

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104559 in Sachen

PRADA S.A.
23, rue Aldringen
1118 Luxembourg
LU-Luxemburg

Widersprechende Partei

vertreten durch

Schluep IP Law AG
Falkenplatz 7
3012 Bern

IR-Marke Nr. 686143 - MIU MIU

gegen

FUKUO BUSINESS LTD
204(A) Lonsdale House 52 Blucher Street, Birmingham
B1 1QU West Midlands
GB-Grossbritannien

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 826451 - miu miu ((fig.))



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 CH-Marke Nr. 826451 «miu miu ((fig.))» (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 10.02.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren eingetragen:

Kl. 4: Lederkonservierungsöle; Leuchtstoffe; Wachs (Rohmaterial); Christbaumkerzen; Kerzen; Wachs für Beleuchtungszwecke; Dochte für Beleuchtungszwecke; Nachtlampe (Kerzen); Duftkerzen; Entstaubungsmittel; Lampendochte;

Kl. 8: Rasiermesserstreichen; elektrische und nicht elektrische Haarentfernungsgeräte; Haarglätteisen; Schwerter; Essbestecke (Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel); Speiselöffel, -gabeln und -messer für Babys; Messerschmiedewaren; Scheren; elektrische Maniküre-Sets; handbetätigte Frisiergeräte; Nagelhautzangen; Pediküreessentials; Bartschneidemaschinen; Laser-Haarentfernungsgeräte, ausgenommen für medizinische Zwecke; Speiselöffel, -gabeln und -messer aus Kunststoff; Löffel;

Kl. 20: Möbel; Stühle; Matratzen; Sofas (Diwane); Teetische; Handspiegel (Kosmetik-, Toilettespiegel); Kunstgegenstände aus Holz, Wachs, Gips oder aus Kunststoff; Strohmatten (Strohsäcke); Kopfkissen; Büromöbel; Paravents (Möbel); versilbertes Glas (Spiegel); Bambusvorhänge; Glas für Kunststrahlen;

Kl. 28: Sportgeräte; Teddybären; Roller (Spielzeug); Wurfscheiben (Spielzeug); tragbare Spiele und Spielwaren mit integrierten Telekommunikationsfunktionen; Sportschläger; Fahrrad-Heimtrainer; Angeln; Schaukelpferde.

2. Am 09.05.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 686143 «MIU MIU» (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren geschützt ist:

Kl. 3: Cosmétiques, à savoir crème de jour et de nuit, préparations nettoyantes pour le visage et pour le corps, produits moussants pour le bain; mousse à raser, après-rasage, maquillage, y compris fond de teint, laques pour les ongles, désodorisants pour hommes et femmes (parfumerie), savons pour les mains; savons pour bébés, shampoings et produits de rinçage capillaires, dentifrices; parfums, eau de toilette et huiles essentielles pour hommes et femmes; produits pour le soin des cheveux sous forme d'aérosols;

Kl. 9: Lentilles optiques; lunettes; lunettes de soleil; lentilles pour lunettes et pour lunettes de soleil; montures pour lunettes et pour lunettes de soleil; étuis à lunettes;

Kl. 14: Montres, horloges, articles de bijouterie et de joaillerie; pierres précieuses;

Kl. 16: Livres et magazines; articles de papeterie, à savoir carnets d'exercices; carnets d'adresses, blocs-notes, intercalaires numériques et alphabétiques, enveloppes, calendriers et agendas; instruments pour écrire et pour marquer, à savoir stylos à encre, stylos à bille, marqueurs, crayons et mines pour crayons, cartouches pour stylos;

Kl. 21: Ustensiles de cuisine, à savoir cuillers pour servir, louches de cuisine, tire-bouchons et ronds de serviettes non en métaux précieux; récipients pour le ménage ou la cuisine, à savoir seaux à glace, récipients pour boissons et pour aliments; récipients pour le savon; verres à boire; plats en porcelaine; faïence, à savoir gobelets, bassins, récipients à boire; bols, boîtes, seaux, plats pour servir des gâteaux; bougeoirs non en métaux précieux; vases de nuit, ustensiles de cuisine; assiettes décoratives et plats non en métaux précieux; boutons de porte en porcelaine ou en faïence; porcelaine, cristaux, faïence et verrerie compris dans cette classe; figurines en porcelaine et en faïence; vases non en métaux précieux;

Kl. 24: Tissus textiles pour vêtements et pour la décoration; tentures murales en matières textiles; couvertures de lit et de table; étoffe pour meubles et pour coussins;

Kl. 26: Dentelles et broderies, rubans et galons; boutons-pression, crochets et oeillets, épingles et aiguilles; fleurs artificielles.

