

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104756 in Sachen

LR Health & Beauty Systems GmbH
Kruppstrasse 55,
59227 Ahlen
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

Troller Hitz Troller, Rechtsanwälte
Münstergasse 38
3011 Bern

IR-Marke Nr. 1278601 - LR ((fig.))



gegen

Lei Mou
No. 26 registered household 1 of Group 9, Dagonghu Village
434400 Dayuan Township, Shishou City, Hubei Province
CN-China

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Jeanne Zhanna Petrosyan
Abendweg 38
6006 Luzern

CH-Marke Nr. 830716 - LeLR

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

in Erwägung gezogen:

I. Sachverhalt und Verfahrensablauf

1. Die Eintragung der CH-Marke Nr. 830716 «LeLR» (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 14.05.2025 in Swissreg (www.swissreg.ch) veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3

Ätherische Öle; Zahnweiss-Streifen; Zahnputzmittel; Wimperntusche [Mascara]; Wattestäbchen für kosmetische Zwecke; Watte für kosmetische Zwecke; Waschmittel für Kraftfahrzeuge; Waschmittel; Vaginalspülungen zur Intimreinigung oder für desodorierende Zwecke; Sonnenschutzmittel; Shampoos; Seifen; Schönheitsmasken; Schuhwichse; Schminkpuder; Reinigungsmittel; Reinigungsmilch für Körper- und Schönheitspflege; Phytokosmetische Mittel; Parfüms; Nicht medizinische Reinigungsmittel zur Intimpflege; Nagellack; Nagelaufkleber; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege für die Haut; Mittel zur Intimreinigung für hygienische oder desodorierende Zwecke [Toilettartikel]; Lotionen für kosmetische Zwecke; Lippenstifte; Künstliche Wimpern; Künstliche Nägel; Kräuterextrakte für kosmetische Zwecke; Kosmetische Hautpflegemittel; Kosmetische Hautcremes; Kosmetikstifte; Kosmetika; Haarspülungen; Haarspray; Haarlotionen; Haarfärbemittel; Enthaarungsmittel; Chemische Reinigungsmittel für Haushaltszwecke; Bleichmittel für Wäsche; Badezusätze, nicht für medizinische Zwecke; Augengelpads für kosmetische Zwecke; Atemerfrischende Präparate für den persönlichen Gebrauch; Antitranspirantien [schweisshemmende Toilettmittel];

Klasse 5

Abmagerungstabletten; Antibakterielle Handwaschmittel; Antibakterielle Seifen; Arzneimittel für humanmedizinische Zwecke; Arzneimittel für tierärztliche Zwecke; Babyhöschenwindeln; Babynahrungsmittel; Babywindeln; Ballaststoffe; Chemische Kontrazeptiva; Damenbinden; Desinfektionsmittel; Diätische Substanzen für medizinische Zwecke; Diätahrungsmittel für medizinische Zwecke; Fermente für pharmazeutische Zwecke; Fungizide; Gele zur sexuellen Stimulation; Insektenvertilgungsmittel; Insektizide veterinärmedizinische Waschlotionen; Intimgleitmittel; Kandiszucker für medizinische Zwecke; Kollagen für medizinische Zwecke; Kollyrium; Lebertran; Luftreinigungsmittel; Medizinische Futtermittel; Medizinische Tees; Mineralische Nahrungsergänzungsmittel; Mittel zur Reduzierung der sexuellen Aktivität; Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel auf Basis von Acai-Pulver; Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Nahrungsergänzungsmittel aus Alginaten; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Gelee royale; Nahrungsergänzungsmittel aus Glukose [Traubenzucker]; Nahrungsergänzungsmittel aus Hefe; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamen; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamenöl; Nahrungsergänzungsmittel aus Lezithin; Nahrungsergänzungsmittel aus Pollen; Nahrungsergänzungsmittel aus Propolis; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; Nahrungsergänzungsmittel aus Weizenkeimen; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel mit kosmetischer Wirkung; Pharmazeutische Präparate; Säuglingsanfangsnahrung; Vaginalspülungen für medizinische Zwecke; Vitaminpräparate; Weihrauch als Insektenabwehrmittel; Windeln für Heimtiere;

Klasse 10

Elastische Bandagen, nicht für Verbände; Sexpuppen; Akupunkturnadeln; Apparate zur körperlichen Rehabilitation für medizinische Zwecke; Blutdruckmessgeräte; Blutzuckermessgeräte; Chirurgisches Nahtmaterial; Eisbeutel für medizinische Zwecke; Elektrische zahnärztliche Geräte; Elektroakupunkturgeräte; Flaschensauger; Fräsbohrer für Zahnärzte; Galvanische Therapiegeräte; Geräte für die Physiotherapie; Herzfrequenzmonitore; Hörgeräte; Krücken; Kühlepflaster für medizinische Zwecke; Lampen für medizinische Zwecke; Laser für medizinische Zwecke; Massagegeräte; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Medizinische Apparate und Instrumente; Messer für chirurgische Zwecke; Nicht chemische Kontrazeptiva; Ohrstöpsel [Gehörschutz]; Orthopädische Gürtel; Orthopädische Sohlen; Präservative [Kondome]; Sexspielzeug; Spirometer [medizinische Geräte]; Thermokissen für Erste Hilfe; Thermometer für medizinische Zwecke; Vaginalspritzen; Verdampfer für medizinische Zwecke; Veterinärmedizinische Apparate und Instrumente; Vibromassagegeräte; Zahnprothesen; Zahnärztliche Instrumente; Zungenreinigungsmittel;

Klasse 30

Algen [Würzstoff]; Aromastoffe für Getränke, ausgenommen ätherische Öle; Auszugsmehl; Backpulver; Bonbons; Brot; Chow-chow [Würzmittel]; Eiscreme; Feine Backwaren; Fondants [Konfekt]; Geleefrüchte [Süßwaren]; Gelée royale; Gemahlener Ingwer; Getreideflocken; Getreidepräparate; Getreidesnacks; Gewürzmischungen; Haferflocken; Hefe; Honig; Kaffee; Kandiszucker; Kartoffelmehl; Kaugummi; Kekse; Kochsalz; Kuchen; Maismehl; Mehle; Miso; Nahrungsmittel auf der Grundlage von Hafer; Nudeln; Pfefferminzbonbons; Zuckerwaren, Konfekt; Würzmittel; Tee; Sushi; Stärke für Nahrungszwecke; Speisenatron [Natriumbicarbonat]; Speiseeispulver; Sossen [Würzen]; Senf; Schokolade; Relish [Würzmittel]; Reissnacks; Reis; Pulverförmige Kuchenmischungen; Popcorn; Pizzas.

2. Am 14.08.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf internationale Registrierung Nr. 1278601 «LR» (fig.) (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt ist:

Klasse 3

Savons; produits de parfumerie; déodorants pour êtres humains ou pour animaux; huiles essentielles; préparations pour soins du corps, des cheveux et de beauté; shampooings pour êtres humains ou pour animaux; produits cosmétiques pour êtres humains ou animaux; lotions capillaires; dentifrices et préparations de soins dentaires; huiles de nettoyage; pots-pourris odorants; préparations de parfums d'atmosphère;

Klasse 5

Préparations pharmaceutiques et vétérinaires; préparations d'hygiène à usage médical; substances et nourriture diététiques ainsi que produits à boire diététiques à usage médical ou vétérinaire; aliments pour bébés; compléments nutritionnels pour êtres humains et animaux, en particulier compléments nutritionnels autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou de fibres, partiellement enrichis en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments, ainsi que compléments nutritionnels, autres qu'à usage médical, y compris en tant que conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments; herbes, extraits d'herbes ainsi que thés et tisanes, tous à usage médical; préparations de vitamines; anorexigènes à usage médical; sels et huiles à usage médical; sels de bain et préparations pour le bain à usage médical ou thérapeutique; désodorisants, autres que pour êtres humains ou animaux; préparations pour l'épuration d'air; produits pour laver les animaux;

Klasse 14

Métaux précieux et leurs alliages ainsi que produits en métaux précieux et leurs alliages, tous les produits précités compris dans cette classe; articles de bijouterie; pierres précieuses; produits en or et argent, bracelets, compris dans cette classe; fixe-cravates, épingles de cravates; boutons de manchettes; bagues en tant qu'articles de bijouterie; articles de bijouterie fantaisie; porte-clés et pendentifs (de fantaisie) pour téléphones mobiles, épingles (articles de bijouterie); parures en métaux précieux pour chaussures; montres; montres-bracelets; montres de sport; chronomètres à déclin; instruments chronométriques; bracelets de montre; écrins pour montres [présentation]; coffrets pour articles de bijouterie [écrins];

Klasse 25

Vêtements; articles chaussants; articles de chapellerie; cravates; lavallières; bandeaux pour la tête (vêtements); couvre-oreilles (vêtements); gants (vêtements); cache-nez; foulards; bandanas (foulards); tabliers; slips de bain; bas; collants; leggings; sous-vêtements; vêtements de nuit; ceintures (vêtements); jarretelles; chaussures de bain; chaussons; tongs; chaussures plates; sandales; sabots; chaussures de sport; bottes; espadrilles; chaussures de plage;

Klasse 29

Aliments diététiques, autres qu'à usage médical, y compris en tant que conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments; préparations pour la confection de potages; protéines à usage culinaire; lactosérum;

Klasse 30

Riz; encas à base de riz; succédanés de café; farine et préparations à base de céréales pour la consommation, se composant en particulier de blé, maïs, riz et avoine sous forme de flocons, semoule, gruaux, son, y compris sucrés, épicés ou aromatisés; préparations alimentaires à base des préparations céréalières précitées; céréales; barres de céréales; encas à base de céréales; muesli; aliments diététiques, autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou fibres, en partie avec adjonction de vitamines et/ou minéraux et/ou oligo-éléments, compris dans cette classe; aromatisants autres que huiles essentielles, en particulier pour produits à boire; édulcorants naturels; glucose alimentaire; herbes, extraits d'herbes ainsi que thés et tisanes, les produits précités n'étant en aucun cas destinés à un usage médical; produits à boire à base de thé;

Klasse 32

Bières; boissons mélangées contenant de la bière; eaux minérales et gazéifiées et autres produits à boire sans alcool; produits à boire aux fruits et jus de fruits; jus de légumes [produit à boire]; jus de tomate (boissons); extraits de fruits sans alcool; boissons sans alcool à l'aloë vera; smoothies; produits à boire à base de petit-lait; boissons isotoniques; boissons énergisantes; pastilles et poudres effervescentes pour boissons; sirops et autres préparations et essences pour la confection de produits à boire;

