

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104771 in Sachen

Deutscher Apothekerverband e.V.
Heidestrasse 7
10557 Berlin
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

Schellenberg Wittmer AG
Rechtsanwälte
Löwenstrasse 19
Postfach 2201
8021 Zürich

CH-Marke Nr. 651165 - A ((fig.))



gegen

Frank Kraushaar
Sagenbachmatt 2
6280 Hochdorf

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Firma Arrivare
Birsstrasse 58
4052 Basel

CH-Marke Nr. 831950 - sAmadhi ((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 Eintragung der CH-Marke Nr. 831950 "sAmadhi ((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 11.06.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:
 - 5 *Préparations médicales pour la santé.*
 - 44 *Services de conseil médical dans le domaine de la santé; soins de santé et de beauté pour les personnes et les animaux; services médicaux, thérapeutiques et autres pour les soins de santé; services de conseil en matière de santé; fourniture d'informations sur la santé; conseils en matière de santé.*
2. Am 21.08.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre CH-Marke Nr. 651165 "A ((fig.))" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die u.a. für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen ist:
 - 5 *Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; chemische Erzeugnisse für die Gesundheitspflege; Hygieneprodukte für medizinische Zwecke; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für andere als medizinische Zwecke auf der Basis von Mineralstoffen oder Vitaminen; Pflaster, Verbandmaterial; Reiseapotheiken (Arzneimittelsätze); Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide; Produkte für die Damenhygiene soweit in Klasse 5 enthalten, Tampons, Damenbindegürtel, Monatshöschen, desinfizierende Schuhsprays, Tabakentwöhnungsmittel, Schwangerschaftsindikationen soweit in Klasse 5 enthalten, Mittel für die Kinderhygiene soweit in Klasse 5 enthalten, Windelhöschen für Inkontinente, Windeldesinfektionsmittel, Kinderwundcremes, Nahrungszusätze für Säuglinge und Kleinkinder, Nährzucker für medizinische Zwecke und Milchzucker; Insektizide für Pflanzen, nämlich flüssige Emulsionskonzentrate, Spritzpulver, Stäubemittel, Insektizide, Saatgutpuder, Pflanzenspray, Winter- und Austriebsmittel, Schneckenköder, Fungizide/Fungizid- und Insektizid Wirkstoffkombinationen sowie Saatbeizmittel, Herbizide/Moos- und Algenvernichtungsmittel, Selektiv-Herbizide für Getreide, Selektiv-Herbizide für Rasen, einschliesslich Moosvernichtungsmittel, Selektiv-Herbizide für Sonderkulturen, Totalherbizide und Mittel zur Algenbekämpfung, Rodentizide, Mittel gegen Wildverbiss, Mittel zur Schädlingsbekämpfung in Gebäuden, Haushaltsinsektizide, Mottenmittel, Ameisenmittel insbesondere zur Anwendung in Lagerräumen bzw. Ställen, innerlich und äusserlich anwendbare Tierarzneimittel, Aufzuchtmittel, Kalk-, Mineral-, Vitaminpräparate für Tiere, Mauserhilfe, Fernhaltemittel und Anti-Treibmittel für Tiere soweit in Klasse 5 enthalten; Zeckenschutzmittel/Abschreckmittel, Mittel für die Fell- und Gefiederpflege, soweit in Klasse 5 enthalten; Tierinsektizide, Desinfektionsmittel für Tiere, Verbandstoffe, Verbandwatte, Zellstoffwatte, Verbandmull, Mullbinden, Idealbinden, elastische Binden, Spezialbinden, Kompressen, gefüllte Verbandkästen, -taschen, -päckchen, medizinische Mittel für die Krankenpflege und Wöchnerinnen soweit in Klasse 5 enthalten, Mittel für die medizinische Krankenpflege und die Heimpflege soweit in Klasse 5 enthalten, Sterilisationsmittel, Windeldesinfektionsmittel; Diabetikerkost und -getränke, nämlich Schokoladen/Schokoladenerzeugnisse, Kuchen/Gebäck, Bonbons/sonstige Süsswaren, alkoholfreie Diabetikergetränke, alkoholhaltige Diabetikergetränke, Desserts, Schonkost, nämlich Erzeugnisse auf Basis Getreide und Leinsamen, Margarine/Fette/Öle, Obst- und Gemüsekonserven, Fertiggerichte für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Suppen Trockenmagermilch, Wurst/Brotaufstriche, Marmeladen/Konfitüren/Gelees/Honig, Kleie, spezielle Vollkornkost, Salze, Schlankheitskost und -getränke für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten), nämlich Erzeugnisse auf Getreidebasis, Suppen, Fertiggerichte; Brotaufstriche (Pasteten), Desserts, Gebäck, Marmeladen/Konfitüren/Gelees/Honig, Eiweiss-Konzentrate,*

