Bundesverwaltungsgericht
Tribunal administratif fédéral
Tribunale amministrativo federale
Tribunal administrativ federal



Abteilung II
B-7952/2025

Urteil vom 26. Oktober 2026

Besetzung

Richter David Aschmann (Vorsitz),
Richterin Chiara Piras, Richter Daniel Willisegger,
Gerichtsschreiber Gabriel Schaub.

Parteien

Transgourmet Holding AG,
Thiersteinerallee 12, 4053 Basel,
vertreten durch die Rechtsanwälte
Dr. iur. Michael Ritscher und Linda Cetkovic,
MLL Legal AG,
Schiffbaustrasse 2, Postfach, 8031 Zürich,
Beschwerdeführerin,

gegen

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum IGE,
Stauffacherstrasse 65/59g, 3003 Bern,
Vorinstanz.

Gegenstand

Markeneintragungsgesuch Nr. 01909/2025 "NEO (fig.)".

Sachverhalt:

A.

A.a Am 11. Februar 2025 ersuchte die Transgourmet Holding AG (nachfolgend: Beschwerdeführerin) das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (nachfolgend: Vorinstanz) um Eintragung der Wort-Bildmarke "NEO ENERGY DRINK (fig.)". Mit Schreiben vom 10. April 2025 änderte die Beschwerdeführerin das Zeichen auf "NEO (fig.)":



Sie beantragt die Eintragung für folgende Waren und Dienstleistungen:

Klasse 32:

Alkoholfreie Getränke; Energiegetränke

A.b Mit Verfügung vom 16. September 2025 wies die Vorinstanz das Eintragungsgesuch zurück, da das Zeichen für die beantragten Waren beschreibend sei, weshalb ihm jede Unterscheidungskraft fehle.

B.
Gegen diese Verfügung erhob die Beschwerdeführerin mit Eingabe vom 16. Oktober 2025 Beschwerde ans Bundesverwaltungsgericht und beantragt unter Kosten- und Entschädigungsfolge, die angefochtene Verfügung sei aufzuheben und die Vorinstanz anzuweisen, das Markeneintragungsgesuch vollumfänglich gutzuheissen. In prozessualer Hinsicht wurde die Durchführung einer Verhandlung beantragt.

C.
Mit Vernehmlassung vom 14. Januar 2026 reichte die Vorinstanz die Vorakten ein und beantragt die Abweisung der Beschwerde unter Kostenfolge zulasten der Beschwerdeführerin.

D.
Am 29. Juni 2026 fand die öffentliche Verhandlung statt, an der beide Parteien an ihren Anträgen festhalten.

E.
Auf weitere Vorbringen der Parteien und die eingereichten Akten wird, soweit erforderlich, im Rahmen der folgenden Erwägungen eingegangen.

Das Bundesverwaltungsgericht zieht in Erwägung:

1.
Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung von Beschwerden gegen Eintragungsverfügungen der Vorinstanz in Markensachen zuständig (Art. 31, 32 und 33 Bst. e des Bundesgesetzes vom 17. Juni 2005 über das Bundesverwaltungsgericht [VGG; SR 173.32]). Als Markenanmelderin und Adressatin der angefochtenen Verfügung ist die Beschwerdeführerin durch diese beschwert und hat ein schutzwürdiges Interesse an ihrer Aufhebung oder Änderung, womit sie zur Beschwerdeführung legitimiert ist (Art. 48 Abs. 1 des Bundesgesetzes vom 20. Dezember 1968 über das Verwaltungsverfahren [VwVG; SR 172.021]). Eingabefrist und -form sind gewahrt (Art. 50 Abs. 1 und 52 Abs. 1 VwVG) und der Kostenvorschuss wurde fristgerecht bezahlt (Art. 63 Abs. 4 VwVG). Auf die Beschwerde ist somit einzutreten.

2.

