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. 104957
in Sachen

Aerni & Schwarz GmbH
Langstrasse 10
8004 Zürich

Widersprechende Partei

vertreten durch

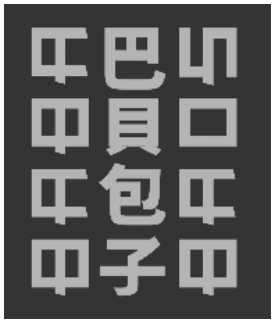
Bachmann Rechtsanwälte AG
Schulhausstrasse 14
Postfach
8027 Zürich

CH-Marke Nr. 836148 - BABA BAOS

gegen

Raffael Hüppi
Michelstrasse 7
8049 Zürich

Widerspruchsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 837698 - ((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. 837698 - "((fig.))" (nachfolgend angefochtene Marke) wurde am 09.10.2025 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 Schweizer 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 16.12.2025 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

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

2. Die Widerspruchsmarke wurde am 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.

3. Die widersprechende Partei bringt in ihrer Widerspruchsschrift u.a. vor, dass sie die von der widerspruchsgegnerischen Partei eingetragene Marke selbst gestaltet habe und diese seit der Eröffnung des Restaurants entsprechend verwende. Sie habe somit auch gestützt auf das Designgesetz (DesG) und subsidiär allenfalls auf das Urheberrechtsgesetz (URG) Anspruch auf das Design.

4. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass das Widerspruchsverfahren ein registerrechtliches Verfahren ist und soll deshalb möglichst einfach, rasch und kostengünstig sein soll. Es handelt sich insoweit um ein summarisches Verfahren, das eher abstrakt schematisch abzulaufen hat und nicht zur Klärung komplizierter Einzelsachverhalte geeignet ist. Gegenstand des Widerspruchsverfahrens ist nach Art. 31 MSchG allein die Prüfung, ob die Voraussetzungen gemäss Art. 3 MSchG vorliegen, um eine Marke vom Markenschutz auszuschliessen. Die Beantwortung dieser Frage kann nur durch einen Vergleich beider Marken in ihrer registrierten Form erfolgen, wobei beweisbedürftige Umstände (z.B. die Bekanntheit der älteren Marke) nur insoweit berücksichtigt werden können, als die für sie wesentlichen Tatsachen institutsnotorisch, unstreitig oder «glaubhaft gemacht» sind. Demgegenüber ist eine Reihe von Fragen, die für die endgültige Berechtigung an einer Marke bedeutsam sein können, im Widerspruchsverfahren nicht zu berücksichtigen. Im Hinblick auf diese Grundsätze ist das Vorbringen der Verfahrensbeteiligten prinzipiell auf die Fragen der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr beschränkt; darüber hinausgehende Argumentationen, z.B. lauterkeits-, firmen-, namens- oder vertragsrechtliche Argumentationen, sind nicht zu berücksichtigen (vgl. Richtlinien in Markensachen [nachfolgend: Richtlinien], Teil 6, Ziff. 1, 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). Somit können die Vorbringen der widersprechenden Partei bezüglich allfälliger urheber- und designrechtlicher Ansprüche vorliegend nicht gehört werden.

III. Materielle Beurteilung

A. Widerspruchsgründe

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

B. Vergleich der Waren und Dienstleistungen

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

2. Gleichartigkeit kann nicht nur innerhalb des Waren- bzw. Dienstleistungsbereichs bestehen, sondern auch im Verhältnis zwischen Waren und Dienstleistungen. Wegen des unterschiedlichen Charakters von Waren und Dienstleistungen ist der Wert der üblichen Abgrenzungskriterien jedoch relativiert. Es gilt also zu prüfen, ob das Publikum annehmen kann, dass der Inhaber der Dienstleistungsmarke sich auch mit der Herstellung oder dem Vertrieb von Waren befasst, bzw. dass der Inhaber eines Warenzeichens auch die zu diesem Warenbereich gehörende Dienstleistung erbringt. Zur Feststellung dieser Verkehrsauffassung kann es sinnvoll sein zu prüfen, ob die Dienstleistung für die Waren von besonderem Nutzen ist, indem sie zu deren Erhaltung oder Veränderung dient, und somit die Konsumenten Ware und Dienstleistung als sinnvolles Leistungspaket wahrnehmen. So können etwa Wartungs- und Reparaturdienstleistungen, welche das Warenangebot ergänzen, mit den Waren gleichartig sein (sog. *"service après vente"*), weil zwischen Waren und Dienstleistungen *aus der Sicht der Konsumenten* gewissermassen eine marktlogische Folge gesehen wird (Richtlinien, Teil 6, 6.1.3).

