dem zusätzlichen Wort "LEFORT". Allein aufgrund dieser weitgehenden Übernahme der Widerspruchsmarke besteht eine grosse Ähnlichkeit auf der schriftbildlichen und der phonetischen Ebene, zumal sie im gemäss bundesgerichtlicher Rechtsprechung in der Regel besonders prägenden Zeichenanfang übereinstimmen (vgl. BGE 122 III 388, E. 5a – *Kamillosan / Kamillan, Kamillon*).
4. 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.).
5. Das die Widerspruchsmarke bildende Wort "Augustiner" bezeichnet einen Bettelorden oder einen Angehörigen eines solchen Ordens, der nach der Augustinerregel aufgebaut ist; benannt wurde der Orden nach dem Kirchenlehrer Augustinus (von Hippo) (vgl. Duden online, unter <https://www.duden.de/rechtschreibung/Augustiner>; Wikipedia Online-Enzyklopädie unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Augustinerorden>; zuletzt abgerufen am 12.12.2025).
6. Beim ersten Zeichenelement "Augustin" der jüngeren Marke handelt es sich einerseits um ein französisches Adjektiv oder Substantiv mit der Bedeutung "relatif à saint Augustin" oder "religieux qui suit les directives spirituelles de saint Augustin" (vgl. Larousse Wörterbuch online unter <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/augustin/6452>; zuletzt abgerufen am 12.12.2025). Als französisches Substantiv weist es somit dieselbe Bedeutung wie das deutsche Substantiv "Augustiner" im Sinne des Ordensangehörigen auf. Andererseits ist "Augustin" auch ein männlicher Vorname sowie ein Familienname (vgl. Duden online unter https://www.duden.de/rechtschreibung/Augustin_Vorname; Wikipedia Online-Enzyklopädie unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Augustin>; zuletzt abgerufen am 12.12.2025). Augustin ist als Vorname (751 Namensträger) in der Schweiz häufiger als Nachname (276

Namensträger) (vgl. die Bevölkerungsstatistik des BFS unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/namen-schweiz.assetdetail.32208756.html> und <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/namen-schweiz.assetdetail.36062354.html>; zuletzt abgerufen am 12.12.2025), beide sind aber nicht besonders verbreitet.

7. Das zweite Zeichenelement "Lefort" der jüngeren Marke ist ebenfalls ein Nachname, der in der Schweiz 64 Mal vorkommt und somit wenig verbreitet ist (vgl. genannte Statistik). Darüber hinaus kann "Lefort" auch im wörtlichen Sinn als "das Fort" oder "der Starke" übersetzt und verstanden werden (vgl. Pons Französisch-Deutsch Online-Wörterbuch unter <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung/franz%C3%B6sisch-deutsch/fort>; zuletzt abgerufen am 12.12.2025). Die angefochtene Marke kann somit "Augustiner der Starke / Lefort" oder "Augustin(us) der Starke / Lefort" bedeuten. Beiden Varianten gemeinsam ist, dass der erste Zeichenbestandteil auf semantischer Ebene eine sehr grosse Ähnlichkeit mit der Widerspruchsmarke "AUGUSTINER" aufweist: Das französische Substantiv hat dieselbe Bedeutung und der männliche Vorname hat denselben Ursprung (Augustinus von Hippo).
8. Somit ist auf allen drei Ebenen 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 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 Spezialprodukte, 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). Bei den Getränken der Klasse 32 handelt es sich um solche Massenartikel des täglichen Bedarfs. Beim Erwerb von alkoholischen Getränken der Klasse 33 wird ein durchschnittlicher Aufmerksamkeitsgrad angenommen. Obwohl sie von einer kleinen Anzahl Kennern auch mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft werden, ist für diese allgemeinen Waren des täglichen Bedarfs auf breite Verkehrskreise mit normaler Aufmerksamkeit abzustellen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5 mit Verweis auf BVGer B-1105/2021, E 3.3.2 f. – *Kris [fig.] / KISS*; BVGer B-3072/2021, E. 3.2 mit Hinweisen – *PRINZ / PRINZENHAUS*).
3. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7).
4. Der Widerspruchsmarke "AUGUSTINER" kann in der Bedeutung von einem Bettelorden oder einem Angehörigen dieses Bettelordens in Verbindung mit den strittigen Waren kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
5. Die jüngere Marke "AUGUSTIN LEFORT" übernimmt einen Grossteil der normal kennzeichnungskräftigen

Widerspruchsmarke "AUGUSTINER", nämlich deren acht von zehn Buchstaben an derselben Zeichenposition. Diese Abweichung ist im Verhältnis zum Gesamtzeichen zu geringfügig, um im Gesamteindruck aufzufallen. Dass die Endbuchstaben "-er" der Widerspruchsmarke im Wort "LEFORT" im Schriftbild der jüngeren Marke zu einer zusätzlichen Ähnlichkeit führen sollen, wie von der widersprechenden Partei angemerkt, wird vom IGE nicht geteilt.

