

BVGer B-2055/2025 vom 16. Januar 2026

Bundesverwaltungsgericht, 2026-01-16, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-2055_2025

FR: TAF B-2055/2025 du 16 janvier 2026

IT: TAF B-2055/2025 del 16 gennaio 2026

Regeste

Widerspruchssachen

Erwägungen

E. 1

Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung von Beschwerden gegen Verfügungen der Vorinstanz in Widerspruchssachen zuständig (Art. 31, 32 und 33 Bst. e VGG). Als Verfügungsadressatin ist die Beschwerdeführerin zur Beschwerdeführung legitimiert und beschwert, soweit sie vor der Vorinstanz in den Widerspruchsverfahren Nr. 104'129 und 104'130 unterlegen ist (Art. 48 Abs. 1 VwVG). Die Beschwerden wurden frist- und formgerecht erhoben (Art. 50 Abs. 1 und Art. 52 Abs. 1 VwVG) und der Kostenvorschuss fristgerecht geleistet (Art. 63 Abs. 4 VwVG). Auf die Beschwerden ist einzutreten.

E. 2.1

Der Inhaber einer älteren Marke kann gegen eine jüngere Markeneintragung Widerspruch erheben (Art. 31 Abs. 1 des Markenschutzgesetzes vom 28. August 1992 [MSchG, SR 232.11]), wenn sie mit seiner Marke identisch und für die gleichen Waren oder Dienstleistungen bestimmt ist wie diese (Art. 3 Abs. 1 Bst. a MSchG), mit seiner Marke identisch und für gleichartige Waren oder Dienstleistungen bestimmt ist, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt (Art. 3 Abs. 1 Bst. b MSchG), oder seiner Marke ähnlich und für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen registriert ist, so dass sich daraus eine Verwechslungsgefahr ergibt (Art. 3 Abs. 1 Bst. c MSchG).

E. 2.2

Eine Verwechslungsgefahr besteht, wenn das jüngere Zeichen die ältere Marke in ihrer Unterscheidungsfunktion beeinträchtigt. Dies ist der Fall, wenn zu befürchten ist, dass die massgebenden Verkehrskreise sich durch die Ähnlichkeiten der Zeichen zu Fehlzurechnungen verleiten lassen und Waren oder Dienstleistungen, die das eine oder das andere Zeichen tragen, dem falschen Markeninhaber zurechnen, oder falls das Publikum die Zeichen zwar auseinanderzuhalten vermag, aufgrund ihrer Ähnlichkeit aber falsche Zusammenhänge vermutet (BGE 128 III 96 E. 2a "Orfina"; 127 III 160 E. 2a "Securitas"; 122 III 382 E. 1 "Kamillosan"; Urteile des BGer 4A_540/2023 vom 26. März 2024 E. 3.1 "Rautenmuster"; 4A_28/2021 vom 18. Mai 2021 E. 6.5 "Tellco"). Ob zwei Marken sich hinreichend deutlich unterscheiden oder im Gegenteil verwechselbar sind, ist nicht aufgrund eines abstrakten Zeichenvergleichs, sondern stets vor dem Hintergrund der gesamten Umstände 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 Zeichen registriert sind (BGE

128 III 96 E. 2a "Orfina"; 122 III 382 E. 1 "Kamillosan"; Urteile des BGer 4A_587/2021 vom 30. August 2022 E. 6.3.1 "Goldhase"; 4A_28/2021 E. 6.5 "Tellco").

E. 2.3

Der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich nach ihrer Kennzeichnungskraft. Für schwache Marken ist der geschützte Ähnlichkeitsbereich kleiner als für starke. Bei schwachen Marken genügen daher schon bescheidenere Abweichungen, um eine hinreichende Unterscheidbarkeit zu schaffen. Als schwach gelten insbesondere Marken, deren wesentliche Bestandteile sich eng an Sachbegriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs anlehnen. Stark sind demgegenüber Marken, die entweder aufgrund ihres fantasiehaften Gehalts auffallen oder aber sich im Verkehr durchgesetzt haben (BGE 122 III 382 E. 2a "Kamillosan"; Urteile des BGer 4A_587/2021 E. 6.3.1 "Goldhase"; 4A_28/2021 E. 6.5 "Tellco").

E. 2.4

Je näher sich die Waren sind, für welche die Marken registriert sind, desto grösser wird das Risiko von Verwechslungen und desto stärker muss sich das jüngere Zeichen vom älteren abheben, um die Verwechslungsgefahr zu bannen. Ein besonders strenger Massstab ist anzulegen, wenn beide Marken für identische Warengattungen bestimmt sind (BGE 126 III 315 E. 6b/bb "Rivella"; 122 III 382 E. 3a "Kamillosan"; Urteile des BGer 4A_587/2021 E. 6.3.2 "Goldhase"; 4C.258/2004 vom 6. Oktober 2004 E. 2.3 "Yello"). Für gleichartige Waren und Dienstleistungen sprechen eine einheitliche Wertschöpfungskette, der gleiche Verwendungszweck, ein ähnliches fabrikationsspezifisches Know-how, die marktübliche Verknüpfung oder enge Zusammengehörigkeit der Produkte mit gleichen Abnehmerkreisen und Vertriebsstätten. Gleichartig bedeutet nicht von ähnlicher innerer Beschaffenheit, sondern von ähnlicher Erwartung im Verkehr, was Angebot und Vertrieb der Waren und Leistungen betrifft (Urteile des BVGer B-2490/2025 vom 9. Juli 2025 E. 3.3 "Visioncoat/Visionpack"; B-6734/2023 vom 3. Juni 2024 E. 2.3 "Burger King/Burek BK King [fig.]").