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

<u>Angefochtene Waren der Klassen 29, 30, 32 und 33</u>

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. c MSchG kumulativ Produkte- bzw. Dienstleistungsgleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch in Zusammenhang mit der als nicht gleichartig beurteilten Ware «*Brotteig*» (Klasse 30) und der Dienstleistung «*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. 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 Wortmarke "BABA BAOS" (Widerspruchsmarke) und die Bildmarke "((fig.))" (angefochtene Marke) gegenüber.

3. 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.]).

4. Die Widerspruchsmarke ist eine reine Wortmarke, die aus den in Grossbuchstaben gehaltenen Wortelementen «BABA» und «BAOS» besteht.

5. Die angefochtene Marke ist ihrerseits eine Bildmarke, die ohne Farbanspruch eingetragen ist. Sie besteht aus einer ornamentalen rechteckigen Bildkomposition in heller Darstellung auf dunklem Hintergrund. Sie setzt sich aus zwölf stark stilisierten grafischen Elementen zusammen, die in einem regelmässigen Raster aus vier horizontalen Reihen und drei vertikalen Spalten angeordnet sind. Die einzelnen grafischen Elemente weisen eine einheitliche geometrische, blockartige Formensprache mit kantigen Konturen sowie gleichmässiger Strichstärke auf und wirken aufgrund ihrer stark abstrahierten und stilisierten Gestaltung wie ideogrammartige Schriftzeichen ostasiatischer Anmutung. Die angefochtene Marke vermittelt im Gesamteindruck eine geschlossene ornamentale und dekorative Wirkung. Die einzelnen grafischen Elemente treten im Gesamteindruck in den Hintergrund und werden von den massgeblichen Abnehmern nicht als ohne Weiteres lesbare Buchstabenfolge wahrgenommen, sondern vielmehr als abstrakte, ornamentale grafische Zeichenkomposition aufgefasst. Es ist daran zu erinnern, dass gemäss Praxis des IGE unübliche Schriften (z.B. chinesisch oder japanisch) als reine Bildzeichen behandelt werden (vgl. Richtlinien, Teil 5, Ziff. 4.5.6.1). Vor diesem Hintergrund ist die angefochtene Marke insgesamt als Bildzeichen zu qualifizieren, dessen Wahrnehmung als Wortzeichen von vornherein ausgeschlossen erscheint. Somit entfällt beim Vergleich mit der Widerspruchsmarke "BABA BAOS", als reiner Wortmarke, zum vornherein eine Ähnlichkeit im Klang und im Schriftbild. Da sich aus der grafischen Darstellung der angefochtenen Marke auch kein Sinn ableiten lässt, mangelt es selbstredend ebenfalls an einer Übereinstimmung im Sinngehalt.

6. Die widersprechende Partei bringt in ihrer Widerspruchsschrift u.a. vor, dass die Marke der widerspruchsgegnerischen Partei von oben nach unten bzw. in horizontaler Anordnung eine Abfolge von Buchstaben, eine Abfolge chinesischer Zeichen sowie erneut eine Abfolge von Buchstaben enthalte und dass sich daraus die Wörter «BABA» und «BAOS», also «BABA BAOS», ergäben, was bereits in der eingetragenen Ausrichtung erkennbar sei und durch eine Drehung der Marke um 90 Grad noch deutlicher werde.