4. Da die widerspruchsgegnersische Partei weder über einen Sitz noch über eine Niederlassung in der Schweiz verfügt, wurde sie mit Schreiben vom 26.05.2025 bzw. mit formeller Mitteilung vom 10.07.2025 aufgefordert, ein Zustellungsdomizil in der Schweiz zu bezeichnen bzw. eine Schweizer Vertretung zu benennen. Mit Eingabe vom 17.09.2025 wurde dem IGE mitgeteilt, dass die Zustellung durch die britischen Behörden an die widerspruchsgegnersische Partei nicht erfolgreich war, da die beklagte Firma unter der angegebenen Adresse nicht bekannt sei und die Firma ihre Geschäftstätigkeit eingestellt habe. Somit wurde innert Frist weder ein Zustellungsdomizil in der Schweiz bezeichnet noch ein Schweizer Vertreter bestellt.
5. Mit Verfügung vom 22.09.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.
6. 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).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 02.12.1997 mit Prioritäten von Benelux vom 04.06.1997 (für die Klassen 9, 14, 16, 21, 24, 26) respektive vom 12.08.1997 (für die Klasse 3) im internationalen Register eingetragen. Die angefochtene Marke wurde 05.02.2025 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. 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 widerspruchsgegnersische Partei 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). In diesem Fall wird ihr das Dispositiv des Entscheids gemäss Art. 36 lit. b des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren [VwVG; SR 172.021] durch Veröffentlichung in einem amtlichen Blatt 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

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 eingetragen:

Kl. 4: Lederkonservierungsöle; Leuchtstoffe; Wachs (Rohmaterial); Christbaumkerzen; Kerzen; Wachs für Beleuchtungszwecke; Dochte für Beleuchtungszwecke; Nachtlöcher (Kerzen); Duftkerzen; Entstaubungsmittel; Lampendochte;

Kl. 8: Rasiermesserstreichriemen; elektrische und nicht elektrische Haarentfernungsgeräte; Haarglätteisen; Schwerter; Essbestecke (Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel); Speiselöffel, -gabeln und -messer für Babys; Messerschmiedewaren; Scheren; elektrische Maniküre-Sets; handbetätigte Frisiergeräte; Nagelhautzangen; Pediküreaccessoires; Bartschneidemaschinen; Laser-Haarentfernungsgeräte, ausgenommen für medizinische Zwecke; Speiselöffel, -gabeln und -messer aus Kunststoff; Löffel;

Kl. 20: Möbel; Stühle; Matratzen; Sofas (Diwane); Teetische; Handspiegel (Kosmetik-, Toilettenspiegel); Kunstgegenstände aus Holz, Wachs, Gips oder aus Kunststoff; Strohmattentzen (Strohsäcke); Kopfkissen; Büromöbel; Paravents (Möbel); versilbertes Glas (Spiegel); Bambusvorhänge; Glas für Kunststrahlen;

Kl. 28: Sportgeräte; Teddybären; Roller (Spielzeug); Wurfscheiben (Spielzeug); tragbare Spiele und Spielwaren mit integrierten Telekommunikationsfunktionen; Sportschläger; Fahrrad-Heimtrainer; Angeln; Schaukelpferde.
3. Die Widerspruchsmarke ist für folgende Waren geschützt:

Kl. 3: Cosmétiques, à savoir crème de jour et de nuit, préparations nettoyantes pour le visage et pour le corps, produits moussants pour le bain; mousse à raser, après-rasage, maquillage, y compris fond de teint, laques pour les ongles, désodorisants pour hommes et femmes (parfumerie), savons pour les mains; savons pour bébés, shampooings et produits de rinçage capillaires, dentifrices; parfums, eau de toilette et huiles essentielles pour hommes et femmes; produits pour le soin des cheveux sous forme d'aérosols;

Kl. 9: Lentilles optiques; lunettes; lunettes de soleil; lentilles pour lunettes et pour lunettes de soleil; montures pour lunettes et pour lunettes de soleil; étuis à lunettes;

Kl. 14: Montres, horloges, articles de bijouterie et de joaillerie; pierres précieuses;

Kl. 16: Livres et magazines; articles de papeterie, à savoir carnets d'exercices; carnets d'adresses, blocs-notes, intercalaires numériques et alphabétiques, enveloppes, calendriers et agendas; instruments pour écrire et pour marquer, à savoir stylos à encre, stylos à bille, marqueurs, crayons et mines pour crayons, cartouches pour stylos;