E. 2.5

Im Weiteren ist von Bedeutung, an welche Abnehmerkreise sich die Waren richten und unter welchen Umständen sie gehandelt zu werden pflegen. Bei Massenartikeln des täglichen Bedarfs, wie beispielsweise Lebensmitteln, ist mit einer geringeren Aufmerksamkeit und einem geringeren Unterscheidungsvermögen der Konsumenten zu rechnen als bei Spezialprodukten, deren Absatzmarkt auf einen mehr oder weniger geschlossenen Kreis von Berufsleuten beschränkt bleibt (BGE 126 III 315 E. 6b/bb "Rivella"; 122 III 382 E. 3a "Kamillosan"; Urteile des BGer 4A_587/2021 E. 6.3.3 "Goldhase"; 4C.258/2004 E. 2.3 "Yello").

E. 2.6

Der Gesamteindruck von Wortmarken wird zunächst durch den Klang und durch das Schriftbild bestimmt. Gegebenenfalls kann jedoch auch ihr Sinngehalt von entscheidender Bedeutung sein. Den Klang prägen insbesondere das Silbenmass, die Aussprachekadenz und die Aufeinanderfolge der Vokale, während das Schriftbild vor allem durch die Wortlänge und durch die Eigenheiten der verwendeten Buchstaben gekennzeichnet wird (BGE 127 III 160 E. 2b/cc "Securitas"; 122 III 382 E. 3a "Kamillosan"; Urteil des BGer 4C.258/2004 E. 2.4 "Yello"). Bei aus Wort- und Bildelementen kombinierten Marken sind die einzelnen Bestandteile nach ihrer Unterscheidungskraft zu gewichten. Entscheidend

sind die prägenden Wort- oder Bildelemente, während unterscheidungsschwache Wort- und Bildelemente den Gesamteindruck weniger beeinflussen. Enthält eine Marke sowohl charakteristische Wort- als auch Bildelemente, können diese den Erinnerungseindruck gleichermaßen prägen (Urteile des BVGer B-4025/2022 vom 22. Februar 2024 E. 3.3 "Vita/vita"; B-7768/2015 vom 4. Dezember 2017 E. 5.6 "Capsa/Cupsy [fig.]").

E. 3

Vorab sind die relevanten Verkehrskreise und deren Aufmerksamkeitsgrad festzustellen. Hierfür ist vom Warenverzeichnis der Widerspruchsmarke auszugehen (Urteile des BVGer B-2068/2021 vom 13. Oktober 2022 E. 3 "Granini/Granislush"; B-7202/2014 vom 1. September 2016 E. 5 "GEO/ Geo influence"). Die von der Widerspruchsmarke beanspruchten Dienstleistungen "Unternehmensberatung und Geschäftsführung" der Klasse 35 sowie die in Klasse 42 beanspruchten Dienstleistungen im Bereich Datenbanken, Datenverarbeitung und Softwareentwicklung decken spezifische Bedürfnisse des wirtschaftlichen Verkehrs ab. Es kann somit angenommen werden, dass sich der vorliegend massgebliche Abnehmerkreis aus einem geschäftlich interessierten Publikum zusammensetzt (Urteile des BVGer B-6761/2017 vom 5. Juni 2019 E. 3.2 "Qnective/Qnnect [fig.>"; B-2710/2012 vom 23. Mai 2013 E. 5.4.2 "Aon/AonHewitt"; B-1009/2010 vom 14. März 2011 E. 3.1 "Credit Suisse/UniCredit Suisse Bank [fig.]"). Die von der Widerspruchsmarke weiter beanspruchten Finanz-, Versicherungs- und Immobiliendienstleistungen (Klasse 36) richten sich sowohl an Fachleute der Finanz- und Versicherungsbranche als auch an das finanzaffine Publikum (Urteile des BVGer B-684/2017 vom 13. März 2018 E. 3.2 "Quantex/Quantum CapitalPartners"; B-8242/2010 vom 22. Mai 2012 E. 3.2 "Lombard Odier & Cie./ Lombard Network [fig.]"). Vorab an Unternehmen, Verbände und Vereine, aber auch an öffentliche Organisationen, Körperschaften oder Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens richten sich schliesslich die vom Widerspruchszeichen in Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen "Vorbereitung, Durchführung und Organisation von Konferenzen" (vgl. Urteil des BGer 4A_492/2007 E. 3.1 "Gipfeltreffen"; Urteil des BVGer B-6173/2018 vom 30. April 2019 E. 4.2 "World Economic Forum [fig.]/Zurich Economic Forum [fig.]"). Die beanspruchten Dienstleistungen sind somit keine des täglichen Gebrauchs und werden mit erhöhter Aufmerksamkeit in Anspruch genommen (Urteile des BVGer B-684/2017 E. 3.2 "Quantex/Quantum CapitalPartners"; B-7698/2008 vom 4. Dezember 2009 E. 5.2 "Etavis/Estavis").

E. 4

Weiter ist zu prüfen, ob die sich gegenüberstehenden Waren gleich oder gleichartig sind.