2.1 Die Vorinstanz begründet ihren Entscheid mit der lexikalischen Bedeutung von "neo" als "neu", "erneuern" oder auch "jung". Es sei als Lehnwort Bestandteil sämtlicher Landessprachen und komme als Präfix regelmässig vor, werde aber als abgeschlossene Sinneinheit verstanden. Die Abnehmerkreise der Waren seien Schweizer Durchschnittskonsumentinnen und -konsumenten sowie Fachkreise im Bereich der Gastronomie, Einkaufsverantwortliche in Lebensmittelläden oder Zwischenhändler. Sie würden das Zeichen im Sinne von "neu" als Qualitätsangabe oder reklamehafte Anpreisung für die strittigen Waren sehen (neuartige Getränke bzw. Energiegetränke). An diesem Gemeingutcharakter ändere auch nichts, dass "Neo" als Präfix vorliegend in Alleinstellung verwendet werde. Die grafische Ausgestaltung des Zeichens erschöpfe sich in einer Standard-Computerschrift mit pinselstrichartigen Gestaltungselementen und genüge nicht, um den Gesamteindruck wesentlich zu beeinflussen. Es fehle der Gestaltung an Originalität. Das Zeichen sei nicht unterscheidungskräftig und es liege kein Grenzfall vor, weshalb das Zeichen nicht einzutragen sei.

2.2 Demgegenüber bringt die Beschwerdeführerin vor, "neo" werde nicht als "neu" verstanden, da es diese Bedeutung lediglich im Altgriechischen und Lateinischen habe. Zudem sei es ein Präfix, das nie in Alleinstellung vorkomme, sondern immer im Zusammenhang mit einem Fachwort oder der eingetragenen Ware. Wortkombinationen mit "neo" seien zudem nicht unmittelbar verständlich. Ein durchschnittlicher Schweizer Abnehmer kenne nur einen Bruchteil der Einträge im Duden, die mit "Neo-" begännen, und schlage unbekannte Begriffe nicht nach, weshalb "neo" nicht zum Grundwortschatz gehöre. "Neo" sei deshalb für die betroffenen Waren nicht direkt beschreibend oder anpreisend. Neuartig sei auch keine erwünschte Eigenschaft eines Energiedrinks. Es liege somit zumindest eine minimale Unterscheidungskraft vor. Das Zeichen nutze keine gewöhnliche Schriftart, sondern sei künstlerisch gestaltet und damit zumindest schwach unterscheidungskräftig. Da "neo" für Energiedrinks nicht unmittelbar beschreibend bzw. anpreisend und die Darstellung nicht üblich sei, sei die Unterscheidungskraft gegeben und das Zeichen einzutragen. Zumindest liege ein Grenzfall vor, der einzutragen sei.

2.3

2.3.1 Zeichen, die Gemeingut sind, sind vom Markenschutz ausgeschlossen, sofern sie sich nicht im Verkehr als Marke für bestimmte Waren oder Dienstleistungen durchgesetzt haben (Art. 2 Bst. a des Bundesgesetzes vom 28. August 1992 über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben [MSchG; SR 232.11]). Als Gemeingut gelten Zeichen, die entweder für den Wirtschaftsverkehr freizuhalten sind oder welchen die für die Individualisierung der Waren oder Dienstleistungen des Markeninhabers erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (BGE 143 III 127 E. 3.3.2 "Rote Schuhsohle"; 139 III 176 E. 2 "You").

2.3.2 Die Unterscheidungskraft fehlt Sachbezeichnungen sowie Zeichen, die beschreibend sind. Beschreibende Zeichen sind Angaben, die sich in einem direkten Bezug zum gekennzeichneten Gegenstand erschöpfen, also von den massgeblichen Verkehrskreisen unmittelbar und ausschliesslich als Aussage über bestimmte Eigenschaften der zu kennzeichnenden Waren oder Dienstleistungen verstanden werden. Hierunter fallen namentlich Wörter, die geeignet sind, im Verkehr als Hinweis auf Art, Zusammensetzung, Qualität, Quantität, Bestimmung, Verwendungszweck, Wert, Wirkungsweise, Inhalt, Form, Verpackung oder Ausstattung der beanspruchten Ware oder Dienstleistung aufgefasst zu werden (BGE 148 III 257 E. 6.2.2 "Puma World Cup Qatar 2022 et al./Qatar 2022 [fig.] et al."; 145 III

