

Verfügung im Widerspruchsverfahren Nr. 104458 in Sachen

F2 Fun & Function GmbH
Schleizer Straße 105
95028 Hof an der Saale
DE-Deutschland

Widersprechende Partei

vertreten durch

FMP Fuhrer Marbach & Partner
Konsumstrasse 16A
3007 Bern

IR-Marke Nr. 1275999 - f2 ((fig.))



gegen

FEDERATION INTERNATIONALE DE L'AUTOMOBILE
Chemin de Blandonnet 2
1214 Vernier

Widerspruchsgegnerische Partei

vertreten durch

TRADAMARCA SA
Avenue du Prieuré 8
1009 Pully

CH-Marke Nr. 823979 - F2 ((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. 823979 «F2 ((fig.))» (nachfolgend: angefochtene Marke) wurde am 12.12.2024 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist soweit hier interessierend für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:

Klasse 12: Automobiles et leurs parties constitutives et leurs équipements compris dans cette classe; automobiles électriques et hybrides et leurs parties constitutives et leurs équipements compris dans cette classe; voitures de course; voitures de course électriques; moteurs pour véhicules terrestres, moteurs électriques et diesel pour véhicules terrestres; karts; karts électrique; groupes motopropulseurs, y compris les moteurs, pour les véhicules terrestres; boîtes de vitesses pour automobiles; châssis de véhicules; freins pour véhicules; sièges de véhicules; harnais de sécurité pour la course automobile; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules; pneus pour voitures de tourisme; pneus pour voitures de course; roues et jantes pour voitures de tourisme; roues et jantes pour voitures de course; roues et jantes pour automobiles;

Klasse 25: Gants et combinaisons de pilotes de courses automobiles; vêtements, chaussures, chapellerie, les produits précités en tant qu'articles de merchandising commercialisés en lien avec des compétitions de sport automobile;

Klasse 35: Diffusion d'annonces publicitaires par tous médias, notamment sous forme de messages thématiques centrés sur les valeurs humaines; publicité par parrainage (sponsoring) en lien avec l'organisation et la commercialisation d'une compétition de sport automobile; promotion publicitaire des produits et services de tiers, par le moyen d'accords contractuels, notamment de partenariat [sponsoring] et de licences portant sur le transfert de notoriété, d'image et de sympathie dérivées de manifestations culturelles et sportives, à savoir de courses automobiles; promotion publicitaire des produits et services de tiers par le moyen dit du facteur d'intérêt initial conduisant le public à considérer des produits ou services qui lui sont présentés munis de signes, emblèmes ou messages propres à capter son attention; promotion publicitaire des produits et services de tiers par le moyen dit du transfert d'image; location d'espaces publicitaires de toutes natures et sur tout support, numérique ou non, en lien avec l'organisation et la commercialisation d'une compétition de sport automobile; promotion publicitaire auprès du public et des milieux intéressés du soutien aux dites écuries; gestion de fichiers informatiques, à savoir gestion de fichiers digitaux constituant un portefeuille d'images et de séquences vidéo de courses automobile, destinés à une utilisation sous licence dans la publicité traditionnelle et dans la promotion publicitaire de comportements;

Klasse 41: Divertissements sportifs télévisés sous forme de courses automobiles en direct ou en différé; divertissement sous forme de courses automobiles; services de divertissement fournis sur un circuit de course automobile; organisation de courses automobiles; organisation de courses automobiles virtuelles; organisation de compétitions de sports électroniques, notamment de courses automobiles électroniques; services de sports électroniques; mise à disposition de divertissement en ligne sous forme de tournois de jeux et de ligues sportives virtuelles, dans le domaine du sport automobile; services de paris et de jeux d'argent liés au, ou en rapport avec le sport; services de paris en ligne; organisations de concerts de musique lors d'événements sportifs; mise à disposition de circuits de course automobile; production de séquences thématiques de divertissement en direct; mise à disposition de séquences vidéos en ligne, non téléchargeable, contenant des extraits de courses automobiles ou des performances de pilotes de courses automobiles; présentation et distribution de films et d'enregistrements vidéo et de sons; location de films et d'enregistrement vidéo et de sons; couverture d'événements sportifs radiophoniques et télévisés (services de reporters); services de réservation de tickets pour spectacles et événements sportifs; chronométrage de manifestations sportives; publication de textes (autres que textes publicitaires), à savoir de règlements, de normes et de standards en matière de sport mécanique; mise à disposition en ligne de résultats sportifs; réalisation et animation de cours, séminaires et toutes actions de formation dans le domaine de la conduite de voitures.

2. Am 12.03.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren teilweisen Widerruf im unter Ziffer 1 genannten Umfang.

3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre internationale Registrierung Nr. 1275999 «F2 ((fig.))» (nachfolgend: Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen geschützt ist:

Klasse 12: Véhicules de locomotion par terre, par air, par eau ou sur rail; bicyclettes, cycles électriques, véhicules électriques, moteurs pour cycles, jantes pour roues de bicyclette, cycles, fourches de bicyclette, chaînes pour bicyclettes, sonnettes pour bicyclettes, carillons pour bicyclettes, paniers adaptés pour bicyclettes, guidons pour bicyclettes, moyeux de cycle, garde-boue pour bicyclettes, pédales pour cycles, pompes pour bicyclettes, cadres pour bicyclettes, roues pour bicyclettes, pneus pour bicyclettes, selles pour bicyclettes, chambres à air pour bicyclettes, rayons pour bicyclettes, sacs pour bicyclettes, dispositifs d'attache avant pour bicyclettes; indicateurs de direction, leviers de frein à main, leviers de changement de vitesse pour bicyclettes, freins pour bicyclettes, trousses pour la réparation de chambres à air, paniers adaptés pour cycles, tricycles, béquilles pour deux roues, sacoches adaptées aux bicyclettes;

Klasse 18: Sacs, sacs à dos à armature, sacs à bandoulière, sacs de plage, porte-documents, sacs fourre-tout, produits en cuir et imitations de cuir, à savoir contenants en cuir, étuis en cuir, pochettes en cuir, cordes en cuir, lanières en cuir, sacs en cuir, cordons en cuir, en particulier portemonnaies, portefeuilles de poche, portefeuilles pour clés, porte-documents, enveloppes pour documents, sacs de voyage, nécessaires de voyage, sacs à provisions en cuir, porte-cartes en cuir, étuis pour clés, sacoches, bandoulières en cuir;

Klasse 25: Vêtements de sport, vestes de sport, pantalons de sport, combinaisons de sport, chandails, tee-shirts, sous-vêtements de sport, shorts de bain, tenues de natation, bikinis, combinaisons en néoprène pour le surf, vêtements de cyclisme, vêtements décontractés, jeans, vêtements de snowboard, gants de snowboard, bonnets et casquettes de snowboard, foulards de tête, casquettes, chaussures, chaussures de sport, bottes de sport, chaussons en néoprène, bottes de snowboard, bottes rigides, bottes souples, ceintures, ceintures en cuir compris dans cette classe;

Klasse 28: Articles de gymnastique et de sport, planches à voile; mâts de seneau, pieds de mât, bômes, dérives et trapèzes en tant qu'accessoires pour planches à voile, planches de surf, dérives latérales, sacs de transport pour planches à voile, snowboards, fixations pour snowboards, planches aérotractées, fixations pour planches aérotractées, fixations à plaque, skis, fixations de ski, bâtons de ski, compris dans cette classe;

Klasse 35: Services de vente au détail par le biais d'Internet dans le domaine des véhicules et accessoires de véhicule, articles vestimentaires, articles d'éclairage, jouets, produits pour le sport;

Klasse 37: Services d'installation, entretien, nettoyage, maintenance et réparation de véhicules terrestres, cycles et bicyclettes électriques, maintenance de véhicules, travaux de vernissage, polissage de véhicules, maintenance et réparation de véhicules dans le cadre de l'assistance routière, restauration de bicyclettes, traitement contre la rouille, traitement préventif contre la rouille pour véhicules;

Klasse 39: Location de cycles.

4. Mit Verfügung vom 17.03.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.
5. Mit Schreiben vom 16.04.2025 reichte die widerspruchsgegnerische Partei innert Frist eine Stellungnahme ein. In der Stellungnahme erhob sie unter anderem die Einrede des Nichtgebrauchs der Widerspruchsmarke.
6. Mit Verfügung vom 22.04.2025 wurde die widersprechende Partei aufgefordert, eine Replik einzureichen und den Gebrauch der Widerspruchsmarke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen. In der Folge wurde die Frist bis zum 23.07.2025 erstreckt.
7. Mit Schreiben vom 23.07.2025 replizierte die widersprechende Partei innert erstreckter Frist. In ihrer Replik stellte die u.a. den Antrag um Aussonderung der Replik-Beilagen Nr. 15, 17, 26-37, 51-64 sowie 66-71.
8. Mit Verfügung vom 28.07.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei aufgefordert, eine Duplik einzureichen. In der Folge wurde die Frist bis zum 29.10.2025 erstreckt.
9. Mit Schreiben vom 29.10.2025 duplizierte die widerspruchsgegnerische Partei innert erstreckter Frist.
10. Mit Verfügung vom 30.10.2025 schloss das IGE die Verfahrensinstruktion ab.

11. Auf die einzelnen Ausführungen der Parteien wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

A. Eintreten

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 07.05.2015, unter Beanspruchung einer Unionsmarken-Priorität vom 20.02.2015 gemäss Art. 4 PVÜ (Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums, SR 0.232.04), im internationalen Register eingetragen. Die angefochtene Marke wurde am 08.11.2024 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.

B. Aussonderung

1. Gemäss Art. 36 Abs. 3 MSchV werden Beweisurkunden, die Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnisse offenbaren, auf Antrag ausgesondert.
2. Die widersprechende Partei stellt in der Replik vom 23.07.2025 den Antrag, die Beilagen Nr. 15, 17, 26-37, 51-64 sowie 66-71 seien als Geschäftsgeheimnis der widersprechenden Partei im Sinne von Art. 36 Abs. 3 MSchG bei einer möglichen Einsichtnahme durch unbeteiligte Dritte auszunehmen und im Aktenheft auszusondern. Sie willigt ein, dass der Gegenpartei die entsprechenden Belege zur Wahrung der Parteirechte im vorliegenden Widerspruchsverfahren zugestellt werden.
3. Bei den auszusondernden Dokumenten handelt es sich u.a. um Rechnungen, welche sensible Geschäftszahlen und -daten enthalten. Dem Antrag wird demnach stattgegeben. Diese Beilage wird im Aktenheft mit entsprechendem Vermerk ausgesondert und im Zusammenhang mit Gesuchen um Akteneinsicht Dritten nicht bzw. nur in geschwärzter Version offenbart.