6. Die jüngere Marke enthält darüber hinaus das Worтеlement "LEFORT", welches entweder als Nachname oder wörtlich im Sinne von "der Starke, das Fort" verstanden werden kann. Geht man von einem Verständnis als Familienname aus, stellt sich die Frage, ob ihm die gemäss ständiger (auch höchstrichterlicher) Rechtsprechung besonders kennzeichnende und grössere Bedeutung zukommt als dem Vornamen, da sich das Publikum nach der allgemeinen Lebenserfahrung bei einer Marke, die aus einem Vor- und einem Nachnamen besteht, an den Familiennamen erinnert und sich folglich in der Regel an diesem orientiert (vgl. BGer in sic! 2008, 295, E. 6.4.4, *sergio rossi [fig.] et al., Miss Rossi / Rossi [fig.]*; vgl. ebenso: vgl. den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 102725, III. D., Ziff. 11 – *RICHARD MILLE / Richard Meilen [fig.]*, abrufbar in der Prüfungshilfe). Allerdings gilt dieser Erfahrungssatz nicht absolut, zumal Marken so zu vergleichen sind, wie sie im Register eingetragen sind (so auch BVGer B2635/2008, E. 6.3 – *monari / ANNA MOLINARI*; s. auch den Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104216, III. D. Ziff. 5 – *JOHANN JAKOB / JACOB & CO*, abrufbar in der Prüfungshilfe). Auch mit Nachnamen kombinierte Vornamen nehmen denn auch am von der Marke ausgehenden Gesamteindruck teil und so kann dem Vornamen auch in Kombination mit einem Familiennamen nicht jegliche Kennzeichnungskraft abgesprochen werden. Gewöhnliche, in der Schweiz weit verbreitete Vornamen werden vom Publikum zwar primär als Personennamen verstanden. Seltene, originelle oder durch Gebrauch bekannt gewordene Vornamen können dagegen durchaus eine kennzeichnungskräftige Wirkung auslösen (BVGer B-3401, E. 2.6.4-5 – *FRIDA KAHLO / FRIDA* mit Verweis auf BVGer B-3882/2017, E. 5.2.3 f. *THEA / ROSA THEA*).
7. Vorliegend handelt es sich bei Augustin nicht um einen verbreiteten männlichen Vornamen und er ist auch kein Allerweltsname oder ein Vorname, der an der Spitze der Vornamenstatistik geführt wird, dem jegliche Kennzeichnungskraft abzusprechen wäre. Anders als Spitzenreiter der letzten Jahre wie Luca (21492) oder Liam (6735) oder langjährige Klassiker wie Stefan (30994) oder Daniel (63008) kommt Augustin in der Schweiz nur 751 Mal vor, wobei der Hauptteil auf die französischsprachige Schweiz (512) entfällt (vgl. die Bevölkerungsstatistik des BFS unter <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/namen-schweiz.assetdetail.36062354.html>; zuletzt abgerufen am 12.12.2025). Augustin ist damit ein auffälliger Vorname, dem sicherlich keine geringere Kennzeichnungskraft als dem zweiten Zeichenelement "LEFORT" zukommt. Zudem kann die jüngere Marke auch im Sinne von "Augustin der Starke" gelesen werden, womit "LEFORT" kein Nachname wäre, sondern ein den Namen "AUGUSTIN" präzisierendes Attribut. Auch in dieser Konstellation kommt dem ersten Zeichenelement eine normal kennzeichnende Bedeutung zu.
8. Da die beiden sich gegenüberstehenden Zeichen nur im Zeichenelement "AUGUSTIN(ER)" (grossmehrheitlich) übereinstimmen und es sich bei dem normal kennzeichnungskräftigen Element "AUGUSTINER" weder um einen Vor- oder Familiennamen handelt, noch mit einem solchen kombiniert ist, liegt somit keine Vor-/Nachnamen-Konstellation vor. Der attributive Zusatz "LEFORT" legt vielmehr nahe, dass sich die Abnehmer primär am ersten Zeichenelement "AUGUSTIN" orientieren werden. Darüber hinaus besteht auf allen drei Ebenen, also dem Schriftbild, dem Klang sowie auch dem Sinngehalt, eine sehr grosse Ähnlichkeit (vgl. III. C. Ziff. 3 und 5-7 hiervor), weshalb der erforderliche Zeichenabstand zur normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke nicht gewahrt und die Verwechslungsgefahr zu bejahen ist. Dies gilt insbesondere auch, weil die Vergleichswaren der Klassen 32 und 33 mit einer niedrigen bzw. normalen Aufmerksamkeit ausgesucht werden (vgl. III. D. Ziff. 2 hiervor).
9. Der Widerspruch Nr. 104540 wird daher gutgeheissen und die angefochtene internationale Registrierung Nr. 1574458 "AUGUSTIN LEFORT" für alle beanspruchten Waren der Klassen 33 der Schutz in der Schweiz verweigert.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren vollständig durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es wird eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00, zu ersetzen.

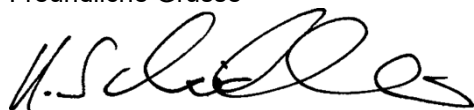
Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Die widerspruchsgegnerische Partei wird vom Verfahren ausgeschlossen.
2.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. **104540** wird gutgeheissen.
3.
Der internationalen Registrierung Nr. **1574458** - "**AUGUSTIN LEFORT**" wird der Schutz in der Schweiz vollumfänglich definitiv verweigert [sog. Déclaration selon la règle 18ter³) du règlement d'exécution du Protocole relatif à l'Arrangement de Madrid concernant l'enregistrement international des marques].
4.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
5.
Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.
6.
Dieser Entscheid wird der antragsstellenden Partei schriftlich eröffnet. Der widerspruchsgegnerischen Partei wird das Dispositiv des Entscheids gemäss Regel 23^{bis} AusFO über die WIPO eröffnet.

Bern, 22. 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).