

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104852 in Sachen

Migros-Genossenschafts-Bund
Limmatstrasse 152
8005 Zürich

Widersprechende Partei

CH-Marke Nr. 744826 - V-LOVE

gegen

Qingzhi Yu
Room 510, No. 21, Lianhua North Road, Siming District
361000 Xiamen
CN-China

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

Jin Zuo Su
Rue Le-Corbusier 12
1208 Genève

CH-Marke Nr. 833022 - MELOVE

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 Schweizer Marke Nr. 833022 - "MELOVE" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 02.07.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist, soweit hier interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 30: Salziges Kleingebäck; Plundergebäck; Knabbergebäck; Brioches (Gebäck); Feingebäck; Aromastoffe für Getränke, ausgenommen ätherische Öle; Backaromen, ausgenommen ätherische Öle; Bonbons; Brot; Fondants [Konfekt]; Gelée royale; Getränke auf der Basis von Tee; Getreidepräparate; Getreidesnacks; Griess; Haferflocken; Honig; Kaffee; Kaffee-Ersatz; Kaffeegetränke; Kakao; Kakaogetränke; Kaugummi; Kräcker; Kuchen; Malz für den menschlichen Verzehr; Nahrungsmittel auf der Grundlage von Hafer; nicht medizinische Kräutertees; Nudeln; Reis; Reissnacks; Tee; Teigwaren; Würzmittel; Würzzubereitungen für Nahrungsmittel; Zucker; Zuckerwaren als Christbaumschmuck; Burritos; Esspapier; Fertiggerichte auf Nudelbasis für Kleinkinder; gefriergetrocknete Nudelgerichte; Zuckerersatzstoffe für Speisezwecke; Zuckerpaste für Süsswaren;

Klasse 32: Alkoholfreie Aloe Vera-Getränke; alkoholfreie Aperitifs; alkoholfreie Cocktails; alkoholfreie Fruchtextrakte; alkoholfreie Fruchtgetränke; alkoholfreie Getränke; Bier; Energydrinks; Fruchtsäfte; Gemüsesäfte [Getränke]; Hopfenextrakte für die Bierherstellung; kohlenensäurehaltige Wässer; Malzbier; Mandelmilch [Sirup]; Molkegetränke; nicht alkoholische Essenzen für die Zubereitung von Getränken; Selterswasser; Sirupe für Getränke; Sojagetränke, ausgenommen als Milchersatz; alkoholfreie Bier-Cocktails; alkoholfreie Getränke aus getrockneten Früchten; alkoholfreie Getränke mit Kaffearoma; alkoholfreie Getränke mit Tee aroma; getrockneter Hopfen zum Bierbrauen; protein-angereicherte Sportgetränke.

2. Am 29.09.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im obgenannten Umfang.
3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre Schweizer Marke Nr. 744826 "V-LOVE" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen ist:

Klasse 29: Konserviertes, tiefgekühltes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten [Gelees], Konfitüren, Kompotte; Eier; Milch, Käse, Butter, Joghurt und andere Milchprodukte; Käseprodukte; Margarine; pflanzliches Joghurt; Speiseöle und -fette; vegetarische Würste; Butterersatz; Ei-Ersatz; Fleischersatz auf Gemüsebasis; Fleischersatzwaren; Geflügellersatz; Käseersatz; künstliche Sahne (Milchprodukte-Ersatz); Margarineersatz; Milchersatz; Milchersatzprodukte für Getränke; Sauercreme-Ersatz; Speisefett-Ersatz; Fertiggerichte aus Fleischersatz auf Gemüsebasis; Gemüsehauptgänge; Gemüsesnacks; Gemüsechips; verarbeitetes Gemüse; Gemüse-Brot aufstriche;

Klasse 30: Kaffee, Tee, Kakao und Kaffee-Ersatzmittel; Reis, Teigwaren und Nudeln; Tapioka und Sago; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren; Schokolade; Eiscrème, Sorbets und andere Arten von Speiseeis; Zucker, Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Würzmittel, Gewürze, konservierte Kräuter; Essig, Sossen und andere Würzmittel; Mayonnaise; Müsli; Sandwiches; Pizzas; Fertigmahlzeiten, hauptsächlich aus Teigwaren oder Reis;

