

Verfügung in den Widerspruchsverfahren Nr. 104491 und 104498 in Sachen

4LIFE TRADEMARKS, LLC
9850 SOUTH 300 WEST
SANDY, UT 84070
US-Vereinigte Staaten von Amerika

Widersprechende Partei

vertreten durch

Isler & Pedrazzini AG
Postfach
8027 Zürich

IR-Marke Nr. 1002808 - 4LIFE

gegen

Straqim Holding SA
Rue du Rhône 40
1950 Sion

Widerspruchsgegnerische Partei

IR-Marke Nr. 1830365 - PRUNUS4LIFE

IR-Marke Nr. 1834073 - PRUNUS4LIFE ((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 IR-Marke Nr. 1830365 "PRUNUS4LIFE" (nachfolgend: angefochtene Marke 1) wurde am 26.12.2024 in der Gazette des marques internationales Nr. 50/2024 veröffentlicht. Die IR-Marke Nr. 1830365 "PRUNUS4LIFE" ((fig.)) (nachfolgend: angefochtene Marke 2) wurde am 16.01.2025 in der Gazette des marques internationales Nr. 01/2025 veröffentlicht. Beide Marken sind für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt:
 - 3 *Produits cosmétiques et produits de toilette non médicaux; produits de nettoyage des dents non médicamenteux; produits de parfumerie; huiles essentielles; cosmétiques; produits cosmétiques à base de substances naturelles; savons.*
 - 5 *Produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; aliments et substances diététiques adaptés à usage médical ou vétérinaire; aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; pansements, pansements avec additifs thérapeutiques; produits hygiéniques à usage médical; produits médicaux pour perdre du poids; pommades, pommades, toniques, crèmes, huiles à usage médical; sérums, élixirs à usage médical.*
 - 44 *Services médicaux; services vétérinaires; soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains et animaux.*
2. Am 01.04.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Schutzausdehnung dieser Marken Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.
3. Die widersprechende Partei stützt sich in beiden Verfahren auf ihre internationale Registrierung Nr. 1002808 "4LIFE" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren eingetragen ist:
 - 5 *Compléments diététiques et nutritionnels; compléments vitaminés, minéralisés et à base de plantes médicinales; préparations de facteur de transfert instruisant le système immunitaire en vue de le renforcer et de le stimuler.*
4. Am 22.04.2025 und am 05.05.2025 erliess das IGE gegen die genannten angefochtenen internationalen Registrierungen provisorische vollumfängliche Schutzverweigerungen aus relativen Ausschlussgründen. Die widerspruchsgegnersische Partei wurde eingeladen, gemäss Art. 42 MSchG innert drei Monaten ein Zustellungsdomizil in der Schweiz zu bezeichnen oder einen in der Schweiz niedergelassenen Vertreter zu benennen.
5. Per 21.04.2025 (Publikation in der Gazette Nr. 22/2025 vom 26.05.2025) wurden die angefochtenen Marken auf die Straqim Holding AG, in Sitten, übertragen.
6. Mit Schreiben vom 18.07.2025 machte die widerspruchsgegnersische Partei den Nichtgebrauch der Widerspruchsmarke geltend.
7. Mit Verfügung vom 22.07.2025 wurde die widerspruchsgegnersische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
8. Mit Schreiben vom 25.07.2025 hat die widerspruchsgegnersische Partei innert Frist eine Eingabe eingereicht ohne neue Argumente geltend zu machen.
9. Mit Verfügung vom 28.07.2025 wurde die widersprechende Partei aufgefordert, eine Replik einzureichen.
10. Mit Schreiben vom 29.10.2025 replizierte die widersprechende Partei innert erstreckter Frist.
11. Mit Verfügung vom 30.10.2025 wurde die widerspruchsgegnersische Partei aufgefordert, eine Duplik einzureichen.
12. Mit Schreiben vom 06.11.2025 duplizierte die widerspruchsgegnersische Partei innert Frist in Englisch.
13. Mit Schreiben vom 07.11.2025 wurde die widerspruchsgegnersische Partei aufgefordert, eine in einer Amtssprache abgefasste Duplik einzureichen.
14. Mit Schreiben vom 13.11.2025 reichte die widerspruchsgegnersische Partei eine französische Version ihrer Duplik ein.

15. Mit Verfügung vom 14.11.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.
16. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien 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 29.04.2009 im internationalen Register eingetragen. Die angefochtenen Marken wurden beide am 26.09.2024 mit einer RS-Priorität vom 27.03.2024 im internationalen Register eingetragen. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Die Widersprüche wurden innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühren wurden rechtzeitig bezahlt. Auf die Widersprüche ist folglich einzutreten.

III. Vereinigung der Verfahren

In den Widerspruchsverfahren Nr. 104491 und 104498 stehen sich die gleichen Parteien gegenüber. Die Widersprüche stützen sich auf die gleiche ältere Marke und sie richten sich gegen zwei sehr ähnliche angefochtene Marken, die für identische Waren und Dienstleistungen registriert sind. Der zu beurteilende Sachverhalt und auch die sich stellenden Rechtsfragen sind somit bei den zwei Widersprüchen sehr ähnlich, so dass sich aus prozessökonomischen Gründen eine Vereinigung der Verfahren aufdrängt (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 4.1, unter www.ige.ch sowie Bundesverwaltungsgericht [BVGer] B-38, 39, 40/2011, E. 1.1 – IKB / ICB [fig.], ICB, ICB BANKING).

IV. 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. Gebrauch der Widerspruchsmarke

1. Gemäss Art. 12 Abs. 1 MSchG kann ein Markeninhaber sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, wenn er die Marke im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, während eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nach unbenütztem Ablauf der Widerspruchsfrist oder nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens nicht gebraucht hat, ausser wenn wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen.
2. Behauptet der Widerspruchsgegner den Nichtgebrauch der älteren Marke nach Art. 12 Abs. 1 MSchG, so hat der Widersprechende den Gebrauch seiner Marke während der letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 5.3.2, unter www.ige.ch) oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (Art. 32 MSchG).
3. Will der Widerspruchsgegner die Einrede des Nichtgebrauchs nach Art. 32 MSchG erheben, muss er dies in seiner ersten Stellungnahme tun (vgl. Art. 22 Abs. 3 MSchV).
4. Gegen die am 29.04.2009 international registrierte und der Schweiz am 25.06.2009 notifizierte Widerspruchsmarke wurde kein Widerspruch erhoben. Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einrede des Nichtgebrauchs, d.h. am 18.07.2025 seit langem abgelaufen (vgl. zur Berechnung der

Karenzfrist: Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.2.1). Die widerspruchsgegnerische Partei erhob die Einrede des Nichtgebrauchs des Widerspruchszeichens frist- und formgerecht, in ihrer ersten Stellungnahme vom 18.07.2025. Die widersprechende Partei hat somit den Gebrauch ihrer Marke für die letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs durch die widerspruchsgegnerische Partei, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 18.07.2020 und dem 18.07.2025, glaubhaft zu machen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.2).

