IGE | IPI

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

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

Verfügung
im Widerspruchsverfahren Nr. 104956
in Sachen

Aerni & Schwarz GmbH
Langstrasse 10
8004 Zürich

Widersprechende Partei

vertreten durch

Bachmann Rechtsanwälte AG
Schulhausstrasse 14
Postfach
8027 Zürich

CH-Marke Nr. 836148 - BABA BAOS

gegen

Raffael Hüppi
Michelstrasse 7
8049 Zürich

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 835088 - Baba Baos

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. 835088 - "Baba Baos" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 19.08.2025 in Swissreg veröffentlicht. Sie ist für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen:

   Klasse 29: Abgepackte Mahlzeiten, hauptsächlich bestehend aus Fleisch, Fisch, Geflügel oder Gemüse; Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; eingelegter Ingwer; gekochtes Gemüse; gegrilltes Gemüse; Fleischersatz auf Gemüsebasis; gefriergetrocknetes Fleisch; gefriergetrocknetes Gemüse; gefrorenes Fleisch; Gemüsesalat; Gemüse-Vorspeisen; geschnittenes Gemüse; Hauptgerichte, hauptsächlich bestehend aus Fleisch, Fisch, Geflügel oder Gemüse; Kimchi; Rindfleisch; Schweinefleisch; verarbeitete Champignons; zubereitete Mahlzeiten, hauptsächlich bestehend aus Fleisch, Fisch, Geflügel oder Gemüse;

   Klasse 30: Abgepackte Mahlzeiten, hauptsächlich aus Teigwaren oder Reis bestehend; Brotteig; Fischteigtaschen; gemahlener Ingwer; Gewürzmischungen; Ingwerpaste (Gewürz); Teig; Teigmischungen; chinesische Dampfknödel;

   Klasse 32: Alkoholfreie Biere; alkoholfreie Cocktails; alkoholfreie Fruchtgetränke; alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke; Gemüsesäfte (Getränke); Mineralwässer (Getränke); Mineralwässer mit Kohlensäure; Sirupe für die Zubereitung von Getränken; Smoothies; Bier;

   Klasse 33: Alkoholische Cocktailmischungen; Cocktails; Rotwein; Weissweine; Aperitifs;

   Klasse 43: Bereitstellung von Speisen und Getränken in Restaurants; Bereitstellung von Speisen und Getränken in Bistros; Betrieb von Restaurants, Bars und Cocktail-Bars; Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Restaurantreservierungen; Servieren von Essen und Getränken in Bistros; Servieren von Speisen und Getränken für Gäste in Restaurants; Servieren von Speisen und Getränken in Gaststätten und Take-Away-Einrichtungen; Take-away-Restaurantdienstleistungen; Zubereitung und Zurverfügungstellen von Speisen und Getränken für den unmittelbaren Verzehr.

2. Am 18.11.2025 erhob die widersprechende Partei gegen die Eintragung dieser Marke Widerspruch und beantragte deren vollständigen Widerruf.

3. Die widersprechende Partei stützt sich auf ihre CH-Marke Nr. 836148 "BABA BAOS" (nachfolgend Widerspruchsmarke), die für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen ist:

   Klasse 16: Papier und Pappe (Karton); Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren und Büroartikel, ausgenommen Möbel; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Zeichenartikel und Künstlerbedarf; Pinsel; Lehr- und Unterrichtsmaterial; Folien und Beutel aus Kunststoff für Einpack- und Verpackungszwecke; Drucklettern, Druckstöcke;

   Klasse 18: Leder und Lederimitationen; Tierhäute und -felle; Reisegepäck und Tragetaschen; Regenschirme und Sonnenschirme; Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; Halsbänder, Leinen und Decken für Tiere;

   Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen;

   Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung, -organisation und -verwaltung; Büroarbeiten;

   Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen.

4. Mit Verfügung vom 15.12.2025 wurde die widerspruchsgegnerische Partei zur Einreichung einer Stellungnahme zum Widerspruch aufgefordert.

5. Innert Frist reichte die widerspruchsgegnerische Partei keine Stellungnahme ein, weshalb das IGE mit Verfügung vom 29.01.2026 die Verfahrensinstruktion abschloss.

6. Auf die einzelnen Ausführungen der widersprechende Partei wird, soweit sie für den Entscheid rechtserheblich erscheinen, in den nachstehenden Erwägungen eingegangen.