Schokoladen/Schokoladenerzeugnisse für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Obst- und Gemüsekonserven, Zuckeraustauschstoffe, nämlich Sorbit (mit Zusatz von Süsstoffen) künstliche Süsstoffe, Stärkungsprodukte (nicht Tonika) für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten), Stärkungsprodukte in trockener oder flüssiger Form für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Diät-, Reform-, Diabetikernahrungsmittel für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Bade-Tabletten, Bade-Salz, Bade Extrakte für medizinische Zwecke; Zahnfüllmittel für zahnärztliche Zwecke, nämlich Zahnpulver; diätetische Erzeugnisse für Kinder und Kranke für sonstige, nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen; medizinischer Kaugummi; Insektenschutzmittel; Ballaststoffen; Heilnahrungen für medizinische Zwecke; Babykost, nämlich Säuglingsnahrung auf Basis Obst, Gemüse, Fleisch und als Nasskonserve, auf Basis Getreide, Getreideerzeugnisse und Stärke in Form von Schleimen und Breien, Schleime, Grießbreie und auf Basis Getreide, Getreideerzeugnisse und Stärke in getrockneter Form; Kapseln für medizinische Zwecke; Kapseln für pharmazeutische Zwecke; Watte für medizinische Zwecke, Verbandwatte; Diabetikerkost nicht für medizinische Zwecke, nämlich Marmeladen, Konfitüren, Gelees, Obst- und Gemüsekonserven; Nahrungsergänzungsmittel für andere als medizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten oder Ballaststoffen; Diabetikerkost nicht für medizinische Zwecke, nämlich Honig; diätetische Erzeugnisse für Kinder für sonstige, nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten, Ballaststoffen; Gebisshaftmittel; Textilwindeln, Windeleinlagen und Wegwerfwindeln aus Stoff, Textilwindelhöschen; Nahrungsergänzungsmittel für andere als medizinische Zwecke auf der Basis von Proteinen.

44 Medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere; Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft; medizinische Aufklärung und Beratung des Publikums sowie von Ärzten und anderen, in Heilberufen tätigen Personen über Zusammensetzung, Wirkung, Nebenwirkung, Risiken, Anwendung, Dosierung und Unverträglichkeiten von Medizinprodukten, insbesondere Arzneimitteln und über Messwerte von Blut- und Körperflüssigkeiten sowie andere pharmazeutische oder medizinische Daten, auch durch Datenbanken und Netzwerke mit vorgenannten Inhalten; medizinische Aufklärung, Information und Beratung des Publikums und der Fachkreise einschliesslich der Ärzte über gesundheitsfördernde Lebens- und Verhaltensweisen einschliesslich Ernährung und körperlicher Betätigung, auch durch Datenbanken und Netzwerke mit vorgenannten Inhalten; pharmazeutische Betreuung der Patienten; pharmazeutische Beratung der Apotheker, insbesondere im Bereich des Apotheken- und Qualitätsmanagements und der Einführung von Apotheken- und Qualitätsmanagementsystemen; medizinische Analysen in Zusammenhang mit der Behandlung von Einzelnen; Untersuchungen zur Bestimmung von Körperfunktionen und -zuständen; Beratungen in der Pharmazie; Zubereitung von Rezepturen in Apotheken.