Kl. 21: Ustensiles de cuisine, à savoir cuillers pour servir, louches de cuisine, tire-bouchons et ronds de serviettes non en métaux précieux; récipients pour le ménage ou la cuisine, à savoir seaux à glace, récipients pour boissons et pour aliments; récipients pour le savon; verres à boire; plats en porcelaine; faïence, à savoir gobelets, bassins, récipients à boire; bols, boîtes, seaux, plats pour servir des gâteaux; bougeoirs non en métaux précieux; vases de nuit, ustensiles de cuisine; assiettes décoratives et plats non en métaux précieux; boutons de porte en porcelaine ou en faïence; porcelaine, cristaux, faïence et verrerie compris dans cette classe; figurines en porcelaine et en faïence; vases non en métaux précieux;

Kl. 24: Tissus textiles pour vêtements et pour la décoration; tentures murales en matières textiles; couvertures de lit et de table; étoffe pour meubles et pour coussins;

Kl. 26: Dentelles et broderies, rubans et galons; boutons-pression, crochets et oeilletons, épingles et aiguilles; fleurs artificielles.

4. Die widersprechende Partei führt aus, dass die Gleichartigkeit sämtlicher Waren augenfällig sei, auch wenn die Klassennummerierungen nicht übereinstimmten. Zudem sei die Widerspruchsmarke eine auch in der Schweiz bekannte Marke im Luxussektor, deren grosse Bekanntheit institutsnotorisch sei. Bei bekannten Marken sei der Warengleichartigkeitsbereich und damit auch der Schutzbereich entsprechend weit zu fassen.

Klasse 4:

5. Die Klasse 4 umfasst im Wesentlichen Industrieöle und -fette, Brennstoffe und Leuchtmittel (vgl. hierzu die erläuternden Anmerkungen zur Klasse 4 der Nizza Klassifikation, abrufbar unter <https://www.wipo.int/classifications/nice/nclpub/en/fr/>).
6. Die Widerspruchsmarke beansprucht keine Waren in der Klasse 4. Sie ist aber in der Klasse 21 u.a. für *bougeoirs non en métaux précieux* geschützt. Die angefochtenen *Kerzen; Nachtlampe (Kerzen); Christbaumkerzen, Duftkerzen* werden häufig zusammen mit Kerzenhaltern gekauft und auch an denselben Orten vertrieben. Die Kerzen stellen ergänzendes Zubehör zu Kerzenhaltern dar und werden häufig auch vom Hersteller dieser Hauptwaren angeboten (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.1). Im Übrigen sind Duftkerzen auch gleichartig zu den *parfums* der Widerspruchsmarke in der Klasse 3, weil beide der Raumbeduftung dienen können (vgl. ebenso Entscheide des IGE in den Verfahren Nr. 103570, III. B, E. 4, GEMZ / GEMO [fig.] und Nr. 104530, III. B, Ziff. 6, MIU MIU / Miu Miu, jeweils abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE [in der Folge: Prüfungshilfe], unter <https://ph.ige.ch/ph>). Folglich ist diesbezüglich von Gleichartigkeit der Vergleichswaren auszugehen.
7. Bei den angefochtenen *Entstaubungsmitteln* handelt es sich um eine Art Putzmittel, mit welchen Staub beseitigt wird (vgl. z.B. https://www.bruneau.lu/de/catalog/entstaubungsmittel-fur-mobel-tische/be_5850699o-jmbpr, besucht am 26.01.2026). Die Widerspruchsmarke beansprucht demgegenüber keine Putzmittel. Bei den *savons pour les mains; savons pour bébés*, welche die Widerspruchsmarke in der Klasse 3 beansprucht, handelt es sich zwar um Seifen, jedoch nicht um Putzseifen, sondern ausdrücklich nur um Körper- respektive kosmetische Seifen. Da die Widerspruchsmarke nicht Seifen als solche beansprucht, sondern nur kosmetische Seifen, sind keine Berührungspunkte zu den angefochtenen Entstaubungsmitteln ersichtlich. Insoweit kann festgestellt werden, dass diese Vergleichswaren nicht die gleiche Zweckbestimmung haben, nicht substituierbar sind und die Abnehmer unterschiedlich sind. Folglich ist eine Gleichartigkeit zu verneinen. Diesbezüglich ist auch keine Gleichartigkeit zu den übrigen Waren der Widerspruchsmarke auszumachen (vgl. ebenso Entscheid des IGE Nr. 104530, III. B, Ziff. 7, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).
8. Auch weitergehend ist eine Gleichartigkeit der angefochtenen Waren in der Klasse 4 und der Waren der Widerspruchsmarke zu verneinen. Der Verwendungszweck, das Herstellungs-Know-how sowie der Anwendungsbereich dieser Waren sind unterschiedlich zu den Waren in den Klassen 3, 9, 14, 16, 21, 24 und 26 der Widerspruchsmarke. *Lederkonservierungsöle; Leuchtstoffe; Wachs (Rohmaterial); Wachs für Beleuchtungszwecke; Dochte für Beleuchtungszwecke; Lampendochte* werden nicht von denselben Unternehmen dargeboten und vertrieben wie beispielsweise Kosmetika, Sonnenbrillen und Linsen, Schmuck und Uhren, Bücher und Papeterieartikel, Küchenutensilien, Textilgewebe, Bett- und Tischdecken, Stickereien und Druckknöpfe. Es gibt keinerlei Anhaltspunkte dahingehend, dass in letzteren Bereichen tätige Unternehmen auch die hier verbleibenden angefochtenen technischen Öle bzw. Wachs (als Rohmaterial) für Dritte vertreiben. Die Widerspruchsmarke ist beispielsweise nicht für Lederwaren geschützt, welche mit den Lederkonservierungsölen zusammen vermarktet werden könnten. Zudem handelt es sich bei den angefochtenen Leuchtstoffen; Wachs [Rohmaterial], Wachs für Beleuchtungszwecke, Dochte für Beleuchtungszwecke; Lampendochte um Zwischenprodukte und Rohmaterial, welche per se nicht gleichartig zu Fertigwaren sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.2; vgl.