E. 4.1

Die Vorinstanz verneinte eine Gleichartigkeit zwischen den von der Widerspruchsmarke beanspruchten Dienstleistungen und den von den angefochtenen Marken in Klasse 38 beanspruchten Dienstleistungen "Elektronische Datenübertragung; Bereitstellung des Zugangs zu Blockchain-Netzwerken; Bereitstellung des Zugangs zu Computernetzwerken; Bereitstellung des Zugangs zu elektronischen Websites; Bereitstellung des Zugangs zu Datenbanken; Bereitstellung des Zugangs zu Plattformen und Portalen im Internet" und den "Finanzforschungsdiensten" in Klasse 42. Für die übrigen Vergleichswaren und -dienstleistungen ging sie von Gleichheit respektive Gleichartigkeit aus. Diese Beurteilung erachtet die Beschwerdeführerin in mehrfacher Hinsicht für rechtsfehlerhaft: Die von den

angefochtenen Marken beanspruchten Softwareprodukte (Klasse 9) seien nicht gleichartig zu den von der Widerspruchsmarke in Klasse 42 beanspruchten Softwareentwicklungsdienstleistungen. Weiter sei die Dienstleistung "Geschäftsführung" (Klasse 35) der Widerspruchsmarke nicht gleichartig zu den verschiedenen Datenverarbeitungs-Dienstleistungen (Klasse 35), für welche die angefochtenen Zeichen beansprucht würden. Eine Gleichartigkeit fehle auch zwischen den Dienstleistungen "Vorbereitung, Durchführung und Organisation von Konferenzen" (Klasse 41) der Widerspruchsmarke und den Schulungsdienstleistungen (Klasse 41) der angefochtenen Marken, zwischen den Softwareentwicklungsdienstleistungen (Klasse 42) der Widerspruchsmarke und den Dienstleistungen mit Blockchain-Bezug (Klasse 42) der angefochtenen Marken sowie im Vergleich der Softwareentwicklungsdienstleistungen (Klasse 42) der Widerspruchsmarke mit den Dienstleistungen Web-Design und -Entwicklung (Klasse 42) der angefochtenen Marken (Beschwerde, Rz. 12 ff.).

E. 4.2

Trotz Unterschieden zwischen der Entwicklung von Softwarelösungen und einem gebrauchsfertigen Softwareprodukt (Beschwerde, Rz. 15 ff.) ist festzustellen, dass die Entwicklung und der Verkauf von Computerhardware und Software zwei eng miteinander verbundene Stufen einer Wertschöpfungskette bilden. Es handelt sich um komplexe technische Systeme, die sowohl für den kundenspezifischen Einsatz wie auch für den Massengebrauch vorab bzw. iterativ entwickelt werden müssen und bisweilen umfangreiche Anpassungs- und Parametrisierungsarbeiten mit sich bringen, weshalb hier eine Abgrenzung zwischen der Entwicklung und dem Verkauf der fertigen Produkte schwierig oder sogar ausgeschlossen erscheint, und die Erwartung des Verkehrs, aus welcher betrieblicher Herkunft die eine Dienstleistung und die andere Ware stammt, nicht erheblich differenziert zu werden vermag. Demnach besteht zwischen den Dienstleistungen "Gestaltung, Entwicklung, Wartung und Aktualisierung von Datenverarbeitungssoftware; Entwicklung, Programmierung und Verleih von Datenverarbeitungsprogrammen" (Klasse 42) der Widerspruchsmarke und den Softwareprodukten (Klasse 9) der angefochtenen Marken Gleichartigkeit (Urteile des BVGer B-380/2020 vom 16. Februar 2022 E. 4.3 "somfy [fig.]/Comfy"; B-4612/2019 vom 18. März 2021 E. 4 "HANA/Hanalytics [fig.]; B-259/2012 E. 4.2 "Focus/AbaFocus").

E. 4.3

Zu prüfen ist weiter, ob Gleichartigkeit zwischen der Dienstleistung "Geschäftsführung" (Klasse 35) der Widerspruchsmarke mit den Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Datenerfassung bzw. -verarbeitung sowie dem Datenbank-Management (Klasse 35) der angefochtenen Marken besteht. In Unternehmen fallen beträchtliche Mengen an Daten an (Jürgen Fritz, Datenbasierte Optimierung des Business Management Systems, München 2022, S. 15). Sie dienen unter anderem als Grundlage für strategische Entscheidungen (vgl. Widmer/Specker/Schneuwly, Fundierte Strategie als Notwendigkeit eines nachhaltigen Spitalbusinessplans, in: Expert Focus 5/17 S. 342 f.; <news.it-matchmaker.com/effizientes-lifecycle-management-fuer-unternehmensdaten>). Bevor die Geschäftsleitung eines Unternehmens sie überhaupt zu diesem Zweck nutzen kann, muss sie sie verwalten, verarbeiten und analysieren lassen (vgl. Fritz, a.a.O., S. 16; Artikel vom 19. April 2018 "Big Data geht nicht nur den Chef etwas an", abrufbar auf <nzz.ch>; Artikel vom 25. Oktober 2017 "Die Big-Data-Welle überrollt alle Sektoren", abrufbar auf <handelszeitung.ch>) und wenn nötig entsprechende Dienstleistungen

einkaufen. Selbst wenn die Daten auf einer unteren Unternehmensstufe verarbeitet werden, ist die Geschäftsleitung letztlich Nutzniesserin der verarbeiteten und analysierten Daten. Insofern sind diesbezügliche Dienstleistungen eine Ergänzung respektive Grundlage für eine erfolgreiche Geschäftsführung. Damit ist im vorliegenden Fall mit der Vorinstanz davon auszugehen, dass "Geschäftsführung" (Klasse 35) einerseits und die verschiedenen von den angefochtenen Marken beanspruchten Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Datenerfassung bzw. -verarbeitung sowie dem Datenbank-Management (Klasse 35) andererseits zumindest entfernt gleichartig sind (vgl. Urteil des BVGer B-6173/2018 vom 30. April 2019 E. 4.1 "World Economic Forum/Zurich Economic Forum").