178 E. 2.3.1 "Apple"; Urteil des BVGer B-5637/2023 vom 2. April 2024 E. 3.2 "Oxycare"). Der Umstand, dass die Marke Gedankenassoziationen weckt oder Anspielungen enthält, die nur entfernt auf die Waren oder Dienstleistungen hindeuten, macht ein Zeichen noch nicht zum Gemeingut. Der gedankliche Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen muss vielmehr derart sein, dass der beschreibende Charakter der Marke für einen erheblichen Teil der schweizerischen Markenadressaten ohne besondere Denkarbeit oder besonderen Aufwand an Fantasie zu erkennen ist (BGE 148 III 257 E. 6.2.2 "Puma World Cup Qatar 2022 et al./Qatar 2022 [fig.] et al."; 145 III 178 E. 2.3.1 "Apple"; Urteil des BVGer B-5637/2023 vom 2. April 2024 E. 3.2 "Oxycare"). Zum Gemeingut zählen ferner Zeichen, die sich in allgemeinen Qualitätshinweisen oder reklamehaften Anpreisungen erschöpfen (BGE 129 III 225 E. 5.2 "Masterpiece"; 128 III 447 E. 1.6 "Premiere"; Urteil des BGer 4A_178/2023 vom 8. August 2023 E. 3.2 "Truedepth"; BVGE 2013/41 E. 3.1 "Die Post"; Urteile des BVGer B-4003/2024 vom 4. März 2025 E. 2.8 "Vero"; B-1014/2024 vom 8. August 2024 E. 2.2 "Max"; B-2773/2023 vom 16. Oktober 2023 E. 2.2 "StyleLine").

2.3.3 Für die Unterscheidungskraft ist vom (1) *begrifflichen* Sinngehalt jedes Bestandteiles auszugehen, um zu ermitteln, inwieweit er den massgeblichen Verkehrskreisen unabhängig von den eingetragenen Waren und Dienstleistungen geläufig ist. Anschliessend ist der (2) *kontextuelle* Sinngehalt aufgrund des Wissens, Verstehens und Erwartens der Verkehrskreise im eingetragenen Verwendungszusammenhang nach dem Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der Marke festzustellen (Urteile des BVGer B-1023/2025 vom 13. Oktober 2025 E. 2.3.5 "NOVOTECH"; B-5637/2023 vom 2. April 2024 E. 3.2 "Oxycare"; B-2773/2023 vom 16. Oktober 2023 E. 2.2 "StyleLine"). Die Markenprüfung erfolgt in Bezug auf alle vier Landessprachen. Dabei kommt jeder Sprache der gleiche Stellenwert zu. Ist die Marke aus Sicht der massgeblichen Verkehrskreise auch nur nach einer Landessprache schutzunfähig, so ist die Eintragung zu verweigern (BGE 148 III 257 E. 6.2.2 "Puma World Cup Qatar 2022 et al./Qatar 2022 [fig.] et al."; 145 III 178 E. 2.3.1 "Apple"; 131 III 495 E. 5 "Felsenkeller").

2.3.4 Ob ein Zeichen als Marke in Frage kommt, beurteilt sich nach dem Gesamteindruck, den es bei den massgebenden Adressaten in der Erinnerung hinterlässt (BGE 148 III 257 E. 6.2.2 "Puma World Cup Qatar 2022 et al./Qatar 2022 [fig.] et al."; 145 III 178 E. 2.3.1 "Apple"). Es genügt daher, wenn der Marke als Ganzes (in Kombination aller Einzelelemente) Unterscheidungskraft zukommt bzw. sie im Verkehr nicht freihaltebedürftig ist