ebenso Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104530, III. B, Ziff. 8, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).

9. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass nicht jede denkbare sachliche Verknüpfung genügt, um als markenrechtliche Gleichartigkeit gewertet zu werden. Das Spezialitätsprinzip, gemäss welchem Marken nicht generell, sondern eben nur im Rahmen des so genannten Gleichartigkeitsbereichs geschützt sind, würde überdehnt werden, wenn jede denkbare sachliche Verknüpfung genügen würde, um als markenrechtliche Gleichartigkeit gewertet zu werden (vgl. Richtlinien, Teil 2, Ziff. 4.1 und Teil 6, Ziff. 6.1).

Klasse 8:

10. Die Widerspruchsmarke beansprucht keine Waren in der Klasse 8. Die angefochtenen *Essbestecke (Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel); Speiselöffel, -gabeln und -messer für Babys; Messerschmiedewaren; Scheren; Speiselöffel, -gabeln und -messer aus Kunststoff; Löffel* sind hingegen allesamt stark gleichartig zu den *ustensiles de cuisine, à savoir cuillers pour servir, louches de cuisine, non en métaux précieux* sowie den *ustensiles de cuisine* der Widerspruchsmarke in der Klasse 21. Diese Waren dienen einem ähnlichen Zweck, richten sich an dieselben Abnehmer und ihre Herstellung überschneidet sich im fach- und produktspezifischen Know-how. Auch die Vertriebskanäle überschneiden sich. Folglich ist insoweit von starker Gleichartigkeit dieser Vergleichswaren auszugehen (vgl. ebenso Entscheid des IGE Nr. 104530, III. B, Ziff. 10, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).
11. Die angefochtenen *Rasiermesserstreichriemen; elektrische und nicht elektrische Haarentfernungsgeräte; Haarglätteisen; elektrische Maniküre-Sets; handbetätigte Frisiergeräte; Nagelhautzangen; Pediküreennecessaires; Bartschneidemaschinen; Laser-Haarentfernungsgeräte, ausgenommen für medizinische Zwecke* dienen wie die Waren der Klasse 3 der Widerspruchsmarke der Gesichts- und Körperpflege bzw. der Schönheitspflege. Zwar unterscheiden sich die konkurrierenden Waren bezüglich des Herstellungs-Know-hows. Sie verfolgen jedoch den gleichen Verwendungszweck und stimmen im Anwendungsbereich überein. Zudem werden sie in denselben Spezialgeschäften (z.B. Drogerien) zum Verkauf angeboten. Im Übrigen genügt es zur Bejahung der Gleichartigkeit, dass die Waren in einem so engen Zusammenhang zueinanderstehen, dass der Eindruck entsteht, die Herstellung oder der Vertrieb würden unter einer einheitlichen Kontrolle erfolgen (vgl. Christoph WILLI, MSchG Kommentar Markenschutzgesetz, Zürich 2002, N. 32 zu Art. 3). Dies trifft auf das Verhältnis zwischen den angefochtenen Waren der Klasse 8 und den Waren der Klasse 3 des Widerspruchszeichens aus den genannten Gründen zu. Da jedoch in erster Linie die Vertriebswege und der Anwendungsbereich übereinstimmen, ist insoweit lediglich von entfernter Gleichartigkeit auszugehen (vgl. ebenso Entscheide des IGE in den Verfahren Nr. 104144 III. B, E. 6, CLINIQUE / KAIA CLINIQUE [fig.]; Nr. 101501, III. B, E. 5, SILHOUETTE REFINE / SILHOUETTE S [fig.], Nr. 104530, III. B, Ziff. 11, MIU MIU / Miu Miu, jeweils abrufbar in der Prüfungshilfe).
12. Demgegenüber ist eine Gleichartigkeit in Zusammenhang mit den angefochtenen *Schwertern* der Klasse 8 und den Waren der Widerspruchsmarke in den Klassen 3, 9, 14, 16, 21, 24 und 26 zu verneinen. Der Verwendungszweck, das Herstellungs-Know-how sowie der Anwendungsbereich dieser Waren sind unterschiedlich zu demjenigen von Schwertern. Letztere werden üblicherweise nicht von denselben Unternehmen angeboten und vertrieben wie beispielsweise Kosmetika, Sonnenbrillen und Linsen, Schmuck und Uhren, Bücher und Papeterieartikel, Küchenutensilien, Textilgewebe, Bett- und Tischdecken, Stickereien und Druckknöpfe (vgl. ebenso Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104530, III. B, Ziff. 12, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).