E. 4.4

Die Dienstleistungen "Vorbereitung, Durchführung und Organisation von Konferenzen" (Klasse 41) der Widerspruchsmarke hat die Vorinstanz weiter zu Recht als gleichartig zu den Schulungsdienstleistungen (Klasse 41) der angefochtenen Marken qualifiziert (vgl. Urteil des BVGer B-6173/2018 vom 30. April 2019 E. 4.1 "World Economic Forum/Zurich Economic Forum"): Auch wenn es sich bei Schulungen und Konferenzen um unterschiedliche Formate handelt (Beschwerde, Rz. 26), gibt es zahlreiche Überschneidungen. So bieten etwa Fachverbände nebst Schulungen auch Konferenzen an; diese können die gleichen oder ähnliche Themenbereiche betreffen und ein ähnliches Publikum ansprechen (vgl. z.B. die Kurse und Tagungen des Fachverbands für Wasser, Gas und Wärme www.svgw.ch/kurse-tagungen/ oder des Schweizer Berufsverbands der Pflegefachfrauen und Pflegefachmänner sbk-asi.ch/de/sbk/fachverbaende).

E. 4.5

Was die von der Beschwerdeführerin gerügte Gleichartigkeit zwischen den Softwareentwicklungsdienstleistungen (Klasse 42) der Widerspruchsmarke und den Dienstleistungen mit Blockchain-Bezug (Klasse 42) der angefochtenen Marken betrifft, ist Folgendes festzustellen: Softwareentwicklung ist ein strukturierter Prozess, der das Erstellen, Entwerfen und Warten von Computerprogrammen umfasst, die auf spezifische Bedürfnisse zugeschnitten sind

(datascien-test.com/de/softwareentwicklung-was-ist-das). Aufgrund ihrer Fähigkeit, Sicherheit, Transparenz und Effizienz zu erhöhen, kommt in der modernen Softwareentwicklung auch die Blockchain-Technologie zur Anwendung, z.B. bei Smart Contracts, bei Dezentralisierten Finanzsystemen und im Supply Chain Management (www.cancode.de/blog-article/die-zukunft-der-blockchain-technologie-in-der-softwareentwicklung-ein-umfassender-leitfaden); scand.de/branchen/blockchain/), aber etwa auch zur transparenten Darstellung von Lieferketten in der Land- und Ernährungswirtschaft (Jan Henrik Ferdinand/Yves Reckleben, Blockchain in der Verfahrensdokumentation von landwirtschaftlichen Betrieben, in: Digitalisierung für Mensch, Umwelt und Tier, Lecture Notes in Informatics, Gesellschaft für Informatik, Bonn 2020, S. 73 ff.). Selbst wenn Anbieter auf dem Markt sind, welche sich auf die Softwareentwicklung unter der Zuhilfenahme der Blockchain-Technologie spezialisiert haben, gibt es auch grosse Softwareentwickler und -anbieter wie SAP und IBM, welche blockchainbasierte Dienstleistungen anbieten (vgl.

www.sap.com/germany/products/technology-platform/what-is-blockchain.html); www.ibm.com/de-de/think/topics/blockchain-ai). Insofern ist auf eine Gleichartigkeit zwischen den Softwareentwicklungsdienstleistungen und den Dienstleistungen mit Blockchain-Bezug zu schliessen.

E. 4.6

Soweit schliesslich die Gleichartigkeit zwischen den Softwareentwicklungsdienstleistungen (Klasse 42) der Widerspruchsmarke mit den Dienstleistungen Webdesign und Webentwicklung (Klasse 42) der angefochtenen Marken zu beurteilen ist, ist zu differenzieren: Webentwicklung ist ein Teilgebiet der Softwareentwicklung, das sich mit der Entwicklung von Webanwendungen, Webservices oder anderer komplexer Websites beschäftigt (de.wikipedia.org/wiki/Webentwicklung). Von der Webentwicklung zu unterscheiden ist das Webdesign. Webdesign bezieht sich auf die visuelle, kreative Gestaltung der Website, während sich Webentwicklung auf die technische Erstellung und Pflege der Website bezieht. Damit spielen sie unterschiedliche Rollen in der Erstellung neuer Websites (www.iqual.ch/de/ratgeber/was-ist-webdesign); blog.hubspot.de/website/webentwicklung). Dennoch können die Dienstleistungen Webentwicklung und Webdesign auch bei ein- und demselben Unternehmen eingekauft werden. Dies ergibt denn auch Sinn, erspart doch bei der Erarbeitung oder Weiterentwicklung einer Website die Webentwicklung und das Webdesign aus einer Hand das Suchen nach einem zusätzlichen Anbieter (webdesign-oesch.ch); www.aloco.ch/webdesign; <https://novu.ch>; www.webkinder.ch). Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin ist somit von einer Gleichartigkeit zwischen den von der Widerspruchsmarke beanspruchten Softwareentwicklungsdienstleistungen und den Dienstleistungen "Web-Design" und "Web-Entwicklung" der angefochtenen Marken auszugehen.

E. 4.7

Damit ist die vorinstanzliche Beurteilung zur Gleichartigkeit der Waren und Dienstleistungen zu bestätigen.