Klasse 31: Rohe und nicht verarbeitete Erzeugnisse aus Landwirtschaft, Gartenbau, Aquakultur und Forstwirtschaft; rohe und nicht verarbeitete Samenkörner und Sämereien; frisches Obst und Gemüse, frische Kräuter; natürliche Pflanzen und Blumen; Zwiebeln, Setzlinge und Samenkörner als Pflanzgut; Malz;

Klasse 32: Alkoholfreie Getränke; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere alkoholfreie Präparate für die Zubereitung von Getränken; Smoothies;

Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen.

4. Mit Verfügung vom 30.09.2025 wurde die widerspruchsgegenerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Nachdem sich die widerspruchsgegenerische Partei innert Frist nicht hatte vernehmen lassen, wurde die Verfahrensinstruktion mit Verfügung vom 11.11.2025 abgeschlossen.
6. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechenden Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

Gemäss Art. 31 Abs. 1 i. V. m. Art. 3 Abs. 1 MSchG kann nur der Inhaber einer älteren Marke gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Der Widerspruch ist innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung beim IGE schriftlich mit Begründung einzureichen. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr zu bezahlen (Art. 31 Abs. 2 MSchG).

Die Widerspruchsmarke wurde am 13.03.2020 hinterlegt. Hinterlegungsdatum der angefochtenen Marke ist der 27.05.2025. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Der Widerspruch wurde innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühr wurde rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.

III. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG sind vom Markenschutz jene Zeichen ausgeschlossen, die einer älteren Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

B. Vergleich der Waren

1. Waren und/oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und/oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen, unter www.ige.ch).
2. Die angefochtene Marke ist, soweit im vorliegenden Verfahren interessierend, für folgende Waren eingetragen:

Klasse 30: Salziges Kleingebäck; Plundergebäck; Knabbergebäck; Brioches (Gebäck); Feingebäck; Aromastoffe für Getränke, ausgenommen ätherische Öle; Backaromen, ausgenommen ätherische Öle; Bonbons; Brot; Fondants [Konfekt]; Gelée royale; Getränke auf der Basis von Tee; Getreidepräparate; Getreidesnacks; Griess; Haferflocken; Honig; Kaffee; Kaffee-Ersatz; Kaffeegetränke; Kakao; Kakaogetränke; Kaugummi; Kräcker; Kuchen; Malz für den menschlichen Verzehr; Nahrungsmittel auf der Grundlage von Hafer; nicht medizinische Kräutertees; Nudeln; Reis; Reissnacks; Tee; Teigwaren; Würzmittel; Würzzubereitungen für Nahrungsmittel; Zucker; Zuckerwaren als Christbaumschmuck; Burritos; Esspapier; Fertiggerichte auf Nudelbasis für Kleinkinder; gefriergetrocknete Nudelgerichte; Zuckerersatzstoffe für Speisezwecke; Zuckerpaste für Süsswaren;

Klasse 32: Alkoholfreie Aloe Vera-Getränke; alkoholfreie Aperitifs; alkoholfreie Cocktails; alkoholfreie Fruchtextrakte; alkoholfreie Fruchtgetränke; alkoholfreie Getränke; Bier; Energydrinks; Fruchtsäfte; Gemüsesäfte [Getränke]; Hopfenextrakte für die Bierherstellung; kohlenensäurehaltige Wässer; Malzbier; Mandelmilch [Sirup]; Molkegetränke; nicht alkoholische Essenzen für die Zubereitung von Getränken; Selterswasser; Sirupe für Getränke; Sojagetränke, ausgenommen als Milchersatz; alkoholfreie Bier-Cocktails; alkoholfreie Getränke aus getrockneten Früchten; alkoholfreie Getränke mit Kaffearoma; alkoholfreie Getränke mit Tee aroma; getrockneter Hopfen zum Bierbrauen; protein-angereicherte Sportgetränke.