Klasse 20:

13. Die angefochtenen *Kunstgegenstände aus Holz, Wachs, Gips oder aus Kunststoff* sind stark gleichartig zu *tissus textiles pour la décoration, tentures murales en matières textiles* in der Klasse 24 sowie zu *figurines en porcelaine et en faïence* in der Klasse 21 der Widerspruchsmarke. Alle diese Waren dienen der Dekoration und haben folglich, ungeachtet der unterschiedlichen Herstellungsmaterialien, dieselbe Zweckbestimmung und sind austauschbar. Sie richten sich an dieselben Abnehmer und werden über

dieselben Vertriebskanäle verkauft (vgl. ebenso Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104530, III. B, Ziff. 13, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).

14. Möbel- und Kissenstoffe stellen zu den angefochtenen *Möbeln; Stühlen; Matratzen; Sofas (Diwane); Strohmattentzen (Strohsäcke); Büromöbel; Paravents (Möbel); Kopfkissen* ergänzendes Zubehör dar, welche häufig auch vom Hersteller der Hauptware angeboten werden und eine sinnvolle Ergänzung zu diesen bilden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.1). Insbesondere gibt es auch Stoffbezüge für Büromöbel, z.B. Stoffbezüge für Bürostühle, welche unter den Oberbegriff *étoffe pour meubles* fallen (vgl. etwa <https://stuhlbezug.ch/products/elastischer-stuhlbezug-burostuhl?srsltid=AfmBOop0PXxcwiwluK3VXEAJfVFBumF69CZY-EDUNCm6aZ2TsaPG4Vg5>, besucht am 26.01.2026). Folglich ist zwischen diesen angefochtenen Waren der Klasse 20 und den *étoffe pour meubles et pour coussins* (Klasse 24) der Widerspruchsmarke von Warengleichartigkeit auszugehen (vgl. ebenso Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104530, III. B, Ziff. 14, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).
15. Heutzutage ist es üblich, dass Möbel- und Einrichtungshäuser (vgl. z.B. www.pfister.ch, <https://www.zarahome.com/ch>, https://www2.hm.com/de_ch/home.html, www.ikea.ch, alle besucht am 26.01.2026) neben Küchenutensilien und Textilwaren auch Möbel aller Art anbieten (vgl. Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 10281, III. C, E. 3, ara / ARA [fig.], abrufbar in der Prüfungshilfe). Zudem verkaufen Möbel- und Einrichtungshäuser nicht nur wählbare Bezüge (*étoffe pour meubles et pour coussins*) zu ihren Möbeln (insbes. Sitzmöbeln), sondern auch Textilgewebe für Dekoration, Bett- und Tischdecken (vgl. Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 14371, III. B, E. 5, GEO / GEO NORDIC, abrufbar in der Prüfungshilfe) sowie ebenso die weiter angefochtenen *Teetische; Handspiegel (Kosmetik-, Toilettenspiegel); versilbertes Glas (Spiegel); Bambusvorhänge; Glas für Kunstrahmen*. Letztere sind mit den Waren der Klasse 24 sowie den Waren *bougeoirs non en métaux précieux; assiettes décoratives et plats non en métaux précieux; boutons de porte en porcelaine ou en faïence; porcelaine, cristaux, faïence et verrerie compris dans cette classe; figurines en porcelaine et en faïence; vases non en métaux précieux* der Klasse 21 insoweit gleichartig, als es sich hier wie dort um Waren handelt, welche der Inneneinrichtung resp. der Dekoration von Wohnräumen dienen und die dementsprechend auch in den gleichen Verkaufsstätten im Bereich der Inneneinrichtung und Wohndekor angeboten werden. Folglich ist eine Gleichartigkeit sämtlicher angefochtener Waren der Klasse 20 zu den Waren der Klassen 21 und 24 der Widerspruchsmarke zu bejahen (vgl. ebenso Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104530, III. B, Ziff. 15, MIU MIU / Miu Miu, abrufbar in der Prüfungshilfe).