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. 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 die widerspruchsgegenerische Partei den Nichtgebrauch der älteren Marke nach Art. 12 Abs. 1 MSchG, so hat die widersprechende Partei den Gebrauch ihrer 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 die widerspruchsgegenerische Partei die Einrede des Nichtgebrauchs nach Art. 32 MSchG erheben, muss sie dies in ihrer ersten Stellungnahme tun (vgl. Art. 22 Abs. 3 MSchV).
4. Für die am 07.05.2015 international registrierte und der Schweiz am 03.12.2015 notifizierte Widerspruchsmarke wurde kein Widerspruch erhoben. Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einrede des Nichtgebrauchs, d.h. am 16.04.2025, seit Längerem abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist: Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.2.1). Die widerspruchsgegenerische Partei erhob die Einrede des Nichtgebrauchs des Widerspruchszeichens frist- und formgerecht in ihrer ersten Stellungnahme vom 16.04.2025. Die widersprechende Partei hat somit den Gebrauch ihrer Marke für die letzten fünf Jahre vor Geltendmachung des Nichtgebrauchs durch die widerspruchsgegenerische Partei, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 16.04.2020 und dem 16.04.2025, glaubhaft zu machen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.2).
5. 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).
6. Die Marke muss nicht auf der Ware oder der Verpackung selbst erscheinen. Rechtserhaltend wirkt jedoch nur ein funktionsgerechter Gebrauch der Marke. Es genügt, wenn ein Zeichen vom Publikum als Mittel zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen verstanden wird. Ausreichend kann z.B. eine Benutzung der Marke auf Prospekten, Preislisten, Rechnungen, usw. sein. Der Gebrauch muss sich aber in jedem Fall auf die registrierten Waren und/oder Dienstleistungen beziehen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.4).
7. 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).
8. 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. Art. 11 Abs. 2 MSchG lässt den Gebrauch der Marke von einer von der Eintragung nicht wesentlich abweichenden Form als rechtserhaltend gelten. Das Weglassen nebensächlicher Bestandteile oder eine Anpassung der Marke an den Zeitgeschmack sind zulässig, während das Weglassen eines unterscheidungskräftigen Elements zu einem anderen Gesamtbild und damit zu einem von der Registrierung abweichenden Gebrauch führt. Entscheidend ist daher, dass der kennzeichnungskräftige Kern der Marke, der das markenspezifische Gesamtbild prägt, seiner Identität nicht beraubt wird und dass trotz der abweichenden Benutzung der kennzeichnende Charakter der Marke gewahrt bleibt. Dies ist nur der Fall, wenn der Verkehr das abweichend benutzte Zeichen aufgrund des Gesamteindrucks auch der eingetragenen Marke gleichsetzt, d.h. in der benutzten Form noch dieselbe Marke sieht. Die Anforderungen an die Zeichenidentität im Kernbereich der Marke sind wesentlich strenger als bei der Beurteilung der Verwechselbarkeit. Hinzufügungen, die über grafisches Beiwerk hinausgehen, hindern den rechtserhaltenden Gebrauch dann, 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. Rein beschreibende Zusätze verändern den Gesamteindruck i.d.R. nicht. Ob die Marke noch selbständig genug als Zeichen wahrgenommen wird, ist jeweils im Einzelfall zu bestimmen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.6).

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. Gemäss Art. 5 Abs. 1 dieses Übereinkommens gilt der Gebrauch der Marke in einem Staat auch im andern als rechtserhaltend. Das Schweizer Recht ist jedoch massgebend für die Beurteilung, welche Handlungen in Deutschland als rechtserhaltender Gebrauch zu werten sind. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichts können jedoch nur deutsche und schweizerische Staatsangehörige sowie Angehörige dritter Staaten mit Wohnsitz oder Niederlassung in Deutschland oder der Schweiz die Rechte aus diesem Staatsvertrag beanspruchen, wobei es für juristische Personen genügt, wenn sie eine tatsächliche und nicht nur zum Schein bestehende gewerbliche oder Handelsniederlassung in einem der Vertragsstaaten haben. Die Marke muss zudem in beiden Staaten geschützt sein (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.4.1). Es ist hervorzuheben, dass Deutschland diesen Staatsvertrag per 31.05.2022 gekündigt hat. Das IGE ist der Ansicht, dass der Staatsvertrag für jedes Widerspruchsverfahren, in welchem der Nichtgebrauch geltend gemacht wird, künftig anwendbar bleibt, sofern die Prüfperiode für den Gebrauch vor dem effektiven Kündigungstermin liegt. Daraus ergibt sich, dass nach dem 31.05.2022 datierte Beweismittel zum Gebrauch in Deutschland vom IGE nicht mehr berücksichtigt werden (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.1).

In casu beginnt die Prüfperiode für den Gebrauch vor dem effektiven Kündigungstermin vom 31.05.2022, nämlich am 16.04.2020. Folglich ist das Abkommen vorliegend für die vom 16.04.2020 bis zum 31.05.2022 datierten Beweismittel anwendbar.

10. 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).
11. Die widersprechende Partei hat im Widerspruchsverfahren den Gebrauch ihrer Marke nicht strikt zu beweisen, sondern lediglich „glaubhaft“ zu machen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.5.2). Hat sie den Gebrauch ihrer Marke glaubhaft gemacht, sind die relativen Ausschlussgründe gemäss Art. 3 MSchG zu beurteilen. Ist der Gebrauch nicht glaubhaft gemacht, wird der Widerspruch auf kein durchsetzbares Markenrecht gestützt und ist daher ohne Beurteilung der relativen Ausschlussgründe abzuweisen (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.6, mit weiteren Hinweisen).
12. Zur Glaubhaftmachung des Gebrauchs der Widerspruchsmarke legte die widersprechende Partei mit Replik vom 23.07.2025 (nachfolgend Replik) folgende Belege ins Recht:
 - Beilage Nr. 1: Handelsregistrauszug der widersprechenden Partei

- Beilage Nr. 2: Auszug der Unionsmarke Nr. 013762431 «F2 (fig.)»
- Beilage Nr. 3: Ausführlicher Handelsregistrauszug der widersprechenden Partei
- Beilage Nr. 4: Auszug aus Wikipedia hinsichtlich der Widerspruchsmarke, abgerufen am 22.07.2025
- Beilage Nr. 5: Interview mit Bernd Flügel vom 28.06.2019
- Beilage Nr. 6: Auszug Wayback Machine von <http://windandsnow.dfshop.com/cat/6/> vom 23.06.2020
- Beilage Nr. 7: Übersicht der Speicherungen von www.f2.com in der Wayback Machine
- Beilage Nr. 8: Übersicht der Produktkategorien des Webshops im 2021, abrufbar unter web.archive.org
- Beilage Nr. 9: Auszug aus dem Webshop im Jahr 2021, abrufbar unter web.archive.org
- Beilage Nr. 10: Auszug aus dem Webshop im Jahr 2024, abrufbar unter web.archive.org
- Beilage Nr. 11: Preisliste Bikes ab 01.07.2024
- Beilage Nr. 12: Elektrofahrradkollektion 2021/2022
- Beilage Nr. 13: Fahrradkollektion 2024
- Beilage Nr. 14: Fahrradkollektion 2025
- Beilage Nr. 15: E-Mail an Otto's AG betreffend Preislisten 2024-2025
- Beilage Nr. 16: Angebot von Bikes im Jahr 2023
- Beilage Nr. 17: Rechnung betreffend Bikes im Jahr 2020
- Beilage Nr. 18: Bedienungsanleitung E-Scooter vom 16.12.2020
- Beilage Nr. 19: Verpackung eines E-Scooters
- Beilage Nr. 20: Screenshot www.funssportonde.de vom 20.06.2022
- Beilage Nr. 21: Screenshot www.otto.de, abrufbar unter web.archive.org vom 31.07.2021
- Beilage Nr. 22: Screenshot www.otto.de vom 20.06.2022
- Beilage Nr. 23: SUP Specials 2020
- Beilage Nr. 24: Katalog Live Travel SUP 2021, Seite 16
- Beilage Nr. 25: Katalog Live Travel SUP Specials 2021, Seite 5
- Beilage Nr. 26: Screenshot www.f2boards.com/sommer/f2-skate vom 21.06.2024, abrufbar unter web.archive.org
- Beilage Nr. 27: Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör ab April 2020
- Beilage Nr. 28: Rechnungen Landfahrzeuge ab April 2020 (Grosshandel)
- Beilage Nr. 29: Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2021
- Beilage Nr. 30: Rechnungen Landfahrzeuge 2021 (Grosshandel)
- Beilage Nr. 31: Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2022
- Beilage Nr. 32: Rechnungen Landfahrzeuge 2022 (Grosshandel)
- Beilage Nr. 33: Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2023
- Beilage Nr. 34: Rechnungen Landfahrzeuge 2023 (Grosshandel)
- Beilage Nr. 35: Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2024
- Beilage Nr. 36: Rechnungen Landfahrzeuge 2024 (Grosshandel)
- Beilage Nr. 37: Bestellbestätigung OTTO's AG der Kollektion 2024
- Beilage Nr. 38: OTTO's Wochenzeitung, Kalenderwoche 26, 2023, Seite 10 und 14
- Beilage Nr. 39: OTTO's Wochenzeitung, Kalenderwoche 27, 2025, Seite 12
- Beilage Nr. 40: OTTO's Wochenzeitung, Kalenderwoche 26, 2024, Seite 10 und 14
- Beilage Nr. 41: Katalog SUN SALT SUP Specials 2020
- Beilage Nr. 42: Katalog Windsurf 2020
- Beilage Nr. 43: Katalog Live Travel Accessories & Specials 2023
- Beilage Nr. 44: Katalog It's all about Accessories & Specials 2025
- Beilage Nr. 45: Preisliste 2021
- Beilage Nr. 46: Preisliste Windsurf 2025
- Beilage Nr. 47: Preisliste Wingfoil 2025
- Beilage Nr. 48: Preisliste SUP 2025
- Beilage Nr. 49: Preisliste Wakeboard 2025
- Beilage Nr. 50: Preisliste Kite 2025
- Beilage Nr. 51: Bestellbestätigung an Otto's AG für diverse SUP 2020
- Beilage Nr. 52: Rechnung an Otto's AG für Produkt «Strato» 2021
- Beilage Nr. 53: Rechnung an Otto's AG für SUP «Strato» und «Sector» 2021
- Beilage Nr. 54: Rechnung an Otto's AG für Produkte «Axxis» und «Impacht» 2021
- Beilage Nr. 55: Rechnung an Otto's AG für Produkt «Samoa» 2021
- Beilage Nr. 56: Rechnungen Wassersport ab April 2020