E. 5.1

Einerseits stehen sich die beiden identischen Wortmarken REDSTONE gegenüber. Die Vorinstanz attestierte der Widerspruchsmarke einen normalen Schutzzumfang und bejahte unter Berücksichtigung der Zeichenidentität und der teils starken Waren- und Dienstleistungsgleichartigkeit eine Verwechslungsgefahr (Widerspruchsverfahren Nr. 104'130). Andererseits beurteilte die Vorinstanz die Verwechslungsgefahr zwischen der Wortmarke REDSTONE (Widerspruchsmarke) und der jüngeren Wort-/Bildmarke "RedStone (fig.)". Die Vorinstanz ging von einer klaren Ähnlichkeit der Vergleichszeichen aus. Das sechseckige grafische Element der angefochtenen Marke sei wie das Worтеlement "Red" in rot gehalten und vermöge dieser durchaus ein eigenes Gepräge zu verleihen. Indessen stimmten die Konfliktzeichen in den Worтеlementen überein. Die Gross- und Kleinschreibung des Worтеlements "RedStone" bleibe nicht im Erinnerungsbild haften. Eine Verwechslungsgefahr sei ohne weiteres zu bejahen: Die angefochtene Marke erschöpfe sich in der Übernahme des einzigen kennzeichnungskräftigen Worтеlements REDSTONE der Widerspruchsmarke. Soweit das Publikum aufgrund des sechseckigen Bildelements der angefochtenen Marke Unterschiede zwischen den Vergleichszeichen erkenne, bestehe dennoch die Gefahr, dass es angesichts der Gleichheit bzw. starken Gleichartigkeit der Vergleichswaren und -dienstleistungen falsche Zusammenhänge vermute (Widerspruchsverfahren Nr. 104'129).

E. 5.2

Die Beschwerdeführerin hält dagegen, die Vorinstanz habe den Schutzzumfang der Widerspruchsmarke falsch bestimmt: Bei "Redstone" handle es sich um eine gemeinfreie geografische Bezeichnung. "Red-stone" sei zudem insofern kennzeichnungsschwach, als dieser Begriff in der Raumfahrt oder der Gamingwelt, zur Bezeichnung roter Backsteine sowie als Marke oder Firma breit verwendet werde. Das Bildelement der Wort-/Bildmarke "RedStone" steche nicht nur wegen seiner pinken Farbe hervor, sondern auch wegen seines mehrdeutigen Sinngehalts. Es erinnere einerseits an einen sechseckig geschliffenen Edelstein, andererseits an eine Bienenwabe. Damit schaffe diese Marke einen hinreichenden Abstand zur Widerspruchsmarke.

E. 5.3

Dagegen spricht sich die Beschwerdegegnerin für die durchschnittliche Kennzeichnungskraft ihrer Widerspruchsmarke aus: "Redstone" sei keine Herkunftsangabe, sondern eine Fantasiebezeichnung. Denn die von der Beschwerdeführerin genannten Ortschaften seien den Schweizer Verkehrskreisen nicht bekannt. Zudem behaupte die Beschwerdeführerin lediglich, dass "Redstone" in der Gamingwelt gängig sei, beweise dies aber nicht. Weiter sei keine Verbindung zwischen dem Computerspiel "Mine-craft" und den computerbasierten Finanzdienstleistungen, für welche die Widerspruchsmarke beansprucht werde, erkennbar. Hinsichtlich beider angefochtenen Marken sei auf eine Verwechslungsgefahr zu schliessen.

E. 6.1

Die Zeichenidentität zwischen REDSTONE und REDSTONE (Widerspruchsverfahren Nr. 104'130) ist nicht bestritten.

E. 6.2

Strittig ist dagegen die Zeichenähnlichkeit zwischen der Widerspruchsmarke REDSTONE und der jüngeren Wort-/Bildmarke "RedStone (fig.)" (Widerspruchsverfahren Nr. 104'129). Die Vergleichsmarken stimmen im Wortelement "Redstone" überein. Zwar wird die angefochtene Marke mit Gross- und Kleinbuchstaben geschrieben, die Widerspruchsmarke in Grossbuchstaben. Dieser Umstand bleibt indessen nicht nachhaltig im Gedächtnis haften und vermag deshalb den Gesamteindruck aus der Sicht der Verkehrskreise nicht zu prägen (Urteil des BVGer B-2996/2011 vom 30. Januar 2012 E. 5.1 "Skincode/ Swisscode"). Ebenso wenig prägend ist die pink-rosa Färbung des ersten Wortbestandteils "Red". Denn pink-rosa ist ein Teil der Farbfamilie "rot" (vgl. blog.enigma-media.at/articles/farbenlehre.html), weshalb die Abnehmerinnen und Abnehmer in der Färbung nur in farblicher Hinsicht sehen, was sie im Wortelement der Marke erkennen. Das dem Wortelement vorangestellte grafische Element besteht aus einem Sechseck mit gleichmässig langen Schenkeln. Im Innern des Sechsecks ist ein weiteres, kleineres Sechseck platziert, wobei die Schenkel jeweils parallel zu den Schenkeln des grösseren Sechsecks verlaufen. Weiter sind die sechs Ecken je durch eine kurze Linie miteinander verbunden. Dadurch wird eine dreidimensionale Wirkung erzielt. Diese Wirkung wird durch einen länglichen Fleck verstärkt, der auf eine glänzende Beschaffenheit des dreidimensionalen Elements hinweist. Insgesamt stellt das grafische Element daher einen Pyramidenstumpf mit sechseckiger Grundfläche und kleinerer sechseckiger Deckfläche dar (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Pyramidenstumpf>). Bei einem entsprechenden Schnitt ("Hexagon Cut") können (Schmuck-)Steine auch die Form eines Pyramidenstumpfes haben ([https://de.wikipedia.org/wiki/Schliff_\[Schmuckstein\]](https://de.wikipedia.org/wiki/Schliff_[Schmuckstein])),