Klasse 35

Démonstration de produits à des fins promotionnelles; présentation de produits et de services; services de regroupement, pour le compte de tiers, d'un ensemble diversifié de produits, à l'exclusion de leur transport, permettant ainsi à une clientèle de les voir et de les acheter aisément, également en ligne; services en ligne, à savoir publicité en ligne sur un réseau informatique; gestion d'affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; services de traitement administratif de bons de commande; mise à disposition d'informations portant sur des commerciaux et d'affaires; études professionnelles en affaires; services de conseillers professionnels d'affaires, y compris dans les domaines de la vente directe, constitution et promotion de petites entreprises ainsi que mise en place et gestion de réseaux de distribution; services de conseillers commerciaux professionnels en matière d'organisation et d'achat; services de conseillers commerciaux, y compris pour l'assistance de tiers lors de l'établissement et l'exploitation de points de vente, ainsi que de magasins de vente au détail et en gros; aide à la vente, à savoir services de conseillers en matière de techniques de vente et programmes de vente; services d'intermédiaires et conclusion en matière de contrats, pour des tiers, portant sur l'achat et la vente de produits, y compris sur Internet et au moyen du marketing multi-niveaux (marketing de réseau); vente au détail, y compris par le biais d'émissions de téléachat et/ou sur Internet et/ou par des services de vente par correspondance sur catalogue ou en ligne dans le domaine des produits de droguerie, produits hygiéniques, produits cosmétiques et produits ménagers, produits pour le secteur de la santé, produits électriques et électroniques, supports de données et d'enregistrement de sons, installations sanitaires, montres et articles de bijouterie, articles de maroquinerie et articles de sellerie, articles d'ameublement, articles décoratifs, vêtements, chaussures et produits textiles, produits alimentaires et produits à boire; organisation de salons et expositions à des fins économiques et publicitaires, également sur Internet; publicité; services de conseillers publicitaires; publication et rédaction de textes publicitaires; organisation et tenue de manifestations publicitaires; services de relations publiques; marketing; services de conseillers en marketing; marchandisage (promotion des ventes); relations publiques; diffusion de matériel publicitaire pour attirer de nouveaux clients et pour conserver la clientèle de base existante; publication de produits de l'imprimerie (y compris sous forme électronique), à des fins publicitaires; compilation, systématisation, mise à jour et administration d'informations dans des bases de données informatiques; gestion de projets organisationnels dans le domaine du traitement électronique de données; services de conseillers aux consommateurs; publicité, y compris promotion des produits et services de tiers par le biais d'accords de parrainage; services de recherche de parrainages; gestion informatisée de fichiers.

4. Mit Verfügung vom 18.08.2025 wurde die widerspruchsgegnersche Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Da sich die widerspruchsgegnersche Partei innert gesetzter Frist nicht vernehmen liess, schloss das IGE mit Verfügung vom 30.09.2025 die Verfahrensinstruktion ab.
6. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

1. Gemäss Art. 31 Abs. 1 i. V. m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 21.05.2015 im internationalen Register eingetragen, die angefochtene Marke am 19.02.2025 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.
3. Wird eine vom IGE angesetzte Frist nicht eingehalten, bestimmt sich die Rechtsfolge nach Massgabe der Verfügung (Art. 23 VwVG). Da die widerspruchsgegnerische Partei innert der in der Verfügung vom 18.08.2025 angesetzten Frist keine Stellungnahme einreichte, wird das Verfahren von Amtes wegen fortgesetzt.

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 in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 6.1 ff., unter www.ige.ch mit weiteren Hinweisen).
2. Gleichartigkeit kann nicht nur innerhalb des Waren- bzw. Dienstleistungsbereichs bestehen, sondern auch im Verhältnis zwischen Waren und Dienstleistungen. Wegen des unterschiedlichen Charakters von Waren und Dienstleistungen ist der Wert der üblichen Abgrenzungskriterien jedoch relativiert. Es gilt also zu prüfen, ob das Publikum annehmen kann, dass der Inhaber der Dienstleistungsmarke sich auch mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Waren befasst, bzw. dass der Inhaber eines Warenzeichens auch die zu diesem Warenbereich gehörende Dienstleistung erbringt. Zur Feststellung dieser Verkehrsauffassung kann es sinnvoll sein zu prüfen, ob die Dienstleistung für die Waren von besonderem Nutzen ist, indem sie zu deren Erhaltung oder Veränderung dient, und somit die Konsumenten Ware und Dienstleistung als sinnvolles Leistungspaket wahrnehmen. So können etwa Wartungs- und Reparaturdienstleistungen, welche das Warenangebot ergänzen, mit den Waren gleichartig sein (sog. «service après vente»), weil

zwischen Waren und Dienstleistungen aus der Sicht der Konsumenten gewissermassen eine marktlogische Folge gesehen wird (Richtlinien, Teil 6, 6.1.3).

3. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren eingetragen:

Klasse 3

Ätherische Öle; Zahnweiss-Streifen; Zahnputzmittel; Wimperntusche [Mascara]; Wattestäbchen für kosmetische Zwecke; Watte für kosmetische Zwecke; Waschmittel für Kraftfahrzeuge; Waschmittel; Vaginalspülungen zur Intimreinigung oder für desodorierende Zwecke; Sonnenschutzmittel; Shampoos; Seifen; Schönheitsmasken; Schuhwischse; Schminkpuder; Reinigungsmittel; Reinigungsmilch für Körper- und Schönheitspflege; Phytokosmetische Mittel; Parfüms; Nicht medizinische Reinigungsmittel zur Intimpflege; Nagellack; Nagelaufkleber; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege für die Haut; Mittel zur Intimreinigung für hygienische oder desodorierende Zwecke [Toiletteartikel]; Lotionen für kosmetische Zwecke; Lippenstifte; Künstliche Wimpern; Künstliche Nägel; Kräuterextrakte für kosmetische Zwecke; Kosmetische Hautpflegemittel; Kosmetische Hautcremes; Kosmetikstifte; Kosmetika; Haarspülungen; Haarspray; Haarlotionen; Haarfärbemittel; Enthaarungsmittel; Chemische Reinigungsmittel für Haushaltszwecke; Bleichmittel für Wäsche; Badezusätze, nicht für medizinische Zwecke; Augengelpads für kosmetische Zwecke; Atemerfrischende Präparate für den persönlichen Gebrauch; Antitranspirantien [schweisshemmende Toilettmittel];

Klasse 5

Abmagerungstabletten; Antibakterielle Handwaschmittel; Antibakterielle Seifen; Arzneimittel für humanmedizinische Zwecke; Arzneimittel für tierärztliche Zwecke; Babyhöschenwindeln; Babynahrungsmittel; Babywindeln; Ballaststoffe; Chemische Kontrazeptiva; Damenbinden; Desinfektionsmittel; Diätische Substanzen für medizinische Zwecke; Diätahrungsmittel für medizinische Zwecke; Fermente für pharmazeutische Zwecke; Fungizide; Gele zur sexuellen Stimulation; Insektenvertilgungsmittel; Insektizide veterinärmedizinische Waschlotionen; Intimgleitmittel; Kandiszucker für medizinische Zwecke; Kollagen für medizinische Zwecke; Kollyrium; Lebertran; Luftreinigungsmittel; Medizinische Futtermittel; Medizinische Tees; Mineralische Nahrungsergänzungsmittel; Mittel zur Reduzierung der sexuellen Aktivität; Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel auf Basis von Acai-Pulver; Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Nahrungsergänzungsmittel aus Alginaten; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Gelee royale; Nahrungsergänzungsmittel aus Glukose [Traubenzucker]; Nahrungsergänzungsmittel aus Hefe; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamen; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamenöl; Nahrungsergänzungsmittel aus Lezithin; Nahrungsergänzungsmittel aus Pollen; Nahrungsergänzungsmittel aus Propolis; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; Nahrungsergänzungsmittel aus Weizenkeimen; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel mit kosmetischer Wirkung; Pharmazeutische Präparate; Säuglingsanfangsnahrung; Vaginalspülungen für medizinische Zwecke; Vitaminpräparate; Weihrauch als Insektenabwehrmittel; Windeln für Heimtiere;

Klasse 10

Elastische Bandagen, nicht für Verbände; Sexpuppen; Akupunkturnadeln; Apparate zur körperlichen Rehabilitation für medizinische Zwecke; Blutdruckmessgeräte; Blutzuckermessgeräte; Chirurgisches Nahtmaterial; Eisbeutel für medizinische Zwecke; Elektrische zahnärztliche Geräte; Elektroakupunkturgeräte; Flaschensauger; Fräsbohrer für Zahnärzte; Galvanische Therapiegeräte; Geräte für die Physiotherapie; Herzfrequenzmonitore; Hörgeräte; Krücken; Kühlpflaster für medizinische Zwecke; Lampen für medizinische Zwecke; Laser für medizinische Zwecke; Massagegeräte; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Medizinische Apparate und Instrumente; Messer für chirurgische Zwecke; Nicht chemische Kontrazeptiva; Ohrstöpsel [Gehörschutz]; Orthopädische Gürtel; Orthopädische Sohlen; Präservative [Kondome]; Sexspielzeug; Spirometer [medizinische Geräte]; Thermokissen für Erste Hilfe; Thermometer für medizinische Zwecke; Vaginalspritzen; Verdampfer für medizinische Zwecke; Veterinärmedizinische Apparate und Instrumente; Vibromassagegeräte; Zahnprothesen; Zahnärztliche Instrumente; Zungenreinigungsgesetze;

Klasse 30

Algen [Würzstoff]; Aromastoffe für Getränke, ausgenommen ätherische Öle; Auszugsmehl; Backpulver; Bonbons; Brot; Chow-chow [Würzmittel]; Eiscreme; Feine Backwaren; Fondants [Konfekt]; Geleefrüchte

[Süsswaren]; Gelée royale; Gemahlener Ingwer; Getreideflocken; Getreidepräparate; Getreidesnacks; Gewürzmischungen; Haferflocken; Hefe; Honig; Kaffee; Kandiszucker; Kartoffelmehl; Kaugummi; Kekse; Kochsalz; Kuchen; Maismehl; Mehle; Miso; Nahrungsmittel auf der Grundlage von Hafer; Nudeln; Pfefferminzbonbons; Zuckerwaren, Konfekt; Würzmittel; Tee; Sushi; Stärke für Nahrungszwecke; Speisenatron [Natriumbicarbonat]; Speiseeispulver; Sossen [Würzen]; Senf; Schokolade; Relish [Würzmittel]; Reissnacks; Reis; Pulverförmige Kuchenmischungen; Popcorn; Pizzas.

4. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt:

Klasse 3

Savons; produits de parfumerie; déodorants pour êtres humains ou pour animaux; huiles essentielles; préparations pour soins du corps, des cheveux et de beauté; shampooings pour êtres humains ou pour animaux; produits cosmétiques pour êtres humains ou animaux; lotions capillaires; dentifrices et préparations de soins dentaires; huiles de nettoyage; pots-pourris odorants; préparations de parfums d'atmosphère;

Klasse 5

Préparations pharmaceutiques et vétérinaires; préparations d'hygiène à usage médical; substances et nourriture diététiques ainsi que produits à boire diététiques à usage médical ou vétérinaire; aliments pour bébés; compléments nutritionnels pour êtres humains et animaux, en particulier compléments nutritionnels autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou de fibres, partiellement enrichis en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments, ainsi que compléments nutritionnels, autres qu'à usage médical, y compris en tant que conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments; herbes, extraits d'herbes ainsi que thés et tisanes, tous à usage médical; préparations de vitamines; anorexigènes à usage médical; sels et huiles à usage médical; sels de bain et préparations pour le bain à usage médical ou thérapeutique; désodorisants, autres que pour êtres humains ou animaux; préparations pour l'épuration d'air; produits pour laver les animaux;

Klasse 14

Métaux précieux et leurs alliages ainsi que produits en métaux précieux et leurs alliages, tous les produits précités compris dans cette classe; articles de bijouterie; pierres précieuses; produits en or et argent, bracelets, compris dans cette classe; fixe-cravates, épingles de cravates; boutons de manchettes; bagues en tant qu'articles de bijouterie; articles de bijouterie fantaisie; porte-clés et pendentifs (de fantaisie) pour téléphones mobiles, épingles (articles de bijouterie); parures en métaux précieux pour chaussures; montres; montres-bracelets; montres de sport; chronomètres à déclin; instruments chronométriques; bracelets de montre; écrins pour montres [présentation]; coffrets pour articles de bijouterie [écrins];

Klasse 25

Vêtements; articles chaussants; articles de chapellerie; cravates; lavallières; bandeaux pour la tête (vêtements); couvre-oreilles (vêtements); gants (vêtements); cache-nez; foulards; bandanas (foulards); tabliers; slips de bain; bas; collants; leggings; sous-vêtements; vêtements de nuit; ceintures (vêtements); jarretelles; chaussures de bain; chaussons; tongs; chaussures plates; sandales; sabots; chaussures de sport; bottes; espadrilles; chaussures de plage;

Klasse 29

Aliments diététiques, autres qu'à usage médical, y compris en tant que conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments; préparations pour la confection de potages; protéines à usage culinaire; lactosérum;

Klasse 30

Riz; encas à base de riz; succédanés de café; farine et préparations à base de céréales pour la consommation, se composant en particulier de blé, maïs, riz et avoine sous forme de flocons, semoule, gruaux, son, y compris sucrés, épicés ou aromatisés; préparations alimentaires à base des préparations céréalières précitées; céréales; barres de céréales; encas à base de céréales; muesli; aliments diététiques, autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou fibres, en partie avec adjonction de vitamines et/ou minéraux et/ou oligo-éléments, compris dans cette classe; aromatisants autres que huiles essentielles, en

particulier pour produits à boire; édulcorants naturels; glucose alimentaire; herbes, extraits d'herbes ainsi que thés et tisanes, les produits précités n'étant en aucun cas destinés à un usage médical; produits à boire à base de thé;

Klasse 32

Bières; boissons mélangées contenant de la bière; eaux minérales et gazéifiées et autres produits à boire sans alcool; produits à boire aux fruits et jus de fruits; jus de légumes [produit à boire]; jus de tomate (boissons); extraits de fruits sans alcool; boissons sans alcool à l'aloë vera; smoothies; produits à boire à base de petit-lait; boissons isotoniques; boissons énergisantes; pastilles et poudres effervescentes pour boissons; sirops et autres préparations et essences pour la confection de produits à boire;

Klasse 35

Démonstration de produits à des fins promotionnelles; présentation de produits et de services; services de regroupement, pour le compte de tiers, d'un ensemble diversifié de produits, à l'exclusion de leur transport, permettant ainsi à une clientèle de les voir et de les acheter aisément, également en ligne; services en ligne, à savoir publicité en ligne sur un réseau informatique; gestion d'affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; services de traitement administratif de bons de commande; mise à disposition d'informations portant sur des commerciaux et d'affaires; études professionnelles en affaires; services de conseillers professionnels d'affaires, y compris dans les domaines de la vente directe, constitution et promotion de petites entreprises ainsi que mise en place et gestion de réseaux de distribution; services de conseillers commerciaux professionnels en matière d'organisation et d'achat; services de conseillers commerciaux, y compris pour l'assistance de tiers lors de l'établissement et l'exploitation de points de vente, ainsi que de magasins de vente au détail et en gros; aide à la vente, à savoir services de conseillers en matière de techniques de vente et programmes de vente; services d'intermédiaires et conclusion en matière de contrats, pour des tiers, portant sur l'achat et la vente de produits, y compris sur Internet et au moyen du marketing multi-niveaux (marketing de réseau); vente au détail, y compris par le biais d'émissions de téléachat et/ou sur Internet et/ou par des services de vente par correspondance sur catalogue ou en ligne dans le domaine des produits de droguerie, produits hygiéniques, produits cosmétiques et produits ménagers, produits pour le secteur de la santé, produits électriques et électroniques, supports de données et d'enregistrement de sons, installations sanitaires, montres et articles de bijouterie, articles de maroquinerie et articles de sellerie, articles d'ameublement, articles décoratifs, vêtements, chaussures et produits textiles, produits alimentaires et produits à boire; organisation de salons et expositions à des fins économiques et publicitaires, également sur Internet; publicité; services de conseillers publicitaires; publication et rédaction de textes publicitaires; organisation et tenue de manifestations publicitaires; services de relations publiques; marketing; services de conseillers en marketing; marchandisage (promotion des ventes); relations publiques; diffusion de matériel publicitaire pour attirer de nouveaux clients et pour conserver la clientèle de base existante; publication de produits de l'imprimerie (y compris sous forme électronique), à des fins publicitaires; compilation, systématisation, mise à jour et administration d'informations dans des bases de données informatiques; gestion de projets organisationnels dans le domaine du traitement électronique de données; services de conseillers aux consommateurs; publicité, y compris promotion des produits et services de tiers par le biais d'accords de parrainage; services de recherche de parrainages; gestion informatisée de fichiers.

5. Der Waren- und Dienstleistungsvergleich ergibt Folgendes:

Klasse 3

Die angefochtenen Waren «ätherische Öle; Zahnputzmittel; Shampoos; Seifen; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege für die Haut; Kosmetika; Haarlotionen; Antitranspirantien [schweisshemmende Toilettensmittel]» (Klasse 3) sind trotz abweichender Formulierung als offensichtlich gleich zu den Waren «huiles essentielles; dentifrices et préparations de soins dentaires; shampoings pour êtres humains ou pour animaux; savons; préparations pour soins du corps, des cheveux et de beauté; produits cosmétiques pour êtres humains ou animaux; lotions capillaires; déodorants pour êtres humains ou pour animaux» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke einzustufen.

Die angefochtenen Waren «Zahnweiss-Streifen; Mundspülungen, nicht für medizinische Zwecke; Atemerfrischende Präparate für den persönlichen Gebrauch» (Klasse 3) fallen unter die Waren

«*préparations de soins dentaires*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke. Es besteht mithin nicht weiter zu erläuternde Gleichheit.

Bei den angefochtenen Waren «*Wimperntusche [Mascara]; Vaginalspülungen zur Intimreinigung oder für desodorierende Zwecke; Sonnenschutzmittel; Schönheitsmasken; Schminkpuder; Reinigungsmilch für Körper- und Schönheitspflege; Phytokosmetische Mittel; Nicht medizinische Reinigungsmittel zur Intimpflege; Nagellack; Nagelaufkleber; Mittel zur Intimreinigung für hygienische oder desodorierende Zwecke [Toiletteartikel]; Lotionen für kosmetische Zwecke; Lippenstifte; Künstliche Wimpern; Künstliche Nägel; Kräutereextrakte für kosmetische Zwecke; Kosmetische Hautpflegemittel; Kosmetische Hautcremes; Kosmetikstifte; Haarspülungen; Haarspray; Haarfärbemittel; Enthaarungsmittel; Badezusätze, nicht für medizinische Zwecke; Augengelpads für kosmetische Zwecke*» (Klasse 3) handelt es sich um reinigende, pflegende oder dekorative Kosmetika. Diese können ohne weiteres unter die Oberbegriffe «*produits de parfumerie; préparations pour soins du corps, des cheveux et de beauté; produits cosmétiques pour êtres humains ou animaux*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke subsumiert werden. Folglich kann von Produktgleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Wattestäbchen für kosmetische Zwecke; Watte für kosmetische Zwecke*» (Klasse 3) werden üblicherweise zusammen mit kosmetischen Mittel eingesetzt und stellen eine sinnvolle Ergänzung dar. Folglich besteht zu den Waren «*produits cosmétiques pour êtres humains ou animaux*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke aufgrund der gleichen Bestimmung und der identischen Vertriebskanäle starke Gleichartigkeit.

Die angefochtenen Waren «*Waschmittel für Kraftfahrzeuge; Waschmittel; Reinigungsmittel; Chemische Reinigungsmittel für Haushaltszwecke*» (Klasse 3) werden zum Waschen von Kleidern oder Fahrzeugen und für Reinigungsarbeiten im Haushalt eingesetzt. Da Waschseifen die gleiche Bestimmung erfüllen (<https://www.cocooning.ch/de/accueil/213-naturseife-camping-7640150281121.html>, <https://shop.meguiars.ch/meguiars/java/Meguiars-Hyper-Wash-Autowaschseife-Konzentrat-378-Liter/artdet/334328>, <https://seifenstueck.ch/putzseifen-und-zubehoer/putzseife/>, eingesehen am 21.01.2026), besteht zu den Waren «*savons*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke starke Gleichartigkeit, da es sich um identische Waren handeln kann, die einzig zu unterschiedlichen Zwecken eingesetzt werden. Zudem kann bei den Waren «*huiles de nettoyage*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke u.a. von «Öl, das ferner Reinigungsmittel enthält und zur Reinigung bestimmter Einrichtungen (Motoren, Rohrleitungen usw.) eingesetzt wird» (vgl. <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8472865/huile-de-nettoyage>, eingesehen am 21.01.2026) ausgegangen werden. Aufgrund der gleichen Bestimmung («*nettoyage*») können diese wiederum als gleichartig zu den vorgenannten angefochtenen Produkten eingestuft werden.