- Beilage Nr. 57: Rechnungen Wassersport ab April 2020 (Grosshandel)
 - Beilage Nr. 58: Rechnungen Wasserfahrzeuge 2021
 - Beilage Nr. 59: Rechnungen Wassersport 2021 (Grosshandel)
 - Beilage Nr. 60: Rechnungen Wassersport 2022
 - Beilage Nr. 61: Rechnungen Wassersport 2022 (Grosshandel)
 - Beilage Nr. 62: Rechnungen Wassersport 2023
 - Beilage Nr. 63: Rechnungen Wassersport 2024
 - Beilage Nr. 64: Rechnungen Wassersport 2024 (Grosshandel)
 - Beilage Nr. 65: Katalog SUN SALT SUP Accesories 2020
 - Beilage Nr. 66: Rechnung an Otto's AG für SUP und Bekleidung 2024
 - Beilage Nr. 67: Rechnungen Bekleidung ab April 2020
 - Beilage Nr. 68: Rechnungen Bekleidung 2021
 - Beilage Nr. 69: Rechnungen Bekleidung 2022
 - Beilage Nr. 70: Rechnungen Bekleidung 2023
 - Beilage Nr. 71: Rechnungen Bekleidung 2024
13. Die widersprechende Partei führt aus, dass die Widerspruchsmarke eine bekannte deutsche Sportmarke sei, welche 1979 gegründet wurde und sich seither sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz grosser Bekanntheit und Beliebtheit erfreue. Insbesondere im Snowboard- und Surfbereich gehöre sie zu den führenden und entsprechend bekannten Marken. Die Produktpalette habe sich stetig weiterentwickelt und die Widerspruchsmarke sei zu einer breit aufgestellten «Boardsportmarke» mit jährlich 120'000 verkauften Sportboards geworden. Im Sortiment würden sich heute nicht nur Surf- und Snowboards aller Art mit entsprechendem Zubehör finden, sondern auch Skate- und Longboards, Fahrräder, Elektrofahrräder, E-Scooter, Sport- und Freizeitbekleidung, Taschen, Sonnenbrillen usw. Die Widerspruchsmarke sei nicht nur im deutschen Heimmarkt vertreten, sondern verfüge auch in der Schweiz über ein beachtliches Vertriebs- und Händlernetzangebot. Hierzu würden neben Grosshändlern und Versandhäusern insbesondere auch diverse Fachgeschäfte gehören.
- Um Letzteres zu unterstreichen wird eine nicht abschliessende Auflistung von Versandhäusern, Grosshändlern, Fachgeschäften und Online-Marktplätzen angefügt. Die widersprechende Partei weist jedoch bereits in diesem Zusammenhang darauf hin, dass es aus technischen Gründen nur punktuell möglich sei, nachzuweisen, dass die mit der Widerspruchsmarke versehenen Produkte effektiv von den genannten Vertriebspartnern in der Schweiz beworben und vertrieben worden seien, denn die vergangenen Angebote der Vertriebspartner liessen sich im Internet kaum konstruieren.
- So lassen sich die angegebenen Links dieser Aufzählung teilweise nicht öffnen (so die Seiten <https://www.gigasport.ch/f2-markenshop/> der Gigasport GmbH, <https://www.galaxus.ch/de/search7q=f2> von Digitec Galaxus AG, <https://www.decathlon.ch/de/p/skibrille-snowboardbrille-schoenwetter-f2-100-schwarz/R-p-X8798657?mc=8798657> von Decathlon, <https://windandsnow.dfshop.eom/cat/6/> von Wind & Snow GmbH, <https://www.bergerschuhe.ch/sport/f2> von Berger Schuhe & Sport AG sowie <https://www.ebay.ch/sch/i.html?nkw=f2+sup+board&sacat=0&from=R40&trksid=p2334524.m570.1311&odkw=f2+bike&osacat=0> von eBay) oder sie weisen kein Datum in der in casu relevanten Gebrauchsschonfrist auf, sondern stellen Internetseiten vom Datum des jeweiligen Aufrufs dar (so, <https://www.ottos.ch/de/search/f2> der Otto's AG und <https://www.surfemotions.ch/produkte/f2/> von Dradewater Diotti).
- Die widersprechende Partei führt sodann gleich selber aus, dass damit nicht direkt konkrete Angebote oder Verkäufe im relevanten Zeitraum nachgewiesen werden können. Folglich lässt sich aus dieser Auflistung des Vertriebsnetzes der widersprechenden Partei in der Schweiz nichts betreffend der Glaubhaftmachung des Gebrauchs der Widerspruchsmarke im in casu relevanten Zeitrahmen vom 16.04.2020 bis zum 16.04.2025 ableiten.
14. Bei der Prüfung der Gebrauchsbelege ist weiter zu berücksichtigen, dass die widersprechende Partei am 07.12.2021 ihren Namen änderte resp. von «SP Media Agentur Hof GmbH» zu «F2 Fun & Function GmbH» umfirmierte. Weiter wurde die Widerspruchsmarke am 27.09.2016 von der widersprechenden Partei auf die indonesische Gesellschaft PT Electric Circle Optimum Surabaya (ID [Indonésie]) übertragen und am 01.04.2021 erfolgte eine Rückübertragung auf die widersprechende Partei.

Im Zeitraum, in welchem die indonesische Firma PT Electric Circle Optimum Inhaberin der Widerspruchsmarke war, bestand zwischen Letzterer und der widersprechenden Partei ein Exklusiv-Lizenzvertrag (vgl. Beilage Nr. 3 der Duplik). Die Lizenz bezog sich jedoch nicht auf alle Waren und Dienstleistungen der Widerspruchsmarke, sondern lediglich auf die Waren der Klassen 18, 25 und 28. Die übrigen Klassen, d.h. die Klassen 12, 35, 37 und 39 waren vom Geltungsbereich der Lizenz ausgeschlossen. Somit war die widersprechende Partei im vorliegend massgeblichen Zeitraum vom 16.04.2020 bis zum 01.04.2021 nicht die tatsächliche Inhaberin der Marke, sondern lediglich Lizenznehmerin betreffend die Waren der Klassen 18, 25 und 28.

15. Es stellt sich die Frage, ob das Übereinkommen zwischen der Schweiz und Deutschland Anwendung findet und ein allfälliger Gebrauch der Marke in Deutschland angerechnet werden kann. Bei der Basismarke der Widerspruchsmarke mit Benennung der Schweiz handelt es sich um eine Unionsmarke. Gemäss Rechtsprechung entspricht im Rahmen des Übereinkommens die Registrierung einer EU-Marke der Registrierung der Marke in Deutschland (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.1). Vorliegend kann somit davon ausgegangen werden, dass die Marke in beiden Ländern geschützt ist. Weiter können nach der Rechtsprechung des Bundesgerichts nur deutsche und schweizerische Staatsangehörige sowie Angehörige dritter Staaten mit Wohnsitz oder Niederlassung in Deutschland oder der Schweiz die Rechte aus diesem Staatsvertrag beanspruchen, wobei es für juristische Personen genügt, wenn sie eine tatsächliche und nicht nur zum Schein bestehende gewerbliche oder Handelsniederlassung in einem der Vertragsstaaten haben (vgl. oben, Ziff. 9). Als Inhaberin der Widerspruchsmarke war im internationalen Register vom 07.05.2015 bis am 01.04.2021 die indonesische Gesellschaft PT Electric Circle Optimum, Surabaya (ID [Indonésie]), erfasst. Es ist nicht ersichtlich und wurde auch nicht behauptet, dass Letztere eine Niederlassung in einem der Vertragsstaaten hatte (vgl. Ziff. 14). Ab dem 01.04.2021 war die Widerspruchsmarke hingegen wiederum im Besitz der in Deutschland ansässigen widersprechenden Partei. Von diesem Zeitpunkt an sind die Voraussetzungen des Übereinkommens erfüllt und es kann angewendet werden. Da es jedoch am 31.05.2022 von Deutschland gekündigt worden ist, ist das Übereinkommen vorliegend lediglich für die Zeitspanne vom 01.04.2021 bis zum 31.05.2022 anwendbar. Daran ändert auch der zwischen der indonesischen Firma und der heutigen widersprechenden Partei vereinbarte Lizenzvertrag nichts. Die Tatsache, dass die Inhaberin der Widerspruchsmarke ihren Sitz bis zum 01.04.2021 in Indonesien und nicht in Deutschland (und folglich keinen Sitz in einem Vertragsstaat) hatte, kann nicht durch einen Lizenzvertrag – wenn auch mit einer deutschen Vertragspartei – aufgehoben werden.

16. Zu den eingereichten Belegen wird wie folgt Stellung genommen:

Die Beilagen Nr. 4 (Auszug aus Wikipedia hinsichtlich der Widerspruchsmarke, abgerufen am 22.07.2025) und Nr. 5 (Interview mit Bernd Flügel vom 28.06.2019) fallen von vornherein nicht in den vorliegend relevanten Zeitraum vom 16.04.2020 bis zum 16.04.2025 und sind deshalb nicht zu beachten. Zudem lassen diese Belege keinerlei Rückschlüsse auf einen rechtserhaltenden Gebrauch der Marke im in casu relevanten Zeitrahmen zu.

Die Beilage Nr. 6 (Auszug Wayback Machine von <http://windandsnow.dfshop.com/cat/6/> vom 23.06.2020) weist ein Datum auf, an welchem die indonesische Gesellschaft die Markeninhaberin der Widerspruchsmarke war. Diese Beilage mangelt an einem Bezug zu dieser damaligen Inhaberin bzw. an einem Gebrauch durch die widersprechende Partei für Waren an welchen sie eine Einwilligung hatte (z.B. durch eine Lizenz, vgl. oben, Ziff. 14).

Aus der in Englisch gehaltenen Beilage Nr. 7 (Übersicht der Speicherungen der früheren Webseite www.f2.com in der Wayback Machine) geht weder ein Bezug zur Schweiz noch zu Deutschland hervor. Auch sind keine Hinweise auf irgendwelche Produkte ersichtlich.

Auch aus den weiteren in Englisch gehaltenen Auszügen aus dem Webshop von 2021 und 2024, jeweils abrufbar unter web.archive.org, (Beilagen Nr. 8, Nr. 9 und Nr. 10) sind keinerlei Hinweise auf die Schweiz bzw. auf Deutschland oder auf die Markeninhaberin ersichtlich. Die Adresse shop.f2.com hilft diesbezüglich nicht weiter. Es wird damit keineswegs belegt, dass die Webseiten von den Verkehrskreisen im massgeblichen Zeitraum konsultiert und entsprechende Waren und Dienstleistungen tatsächlich nachgefragt worden sind (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.3.4).

Bei den Beilagen Nr. 11, Nr. 12-14 und Nr. 16 handelt es sich um Preislisten mit Preisangaben in Euro und Broschüren für Fahrräder und Elektrofahrräder der Marke f2 (fig.). Daraus ergeben sich jedoch keinerlei Hinweise auf effektive Verkäufe auf schweizerischem oder deutschem Gebiet. Diese Beilagen erlauben keine quantitativen Rückschlüsse, weder darauf, wie viele der eingereichten Broschüren in der Schweiz in Umlauf gebracht wurden, noch darauf, wie viele der dort abgebildeten Produkte tatsächlich in der Schweiz verkauft wurden.

Bei der Beilage Nr. 15 (E-Mail a Otto's AG betreffend Preislisten 2024-2025) handelt es sich um einen Emailkontakt betreffend Kataloge und Preislisten vom September 2024 zwischen f2boards.com und Ottos.ch. Auch aus diesem ergeben sich keinerlei tatsächlichen Verkäufe.

Die Rechnung betreffend Bikes der Beilage Nr. 17 datiert vom 10.07.2020. Zu diesem Zeitpunkt war die PT Electric Circle Optimum, Surabaya aus Indonesien Markeninhaberin. Aus diesem Beleg geht weder ein Gebrauch durch die damalige Markeninhaberin noch ein Gebrauch durch die widersprechende Partei für den ihr qua Lizenz bewilligten Warenbereich hervor. Folglich ist diese Beilage nicht zu beachten. Für die Bedienungsanleitung in der Beilage 18 eines E-Scooters vom 16.12.2020 gilt dasselbe. Zu diesem Zeitpunkt war die indonesische Gesellschaft Markeninhaberin. Auf der letzten Seite wird eine Delta Sport Handelskontor GmbH als Herstellerin genannt. Diese hat mit der widersprechenden Partei soweit ersichtlich nichts gemein. Auch zum Zeitpunkt des Datums der Beilage Nr. 23 (SUP Specials 2020) war die widersprechende Partei nicht Markeninhaberin, sondern die indonesische Gesellschaft. Diese Beilage mangelt an einem Bezug zu Letzteren bzw. an einem Gebrauch durch die widersprechende Partei für Waren, an welchen sie eine Einwilligung hatte. Womit auch diese Beilage nicht zu beachten ist.

Auf der Beilage Nr. 19 (Verpackung eines E-Scooters) fehlt jegliche Datums- bzw. Länderangabe, weshalb sie vorliegend nicht relevant sein kann.

Die Beilage Nr. 20 (Screenshot www.funSPORTONDE.de vom 20.06.2022) weist ein Datum auf, welches nicht in die Zeitspanne fällt, in welcher ein allfälliger Gebrauch der Widerspruchsmarke in Deutschland angerechnet werden könnte und ist folglich in casu nicht relevant (vgl. Ziff. 15).