(BGE 143 III 127 E. 3.3.2 "Rote Schuhsohle"; Urteil des BGer 4A_483/2019 vom 6. Januar 2020 E. 3.1.2 "Pelzfigur"). Einem dem Gemeingut zuzurechnenden Zeichen kann durch seine besondere grafische Ausgestaltung Kennzeichnungskraft verliehen werden. Diese darf sich allerdings nicht im Naheliegenden erschöpfen, sondern muss durch originelle Elemente den Gesamteindruck in dem Sinn wesentlich beeinflussen, dass er in der Gesamtwahrnehmung klar von der schutzunfähigen Grundaussage abweicht (Urteil des BVGer B-102/2025 vom 16. Februar 2025 E. 2.5.3 "[grünes Blättermotiv] [fig.]"). Entscheidend ist, ob der Gesamteindruck der Marke durch den gemeinfreien Bestandteil geprägt wird, d.h. ob jener in diesem Sinn der wesentliche Bestandteil der Marke ist, der in der Erinnerung der Adressaten haften bleibt, oder ob im Gegenteil unterscheidungskräftige Elemente den Gesamteindruck prägen (Urteile des BGer 4A_528/2013 vom 21. März 2014 E. 5.1 "ePostSelect [fig.]" nicht publ. in: BGE 140 III 109; 4A_648/2010 vom 28. Februar 2011 E. 3.5 "PROLED [fig.]").

2.3.5 Je beschreibender die Wortelemente sind, desto höhere Anforderungen werden dabei an die Unterscheidungskraft der Bildelemente gestellt (Urteil des BGer 4A_330/2009 vom 3. September 2009 E. 2.3.6 "MAGNUM [fig.]"; Urteile des BVGer B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.8 "inTime AGILE LOGISTICS [fig.]"; B-103/2020 vom 10. Mai 2021 E. 5.1 "ECOSHELL [fig.]"). Übliche Schriftarten und Handschriften, eine unterschiedliche grafische Ausgestaltung einzelner Buchstaben oder eine unterschiedliche Grösse von Wortelementen begründen jedoch keine Unterscheidungskraft (Urteile des BVGer B-7875/2024 vom 11. November 2025 E. 5.9 "Skinmed [fig.]" nicht publ. in: BVGE 2025 IV/9; B-1768/2024 vom 19. Juni 2025 E. 4.3.1 "WOW [fig.]"; B-1864/2024 vom 11. Juli 2025 E. 2.5 "ev [fig.]"; B-1190/2013 vom 3. Dezember 2013 E. 3.6 "ERGO [fig.]"). Verleiht weder die Form des Schriftzuges noch der Farbanspruch dem zum Gemeingut gehörenden Wortzeichen Unterscheidungskraft, sondern prägt stattdessen das gemeinfreie Wortelement den Gesamteindruck des Zeichens, ist der Markenschutz mangels Unterscheidungskraft zu verweigern (Urteil des BGer 4A_330/2009 vom 3. September 2009 E. 2.3.6 "MAGNUM [fig.]"; Urteile des BVGer B-1136/2023 vom 12. Juni 2024 E. 2.8 "inTime AGILE LOGISTICS [fig.]"; B-1294/2017 vom 21. August 2018 E. 7.4 "ONE&ONLY [fig.]"). Eine banale grafische Darstellung lenkt den Fokus der Wahrnehmung wieder auf den beschreibenden Sinngehalt des Wortzeichens (Urteile des BVGer B-6579/2023vom 29. Juli 2024 E. 3.5 "Tasty Aloe Vera [fig.]"; B-103/2020 vom 10. Mai 2021 E. 5.4 "ECOSHELL [fig.]").

2.3.6 Grenzfälle zum Gemeingut, soweit sie an sich schutzfähig sind, sind einzutragen und die endgültige Entscheidung dem Zivilgericht zu überlassen, (Urteil des BGer 4A_178/2023 vom 8. August 2023 E. 7 "Truedepth"; BGE 130 III 328 E. 3.2 "Swatch Uhrband", 129 III 225 E. 5.3 "Masterpiece").

2.4 Vorab sind die massgeblichen Verkehrskreise der betroffenen Waren zu bestimmen. Die Parteien sind sich einig, dass diese aus Schweizer Durchschnittskonsumentinnen und -konsumenten sowie aus Fachkreisen aus dem Bereich Gastronomie, Einkaufsverantwortlichen in Lebensmittelläden oder Zwischenhändlern bestehen. Dies ist vorliegend nicht zu beanstanden.