Die angefochtenen Waren «*Bleichmittel für Wäsche*» (Klasse 3) werden eingesetzt, um hartnäckige Flecken oder Grauschleier zu entfernen. Zudem kann Waschmittel für weisse Wäsche Bleichmittel enthalten. Auch bieten Waschmittelhersteller üblicherweise Bleichmittel für Wäsche an (vgl. <https://www.migros.ch/de/product/500434000000>, eingesehen am 21.01.2026). Die vorgenannten Waren des jüngeren Zeichens weisen daher mit Waschseifen Überschneidungen in der Zweckbestimmung auf; auch werden diese über identische Vertriebskanäle veräussert. Mithin kann zum Oberbegriff «*savons*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke von starker Gleichartigkeit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Schuhwichse*» (Klasse 3) werden zur Pflege von Schuhen gebraucht und nach deren Reinigung verwendet. Schuhpflegemittel werden u.a. im Set verkauft und enthalten neben Bürsten und Schuhpflegemittel auch Lederseifen (vgl. https://www.sancho-store.ch/de/schuhpflegeset?srsId=AfmBOooGPacDuv8TRmAcdcwvu5Pw6KUctSKOdIA1rjAHBiCt9r7rh_a, eingesehen am 21.01.2026). Da Lederseifen eine sinnvolle Ergänzung zur Schuhwichse darstellen und vom gleichen Hersteller auf dem Markt angeboten werden, ist zum Oberbegriff «*savons*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke von Gleichartigkeit auszugehen.

Zudem wird Nerzöl zur Schuhpflege eingesetzt (vgl. <https://saphir.paris/de/products/nerzol>, eingesehen am 21.01.2026). Folglich sind auch Überschneidungen zwischen den vorgenannten angefochtenen Produkten («*Schuhwichse*») und «*huiles de nettoyage*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke gegeben, da es sich um Waren handelt, die zu vergleichbaren Zwecken (Pflege / Reinigung) eingesetzt werden. Es besteht daher wiederum Gleichartigkeit.

Die angefochtenen «*Parfüms*» (Klasse 3) fallen unter die Waren «*produits de parfumerie*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke. Es besteht nicht weiter zu erläuternde Gleichheit. Zudem bestehen Überschneidungen mit den Waren «*préparations de parfums d'atmosphère*» (Klasse 3) der

Widerspruchsmarke, so dass auch zu vorgenannten Produkten des Widerspruchzeichens starke Gleichartigkeit gegeben ist.

Klasse 5

Die angefochtenen Waren «*Abmagerungstabletten; Arzneimittel für humanmedizinische Zwecke; Arzneimittel für tierärztliche Zwecke; Chemische Kontrazeptiva; Kollyrium; Mittel zur Reduzierung der sexuellen Aktivität; Pharmazeutische Präparate*» (Klasse 5) stellen entweder pharmazeutische Präparate dar oder können unter Pharmazeutika subsumiert werden. Folglich besteht zu den Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke offensichtliche Gleichheit.

Die angefochtenen Waren «*Antibakterielle Handwaschmittel; Antibakterielle Seifen; Desinfektionsmittel*» (Klasse 5) verfolgen den Zweck, Krankheiten zu behandeln, vorzubeugen und deren Übertragung zu verhindern, indem sie z.B. die menschliche Haut, Flächen und Arbeitsmaterial vor Infektionserregern desinfizieren und reinigen (vgl. <https://pflgewiki.eu/index.php/Desinfektionsmittel>, eingesehen am 21.01.2026). Weiter gelten insbesondere die Desinfektionsprodukte zur Wundversorgung und zur präoperativen Hautdesinfektion als Arzneimittel (vgl. Merkblatt «Regulierung der Desinfektionsmittel in der Schweiz» der Swissmedic unter <https://www.swissmedic.ch/swissmedic/de/home/services/delimitation/humanbereich.html>, eingesehen am 21.01.2026).

Zwischen den vorgenannten Waren des angefochtenen Zeichens bestehen demzufolge Berührungspunkte mit den Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke, da beide z.B. eine desinfizierende Wirkung entfalten können (vgl. Bundesverwaltungsgericht [nachfolgend: BVGer] B-5119/2014, E. 5.4 *VISUDYNE / VIVADINE*). Sie gehören demselben Markt an und es bestehen Übereinstimmungen in den Herstellungsstätten, im verwendeten Knowhow und im Verwendungszweck. Eine starke Gleichartigkeit kann daher bejaht werden.

Zudem können die Waren «*Antibakterielle Handwaschmittel; Antibakterielle Seifen; Desinfektionsmittel*» (Klasse 5) des jüngeren Zeichens auch unter die Waren «*préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke fallen; diesbezüglich kann sogar von nicht weiter zu erläuternder Gleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Babyhöschenwindeln; Babywindeln; Damenbinden; Windeln für Heimtiere*» (Klasse 5) werden zum hygienischen und sicheren Auffangen und Aufsaugen von Urin, Stuhl oder Blut eingesetzt und sind aufgrund der gleichen Bestimmung («Hygiene») als stark gleichartig zu den Waren «*préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke zu qualifizieren.

Die angefochtenen Waren «*Babynahrungsmittel; Säuglingsanfangsnahrung*» (Klasse 5) sind offensichtlich gleich zu den Waren «*aliments pour bébés*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke einzustufen.

Bei den angefochtenen Waren «*Ballaststoffe; Diätische Substanzen für medizinische Zwecke; Diätahrungsmittel für medizinische Zwecke; Fermente für pharmazeutische Zwecke; Kandiszucker für medizinische Zwecke; Kollagen für medizinische Zwecke; Lebertran*» (Klasse 5) handelt es sich um Lebensmittel, die teilweise als Ergänzung eingenommen und zu medizinischen oder diätetischen Zwecken verwendet werden. Da diese unter die Oberbegriffe «*substances et nourriture diététiques ainsi que produits à boire diététiques à usage médical ou vétérinaire; compléments nutritionnels pour êtres humains et animaux, en particulier compléments nutritionnels autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou de fibres, partiellement enrichis en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments, ainsi que compléments nutritionnels, autres qu'à usage médical, y compris en tant que conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke fallen können, kann von Gleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Medizinische Tees*» (Klasse 5) sind offensichtlich gleich zu den Waren «*herbes, extraits d'herbes ainsi que thés et tisanes, tous à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke.

Die angefochtenen Waren «*Fungizide*» (Klasse 5) können zur Bekämpfung von Fusspilz Verwendung finden und fallen daher unter die Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke. Diese sind folglich als gleich einzustufen.

Als Gleitmittel werden verschiedene zähe Flüssigkeiten, Gele oder Cremes bezeichnet, die der Reibungsminderung dienen. Neben technischen Einsatzzwecken werden Gleitmittel sowohl in der Medizin als auch beim Geschlechtsverkehr verwendet (vgl. <https://flexikon.doccheck.com/de/Gleitmittel>, eingesehen am 21.01.2026). Stimulationsgele erhöhen hingegen die Empfindlichkeit im Intimbereich. Da zwischen den angefochtenen Waren «*Gele zur sexuellen Stimulation; Intimgleitmittel*» (Klasse 5) und den Waren «*préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke Überschneidungen im Verwendungszweck (Intimbereich) und der Konsistenz (Gel) und folglich im Herstellungsknowhow bestehen können, kann eine Gleichartigkeit bejaht werden. Zudem werden die Waren wiederum von gleichen Konsumentengruppen nachgefragt und diese über gleiche Vertriebsstellen verkauft (z.B. Apotheken oder Drogerien).

Die angefochtenen Waren «*Insektenvertilgungsmittel; Insektizide; Weihrauch als Insektenabwehrmittel*» (Klasse 5) sind u.a. Pestizide, die zur Abtötung, Vertreibung oder Hemmung von Insekten und deren Entwicklungsstadien verwendet werden. Insektizide werden in der Land- und Forstwirtschaft, zum Vorrats- und Materialschutz sowie im Hygienebereich und in privaten Haushalten angewendet (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Insektizid>, eingesehen am 21.01.2026). Weihrauch kann aufgrund der umfangreichen Wirkungsweisen auch medizinisch eingesetzt werden (vgl. <https://flexikon.doccheck.com/de/Weihrauch>, eingesehen am 21.01.2026). Da Berührungspunkte im Anwendungsbereich (Hygiene) oder der Produktart (Weihrauch) existieren, kann zu den Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires; préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke von Gleichartigkeit ausgegangen werden (vgl. auch Widerspruchsentscheid des IGE Nr. 12638 *Metavit / MEDLAFIT*, III. B. Ziff. 5, einsehbar in der Prüfungshilfe des IGE unter <https://ph.ige.ch/ph/>).

Die angefochtenen Waren «*veterinärmedizinische Waschlotionen; Luftreinigungsmittel*» (Klasse 5) sind offensichtlich gleich zu den Waren «*produits pour laver les animaux; préparations pour l'épuration d'air*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke.

Die angefochtenen Waren «*Medizinische Futtermittel*» (Klasse 5) können auch «diätetische Futtermittel» umfassen, so dass zu den Waren «*substances et nourriture diététiques ainsi que produits à boire diététiques à usage médical ou vétérinaire*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke aufgrund der bestehenden Überschneidungen starke Gleichartigkeit gegeben ist.

Die Waren «*compléments nutritionnels pour êtres humains et animaux, en particulier compléments nutritionnels autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou de fibres, partiellement enrichis en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments, ainsi que compléments nutritionnels, autres qu'à usage médical, y compris en tant que conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke enthalten aufgrund der Formulierung «en particulier» eine nicht abschliessende Aufzählung, so dass de facto «*compléments nutritionnels pour êtres humains et animaux*» beansprucht werden.

Bei den angefochtenen Waren «*Mineralische Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel auf Basis von Acai-Pulver; Nahrungsergänzungsmittel aus Albumin; Nahrungsergänzungsmittel aus Alginaten; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Gelee royale; Nahrungsergänzungsmittel aus Glukose [Traubenzucker]; Nahrungsergänzungsmittel aus Hefe; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamen; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamenöl; Nahrungsergänzungsmittel aus Lezithin; Nahrungsergänzungsmittel aus Pollen; Nahrungsergänzungsmittel aus Propolis; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; Nahrungsergänzungsmittel aus Weizenkeimen; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Nahrungsergänzungsmittel mit kosmetischer Wirkung*» (Klasse 5) handelt es sich allesamt um Nahrungsergänzungsmittel, die unter die vorgenannten Waren der Klasse 5 der Widerspruchsmarke fallen. Es kann mithin von Gleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Vaginalspülungen für medizinische Zwecke*» (Klasse 5) werden zu Hygienezwecken eingesetzt und sind mithin unter die «*préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke zu subsumieren. Es besteht nicht weiter zu erläuternde Gleichheit.

Die angefochtenen Waren «*Vitaminpräparate*» (Klasse 5) sind offensichtlich gleich zu den Waren «*préparations de vitamines*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke einzustufen.