5. Zur Glaubhaftmachung des Gebrauchs der Widerspruchsmarke legte die widersprechende Partei mit ihrer Replik vom 29.10.2025 folgende Belege ins Recht:

BO: Rechnung Nr. 43764559 vom 5. Januar 2020	Beilage 1
BO: Rechnung Nr. 44034987 vom 1. Februar 2020	Beilage 2
BO: Rechnung Nr. 44359424 vom 3. März 2020	Beilage 3
BO: Rechnung Nr. 44372464 vom 4. März 2020	Beilage 4
BO: Rechnung Nr. 44373033 vom 4. März 2020	Beilage 5
BO: Rechnung Nr. 44503847 vom 16. März 2020	Beilage 6
BO: Rechnung Nr. 44609700 vom 20. März 2020	Beilage 7
BO: Rechnung Nr. 44850550 vom 01. April 2020	Beilage 8
BO: Rechnung Nr. 44937887 vom 10. April 2020	Beilage 9
BO: Rechnung Nr. 45032608 vom 18. April 2020	Beilage 10
BO: Rechnung Nr. 45622429 vom 3. Juni 2020	Beilage 11
BO: Rechnung Nr. 46220532 vom 17. Juli 2020	Beilage 12
BO: Rechnung Nr. 47461479 vom 4. Oktober 2020	Beilage 13
BO: Rechnung Nr. 47682893 vom 18. Oktober 2020	Beilage 14
BO: Rechnung Nr. 48370459 vom 2. Dezember 2020	Beilage 15
BO: Rechnung Nr. 49408559 vom 12. Februar 2021	Beilage 16
BO: Rechnung Nr. 49866530 vom 12. März 2021	Beilage 17
BO: Rechnung Nr. 49983739 vom 17. März 2021	Beilage 18
BO: Rechnung Nr. 50160438 vom 30. März 2021	Beilage 19
BO: Rechnung Nr. 50397342 vom 15. April 2021	Beilage 20
BO: Rechnung Nr. 50595677 vom 25. April 2021	Beilage 21
BO: Rechnung Nr. 50885113 vom 17. Mai 2021	Beilage 22
BO: Rechnung Nr. 50982271 vom 20. Mai 2021	Beilage 23
BO: Rechnung Nr. 51996401 vom 26. Juli 2021	Beilage 24
BO: Rechnung Nr. 52767179 vom 14. September 2021	Beilage 25
BO: Rechnung Nr. 53098158 vom 2. Oktober 2021	Beilage 26
BO: Rechnung Nr. 53522496 vom 2. November 2021	Beilage 27
BO: Rechnung Nr. 53629669 vom 14. November 2021	Beilage 28
BO: Rechnung Nr. 54047402 vom 16. Dezember 2021	Beilage 29
BO: Rechnung Nr. 54642151 vom 5. Februar 2022	Beilage 31
BO: Rechnung Nr. 54745666 vom 16. Februar 2022	Beilage 32
BO: Rechnung Nr. 54790726 vom 19. Februar 2022	Beilage 33
BO: Rechnung Nr. 54976647 vom 02. März 2022	Beilage 34
BO: Rechnung Nr. 55415435 vom 15. April 2022	Beilage 35
BO: Rechnung Nr. 56147567 vom 27. Juni 2022	Beilage 36
BO: Rechnung Nr. 56735675 vom 18. August 2022	Beilage 37
BO: Rechnung Nr. 57165652 vom 29. September 2022	Beilage 38
BO: Rechnung Nr. 57270198 vom 07. Oktober 2022	Beilage 39
BO: Rechnung Nr. 57286103 vom 10. Oktober 2022	Beilage 40

BO: Rechnung Nr. 57407937 vom 20. Oktober 2022	Beilage 41
BO: Rechnung Nr. 57542514 vom 03. November 2022	Beilage 42
BO: Rechnung Nr. 57896777 vom 03. Dezember 2022	Beilage 43
BO: Rechnung Nr. 57947293 vom 10. Dezember 2022	Beilage 44
BO: Rechnung Nr. 58035054 vom 20. Dezember 2022	Beilage 45
BO: Rechnung Nr. 58252247 vom 13. Januar 2023	Beilage 46
BO: Rechnung Nr. 58490419 vom 06. Februar 2023	Beilage 47
BO: Rechnung Nr. 58513363 vom 09. Februar 2023	Beilage 48
BO: Rechnung Nr. 58573196 vom 16. Februar 2023	Beilage 49
BO: Rechnung Nr. 58964490 vom 20. März 2023	Beilage 50
BO: Rechnung Nr. 59383691 vom 02. Mai 2023	Beilage 51
BO: Rechnung Nr. 59385194 vom 02. Mai 2023	Beilage 52
BO: Rechnung Nr. 59406953 vom 05. Mai 2023	Beilage 53
BO: Rechnung Nr. 59666035 vom 01. Juni 2023	Beilage 54
BO: Rechnung Nr. 60058181 vom 10. Juli 2023	Beilage 55
BO: Rechnung Nr. 61000090 vom 18. Oktober 2023	Beilage 56
BO: Rechnung Nr. 61290927 vom 19. November 2023	Beilage 57
BO: Rechnung Nr. 61452403 vom 02. Dezember 2023	Beilage 58
BO: Rechnung Nr. 61473733 vom 05. Dezember 2023	Beilage 59
BO: Rechnung Nr. 61571540 vom 18. Dezember 2023	Beilage 60
BO: Rechnung Nr. 61841150 vom 18. Januar 2024	Beilage 61
BO: Rechnung Nr. 62020809 vom 05. Februar 2024	Beilage 62
BO: Rechnung Nr. 62116230 vom 18. Februar 2024	Beilage 63
BO: Rechnung Nr. 62333945 vom 13. März 2024	Beilage 64
BO: Rechnung Nr. 62373251 vom 17. März 2024	Beilage 65
BO: Rechnung Nr. 62374012 vom 17. März 2024	Beilage 66
BO: Rechnung Nr. 62351940 vom 20. März 2024	Beilage 67
BO: Rechnung Nr. 62564981 vom 08. April 2024	Beilage 68
BO: Rechnung Nr. 62580671 vom 10. April 2024	Beilage 69
BO: Rechnung Nr. 62889600 vom 15. Mai 2024	Beilage 70
BO: Rechnung Nr. 63065560 vom 04. Juni 2024	Beilage 71
BO: Rechnung Nr. 63394239 vom 08. Juli 2024	Beilage 72
BO: Rechnung Nr. 63776326 vom 19. August 2024	Beilage 73
BO: Rechnung Nr. 64213266 vom 02. Oktober 2024	Beilage 74
BO: Rechnung Nr. 64794361 vom 03. Dezember 2024	Beilage 75
BO: Rechnung Nr. 65061694 vom 09. Januar 2025	Beilage 76
BO: Rechnung Nr. 65356277 vom 01. Februar 2025	Beilage 77
BO: Rechnung Nr. 65540168 vom 20. Februar 2025	Beilage 78
BO: Rechnung Nr. 65556464 vom 23. Februar 2025	Beilage 79
BO: Rechnung Nr. 65572417 vom 26. Februar 2025	Beilage 80
BO: Rechnung Nr. 65620228 vom 01. März 2025	Beilage 81
BO: Rechnung Nr. 65868293 vom 29. März 2025	Beilage 82
BO: Rechnung Nr. 65959560 vom 08. April 2025	Beilage 83
BO: Rechnung Nr. 66010697 vom 15. April 2025	Beilage 84
BO: Rechnung Nr. 66471225 vom 04. Juni 2025	Beilage 85