4. Mit Verfügung vom 25.08.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Da die widerspruchsgegnerische Partei innert Frist keine Stellungnahme einreichte, schloss das IGE mit Verfügung vom 07.10.2025 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 Institut schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).
2. Die Widerspruchsmarke wurde am 02.04.2013, die angefochtene Marke am 28.02.2025 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.

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. mit weiteren Hinweisen, auf www.ige.ch).
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 und Dienstleistungen eingetragen:
 - 5 *Préparations médicales pour la santé.*
 - 44 *Services de conseil médical dans le domaine de la santé; soins de santé et de beauté pour les personnes et les animaux; services médicaux, thérapeutiques et autres pour les soins de santé; services de conseil en matière de santé; fourniture d'informations sur la santé; conseils en matière de santé.*
4. Die Widerspruchsmarke ist in den hier interessierenden Klassen 5 und 44 für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:
 - 5 *Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; chemische Erzeugnisse für die Gesundheitspflege; Hygieneprodukte für medizinische Zwecke; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für andere als medizinische Zwecke auf der Basis von Mineralstoffen oder Vitaminen; Pflaster, Verbandmaterial; Reiseapotheeken (Arzneimittelsets); Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide; Produkte für die Damenhygiene soweit in Klasse 5 enthalten, Tampons, Damenbindegürtel, Monatshöschen, desinfizierende Schuhsprays, Tabakentwöhnungsmittel, Schwangerschaftsindikationen soweit in Klasse 5 enthalten, Mittel für die Kinderhygiene soweit in Klasse 5 enthalten, Windelhöschen für*