Klasse 30

Die angefochtenen Waren «*Algen [Würzstoff]; Aromastoffe für Getränke, ausgenommen ätherische Öle; Chow-chow [Würzmittel]; Gemahlener Ingwer; Gewürzmischungen; Kochsalz; Miso; Würzmittel; Sossen [Würzen]; Senf; Relish [Würzmittel]*» (Klasse 30) können alle zum Würzen oder Aromatisieren eingesetzt werden und fallen daher unter die Waren «*aromatisants autres que huiles essentielles, en particulier pour produits à boire*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke. Es ist von Gleichheit auszugehen.

Die angefochtenen Waren «*Auszugsmehl; Kartoffelmehl; Maismehl; Mehle*» (Klasse 30) lassen sich unter die als gleich zu beurteilenden Waren «*farine*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke subsumieren.

Bei den angefochtenen Waren «*Backpulver; Hefe; Speisenaatron [Natriumbicarbonat]*» (Klasse 30) handelt es sich um sogenannte Triebmittel, die im Backprozess und folglich in der Bäckerei eingesetzt und teilweise dort zum Verkauf angeboten werden. Somit kann zwischen den vorgenannten Produkten der jüngeren Marke und den Waren «*farine*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke von Gleichartigkeit ausgegangen werden (vgl. BVGer B-3622/2010 – *WURZELBROT / WURZEL-RUSTI*).

Die angefochtenen Waren «*Brot; Feine Backwaren; Getreideflocken; Getreidepräparate; Getreidesnacks; Haferflocken; Nahrungsmittel auf der Grundlage von Hafer; Nudeln; Popcorn*» (Klasse 30) sind verarbeitete Produkte, die mehrheitlich auf Getreide, Hafer oder Mais basieren. Da grosse Überschneidungen zu den Waren «*préparations à base de céréales pour la consommation, se composant en particulier de blé, maïs, riz et avoine sous forme de flocons, semoule, gruaux, son, y compris sucrés, épicés ou aromatisés; préparations alimentaires à base des préparations céréalières précitées; céréales; barres de céréales; encas à base de céréales; muesli*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke bestehen, ist zumindest starke Gleichartigkeit gegeben. Soweit es sich um identische Vergleichswaren handelt, kann sogar von Gleichheit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Reissnacks; Reis*» (Klasse 30) sind offensichtlich gleich zu den Waren «*Riz; encas à base de riz*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke zu qualifizieren.

Bei den angefochtenen Waren «*Bonbons; Eiscreme; Fondants [Konfekt]; Geleefrüchte [Süsswaren]; Kaugummi; Kekse; Kuchen; Pfefferminzbonbons; Zuckerwaren, Konfekt; Schokolade*» (Klasse 30) handelt es sich um Süsswaren, die als Zwischenmahlzeit oder Dessert eingenommen werden können. Da die Waren «*préparations à base de céréales pour la consommation, se composant en particulier de blé, maïs, riz et avoine sous forme de flocons, semoule, gruaux, son, y compris sucrés, épicés ou aromatisés; préparations alimentaires à base des préparations céréalières précitées; céréales; barres de céréales; encas à base de céréales; muesli*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke als süsse Zwischenmahlzeit den gleichen Zweck erfüllen und von gleichen Konsumentengruppen nachgefragt werden, besteht starke Gleichartigkeit.

Das Gleiche gilt auch für die angefochtenen Waren «*Speiseeispulver; Pulverförmige Kuchenmischungen*» (Klasse 30), die als quasi-fertige Vorstufe des Endproduktes einzig mit frischen Zutaten wie Butter, Eier oder Milch ergänzt werden müssen, um Süsswaren wie Speiseeis oder Kuchen herzustellen.

«*Gelée royale*» ist der Futtersaft, mit dem die Honigbienen ihre Königinnen aufziehen (vgl. https://de.wikipedia.org/wiki/Gel%C3%A9e_royale, eingesehen am 21.01.2026). Dieser wird u.a. als Nahrungsergänzungsmittel eingesetzt und besteht aus Wasser (ca. 60-70 %), Kohlenhydraten (Zucker wie Glucose & Fructose), Proteinen und Aminosäuren (inkl. essentieller Aminosäuren) und Fetten (inkl. spezifischer Fettsäuren wie 10-HDA). Dazu kommen zahlreiche B-Vitamine (besonders Pantothenensäure/B5), Mineralstoffe (z.B. Kalium, Magnesium, Eisen), Spurenelemente und Spuren von Hormonen sowie weitere bioaktive Substanzen.

Zwischen den angefochtenen Waren «*Gelée royale*» (Klasse 30) und den Waren «*aliments diététiques, autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou fibres, en partie avec adjonction de vitamines et/ou minéraux et/ou oligo-éléments, compris dans cette classe*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke kann von Gleichartigkeit ausgegangen werden, da es sich wie diätetische Lebensmittel um ein Spezialnahrungsmittel handelt, das Überschneidungen in der Zusammensetzung aufweist und folglich von gleichen Abnehmerkreisen nachgefragt wird.

Des Weiteren decken sich die angefochtenen Waren «*Gelée royale*» (Klasse 30) mit den Waren «*compléments nutritionnels pour êtres humains et animaux, en particulier compléments nutritionnels autres qu'à usage médical, à base de glucides et/ou de fibres, partiellement enrichis en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments, ainsi que compléments nutritionnels, autres qu'à usage médical, y compris en tant que*»

conserves et sous forme de plats pré-cuisinés composés de viande, poisson, fruits et/ou légumes avec une teneur réduite en sel ou en calories ou à teneur enrichie en vitamines, minéraux et/ou oligo-éléments» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke, so dass auch diesbezüglich von hochgradiger Gleichartigkeit ausgegangen werden kann (vgl. BVGer B-1828/2025, E. 5.3.4 – *NEUTROGENA / NUTRIGENE*).

Die angefochtenen Waren «*Honig; Kandiszucker*» (Klasse 30) werden wie die Waren «*édulcorants naturels; glucose alimentaire*» (Klasse 30) zum gleichen Zweck, nämlich zum Süssen eingesetzt und können sich gegenseitig substituieren. Folglich kann von starker Gleichartigkeit ausgegangen werden.

Die angefochtenen Waren «*Kaffee; Tee*» (Klasse 30) werden zur Herstellung von Getränken eingesetzt. Soweit sich vorgenannte Produkte mit den Waren «*succédanés de café; herbes, extraits d'herbes ainsi que thés et tisanes, les produits précités n'étant en aucun cas destinés à un usage médical; produits à boire à base de thé*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke decken, besteht Gleichheit. Soweit sie über vorgenannte angefochtene Waren hinausgehen, besteht aufgrund der gleichen Bestimmung und des Umstands, dass es sich um Substitutionsprodukte handelt, starke Gleichartigkeit.

Die angefochtenen Waren «*Sushi; Pizzas*» (Klasse 30) basieren auf Reis und Getreide. Folglich besteht zu den Waren «*préparations à base de céréales pour la consommation, se composant en particulier de blé, maïs, riz et avoine sous forme de flocons, semoule, gruaux, son, y compris sucrés, épicés ou aromatisés; préparations alimentaires à base des préparations céréalières précitées*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke, welche aus identischen Ausgangsstoffen hergestellt sind, über gleiche Vertriebskanäle angeboten und von identischen Konsumentengruppen erworben werden, starke Gleichartigkeit.

Die angefochtenen Waren «*Stärke für Nahrungszwecke*» (Klasse 30) sind Verdickungsmittel die aus Mais oder Kartoffeln gewonnen werden und für Saucen, Suppen oder Desserts Verwendung finden. Da Mehl auch als Saucenbinder eingesetzt werden kann und somit die gleiche Funktion erfüllt, besteht zu den Waren «*farine*» (Klasse 30) der Widerspruchsmarke starke Gleichartigkeit.

Klasse 10

Es existieren Insulinpumpen auf dem Markt, die über Sensoren verfügen, welche den Blutzuckergehalt messen und automatisch die Insulinabgabe anpassen (vgl. https://www.medtronic-diabetes.com/de-CH/minimed-780g-system-info?gad_source=1&gad_campaignid=17434581502&gclid=EAlaIqobChMlo6D6zfWZkgMVUpKDBx26BAEaEAAYAAEgJ-m_D_BwE, eingesehen am 21.01.2026).

Folglich stellen diese ein sinnvolles Hilfsmittel resp. eine sinnvolle Ergänzung zum verabreichten Insulin dar. Eine Gleichartigkeit zwischen den angefochtenen Waren «*Blutzuckermessgeräte*» (Klasse 10) und den Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke, welche Insulin umfassen können, ist mithin zu bejahen.

Da medizinische Kühlgels unter die Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke subsumiert werden und eine Kühl-Alternative zu den angefochtenen Waren «*Eisbeutel für medizinische Zwecke; Kühlpflaster für medizinische Zwecke*» (Klasse 10) darstellen, kann eine Gleichartigkeit bejaht werden, da sie als Substitutionsprodukt von gleichen Konsumentengruppen nachgefragt und über identische Verkaufskanäle veräussert werden.

Die angefochtenen Waren «*Flaschensauger*» (Klasse 10) werden als Bestandteil von Milchschoppen zur Ernährung von Babies eingesetzt und stellen eine sinnvolle Ergänzung zu den angefochtenen Waren «*aliments pour bébés*» (Klasse 5) dar. Folglich ist eine Gleichartigkeit gegeben, da die Vergleichswaren von gleichen Konsumentengruppen nachgefragt und über identische Vertriebsstätten (Apotheken / Drogerien) zum Verkauf angeboten werden.

https://www.google.com/search?q=Galvanische+Therapieger%C3%A4te&client=firefox-b-e&hs=xiCp&sca_esv=151c323f417ae83f&channel=entpr&ei=8Yxwac6RFoWo9u8PIZTTqAc&ved=2ahUKEwiW0PqmpySaxU3gv0HHbJtLWsQgK4QegQIARAB&uact=5&oq=%22galvanische+therapieger%C3%A4te%22&gs_lp=Egxnd3Mtd2l6LXNlcniAHSJnYXw2YW5pc2NoZSB0aGVyYXBPZWdlcsOkdGUIMgYQABgNGB4yCBAAGIAEGKIEGgQABiABBiiBDIFEAAAY7wVI6xZQIglYnhFwAXgBkAEAmAGGAaAB8wKqAQMWLjO4AQPIAQD4AQGYAgSgApADwglKEAAAYsAMY1gQYR8ICBxAAGIAEGA2YAwDiAwUSATEgQlGGAZAGCJIHAzEuM6AHyAuyBwMwLjO4B4gDwgcDMi00yAcTgAgA&sclient=gws-wiz-serp&mstk=AUTExfDmPaOGdz_3tG4Va9MSLfKaK-

[soNjgYEIQeo4SzKHNNnOiGjfssuS5E2hmLsZQmTO5IRFgKv8QdF7Te4Ioid3Swh5WebduGhGWRtnft8S0lVeVU RsOPP4Ry5nts2CcBo0&csui=3Galvanische Therapiegeräte](https://de.pinoshop.ch/massage.html) sind medizinische bzw. kosmetische Geräte, die schwache, konstante elektrische Ströme nutzen, um therapeutische Effekte zu erzielen, wie die Durchblutung zu fördern, Schmerzen zu lindern oder die Aufnahme von Wirkstoffen zu verbessern und werden häufig in der Physiotherapie, Rehabilitation und im Wellness-Bereich eingesetzt. Geräte für die Physiotherapie können Massagegeräte umfassen, welche üblicherweise auf dem Markt mit den entsprechenden Massageölen oder -cremen angeboten werden (vgl. <https://de.pinoshop.ch/massage.html>, eingesehen am 21.01.2026).