- | | |
|--|--------------|
| BO: Rechnung Nr. 66717108 vom 02. Juli 2025 | Beilage 86 |
| BO: Rechnung Nr. 66735676 vom 04. Juli 2025 | Beilage 87 |
| BO: Rechnung Nr. 66804648 vom 15. Juli 2025 | Beilage 88 |
| BO: Rechnung Nr. 66881618 vom 20. Juli 2025 | Beilage 89 |
| BO: Rechnung Nr. 66977039 vom 01. August 2025 | Beilage 90 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt Super Detox, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/product/super-detox/2457 | Beilage 91 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt 4Life Transform Man, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/product/man/805 | Beilage 92 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt 4Life Transfer Factor BCV, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/product/bcv/77 | Beilage 93 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt 4Life Transfer Factor Glutamine Prime | Beilage 94 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt Ritestart unisex, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/product/ritestart-unisex/1514 | Beilage 95 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt PRO-TF Vanillecreme, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/product/pro-tf-protein/361 | Beilage 96 |
| BO: Screenshot Webseite, Produkt Factor Classic, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/product/transfer-factor-classic/79 | Beilage 97 |
| BO: Screenshot Webseite 4Life, Alle Produkte, letztmals abgerufen am 29.10.2025 unter https://schweiz.4life.com/corp/shop | Beilage 98 |
| BO: Auszüge und Screenshots der 4Life Social Media Posts aus den Jahren 2020-2025 | Beilage 99 |
| BO: 4Life Syle Magazin, in französischer Sprache | Beilage 100a |
| BO: 4Life Syle Magazin, in deutscher Sprache | Beilage 100b |
| BO: 4Life Webmailing-Tabelle 2020-2025 | Beilage 101 |
| BO: Produkte-Katalog 2023, in französischer Sprache | Beilage 102a |
| BO: Produkte-Katalog 2023, in deutscher Sprache | Beilage 102b |
| BO: 4LIFE Products Available in Europe | Beilage 103 |
| BO: Produkte-Katalog 2024, in französischer Sprache | Beilage 104a |
| BO: Produkte-Katalog 2024, in deutscher Sprache | Beilage 104b |
| BO: Produkte-Katalog 2025, in französischer Sprache | Beilage 105a |
| BO: Produkte-Katalog 2025, in deutscher Sprache | Beilage 105b |
| BO: Preisliste 2020 | Beilage 106 |
| BO: Preisliste 2021 | Beilage 107 |
| BO: Preisliste 2022 | Beilage 108 |
| BO: Preisliste 2023 | Beilage 109 |
| BO: Preisliste 2024 | Beilage 110 |
| BO: Preisliste 2025 | Beilage 111 |
| BO: Kontaktinformationen 2020 | Beilage 112 |
| BO: Informationen zum Affiliate-Antrag (AT, CH) | Beilage 113 |
| BO: Footer der schweizer 4Life-Webseite | Beilage 115 |
6. Die widersprechende Partei führt u.a. aus, dass durch die eingereichten Belege über den gesamten relevanten Zeitraum Verkäufe an Schweizer Abnehmer nachgewiesen würden. In diesen Jahren seien Waren zwischen CHF 4'000.00 und CHF 6'000.00 in die Schweiz geliefert worden. Aus den Rechnungen und den Screenshots der Webseite <https://schweiz.4life.com> gehe hervor, dass unter der Widerspruchsmarke die von ihr beanspruchten Waren angeboten und verkauft worden seien. Zudem würden die Waren der Widersprechenden auch über Social-Media-Kanäle und in Magazinen aktiv beworben. Weiter ergebe sich ein rechtserhaltender Gebrauch auch aus ihren Produktkatalogen und Preislisten.

7. Die widerspruchsgegenerische Partei geht in ihrer Duplik u.a. davon aus, dass mittels der eingereichten Belege nur ein einzelner, symbolischer Verkauf von Waren glaubhaft gemacht werde. Weiter stelle die Bewerbung über das Internet keinen rechtserhaltenden Gebrauch dar. Schliesslich gehe aus den Katalogen hervor, dass die Waren nicht unter der Widerspruchsmarke vermarktet würden. Ein rechtserhaltender Gebrauch sei somit nicht glaubhaft gemacht.
8. In der Folge gilt es die eingereichten Gebrauchsbelege zu würdigen. Nicht jede tatsächliche Benutzung einer Marke stellt einen rechtserhaltenden Gebrauch dar. Erforderlich ist vielmehr eine qualifizierte Benutzung. Diese setzt voraus, dass die Marke nach Art einer Marke, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, im Wirtschaftsverkehr, im Inland respektive für den Export, ernsthaft sowie in unveränderter oder zumindest in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form gebraucht worden ist (vgl. BVGer B-4640/2018, E. 2.3 – QUANTEX / Quantextual [fig.] mit Verweis auf Lehre und Rechtsprechung).

Gebrauch in der Schweiz

9. Grundsätzlich ist ein Gebrauch der Marke in der Schweiz erforderlich. Eine Ausnahme ergibt sich aus dem Übereinkommen zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster- und Markenschutz (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.1).
10. Die als Beilagen 1 bis 90 eingereichten Rechnungen sind alle an Abnehmer in der Schweiz gerichtet. Bereits aus diesen Beilagen geht somit ein Gebrauch mit Bezug zur Schweiz hervor.

Zeitlicher Gebrauch

11. Die Beweismittel müssen sich jedoch auf einen Zeitpunkt vor der Einrede des Nichtgebrauchs beziehen, was voraussetzt, dass sie einwandfrei dem Gebrauchszeitraum zugeordnet werden können. Undatierbare Belege können aber unter Umständen in Kombination mit anderen datierbaren berücksichtigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.2). Die relevante Dauer betrifft den Zeitraum zwischen dem 18.07.2020 und dem 18.07.2025 (siehe oben).
12. Die Rechnungen (Beilagen 1 bis 90) betreffend die Jahre 2020 bis 2025. Die als Beilagen 1 bis 12 eingereichten Rechnungen tragen alle ein Datum vor und die Beilage 90 ein Datum nach der relevanten Gebrauchsperiode. Diese können somit nicht berücksichtigt werden. Die übrigen Rechnungen (Beilagen 13 bis 89) fallen hingegen in den oben genannten Gebrauchszeitraum.
13. Auch die Preislisten (Beilagen 106 bis 111) sowie die Produktkataloge (Beilagen 104a bis 105b) fallen in den relevanten Gebrauchszeitraum. Dies gilt hingegen nicht für die Screenshots der Webseite www.schweiz.4life.com, die vom 29.10.2025 stammen und somit ein Datum nach der Gebrauchsdauer tragen. Diese Belege können hingegen berücksichtigt werden, wenn sie in Kombination mit anderen, in die relevante Gebrauchsdauer fallenden Belegen Rückschlüsse betreffend den rechtserhaltenden Gebrauch zulassen.