Aus der Beilage Nr. 21 (Screenshot www.otto.de, abrufbar unter web.archive.org vom 31.07.2021) geht hervor, dass bei otto.de ein E-Scooter der Marke F2 für € 749.00 in den Warenkorb von otto.de gelegt wurde. Es ist keineswegs ersichtlich, wer der Käufer ist und ob der Kauf effektiv abgewickelt wurde. Gleiches gilt für die Beilage Nr. 22 (Screenshot www.otto.de vom 20.06.2022), wo wiederum ein F2-E-Scooter für € 679.95 in den Warenkorb von otto.de gelegt wurde. Auch aus diesem ergibt sich kein tatsächlicher Verkauf.

Bei den Beilagen Nr. 24 (Katalog Life Travel SUP 2021) und Nr. 25 (Katalog Live Travel SUP Specials 2021) handelt es sich um Kataloge mit verschiedenen Waren. Daraus ergeben sich jedoch wiederum keinerlei effektive Verkäufe in schweizerischem oder deutschem Gebiet. Diese Kataloge erlauben keine quantitativen Rückschlüsse, weder darauf wie viele der eingereichten Kataloge in der Schweiz in Umlauf gebracht wurden, noch darauf, wie viele der dort abgebildeten Produkte tatsächlich in der Schweiz (oder in Deutschland) verkauft wurden.

Aus der Beilage Nr. 26 (Screenshot www.f2boards.com/sommer/f2-skate vom 21.06.2024, abrufbar unter web.archive.org) geht kein Hinweis auf die Schweiz hervor. Das Übereinkommen mit Deutschland war zu diesem Zeitpunkt bereits nicht mehr in Kraft, so dass dieser Beleg nicht herangezogen werden kann. Zudem handelt es sich um einen Beitrag zum 40 Firmen-Geburtstag, welcher wiederum keinerlei Verkäufe dokumentiert, sondern vielmehr ein internes Dokument darstellt.

Die Beilagen Nr. 27 (Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör ab April 2020) und Nr. 28 (Rechnungen Landfahrzeuge ab April 2020 (Grosshandel) datieren im Zeitrahmen, in der die indonesische Gesellschaft die Inhaberin der Widerspruchsmarke war. Es kann aus den Belegen jedoch wiederum weder ein Gebrauch durch die damalige Markeninhaberin noch ein Gebrauch durch die widersprechende Partei für den ihr qua Lizenz bewilligten Warenbereich festgestellt werden.

Bei den Rechnungen der Beilage Nr. 29 (Rechnungen Landfahrzeuge, inkl. Zubehör 2021) steht jeweils die Firma Fun & Function GmbH im Briefkopf. Die Lieferadressen befinden sich jeweils in der Schweiz. Es geht aus diesen Rechnungen mehrheitlich nicht hervor, dass F2-Produkte verkauft worden sind. Einzig am 05.01.2021 wurde ein F2 Intect Hard Adapter à €79.00 bestellt und am 18.01.2021 ein F2 Speedster WC RS à € 500.00. Um was es sich bei diesen Produkten genau handelt, ist nicht belegt. Die übrigen Artikelbezeichnungen auf den Rechnungen (z.B. ICELAND Rebel unisex, ROSSIGNOL, FTWO sonic, Trans Boardsack, usw.) lassen keine Rückschlüsse auf die Widerspruchsmarke zu, sondern lassen im Gegenteil vermuten, dass die gelieferten Waren unter den jeweils entsprechenden Marken verkauft wurden. Ausserdem fallen auch diese Rechnungen wiederum in den Zeitrahmen, in dem die indonesische Firma die Markeninhaberin war. Diese Beilage mangelt an einem Bezug zu dieser damaligen Inhaberin bzw. an einem Gebrauch durch die widersprechende Partei für Waren an welchen sie eine Einwilligung hatte (z.B. durch eine Lizenz, vgl. oben, Ziff. 14). Ab diesem Zeitpunkt wird einzig auf der Rechnung vom 20.12.2021 ein F2 Speedster GTS à € 399.00 erwähnt, wobei wiederum nicht klar ist, um was für ein Produkt es sich dabei konkret handelt. Weitergehend werden keine F2-Produkte auf diesen Rechnungen aufgelistet.

Auf den Rechnungen der Beilage Nr. 30 (Rechnungen Landfahrzeuge 2021 (Grosshandel)) steht jeweils die widersprechende Partei Fun & Function im Briefkopf. Die Bestelladressen befinden sich jeweils in der Schweiz. Am 15.10.201 wurden beispielsweise verschiedene F2-Alpinbindungen bestellt (126 Stück F2 toe plate M Complete M, 112 Stück F2 F2 heel plate M Complete M, 264 Stück F2 toe plate L Complete L, 264 Stück F2 F2 heel plate L Complete). Am 22.10.2021 wurden 210 F2 Race Titanium Alpinbindungen und 20 Stück F2 Race Titanium LTD Carbon New Alpinbindungen bestellt. Am 22.10.2021 wurden 60 Stück Alpinbindungen F2 Race Titanium Black und 15 Stück F2 Race Titanium S bestellt. Am 06.12.2021 wurden 2 Stück F2 Race Titanium M Alpinbindungen und 15 Stück F2 Race Titanium L Alpinbindungen bestellt. Am 14.12.2021 wurden insgesamt 20 Stück Snowboards (F2 Speedster WC SL 153, F2 Speedster WC SL 158, F2 Speedster Equipe RS TX Carbon, F2 Speedster Equipe RS TX Carbon, F2 Speedster Equipe SL TX sCarbon, F2 Silberpfeil Vantage 162, F2 Silberpfeil Vantage 168, F2 Silberpfeil 162, F2 Silberpfeil Carbon 156, F2 Eliminator All Mtn 158, F2 Eliminator All Mtn 163, F2 Eliminator All Mtn 166 sowie wiederum verschiedene Alpinbindungen (F2 Race Titanium F2 Intec Titanium , F2 Carve RS, F2 Intec Hard Adapter) bestellt. Am 23.12.2021 wurde 1 F2-Snowboard f2 Speedster Equipe RS TX Carobon 175 in die Schweiz bestellt.

Aus der Beilage Nr. 31 (Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2022) geht hervor, dass im Jahre 2022 verschiedene Waren von der widersprechenden Partei, der Fun & Function GmbH, in die Schweiz geliefert wurden. Mit Rechnung vom 10.01.2022 wurde 1 Stück F2 Axxis GTS à € 369.00 geliefert, wobei nicht klar ist, um was für eine Ware es sich dabei konkret handelt. Mit Rechnung vom 17.01.2022 wurde ein F2-Eliminator All Mtn à € 549.00 bestellt, wobei wiederum keine genaue Produkteangabe ersichtlich ist. Bei vielen Bestellungen fehlen unter dem Titel Warenbezeichnung Angaben zur Widerspruchsmarke. Die anderen Zusätze (z.B. Head Wc Rebels, Elan Set Amphibio, LIB Tech, Elfgen, Ride Star, Universal, Salomon, usw.) sind keineswegs geeignet, Rückschlüsse auf die Widerspruchsmarke zu ziehen, sondern lassen im Gegenteil vermuten, dass die gelieferten Waren unter den jeweils entsprechenden Marken verkauft wurden. Am 07.02.2022 wurde eine F2 Softbindung à € 167.23 bestellt. Am 10.02.2022 wurde ein F2-Speedster WC Rs à € 550.00 und am 21.02.2022 ein F2 Powercarve unisex à € 110.00 bestellt, am 04.10.2022 ein F2 Silberpfeil Vantage à € 349.00, am 28.11.2022 ein F2 Powercarve unisex à € 110.00, am 21.12.2022 zwei F2 Ride CC Ski+Bindungen ROTEFELLA uni à € 149.00 und 4x F2 Ride CC Vario Stock uni à € 30.00 bzw. € 70.00, wobei auch hier wiederum nicht klar ist, um was für Waren es sich dabei konkret handelt.

Aus der Beilage Nr. 32 (Rechnungen Landfahrzeuge 2022 (Grosshandel) geht hervor, dass von Fun & Function verschiedene F2-Alpinbindungen (50 Stück am 12.01.2022, 100 Stück am 25.02.2022, am 24.10.2022 60 Stück, 155 Stück am 15.11.2022) und F2 Snowboards (1 Stück am 27.01.2022, 25 Stück am 15.11.2022, 1 Stück am 13.12.2022) an Adressen in der Schweiz geliefert wurden.

Aus der Beilage Nr. 33 (Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2023) geht hervor, dass von Fun & Function unter anderem verschiedene F2-Produkte an Adressen in der Schweiz geliefert wurden. Es fehlen

jedoch wiederum genaue Warenbezeichnungen, so dass unklar bleibt, um was für Produkte es sich dabei genau handelt.

Aus der Beilage Nr. 34 (Rechnungen Landfahrzeuge 2023 (Grosshandel)) geht hervor, dass von Fun & Function verschiedene F2-Alpinbindungen an Adressen in der Schweiz geliefert wurden (4 Stück am 10.01.2023, 98 Stück am 10.01.2023, 77 Stück am 10.01.2023, 4 Stück am 07.02.2023, 2 Stück am 08.02.2023). Am 13.02.2023 wurde ein F2 Snowboard F2 Eliminator WC TX Carbon/Kaviar à € 50.00 in die Schweiz geliefert. Am 07.06.2023 F2-Alpinbindungen für insgesamt € 6'578.00. Am 24.08.2023 60 Stück Snowboardbindungen F2 Race Titanium S und 350 Stück F2 Race Titanium M Snowboardbindung, zudem verschiedenste F2-Alpinbindungen. Am 24.10.2023 wurden verschiedenste F2-Snowboards (z.B. F2 Speedster WC SL 158, F2 Speedster WC SL 163, F2 Speedster Equipe RS TX Carbon, F2 Silberfpell) sowie Snowboardbindungen für insgesamt € 10'942.40 in die Schweiz geliefert.

Aus der Beilage Nr. 35 (Rechnungen Landfahrzeuge inkl. Zubehör 2024) geht meist nicht hervor, dass irgendwelche F2-Produkte geliefert wurden. Die Artikelbezeichnungen (z.B. TRANS, ELFGEN, ROSSIGNOL, Universal usw.) lassen keine Rückschlüsse auf die Widerspruchsmarke zu. Am 16.02.2024 wurde 1 Stück F2 Race CNC M à € 189.00 geliefert, wobei wiederum nicht klar ist, um was für eine Ware es sich dabei konkret handelt. Gleiches gilt für die Rechnung vom 19.02.2024, gemäss welcher je ein Stück F2 Intec Titanium M à € 167.23 und F2 Intec Hard Adapter à € 57.98 geliefert wurden. Am 08.04.2024 wurde ein Stück F2 TNT Kids 130 à 145.67 bestellt, am 18.04.2024 ein Stück F2 Intec Hard Adapter à € 57.98, am 02.10.2024 je ein Stück F2 Intec Titanium L à € 120.00 und F2 Intec Hard Adapter one à € 50.00. am 02.10.2024 ein Stück F2 Silberpfeil Carbon à € 550.00, am 22.10.2024 ein Stück F2 Intec Titanvlex M à € 210.71, am 08.11.2024 ein Stück F2 Intec Titanflex M à € 199.00, am 16.12.2024 ein Stück F2 Freedom Rocke 135 à € 100.00. Aus all diesen Warenbezeichnungen geht nicht klar hervor, um was für Produkte es sich dabei handelt. Am 14.11.2024 wurde 1 Snowboard F2 TNT Rookie à € 109.00 geliefert.