Inkontinente, Windeldesinfektionsmittel, Kinderwundcremes, Nahrungszusätze für Säuglinge und Kleinkinder, Nährzucker für medizinische Zwecke und Milchzucker; Insektizide für Pflanzen, nämlich flüssige Emulsionskonzentrate, Spritzpulver, Stäubemittel, Insektizide, Saatgutpuder, Pflanzenspray, Winter- und Austriebsmittel, Schneckenköder, Fungizide/Fungizid- und Insektizid Wirkstoffkombinationen sowie Saatbeizmittel, Herbizide/Moos- und Algenvernichtungsmittel, Selektiv-Herbizide für Getreide, Selektiv-Herbizide für Rasen, einschliesslich Moosvernichtungsmittel, Selektiv-Herbizide für Sonderkulturen, Totalherbizide und Mittel zur Algenbekämpfung, Rodentizide, Mittel gegen Wildverbiss, Mittel zur Schädlingsbekämpfung in Gebäuden, Haushaltsinsektizide, Mottenmittel, Ameisenmittel insbesondere zur Anwendung in Lagerräumen bzw. Ställen, innerlich und äusserlich anwendbare Tierarzneimittel, Aufzuchtmittel, Kalk-, Mineral-, Vitaminpräparate für Tiere, Mauserhilfe, Fernhaltemittel und Anti-Treibmittel für Tiere soweit in Klasse 5 enthalten; Zeckenschutzmittel/Abschreckmittel, Mittel für die Fell- und Gefiederpflege, soweit in Klasse 5 enthalten; Tierinsektizide, Desinfektionsmittel für Tiere, Verbandstoffe, Verbandwatte, Zellstoffwatte, Verbandmull, Mullbinden, Idealbinden, elastische Binden, Spezialbinden, Kompressen, gefüllte Verbandkästen, -taschen, -päckchen, medizinische Mittel für die Krankenpflege und Wöchnerinnen soweit in Klasse 5 enthalten, Mittel für die medizinische Krankenpflege und die Heimpflege soweit in Klasse 5 enthalten, Sterilisationsmittel, Windeldesinfektionsmittel; Diabetikerkost und -getränke, nämlich Schokoladen/Schokoladenerzeugnisse, Kuchen/Gebäck, Bonbons/sonstige Süswaren, alkoholfreie Diabetikergetränke, alkoholhaltige Diabetikergetränke, Desserts, Schonkost, nämlich Erzeugnisse auf Basis Getreide und Leinsamen, Margarine/Fette/Öle, Obst- und Gemüsekonserven, Fertiggerichte für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Suppen Trockenmagermilch, Wurst/Brottaufstriche, Marmeladen/Konfitüren/Gelees/Honig, Kleie, spezielle Vollkornkost, Salze, Schlankheitskost und -getränke für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten), nämlich Erzeugnisse auf Getreidebasis, Suppen, Fertiggerichte; Brottaufstriche (Pasteten), Desserts, Gebäck, Marmeladen/Konfitüren/Gelees/Honig, Eiweiss-Konzentrate, Schokoladen/Schokoladenerzeugnisse für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Obst- und Gemüsekonserven, Zuckeraustauschstoffe, nämlich Sorbit (mit Zusatz von Süsstoffen) künstliche Süsstoffe, Stärkungsprodukte (nicht Tonika) für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten), Stärkungsprodukte in trockener oder flüssiger Form für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten), Diät-, Reform-, Diabetikernahrungsmittel für medizinische Zwecke (soweit in Klasse 5 enthalten); Bade-Tabletten, Bade-Salz, Bade Extrakte für medizinische Zwecke; Zahnfüllmittel für zahnärztliche Zwecke, nämlich Zahnpulver; diätetische Erzeugnisse für Kinder und Kranke für sonstige, nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen; medizinischer Kaugummi; Insektenschutzmittel; Ballaststoffen; Heilnahrungen für medizinische Zwecke; Babykost, nämlich Säuglingsnahrung auf Basis Obst, Gemüse, Fleisch und als Nasskonserve, auf Basis Getreide, Getreideerzeugnisse und Stärke in Form von Schleimen und Breien, Schleime, Grießbreie und auf Basis Getreide, Getreideerzeugnisse und Stärke in getrockneter Form; Kapseln für medizinische Zwecke; Kapseln für pharmazeutische Zwecke; Watte für medizinische Zwecke, Verbandwatte; Diabetikerkost nicht für medizinische Zwecke, nämlich Marmeladen, Konfitüren, Gelees, Obst- und Gemüsekonserven; Nahrungsergänzungsmittel für andere als medizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten oder Ballaststoffen; Diabetikerkost nicht für medizinische Zwecke, nämlich Honig; diätetische Erzeugnisse für Kinder für sonstige, nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten, Ballaststoffen; Gebissshaftmittel; Textilwindeln, Windeleinlagen und Wegwerfwindeln aus Stoff, Textilwindelhöschen; Nahrungsergänzungsmittel für andere als medizinische Zwecke auf der Basis von Proteinen.

- 44 Medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere; Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft; medizinische Aufklärung und Beratung des Publikums sowie von Ärzten und anderen, in Heilberufen tätigen Personen über Zusammensetzung, Wirkung, Nebenwirkung, Risiken, Anwendung, Dosierung und Unverträglichkeiten von Medizinprodukten, insbesondere Arzneimitteln und über Messwerte von Blut- und Körperflüssigkeiten sowie andere pharmazeutische oder medizinische Daten, auch durch Datenbanken und Netzwerke mit vorgenannten Inhalten; medizinische Aufklärung, Information und Beratung des Publikums und der Fachkreise einschliesslich der Ärzte über gesundheitsfördernde Lebens- und Verhaltensweisen einschliesslich Ernährung und körperlicher Betätigung, auch durch Datenbanken und Netzwerke mit vorgenannten Inhalten; pharmazeutische Betreuung der Patienten;

pharmazeutische Beratung der Apotheker, insbesondere im Bereich des Apotheken- und Qualitätsmanagements und der Einführung von Apotheken- und Qualitätsmanagementsystemen; medizinische Analysen in Zusammenhang mit der Behandlung von Einzelnen; Untersuchungen zur Bestimmung von Körperfunktionen und -zuständen; Beratungen in der Pharmazie; Zubereitung von Rezepturen in Apotheken.