II. Sachentscheidvoraussetzungen

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

Die Widerspruchsmarke wurde am 30.06.2025, die angefochtene Marke am 07.08.2025 hinterlegt. Die widersprechende Partei ist daher Inhaberin der älteren Marke und gemäss Art. 31 Abs. 1 MSchG zum Widerspruch legitimiert. Der Widerspruch wurde innert der vorgeschriebenen Frist und unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 20 MSchV) eingereicht. Die Widerspruchsgebühr wurde rechtzeitig bezahlt. Auf den Widerspruch ist folglich einzutreten.

III. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. a MSchG sind vom Markenschutz Zeichen ausgeschlossen, die mit einer älteren Marke identisch und für die gleichen Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind wie diese.

Weiter sind gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. b MSchG vom Markenschutz jene Zeichen ausgeschlossen, die mit einer älteren Marke identisch und für gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt sind, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt.

B. Vergleich der Waren und Dienstleistungen

1. Waren und/oder Dienstleistungen sind dann gleichartig, wenn die in Betracht zu ziehenden Verbraucherkreise und insbesondere die Letztabnehmer auf den Gedanken kommen können, die unter der Verwendung ähnlicher Marken angepriesenen Waren und/oder Dienstleistungen würden angesichts ihrer üblichen Herstellungs- oder Vertriebsstätten aus ein und demselben Unternehmen stammen oder doch wenigstens unter der Kontrolle des gemeinsamen Markeninhabers von verbundenen Unternehmen hergestellt. Eine übereinstimmende Klasseneinteilung der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen nach dem Nizza-Abkommen vermag für sich allein noch keine Gleichartigkeit zu begründen, weil diese Klasseneinteilung eine rein administrative Hilfsfunktion erfüllt. In der Markenpraxis haben sich gewisse Indizien herausgebildet, die erfahrungsgemäss als Argument für oder gegen die Gleichartigkeit gelten können (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 6.1 ff. mit weiteren Hinweisen, unter https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/schuetzen/marken/d/richtlinien_marken/Richtlinien_Marken_D_2026.pdfhttps://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/schuetzen/marken/d/richtlinien_marken/Richtlinien_Marken_D_2%20026.pdf)

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, Ziff. 6.1.3).

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

   Klasse 29: Abgepackte Mahlzeiten, hauptsächlich bestehend aus Fleisch, Fisch, Geflügel oder Gemüse; Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; eingelegter Ingwer; gekochtes Gemüse; gegrilltes Gemüse; Fleischersatz auf Gemüsebasis; gefriergetrocknetes Fleisch; gefriergetrocknetes Gemüse; gefrorenes Fleisch; Gemüsesalat; Gemüse-Vorspeisen; geschnittenes Gemüse; Hauptgerichte, hauptsächlich bestehend aus Fleisch, Fisch, Geflügel oder Gemüse; Kimchi; Rindfleisch; Schweinefleisch; verarbeitete Champignons; zubereitete Mahlzeiten, hauptsächlich bestehend aus Fleisch, Fisch, Geflügel oder Gemüse;

   Klasse 30: Abgepackte Mahlzeiten, hauptsächlich aus Teigwaren oder Reis bestehend; Brotteig; Fischteigtaschen; gemahlener Ingwer; Gewürzmischungen; Ingwerpaste (Gewürz); Teig; Teigmischungen; chinesische Dampfknödel;

   Klasse 32: Alkoholfreie Biere; alkoholfreie Cocktails; alkoholfreie Fruchtgetränke; alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke; Gemüsesäfte (Getränke); Mineralwässer (Getränke); Mineralwässer mit Kohlensäure; Sirupe für die Zubereitung von Getränken; Smoothies; Bier;

   Klasse 33: Alkoholische Cocktailmischungen; Cocktails; Rotwein; Weissweine; Aperitifs;

   Klasse 43: Bereitstellung von Speisen und Getränken in Restaurants; Bereitstellung von Speisen und Getränken in Bistros; Betrieb von Restaurants, Bars und Cocktail-Bars; Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Restaurantreservierungen; Servieren von Essen und Getränken in Bistros; Servieren von Speisen und Getränken für Gäste in Restaurants; Servieren von Speisen und Getränken in Gaststätten und Take-Away-Einrichtungen; Take-away-Restaurantdienstleistungen; Zubereitung und Zurverfügungstellen von Speisen und Getränken für den unmittelbaren Verzehr.