Ernsthafter Gebrauch

14. Rechtserhaltend ist nur ein ernsthafter Gebrauch. Bei der Ernsthaftigkeit des Gebrauchs wird in subjektiver Hinsicht die Absicht vorausgesetzt, der Nachfrage des Marktes genügen zu wollen. Massgebend für die Beurteilung der Ernsthaftigkeit sind die branchenüblichen Gepflogenheiten eines wirtschaftlich sinnvollen Handelns. Zu berücksichtigen sind Art, Umfang und Dauer des Gebrauchs sowie besondere Umstände des Einzelfalls. Nicht als ernsthaft gilt jeder Scheingebrauch, welcher nur deshalb aufgenommen wurde, um durch einen symbolischen Absatz den Verlust des Markenrechts abzuwenden (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.3). Der Markeninhaber muss ausserdem den Markt bearbeiten und eine während einem längeren Zeitraum andauernde minimale Aktivität unter Beweis stellen können.
15. Anhand von Beilagen 13 bis 89 wird ein Gebrauch der Widerspruchsmarke gegenüber einer Mehrzahl von Schweizer Unternehmen mit Sitz in allen Sprachregionen der Schweiz glaubhaft gemacht. Berücksichtigt werden dabei einzig Rechnungspositionen, welche die Widerspruchsmarke "4LIFE" aufweisen. Betreffend die relevante Gebrauchsdauer ergeben sich somit folgende in Rechnung gestellte Beträge:
 - 2020: CHF 519.30
 - 2021: CHF 3'172.25
 - 2022: CHF 2'567.15

- 2023: 2'722.95
- 2024: 3'412.70
- 2025: 4'133.75

16. Dies sind zwar keine hohen Verkaufszahlen. Bei rund 80 Rechnungen an unterschiedliche Abnehmer in der Schweiz kann hingegen nicht von isolierten Einzelaktionen gesprochen werden. Vielmehr geht aus diesen Rechnungen hervor, dass damit mehr als nur eine minimale Marktbearbeitung nachgewiesen wurde. Die Rechnungen decken denn auch die gesamte in casu relevante Gebrauchsdauer ab. Die Ernsthaftigkeit des Markengebrauchs ist mithin erstellt.

Gebrauch nach Art einer Marke

17. Rechtserhaltend wirkt nur ein funktionsgerechter Gebrauch der Marke. Es genügt, wenn das Zeichen vom Publikum als Mittel zur Kennzeichnung der registrierten Waren und Dienstleistungen verstanden wird durch bspw. Benutzung auf Prospekten, Preislisten, Rechnungen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.4). An einem hinreichenden Bezug zu den zu kennzeichnenden Waren und/oder Dienstleistungen fehlt es bei einem rein unternehmensbezogenen Gebrauch der Marke. Die ausschliessliche Verwendung als Firma oder Geschäftsbezeichnung stellt kein identifizierendes Unterscheidungsmerkmal für Produkte oder Dienstleistungen dar, sondern einen abstrakten Hinweis auf ein Unternehmen.
18. Die eingereichten Rechnungen (Beilagen 13 bis 89) zeigen oben in der Kopfzeile jeweils folgenden Gebrauch:



19. Dieser Gebrauch in enger Kombination mit der Adresse der Firma und losgelöst von den beanspruchten Waren stellt keinen markenmässigen Gebrauch dar (vgl. BVGer B-5543/2012, E. 7.1.2 – six (fig.) / SIXX, sixx (fig.)).
20. Anders sieht die Situation hingegen bei denjenigen Rechnungspositionen aus, in denen die Widerspruchsmarke in Kombination mit den in Rechnung gestellten Waren aufgeführt wird. Diese Gebrauchsform stellt sicher, dass das Zeichen vom Publikum als Mittel zur Kennzeichnung von Waren verstanden wird.

Gebrauch wie registriert bzw. in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form

21. Weiter ist die Marke grundsätzlich so zu benutzen, wie sie im Register eingetragen ist, weil sie nur so den kennzeichnenden Eindruck, der ihren Funktionen entspricht, zu bewirken vermag (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6). Die Rechtsprechung pflegt bei der Prüfung des rechtserhaltenden Gebrauchs einer Marke Abweichungen durch ein Hinzufügen von weiteren Elementen in der Regel weniger streng zu beurteilen, als Abweichungen durch Weglassen eingetragener Markenbestandteile. Hinzufügungen hindern den rechtserhaltenen Gebrauch grundsätzlich nicht, wenn das Zeichen im Gebrauchskontext auf Anhieb erkannt wird und nicht in einem "Zeichenwald" verschwindet (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6).
22. Die in casu relevanten Rechnungspositionen weisen u.a. folgende Wortlaute auf: "4 Life Transfer Factor ReCall (single)", "4 Life Transfer Factor Reflexion (single)", "4 Life Transfer Factor Glutamine Prime", "4 Life Factor MalePro", "4 Life Transfer Factor BCV", "4 Life Transfer Renuvo", "4 Life Transer Factor Plus Tri-Factor Formula", "4 Life Transfer Factor GluCoach", "4 Life Transfer Factor Lung" oder "4 Life Tansfer Factor RioVidaBurst TriFactor Formula". Diese Hinzufügungen würden den rechtserhaltenden Gebrauch nur dann hindern, wenn die Marke nicht mehr als unabhängiges Zeichen wahrgenommen wird, sondern als Teil eines umfassenderen Zeichens erscheint. Massgeblich für den rechtserhaltenden Gebrauch ist daher, ob die Marke im Gebrauchskontext ohne Zuhilfenahme der Fantasie erkannt wird, also weder in einem "Zeichenwald" verschwindet noch als Teil eines Gesamtzeichens erscheint, das sie mehrheitlich in eine gemeinsame Sinnaussage integriert (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6 mit Verweis auf BVGer B-6169/2020, E. 2.7 – ADVENTURIDGE / Adventure (fig.), Adventure Highland Creek (fig.)). In den oben aufgezeigten

Gebrauchskonstellationen wird die jeweils am Anfang stehende Widerspruchsmarke "4 LIFE" ohne Weiteres auf Anhieb als selbständiges Zeichen wahrgenommen. Es liegt mithin ein Gebrauch in einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form vor.

Gebrauch durch den Inhaber oder mit dessen Zustimmung

23. Der Markeninhaber muss sein Zeichen nicht in jedem Fall selbst gebrauchen. Er kann sich den Gebrauch von Dritten anrechnen lassen. Der Gebrauch der Marke mit Zustimmung des Inhabers gilt als Gebrauch durch diesen selbst (Art. 11 Abs. 3 MSchG). Die Zustimmung hat zu erfolgen, bevor der Dritte die Marke benutzt. Nach ständiger Rechtsprechung gilt als Gebrauch per procura die Benutzung der Marke durch Tochtergesellschaften, Konzerngesellschaften oder Gesellschaften, die wirtschaftlich eng mit dem Markeninhaber verbunden sind, oder durch Lizenznehmer, Alleinvertriebshändler und Wiederverkäufer (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.8). Eine Einwilligung kann auch stillschweigend erteilt werden. Gegenüber dem IGE ist die Zustimmung des Markeninhabers glaubhaft zu machen, auch die "stillschweigende", sei es durch Einreichen des Vertrages bzw. Vertragsausschnittes oder durch Aufzeigen der Unternehmensstruktur (Holdingstruktur). Es genügt folglich nicht, einfach zu behaupten, man verwende die Marke mit Zustimmung des Markeninhabers, ohne dass diese Tatsache irgendwie belegt wird.
24. Die von der widersprechenden Partei eingereichten Rechnungen (Beilagen 13 bis 89) wurden nicht von der widersprechenden Partei ausgestellt, sondern von der 4 Life Research Spain, S.L.U. Betreffend Drittgebrauch führt die widersprechende Partei in ihrer Replik aus, dass die 4 Life Research Spain, S.L.U. eng mit der widersprechenden Partei verbunden sei und die Widerspruchsmarke mit deren Zustimmung verwende. Aus dem Screenshot der Webseite der widersprechenden Partei, nämlich <https://schweiz.4life.com> (Beilage 115) gehe aus dem Footer folgendes hervor: "© 4Life Trademarks, LLC, 4Life Research Spain, Sociedad Limitada. Dies sei ein klarer Hinweis auf die Konzernverbundenheit dieser zwei Unternehmen.
25. Mit den eingereichten Gebrauchsbelegen wird weder die Konzernstruktur nachgewiesen, noch vermögen diese die explizite Zustimmung zum Markengebrauch durch die 4 Life Research Spain, S.L.U. zu belegen. Hingegen kann mit der widersprechenden Partei dafürgehalten werden, dass die Erwähnung der widersprechenden Partei zusammen mit der 4Life Research Spain, Sociedad Limitada im Footer der Webseite der widersprechenden Partei als stillschweigende Zustimmung zum Markengebrauch qualifiziert werden kann. Es gilt denn auch zu beachten, dass die Zustimmung zum Markengebrauch nicht bewiesen, sondern lediglich glaubhaft gemacht werden muss. Aufgrund der eingereichten Gebrauchsbelege gelangt das IGE denn auch zum Schluss, dass die Zustimmung zum Markengebrauch wahrscheinlich ist (vgl. zum Beweismass: Richtlinien, Teil 1, Ziff. 5.4.4.2).
26. Diesem Resultat steht auch die Tatsache nicht entgegen, dass der als Beilage 115 eingereichte Screenshot kein Datum trägt. Die als Beilagen 91 bis 98 eingereichten Screenshots der gleichen Webseite stammen gemäss Angabe der widersprechenden Partei vom 29.10.2025. In Kombination mit den datierten Rechnungen ist es für das IGE hingegen naheliegend, dass die Beilage 115 Rückschlüsse betreffend die Zustimmung zum Drittgebrauch zulässt. Undatierte Belege können denn auch unter Umständen in Kombination mit anderen datierbaren berücksichtigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.2).