Aus der Beilage Nr. 36 (Rechnungen Landfahrzeuge 2024 (Grosshandel)) geht hervor, dass verschiedene F2-Alpinbindungen, so am 01.02.2024, am 26.03.2024 und am 01.10.2024, in die Schweiz geliefert worden sind.

Die Beilage Nr. 37 (Bestellbestätigung OTTO's AG der Kollektion 2024) enthält eine sog. Offer an die OTTO's AG in Sursee, Schweiz. Als Delivery-Datum wird der 08.03.2024 angegeben. Die Preise sind in Dollar beziffert. Bei den Produkten handelt es sich um verschiedene SUP Boards, Padel, Pumpen, Wasserschuhe und Wasseranzüge. Daraus geht nicht klar hervor, ob es sich lediglich um eine Offerte handelt oder ob die Produkte effektiv bestellt wurden.

In der Beilage Nr. 38 (OTTO's Wochenzeitung, Kalenderwoche 26, 2023, Seite 10 und 14 vom 28.06.2023) wird Werbung für ein F2 SUP Sector für CHF 299.00 gemacht (sowohl auf S. 10 als auch auf S. 14). In der Beilage Nr. 39 (OTTO's Wochenzeitung, Kalenderwoche 27, 2025, Seite 12 vom 02.07.2025) wird Werbung für ein F2 SUP Sector für CHF 249.00 gemacht. In der Beilage Nr. 40 (OTTO's Wochenzeitung, Kalenderwoche 26, 2024, Seite 10 und 14 vom 26.06.2024) wird Werbung für das F2-SUP Sector für CHF 249.00 und das F2-SUP Impact für CHF 319.00 sowie für eine elektrische F2-Pumpe, einen Sitz für F2-SUPs, zwei F2-Neoprenanzüge, F2-Barfusschuhe, zwei F2-Padel, und drei F2-SUPs, gemacht. Aus diesen Beilagen Nr. 38 - 40 geht hervor, dass Werbung unter Ottos.ch für verschiedene F2-Produkte gemacht wurde. Dies erlaubt jedoch keine quantitativen Rückschlüsse darauf, wie viele der dort abgebildeten Produkte tatsächlich in der Schweiz verkauft wurden. Gleiches gilt für die Kataloge in der Beilage Nr. 43 (Katalog Live Travel Accessories & Specials 2023) und Nr. 44 (Katalog It's all about Accessories & Specials 2025) sowie für die Preislisten in den Beilagen Nr. 45 – 50. Diese Kataloge erlauben keine quantitativen Rückschlüsse, weder darauf wie viele der eingereichten Kataloge in der Schweiz in Umlauf gebracht wurden, noch darauf, wie viele der dort abgebildeten Produkte tatsächlich in der Schweiz verkauft wurden.

Bei den Beilagen Nr. 41 (Katalog SUN SALT SUP Specials 2020) und Nr. 42 (Katalog Windsurf 2020) handelt es sich um Kataloge mit verschiedenen Waren. Daraus ergeben sich jedoch wiederum keinerlei effektive Verkäufe in schweizerischem oder deutschem Gebiet. Diese Kataloge erlauben keine quantitativen Rückschlüsse, weder darauf wie viele der eingereichten Kataloge in der Schweiz in Umlauf

gebracht wurden, noch darauf, wie viele der dort abgebildeten Produkte tatsächlich in der Schweiz (oder in Deutschland) verkauft wurden. Gleiches gilt für die Beilage Nr. 51 (Bestellbestätigung an Otto's AG für diverse SUP 2020).

Auf der Beilage Nr. 52 (Rechnung an Otto's AG für Produkt «Strato» 2021) ist die Widerspruchsmarke «F2 (fig.)» nirgends abgebildet. Die widersprechende Partei führt aus, dass von Produktnamen wie «Sector», «Axxis», «Samoa» und «Strato» in der Preisliste in Beilage Nr. 48 Rückschlüsse auf die verschiedenen F2-SUPs möglich seien. Es ist fraglich, ob diese Rechnung geeignet ist, den Gebrauch der Widerspruchsmarke glaubhaft zu machen, ohne dass diese in irgendeiner Weise auf der Rechnung selber erscheint. Die Rechnung wurde von Media Agentur Hof ausgestellt, welche zu diesem Zeitpunkt diese eine Lizenz für Waren der Klasse 28 hatte.

In den Beilage Nr. 53 (Rechnung von Media Agentur Hof an Otto's AG für SUP «Strato» und «Sector» vom 02.02.2021) und Nr. 54 Rechnung von Media Agentur Hof an Otto's AG für Produkte «Axxis» und «Impact 2021 vom 02.02.2021) sowie Nr. 55 Rechnung von Media Agentur Hof an Otto's AG für Produkte «Axxis» und «Impact 2021 vom 02.02.2021) befinden sich Rechnungen für verschiedenste SUP vor dem 01.04.2021, womit diese ebenfalls in den Zeitraum fallen, indem die widersprechende Partei zwar nicht Markeninhaberin, sondern durch eine Lizenz an diesen Waren berechtigt war (vgl. oben, Ziff. 14). Die Widerspruchsmarke ist auf den Rechnungen ersichtlich.

Gleiches gilt für die Beilagen Nr. 56 (Rechnungen Wassersport ab April 2020) und Nr. 57 (Rechnungen Wassersport ab April 2020), welche allesamt ein Rechnungsdatum aus dem Jahre 2020 aufweisen, zu welchem Zeitpunkt die widersprechende Partei zwar nicht Inhaberin der Widerspruchsmarke war, sondern durch eine Lizenz an diesen Waren berechtigt war (vgl. oben, Ziff. 14). Die Rechnungen beziehen sich mehrheitlich auf SUP, teilweise auf Paddle für Kayak und SUP (vom 29.06.2020, 02.07.2020).

Die Beilage Nr. 58 (Rechnungen Wasserfahrzeuge 2021) enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Einige Rechnungen datieren aus dem Jahr 2021, so die Bestellung für ein F2-I-SUP Team für € 293.28 vom 09.04.2021, für F2-ISUP Shine für € 461.34 vom 25.05.2021, für ein F2-I-SUP Team für € 399 vom 25.06.2021, für ein F2-I-SUP Team für € 756.30 vom 05.07.2021, für zwei F2 US Fin Standard à € 24.37 vom 06.07.2021. Um was es sich dabei konkret handelt, ist unklar. Die Rechnung vom 08.07.2021 für ein F2 Kayak Paddle NEW à € 20.00, vom 20.08.2021 für F2 SUP COILED LEASH à € 29.-, vom 15.11.2021 für ein F2 Insert nuts / stainless steel à € 29.00, vom 09.12.2021 für ein F2 Aloha für € 335.29, für 1 Stück F2 Feelgood à € 234.45, vom 10.12.2021 für ein Stück F2 Boogie Air à € 83.19. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um SUP (Stand Up Paddles).

In der Beilage Nr. 59 (Rechnungen Wassersport 2021 (Grosshandel) datieren einige Rechnungen ebenfalls im in casu relevanten Zeitraum. Sie enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. So vom 11.05.2021 für 40 Stück F2 I-SUP Ocean kids boy boy blue à je € 115.00, 30 Stück F2-I-SUP Ocean kids boy boy blue à € 115.00, 20 Stück F2 I-SUP Ocean kids girl pink à € 115.00, 10 Stück F2-SUP Vega à je € 180.00. Am 25.05.2021 10 Stück F2 I-SUP Samoa à € 310.00, 100 Stück F2 I-SUP Strato à € 170.00, 100 Stück F2 I-SUP Strato à 170.00, 150 Stück F2 I-SUP Sector à € 165.00, 50 Stück F2 I-SUP Sector à € 165.00; die Rechnung vom 25.05.2021 100 Stück F2 I-SUP Axxis à € 175.00, 50 Stück F2 I-SUP Axxis à € 175.00, 50 Stück F2 I-SUP Impact à € 230.00. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um SUP (Stand Up Paddles).

Die Beilage Nr. 60 (Rechnungen Wassersport 2022) enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Daraus ist ersichtlich, dass am 14.03.2022 eine F2 Impact Vest Kite Men à € 69.00 bestellt wurde, am 14.06.2022 ein F2 Carbon Kayak Paddle à € 83.19 und zwei F2 Foodstraps à 12.61, am 15.06.2022 je ein Stück F2 RIDE, Kite Pad, Kite Strap Kite Handle, Kite Fin, wobei nicht klar ist, um was für Produkte es sich dabei handelt. Mit Rechnung vom 05.07.2022 wurde ein Stück F2 I-SUP Sector à € 251.26 bestellt. Am 07.07.2022 ein F2 SUP Axxis à € 319.00 Am 14.07.2022 ein Stück F2 Axxis Kayak à € 379.00, am 22.08.2022 und am 01.09.2022 je ein Stück F2 Beach Buggy Delux à € 49.00 am

05.09.2022 ein Stück F2 BASIC Alu Paddle à € 28.50. Am 19.09.2022 ein F2 GLID SURF HARD BOARD à € 580.00 am 19.09.2022 ein F2 Glide Surf à € 639.00 am 19.09.2022 ein F2 Surf Foil à € 400.00 am 26.09.2022 2 Stück F2 Foot Straps à € 25.00. Am 28.11.2022 ein Stück F2 Beach Buggy für € 49.00. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich insbesondere um SUP (Stand Up Paddles), um Neopren-Schuhe sowie um Paddel.

Die Beilage Nr. 61 (Rechnungen Wassersport 2022 (Grosshandel)) enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Daraus geht hervor, dass mit Rechnung vom 17.02.2022 75 Stück F2 Sector SUP à € 75.00, 50 Stück F2 Sector SUP à € 155.00, 100 Stück F2 Strato SUP à € 160.00, 50 Stück F2 Axxis SUP à € 170.00 und 50 Stück F2 Strato woman SUP à € 160.00 bestellt worden sind. Mit Rechnung vom 21.12.2022 wurden 75 Stück F2 Sector SUP à € 140.00, 50 Stück F2 Sector SUP à € 140.00, 100 Stück F2 Axxis SUP à € 165.00 und 100 Stück F2 Strato à € 150.00 bestellt. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um SUP (Stand Up Paddles).

Die Beilage Nr. 62 (Rechnungen Wassersport 2023) enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Daraus geht hervor, dass mit Rechnung vom 22.02.2023 1 Stück F2 Foot Straps à € 25.00 bestellt worden sind. Am 06.03.2023 1 Stück F2 California woman à € 549.-, wobei keine genauere Warenbezeichnung angegeben ist. Am 13.04.2023 1 Stück F2 Allround Wing Ail à € 399.00, am 02.05.2023 ein Stück F2 Checker Rigg complete à € 429.00-, am 08.05.2023 1 Stück F2 GLIDE Cross, am 08.05.2023 1 Stück F2 Ride Rigg complete für € 549.00, wobei wiederum nicht klar ist, um was für Produkte es sich dabei handelt. Am 17.05.2023 1 Stück F2 Balance Board à € 69.00, am 24.05.2023 1 Stück F2 Softboard à € 239.00. Am 30.05.2023 1 Stück F2 Checker Rigg complete à € 269.00, am 21.06.2023 1 Stück F2 Open Water SMO à € 167.23 und am 17.07.2023 2 Stück F2 SUP SLOT fin à € 25.00, wobei wiederum nicht klar ist, um was für Produkte es sich dabei handelt. Am 17.07.2023 1 Stück F2 SUP Kajak Paddle à € 49.00, am 08.08.2023 ein Stück F2 Alu Carbon Foil Set à € 449.00, am 28.08.2023 1 Stück F2 Foot Straps à € 25.00, am 13.10.2023 1 Stück F2 Balanceboard à € 57.98. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um SUP (Stand Up Paddles) und Paddel.