Angefochtene Waren in Klasse 5

5. Die von der Widerspruchsmarke beanspruchte breite Formulierung *Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege* umfasst die angefochtenen Waren *Préparations médicales pour la santé*. Es liegt somit Warengleichheit vor.

Angefochtene Dienstleistungen in Klasse 44

6. Die *medizinischen und veterinärmedizinischen Dienstleistungen* sowie die *Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere* der Widerspruchsmarke sind identisch zu den angefochtenen Dienstleistungen *services de conseil médical dans le domaine de la santé; soins de santé et de beauté pour les personnes et les animaux*.
7. Weiter sind die *medizinischen und veterinärmedizinischen Dienstleistungen* der älteren Marke identisch oder zumindest hochgradig gleichartig zu den angefochtenen *services médicaux, thérapeutiques et autres pour les soins de santé*. Schliesslich umfasst die breite Formulierung *medizinische Dienstleistungen* auch die diesbezügliche Beratung und Information. Demnach sind die angefochtenen Dienstleistungen *services de conseil en matière de santé; fourniture d'informations sur la santé; conseils en matière de santé* als gleich zu den Dienstleistungen der Widerspruchsmarke zu qualifizieren.
8. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit beziehungsweise hochgradige Gleichartigkeit zu bejahen ist. Nachfolgend ist somit die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

C. Vergleich der Zeichen

1. Nach bundesgerichtlicher Praxis ist die Frage, ob sich zwei Marken genügend unterscheiden, aufgrund des Gesamteindrucks zu beurteilen, den sie beim an den fraglichen Waren resp. Dienstleistungen interessierten Publikum hinterlassen. Dieses wird die Zeichen meist nicht gleichzeitig wahrnehmen. Vielmehr ist davon auszugehen, dass dem direkt wahrgenommenen einen Zeichen bloss das mehr oder weniger verschwommene Erinnerungsbild des früher wahrgenommenen anderen Zeichens gegenübersteht. Beim Vergleich der Marken ist deshalb auf diejenigen Merkmale abzustellen, welche geeignet sind, auch in einem durchschnittlich unvollkommenen Gedächtnis haften zu bleiben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3).
2. In casu stehen sich die kombinierten Wort-/Bildmarken "A ((fig.))" (Widerspruchsmarke) und "sAmadhi ((fig.))" (angefochtene Marke) gegenüber. 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).
3. Bei der angefochtenen Marke besteht das figurative Element einerseits aus einer leichten, indisch bzw. orientalisch wirkenden Schriftgestaltung der Buchstaben s-m-a-d-h-i, wobei dieses Gestaltungselement nur von untergeordneter Bedeutung ist und deshalb den Gesamteindruck des angefochtenen Zeichens kaum zu beeinflussen vermag. Anders verhält es sich hingegen mit dem Buchstaben A des Schriftzuges "samadhi". Dieser Buchstabe ist im Gegensatz zu den anderen Buchstaben dieses Zeichens ein Grossbuchstabe. Er weist die Form einer Frakturschrift auf (gotische Schrift) und weist eine gewisse Tiefe auf, so dass ihm eine Dreidimensionalität zukommt. Der linke Schenkel des A weist zudem eine sitzende, dunkle Figur auf, die an einen Jogi erinnert. Diese Figur wird hingegen aufgrund ihrer geringen Grösse nur verschwommen erkannt (massgebend für die Beurteilung von Zeichen ist die Abbildung des Registerauszugs "Hinterlegungsbestätigung", vgl. Richtlinien, Teil 2, Ziff. 3.2). Diese Gestaltungselemente des Buchstabens A vermögen dem angefochtenen Zeichen -erst recht im Zusammenspiel mit der

Gestaltung der restlichen Buchstaben- ein eigenes Gepräge zu verleihen, das dessen Gesamteindruck wesentlich beeinflusst.