Auch werden Massagegeräte ohne weiteres mit den entsprechenden Massageölen oder im Kosmetikbereich mit den entsprechenden Cremes zur ganzheitlichen Behandlung oder zur Unterstützung der Wirkung verwendet. Zudem existieren u.a. vibrierende Ganzkörpermassagegeräte (vgl. <https://biotroniccareinternational.com/product/g5-full-body-massager-for-physiotherapy-and-slimming-heavy-duty-with-5-heads/>, eingesehen am 21.01.2026), für welche ein vorgängiger Einsatz von Massageöl empfohlen wird. Des Weiteren sind Kopfmassagegeräte nachweisbar, welche über einen integralen Öleinlass verfügen (vgl. https://us.breo.com/products/scalp3-trilogy-massager?srltid=AfmBOoo6KN-MeW2UPu-ksWuQd28h1J3fBHnZRd_2yE2NP3PI506vTXVL, eingesehen am 21.01.2026). Folglich bestehen zwischen den angefochtenen Waren «*Galvanische Therapiegeräte; Geräte für die Physiotherapie; Massagegeräte; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Vibromassagegeräte*» (Klasse 10) und den Waren «*préparations pour soins du corps, des cheveux et de beauté; produits cosmétiques pour êtres humains ou animaux*» (Klasse 3) der Widerspruchsmarke eine (entfernte) Gleichartigkeit, da diese gewöhnlicherweise zusammen verwendet und teilweise zusammen auf dem Markt angeboten werden (vgl. auch Widerspruchsentscheid des IGE Nr. 104285 *miu miu (fig.) / miu miu (fig.)*, III. B. Ziff. 6 ff., einsehbar in der Prüfungshilfe des IGE unter <https://ph.ige.ch/ph/>).

Gemäss Rechtsprechung sind chirurgische und ärztliche Apparate und Instrumente gleichartig mit pharmazeutischen und veterinärmedizinischen Erzeugnissen, weil sie einander ergänzen und Erstere zur Anwendung Letzterer gebraucht und häufig zusammen angeboten werden (vgl. RKGE in sic! 2006, 86, E. 4 – *PROTEOS / PROTONS*). Folglich kann eine Gleichartigkeit zwischen den angefochtenen Waren «*Medizinische Apparate und Instrumente; Verdampfer für medizinische Zwecke; Veterinärmedizinische Apparate und Instrumente; Zahnärztliche Instrumente*» (Klasse 10) und den Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke bejaht werden. Auch ist eine Gleichartigkeit zwischen den vorgenannten Waren der Klasse 5 der Widerspruchsmarke und den angefochtenen Waren «*Elektrische zahnärztliche Geräte*» (Klasse 10) gegeben, da diese u.a. computergesteuerte Geräte zur nadelfreien Abgabe von Anästhetikum umfassen können (vgl. <https://magicalsmiles.com.au/general-dentistry/the-wand/>, eingesehen am 21.01.2026).

Da chemische Kontrazeptiva unter die Waren «*Préparations pharmaceutiques et vétérinaires*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke subsumiert werden und eine Verhütungsalternative zu den angefochtenen Waren «*Nicht chemische Kontrazeptiva; Präservative [Kondome]*» (Klasse 10) darstellen, kann wiederum von Gleichartigkeit ausgegangen werden.

Auf Schuhe oder Sportschuhe spezialisierte Geschäfte bieten u.a. Orthopädiendienstleistungen an (<https://www.bergerschuhe.ch/service-orthopaedie.html>, eingesehen am 21.01.2026) und verkaufen z.B. individuell angepasste orthopädische Sohlen. Folglich besteht zwischen den angefochtenen Waren «*Orthopädische Sohlen*» (Klasse 10) und den Waren «*articles chaussants; chaussures de sport*» (Klasse 25) der Widerspruchsmarke Gleichartigkeit.

Die angefochtenen Waren «*Vaginalspritzen*» (Klasse 10) können zum Spülen der Vagina eingesetzt werden und sind daher als sinnvolle Ergänzung zu den Waren «*préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke, welche medizinische Vaginalspülungen umfassen können, einzustufen. Es kann mithin von Gleichartigkeit ausgegangen werden.

Für die Zungenreinigung können entweder Geräte oder Seren eingesetzt werden (vgl. www.freshz.ch/bergenfeld-zungenreinigungs-serum?gad_source=1&gad_campaignid=22784383859&gclid=EAlaIqobChMlr9YvvaZkgMVZbKDBx3tPR3oEAQYBiABEgJgkvD_Bw_, eingesehen am 21.01.2026). Da die angefochtenen Waren «*Zungenreinigungsgeräte*» (Klasse 10) eine Alternative zu den Waren «*préparations d'hygiène à usage médical*» (Klasse 5) der Widerspruchsmarke darstellen, welche Zungenserum umfassen können, kann eine Gleichartigkeit bejaht werden.

Bei den angefochtenen Waren «*Elastische Bandagen, nicht für Verbände; Sexpuppen; Akupunkturnadeln; Apparate zur körperlichen Rehabilitation für medizinische Zwecke; Blutdruckmessgeräte; Chirurgisches Nahtmaterial; Elektroakupunkturgeräte; Fräsbohrer für Zahnärzte; Herzfrequenzmonitore; Hörgeräte; Krücken; Lampen für medizinische Zwecke; Laser für medizinische Zwecke; Messer für chirurgische Zwecke; Ohrstöpsel [Gehörschutz]; Orthopädische Gürtel; Sexspielzeug; Spirometer [medizinische Geräte]; Thermokissen für Erste Hilfe; Thermometer für medizinische Zwecke; Zahnprothesen*» (Klasse 10) handelt es sich hingegen um Produkte die per se Verwendung finden und nicht ergänzend mit Waren der Klassen 3, 5 oder 25 zum Einsatz kommen. Da sie kein sinnvolles Zubehör zu den vorgenannten Produkten darstellen, ist eine Gleichartigkeit zu verneinen. Auch zu den übrigen Waren und Dienstleistungen der Klassen 14, 29, 30, 32 und 35 der Widerspruchsmarke bestehen bloss funktionelle Zusammenhänge (z.B. Detailhandel mit den angefochtenen Waren in Klasse 35; vgl. auch Bundesgericht [nachfolgend: BGer] 4A_22/2019, E. 2.2.2 – OTTO / OTTO'S), welche für die Gleichartigkeit regelmässig unbeachtlich sind (vgl. hierzu auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.3).

Selbst wenn Warenproduzenten der Klassen 3, 5, 14, 25, 29, 30 und 32 breit diversifizieren, reicht dies nicht aus, um zwischen vorgenannten Warensegmenten und den angefochtenen Produkten der Klasse 10 von Gleichartigkeit ausgehen zu können, da diesen die marktlogische Nähe fehlt und sie nicht ins gleiche Warenangebot passen (vgl. auch BGer in sic! 2010, 353 – Davidoff Coolwater / cool water, E. 5.6.2).

Hinsichtlich der Dienstleistungen der Klasse 35 der Widerspruchsmarke ist dem IGE ferner keine Marktübung bekannt, dass in der Werbung, im Marketing, der Geschäftsführung und im Detailhandel tätige und Büroarbeiten sowie Öffentlichkeitsarbeit ausführende Anbieter auch in den Bereich der Herstellung von Waren der Klasse 10 der angefochtenen Marke diversifizieren. Im Übrigen wird die Gleichartigkeit zwischen Detailhandel der Klasse 35 und einzelnen Waren der Klassen 1 bis 34 gemäss ständiger Praxis und Rechtsprechung verneint (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.3).

Mithin ist zwischen den vorgenannten Waren- resp. Dienstleistungskategorien der Vergleichszeichen kein markenrelevanter Bezug ersichtlich. Bei einer anderen Beurteilung würde das Spezialitätsprinzip, wonach der Markenschutz nur für diejenigen Waren und / oder Dienstleistungen besteht, für die das Zeichen hinterlegt und eingetragen wurde, denn auch gesprengt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1).

6. Weiter bleibt zu beachten, dass auch die zwischen Markenähnlichkeit und Produkte- resp. Dienstleistungsgleichartigkeit bestehende Wechselwirkung nicht so weit geht, dass die (gegebenenfalls erhöhte) Kennzeichnungskraft die fehlende Gleichartigkeit kompensieren könnte (vgl. BGer in sic! 2010, 353 – Davidoff Coolwater / cool water sowie Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Die Wechselwirkung zwischen der Ähnlichkeit zweier Zeichen und der Gleichartigkeit der Waren und / oder Dienstleistungen unterliegt gemäss höchstrichterlicher Rechtsprechung insofern einer absoluten Grenze, als die Bekanntheit eines Zeichens, welche im Zusammenhang mit den Produkten und / oder Dienstleistungen einer bestimmten Klasse erworben wurde, nicht auf andere Produkte und / oder Dienstleistungen einer anderen Klasse übertragen werden kann (vgl. BGer in sic! 2010, 353, E. 5.6.1, 5.6.3 – Davidoff Coolwater / cool water). Auch die Annahme einer allenfalls erweiterten Kennzeichnungskraft und eines entsprechend erweiterten Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke würde somit in Anbetracht der zitierten Rechtsprechung vorliegend nicht zu einer abweichenden Beurteilung der Waren- und / oder Dienstleistungsgleichartigkeit führen.
7. Soweit eine Gleichartigkeit zwischen den verbleibenden angefochtenen Waren der Klasse 10 und den Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 5, 14, 25, 29, 30, 32 und 35 der Widerspruchsmarke ausgeschlossen werden kann, ist es nicht mehr nötig, diesbezüglich die Zeichenähnlichkeit zu prüfen, da in diesem Fall eine Verwechslungsgefahr aufgrund ausdrücklicher Gesetzesvorschrift von vornherein ausgeschlossen ist (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5, mit weiteren Hinweisen).
8. Der Widerspruch ist folglich hinsichtlich der angefochtenen Waren «*Elastische Bandagen, nicht für Verbände; Sexpuppen; Akupunkturnadeln; Apparate zur körperlichen Rehabilitation für medizinische Zwecke; Blutdruckmessgeräte; Chirurgisches Nahtmaterial; Elektroakupunkturgeräte; Fräsbohrer für Zahnärzte; Herzfrequenzmonitore; Hörgeräte; Krücken; Lampen für medizinische Zwecke; Laser für medizinische Zwecke; Messer für chirurgische Zwecke; Ohrstöpsel [Gehörschutz]; Orthopädische Gürtel; Sexspielzeug; Spirometer [medizinische Geräte]; Thermokissen für Erste Hilfe; Thermometer für medizinische Zwecke; Zahnprothesen*» (Klasse 10) bereits aufgrund fehlender Gleichartigkeit abzuweisen.