4. Die Widerspruchsmarke ist u.a. für folgende Dienstleistungen eingetragen:

   Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen.

Angefochtene Waren der Klassen 29, 30, 32 und 33

5. Das Bundesverwaltungsgericht vertritt die Auffassung, dass zwischen Verpflegungsdienstleistungen und Lebensmitteln der Klassen 29 bis 31 grundsätzlich keine Gleichartigkeit besteht. Dies deshalb, weil die Hersteller solcher Lebensmittel diese in der Regel nicht als Verpflegungsdienstleistungen anbieten (vgl. Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts [BVGer] B-256/2020, E. 4.4 – pasta ZARA [fig.] / ZARA, einsehbar unter www.bvger.ch). Demgegenüber anerkennt das Bundesverwaltungsgericht eine Gleichartigkeit zwischen Verpflegungsdienstleistungen und Back- sowie Konditoreiwaren (vgl. BVGer B-5276/2022, E. 4.3.1.2 – CAFFETINO / Cafettone).

6. Zutreffend ist, dass Lebensmittel und Getränke hinsichtlich Art, Zweck und Verwendungsweise von Verpflegungsdienstleistungen abweichen. Die blosse Tatsache, dass Lebensmittel in Restaurants oder Bars verzehrt werden können, begründet für sich allein noch keinen relevanten Zusammenhang.

7. Die Rechtsprechung geht jedoch davon aus, dass einander ergänzende Produkte oder Dienstleistungen als gleichartig betrachtet werden können, sofern das Publikum annehmen kann, dass sie ein einheitliches Leistungspaket bilden (vgl. BVGer B-2630/2012, E. 5.1.1 – LA CASA DEL HABANO / CLUB PASSION HABANOS; BVGer B-137/2009, E. 5.2.1 – DIAPASON). Lebensmittel und Getränke sind für die Verpflegung von Gästen notwendig – sogar unerlässlich –, was eine Grundlage dafür bildet, diese als komplementär anzusehen. Auch unter Berücksichtigung der Marktgepflogenheiten können bestimmte Lebensmittel und Getränke in denselben Betrieben angeboten werden, in denen Verpflegungsdienstleistungen erbracht werden – oder umgekehrt. So gibt es beispielsweise Betriebe, die Metzgereien oder Fischgeschäfte mit einem Restaurant kombinieren, oder Läden, die sowohl Verkaufsstellen als auch gastronomische Angebote bereitstellen (vgl. unter anderem: https://luma-delikatessen.ch/fr/restaurants-et-point-de-vente/fr-williams-bt-berne/ [abgerufen am 06.05.2026]; https://bouche-rit.ch/ [abgerufen am 06.05.2026]; https://friskfisk.ch/fisch-restaurant-zuerich-niederdorf/ [abgerufen am 06.05.2026]; https://www.gabbani.com/de/home/?utm_source=chatgpt.com [abgerufen am

06.05.2026]; https://www.luganoregion.com/de/commons/details/GastroSnack-Bernasconi/150366.html [abgerufen am 06.05.2026]; https://www.saporiditalia.ch/de.html [abgerufen am 06.05.2026]; https://drbrauwolf.ch/?utm_source=chatgpt.com#brewery [abgerufen am 06.05.2026]; https://castellodimorcote.ch/de/ sowie https://ristorantelasorgente.ch/ [abgerufen am 06.05.2026]). Darüber hinaus können bestimmte Lebensmittel und Getränke von denselben oder wirtschaftlich verbundenen Unternehmen hergestellt werden, die auch Verpflegungsdienstleistungen anbieten – oder umgekehrt. Folglich werden die massgeblichen Verkehrskreise annehmen, dass dieselben oder wirtschaftlich verbundene Unternehmen hierfür verantwortlich sind, und daraus schliessen, dass diese Waren und Dienstleistungen ein einheitliches Leistungspaket bilden.

8. Die zuvor genannten Argumente sprechen somit für einen gewissen Gleichartigkeitsgrad der Mehrheit der vorliegend gegenübergestellten angefochtenen Waren der Klassen 29, 30, 32 sowie 33 und den «*Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen*» der Klasse 43 des Widerspruchszeichens (vgl. in diesem Sinne auch: Entscheid des Europäischen Gerichtshofs [EuG] T-467/20, E. 127–132 – ZARA / LE DELIZIA ZARA, einsehbar unter https://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=de; EuG T-711/13 und T-716/13, E. 54–75 – HARRY'S BAR / PUB CASINO Harrys RESTAURANG [fig.]). Dies gilt umso mehr, als es sich bei einigen der angefochtenen Lebensmittel sogar um Fertiggerichte handelt. Es ist notorisch bekannt, dass zahlreiche Restaurants heutzutage auch Gerichte zum Mitnehmen (sog. «Take-away») anbieten.