4. Die Widerspruchsmarke besteht aus dem Grossbuchstaben A, der ebenfalls in einer Frakturschrift gehalten ist. Im linken Schenkel ist ein Arzneikelch mit Schlange enthalten.
5. Der Gesamteindruck von Wortelelementen 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.]*). Während die Widerspruchsmarke nur aus einem Buchstaben besteht, setzt sich das angefochtene Zeichen aus sieben Buchstaben zusammen. Dabei gilt es hingegen zu beachten, dass das Schriftbild des zweiten Buchstaben des jüngeren Zeichens sehr grosse Ähnlichkeit mit dem Widerspruchszeichen aufweist. Zwar unterscheiden sich die jeweils in die linken Schenkel aufgenommenen Bildelemente. Es gilt aber zu beachten, dass aufgrund der Grösse des Registereintrages des jüngeren Zeichens dieses Bildelement überhaupt nur mit Schwierigkeiten auszumachen ist (als Grundlage für die Beurteilung eines Zeichens dient die mit einem farbecht kalibrierten Drucker ausgedruckte standardisierte elektronische Abbildung des Registerauszugs "Hinterlegungsbestätigung"). Durch seine Grösse und Dicke wird der grafisch gestaltete Buchstabe A im jüngeren Zeichen immer noch als selbständig kennzeichnendes Element wahrgenommen. Vom Schriftbild her sind die Konfliktzeichen somit als ähnlich zu qualifizieren.
6. Grafische Elemente spielen im mündlichen Geschäftsverkehr in der Regel keine Rolle, weil sie nicht ausgesprochen werden. Somit stehen sich die Silben A und sa-ma-dhi gegenüber. Aufgrund der unterschiedlichen Anzahl Silben, dem abweichenden Zeichenbeginn und der anderen Vokal- und Konsonantenfolge sind die im Konflikt stehenden Zeichen klanglich als nicht ähnlich zu qualifizieren.
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 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.).
8. Dem Buchstaben A in Alleinstellung kommt als Abkürzung verschiedene Bedeutungen zu, wie z.B. Abfall, Acre, Aggregat, Akten, Amplitude, Anordnung, Arteria, Aufzeichnung, Austria oder Autobahn (vgl. Duden, Abkürzungswörterbuch, auf <https://online.munzinger.de>, abgerufen am 26.01.2026). Weiter ist A die Bezeichnung einer Musiknote (auch auf Französisch), ist auf Französisch die Abkürzung für "masse atomique", "Ampère" und Teil der Bezeichnung von Nationalstrassen (z.B. A1) und eines Papierformats (z.B. A4) (vgl. Einträge in Le Petit Robert, auf <https://petitrobert.lerobert.com>; abgerufen am 22.01.2026). In Verbindung mit den in casu relevanten Waren und Dienstleistungen der Klassen 5 und 44 ist nicht davon auszugehen, dass die angesprochenen Abnehmerkreise im Buchstaben A eine der vorgenannten Bedeutungen erkennen. Das Wortelelement "samadhi" ist ein Ausdruck des Buddhismus und Hinduismus mit der Bedeutung: *a state of deep meditative contemplation which leads to higher consciousness* (vgl. Wörterbuch Collins, auf www.collinsdictionary.com, abgerufen am 26.01.2026). Dieser Ausdruck wird nur von einem kleinen Teil der angesprochenen Abnehmer verstanden. Aus der Sicht dieser Abnehmer verfügen die streitgegenständlichen Zeichen über unterschiedliche Sinngehalte. Die anderen Abnehmer erkennen im angefochtenen Zeichen ein reines Fantasiezeichen. Da der Kombination A und Arzneikelch mit Schlange im Gesamteindruck ebenfalls kein klarer Sinngehalt zukommt, ist ein Zeichenvergleich auf sinngehaltlicher Ebene nicht möglich.
9. Ob die festgestellte Zeichenähnlichkeit ausreicht, um eine Verwechslungsgefahr zu bejahen, gilt es in der Folge zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil - im engeren oder im weiteren Sinne - verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem

Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen. Der Massstab, der an die Unterscheidbarkeit anzulegen ist, hängt einerseits vom Umfang des Ähnlichkeitsbereichs ab, dessen Schutz der Inhaber der älteren Marke beanspruchen kann. Andererseits ist zu berücksichtigen, für welche Waren und Dienstleistungsgattungen die sich gegenüberstehenden Marken hinterlegt sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).

2. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Waren und Dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit die Waren gekauft bzw. die Dienstleistungen in Anspruch genommen 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. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6). Gemäss ständiger Rechtsprechung werden Pharmazeutika i.d.R., und zwar unabhängig von einer allfälligen Rezeptpflicht, sowohl von Fachkreisen als auch von Endverbrauchern mit erhöhter Aufmerksamkeit nachgefragt als Waren des täglichen Gebrauchs (vgl. BVGer B-7544/2024, E. 5.2.1.1 – SIRIO, SIRIO, Sirio (fig.) / SiBio (fig.)). Hingegen werden medizinische Dienstleistungen und Dienstleistungen der Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen der Klasse 44, die sich an ein breites, einschlägig interessiertes Publikum richten, mit einer normalen Aufmerksamkeit in Anspruch genommen (BVGer B-5868/2019, E. 3.2 – NIVEA (fig.) / NEAUVIA).
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. Dem Buchstaben A kommt keine beschreibende Bedeutung in Verbindung mit den strittigen Waren und Dienstleistungen zu. Dies gilt erst recht für die Kombination mit dem Arzneikelch mit Schlange. Zwar werden Buchstaben des lateinischen Alphabets gemäss Praxis zu den einfachen Zeichen gezählt, die nicht eintragbar sind (Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.5.1). Dies gilt hingegen nicht für Buchstaben, die keiner Standardschrift entsprechen und zusätzlich grafisch gestaltet sind. Der Buchstabe A des Widerspruchzeichens entspricht keiner gängigen Schriftart. Zudem ist er im Vergleich zu der vor Jahren üblicherweise verwendeten Frakturschrift abgeändert. Das grosse A in Frakturschrift hat nämlich folgendes Aussehen (vgl. Eintrag in der online Enzyklopädie Wikipedia, auf www.de.wikipedia.org, abgerufen am 02.02.2026):



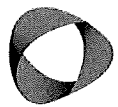
5. Obwohl die Gestaltung in ihrer Art an eine Frakturschrift erinnert (bedingt durch die eckige Schreibweise und die Serifen), kann nicht von einer banalen Schriftgestaltung gesprochen werden.
6. Bereits dem Buchstaben A kommt somit Kennzeichnungskraft zu. Erst recht gilt dies für die Kombination mit dem Arzneikelch mit Schlange, die in den linken Schenkel des A integriert sind. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
7. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive ausgeprägt gleichartige Waren und Dienstleistungen 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 Widerspruchzeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall: Die angefochtene Marke übernimmt mit dem Buchstaben A ein kennzeichnungskräftiges Element und nimmt nur minimale Änderungen vor, die im verschwommenen Erinnerungsbild des Abnehmers kaum haften bleiben. Zudem gilt es zu beachten, dass aufgrund seiner geringen Grösse das abweichende Bildelement "sitzende Figur" nur mit Mühe oder gar nicht ausgemacht werden kann. Die angefochtene Marke übernimmt somit in weiten Teilen die Widerspruchsmarke, die im