3. Die Widerspruchsmarke ist u.a. für folgende Waren eingetragen:

Klasse 30: Kaffee, Tee, Kakao und Kaffee-Ersatzmittel; Reis, Teigwaren und Nudeln; Tapioka und Sago; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren; Schokolade; Eiscreme, Sorbets und andere Arten von Speiseeis; Zucker, Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Würzmittel, Gewürze, konservierte Kräuter; Essig, Sossen und andere Würzmittel; Mayonnaise; Müsli; Sandwiches; Pizzas; Fertigmahlzeiten, hauptsächlich aus Teigwaren oder Reis;

Klasse 32: Alkoholfreie Getränke; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere alkoholfreie Präparate für die Zubereitung von Getränken; Smoothies.

4. Angefochtene Waren der Klasse 30:

Die angefochtenen Waren "Brot; Getreidepräparate; Honig; Kaffee; Kaffee-Ersatz; Kakao; Nudeln; Tee; Teigwaren; Würzmittel; Zucker" werden in dieser Klasse in gleicher Formulierung auch für die Widerspruchsmarke beansprucht, womit insoweit Warengleichheit besteht. Letzteres gilt auch bezüglich der angefochtenen "Salziges Kleingebäck; Plundergebäck; Knabbergebäck; Brioches (Gebäck); Feingebäck; Kräcker; Kuchen", welche unter die Warenoberbegriffe "feine Backwaren und Konditorwaren" der Widerspruchsmarke fallen. Die Oberbegriffe "Kaffee, Tee, Kakao" der Widerspruchsmarke umfassen auch die entsprechenden Getränke, weshalb die angefochtenen "Getränke auf der Basis von Tee; Kaffeegetränke; Kakaogetränke; nicht medizinische Kräutertees" ebenfalls darunterfallen, es sich mithin um gleiche Waren handelt.

Die angefochtenen "Aromastoffe für Getränke, ausgenommen ätherische Öle" werden für die Zubereitung von Getränken verwendet, weshalb aufgrund ihrer Zweckbestimmung von starker Gleichartigkeit mit den für die Widerspruchsmarke in der Klasse 32 beanspruchten "Sirupe und andere alkoholfreie Präparate für die Zubereitung von Getränken" auszugehen ist.

Bei den angefochtenen "Reissnacks; Fertiggerichte auf Nudelbasis für Kleinkinder; gefriergetrocknete Nudelgerichte" handelt es sich um verzehrbereite Mahlzeiten, womit sie mit den für die Widerspruchsmarke in der Klasse 30 beanspruchten "Fertigmahlzeiten, hauptsächlich aus Teigwaren oder Reis; Burritos" als gleich, jedenfalls aber stark gleichartig zu beurteilen sind. Letzteres gilt auch bezüglich des angefochtenen "Reis", unter welchen auch verarbeitete Reisgerichte resp. gekochter Reis fallen.

Bei den angefochtenen "Getreidesnacks; Haferflocken; Nahrungsmittel auf der Grundlage von Hafer" handelt es sich um Getreidepräparate, womit ihre Gleichheit resp. starke Gleichartigkeit mit den für die

Widerspruchsmarke in derselben Klasse beanspruchten *"Getreidepräparate"* erstellt ist. Letzteres gilt auch für die angefochtenen Waren *"Griess"* (bei Griess handelt es sich um Teilstückchen des Getreidekorns [meist Weizen]; vgl. WIKIPEDIA Online-Enzyklopädie, unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Griess> , besucht am 26.02.2026) und *"Malz für den menschlichen Verzehr"* (Malz ist ein kurz gekeimtes und wieder getrocknetes Getreide; vgl. WIKIPEDIA, unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Malz> , besucht am 26.02.2026).