Klasse 28:

16. Demgegenüber ist eine Gleichartigkeit in Zusammenhang mit den angefochtenen Waren *Sportgeräte; Teddybären; Roller (Spielzeug); Wurfscheiben (Spielzeug); tragbare Spiele und Spielwaren mit integrierten Telekommunikationsfunktionen; Sportschläger; Fahrrad-Heimtrainer; Angeln; Schaukelpferde* der Klasse 28 und den Waren der Widerspruchsmarke in den Klassen 3, 9, 14, 16, 21, 24 und 26 zu verneinen. Der Verwendungszweck, das Herstellungs-Know-how sowie der Anwendungsbereich dieser Waren sind unterschiedlich. Erstere werden nicht von denselben Unternehmen angeboten und vertrieben wie beispielsweise Kosmetika, Sonnenbrillen und Linsen, Schmuck und Uhren, Bücher und Papeterieartikel, Küchenutensilien, Textilgewebe, Bett- und Tischdecken, Stickereien und Druckknöpfe. Wie bereits dargetan, reicht nicht jede denkbare sachliche Verknüpfung, um als markenrechtliche Gleichartigkeit gewertet zu werden (vgl. hiavor, Ziff. 9). Die reine Tatsache, dass beispielsweise Sportartikelhersteller breit diversifizieren, reicht jedenfalls nicht aus, um insbesondere zwischen *Sportgeräten* und *Sportschlägern* sowie *Sonnenbrillen* (Klasse 9 der Widerspruchsmarke) von Gleichartigkeit ausgehen zu können, da die Fertigung dieser Warenklassen unterschiedliches Know-how benötigt (vgl. auch Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 14612, III. C, Ziff. 4, JAKO [fig.] / JAKROO [fig.]).
17. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichartigkeit teilweise bejaht wird. Weil die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG kumulativ Produktegleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit den als nicht gleichartig beurteilten Waren, nämlich für *Lederkonservierungsöle; Leuchtstoffe; Wachs (Rohmaterial); Wachs für Beleuchtungszwecke; Dochte für Beleuchtungszwecke; Entstaubungsmittel; Lampendochte* (Klasse 4), für *Schwerter* (Klasse 8) sowie für sämtliche Waren der Klasse 28 bereits wegen fehlender

Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren ist von Gleichartigkeit auszugehen und nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

18. Soweit die widersprechende Partei darauf hinweist, dass es sich beim Widerspruchszeichen um eine äusserst bekannte Marke mit entsprechend erweitertem Schutzzumfang handle, ist bezüglich der hier als nicht gleichartig beurteilten Waren der Klassen 4, 8 und 28 daran zu erinnern, dass eine Marke nur für solche Waren und Dienstleistungen Schutz geniessen kann, für welche sie eingetragen ist und die Bekanntheit eines Zeichens, welche im Zusammenhang mit den Produkten einer bestimmten Klasse erworben wurde, nicht auf andere Produkte einer anderen Klasse übertragen werden kann (vgl. Bundesgericht [BGer] in sic! 2010, 353, E. 5.6.1, 5.6.3, Coolwater / cool water).

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 reine Wortmarke «MIU MIU» (Widerspruchsmarke) und kombinierte Wort-/Bildmarke «miu miu ((fig.))» (angefochtene Marke) gegenüber. Der Umstand, dass die Widerspruchsmarke ausschliesslich in Grossbuchstaben, die angefochtene Marke demgegenüber in Kleinbuchstaben gehalten ist, fällt kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht (vgl. BVGer B-317/2010, E. 6.3, Lifetex / LIFETEA; ebenfalls BVGer B-4728/2014, E. 5.3.1, WINSTON / Wilson), weil die Gross- und Kleinschreibung das Erinnerungsbild des Gesamteindrucks i.d.R. nicht prägt (vgl. BVGer B-953/2013, E. 2.3, CIZELLO / CIELO).
3. Die Frage, ob bei aus Wort- und Bildelementen kombinierten Marken der Wort- oder 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 (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.2).
4. Bei der angefochtenen Marke besteht das figurative Element in einer leichten (Fett-)Schriftgestaltung, indem der rechte Schenkel des Buchstabens m sowie der Buchstabe u jeweils eine Lücke enthalten. Daneben enthält das Zeichen keine weitere grafische Ausgestaltung. Ein Farbanspruch wurde nicht geltend gemacht. Diese grafische Ausgestaltung vermag die Wortelemente «miu miu» keineswegs in den Hintergrund zu drängen. Sie darf aber bei der Beurteilung des Gesamteindrucks auch nicht einfach ausgeblendet werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich das Publikum insbesondere im (mündlichen) Geschäftsverkehr vorwiegend an den Wortelementen orientieren wird.
5. 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.]).
6. Vergleicht man die Wortelemente, so kann festgestellt werden, dass die Vergleichszeichen vollkommen übereinstimmen. Folglich sind sie sowohl schriftbildlich als auch phonetisch gleich.
7. 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

hervorrufen. 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.).