mit Verweis auf "Illustration der zurzeit gängigsten Schmucksteinschliffe"). Der Pyramidenstumpf sticht zwar durch seine pink-rosa Farbe ins Auge, ist aber letztlich eine banale grafische Darstellung des Wortelements "Redstone", weshalb der Fokus von der Grafik zurück auf das Wort gelenkt wird (vgl. Urteile des BVGer B-6579/2023 vom 29. Juli 2024 E. 3.5 "Tasty Aloe Vera [fig.]"; B-103/2020 vom 10. Mai 2021 E. 5.4 "Ecoshell [fig.]"; B-970/2019 vom 11. Februar 2020 E. 6.4.1 "clever fit [fig.] / cleverfit [fig.]"). Insofern kann aufgrund des gemeinsamen Wortelements "Redstone" trotz des zusätzlichen grafischen Elements der angefochtenen Marke auf das Vorliegen einer Zeichenähnlichkeit geschlossen werden.

E. 7

Abschliessend ist in einer Gesamtbetrachtung, unter Berücksichtigung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und des Aufmerksamkeitsgrades, den die massgeblichen Verkehrskreise bei der Nachfrage der beanspruchten Waren walten lassen, das Bestehen einer Verwechslungsgefahr zu prüfen.

E. 7.1

Das Wortelement "Redstone" ist zusammengesetzt aus den englischsprachigen Begriffen "red" (auf Deutsch: "rot", vgl. PONS, Basiswörterbuch Schule ENGLISCH, 1. Aufl. 2006, S. 312) und "stone" (auf Deutsch: "Stein", vgl. PONS, a.a.O., S. 378), und bedeutet wörtlich "roter Stein".

E. 7.1.1

Die Beschwerdeführerin macht geltend, bei "Redstone" handle es sich um eine gemeinfreie geografische Bezeichnung. Verschiedene, teils grössere Ortschaften in den USA (in New Hampshire, Kalifornien, Utah, Iowa, Pennsylvania und Vermont) sowie in Kanada (in British Columbia und Alberta) würden den Namen "Redstone" tragen. Aufgrund der notorischen US-Affinität der Finanz- und Techbranche sei ohne Weiteres von der Bekanntheit dieser Ortschaften bei den relevanten Verkehrskreisen auszugehen (Beschwerde, Rz. 43). Es trifft zwar zu, dass es sich bei den genannten Ortschaften um geografische Angaben handelt (vgl. <de.wikipedia.org/wiki/Redstone>). Indessen verringert dieser Umstand die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nur dann, wenn sie geografische Herkunftsangaben (Art. 47 Abs. 1 MSchG) darstellen, das heisst bei den massgeblichen Verkehrskreisen eine Herkunftserwartung hervorrufen. Solche sind nämlich aufgrund ihres beschreibenden Charakters und des Freihaltebedürfnisses, vorbehältlich Verkehrsdurchsetzung, als Gemeingut vom Markenschutz ausgeschlossen (BGE 117 II 321 E. 3a "Valser"; Matthias Städeli/Simone Brauchbar Birkhäuser, BSK-MSchG, 3. Aufl. 2017, Art. 2, Rz. 135). Vorliegend bezweifelt die Beschwerdegegnerin zu Recht, dass "Redstone" eine Herkunftsangabe darstellt. Vielmehr handelt es sich um eine Fantasiebezeichnung ohne Herkunftserwartung (Art. 47 Abs. 2 MSchG). Denn die von der Beschwerdeführerin genannten Ortschaften verfügen weder über eine namhafte Einwohnerschaft noch über nennenswerte Industrie oder touristische Attraktionen (vgl. Beschwerdeantwort, S. 6 f.; Beschwerdeantwortbeilagen 1-5). Damit kann ausgeschlossen werden, dass sie bei den Schweizer Verkehrskreisen als Hinweis auf eine bestimmte Herkunft von Waren oder Dienstleistungen bekannt sind (BGE 147 III 326 E. 2.2 "Swiss Re"; 135 III 416 E. 2.6.1 "Calvi"; Urteil des BGer 4A_6/2013 vom 16. April 2013 E. 3.3.3 ff. "Wilson").