9. Die Gleichheit resp. Gleichartigkeit aller angefochtenen Waren der Klassen 3, 5 und 30 sowie der Waren «Blutzuckermessgeräte; Eisbeutel für medizinische Zwecke; Elektrische zahnärztliche Geräte; Flaschensauger; Galvanische Therapiegeräte; Geräte für die Physiotherapie; Kühlpflaster für medizinische Zwecke; Massagegeräte; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Medizinische Apparate und Instrumente; Nicht chemische Kontrazeptiva; Orthopädische Sohlen; Präservative [Kondome]; Vaginalspritzen; Verdampfer für medizinische Zwecke; Veterinärmedizinische Apparate und Instrumente; Vibromassagegeräte; Zahnärztliche Instrumente; Zungenreinigungsgeräte» (Klasse 10) wurde hingegen bejaht, so dass nachfolgend somit 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 kombinierte Wort-Bildmarke «LR» (fig.) (Widerspruchsmarke) und die Wortmarke «LeLR» (angefochtene Marke) gegenüber.
3. Die Frage, ob bei aus Wort- und Bildelementen kombinierten Marken der Wort- oder der Bildbestandteil dominierend oder ausschlaggebend ist, muss von Fall zu Fall entschieden werden. Letztlich ausschlaggebend für die Beurteilung ist der Gesamteindruck. Schematische Regeln sind abzulehnen, und weder dem Wort- noch dem Bildelement kommt vermutungsweise ein Vorrang zu. Ausschlaggebend ist vielmehr immer die Kennzeichnungskraft der einzelnen Elemente. Besteht der Bildbestandteil allerdings bloss aus untergeordnetem, figurativem Beiwerk, so kann er vernachlässigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.3).
4. Die Widerspruchsmarke wurde ohne Farbanspruch geschützt und kann folgendermassen wiedergegeben werden:

Widerspruchsmarke



Die Widerspruchsmarke besteht aus dem in einer Standardschriftart und in Grossbuchstaben gehaltenen Kürzel «LR»; ins Auge fällt, dass die Einzelbuchstaben «L» und «R» nicht nebeneinander positioniert, sondern ineinandergeschoben wurden. Folglich steht der linke Teil des Buchstabens R oberhalb des horizontalen Balkens des Buchstabens L.

5. Die grafische Ausgestaltung des älteren Zeichens fällt kaum ins Auge und wird deshalb einzig als Zierde wahrgenommen. Da diese den Gesamteindruck des Zeichens wenig beeinflusst, dient das im Fokus liegende Wortelement «LR» dem Publikum, insbesondere im mündlichen Geschäftsverkehr, als wesentlicher Orientierungspunkt resp. zur Bezeichnung der Marke, weshalb gegebenenfalls bereits bei einer Zeichenähnlichkeit der Wortbestandteile eine Verwechslungsgefahr resultieren kann. Des Weiteren ist der Umstand, dass die Widerspruchsmarke ausschliesslich in Grossbuchstaben, die angefochtene Marke hingegen in Gross- und Kleinbuchstaben gehalten ist, grundsätzlich unbeachtlich, da

zumindest reine Wortmarken unabhängig von ihrer konkreten grafischen Gestaltung geschützt sind und daher beim Vergleich des Schriftbilds nicht auf eine typografische Darstellung abzustellen ist. Gemäss Rechtsprechung vermag die Gross- und Kleinschreibung das Erinnerungsbild des Gesamteindrucks in der Regel nicht zu prägen (vgl. zuletzt BVGer B-4246/2022, E. 5.5 – *You See Augenlaser (fig.) / EYE SEE YOU AUGENLASER (fig.)* mit Hinweisen).

6. Werden die in den Vergleichszeichen vorhandenen Wortbestandteile verglichen, stehen sich die Elemente «LR» (Widerspruchsmarke) und «LeLR» (angefochtene Marke) gegenüber.
7. 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.]*).
8. Die widerspruchsgegnersische Partei hat die Widerspruchsmarke vollständig in die angefochtene Marke übernommen und dieser einzig am Wortanfang das weitere Wortelement «Le» vorangestellt. Aufgrund der Schreibweise wird das angefochtene Zeichen ohne Weiteres in die Elemente «Le» und «LR» getrennt und die vorgenannten Wortbestandteile trotz Zusammenzug als selbständige Markenbestandteile erkannt. Da das Zeichen als Ganzes nicht aussprechbar ist, wird in «Le» a priori der männliche französische Artikel erkannt, der insgesamt als untergeordnet eingestuft werden kann, da dieser einzig das folgende Element hinsichtlich des Geschlechts und der Zahl präzisiert.
 Im weiteren Zeichenbestandteil «LR» wird in erster Linie ein Akronym gesehen, welches «EL-ER» ausgesprochen wird. Die Übereinstimmung der Widerspruchsmarke mit dem zweiten der beiden Wortbestandteile der angefochtenen Marke führt dazu, dass sich die Vergleichszeichen bezüglich der Buchstabenart als auch -position in zwei von vier Buchstaben decken. Auch kann von ähnlichen Vokal- [E-E (Widerspruchsmarke) / e-E-E (angefochtene Marke)] und Konsonantenfolgen [L-R (Widerspruchsmarke) / L-L-R (angefochtene Marke)] ausgegangen werden. Die Abweichungen zwischen den Vergleichszeichen haben jedoch einen Unterschied in der Silbenzahl [2 (Widerspruchsmarke) / 3 (angefochtene Marke)] und der Kadenz zur Folge.
9. Im Hinblick, dass die angefochtene Marke als zweiteiliges Zeichen, bestehend aus den Elementen «Le» und «LR», wahrgenommen wird und die Vergleichszeichen im angefochtenen Zeichen separat erkannten und im Vordergrund stehenden Bestandteil «LR» übereinstimmen, besteht aufgrund der festgestellten Gemeinsamkeiten demzufolge insbesondere auf schriftbildlicher, aber auch auf klanglicher Ebene eine Ähnlichkeit zwischen den Vergleichszeichen.
10. 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.).
11. Semantisch besteht die Widerspruchsmarke aus dem Kürzel «LR», welchem unterschiedliche Bedeutungen zukommen (vgl. <https://en.wikipedia.org/wiki/LR>, <https://de.wikipedia.org/wiki/LR>; <https://www.abkuerzungen.de/result.php?searchterm=lr&language=de>, <https://www.acronymfinder.com/LR.html>, eingesehen am 21.01.2026). Neben einer firmenmässigen Verwendung wird «LR» als ISO-Ländercode für Liberia gebraucht. Dieser ist in der Schweiz als unbekannt einzustufen. Da sich das Kürzel für das chemische Element Lawrencium mit einem kleinen r schreibt, fällt dieses auch ausser Betracht. Die Konsumenten werden dem Widerspruchszeichen daher mehrheitlich keinen klaren Sinngehalt zuordnen.
12. Die angefochtene Marke «LeLR» weist neben der Kurzform «LR» das weitere Element «Le» auf. Als französischer Artikel wird dieses mit «der» übersetzt. Des Weiteren handelt es sich bei «Le» um einen Familiennamen (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/LE>, <https://en.wikipedia.org/wiki/LE> eingesehen am

21.01.2026), der in der Schweiz jedoch nicht weit verbreitet vorkommt (<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/namen-schweiz.assetdetail.36062346.html>, eingesehen am 21.01.2026). Die weiteren Bedeutungen als Abkürzung stehen aufgrund der Schreibweise nicht im Vordergrund resp. in der Schreibweise «Le» wird keine Abkürzung erkannt (die korrekte Abkürzung für z.B. Lupus erythematoses wäre LE). Daher wird die Zeichenkombination «LeLR» auch ohne klaren Bedeutungsgehalt wahrgenommen.

13. Es kann somit davon ausgegangen werden, dass die beiden Zeichen in erster Linie als Fantasiezeichen qualifiziert werden und daher über keine rechtsgenüglichen Unterschiede im Sinngehalt verfügen, welche die festgestellten Übereinstimmungen auf klanglicher und schriftbildlicher Ebene zu kompensieren vermögen. Somit ist eine Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
2. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren und -dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln des täglichen Bedarfs» mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. zum Ganzen Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Bei den hier noch massgeblichen Waren der Klassen 3, 5, 10, 25 und 30 verhält es sich wie folgt:

Gemäss ständiger Rechtsprechung werden pharmazeutische und Hygieneprodukte, Desinfektionsmittel, Diätnahrungsmittel als auch Nahrungsergänzungsmittel der Klasse 5 in der Regel, und zwar unabhängig von einer allfälligen Rezeptpflicht, sowohl von Fachkreisen als auch von Endverbrauchern mit erhöhter Aufmerksamkeit nachgefragt als Produkte des täglichen Gebrauchs (vgl. BVGer B-953/2013, E. 3.2 – *CIZELLO / SCIELO* und B-1637/2015, E. 3.1 – *FEMIBION / FEMINABIANE*). Dies hat auch für Waren der Klasse 10 zu gelten.

Waren der Klassen 3 und 30 richten sich a priori an den Endverbraucher. Als Massenartikel des täglichen Bedarfs ist beim Kauf dieser Waren hingegen von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen (BVGer B-5868/2019, E. 3.1 – *NIVEA (fig.) / NEAUVIA*; BGer in sic! 2002, 522, E. 2.3 – *Activia / Acteva*; BVGer B-5557/2011, E. 7 – (*fig.*) / (*fig.*); BVGer B-5061/2019, E. 3.2 – *POPPIT'S / POPCHIPS*).

Waren der Klasse 25 werden im Vergleich zu Massenartikeln des täglichen Gebrauchs tendenziell mit einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit nachgefragt, weil sie vor dem Kauf oft anprobiert werden (BVGer B-1342/2018, E. 6.2 – *APPLE / APPLE BOUTIQUE*; BVGer B-6732/2014, E. 5.2 – *CALIDA / CALYANA*).

3. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7).
4. Die Widerspruchsmarke besteht aus der Buchstabenfolge «LR», welche – wie bereits ausgeführt – mehrdeutig ist (vgl. auch III. C. Ziff. 11). Die möglichen Sinngehalte sind entweder in der Schweiz als unbekannt und daher unbestimmt einzustufen oder stehen in keinem direkten Zusammenhang mit den vorliegend relevanten Waren der Klassen 3, 5, 25 und 30.