2.5

2.5.1 "Neo" hat im Duden als Präfix einen eigenen Eintrag und stammt vom griechischen Wort "néos". In Verbindung mit Adjektiven oder Substantiven bedeutet es "neu", "erneuert" oder "jung", wie in den Wörtern neolithisch oder Neologismus, oder drückt aus, dass etwas eine Wiederbelebung erfährt, wie in Neobarock, neokonservativ oder neostalinistisch (DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 10. Aufl. 2023, S. 1283). Auch im französischen Wörterbuch findet sich das Präfix "Neo" mit einem eigenen Eintrag und wird als Übersetzung des griechischen Wortes "néos" mit der Bedeutung "neu" aufgeführt (Le petit Robert de la langue française, 2016, S. 1682). In der Folge sind diverse Einträge mit dem Präfix "Neo" in der Bedeutung "neu" aufgelistet (beispielsweise néocapitalisme, néoceltique, néoclassique, néoformation, néoliberal und néologie). Gleiches findet sich auch im Italienischen, wo "neo" als Präfix mit der Bedeutung "neu" einen eigenen Eintrag hat und anschliessend mehrere zusammengesetzte Wörter mit "neo" als Präfix in der Bedeutung von "neu" eingetragen sind (neocapitalismo, neogotico, neoeletto und neogrammàtico; LO ZINGARELLI, Vocabolario della lingua italiana, 2004, S. 1167 ff.; vgl. zum Ganzen auch Urteil des BVGer B-1892/2020 vom 22. September 2020 E. 5.2 "NeoGear").

2.5.2 Der Beschwerdeführerin ist zwar darin zuzustimmen, dass "neo" nur als Präfix verwendet wird und im Alltag nicht in Alleinstellung vorkommt. Entscheidend ist jedoch, ob die massgeblichen Verkehrskreise "neo" als abgeschlossene Sinneinheit betrachten und verstehen. Als Präfix ist "neo" im deutschen, französischen und italienischen Wörterbuch neben den zusammengesetzten Wörtern mit einem eigenen Eintrag verzeichnet. Auch wenn die zusammengesetzten Wörter von den massgeblichen Verkehrs-

kreisen nicht zwingend verstanden werden, erkennen diese doch das Präfix und verstehen darunter "neu". Die Bedeutung von "neo" als "neu" in der Alltagssprache zeigt sich im Übrigen auch an den von der Vorinstanz vorgebrachten Beispielen aus der Presse (Neo-Landesrat, Neo-Coach im Fussball, Neo-Vater, Neo-Millionär oder Neonazi), wo "Neo" schriftbildlich durch einen Bindestrich abgetrennt wird und von den massgeblichen Verkehrskreisen als "neu" verstanden wird. Dies insbesondere im Deutschen, wo "neo" und "neu" sowohl vom Schrift- als auch vom Klangbild her ähnlich sind. Die deutschsprechenden Durchschnittskonsumenten werden "neo" auch in Alleinstellung als "neu" verstehen (vgl. zum Ganzen auch: Urteil des BVGer B-6740/2008 vom 11. November 2009 E. 4.3 "SINO", wobei davon auszugehen ist, dass für den Durchschnittskonsument "neo" als "neu" bekannter ist als "SINO" als Hinweis auf China).

2.6 Im Zusammenhang mit den beantragten Waren (alkoholfreie Getränke und Energiegetränke) werden die relevanten Verkehrskreise aufgrund von "neo" davon ausgehen, dass es sich um neuartige Getränke handelt. Das Wort "neu" wird, unabhängig von den konkreten Waren oder Dienstleistungen, als Qualitätshinweis mit anpreisendem Charakter wahrgenommen (BGE 56 II 222 E. 2 "Novaseta"; Urteile des BVGer B-1023/2025 vom 13. Oktober 2025 E. 2.6 "NOVOTECH"; B-2628/2022 vom 13. September 2023 E. 5.4 "NOVAFOIL" bestätigt in Urteil des BGer 4A_514/2023 vom 3. Januar 2024 E. 2.4; B-3555/2019 vom 24. Oktober 2019 E. 5.2 "NOVAPRIME"). Es liegt keine minimale Unterscheidungskraft vor, weshalb auf die diesbezüglichen Ausführungen der Beschwerdeführerin nicht weiter einzugehen ist.