E. 7.1.2

Weiter trägt die Beschwerdeführerin vor, "Redstone" sei im Computerspiel "Minecraft" eine besonders mächtige und vielseitig einsetzbare Schlüssel-Ressource (Beschwerde, Rz. 46). In der Tat wird "Redstone" als eine der wichtigsten Ressourcen in "Minecraft" beschrieben. "Minecraft" ist mit mehr als 300 Millionen verkauften Exemplaren das bisher meistverkaufte Computerspiel. Mit über 140 Millionen monatlich aktiven Nutzern ist es zudem das Computerspiel mit den meisten aktiven Spielern, das nicht auf dem Free-to-play-Geschäftsmodell basiert (de.wikipedia.org/wiki/Minecraft). "Redstone" fungiert als Energiequelle und ermöglicht, mechanisierte Systeme zu erschaffen (vgl. etwa zap-hosting.com/de/blog/2025/03/redstone-fuer-anfaenger-ein-einfacher-leitfaden-fuer-den-einstieg; www.4netplayers.com/de/blog/minecraft/minecraft-redstone-101). Trotz der Beliebtheit von "Minecraft" ist nicht ersichtlich, weshalb "Redstone" für die von der Widerspruchsmarke beanspruchten Dienstleistungen in den Klassen 35, 36, 41 und 42 beschreibend sein sollte, auch wenn mit der Schlüssel-Ressource Redstone elektrische Schaltkreise angelegt und letztlich sogar virtuelle Computer erschaffen werden können, die einen entfernten semantischen Bezug zu Datenbanken aufweisen (vgl. Jacob Birken, *Minecraft*, in: Daniel Martin Feige / Rudolf Thomas Inderst, *Computerspiele - 50 zentrale Titel*, 2025, S. 193; Mark Cheverton, *Das letzte Gefecht an der Meeresküste*, 2018, Kapitel "Was ist Minecraft?"). Da diesen ein Bezug zur Gamingwelt fehlt, müssten die angesprochenen Verkehrskreise in einem ersten Schritt um "Redstone" als Energiequelle in einem Computerspiel wissen und in einem zweiten Schritt deren energiefördernden, kraftvollen Eigenschaften mit den damit gekennzeichneten Dienstleistungen in Verbindung bringen. Da es dazu mehr als eines Gedankenschrittes bedarf, ist ein beschreibender Charakter von "Redstone" zu verneinen. Noch weniger dürften die Abnehmerkreise eine direkte Verbindung zwischen der ersten US-amerikanischen ballistischen Rakete namens "Red-stone", die in den 1950er Jahren entwickelt wurde ([de.wikipedia.org/wiki/Redstone_\[Rakete\]>](https://de.wikipedia.org/wiki/Redstone_[Rakete]>)), und den beanspruchten Dienstleistungen herstellen. Weiter substantiiert die Beschwerdeführerin nicht, weshalb "Redstone" im Sinne eines roten (Back-)Steines ausserhalb der Baubranche einen beschreibenden Charakter aufweisen sollte. Soweit die Beschwerdeführerin geltend macht, "Redstone" und damit konzeptionell vergleichbare Zeichen würden von vielen Marktteilnehmern als Marke oder Firma verwendet (Beschwerde, Rz. 51 f.), macht sie implizit geltend, "Redstone" sei aufgrund häufigen Gebrauchs verwässert. Indessen darf nur aufgrund der Registerlage nicht auf eine Verwässerung der Marke geschlossen werden, da erfahrungsgemäss nicht alle eingetragenen Marken tatsächlich im Gebrauch sind (Urteile des BVGer B-6734/2023 E. 7.3.1 "Burger King/Burek BK King; B-444/2022 vom 11. Januar 2023 E. 7.3 "Red Bull/Red Dragon"). Da die Beschwerdeführerin unter Verletzung ihrer Mitwirkungspflicht (Art. 13 VwVG) keine Belege einreichte, die auf einen tatsächlich intensiven Gebrauch von "Redstone" schliessen lassen, ist auf ihr Argument der Kennzeichnungsschwäche aufgrund von Verwässerung nicht weiter einzugehen. Abgesehen davon weist die Beschwerdegegnerin zu Recht darauf hin, dass nur zwei der zitierten Marken den Begriff "Redstone" verwenden. Schliesslich ist bei der Beurteilung einer möglichen Verwässerung aufgrund des Gegenstands des Widerspruchsverfahrens ausschliesslich auf den Gebrauch von ähnlichen Marken abzustellen; andere Kennzeichen wie Firmen müssen unberücksichtigt bleiben (Urteile des BVGer B-8006/2010 vom 12. März 2012 E. 7 "viva! [fig.]/viva figurstudios für frauen [fig.>"; B-1077/2008 vom 3. März 2009 E. 6.2.4 "Sky/Sky SIM"; Städeli/Brauchbar Birkhäuser, BSK-MSchG, a.a.O., Art. 3 Rz. 53).

E. 7.1.3

Weitere Gründe, die für eine reduzierte oder erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sprechen, sind nicht ersichtlich. Damit ist von einem normalen Schutzzumfang auszugehen.

E. 7.2

Die einerseits zu vergleichenden Wortmarken REDSTONE der Beschwerdeführerin und REDSTONE der Beschwerdegegnerin sind identisch (Widerspruchsverfahren Nr. 104'130). Daher haben sich die mit diesen Kennzeichen versehenen Waren respektive Dienstleistungen besonders deutlich voneinander zu unterscheiden (BGE 128 III 96 E. 2c "Orfina"; Urteile des BVGer B-6600/2007 vom 23. Januar 2009 E. 3 "Cerezyme/Cerezyme"; B-7437/2006 vom 5. Oktober 2007 E. 3 "Old Navy/Old Navy"). Vorliegend wurde auf Gleichartigkeit der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen geschlossen. Die angesprochenen Verkehrskreise werden auch mit erhöhter Aufmerksamkeit angesichts der identischen Zeichen und des normalen Schutzzumfangs der Widerspruchsmarke Gefahr laufen, die streitgegenständlichen Marken miteinander zu verwechseln.

E. 7.3

Die andererseits (Widerspruchsverfahren Nr. 104'129) angefochtene Marke "RedStone (fig.)" stimmt im kennzeichnungskräftigen Wortbestandteil "Redstone" mit der Widerspruchsmarke überein. Da das zusätzliche zweidimensionale Element letztlich eine banale grafische Darstellung des Wortelements "Redstone" ist und die pink-rosa Färbung des Steins sowie des ersten Wortbestandteils "Red" lediglich die für diese Elemente gewählte Farbfamilie wiedergibt, bleiben diese Eigenschaften der angefochtenen Marke nicht im Erinnerungsbild der Abnehmerschaft haften. Angesichts der Gleichartigkeit der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen besteht damit trotz der erhöhten Aufmerksamkeit die Gefahr von Fehlzurechnungen.