Gebrauch für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen

27. Die Marke ist geschützt, soweit sie im Zusammenhang mit den Waren und/oder Dienstleistungen gebraucht wird, für die sie beansprucht wird (Art. 11 Abs. 1 MSchG). In einem ersten Schritt ist dabei zu prüfen, ob die Produkte, für welche die Marke gebraucht wird, sich unter die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen subsumieren lassen. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass die Verwendung von Oberbegriffen der Klassenüberschriften der Nizza-Klassifikation nur diejenigen Waren abdeckt, die diesen effektiv zugeordnet werden können (sog. Subsumptionsfrage; vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.1).
28. Wie oben aufgezeigt (vgl. III. B. Ziff. 21), weisen die relevanten Rechnungspositionen (Beilagen 13 bis 89) u.a. folgende Wortlaute auf: "4 Life Transfer Factor ReCall (single)", "4 Life Transfer Factor Reflexion (single)", "4 Life Transfer Factor Glutamine Prime", "4 Life Factor MalePro", "4 Life Transfer Factor BCV", "4 Life Transfer Renuvo", "4 Life Transer Factor Plus Tri-Factor Formula", "4 Life Transfer Factor GluCoach", "4 Life Transfer Factor Lung" oder "4 Life Tansfer Factor RioVidaBurst TriFactor Formula". Diese Formulierungen lassen keine Rückschlüsse betreffend die Art der unter der Widerspruchsmarke verkauften Waren zu.

29. Aus den Produktkatalogen der Jahre 2024 und 2025 (Beilagen 104a bis 105b) geht u.a. folgendes Warenangebot unter der Widerspruchsmarke "4LIFE" hervor:
- 4LIFE TRANSFER FACTOR: Nahrungsergänzungsmittel, u.a. Zink enthaltend
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR PLUS TRI-FACTOR FORMULA: Nahrungsergänzungsmittel mit Zink und Pflanzen- und Pilzextrakten
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR TRI-FACTOR FORMULA: Nahrungsergänzungsmittel mit Kolostrum und Eigelb
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR CLASSIC: Nahrungsergänzungsmittel mit Kolostrum
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR LUNG: Nahrungsergänzungsmittel mit Thymian, Vitamin A und C
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR BCV: Nahrungsergänzungsmittel mit Vitaminen, Mineralstoffen und Pflanzenextrakten
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR RECALL: Nahrungsergänzungsmittel mit Magnesium und Pflanzenextrakten
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR GLUCOACH: Nahrungsergänzungsmittel mit Chrom und Pflanzenextrakten
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR MALEPRO: Nahrungsergänzungsmittel mit Mineralstoffen und Pflanzenextrakten
 - 4LIFE TRANSFER FACTOR RIOVIDA BURST: Essbares Gel mit Früchten und Vitamin C
30. Aus den Rechnungen in Kombination mit den Produktkatalogen geht somit hervor, dass die Widerspruchsmarke für *Nahrungsergänzungsmittel auf der Basis unterschiedlicher Inhaltsstoffe* gebraucht wurde.
31. Die Widerspruchsmarke wird in Klasse 5 für folgende Waren beansprucht: *compléments diététiques et nutritionnels; compléments vitaminés, minéralisés et à base de plantes médicinales; préparations de facteur de transfert instruisant le système immunitaire en vue de le renforcer et de le stimuler*. Die verschiedenen Nahrungsergänzungsmittel fallen dabei klar unter die breite Formulierung *compléments diététiques et nutritionnels*.
32. Wird der Gebrauch einer für einen Oberbegriff eingetragenen Marke lediglich für einen Teil der unter diesen Oberbegriff fallenden Waren und Dienstleistungen glaubhaft gemacht, muss in einem zweiten Schritt geprüft werden, für welche Waren oder Dienstleistungen der Gebrauch rechtserhaltend wirkt (Problematik des Teilgebrauchs, vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.2). Das IGE wendet dabei die erweiterte Minimallösung an. Unter gewissen Bedingungen wirkt der Gebrauch für bestimmte Waren oder Dienstleistungen auch rechtserhaltend für einen Oberbegriff, der diese Waren oder Dienstleistungen umfasst. Der Schutz kann aber in keinem Fall auf sämtliche gleichartigen Waren oder Dienstleistungen im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. b und c MSchG ausgedehnt werden. Insbesondere kann der Schutz nicht auf Waren ausgedehnt werden, welche aufgrund des Herstellungsortes oder der Vertriebswege als gleichartig beurteilt werden. Der Schutz kann zudem nicht auf einen semantisch breiten Oberbegriff ausgedehnt werden, welcher eine breite Gruppe von Waren oder Dienstleistungen resp. Waren oder Dienstleistungen verschiedener Art umfasst. Der Schutz der Marke kann sich nicht auf alle kommerziellen Ausprägungen ähnlicher Waren oder Dienstleistungen beziehen, sondern nur auf jene Waren oder Dienstleistungen, die nicht so unterschiedlich sind, dass kohärente Gruppen oder Untergruppen gebildet werden können. Waren oder Dienstleistungen gehören dann zur gleichen Gruppe oder Untergruppe, wenn sie unter objektiven Gesichtspunkten mit Blick auf ihre Eigenschaften und die Zweckbestimmung im Wesentlichen übereinstimmen. Diese Gruppen oder Untergruppen dürfen nicht ohne Willkür weiter unterteilt werden können (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.5.2).
33. Eine Unterteilung von Nahrungsergänzungsmittel in Untergruppen je nach Inhaltsstoff drängt sich in casu nicht auf, zumal die Nahrungsergänzungsmittel mit Blick auf ihre Eigenschaften und Zweckbestimmung bereits eine kohärente Warengruppe bilden. Obwohl in casu der Gebrauch für Nahrungsergänzungsmittel für spezifische Zweckbestimmungen auf der Basis unterschiedlicher Inhaltsstoffe glaubhaft gemacht wurde, rechtfertigt es sich in casu diesen Gebrauch als rechtserhaltend für die breite Formulierung *compléments nutritionnels* anzuerkennen.