Die angefochtenen *"Zuckerersatzstoffe für Speisezwecke"* und der *"Zucker"* der Widerspruchsmarke sind substituierbar, was ohne weiteres für ihre Gleichartigkeit spricht (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1.1.1). Der angefochtene *"Gelée royale"* (ein von Bienen hervorgebrachter Saft, mit dem die Larven der Bienenköniginnen gefüttert werden; vgl. DUDEN, Online-Wörterbuch, unter https://www.duden.de/rechtschreibung/Gelée_royale , besucht am 26.02.2026) und der *"Honig"* der Widerspruchsmarke gehören unbestrittenermassen zur gleichen Warengruppe; beide finden u.a. Verwendung in Nahrungsergänzungsmitteln (vgl. WIKIPEDIA, unter https://de.wikipedia.org/wiki/Gelée_royale und <https://www.vitapowershop.ch/honig-pollen-gelee-royal-hercules/geleeroyalsardinienueropa-520.html> , beide besucht am 26.02.2026). Die Gleichartigkeit dieser Vergleichswaren ist ohne weiteres zu bejahen.

Die widerspruchsgegenerischen Waren *"Bonbons"* und *"Kaugummi"* gelten als Süss- bzw. Zuckerwaren (vgl. zur Definition von Bonbons und Kaugummi auch WIKIPEDIA, unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Bonbon> und <https://de.wikipedia.org/wiki/Kaugummi> , beide besucht am 26.02.2026) und können damit dem Oberbegriff *"Konditorwaren"* der Widerspruchsmarke zugeordnet werden. Gleiches gilt bezüglich der angefochtenen *"Fondants [Konfekt]"* und *"Zuckerwaren als Christbaumschmuck"* sowie des angefochtenen *"Esspapier"*, welches in der Konditorei als essbares Dekorationsmaterial verwendet wird, als Tortenaufleger für essbare Drucke (Fotos) oder 3D-Dekos auf Torten, Cupcakes und Kuchen dient und zu den sog. Oblaten zählt (vgl. WIKIPEDIA, unter <https://de.wikipedia.org/wiki/Oblate#Esspapier> , besucht am 26.02.2026). Auch insoweit ist somit die Gleichheit resp. starke Gleichartigkeit der Vergleichswaren erstellt.

Bei den verbleibenden angefochtenen *"Backaromen, ausgenommen ätherische Öle; Würzzubereitungen für Nahrungsmittel; Zuckerpaste für Süsswaren"* handelt es sich nicht um Fertigprodukte resp. konsumfertige Mahlzeiten, sondern um Roh- resp. Zwischenprodukte zum Herstellen von Speisen. Sie sind somit der gleichen Verarbeitungsstufe zuzuordnen wie die Waren *"Tapioka und Sago; Mehle; Hefe, Backpulver; Salz, Würzmittel, Gewürze"* der Klasse 30 der Widerspruchsmarke und sind mit Letzteren aufgrund der Übereinstimmungen in der Zweckbestimmung, den Vertriebswegen und den Abnehmerkreisen gleichartig.

5. Angefochtene Waren der Klasse 32:

Die angefochtenen *"alkoholfreie Fruchtgetränke; alkoholfreie Getränke; Fruchtsäfte; kohlenensäurehaltige Wässer; Sirupe für Getränke"* finden sich auch in der Klasse 32 der Widerspruchsmarke, womit insoweit Warengleichheit besteht. Letzteres gilt auch bezüglich der angefochtenen *"Alkoholfreie Aloe Vera-Getränke; alkoholfreie Aperitifs; alkoholfreie Cocktails; alkoholfreie Fruchtextrakte; Energydrinks; Gemüsesäfte [Getränke]; Molkegetränke; Selterswasser; Sojagetränke, ausgenommen als Milchersatz; alkoholfreie Bier-Cocktails; alkoholfreie Getränke aus getrockneten Früchten; alkoholfreie Getränke mit Kaffeearoma; alkoholfreie Getränke mit Teearoma; protein-angereicherte Sportgetränke"*, welche unter die *"Alkoholfreie Getränke"* der Widerspruchsmarke zu subsumieren sind.

Die Widerspruchsmarke wird weder für Bier (Klasse 32) noch für alkoholische Getränke der Klasse 33 beansprucht. Hingegen wird die Gleichartigkeit zwischen Bier und alkoholfreien Getränken (unter welche auch alkoholfreie Biere fallen) aufgrund des gleichen Verwendungszwecks, der gleichen Abnehmerkreise und Vertriebsstätten sowie des Bestehens eines Austauschverhältnisses gemäss ständiger Praxis und Rechtsprechung bejaht, womit auch die Gleichartigkeit der hier angefochtenen Waren *"Bier; Malzbier"* mit den *"Alkoholfreie Getränke"* der Widerspruchsmarke ohne weiteres zu bejahen ist (vgl. z.B. Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 103530, III. B. Ziff. 15 – YOGI / Yogii (fig.), abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE [Widerspruch], unter <https://ph.ige.ch/ph/> ; RKGE in sic ! 2000, 606 - Red Bull / Energy Bull Dog).