8. Beim Ausdruck «MIU MIU» handelt es sich um eine reine Fantasiebezeichnung (vgl. z.B. www.pons.com, besucht am 26.01.2026). Da beide Zeichen aus «MIU MIU» bestehen, stimmen die Vergleichszeichen auch in semantische Hinsicht vollkommen überein.
9. Somit ist die Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
2. 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).
3. Die widersprechende Partei geht davon aus, dass es sich bei der Widerspruchsmarke um eine in der Schweiz bekannte Marke handle, deren grosse Bekanntheit institutsnotorisch sei. Als Weltmarke sei der Widerspruchsmarke ein erhöhte Kennzeichnungskraft zuzumessen. Belege, aufgrund derer auf eine erhöhte Bekanntheit geschlossen werden könnte, wurden von der widersprechenden Partei keine eingereicht. Auch im Markenrecht gilt der Grundsatz, dass über allgemein bekannte (sog. notorische) Tatsachen nicht Beweis geführt werden muss. Bei Notorietät des Gebrauchs kann das IGE auf die Abnahme von Beweisen zur behaupteten erhöhten Bekanntheit verzichten (vgl. betreffend Notorietät des rechtserhaltenden Gebrauchs: Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.5.2). Von Notorietät ist hingegen nur unter strengen Voraussetzungen auszugehen. In casu liegen dem IGE keine Indizien vor, wonach das Widerspruchszeichen über eine erhöhte Bekanntheit verfügen würde. Die alleinige Tatsache, dass die Inhaberin der Widerspruchsmarke allenfalls ein auch in der Schweiz bekanntes Modehaus ist, ist noch kein Indiz, dass auch die Widerspruchsmarke «MIU MIU» bekannt wäre. Vermag die widersprechende Partei die Bekanntheit ihrer Marke nicht rechtsgenügend nachzuweisen, hat sie die Folgen der Beweislosigkeit zu tragen, und das IGE geht von der originären Kennzeichnungskraft der Marke aus (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7, mit Verweis auf BVGer B-4104/2021, E. 7.4.4, CAPRI-SUN / PRISUN; BVGer B- 5659/2018, E. 6.3.8, RICHARD MILLE / Richard Man [fig.]). In Anbetracht, dass die widersprechende Partei vorliegend keinerlei Belege vorlegt, welche eine erhöhte Bekanntheit der Widerspruchsmarke in der Schweiz belegen, kann sie sich folglich nicht auf eine erhöhte Bekanntheit der Widerspruchsmarke «MIU MIU» berufen.
4. Die Widerspruchsmarke «MIU MIU» ist in Verbindung mit den strittigen Waren eine reine Fantasiebezeichnung, der kein direkt beschreibender oder üblicher Sinngehalt entnommen werden kann. Die Wörter «MIU MIU» beschreiben weder Eigenschaften, die Art, die Zweckbestimmung, den Inhalt der strittigen Waren und Dienstleistungen noch den Anbieter. Zudem stellen diese Begriffe keinen Qualitätshinweis und keine reklamehafte Anpreisung dar (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 5.3.1, 4.4). Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
5. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren richten und mit

welcher Aufmerksamkeit sie in Anspruch genommen werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln» des täglichen Bedarfs mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Bei den in der Klasse 3 beanspruchten Körper- und Schönheitspflegeprodukten handelt es sich gemäss ständiger Rechtsprechung (vgl. z.B. den Entscheid des BVGer B-5868/2019, E. 3.1, NIVEA [fig.] / NEAUVIA; BVGer B-4260/2010, E. 7, BALLY / BALU [fig.]) um solche Massenartikel des täglichen Bedarfs, die mit einer geringen Aufmerksamkeit erworben werden. Bei den vorliegend weiter interessierenden Waren der Klassen 4, 8, 21 und 24 handelt es sich teils um solche, welche Massenartikel des täglichen Bedarfs darstellen und teils um solche, welche mit einer grösseren Sorgfalt erworben werden. Obwohl sie von einer kleinen Anzahl von Kennern auch mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft werden, ist für diese Waren auf breite Verkehrskreise mit normaler Aufmerksamkeit abzustellen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6; vgl. auch Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 100930, III. B, E. 3, CHEZ VRONY [fig.] / BARACCA ZERMATT [fig.], abrufbar in der Prüfungshilfe). Bei den Waren der Klasse 20 handelt es sich nicht um Waren, welche als Massenartikel des täglichen Bedarfs gelten. Die Waren richten sich einerseits an Durchschnittsabnehmer, aber auch an Fachleute im Bereich Innendekoration. Bezüglich der Möbel und Einrichtungsgegenstände der Klasse 20 ist von einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit auszugehen, da deren Aussehen, Grösse und Funktion vor dem Erwerb regelmässig geprüft werden, insbesondere auch bezüglich ihrer Abstimmung mit weiteren Einrichtungsgegenständen (vgl. auch Entscheide des IGE in den Verfahren Nr. 104216, III. E. Ziff. 2, JOHANN JAKOB / JACOB & CO; Nr. 101477, III. D, E. 3, CREDO / CR3DO [fig.] und Nr. 101456, III. D, E. 2, KellerFahnen / Otto Keller, jeweils abrufbar in der Prüfungshilfe).