34. Ob der glaubhaft gemachte rechtserhaltende Gebrauch für *Nahrungsergänzungsmittel auf der Basis unterschiedlicher Inhaltsstoffe* auch unter die beanspruchten Waren *compléments vitaminés, minéralisés et à base de plantes médicinales; préparations de facteur de transfert instruisant le système immunitaire en vue de le renforcer et de le stimuler* fällt, muss nicht abschliessend geklärt werden, da die Beantwortung dieser Frage ohne Auswirkungen auf die nachfolgende Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsgleichartigkeit ist.
35. Für die Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsgleichartigkeit kann sich die widersprechende Partei somit auf die Ware *compléments nutritionnels* (Kl. 5), für die der rechtserhaltende Gebrauch glaubhaft gemacht erscheint, stützen.

C. Vergleich der Waren und Dienstleistungen

1. Waren und/oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und/oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen).
2. 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 geschützt:
 - 3 *Produits cosmétiques et produits de toilette non médicaux; produits de nettoyage des dents non médicamenteux; produits de parfumerie; huiles essentielles; cosmétiques; produits cosmétiques à base de substances naturelles; savons.*
 - 5 *Produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; aliments et substances diététiques adaptés à usage médical ou vétérinaire; aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux; pansements, pansements avec additifs thérapeutiques; produits hygiéniques à usage médical; produits médicaux pour perdre du poids; pommades, pommades, toniques, crèmes, huiles à usage médical; sérums, élixirs à usage médical.*
 - 44 *Services médicaux; services vétérinaires; soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains et animaux.*
4. Der Gebrauch der Widerspruchsmarke ist für folgende Waren glaubhaft:
 - 5 *Compléments nutritionnels.*

Angefochtene Waren in Klasse 3

5. Die angefochtene Marke beansprucht Kosmetik- und Parfümeriewaren, nicht medizinische Zahnpflegemittel sowie Seifen. Diese Körperpflegemittel weisen keine markenrechtlich relevanten Übereinstimmungen mit den in diesem Verfahren relevanten Nahrungsergänzungsmitteln der Widerspruchsmarke auf. *Nahrungsergänzungsmittel* dienen der Ergänzung der Ernährung u.a. mit

Vitaminen und Mineralstoffen. Diese fallen denn auch unter die Lebensmittelgesetzgebung (vgl. u.a. BVGer B-5119/2014 - VISUDYNE /// VIVADINE, E. 53I). Demgegenüber verfolgen die angefochtenen Waren in Klasse 3 eine komplett andere Zweckbestimmung. Deren Herstellung erfordert denn auch ein anderes technisches Know-how. Das von der widersprechenden Partei vorgebrachte Argument, wonach die im Konflikt stehenden Waren auf die Förderung der Gesundheit und Schönheit abzielen würden, vermag keine Gleichartigkeit zu begründen. Das Bestehen von gewissen entfernten Berührungspunkten rechtfertigt denn auch nicht die Annahme einer übereinstimmenden betrieblichen Herkunft. Ebenfalls unbehelflich ist das Argument der widersprechenden Partei, dass zwischen Pharmazeutika und Körperpflegeprodukten teilweise Gleichartigkeit angenommen werde und auch zwischen verschiedenen Körperpflegeprodukten. Diese Praxis kann nicht unbedenken auf die vorliegend in Konflikt stehenden Waren angewendet werden. Auch das Bestehen eines Ergänzungsverhältnis, wie es von der widersprechenden Partei geltend gemacht wird, ist für das IGE nicht zu sehen. Auch wenn ein Nahrungsergänzungsmittel damit beworben wird, dass es eine Stärkung der Haare bezwecke, so ändert dies nichts am Charakter eines Lebensmittels. Anderenfalls müssten diverse Lebensmittel in den Warenklassen 29 bis 31 als gleichartig zu Kosmetikprodukten beurteilt werden, weil sie möglicherweise als Ergänzung zu Kosmetika betrachtet werden könnten.

6. Das Gleiche gilt auch im Verhältnis zu den angefochtenen *huiles essentielles*. Die Gleichartigkeit ist somit zu verneinen.

Angefochtene Waren in Klasse 5

7. Die *compléments nutritionnels* der Widerspruchsmarke sind identisch oder zumindest hochgradig gleichartig zu den angefochtenen *aliments et substances diététiques adaptés à usage médical ou vétérinaire; aliments pour bébés; compléments alimentaires pour êtres humains et animaux*. Die konkurrierenden Waren sind alles Lebensmittel. Die diätetischen Produkte sind dabei für Personen bestimmt, die einen besonderen, medizinisch bedingten Nährstoffbedarf aufweisen. Die konkurrierenden Produkte weisen somit klare Übereinstimmungen in ihrer Zweckbestimmung auf, sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und werden über die gleichen Verkaufsstellen vertrieben.
8. Gleichartigkeit besteht im Übrigen auch gegenüber den angefochtenen Diätmitteln und Nahrungsergänzungsmitteln für Tiere. Die Herstellung von Nahrungsergänzungsmitteln für den Menschen und solche für Tiere weisen klare Überschneidungen im herstellungstechnischen Know-how auf. Zudem richten sich die konkurrierenden Waren an die gleichen Abnehmerkreise, sie werden über die gleichen Vertriebsstätten angeboten und teilweise von den gleichen Unternehmen hergestellt (vgl. z.B. die Produkte der Bio-Strath AG, auf www.anima-strath.ch und www.bio-strath.com, beide abgerufen am 10.03.2026).
9. Gleichartigkeit ist auch zwischen den *compléments nutritionnels* der Widerspruchsmarke und den angefochtenen *aliments pour bébés* gegeben, da beide konkurrierenden Waren der Ernährung dienen. Zudem können sich die *compléments nutritionnels* auch an Babies richten (vgl. Entscheid des IGE, W 103178, III. B. Ziff. 7, abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE, auf <https://ph.ige.ch>).
10. Zwischen den *compléments nutritionnels* der Widerspruchsmarke und den *produits médicaux pour perdre du poids* der angefochtenen Marke ist die Gleichartigkeit ebenfalls zu bejahen. *Nahrungsergänzungsmittel* und *medizinische Mittel zur Gewichtsreduktion* verfügen über eine ähnliche bzw. gleiche Zweckbestimmung, falls erstere auch zur Gewichtsreduktion eingesetzt werden. Die alleinige Tatsache, dass es sich bei den Mitteln zur Gewichtsreduktion um ein medizinisches Präparat handelt, vermag die Gleichartigkeit nicht auszuschliessen. Die konkurrierenden Produkte stehen in einem Ergänzungsverhältnis, sie richten sich an die gleichen Abnehmerkreise und werden über die gleichen Vertriebsstätten angeboten.
11. Keine Gleichartigkeit besteht hingegen zwischen den *compléments nutritionnels* der Widerspruchsmarke und den *produits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires; pansements, pansements avec additifs thérapeutiques; produits hygiéniques à usage médical; pommades, pommades, toniques, crèmes, huiles à usage médical; sérums, élixirs à usage médical* der angefochtenen Marke. Bei diesen Waren der jüngeren Marke handelt es sich um pharmazeutische Produkte bzw. verschiedene Präparate und Produkte für medizinische Zwecke. Während Nahrungsergänzungsmittel unter die Lebensmittelgesetzgebung fallen, unterstehen pharmazeutische Präparate der Heilmittelgesetzgebung mit strengeren Anforderungen an Bewerbung und Zulassung. Nahrungsergänzungsmittel dienen der Ergänzung der Ernährung u.a. mit Vitaminen und Mineralstoffen, diätetische Lebensmittel sind für Personen mit einem besonderen,

medizinisch bedingten Nährstoffbedarf bestimmt. Im Gegensatz zu pharmazeutischen Präparaten dienen sie nicht Vorbeugung und Behandlung von Krankheiten oder Verletzungen. Zudem sind die Herstellungsstätten unterschiedlich, da einem branchentypischen Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln nicht auch pharmazeutische Produkte als logisches Sortiment zugerechnet werden können und umgekehrt (vgl. neben anderen BVGer B-5119/2014 VISUDYNE /// VIVADINE [17.3.2016], E. 5.3). Diese Ausführungen gelten auch im Vergleich der *pansements*, *pansements avec additifs thérapeutiques*; *produits hygiéniques à usage médical*; *pommades*, *pommades, toniques, crèmes, huiles à usage médical*; *sérums, élixirs à usage médical* der angefochtenen Marke und den *compléments nutritionnels* der Widerspruchsmarke.