Die verbleibenden angefochtenen Waren *"Hopfenextrakte für die Bierherstellung; Mandelmilch [Sirup]; nicht alkoholische Essenzen für die Zubereitung von Getränken; getrockneter Hopfen zum Bierbrauen"*

dienen alle der Zubereitung von Getränken und sind unter die *"Sirupe und andere alkoholfreie Präparate für die Zubereitung von Getränken"* der Widerspruchsmarke zu subsumieren, womit auch insoweit Warengleichheit besteht.

6. 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 reinen Wortmarken "V-LOVE" (Widerspruchsmarke) und "MELOVE" (angefochtene Marke) gegenüber. Der Gesamteindruck von Wortzeichen wird durch den Klang, das Schriftbild und den Sinngehalt bestimmt, wobei gemäss Rechtsprechung eine Ähnlichkeit auf einer dieser Ebenen in der Regel genügt, um eine Verwechselbarkeit der Vergleichszeichen anzunehmen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1; BGer in sic! 2008, 295 – *sergio rossi [fig.] et al., Miss Rossi / Rossi [fig.]*).
3. Die Übereinstimmung der Vergleichszeichenzeichen im englischen Begriff "LOVE" führt ohne weiteres bereits zu einer starken Ähnlichkeit auf der schriftbildlichen und klanglichen Ebene. Weil es sich bei "LOVE" um einen englischen Begriff handelt, werden die diesem jeweils vorangestellten Elemente, d.h. der Buchstabe "V" bei der Widerspruchsmarke und das als englisches Personalpronomen wahrgenommene "ME" bei der jüngeren Marke, ebenfalls englisch, nämlich als */vi:/ - /lʌv/* und */mi:/ - /lʌv/* ausgesprochen, womit die klangliche Nähe der Zeichen noch zusätzlich verstärkt wird.
4. Da der durchschnittliche Markenadressat unwillkürlich auch gedanklich verarbeitet, was er hört und liest, kann für den Gesamteindruck einer Marke auch deren Sinngehalt entscheidend sein. In Betracht fallen neben der eigentlichen Wortbedeutung auch Gedankenverbindungen, die das Zeichen unweigerlich hervorruft. Markante Sinngehalte, die sich beim Hören und beim Lesen dem Bewusstsein sogleich aufdrängen, dominieren regelmässig auch das Erinnerungsbild. Weist ein Wortzeichen einen derartigen Sinngehalt auf, der sich im anderen Zeichen nicht wiederfindet, so ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass sich das Publikum durch einen ähnlichen Klang oder ein ähnliches Schriftbild täuschen lässt (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.1 mit Hinweisen).
5. Bereits die Übereinstimmung der Zeichen im allgemein bekannten englischen Begriff "LOVE" (für "Liebe") führt zu einer Ähnlichkeit der Zeichen im Sinngehalt. Bei der englischen Aussprache der Zeichen (als */vi:/ - /lʌv/* und */mi:/ - /lʌv/*) erscheint es zudem als naheliegend, dass der in der Widerspruchsmarke dem Begriff "LOVE" vorangestellte Buchstabe "V" klanglich (*/vi:/*) als Personalpronomen ("WE") wahrgenommen wird, was dazu führt, dass die Gesamtzeichen zusätzlich über dieselbe (semantische) Struktur (Personalpronomen + "LOVE") verfügen.
6. Somit ist die Zeichenähnlichkeit sowohl im Klang- und Schriftbild als auch im Sinngehalt 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 massgeblichen Waren der Klassen 30 und 32 handelt es sich um Lebensmittel resp. um nichtalkoholische Getränke und damit um Massenartikel des täglichen Bedarfs, bei denen gemäss Rechtsprechung von einer geringen Aufmerksamkeit auszugehen ist (vgl. BGer in sic! 2002, 522, E. 2.3 – *Activia / Acteva*, BGE 126 III 315, E. 6b – *RIVELLA / apiella*, BVGer B-5061/2019, E. 3.2 – *POPPIT'S / POPCHIPS* mit Hinweisen).
3. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7).