E. 8

Damit erweisen sich die Beschwerden als unbegründet und sind abzuweisen.

E. 9

Bei diesem Ausgang des Verfahrens hat die Beschwerdeführerin die Verfahrenskosten zu tragen (Art. 63 Abs. 1 VwVG).

E. 9.1

Die Gerichtsgebühr ist nach Umfang und Schwierigkeit der Streitsache, Art der Prozessführung und der finanziellen Lage der Parteien festzulegen (Art. 63 Abs. 4bis VwVG; Art. 2 Abs. 1 des Reglements vom 21. Februar 2008 über die Kosten und Entschädigungen vor dem Bundesverwaltungsgericht [VGKE, SR 173.320.2]). Im Beschwerdeverfahren vor dem Bundesverwaltungsgericht ist dafür ein Streitwert zu veranschlagen (Art. 4 VGKE), wobei im Widerspruchsbeschwerdeverfahren das Interesse der Widersprechenden an der Löschung beziehungsweise jenes der Widerspruchsgegnerin am Bestand der angefochtenen Marke zu veranschlagen ist. Bei eher unbedeutenden Zeichen wird praxisgemäss ein Streitwert zwischen Fr. 50'000.- und Fr. 100'000.- angenommen (BGE 133 III 492 E. 3.3 "Turbinenfuss"). Von diesem Erfahrungswert ist auch im vorliegenden Verfahren auszugehen, da keine konkreten Anhaltspunkte für einen höheren oder niedrigeren Wert der strittigen Marke sprechen. Im Ergebnis rechtfertigt es

sich, die Kosten des Beschwerdeverfahrens auf Fr. 4'500.- festzulegen und dem von der Beschwerdeführerin in gleicher Höhe geleisteten Kostenvorschuss zu entnehmen.

E. 9.2

Der ganz oder teilweise obsiegenden Partei kann von Amtes wegen oder auf Antrag eine Entschädigung für die ihr erwachsenen notwendigen Kosten zugesprochen werden (Art. 64 Abs. 1 VwVG). Die Parteientschädigung umfasst die Kosten der Vertretung sowie allfällige weitere notwendige Auslagen der Partei und ist anhand der eingereichten Kostennote oder falls keine solche eingereicht wurde, aufgrund der Akten festzulegen (Art. 8 VGKE). Die Beschwerdegegnerin fordert eine Parteientschädigung von Fr. 2'000.-, ohne diese Forderung mit einer Kostennote detailliert zu belegen (Beschwerdeantwort, S. 2). Anhand des aktenkundigen Aufwands bei einfachem Schriftenwechsel erscheint eine solche Entschädigung zu Gunsten der obsiegenden Beschwerdegegnerin angemessen.

E. 9.3

In den vorinstanzlichen Verfahren ist die Beschwerdeführerin grösstenteils unterlegen, wobei die Vorinstanz ihr die Verfahrenskosten vollumfänglich auferlegte. Diese Kostenauflegung wird von der Beschwerdeführerin als rechtswidrig kritisiert. Nach den Richtlinien der Vorinstanz werden im Falle der teilweisen Gutheissung des Widerspruchs in der Regel die Widerspruchsgebühr den Parteien hälftig auferlegt und die Parteikosten wettgeschlagen (Richtlinien des IGE in Markensachen vom 1. Januar 2024, S. 50). Um von diesem Regelfall der hälftigen Auferlegung der Widerspruchsgebühr bzw. des Wettgeschlagens der Parteikosten abzuweichen, bedarf es eines sachlichen Grundes, den die Vorinstanz im Entscheid darzulegen hat (Urteile des BVGer B-1219/2025 vom 2. Juni 2025 E. 7.3 "Pretzel Pete/Pretzelized; B-6734/2023 E. 9.2 "Burger King/Burek BK King [fig.]"; B-148/2020 vom 10. Dezember 2020 E. 6.2 "dm/dm [fig.]"). Ein Obsiegen im Umfang von drei Vierteln rechtfertigt keine vollständige Kostenaufgabe an die mehrheitlich unterliegende Partei (Urteil des BVGer B-6734/2023 E. 9.3 "Burger King/Burek BK King [fig.]"). Vorliegend erläuterte die Vorinstanz, die widersprechende Partei sei mit ihrem Begehren für den überaus grössten Teil der angefochtenen Waren und Dienstleistungen durchgedrungen. Einzig betreffend die angefochtenen Dienstleistungen in Klasse 38 sowie "Finanzforschungsdienste" (Klasse 42) sei der Widerspruch abgewiesen worden. Da das Dienstleistungsverzeichnis der angefochtenen Marken in Klasse 38 sechs Dienstleistungen zum Inhalt hat, ist die Beschwerdegegnerin mit ihrem Widerspruch hinsichtlich sieben Dienstleistungen unterlegen. Damit obsiegte die Beschwerdegegnerin, vor allem angesichts der umfangreichen Dienstleistungsverzeichnisse in den Klassen 9, 35 und 42, in der Tat zum grössten Teil, weshalb die vorinstanzliche Kostenverlegung nicht zu beanstanden ist. An den vorinstanzlich verfügbaren Kostenbeteiligungen und Entschädigungen ist damit festzuhalten.

E. 10

Gegen dieses Urteil steht keine Beschwerde an das Bundesgericht offen (Art. 73 des Bundesgerichtsgesetzes vom 17. Juni 2005, BGG, 173.110). Es wird daher mit seiner Eröffnung rechtskräftig.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.