9. Dies trifft jedoch auf die angefochtene Ware «*Brotteig*» der Klasse 30 nicht zu. Es handelt sich hierbei um eine Ware im Lebensmittelbereich, die aufgrund ihrer Beschaffenheit zwingend lediglich als Zutat weiterverarbeitet werden kann. Anders als etwa die ebenfalls angefochtenen «*Gewürzmischungen; Teig; Teigmischungen; gemahlener Ingwer; Ingwerpaste (Gewürz)*», die von Restaurationsbetrieben durchaus auch als eigenständige Produkte angeboten und vertrieben werden (vgl. bzgl. Teig beispielsweise https://www.vito.ch/teig [abgerufen am 06.05.2026]), wird «*Brotteig*» im Restaurationsbereich regelmässig nicht als eigenständiges Produkt zum Verkauf angeboten. Die Gleichartigkeit ist daher insoweit zu verneinen.

Angefochtene Dienstleistungen der Klasse 43

10. In der Klasse 43 beanspruchen die Vergleichszeichen identisch «*Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen*» und insoweit gleiche Dienstleistungen. Die von der angefochtenen Marke beanspruchten «*Bereitstellung von Speisen und Getränken in Restaurants; Bereitstellung von Speisen und Getränken in Bistros; Servieren von Essen und Getränken in Bistros; Servieren von Speisen und Getränken für Gäste in Restaurants*» sind identisch zu den «*Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen*» (Klasse 43) der Widerspruchsmarke. Das angefochtene Zeichen ist weiter für verschiedene Dienstleistungen von Bars, Take-Aways und Bistros, eingetragen. Hierbei handelt es sich um spezifische Formen von Verpflegungsdienstleistungen. Heutzutage ist es üblich, dass Restaurants auch einen Lieferservice und/oder einen Take-away-Service bzw. ein Catering anbieten (vgl. z.B. https://www.gourmetbox.ch/; https://www.sternenmuri.ch/de/restaurant; http://www.thai-shokdee.ch/be/ [abgerufen am 06.05.2026]). Die starke Gleichartigkeit der angefochtenen Dienstleistungen von Bars, Take-Aways und Bistros («*Betrieb von Restaurants, Bars und Cocktail-Bars; Servieren von Speisen und Getränken in Gaststätten und Take-Away-Einrichtungen; Take-away-Restaurantdienstleistungen; Zubereitung und Zurverfügungstellen von Speisen und Getränken für den unmittelbaren Verzehr*») mit der «*Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen*» der Widerspruchsmarke ist offensichtlich, zumal sie dem gleichen Markt angehören und der Verwendungszweck sowie das zu ihrer Erbringung erforderliche Know-how gleich sind, wie auch die Abnehmer. Folglich werden Letztere davon ausgehen, dass diese Dienstleistungen von ein und demselben Unternehmen stammen.

11. Weiter ist das jüngere Zeichen für «*Restaurantreservierungen*» eingetragen. In Bezug auf diese Dienstleistungen ist demgegenüber nicht von Gleichartigkeit auszugehen: Es gibt Reservations-Dienstleister, welche Reservationen in verschiedenen Restaurants gegen Entgelt vornehmen. Dabei handelt es sich aber jeweils um ein von diesen Restaurants unabhängiges Unternehmen, welches diese Dienstleistung für Dritte anbietet (vgl. z.B. www.thefork.com [abgerufen am 06.05.2026). Bei Reservationsdienstleistungen durch das Restaurant selber handelt es sich lediglich um eine Hilfsdienstleistung, um Gästen einen Sitzplatz im eigenen Restaurant und somit auch deren dortige Verpflegung zu sichern. Diese Dienstleistung wird denn in der Regel auch nicht für Dritte, sondern nur für

sich selber erbracht. Das Publikum nimmt folglich nicht an, dass der Erbringer von Verpflegungsdienstleistungen sich auch mit Restaurantreservierungen für Dritte befasst. Die Gleichartigkeit ist deshalb entgegen dem Vorbringen der widersprechenden Partei zu verneinen (vgl. Entscheid des IGE im Widerspruchsverfahren Nr. 102749 BURGER KING/ BUREK BK KING [fig.], III. B. Ziff. 6, abrufbar in der Prüfungshilfe, unter: https://ph.ige.ch/ph/). Auch mit den übrigen Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 18, 25, 35 und 43 der Widerspruchsmarke sind keine markenrechtlich relevanten Berührungspunkte mit diesen angefochtenen Dienstleistungen auszumachen.

12. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Gleichheit resp. Gleichartigkeit der angefochtenen Waren und Dienstleistungen teilweise bejaht wird. Weil die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. b MSchG kumulativ Produkte- bzw. Dienstleistungsgleichartigkeit und Zeichenidentität voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit der als nicht gleichartig beurteilten Ware «*Brotteig*» (Klasse 30) und den Dienstleistungen «*Restaurantreservierungen*» (Klasse 43) bereits wegen fehlender Gleichartigkeit abzuweisen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5). Für die übrigen Vergleichswaren bzw. -dienstleistungen ist hingegen von Gleichartigkeit auszugehen und nachfolgend die Zeichenähnlichkeit zu prüfen.

C. Zeichenidentität

1. Die Zeichen sind identisch: Die Wortmarke «BABA BAOS» (Widerspruchsmarke) stimmt vollständig mit dem jüngeren Zeichen «Baba Baos» (angefochtene Marke) überein. Letzteres weist keine unterschiedlichen oder zusätzlichen Elemente auf. Der Umstand, dass die Widerspruchsmarke ausschliesslich in Grossbuchstaben gehalten ist, die angefochtene Marke hingegen in Gross- und Kleinbuchstaben, fällt kennzeichnungsmässig nicht ins Gewicht, weil die Gross- und Kleinschreibung das Erinnerungsbild des Gesamteindrucks in der Regel nicht zu prägen vermag (vgl. BVGer B-4728/2014, E. 5.3.1 - WINSTON / Wilson, BVGer B-953/2013, E. 2.3 - CIZELLO / SCIELO und zuletzt BVGer B-4246/2022, E. 5.5 – You See Augenlaser [fig.] / EYE SEE YOU AUGENLASER [fig.] mit Hinweisen). Somit ist von einer identischen jüngeren Marke auszugehen.

2. Nachfolgend ist, soweit die streitverfangenen Zeichen lediglich für gleichartige Waren und Dienstleistungen beansprucht werden, gestützt auf Art. 3 Abs. 1 lit. b MSchG die Verwechslungsgefahr zu prüfen.

D. Verwechslungsgefahr

1. Soweit die Vergleichszeichen für gleiche Dienstleistungen bestimmt sind (vgl. III. B. Ziff. 10 hiervor), ist gestützt auf Art. 3 Abs. 1 lit. a MSchG aufgrund des absoluten Schutzes der Widerspruchsmarke bei Doppelidentität im Gegensatz zum Tatbestand von Art. 3 Abs. 1 lit. b keine Verwechslungsgefahr erforderlich, d.h. die jüngere Marke wird insoweit ohne weiteres vom Markenschutz ausgeschlossen respektive der Widerspruch gutgeheissen.

2. Soweit die streitverfangenen Zeichen hingegen lediglich für gleichartige Waren und Dienstleistungen beansprucht werden, ist gestützt auf Art. 3 Abs. 1 lit. b MSchG das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr zu prüfen.

   Ob zwei Marken verwechselbar sind, ist stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).