6. Die Vergleichszeichen sind vorliegend bis auf die leichte grafische Ausgestaltung bei der angefochtenen Marke identisch (vgl. III. C. hiervor), weshalb bei der Beurteilung der Warengleichartigkeit aufgrund der Wechselwirkung zwischen Markenähnlichkeit und Gleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und die angefochtenen Waren sich umso stärker von denjenigen des Widerspruchszeichens abheben müssen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
7. Dies ist vorliegend nicht der Fall: Unter Berücksichtigung, dass vorliegend bis auf die leichte Grafik bei der angefochtenen Marke Zeichenidentität besteht, gilt in Bezug auf die gleichartigen, insbesondere auch auf die als lediglich entfernt gleichartigen Waren, dass die Gefahr der Verwechslung des jüngeren Zeichens mit der normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke besteht. Es besteht somit die Gefahr von Fehlzurechnungen, trotz des teils (leicht) erhöhten Aufmerksamkeitsgrads der Verkehrskreise.
8. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104559 wird daher im Lichte vorgenannter Ausführungen teilweise, nämlich im Umfang der festgestellten Gleichartigkeit der angefochtenen Waren (vgl. III. B, Ziff. 17 hiervor) gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 826451 «miu miu ((fig.))» für *Christbaumkerzen*; *Kerzen*; *Nachtlichte (Kerzen)*; *Duftkerzen* in der Klasse 4, für sämtliche Waren der Klasse 8 (mit Ausnahme von *Schwerter*) und für sämtliche Waren der Klasse 20 widerrufen. Weitergehend wird der Widerspruch abgewiesen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. 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 widerspruchsgegnerische 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. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren lediglich teilweise, nämlich rund zur Hälfte, durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Hingegen ist zu berücksichtigen, dass die widerspruchsgegnerische Partei sich nicht zum Widerspruch vernehmen liess und sich nicht am Verfahrensbeteiligt hat. Entsprechend hat sie keinen Anspruch auf Ersatz von Parteikosten. 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 Widerspruch wird ungefähr rund zur Hälfte gutgeheissen; entsprechend sind der widersprechenden Partei CHF 600.00 (die Hälfte von 1'200.00) zuzusprechen. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Hälfte der Widerspruchsgebühr von CHF 800.00, d.h. CHF 400.00, zu ersetzen. Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei somit eine Parteientschädigung von CHF 1000.00 (einschliesslich Ersatz der hälftigen Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Die widerspruchsgegenerische Partei wird vom Verfahren ausgeschlossen.

2.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104559 wird teilweise gutgeheissen.

3.

Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 826451 «miu miu ((fig.))» wird für folgende Waren widerrufen:

Kl. 4: Christbaumkerzen; Kerzen; Nachtlöcher (Kerzen); Duftkerzen;

Kl. 8: Rasiermesserstreichen; elektrische und nicht elektrische Haarentfernungsgeräte; Haarglätteisen; Essbestecke (Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel); Speiselöffel, -gabeln und -messer für Babys; Messerschmiedewaren; Scheren; elektrische Maniküre-Sets; handbetätigte Frisiergeräte; Nagelhautzangen; Pediküreessentials; Bartschneidemaschinen; Laser-Haarentfernungsgeräte, ausgenommen für medizinische Zwecke; Speiselöffel, -gabeln und -messer aus Kunststoff; Löffel;

Kl. 20: alle beanspruchten Waren.

4.

Weitergehend wird der Widerspruch abgewiesen.

5.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

6.

Die widerspruchsgegenerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 1'000.00 (einschliesslich der Hälfte der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

7.

Dieser Entscheid wird der widersprechenden Partei schriftlich eröffnet. Der widerspruchsgegenerischen Partei wird das Dispositiv des Entscheids durch Veröffentlichung im Bundesblatt eröffnet (vgl. Art. 36 lit. b des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren [VwVG; SR 172.021]).

Bern, 11. Februar 2026

Freundliche Grüsse



Nadine Geelhaar

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).