7. Dem Vorbringen der widersprechenden Partei kann nicht gefolgt werden. Die angefochtene Marke wirkt als einheitliches Ganzes, dessen Gesamteindruck klar durch die grafisch-dekorative Gestaltung bestimmt wird. Die darin enthaltenen, einzelnen Elemente sind stark stilisiert, geometrisch und rasterförmig angeordnet, weshalb sie von den massgeblichen Abnehmern nicht als klar lesbare Buchstabenfolge des lateinischen Alphabets wahrgenommen werden, sondern vielmehr den Eindruck ideogrammartiger, ostasiatisch anmutender Schriftzeichen vermitteln. Weiter ist darauf hinzuweisen, dass die angefochtene Marke keine ohne Weiteres erfassbare sprachliche Struktur aufweist. Es fehlen insbesondere klar erkennbare Wortgrenzen sowie eine eindeutige Leserichtung, wie sie bei Wortzeichen üblich ist. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Textelemente im hiesigen Sprachraum regelmässig von links nach rechts und von oben nach unten gelesen werden. Bereits vor diesem Hintergrund erscheint vorliegend die Annahme einer Wahrnehmung der Marke als Wortzeichen als unwahrscheinlich. Zudem käme die von der widersprechenden Partei vorgenommene Lesart als «BABA BAOS» einer im Rahmen des Zeichenvergleichs nicht statthaften mosaikartigen resp. auf einzelne Bestandteile reduzierten Betrachtungsweise gleich (vgl. Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.7). Nach ständiger Praxis ist auf den Gesamteindruck abzustellen, wie er sich dem Publikum ohne besondere Gedankenarbeit präsentiert. Eine nachträgliche Rekonstruktion einzelner möglicher Buchstabenbestandteile genügt hierfür nicht. Wie bereits ausgeführt, verschmelzen die einzelnen grafischen Elementen im Gesamteindruck zu einer geschlossenen, grafischen Einheit und werden nicht als sprachlich erfassbare Wortbestandteile wahrgenommen. Vor diesem Hintergrund besteht kein Anlass zur Annahme, das massgebliche Publikum erkenne ohne Weiteres die Wortfolge «BABA BAOS» oder nehme die Marke in dieser Form wahr.

8. An dieser Beurteilung vermag auch der von der widersprechenden Partei erhobene Einwand nichts zu ändern, wonach das angefochtene Zeichen fälschlicherweise in Swissreg als reine Bildmarke eingetragen

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

worden sei. Es ist an dieser Stelle daran zu erinnern, dass die Erfassung einer Marke im Informatiksystem als Wortmarke, kombinierte Wort-/Bildmarke oder Bildmarke rein technisch-administrativer Natur ist. Sie sagt weder etwas über den Schutzumfang der Marke aus noch über die Art und Weise, wie das Zeichen rechtserhaltend benützt werden muss. Hierfür ist einzig der Registereintrag massgebend (vgl. Richtlinien, Teil 2, Ziff. 3.2.2). In diesem Zusammenhang ist zudem auf den Grundsatz zu verweisen, dass zur Beurteilung der Verwechslungsgefahr lediglich auf den Registereintrag abzustellen ist und nicht auf die Art und Weise der Verwendung der Marken im Verkehr (vgl. hierzu, Richtlinien, Teil 6, Ziff. 6.4.1).

9. Zusammenfassend ist festzustellen, dass zwischen den Vergleichszeichen keinerlei Ähnlichkeit auszumachen ist. Da die Verwechslungsgefahr gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG kumulativ Waren- und Dienstleistungsgleichartigkeit und Zeichenähnlichkeit voraussetzt, ist der vorliegende Widerspruch für die als gleich resp. gleichartig beurteilten Waren und Dienstleistungen (vgl. III. B. Ziff. 5 ff. hiervor) bereits wegen fehlender Zeichenähnlichkeit abzuweisen. In diesem Zusammenhang ist auch daran zu erinnern, dass die bloss entfernte Möglichkeit einer Verwechslung noch keine Verwechslungsgefahr im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. c MSchG zu begründen vermag. Erforderlich ist, dass der durchschnittliche Verbraucher die Marken mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit verwechselt (BGE 119 II 476, E. 2d – Radion / Radomat; BGE 121 III 377, E. 2a BOSS / BOKS).

10. Der Widerspruch im Verfahren Nr. 104957 wird daher 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. 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).

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).

4. Die anwaltlich vertretene widersprechende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen und wird als unterliegende Partei grundsätzlich kostenpflichtig. Vorliegend wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Da die widerspruchsgegnerische Partei jedoch nicht vertreten ist und auch keine Stellungnahme eingereicht hat, hat sie praxisgemäss keinen Anspruch auf eine Parteientschädigung.

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. 104957 wird abgewiesen.

2.
Die Widerspruchsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.

3.
Es werden keine Parteikosten gesprochen.

4.
Dieser Entscheid wird den Parteien schriftlich eröffnet.

Bern, 13. Mai 2026

Freundliche Grüsse



Mara Stocker-Mosset

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).