2.7 Gestalterisch beschränkt sich das Zeichen "NEO (fig.)" auf die drei Grossbuchstaben. Die gewöhnlichen Fettbuchstaben wirken nur stellenweise, nämlich im rechten Balken des N, im Mittelstrich des E und in der oberen rechten Ecke des O, wie mit einem Pinsel gemalt, was eine etwas brüchige und ausgefranste Textur zeigt, die Form und Lesbarkeit der Buchstaben aber nicht verändert, auch ein Druckfehler sein könnte und das Zeichen darum in der Erinnerung, im Zusammenhang mit Energiegetränken, nicht unterscheidungskräftig kennzeichnet. Sonst verfügt das streitgegenständliche Zeichen über kein grafisches Element, das den Gesamteindruck prägen könnte. Entsprechend steht das zum Gemeingut zählende Wortelement im Vordergrund und bleibt allein in der Erinnerung haften. Die grafische Gestaltung vermag die Kennzeichnungskraft nicht zu begründen.

2.8 Die Vorinstanz hat damit korrekt festgestellt, dass das Zeichen "NEO (fig.)" in Bezug auf die Waren der Klasse 32 (alkoholfreie Getränke; Energiedrinks) dem Gemeingut zuzuordnen ist und kein Grenzfall vorliegt.

3.

3.1 Die Beschwerdeführerin macht zudem eine Eintragung aufgrund des Gleichbehandlungsgrundsatzes geltend. In der jüngeren Zeit habe die Vorinstanz zahlreiche Marken mit dem Bestandteil "Neo" in vergleichbaren Konstellationen eingetragen oder verlängert, die beschreibende Wortzusätze oder grafische Gestaltungen aufweisen, die sich von der vorliegend zu beurteilenden nicht nachvollziehbar unterscheiden würden:

Marke	**Nummer**	**Klasse(n)**	**Eintragung**
Neo (fig.)	CH 767'834	35, 36 und 41	2021
neo (fig.)	CH 740'181	5, 42 und 44	2019
Neo (fig.)	IR 1'459'768	9, 10, 16, 19, 35, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 44 und 45	2018
NEO STICKS RICH TOBACCO	IR 1'441'935	34	2018
NEO CREAMY TOBACCO	IR 1'441'682	34	2018
NEO STICKS BRIGHT TOBACCO	IR 1'439'254	34	2018
neo communication ag (fig.)	CH 646'367	41	2013
neo (fig.)	IR 995'014	7, 9, 11 und 42	2008

3.2 Demgegenüber bringt die Vorinstanz vor, die Wortmarken "NEO STICKS RICH TOBACCO", "NEO CREAMY TOBACCO" und "NEO STICKS BRIGHT TABACCO" seien mit dem gegenständlichen Zeichen nicht vergleichbar, da neben "Neo" und dem beschreibenden Element "Tobacco" noch weitere Begriffselemente im Zeichen enthalten seien. Die übrigen Zeichen seien aufgrund ihrer grafischen Ausgestaltung nicht mit dem vorliegenden Zeichen vergleichbar, bzw. soweit ihre Eintragung mehr als acht Jahre zurückliege, nicht mehr zu berücksichtigen.

3.3 Das Gleichbehandlungsgebot fliesst aus Art. 8 Abs. 1 der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999 (BV; SR 101) und besagt, dass juristische Sachverhalte nach Massgabe ihrer Gleichheit gleich zu behandeln sind. Keine Behörde darf ohne sachlichen

Grund zwei rechtlich gleiche Sachverhalte unterschiedlich beurteilen. Nicht erforderlich ist, dass die Sachverhalte in all ihren tatsächlichen Elementen identisch sind; es genügt, dass relevante Tatsachen im Hinblick auf die anzuwendenden Normen gleich sind (BGE 112 Ia 193 E. 2b; Urteile des BVGer B-1014/2024 vom 8. August 2024 E. 5.1 "Max"; B-1774/2023 vom 14. Mai 2023 E. 6.2.1 "VARIOBEND"). Der Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht wird nur ausnahmsweise anerkannt, wenn eine ständige gesetzwidrige Praxis einer rechtsanwendenden Behörde vorliegt und die Behörde zu erkennen gibt, dass sie auch in Zukunft nicht von dieser Praxis abzuweichen gedenke (BGE 139 II 49 E. 7.1; 136 I 65 E. 5.6; Urteil des BGer 4A_607/2023 vom 26. April 2024 E. 3.2 "World Economic Forum"; Urteil des BVGer B-447/2025 vom 4. Dezember 2025 E. 6.2 "S [Pos]").