3. Der Schutzumfang 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, Ziff. 6.7).

4. Auf Türkisch bedeutet «baba» «Vater» (vgl. z.B. Wörterbuch MUNZINGER, abrufbar unter: https://online.munzinger.de/search/Giwx5ySV [Suchabfrage vom 06.05.2026]). Im Englischen bezeichnet «baba» u.a einen «Hefeteiggebäck mit Rum» sowie einen «Vater» bzw. einen «Vater-Boss» (vgl. Wörterbuch OXFORD, abrufbar unter: https://www.unilexids.de/pages/search.aspx [Suchabfrage vom 06.05.2026]). Diese Bedeutungen gehören jedoch nicht zum englischen Grundwortschatz, sodass sie den relevanten schweizerischen Abnehmern nicht geläufig sein dürften. Dem Begriff «baba» kommt in den Prüfungssprachen keine Bedeutung zu. «Baba» stellt jedoch einen in der Schweiz geläufigen Familiennamen dar (vgl. Bundesamt für Statistik, Tabelle: «Nachnamen der ständigen Wohnbevölkerung, Schweiz, Kantone und Sprachgebiete», unter: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/geburten-todesfaelle/namen-schweiz.assetdetail.36062346.html: 82 Treffer; Rang 13537 [Suchabfrage vom 06.05.2026]). Der Terminus «Baos» ist in den Lexika nicht aufgeführt. Einige Abnehmer könnten darin jedoch die Pluralform des Begriffs «bao» erkennen, der ein chinesisches, gedämpftes Teigbrötchen mit einer Füllung aus Fleisch oder Gemüse bezeichnet (vgl. Wörterbuch OXFORD, abrufbar unter: https://www.unilexids.de/pages/search.aspx [Suchabfrage vom 06.05.2026]). Die Widerspruchsmarke "BABA BAOS" wird folglich entweder als Kombination eines Familiennamens mit «Baos» (Teigbrötchen mit einer Füllung aus Fleisch oder Gemüse) oder als Kombination eines Familiennamens mit einem Fantasiezeichen aufgefasst. Der Widerspruchsmarke als Ganzes kann daher in Verbindung mit den strittigen Waren und Dienstleistungen kein direkt beschreibender oder üblicher Sinngehalt entnommen werden. Ihr kommt daher durchschnittliche Kennzeichnungskraft und ein normaler Schutzumfang zu.

5. Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Vergleichswaren und -dienstleistungen richten und mit welcher Aufmerksamkeit sie ausgesucht und erworben werden. So geht die Rechtsprechung davon aus, dass bei «Massenartikeln» des täglichen Bedarfs mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen zu rechnen ist als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6 mit Hinweisen auf die Rechtsprechung). Die hier massgeblichen Lebensmittelwaren der Klassen 29 und 30 richten sich a priori an den Endverbraucher. Als Massenartikel des täglichen Bedarfs ist beim Kauf dieser Waren von einer geringen Aufmerksamkeit des Publikums auszugehen (BGer in sic! 2002, 522, E. 2.3 – Activia / Acteva; BVGer B-5557/2011, E. 7 – [fig.] / [fig.]; BVGer B-5061/2019, E. 3.2 – POPPIT'S / POPCHIPS). Praxisgemäss werden auch Waren der Klasse 32 als Massenartikel des täglichen Bedarfs ebenfalls nur unter Aufwendung einer geringen Aufmerksamkeit erworben (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6; BVGer B-4104/2021, E. 4.1 – CAPRI-SUN / PRISUN). Beim Erwerb von alkoholischen Getränken der Klasse 33 wird ein durchschnittlicher Aufmerksamkeitsgrad angenommen: Obwohl sie von einer kleinen Anzahl Kennern auch mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft werden, ist für diese allgemeinen Waren des täglichen Bedarfs auf breite Verkehrskreise mit normaler Aufmerksamkeit abzustellen (vgl. BVGer B-1105/2021, E. 3.3.2 ff. – Kris [fig.] / KISS; BVGer B-3072/2021, E. 3.2 mit Hinweisen – PRINZ / PRINZENHAUS; vgl. auch Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.6). Bei den Verpflegungsdienstleistungen der Klasse 43 handelt es sich schliesslich gemäss Rechtsprechung um Dienstleistungen, die der Konsument regelmässig in Anspruch nimmt, weshalb ebenfalls von einem eher geringen Aufmerksamkeitsgrad auszugehen ist (vgl. BVGer B-4772/2012, E. 3 - Mc [fig.] / MC2 [fig.], BVGer B-6099/2013, E. 3.2 – CARPE DIEM / carpe noctem).

6. Die Vergleichszeichen sind vorliegend identisch (vgl. III. C. Ziff. 1 und 2 hiervor), weshalb bei der Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsgleichartigkeit aufgrund der Wechselwirkung zwischen Markenähnlichkeit und Gleichartigkeit ein besonders strenger Massstab anzulegen ist und die angefochtenen Waren und Dienstleistungen sich umso stärker von denjenigen des Widerspruchszeichens abheben müssen (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.5).