Die Beilage Nr. 63 (Rechnungen Wassersport 2024) enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Daraus geht hervor, dass am 29.04.2024 je 1 Stück F2 Trapezstampen Adjustable à € 30.00, F2 Ride V4.0 unisex à € 1'099.00 bestellt worden sind. Um was für Produkte es sich dabei konkret handelt, ist wiederum nicht klar. Gleiches gilt für die Rechnung vom 23.05.2024 (mit Ausnahme des SUP), wo je ein Stück F2 Mono women à € 229.00, F2 Mono SMO mit Alupaddel à € 199.00 und ein F2-I-SUP Mono bestellt worden sind. Und für die Rechnungen vom 05.06.2024, auf welcher 1 Stück F2 Mono woman SMO à € 229.00 bestellt wurde, vom 10.06.2024, wo ein F2 FREERIDE PRO à € 149.00 Euro bestellt wurde. Auf der Bestellung vom 15.07.2024 wurde eine F2 Wassersportbrille Bro à € 33.60 bestellt, am 12.08.2024 1 Stück F2 Surfer Kid SMO à € 125.21. Am 15.08.2024 ein Stück F2 Freeride Pro Harness XL à € 149.00, am 02.10.2024 ein Stück F2 CORK HALFSHELL à € 39.00. Am 08.10.2024 1 Stück F2 FREERIDE PRO, HARNESS KIT à € 199.00. Um was für Produkte es sich dabei konkret handelt, ist wiederum nicht klar. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um SUP (Stand Up Paddles).

Die Beilage Nr. 64 (Rechnungen Wassersport 2024 (Grosshandel)) enthält Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Daraus geht hervor, dass am 23.02.2024 verschiedene SUP-Boards bestellt wurden, 104 Stück F2 I-SUP CROSS à € 120.00, 104 Stück F2 Feel Free SMO à € 150.00, 400 Stück SUP Board F2 Sector à € 130.00, 80 Stück SUP Board F2 AXXIS SMO à € 155.00, 100 SUP Board F2 IMPACT à € 165.00, 50 Stück Paddel F2 CARBON à € 65.00. sowie verschiedene Accessories, z.B. 100 Stück F2 Pump Basic à € 16.00, 150 Stück F2 Seat à € 12.00, wobei nicht immer klar ist, um was es sich dabei handelt, z.B. insgesamt 285 verschiedene F2-Neopren, 300 Stück Kajak Paddel à € 23.00, 210 Paar Schuhe F2 Barefoot Shoes à € 16.00. Auf der Lieferbestätigung vom 18.03.2024 befinden sich wiederum 580 SUP Boards, 50 Stück Paddel, 100 Stück Pumpen, 150 Stück Seats, 265 Stück Neopren-

Anzüge, 300 Stück Paddel, 250 Stück Schuhe à € 16.00. Auf einer weiteren Lieferbestätigung vom 18.03.2023 geht hervor, dass wiederum 580 Stück SUP 50 Stück Paddel, 100 Stück Pumpen, 150 Stück Stühle (F2 Seat), 285 Stück Neopren, 300 Stück Paddel, 250 Stück Schuhe bestellt worden sind. Auf einer weiteren Lieferbestätigung vom 02.05.2024 wurden 60 Stück F2 Pumpen bestellt. Bei den Pumpen ist jeweils unklar, um was für Pumpen es sich dabei handelt, ob um handbetätigte oder elektrische. Diese Daten fallen in den vorliegend relevanten Zeitrahmen. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um SUP (Stand Up Paddles), Paddel, Neopren-Schuhe und -Anzüge.

Die Beilage Nr. 65 (Katalog SUN SALT SUP Accesories 2020) datiert aus dem Jahre 2020. Daraus ergeben sich jedoch keinerlei Hinweise auf effektive Verkäufe auf schweizerischem oder deutschem Gebiet. Diese Beilagen erlauben keine quantitativen Rückschlüsse, weder darauf, wie viele der eingereichten Broschüren in der Schweiz in Umlauf gebracht wurden, noch darauf, wie viele der dort abgebildeten Produkte tatsächlich in der Schweiz verkauft wurden.

Die Beilage Nr. 66 (Rechnung an Otto's AG für SUP und Bekleidung 2024) enthält eine Rechnung für eine Bestellung bei der Fun & Function GmbH an eine Adresse in die Schweiz (Otto's AG in Sursee) in der Höhe von 45'400 USD. Unter den Waren befinden sich SUP Boards (insgesamt 440 Stück), Badeschuhe (insgesamt 290 Stück) und Neoprenanzüge (270 Stück).

In der Beilage Nr. 67 (Rechnungen Bekleidung ab April 2020) befinden sich allesamt Rechnungen aus dem Jahre 2020. Die Daten fallen in den Zeitrahmen, in welchem die widersprechende Partei qua Lizenz an den Waren der Klasse 28 und 25 berechtigt war. Die Marke ist auf den Rechnungen ersichtlich, ebenso die Markeninhaberin und jeweils eine Bestelladresse in der Schweiz. Bei den bestellten Produkten handelt es sich hauptsächlich um Beachslipper (Rechnung vom 24.09.2020).

Die Beilage Nr. 68 (Rechnungen Bekleidung 2021) enthält Lieferungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Die Daten fallen alle in den relevanten Zeitrahmen. Teilweise ist nicht klar, um was für Waren es sich konkret handelt (z.B. F2 DAG Daypack Pro auf der Rechnung vom 14.06.2021, LEVEL Butterfly Woman W auf der Rechnung vom 30.12.2021). Auf der Bestellung vom 28.06.2021 sind 6 Stück Beachslipper à je € 19.90 aufgelistet.

Die Beilage Nr. 69 (Rechnungen Bekleidung 2022) enthält Lieferungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Die Daten fallen alle in den relevanten Zeitrahmen. Jedoch ist oft nicht klar, um was für Waren es sich konkret handelt, so bei LEVEL FLY Gr. 8 auf der Rechnung vom 14.11.2022, LEVEL FLY Gr. 9 auf der Rechnung vom 23.11.2022).

Die Beilage Nr. 70 (Rechnungen Bekleidung 2023) enthält zwei Bestellungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Die Daten fallen alle in den relevanten Zeitrahmen und die Marke ist auf den Rechnungen abgebildet. Die erste Bestellung ist für ein F2 Tropical Neo Shorty M Allover à € 69.00. Die zweite Bestellung vom 15.06.2023 ist für ein Stück F2 Neoprenanzug Kids à € 35.00.

Die Beilage Nr. 71 (Rechnungen Bekleidung 2024) enthält Lieferungen der Fun & Function GmbH an Adressen in die Schweiz. Die Daten fallen alle in den relevanten Zeitrahmen und die Marke ist auf den Rechnungen abgebildet. Teilweise ist nicht klar, um was für Waren es sich konkret handelt (z.B. F2 Surfer Poncho L auf der Rechnung vom 23.04.2024 und vom 11.09.2024, F2 Target Line auf der Rechnung vom 14.08.2024, F2 Aqua Bag auf der Rechnung vom 25.10.2024). Auf der Bestellung vom 11.06.2024 sind 2 Stück Beachslipper à je € 24.00 aufgelistet, auf der Bestellung vom 22.07.2024 1 Stück F2 Neoprenanzug, auf der Rechnung vom 26.07.2024 sind 5 F2 Beach Slipper aufgeführt, auf der Rechnung vom 14.08.2024 sind 4 F2 Beach Slipper aufgelistet.

17. Die widersprechende Partei hat im Widerspruchsverfahren den Gebrauch ihrer Marke nicht strikt zu beweisen, sondern lediglich „glaubhaft“ zu machen. Glaubhaft gemacht ist der Gebrauch, wenn das IGE die entsprechenden Behauptungen überwiegend für wahr hält, obwohl nicht alle Zweifel beseitigt sind. Das IGE ist dabei bloss zu überzeugen, dass die Marke *wahrscheinlich* gebraucht wird, nicht aber auch, dass die Marke tatsächlich gebraucht wird, weil jede Möglichkeit des Gegenteils vernünftigerweise auszuschliessen ist. Glaubhaftmachen bedeutet, dass dem Richter aufgrund objektiver Anhaltspunkte der

Eindruck vermittelt wird, dass die in Frage stehende Tatsachen nicht bloss möglich, sondern wahrscheinlich sind (Richtlinien, Teil 6, Ziff. 5.5.2).

18. Es ist der widersprechenden Partei zwar zuzustimmen, dass ein Aufbau eines Vertriebs- und Fachhändlernetzes ein starkes Indiz für einen ernsthaften Markengebrauch darstellen kann. Mit diesen Belegen konnte der Gebrauch der Widerspruchsmarke in der Schweiz jedoch trotz der umfangreichen Beilagen nicht für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen glaubhaft gemacht werden.
19. In Gesamtwürdigung der ins Recht gelegten Unterlagen ergeht ein umfangreicher, mehrjähriger Gebrauch der Widerspruchsmarke für *fixations de ski* (insbesondere aus den Belegen Nr. 30, 31, 32, 34, 36), *snowboards* (insbesondere aus den Belegen Nr. 30, 32, 34, 35), *SUP (stand up paddle)* (insbesondere aus den Belegen Nr. 37, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 66), *paddle (pour SUP)* (insbesondere aus den Belegen Nr. 37, 57, 58, 60, 62, 64, 66) der Klasse 28 sowie für *chaussons en néoprène* (insbesondere aus den Belegen Nr. 37, 60, 64, 67, 68, 71), *combinaisons en néoprène pour le surf* (insbesondere aus den Belegen Nr. 37, 64, 66, 70, 71) der Klasse 25. Für die weiteren Waren und Dienstleistungen wurden demgegenüber keine oder zu wenige Belege eingereicht, womit für diese der Gebrauch nicht glaubhaft gemacht worden ist.
20. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Widerspruchsmarke für *SUP (stand up paddle)* und *Paddel* nicht explizit eingetragen ist. Diese können jedoch aber den Oberbegriff *articles de sport* (Klasse 28) subsumiert werden. Als ergänzendes Zubehör von *SUPs* können auch die *Paddel* unter diesen Oberbegriff subsumiert werden.

Beim Oberbegriff *articles de sport* (Klasse 28) handelt es sich nach der Nizza-Klassifikation um Sportausrüstung, d.h. unter anderem um Geräte für verschiedene Sportarten und Spiele (vgl. die Nizza Klassifikation der Weltorganisation für Geistiges Eigentum [World Intellectual Property Organization: WIPO], Version 25.02.2026 unter: https://nclpub.wipo.int/enfr/?basic_numbers=show&class_number=28&explanatory_notes=show&gors=&lang=fr&menulang=fr&mode=flat¬ion=&pagination=no&version=20240101). Unter diesen Oberbegriff können somit verschiedene Geräte für verschiedene Sportarten und Spiele subsumiert werden, welche aufgrund ihrer unterschiedlichen Zweckbestimmung wiederum ohne Willkür in weitere Untergruppen unterteilt werden können. Der Gebrauch für *SUP (stand up paddle)* und die dazugehörigen *Paddel* kann nicht rechtserhaltende Wirkung für den ganzen, semantisch breiten Oberbegriff *articles de sport* entfalten (Problematik des Teilgebrauchs, vgl. Ziff. 8 hiavor). Die Frage, ob das Widerspruchszeichen für weitere Waren, die eine kohärente Gruppe oder Untergruppe des Warenoberbegriffs *articles de sport* bilden, rechtserhaltend gebraucht wurde, kann vorliegend hingegen offenbleiben, weil dies im Ergebnis ohne Einfluss auf die Beurteilung der Verwechslungsgefahr bleibt. Die Gleichartigkeit wäre auch gestützt auf allfällige zusätzliche Waren der Klasse 28 des Widerspruchszeichens nicht anders zu beurteilen (vgl. III. C. nachfolgend).