Im Markenrecht wird das Gleichbehandlungsgebot äusserst zurückhaltend angewendet, da die Eintragungspraxis naturgemäss kasuistisch ist (Urteile des BVGer B-1023/2025 vom 13. Oktober 2025 E. 4.3 "NOVOTECH"; B-4112/2020 vom 27. Oktober 2021 E. 8 "Hospital Halbprivat"). So müssen die Marken hinsichtlich Zeichenbildung und eingetragener Waren und Dienstleistungen vergleichbar bzw. gleichartig sein, wobei bereits geringfügige Unterschiede ins Gewicht fallen können (Urteil des BGer 4A_261/2010 vom 5. Oktober 2010 E. 5.1 "V [fig.]"; BVGE 2016/21 E. 6.2 "Goldbären" m.w.H.; Urteil des BVGer B-3251/2024 vom 19. Juni 2025 E. 7.2.1 "Speedmax"). Was das Alter der herangezogenen Voreintragungen anbelangt, sollte deren Zulassung zum Markenschutz in der Schweiz in der Regel nicht länger als acht Jahre zurückliegen, damit diese noch als relevant angesehen werden können (BVGE 2016/21 E. 6.6 "Goldbären"; Urteile des BVGer B-4751/2023 vom 24. Januar 2025 E. 10.2 "Appenzeller" nicht publ. in: BVGE 2025 IV/8; B-6577/2023 vom 29. Juli 2024 E. 8.2 "Aloe Farmers"). Schliesslich besteht insbesondere dann kein Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht, wenn nur vereinzelt vom Gesetz abgewichen wurde. Frühere – allenfalls fehlerhafte – Entscheide sollen nicht als Richtschnur für alle Zeiten Geltung haben müssen (BGE 139 II 49 E. 7.1; BVGE 2016/21 E. 6.2 "Goldbären").

3.4 Nachdem feststeht, dass die Vorinstanz das Zeichen "NEO (fig.)" bundesrechtskonform dem Gemeingut zugeordnet hat, kann mit der Rüge, das Gleichbehandlungsgebot (Art. 8 Abs. 1 BV) sei verletzt worden, nur noch die Gleichbehandlung im Unrecht verlangt werden.

3.4.1 Die Marken "neo communication ag (fig.)" (CH 646'367) und "neo (fig.)" (IR 995'014) wurden vor mehr als acht Jahren eingetragen, weshalb sie keine aktuelle Praxis der Vorinstanz nachweisen können.

3.4.2 Die Wortmarken "NEO STICKS RICH TOBACCO" (IR 1'441'935), "NEO CREAMY TOBACCO" (IR 1'441'682) und "NEO STICKS BRIGHT TOBACCO" (IR 1'439'254) enthalten neben "NEO" und dem beschreibenden Bestandteil "TOBACCO" jeweils weitere Wortelemente als Markenbestandteile und sind deshalb mit der vorliegend strittigen Marke "NEO (fig.)", welche lediglich aus dem Wortelement "Neo" besteht, nicht vergleichbar.

3.4.3 Die drei Wort-/Bildmarken "Neo (fig.)" (CH 767'834), "neo (fig.)" (CH 740'181) und "Neo (fig.)" (IR 1'459'768) unterscheiden sich in ihrer auffälligen grafischen Gestaltung, die trotz des beschreibenden Sinngehalts zur Unterscheidungskraft führt, vom vorliegend strittigen Zeichen. Auch die Marke "Neo (fig.)" (CH 767'834) ist durch ein auffälliges geometrisches Symbol gekennzeichnet. Die Marken "neo (fig.)" (CH 740'181) und "Neo (fig.)" (IR 1'459'768) sind durch einen ungewöhnlichen und originellen Schriftzug geprägt, der die grafische Gestaltung gegenüber der angefochtenen Marke in den Vordergrund rückt, was bei der Marke "Neo (fig.)" (IR 1'459'768) durch die Farbwahl und den Verlauf verstärkt wird. Bei den Marken "neo (fig.)" (CH 740'181) und "Neo (fig.)" (IR 1'459'768) ist der Wortbestandteil teilweise nicht auf den ersten Blick erkennbar.