Angefochten Dienstleistungen in Klasse 44

12. Zwischen den *compléments nutritionnels* der Widerspruchsmarke und den angefochtenen Dienstleistungen *services médicaux*; *services vétérinaires*; *soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains et animaux* besteht, entgegen den Ausführungen der widersprechenden Partei, keine Gleichartigkeit. Gemäss Praxis sind Waren und Dienstleistungen dann gleichartig, wenn 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. Dies ist in casu nicht der Fall. Das von der widersprechenden Partei vorgebrachte Argument, wonach die konkurrierenden Waren und Dienstleistungen dem "beauty and well-being" zuzuordnen wären, vermag kein markenrechtlich relevantes Gleichartigkeitsverhältnis zu begründen. Dem IGE ist denn auch keine Marktübung bekannt, wonach Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln auch medizinische, veterinärmedizinische oder Hygiene- und Schönheitsdienstleistungen für Menschen und Tier erbringen. Ebenso wenig dienen diese Dienstleistungen der Erhaltung von Nahrungsergänzungsmitteln. Die Erbringung der angefochtenen Dienstleistungen und die Herstellung der Waren der Widerspruchsmarke erfordern ein klar unterschiedliches Know-how. Da die Praxis die Gleichartigkeit zwischen Pharmazeutika und medizinischen Dienstleistungen verneint (vgl. BVGer B-2269/201, E. 6.5.2 – (fig.) / Bonewelding (fig.)), ist die Gleichartigkeit zwischen den in casu im Konflikt stehenden Waren und Dienstleistungen erst recht zu verneinen.
13. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichheit bzw. 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 folgenden, als nicht gleichartig beurteilten Waren und Dienstleistungen, nämlich sämtlichen Waren der Klasse 3 und den Dienstleistungen in Klasse 44 sowie den *poduits pharmaceutiques, préparations médicales et vétérinaires*; *pansements, pansements avec additifs thérapeutiques*; *produits hygiéniques à usage médical*; *pommades, pommades, toniques, crèmes, huiles à usage médical*; *sérums, élixirs à usage médical* (Klasse 5) bereits wegen fehlender Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren ist von Gleichheit respektive Gleichartigkeit auszugehen und nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

D. 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. Es stehen sich folgende Zeichen gegenüber:

Widerspruchsmarke	angefochtenes Zeichen 1	angefochtenes Zeichen 2
4LIFE	PRUNUS4LIFE	PRUNUS4LIFE

3. Die Frage, ob bei aus Wort- und Bildelementen kombinierten Marken der Wort- oder der Bildbestandteil dominierend oder ausschlaggebend ist, muss von Fall zu Fall entschieden werden. Letztlich ausschlaggebend für die Beurteilung ist der Gesamteindruck. Schematische Regeln sind abzulehnen, und weder dem Wort- noch dem Bildelement kommt vermutungsweise ein Vorrang zu. Ausschlaggebend ist vielmehr immer die Kennzeichnungskraft der einzelnen Elemente. Besteht der Bildbestandteil allerdings bloss aus untergeordnetem, figurativem Beiwerk, so kann er vernachlässigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.3). Die angefochtene Marke 2 wurde als Wort-/Bildmarke mit dem Farbanspruch "Bleu, vert et blanc" geschützt. Die figurativen Elemente beschränken sich dabei auf diese farbliche Gestaltung. Da gemäss Praxis auch eine Mehrzahl von Farben einem Zeichen grundsätzlich nicht zur Unterscheidungskraft verhelfen kann (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.6), kommt dem figurativen Element der angefochtenen Marke 2 einzig eine untergeordnete Bedeutung zu. Entsprechend kann das figurative Element im nachfolgenden Zeichenvergleich vernachlässigt werden. In casu erfolgt der Zeichenvergleich somit einzig gestützt auf die Worтеlemente.
4. In casu stehen sich die Worтеlemente "4LIFE" (Widerspruchsmarke) und "PRUNUS4LIFE" (angefochtene Marken) gegenüber. Der Gesamteindruck von Worтеlementen 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.]*). Dabei gilt es zu beachten, dass das Hinzufügen zusätzlicher Bestandteile zum kennzeichnenden Hauptelement einer bestehenden Marke immer dann ungenügend ist, wenn die neuen Elemente nicht geeignet sind, den Gesamteindruck des neu geschaffenen Zeichens wesentlich zu bestimmen, wenn somit die Marken in ihrem wesentlichen Bestandteil übereinstimmen. Zur Schaffung einer neuen Marke darf nicht einfach eine ältere Marke unverändert übernommen und mit dem eigenen Kennzeichen ergänzt werden. Wird eine ältere Marke in ein jüngeres Zeichen übernommen, kann eine Zeichenähnlichkeit nur dann verneint werden, wenn 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. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung).
5. In casu übernehmen die angefochtenen Zeichen die Widerspruchsmarke und ergänzen diese mit dem Zusatz "prunus". Trotz Aneinanderschreibung ohne Leerschlag wird auch in den angefochtenen Zeichen die Widerspruchsmarke noch als selbstständiges Element wahrgenommen. Die vollständige Übernahme des Widerspruchszeichens in die angefochtenen Zeichen hat somit praxisgemäss eine Ähnlichkeit auf schriftbildlicher und klanglicher Ebene zur Folge.
6. 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.).
7. Das Widerspruchszeichen "4LIFE" wird entweder als "vier Leben" (wobei "Leben" im Singular steht) oder aufgrund der üblichen Ersetzung des englischen Begriffs "for" durch die Ziffer 4 als "for life" verstanden (vgl. betreffend Modifikation: Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.4.9.2). Den angefochtenen Zeichen kommt als Ganzes in den Prüfungssprachen keine Bedeutung zu. Prunus ist der lateinisch-griechische Name der *Gattung der Steinobstgewächse* (vgl. Duden Fremdwörterbuch, auf www.online.munzinger.de, abgerufen am 10.03.2026). Dieser Begriff wird den Abnehmern der relevanten Waren und Dienstleistungen nicht bekannt sein. Aber auch für den Fall, dass einzelne Abnehmer diesen Begriff kennen, so vermag dieser dem beiden Zeichen gemeinsamen Element "4LIFE" keinen neuen Sinngehalt zu verleihen. Insoweit als die Konfliktzeichen das Element "4LIFE" aufweisen, verfügen sie somit auch über Ähnlichkeiten im Sinngehalt.
8. Somit ist die Zeichenähnlichkeit zu bejahen und nachfolgend die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