21. Für die nachfolgende Beurteilung kann sich die widersprechende Partei somit auf die Waren *chaussons en néoprène*, *combinaisons en néoprène pour le surf* der Klasse 25 und *fixations de ski*, *snowboards*, *stand up paddles (SUP)*, *paddles (pour SUP)* der Klasse 28 der Widerspruchsmarke, für welche der Gebrauch glaubhaft 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 Widerspruchsmarke geniesst vorliegend Schutz für die Waren *chaussons en néoprène, combinaisons en néoprène pour le surf* in der Klasse 25 und für *fixations de ski, snowboards, stand up paddles (SUP), paddles (pour SUP)* in der Klasse 28.

4. Die angefochtene Marke ist für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:

Klasse 12: Automobiles et leurs parties constitutives et leurs équipements compris dans cette classe; automobiles électriques et hybrides et leurs parties constitutives et leurs équipements compris dans cette classe; voitures de course; voitures de course électriques; moteurs pour véhicules terrestres, moteurs électriques et diesel pour véhicules terrestres; karts; karts électrique; groupes motopropulseurs, y compris les moteurs, pour les véhicules terrestres; boîtes de vitesses pour automobiles; châssis de véhicules; freins pour véhicules; sièges de véhicules; harnais de sécurité pour la course automobile; ceintures de sécurité pour sièges de véhicules; pneus pour voitures de tourisme; pneus pour voitures de course; roues et jantes pour voitures de tourisme; roues et jantes pour voitures de course; roues et jantes pour automobiles;

Klasse 25: Gants et combinaisons de pilotes de courses automobiles; vêtements, chaussures, chapellerie, les produits précités en tant qu'articles de merchandising commercialisés en lien avec des compétitions de sport automobile;

Klasse 35: Diffusion d'annonces publicitaires par tous médias, notamment sous forme de messages thématiques centrés sur les valeurs humaines; publicité par parrainage (sponsoring) en lien avec l'organisation et la commercialisation d'une compétition de sport automobile; promotion publicitaire des produits et services de tiers, par le moyen d'accords contractuels, notamment de partenariat [sponsoring] et de licences portant sur le transfert de notoriété, d'image et de sympathie dérivées de manifestations culturelles et sportives, à savoir de courses automobiles; promotion publicitaire des produits et services de tiers par le moyen dit du facteur d'intérêt initial conduisant le public à considérer des produits ou services qui lui sont présentés munis de signes, emblèmes ou messages propres à capter son attention; promotion publicitaire des produits et services de tiers par le moyen dit du transfert d'image; location d'espaces publicitaires de toutes natures et sur tout support, numérique ou non, en lien avec l'organisation et la commercialisation d'une compétition de sport automobile; promotion publicitaire auprès du public et des milieux intéressés du soutien aux dites écuries; gestion de fichiers informatiques, à savoir gestion de fichiers digitaux constituant un portefeuille d'images et de séquences vidéo de courses automobile, destinés à une utilisation sous licence dans la publicité traditionnelle et dans la promotion publicitaire de comportements;

Klasse 41: Divertissements sportifs télévisés sous forme de courses automobiles en direct ou en différé; divertissement sous forme de courses automobiles; services de divertissement fournis sur un circuit de course automobile; organisation de courses automobiles; organisation de courses automobiles virtuelles; organisation de compétitions de sports électroniques, notamment de courses automobiles électroniques; services de sports électroniques; mise à disposition de divertissement en ligne sous forme de tournois de jeux et de ligues sportives virtuelles, dans le domaine du sport automobile; services de paris et de jeux d'argent liés au, ou en rapport avec le sport; services de paris en ligne; organisations de concerts de musique lors d'événements sportifs; mise à disposition de circuits de course automobile; production de

séquences thématiques de divertissement en direct; mise à disposition de séquences vidéos en ligne, non téléchargeable, contenant des extraits de courses automobiles ou des performances de pilotes de courses automobiles; présentation et distribution de films et d'enregistrements vidéo et de sons; location de films et d'enregistrement vidéo et de sons; couverture d'événements sportifs radiophoniques et télévisés (services de reporters); services de réservation de tickets pour spectacles et événements sportifs; chronométrage de manifestations sportives; publication de textes (autres que textes publicitaires), à savoir de règlements, de normes et de standards en matière de sport mécanique; mise à disposition en ligne de résultats sportifs; réalisation et animation de cours, séminaires et toutes actions de formation dans le domaine de la conduite de voitures.

Klasse 12:

5. In der Klasse 12 beansprucht die angefochtene Marke verschiedene Krafffahrzeuge und ihre Bestandteile und Ausrüstungen. Diese Waren sind offensichtlich stark unterschiedlich zu den Waren der Klassen 25 und 28 der Widerspruchsmarke. Sie richten sich an unterschiedliche Abnehmer, verfügen über getrennte Vertriebswege und verfügen über ein unterschiedliches Herstellungs-Know-how. Folglich ist eine Gleichartigkeit insoweit zu verneinen.

Klasse 25:

6. Bei den Waren der angefochtenen Marke, *gants et combinaisons de pilotes de courses automobiles; vêtements, chaussures, chapellerie, les produits précités en tant qu'articles de merchandising commercialisés en lien avec des compétitions de sport automobile*, handelt es sich um Handschuhe und Overalls (für Rennfahrer), Bekleidung, Schuhe und Kopfbedeckungen.
7. Die Widerspruchsmarke beansprucht in der Klasse 25 ihrerseits *chaussons en néoprène, combinaisons en néoprène pour le surf*.
8. Die *chaussons en néoprène* sind Neopren-Schuhe und fallen wie beispielsweise Bootsschuhe und Gummischuhe unter den Oberbegriff *chaussures* der angefochtenen Marke. Soweit sich die *chaussures* und die *chaussons en néoprène* decken, besteht Gleichheit, soweit die angefochtenen Waren darüber hinausgehen, besteht Warengleichartigkeit aufgrund der Marktnähe, der Übereinstimmung im Know-how, der Abnehmer sowie der Zweckbestimmung.

Die Neoprenanzüge stellen schützende Kleidung für verschiedene Wassersportarten dar und fallen unter den Oberbegriff *vêtements* der angefochtenen Marke. Diesbezüglich gilt ebenfalls, soweit sich die zu vergleichenden Waren decken, ist von Gleichheit auszugehen, soweit die angefochtenen Waren über die Waren der Widerspruchsmarke hinausgehen, besteht wiederum Warengleichartigkeit. Die Neoprenanzüge sind als Bekleidungswaren ebenfalls gleichartig zu den Overalls für Rennfahrer (*combinaisons de pilotes de courses automobiles*) sowie zu den Handschuhen (*gants*), bei welchen es sich auch um Bekleidung handelt.

Die angefochtenen Kopfbedeckungen (*chapellerie*) sind gemäss ständiger Praxis als gleichartig zu den Waren der Widerspruchsmarke in dieser Klasse zu beurteilen. Zwischen Kleidern, Schuhen und Kopfbedeckungen besteht ein naher Sachzusammenhang dergestalt, dass sie letztlich als einander ergänzende Produkte dem gleichen Verwendungszweck – nämlich der Bekleidung – dienen und dass sie von denselben Abnehmerkreisen vornehmlich über die gleichen Vertriebskanäle und Fachgeschäfte nachgefragt werden. Damit besteht zwischen den Vergleichswaren trotz gegebenenfalls unterschiedlicher Herstellungstechnologie und mangelnder Substituierbarkeit der Produkte ein funktioneller Zusammenhang, der ihre Gleichartigkeit indiziert (vgl. z.B. Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 102377, III. B, Ziff. 3, RABE / RADE, abrufbar in der Prüfungshilfe des IGE, unter <https://ph.ige.ch/ph>). Im Übrigen wurde die Gleichartigkeit aller Waren innerhalb der Klasse 25 von der Rechtsprechung bereits mehrfach festgestellt (vgl. statt vieler Urteile des Bundesverwaltungsgerichts [BVGer] B-7500-2006, E. 7.2., Diva Cravatte [fig.] / DD DIVO DIVA [fig.], B- 3118/2007, E. 7, SWING / SWING RELAXX [fig.], SWING & RELAXX; B- 7524/2016, E. 6.2, DIADORA / Dador Dry Waterwear [fig.], jeweils abrufbar unter www.bvger.ch sowie jüngst z.B. Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 101553; III. B, Ziff. 4, SIX [fig.] / SIXS[fig.], abrufbar in der Prüfungshilfe). Die Präzisierung *les produits précités en tant qu'articles de merchandising commercialisés*

en lien avec des compétitions de sport automobile bei der angefochtenen Marke ändert nichts an dieser Beurteilung, da die Art der Vermarktung nichts daran ändert, dass es sich bei den angefochtenen Waren um Bekleidung, Schuhe und Kopfbedeckungen handelt.

Klasse 35:

9. Die widersprechende Partei konnte für die Dienstleistungen der Klasse 35 den Gebrauch ihrer Marke nicht glaubhaft machen. Die angefochtenen Warenpromotionsdienstleistungen sind keineswegs gleichartig zu den Waren der Klassen 25 und 28 der Widerspruchsmarke. Hersteller von Alpinbindungen, Snowboards, SUPs, Wasserschuh und Neoprenanzügen bieten üblicherweise keine Werbedienstleistungen für Dritte an. Sowohl die Abnehmer, das Know-how als auch die Vertriebswege sind gänzlich unterschiedlich.

Klasse 41:

10. Die widersprechende Partei führt aus, dass gemäss Praxis Dienstleistungen der Klasse 41 gleichartig zu Waren der Klasse 12 seien, da namhafte Hersteller von Motorfahrzeugen beispielsweise auch Autorennen und Ausbildungsveranstaltungen anbieten würden. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Gebrauch für keinerlei Waren der Klasse 12 glaubhaft gemacht worden ist (vgl. vorstehend B.).
11. Wie ausgeführt, kann Gleichartigkeit nicht nur innerhalb des Waren- bzw. Dienstleistungsbereichs bestehen, sondern auch im Verhältnis zwischen Waren und Dienstleistungen (vgl. oben, Ziff. 2). Die angefochtene Marke beansprucht in der Klasse 41 insbesondere Unterhaltung in Form von Autorennen, Organisation von Autorennen, Wett- und Glücksspieldienstleistungen in Zusammenhang mit Sport; Organisation von Musikkonzerten, Produktion von Live-Unterhaltungssequenzen, Präsentation und Vertrieb von Filmen, Video- und Tonaufnahmen, Ticketreservierungsdienste, Zeitmessung bei Sportveranstaltungen, Durchführung und Moderation von Kursen, Seminaren und Schulungsmassnahmen im Bereich des Autofahrens usw. Dem IGE ist kein Unternehmen bekannt, welches einerseits Badeschuhe und Neoprenanzüge, Alpinbindungen, Snowboards, SUPs herstellt und andererseits gleichzeitig diese genannten Dienstleistungen erbringt und beispielsweise als Organisator von Autorennen in Erscheinung tritt und dabei seinerseits etwa der Konkurrenz Werbefläche gegen Bezahlung zur Verfügung stellt. Das Fachwissen eines Sportartikel- und Bekleidungs-Herstellers unterscheidet sich grundlegend von dem eines Eventmanagers (vgl. z.B. Entscheid des IGE im Verfahren Nr. 104595, III. B, Ziff. 9, XXIO [fig.] / XXIOO [fig.], abrufbar in der Prüfungshilfe).
12. Somit ist eine Gleichartigkeit der Waren der Widerspruchsmarke und den angefochtenen Dienstleistungen der Klasse 41 zu verneinen.
13. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Warengleichheit bzw. (starke) -gleichartigkeit teilweise bejaht wird. Weil die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG kumulativ Produktegleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit den als nicht gleichartig beurteilten Waren und Dienstleistungen der Klassen 12, 35 und 41 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. In casu stehen sich die kombinierten Wort-/Bildmarken «F2 ((fig.)) (Widerspruchsmarke) und «F2 ((fig.))» (angefochtene Marke) gegenüber.
3. Die Frage, ob bei aus Wort- und Bildelementen kombinierten Marken der Wort- oder der Bildbestandteil dominierend oder ausschlaggebend ist, muss von Fall zu Fall entschieden werden. Letztlich ausschlaggebend für die Beurteilung ist der Gesamteindruck. Schematische Regeln sind abzulehnen, und weder dem Wort- noch dem Bildelement kommt vermutungsweise ein Vorrang zu. Ausschlaggebend ist vielmehr immer die Kennzeichnungskraft der einzelnen Elemente. Besteht der Bildbestandteil allerdings bloss aus untergeordnetem, figurativem Beiwerk, so kann er vernachlässigt werden (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.3.3).
4. Die Widerspruchsmarke besteht aus einem schwarzen Buchstaben F in Fettschrift, welcher mit einer schwarzen Zahl 2 ebenfalls in Fettschrift verschmolzen ist, welche leicht nach unten versetzt und etwas kleiner ausgestaltet ist als der Buchstabe. Um beide Zeichen herum ist zuerst ein weisser, dann ein schwarzer Rand gezeichnet. Auf der Seite sind die Zeichen abgerundet, an den Ecken jeweils eckig gehalten. Es wird kein Farbanspruch beansprucht.

Die angefochtene Marke besteht ebenfalls aus einem schwarzen Buchstaben F in Fettschrift, welcher links von einer in schwarzer Fettschrift gehaltenen Zahl 2 steht. Dazwischen ist eine kleine Lücke. Die Zeichen sind grau umrandet und ebenfalls teilweise abgerundet, teilweise eckig ausgestaltet. Es wird ebenfalls kein Farbanspruch beansprucht.

5. Diese grafischen Elemente der Vergleichszeichen sind folglich eher minim, doch können sie bei der Beurteilung des Gesamteindrucks nicht einfach ausser Acht gelassen werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich das Publikum im (mündlichen) Geschäftsverkehr vorwiegend an den Wortelelementen orientieren wird.
6. 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.]).
7. Vergleicht man die Zeichen, so kann festgestellt werden, dass beide aus einem Buchstaben «F» sowie aus der Zahl «2» bestehen. Schriftbildlich und phonetisch sind die Vergleichszeichen folglich identisch.
8. 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.).
9. Die verbalen Elemente der Zeichen erschöpfen sich jeweils in «F2». Die viel bekanntere Abkürzung «F1» findet sich in Wörterbüchern, wo sie mit «Formel 1» definiert wird. Der Ausdruck «Formel 1» geht auf die FIA (Fédération Internationale d'Automobile) zurück, welche damit ein spezifisches Rennen bezeichnet. Aufgrund des ausserordentlichen Bekanntheitsgrades dieses Rennen findet sich «F1» auch in Nachschlagewerken (z.B. www.pons.com, besucht am 04.03.2026). Dies trifft auf die Abkürzung «F2» jedoch nicht zu. «F2» bedeutet u.a. «Formel-2», was eine Automobilrennserie für Formel-Rennwagen ist und als unmittelbare Vorstufe zur höchsten Motorsportkategorie Formel 1 gilt. Diese Abkürzung ist viel weniger bekannt als «F1» und findet sich auch kaum in Abkürzungsverzeichnissen (vgl. z.B. www.abkuerzungen.de; www.acronymfinder.com; besucht am 04.03.2026). Daneben steht «F2» zudem für Verschiedenes, so z.B. für ein Fluormolekül, ein Faltboot für zwei Personen, die Funktionstaste 2 auf der Computertastatur, ein Gen, eine Strukturfunktion in der Kern- und Teilchenphysik (vgl. z.B. <https://de.wikipedia.org/wiki/F2>, besucht am 04.03.2026).

10. Insgesamt ist aufgrund der festgestellten Gemeinsamkeiten eine offensichtliche Ähnlichkeit der beiden Marken in Schrift- und Klangbild sowie auf der Ebene des Sinngehaltes gegeben 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. Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen (Richtlinien, Teil 6, Ziffer 6.7).
3. Die Widerspruchsmarke «F2 (fig.)» hat verschiedene Bedeutungen, so zum Beispiel als Abkürzung für ein «Formel 2-Rennen», für ein Fluormolekül, ein Faltboot für zwei Personen, die Funktionstaste 2 auf der Computertastatur, ein Gen, eine Strukturfunktion in der Kern- und Teilchenphysik (vgl. III. D, Ziff. 9). Keine dieser Bedeutungen ist dem Durchschnittsabnehmer ohne Weiteres bekannt. Und selbst wenn einigen Automobilkennern die Abkürzung für das «Formel-2-Rennen» bekannt ist, kann dem Zeichen in Verbindung mit den in casu strittigen Waren kein direkt beschreibender Sinngehalt entnommen werden und es bleibt somit unbestimmt resp. interpretationsbedürftig. Der Widerspruchsmarke kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzzumfang zu.
4. Im Weiteren ist es von Bedeutung, an welche Abnehmer sich die Waren 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).
5. Bei den in casu noch relevanten Waren handelt es sich um solche der Klasse 25. Diese Waren richten sich – neben Händlern für Textilwaren bzw. spezialisierten Detailhändlern mit entsprechenden Branchenkenntnissen – vor allem an Endkonsumenten. Branchenspezifisch spezialisierte Anbieter werden aufgrund der Marktkenntnisse eine höhere Aufmerksamkeit an den Tag legen. Gemäss ständiger Rechtsprechung ist bei Kleidern und Schuhwaren der Klasse 25 von einer leicht erhöhten Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen, weil diese vor dem Kauf meist anprobiert werden (vgl. z.B. BVGer B-2387/2023, E. 4.3, [Raubtierkopf] [fig.] / [Tigerkopf] [fig.]).
6. Die Vergleichszeichen werden für gleiche respektive ausgeprägt gleichartige Waren beansprucht, weshalb bei der Beurteilung der Zeichenverschiedenheit aufgrund des Wechselspiels zwischen Markenähnlichkeit und Warengleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und sich die angefochtene Marke umso stärker vom Widerspruchszeichen abheben muss (vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).
7. Dies ist vorliegend nicht der Fall: Die Zeichenbestandteile «F2» werden telquel übernommen, lediglich deren grafische Ausgestaltung ist minim verschieden (vgl. D, Ziff. 4), wobei beide in Kursivschrift gehalten sind und diesbezüglich ebenfalls eine gewisse bildliche Nähe hervorgerufen resp. verstärkt wird. Diese unterschiedliche grafische Ausgestaltung ist nicht geeignet, den Gesamteindruck des neu geschaffenen Zeichens wesentlich zu beeinflussen, mithin vom übereinstimmenden Zeichenelement «F2» abzulenken. Es ist davon auszugehen, dass sich die angesprochenen Abnehmer zwecks Zuordnung und Erinnerbarkeit am mit der Widerspruchsmarke (phonetisch) identischen Zeichenelement «F2» orientieren werden. Die

Widerspruchsmarke «F2 (fig.)» wird quasi telquel in die angefochtene Marke übernommen und bleibt in dieser als selbständiges Element erkennbar. Die unterschiedliche grafische Ausgestaltung ändert an dieser Beurteilung nichts. Trotz der leicht unterschiedlichen grafischen Ausgestaltung bleibt die Widerspruchsmarke in der angefochtenen Marke klar erkennbar. Indem beide Marken ohne Farbanspruch eingetragen sind, sind sie in allen denkbaren farblichen Ausführungen geschützt, was die Verwechselbarkeit noch zusätzlich verstärkt (Richtlinien, Teil 2, Ziff. 3.2.1).

8. Unter Berücksichtigung des normalen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke, der grossen Zeichenähnlichkeit, der Gleichheit bzw. Gleichartigkeit der Waren ist die Verwechslungsgefahr trotz der teilweise erhöhten Aufmerksamkeit der Abnehmer zu bejahen. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104458 wird daher teilweise gutgeheissen und die angefochtene Schweizer Marke Nr. 823979 «F2 ((fig.))» für die als gleich respektive gleichartig beurteilten Waren (Klasse 25) widerrufen. Weitergehend wird der Widerspruch abgewiesen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Wird der Widerspruch lediglich teilweise gutgeheissen, wird die Widerspruchsgebühr den Parteien in der Regel je zur Hälfte auferlegt und die Parteikosten werden wettgeschlagen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Der Widerspruch wird mehrheitlich, zu drei Vierteln abgewiesen. Die widersprechende Partei ist somit mit ihrem Begehren lediglich teilweise, zu rund einem Viertel durchgedrungen. Es hat ein doppelter Schriftenwechsel stattgefunden. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Ein Obsiegen im Umfang von drei Vierteln rechtfertigt keine vollständige Kostenauflage an die mehrheitlich unterliegende Partei. Die Parteikosten sind in einem solchen Fall wettzuschlagen und die Widerspruchsgebühr den Parteien je hälftig zu auferlegen (vgl. BVGer B-6734/2023, E. 9.3, BURGER KING / Burek BK King (fig.)). Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei somit eine Parteientschädigung von CHF 400.00 (halbe Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.

Dem Antrag der widersprechenden Partei um Aussonderung wird stattgegeben. Die Beilagen Nr. 15, 17, 26-37, 51-64, 66-71 werden im Aktenheft mit entsprechendem Vermerk ausgesondert und im Zusammenhang mit Gesuchen um Akteneinsicht Dritten nicht offenbart.

2.

Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104458 wird teilweise gutgeheissen.

3.

Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 823 979 «F2 ((fig.))» wird für sämtliche Waren der Klasse 25 widerrufen.

4.

Weitergehend wird der Widerspruch abgewiesen.

5.

Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

6.

Die Parteikosten werden wettgeschlagen.

7.

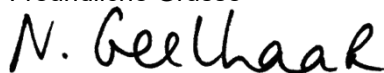
Die widerspruchsgegenerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 400.00 (halbe Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

8.

Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 14. April 2026

Freundliche Grüsse



Nadine Geelhaar

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach seiner Eröffnung beim Bundesverwaltungsgericht, Postfach, 9023 St. Gallen, Beschwerde geführt werden. Die Beschwerdefrist ist eingehalten, wenn die Beschwerde spätestens am letzten Tag der Frist beim Bundesverwaltungsgericht eingereicht oder zu dessen Händen der schweizerischen Post oder einer schweizerischen diplomatischen oder konsularischen Vertretung übergeben wird (Art. 21 Abs. 1 des Verwaltungsverfahrensgesetzes [VwVG]). Die Rechtsschrift ist in einer schweizerischen Amtssprache abzufassen und hat die Begehren, deren Begründung mit Angabe der Beweismittel und die Unterschrift zu enthalten. Der angefochtene Entscheid und die Beweismittel sind, soweit sie die beschwerdeführende Partei in Händen hat, beizulegen (Art. 52 Abs. 1 VwVG).