Die von der Beschwerdeführerin genannten Marken sind somit nicht mit der vorliegend strittigen Marke vergleichbar.

3.5 Folglich kann die Beschwerdeführerin aus dem Grundsatz der Gleichbehandlung nichts zu ihren Gunsten ableiten.

4.
Die Vorinstanz hat somit zu Recht entschieden, dass die Marke "NEO (fig.)" wegen ihres Gemeingutcharakters vom Markenschutz ausgeschlossen ist. Die Beschwerde ist abzuweisen.

5.

5.1 Bei diesem Ausgang des Verfahrens sind die Kosten des Beschwerdeverfahrens der Beschwerdeführerin aufzuerlegen (Art. 63 Abs. 1 VwVG). Die Gerichtsgebühr bemisst sich nach Umfang und Schwierigkeit der Streitsache, Art der Prozessführung und der finanziellen Lage der Parteien (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]). Bei Streitigkeiten betreffend Markeneintragungen sind Vermögensinteressen betroffen. Die Gerichtsgebühr bemisst sich folglich in erster Linie nach dem Streitwert (Art. 4 VGKE). Die Schätzung des Streitwerts hat sich nach Lehre und Rechtsprechung an Erfahrungswerten aus der Praxis zu orientieren, wobei bei eher unbedeutenden Zeichen grundsätzlich ein Streitwert zwischen Fr. 50'000.– und Fr. 100'000.– angenommen wird (BGE 133 III 490 E. 3.3 "Turbinenfuss [3D]"). Von diesem Erfahrungswert ist auch für das vorliegende Verfahren auszugehen. Die Kosten des vorliegenden Verfahrens (inkl. mündlicher Verhandlung) sind mit Fr. 4'200.– zu beziffern und dem von der Beschwerdeführerin in gleicher Höhe geleisteten Kostenvorschuss zu entnehmen.

5.2 Die Beschwerdeführerin hat als unterliegende Partei keinen Anspruch auf Parteientschädigung (Art. 64 Abs. 1 VwVG; Art. 7 Abs. 1 VGKE). Der Vorinstanz ist als Bundesbehörde keine Parteientschädigung auszurichten (Art. 7 Abs. 3 VGKE).

Demnach erkennt das Bundesverwaltungsgericht:

1.
Die Beschwerde wird abgewiesen.

2.
Die Verfahrenskosten von Fr. 4'200.– werden der Beschwerdeführerin auferlegt. Der einbezahlte Kostenvorschuss von Fr. 4'200.– wird nach Eintritt der Rechtskraft des vorliegenden Urteils zur Bezahlung der Verfahrenskosten verwendet.

3.
Es wird keine Parteientschädigung zugesprochen.

4.
Dieses Urteil geht an die Beschwerdeführerin, die Vorinstanz und das Eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement EJPD.

Für die Rechtsmittelbelehrung wird auf die nächste Seite verwiesen.

Der vorsitzende Richter:	Der Gerichtsschreiber:
David Aschmann	Gabriel Schaub

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Entscheid kann innert 30 Tagen nach Eröffnung beim Bundesgericht, 1000 Lausanne 14, Beschwerde in Zivilsachen geführt werden (Art. 72 ff., 90 ff. und 100 BGG). Die Frist ist gewahrt, wenn die Beschwerde spätestens am letzten Tag der Frist beim Bundesgericht eingereicht oder zu dessen Handen der Schweizerischen Post oder einer schweizerischen diplomatischen oder konsularischen Vertretung übergeben worden ist (Art. 48 Abs. 1 BGG). Die Rechtsschrift 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. 42 BGG).

Versand: 30. Oktober 2026

Zustellung erfolgt an:

– die Beschwerdeführerin (Gerichtsurkunde)
– die Vorinstanz (Ref-Nr. 01909/2025; Gerichtsurkunde)
– das Eidgenössische Justiz- und Polizeidepartement (Gerichtsurkunde)