7. Dies ist vorliegend nicht der Fall: Unter Berücksichtigung, dass vorliegend Zeichenidentität besteht, gilt in Bezug auf die vorliegend noch massgebenden, gleichartigen Waren und Dienstleistungen, dass die Gefahr von Fehlzurechnungen des jüngeren Zeichens mit der identischen und normal kennzeichnungskräftigen Widerspruchsmarke besteht. Die Verwechslungsgefahr ist daher zu bejahen. Dies gilt umso mehr unter der Berücksichtigung, dass die Mehrheit der noch massgebenden Waren und Dienstleistungen der Klassen 29, 30 und 43 in der Regel mit einer reduzierten Aufmerksamkeit nachgefragt bzw. in Anspruch genommen werden.

8. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104956 wird im Lichte vorgenannter Ausführungen teilweise, nämlich im Umfang der festgestellten Gleichheit bzw. Gleichartigkeit der angefochtenen Waren und Dienstleistungen gutgeheissen und die Eintragung der Schweizer Marke Nr. 835088 "Baba Baos" für sämtliche Dienstleistungen der Klasse 43 (mit Ausnahme von «*Restaurantreservierungen*»), für sämtliche Waren der Klasse 30 (mit Ausnahme von «*Brotteig*») (vgl. III. B. Ziff. 12 hiervor) und für sämtliche Waren der Klassen 29, 32 und 33 widerrufen. Weitergehend wird der Widerspruch abgewiesen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Widerspruchsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 31 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).

2. Mit dem Entscheid über den Widerspruch hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 34 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Widerspruchsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Wird der Widerspruch lediglich teilweise gutgeheissen, wird die Widerspruchsgebühr den Parteien in der Regel je zur Hälfte auferlegt und die Parteikosten werden wettgeschlagen. Hat die widerspruchsgegnerische Partei keine Stellungnahme eingereicht und sich auch sonst nicht aktiv am Verfahren beteiligt, wird ihr auch im Falle des Obsiegens keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3). Da das Widerspruchsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxisgemäss eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen. Ist die Partei nicht vertreten oder steht der Vertreter in einem Dienstverhältnis zur Partei, spricht das IGE einen Spesenersatz zu, falls die Spesen den Betrag von CHF 50.00 übersteigen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).

3. Die anwaltlich vertretene widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren grossmehrheitlich, d.h. zu mehr als drei Vierteln der angefochtenen Waren und Dienstleistungen durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten Praxis ersichtlich. Die anwaltlich vertretene widersprechende Partei hat somit praxisgemäss Anspruch auf Zusprechung der üblichen Entschädigung von CHF 1'200.00. Zudem hat die widerspruchsgegnerische Partei der widersprechenden Partei die Widerspruchgebühr von CHF 800.00 zu ersetzen. Die Parteientschädigung wird daher in Anwendung der obgenannten Kriterien auf CHF 2'000.00 (inklusive Widerspruchsgebühr) festgesetzt.

IGE | IPI

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

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

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104956 wird teilweise gutgeheissen.

2.
Die Eintragung der angefochtenen Schweizer Marke Nr. 835088 - "Baba Baos" wird für folgende Waren und Dienstleistungen widerrufen**:**

Klasse 29: *alle beanspruchten Waren;*

Klasse 30: *Abgepackte Mahlzeiten, hauptsächlich aus Teigwaren oder Reis bestehend; Fischteigtaschen; gemahlener Ingwer; Gewürzmischungen; Ingwerpaste (Gewürz); Teig; Teigmischungen; chinesische Dampfknödel;*

Klasse 32: *alle beanspruchten Waren;*

Klasse 33: *alle beanspruchten Waren;*

Klasse 43: *Bereitstellung von Speisen und Getränken in Restaurants; Bereitstellung von Speisen und Getränken in Bistros; Betrieb von Restaurants, Bars und Cocktail-Bars; Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Servieren von Essen und Getränken in Bistros; Servieren von Speisen und Getränken für Gäste in Restaurants; Servieren von Speisen und Getränken in Gaststätten und Take-Away-Einrichtungen; Take-away-Restaurantdienstleistungen; Zubereitung und Zurverfügungstellen von Speisen und Getränken für den unmittelbaren Verzehr.*

3.
Weitergehend wird der Widerspruch abgewiesen.

4.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

5.
Die widerspruchsgegnerische Partei hat der widersprechenden Partei eine Parteientschädigung von CHF 2'000.00 (einschliesslich Ersatz der Widerspruchsgebühr) zu bezahlen.

6.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 13. Mai 2026

Freundliche Grüsse



Mara Stocker-Mosset

IGE | IPI

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

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

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 Handen 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).