5. Weiter handelt es sich bei der Widerspruchsmarke um die Kombination aus zwei banalen Einzelbuchstaben, die buchstabiert resp. einzeln ausgesprochen werden. Weiter angemerkt werden kann, dass zumindest Einzelbuchstaben des lateinischen Alphabets als einfache und banale Zeichen einzustufen und als freihaltebedürftig resp. gemeinfrei zu beurteilen sind (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.5.1). Die Kombination zweier gemeinfreier Elemente («LR»), deren Unterscheidungskraft sich einzig aus der Assoziation der Einzelelemente ergibt, weist im Zusammenhang mit den in casu zur Diskussion stehenden Waren der 3, 5, 25 und 30 jedoch – wie vorgängig unter III. D. Ziff. 4 ausgeführt – keine notorisch bekannte Bedeutung auf und wird von den angesprochenen Durchschnittskonsumenten als auch spezialisierten Fachkreisen in erster Linie als betrieblicher Herkunftshinweis wahrgenommen oder mit einer Fantasiebezeichnung assoziiert. Indessen ist bezüglich der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke zu beachten, dass die Gerichtsinstanzen betreffend der Kennzeichnungskraft von Akronymen bzw. Abkürzungen wie folgt differenzieren: Wenn durch den Wechsel von Vokalen und Konsonanten eine Buchstabenfolge wie ein imaginäres Wort ausgesprochen werden kann, kann sie eine relativ starke prägende Wirkung haben. Eine Buchstabenfolge hingegen, die nicht ausgesprochen, sondern lediglich buchstabiert werden kann, prägt sich weniger leicht ins Gedächtnis ein und bleibt daher als Bestandteil eines Zeichens eher schwach, zumindest solange sie sich nicht durch langjährige Verwendung des Zeichens durchgesetzt und im Handel Bekanntheit erlangt hat (vgl. u.a. BVGer B-5493/2023, E. 6.3.3 – *AFP (fig.) / [OJFP (fig.)* mit Verweis auf Entscheid des BGer, 4A_375/20212, E. 3.4.4 - *LOG BAU/BAU LOG*). Unter Anwendung dieser Rechtsprechung ist somit grundsätzlich von einer leicht reduzierten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen.
6. Die vollständige Übernahme einer Marke oder die Übernahme eines für deren Gesamteindruck massgebenden (kennzeichnenden) Bestandteils vermag in der Regel eine Verwechslungsgefahr zu begründen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
7. Weiter ist zu beachten, dass Kurzwörter akustisch und optisch leichter erfasst werden und sich leichter einprägen als längere Wörter. Damit verringert sich die Gefahr, dass dem Publikum Unterschiede entgehen. Verwechslungen infolge Verhörens oder Verlesens kommen deshalb bei kurzen Zeichen seltener vor (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1).
8. Vorliegend handelt es sich zumindest beim Widerspruchszeichen um ein aus zwei Buchstaben bestehendes Kurzzeichen, dass in zwei Silben mündet. Bei der angefochtenen Marke handelt es sich hingegen um ein zweiteiliges resp. mehrsilbiges (3) Zeichen, welches aus den als selbständige Elemente wahrgenommenen Begriffen «Le» und «LR» besteht und in welches die minimal reduziert kennzeichnungskräftige Widerspruchsmarke integral übernommen wurde. Da die Konsumenten dazu neigen, Zeichen zwecks besserer Merkbarkeit auf die wesentlichen, kennzeichnenden Elemente zu verkürzen, kann in casu davon ausgegangen werden, dass sich diese bei den Vergleichszeichen in erster Linie am identisch vorhandenen, den Gesamteindruck dominierenden Zeichenbestandteil «LR» orientieren werden. Das weitere in der angefochtenen Marke zusätzlich vorhandene Zeichenelement «Le» wirkt demgegenüber wie ein präzisierender Zusatz, der als Begleitwort einzig das Geschlecht und die Zahl genauer bezeichnet.
9. Damit eine Verwechslungsgefahr zwischen den Vergleichszeichen verneint werden könnte, müsste das übernommene Zeichen derart mit der neuen Marke verschmolzen werden, dass es seine Individualität verliert, mithin im jüngeren Zeichen nicht mehr als selbständiges Element erscheint (vgl. BVGer B-1403/2017, E. 5 in fine – *REAL NATURE Pure quality for dogs WILDERNESS (fig.) / WOLF OF WILDERNESS*). Davon kann vorliegend nicht ausgegangen werden. Wie bereits festgehalten, erfolgt eine Aufteilung der angefochtenen Marke aufgrund der unterschiedlichen Gross-/Kleinschreibung automatisch und die beiden Zeichenelemente «Le» und «LR» werden separat wahrgenommen (vgl. Abschnitt III. C. Ziff. 8 hiavor). Auch hat das vorangestellte «Le» lediglich eine das zweite Element «LR» präzisierende Bedeutung; der kennzeichnungsmässige Schwerpunkt liegt folglich auf dem zweiten Bestandteil «LR». Eine Verschmelzung zu einem eigenständigen, neuen Sinngehalt steht daher nicht zur Diskussion.
10. Die Vergleichszeichen werden für gleiche resp. 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).

11. Dies ist vorliegend nicht der Fall. Aufgrund der vorhandenen Übereinstimmung im Zeichenelement «LR» der Vergleichszeichen sind zu wenig Unterschiede auszumachen, die eine Verwechslungsgefahr auszuschliessen vermögen. Durch die Übernahme des identisch vorhandenen, per se originär kennzeichnungskräftigen Zeichenbestandteils «LR» entsteht trotz des in der angefochtenen Marke zusätzlich vorhandenen, nicht im Vordergrund stehenden Wortelementes «Le» unweigerlich die Gefahr von Fehlzurechnungen. Die angefochtene Marke wirkt einzig wie eine mit einem Begleitwort präzierte Variante der Widerspruchsmarke. Die Verwechslungsgefahr ist daher zu bejahen.
12. Selbst wenn das Publikum die Unterschiede zwischen den beiden Zeichen erkennt, besteht in Anbetracht der Nähe der zur Diskussion stehenden Vergleichswaren und der Übereinstimmung im Zeichenelement «LR» die Gefahr, dass es aufgrund der bestehenden Ähnlichkeiten falsche Zusammenhänge vermutet, sei dies im Sinne einer produktespezifischen Verwandtschaft oder aber hinsichtlich unternehmensspezifischer Allianzen und Verbindungen und folglich von Serienmarken ausgeht (sog. «mittelbare Verwechslungsgefahr»; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.4.2).
13. Trotz Annahme einer teilweise (leicht) erhöhten Aufmerksamkeit der Abnehmer und eines leicht reduzierten Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke ist unter Berücksichtigung der grossen Zeichenähnlichkeit sowie der Gleichheit resp. Gleichartigkeit der Waren zumindest eine mittelbare Verwechslungsgefahr zu bejahen.
 Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104756 ist daher teilweise – im Umfang der bestehenden Warengleichheit resp. gleichartigkeit - gutzuheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 830716 «LeLR» für alle Waren der Klassen 3, 5 und 30 sowie *«Blutzuckermessgeräte; Eisbeutel für medizinische Zwecke; Elektrische zahnärztliche Geräte; Flaschensauger; Galvanische Therapiegeräte; Geräte für die Physiotherapie; Kühlpflaster für medizinische Zwecke; Massagegeräte; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Medizinische Apparate und Instrumente; Nicht chemische Kontrazeptiva; Orthopädische Sohlen; Präservative [Kondome]; Vaginalspritzen; Verdampfer für medizinische Zwecke; Veterinärmedizinische Apparate und Instrumente; Vibromassagegeräte; Zahnärztliche Instrumente; Zungenreinigungsgeräte»* (Klasse 10) zu widerrufen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Wird der Widerspruch lediglich teilweise gutgeheissen, wird die Widerspruchsgebühr den Parteien in der Regel je zur Hälfte auferlegt und die Parteikosten werden wettgeschlagen. Hat die widerspruchsgegnersche Partei 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. 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. Der Widerspruch wird lediglich teilweise gutgeheissen. Die anwaltlich vertretene widersprechende Partei ist vorliegend mit ihrem Begehren gut zu drei Vierteln durchgedrungen, sodass die Parteikosten grundsätzlich wettzuschlagen sind (vgl. BVGer B-6734/2023, E. 9.3 – *BURGER KING / Burek BK King*). Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Hingegen ist zu berücksichtigen, dass die widerspruchsgegnersche Partei sich nicht zum Widerspruch vernehmen liess und sich nicht am Verfahren beteiligt hat. Entsprechend hat sie auch keinen Anspruch auf Ersatz von Parteikosten, welche wettgeschlagen werden könnten. Somit ist der widersprechenden Partei im Rahmen ihres Obsiegens eine Parteientschädigung zuzusprechen (vgl. auch BVGer B-1219/2025, E. 7.3 – *Pretzel Pete / PRETZELIZED*). Der widersprechenden Partei sind CHF 900.00 (drei Viertel von 1'200.00) zuzusprechen. Zudem ist der widerspruchsgegnerschen Partei die Widerspruchsgebühr in der Höhe von insgesamt CHF 800.00 praxisgemäss zur Hälfte aufzuerlegen (vgl.

auch BVGer B-1219/2025, E. 7.3 in fine – *Pretzel Pete / PRETZELIZED*). Insgesamt hat die widerspruchsgegenerische Partei der widersprechenden Partei somit eine Parteientschädigung von CHF 1'300.00 (einschliesslich Ersatz der hälftigen Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104756 wird teilweise gutgeheissen.

2.

Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 830716 «LeLR» wird für folgende Waren widerrufen:

Klasse 3

wie im Register eingetragen;

Klasse 5

wie im Register eingetragen;

Klasse 10

Blutzuckermessgeräte; Eisbeutel für medizinische Zwecke; Elektrische zahnärztliche Geräte; Flaschensauger; Galvanische Therapiegeräte; Geräte für die Physiotherapie; Kühlpflaster für medizinische Zwecke; Massagegeräte; Massagegeräte für die Schönheitspflege; Medizinische Apparate und Instrumente; Nicht chemische Kontrazeptiva; Orthopädische Sohlen; Präservative [Kondome]; Vaginalspritzen; Verdampfer für medizinische Zwecke; Veterinärmedizinische Apparate und Instrumente; Vibromassagegeräte; Zahnärztliche Instrumente; Zungenreinigungsgeräte;

Klasse 30

wie im Register eingetragen.

3.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

4.

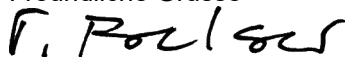
Die widerspruchsgegenerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'300.00 (einschliesslich Ersatz der hälftigen Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

5.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 22. Januar 2026

Freundliche Grüsse



Tanja Belser Spuck

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).