E. 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/oder 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). die hier noch massgebenden Nahrungsergänzungsmittel in Klasse 5 richten sich in erster Linie an ein breites Publikum von Endabnehmern und werden mit einer durchschnittlichen Aufmerksamkeit nachgefragt (vgl. u.a. BVGer B-1828/2025, E. 4 – NEUTROGENA / NEUTROGENE).
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. Wie oben ausgeführt (III. D. Ziff. 7) kann die Widerspruchsmarke "4LIFE" als *vier Leben [Singular]* bzw. *für Leben* verstanden werden. In Verbindung mit den *compléments nutritionnels* steht die Bedeutung *für das Leben* im Vordergrund. Im Kontext der Waren der Klasse 5 weist das Widerspruchszeichen in direkter Weise darauf hin, dass die bezeichneten Waren das Leben fördern oder erhalten (vgl. auch den Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts B-4025/2022, E. 7.3.1 – *vita (fig.) / Vita (fig.)*). Da zudem die Modifikation von *for* zu *4* als üblich zu gelten hat, ist die Widerspruchsmarke als Ganzes nur schwach kennzeichnungskräftig und verfügt dementsprechend über einen stark reduzierten Schutzzumfang.
5. Vorliegend ergibt sich die Kennzeichnungskraft des angefochtenen Zeichens in erster Linie aus der Kombination mit dem Wortbestandteil "Prunus", weshalb sich der Schutzzumfang der Widerspruchsmarke trotz der festgestellten Ähnlichkeiten nicht auf das kennzeichnungsschwache Element "4LIFE" der jüngeren Marke erstrecken kann. In einem solchen Fall entfällt, selbst bei Waren- und/oder Dienstleistungsidentität, grundsätzlich von vorneherein jede rechtlich erhebliche Verwechslungsgefahr (vgl. Gallus Joller in: Noth / Bühler / Thouvenin, Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Auflage, Bern 2017, N 131 zu Art. 3, mit Hinweisen auf Rechtsprechung und Lehre und Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7 m.w.H.). Die erwähnte Beschränkung des Schutzzumfangs einer Marke gilt dabei grundsätzlich auch für starke Marken.
6. Damit aufgrund einer Übereinstimmung in kennzeichnungsschwachen Bestandteilen in Ausnahmefällen Verwechslungsgefahr besteht, müssen spezielle Voraussetzungen vorliegen. So muss beispielsweise die Marke aufgrund der Dauer des Gebrauchs oder der Intensität der Werbung in ihrer Gesamtheit eine erhöhte Verkehrsbekanntheit erlangt haben und der kennzeichnungsschwache Bestandteil, in casu "4LIFE", am erweiterten Schutz der Marke teilnehmen oder als Serienmarke verwendet werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7 und BGer in sic! 2015, 238, E. 3 – *Think / Think Outdoors; Think Weinbrenner* und BVGer B-3757/2011, E. 5.9 – *WeightWatchers [fig.] / WatchWT [fig.]*).
7. Seitens der widersprechenden Partei wird nicht geltend gemacht, dass die Widerspruchsmarke bekannt sei und somit über eine erhöhte Kennzeichnungskraft verfüge. Dem IGE liegen zudem keine Anhaltspunkte vor, wonach das Widerspruchszeichen institutsnotorisch bekannt wäre. Es bleibt somit bei der originären, schwachen Kennzeichnungskraft.
8. Die widersprechende Partei macht demgegenüber geltend, dass das zusätzliche Zeichenelement "PRUNUS" der angefochtenen Marken aufgrund seines beschreibenden Charakters kennzeichnungsschwach sei. "PRUNUS" sei ein möglicher Hinweis auf die Zusammensetzung der von den

angefochtenen Marken beanspruchten Waren. Das IGE kann sich dieser Auffassung aus folgenden Gründen nicht anschliessen: "prunus" ist die griechisch-lateinische Gattungsbezeichnung der Steinobstgewächse (vgl. oben IV. D. Ziff. 7). Diese Gattung umfasst mehr als 200 Arten. Unter diese Gattung fallen z.B. Aprikosen, Pflaumen, Kirschen oder Mandeln. Aber auch Schlehdorn oder Kirschpflaumen fallen in diese Gattung (vgl. Onlineenzyklopädie Wikipedia, auf www.de.wikipedia.org, abgerufen am 11.03.2026). Das Zeichenelement "prunus" müsste somit noch weiter präzisiert werden, damit man in diesem Begriff einen direkt beschreibenden Hinweis auf einen möglichen Inhaltsstoff der damit bezeichneten Waren erkennt. "PRUNUS" kann somit nicht als kennzeichnungsschwach qualifiziert werden.

9. Die vollständige, unveränderte Übernahme einer älteren Marke 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 schwach ist und mit einem kennzeichnungskräftigen Bestandteil verbunden wird (vgl. diesbezüglich auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3). Letzteres trifft vorliegend zu. Der lediglich schwach kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke wird im jüngeren Zeichen mit dem Begriff "PRUNUS" ein für einen wesentlichen Teil des Publikums unbestimmtes und normal kennzeichnungskräftiges Zeichenelement beigefügt, sodass sich diese Abnehmer in erster Linie an diesem orientieren werden. "PRUNUS" ist zudem am besonders kennzeichnenden Anfang (vgl. hierzu BGE 122 III 388, E. 5a – *Kamillosan / Kamillan, Kamillon*) des jüngeren Zeichens positioniert. Beschränken sich die Übereinstimmungen wie vorliegend auf ein kennzeichnungsschwaches Zeichenelement, genügen bereits bescheidene Abweichungen, um die Verwechslungsgefahr zu verneinen. Eine solche, einen hinreichenden Abstand schaffende Abweichung ist vorliegend aufgrund des zusätzlichen Zeichenbestandteils "PRUNUS" in beiden angefochtenen, jüngeren Zeichen gegeben. Die Verkehrskreise werden folglich auch unter Berücksichtigung ihrer normalen Aufmerksamkeit rechtsgenügende Unterschiede zwischen den Vergleichszeichen erkennen. Folglich ist eine Verwechslungsgefahr – selbst eine mittelbare – auszuschliessen. Der Widerspruch in den vereinigten Verfahren Nr. 104491 und 104498 wird daher aus den genannten Gründen abgewiesen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühren verbleiben dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Ist die Partei hingegen 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).
4. Die widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen. Es hat ein zweifacher Schriftenwechsel stattgefunden, wobei die widerspruchsgegnerische Partei nicht vertreten war. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Es werden somit keine Parteikosten gesprochen.

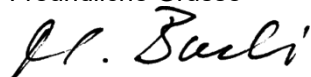
Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Die Widersprüche in den Verfahren Nr. 104491 und 104498 werden in einem Verfahren vereinigt.
2.
Der Widerspruch in den vereinigten Verfahren Nr. 104491 und 104498 wird abgewiesen.
3.
Die internationalen Registrierungen Nr.1830365 "PRUNUS4LIFE" und Nr. 1834073 "PRUNUS4LIFE" ((fig.)) werden vollumfänglich zum Schutz in der Schweiz zugelassen [sog. Déclaration d'octroi de la protection faisant suite à un refus provisoire – règle 18ter.2)i) du règlement d'exécution commun (sur motifs relatifs)].
4.
Die Widerspruchsgebühren von CHF 1'600.00 verbleiben dem IGE.
5.
Es werden keine Parteikosten gesprochen.
6.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 17. März 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).