4. Der Widerspruchsmarke "V-LOVE" kann in Verbindung mit den strittigen Waren der Klassen 30 und 32 kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden. Sie beschreibt weder die Eigenschaften, die Art oder Zweckbestimmung der beanspruchten Waren noch den Anbieter der Art nach. Zudem stellt dieser Begriff keinen Qualitätshinweis und keine reklamehafte Anpreisung dar. Im Weiteren ist nicht erkennbar, dass "V-LOVE" im Geschäftsverkehr allgemein oder im Zusammenhang mit den hier massgeblichen Waren üblicherweise verwendet wird (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.3.1, 4.4). Auch liegen keine Hinweise vor, dass "V" üblicherweise i.S. von "we" verwendet würde. Die Widerspruchsmarke ist daher durchschnittlich kennzeichnungskräftig und weist einen normalen Schutzzumfang auf.
5. Die Vergleichszeichen werden, soweit hier interessierend, für gleiche und im Übrigen hochgradig gleichartige Waren beansprucht (vgl. III. B. Ziff. 4 und 5 hiervor), weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warennähe ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Dies ist vorliegend nicht der Fall: Bereits die Übereinstimmung der Vergleichszeichenzeichen im Begriff "LOVE" führt zu einer starken Ähnlichkeit auf der schriftbildlichen und klanglichen Ebene. Bei der (hier gebotenen) englischen Aussprache der beiden Zeichen als Ganzes, nämlich als "/vi:/ - /lʌv/" und "/mi:/ - /lʌv/", wird die klangliche Nähe noch zusätzlich verstärkt. Die geringfügigen Unterschiede sind nicht geeignet, den Gesamteindruck wesentlich zu beeinflussen, zumal sich die Zeichen zusätzlich auch reimen, weshalb sie infolge des ähnlichen Wortklanges grundsätzlich als verwechselbar gelten. In struktureller Hinsicht handelt es sich zudem bei beiden Zeichen um eine Kombination des englischen Begriffs "LOVE" mit einem vorangestellten einsilbigen Wortelement, womit auch keine rechtsgenüglichen Unterschiede auf der semantischen Ebene bestehen, welche die Ähnlichkeit im Schrift- und Klangbild zu kompensieren vermöchten. Zusammenfassend besteht in Anbetracht der ausgeprägten Ähnlichkeit der Zeichen, des normalen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke und der geringen Aufmerksamkeit des Publikums im massgeblichen Warenbereich die Gefahr von Fehlzurechnungen.
6. Die Verwechslungsgefahr wird daher bejaht, der Widerspruch im Verfahren Nr. 104852 gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 833022 "MELOVE" für sämtliche Waren der Klassen 30 und 32 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 (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3). Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen. Ist die Partei nicht vertreten oder steht der Vertreter in einem Dienstverhältnis zur Partei, spricht das IGE einen Spesenersatz zu, falls die Spesen den Betrag von CHF 50.00 übersteigen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
3. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren vollständig durchgedrungen. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Die widersprechende Partei liess sich indessen im vorliegenden Verfahren nicht vertreten, sondern handelte selbst. Praxisgemäss besteht daher kein Anspruch auf eine Parteientschädigung. Weiter wurden keine Spesen geltend gemacht. Hingegen hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen. Die Parteientschädigung wird daher in Anwendung der obgenannten Kriterien auf CHF 800.00 (Ersatz der Widerspruchsgebühr) festgesetzt.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104852 wird gutgeheissen.
2.
Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 833022 - "MELOVE" wird für sämtliche Waren der Klassen 30 und 32 widerrufen.
3.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
4.
Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 800.00 (Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.
5.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 4. März 2026

Freundliche Grüsse



Roland Hutmacher

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).