angefochtenen Zeichen durch deren Hervorhebung als selbständig kennzeichnendes Element wahrgenommen wird. Die vollständige, nahezu unveränderte Übernahme einer älteren Marke resp. einer ihrer kennzeichnungskräftigen und im Gesamteindruck als selbstständiges Element wahrgenommenen Bestandteile, ist nur in Ausnahmefällen zulässig. Eine solche Ausnahme setzt entweder voraus, dass der Sinngehalt des jüngeren Zeichens durch ein hinzugefügtes Element verändert wird oder dass die übernommene Widerspruchsmarke (bzw. das übernommene Element) schwach ist und mit einem kennzeichnungskräftigen Bestandteil verbunden wird (vgl. diesbezüglich auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3). Bei den zu vergleichenden Zeichen trifft keine der aufgezeigten Ausnahmekonstellationen zu. Durch die grafische Hervorhebung wird der übernommene Buchstabe A auch im angefochtenen Zeichen noch als selbständig kennzeichnendes Element wahrgenommen. Durch die grafische Hervorhebung kann denn auch nicht davon gesprochen werden, dass das übernommene Zeichen derart mit der neuen Marke verschmolzen wird, dass es seine Individualität verliert, mithin im jüngeren Zeichen nicht mehr als selbstständiges Element erscheint (vgl. BVGer B-4612/2019, E. 6.1 – HANA / Hanalytics (fig.)). Zwar ist in casu der A Teil des Wortes "samadhi". Durch die grössere Schreibweise und die grafische Gestaltung wird das übernommene Element hingegen immer noch als selbständig kennzeichnend wahrgenommen. In diesem Zusammenhang ist denn auch weiter entscheidend, dass der Begriff "samadhi" von einem Grossteil der angesprochenen Abnehmer nicht verstanden wird. In Anbetracht der festgestellten Waren- und Dienstleistungsgleichheit resp. hochgradigen Gleichartigkeit sowie der Ähnlichkeit der Zeichen aufgrund der sehr ähnlichen Gestaltung des Buchstabens A besteht die Gefahr von Fehlzurechnungen. Der erforderliche Abstand der jüngeren Marke zur normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke ist nicht gewahrt. Dies gilt auch unter Berücksichtigung, dass die strittigen Waren und Dienstleistungen teils mit erhöhter Aufmerksamkeit ausgesucht resp. in Anspruch genommen werden, zumal die Anforderungen an das Differenzierungsvermögen der Verkehrskreise nicht überspannt werden dürfen, sondern auch insoweit auf das Erinnerungsbild abzustellen ist, welches oft verschwommen und unpräzise ist (vgl. Eugen MARBACH, Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Band III, Kennzeichenrecht, 2. Auflage, Basel 2009, N. 957). Eine Verwechslungsgefahr ist daher ohne weiteres zu bejahen. Soweit das Publikum, aufgrund der zusätzlichen in der jüngeren Marke enthaltenen Buchstaben, Unterschiede zwischen den Vergleichszeichen erkennt, besteht dennoch die Gefahr, dass es in Anbetracht der Waren- und Dienstleistungsnähe falsche Zusammenhänge vermutet, sei dies im Sinne einer produktspezifischen Verwandtschaft oder aber hinsichtlich unternehmensspezifischer Allianzen und Verbindungen, oder im jüngeren Zeichen eine Variante der Widerspruchsmarke erkennt (sog. "mittelbare Verwechslungsgefahr"; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.4.2).

8. Der Widerspruch Nr. 104771 wird daher gutgeheissen und die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 831950 "sAmadhi ((fig.))" 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 Parteienschädigung 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 Parteienschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren vollständig durchgedrungen. Es hat ein einfacher Schriftenwechsel stattgefunden. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Das IGE erachtet daher in Anwendung der obgenannten Kriterien eine Parteienschädigung von CHF 1'200.00 als angemessen. Zudem hat die widerspruchsgegnersische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchgebühr zu ersetzen.



IGE | IPI

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
Swiss Federal Institute of Intellectual Property

Stauffacherstrasse 65/59 g
CH-3003 Bern
T +41 31 377 77 77
info@ipi.ch | www.ige.ch

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104771 wird gutgeheissen.

2.

Die Eintragung der angefochtenen CH-Marke Nr. 831950 "sAmadhi ((fig.))" wird gelöscht.

3.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

4.

Die widerspruchsgegnерische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

5.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 11. Februar 2026

Freundliche Grüsse

Marc Burki

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).