

Verfügung im Lösungsverfahren Nr. 104336 in Sachen

W2E GmbH
Uhlandstraße 171/172
10719 Berlin
DE-Deutschland

Antragstellende Partei

vertreten durch

Heuking Kühn Lüer Wojtek
Magnusstrasse 13
50672 Köln

gegen

Davinci Publishing Limited
100 St. Lucia Street
Valletta, VLT 1181
MT-Malta

gelöscht seit 04.10.2024
allfälliger aktueller Inhaber: unbekannt

Antragsgegnerische Partei

CH-Marke Nr. 720038 - APASSIONATA ((fig.))



Gestützt auf Art. 35a ff. i.V.m. Art. 12 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 232.11), Art. 24a 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. Am 14.01.2025 reichte die antragstellende Partei gegen die CH-Marke Nr. 720038 «APASSIONATA (fig.)» (nachfolgend angefochtene Marke) einen Löschungsantrag wegen Nichtgebrauchs ein und beantragte deren vollständige Löschung hinsichtlich nachgenannter Dienstleistungen:

Klasse 35: Merchandising (Verkaufsförderung); Online-Dienstleistungen eines e-Commerce-Abwicklers im Zusammenhang mit Merchandising-Artikeln für Pferdeshows, nämlich Waren- und Dienstleistungspräsentation, Bestellannahme, Lieferauftragsservice und Rechnungsabwicklung, auch im Rahmen von e-commerce; Dienstleistungen einer Werbeagentur zur Bewerbung von Pferdeshows; Werbung für Pferdeshows; Werbung für Pferdeshows in allen Medien, Verteilung von Werbematerial auf Pferdeshow-Veranstaltungen oder für Pferdeshows (Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben); Vorführung von Waren für Werbezwecke auf Pferdeshows; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Aktualisierung von Werbematerial für Pferdeshows; Werbemittlung; Marketing (Absatzforschung); Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations); Organisation und Veranstaltung von Werbeveranstaltungen für Pferdeshows oder im Rahmen von Pferdeshows; betriebswirtschaftliche Beratung, insbesondere hinsichtlich Veranstaltungen kultureller, unterhaltender und sportlicher Art; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Sponsoring in Form von Werbung; Franchising, nämlich Vermittlung von wirtschaftlichem Know-how;

Klasse 39: Veranstaltung und Buchung von Reisen und Ausflugsfahrten, insbesondere Reitreisen, Pferdefarmreisen; Beförderung von Reisenden; Reisereservierungen und -buchungen;

Klasse 41: Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, nämlich Veranstalten von Unterhaltungsvorstellungen, insbesondere (Live)- Veranstaltungen mit Pferden; Durchführung von (Live) Musikdarbietungen; Produktion von Shows; Tierdressur; Zirkusdarbietungen; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen kultureller, unterhaltender und sportlicher Art; Online-Ticketbuchungsdienste und Reservierung von Tickets für Shows und andere Unterhaltungsveranstaltungen; Reservierung von Tickets für kulturelle Veranstaltungen, für Musikveranstaltungen und für Shows; Dienste von Unterhaltungskünstlern; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke, Reitunterricht; Veranstaltung von Bällen; Veranstaltung von Lotterien; Veranstaltung von Schönheitswettbewerben; Veranstaltung von Unterhaltungsshows (Künstleragenturen); Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung); Information über Veranstaltungen unterhaltender Art; Zusammenstellung und Produktion von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, Multimedia-Programmen oder -Sendungen; Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios; Vermietung von Audio-, Film- und Projektionsapparaten, Filmverleih, Filmvorführungen; Komponieren von Musik; Filmproduktion; Fernsehunterhaltung; Verfassen von Drehbüchern; Vermietung von Bühnendekoration; Dienstleistungen eines Verlages (ausgenommen Druckarbeiten); Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen und Musikerzeugnissen sowie Ton- und Bildträgern aller Art in elektronischer Form, auch im Internet; Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch im Internet; Bereitstellen von elektronischen Publikationen; Online Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Organisation von Veranstaltungen kultureller, unterhaltender und sportlicher Art; Platzreservation und Billetvorverkaufsdienstleistungen für Unterhaltungs-, Sport- und kulturelle Anlässe;

Klasse 43: Bewirtung und Verpflegung von Gästen; Betrieb einer Bar, einer Snackbar und eines Bistros; Betrieb von Restaurants und Hotels zur Beherbergung von Gästen; Vermittlung von Beherbergungsdienstleistungen; Catering.

2. Da die antragsgegnerische Partei ihren Sitz in Malta hat, wurde sie gestützt auf Art. 42 des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG, SR 323.11) aufgefordert, ein Zustellungsdomizil in der Schweiz zu bezeichnen. Diese Aufforderung wurde ihr am 28.04.2025 über die maltesischen Behörden gemäss Art. 5 des Übereinkommens über die Zustellung gerichtlicher und aussergerichtlicher Schriftstücke im Ausland in Zivil- oder Handelssachen (HZUe65, SR 0.274.131) übermittelt.
3. Mit Verfügung vom 26.11.2025 hat das IGE die Verfahrensinstruktion geschlossen. Da die Zustellung der Aufforderung an die antragsgegnerische Partei erfolglos geblieben ist, wird die antragsgegnerische Partei

vom Verfahren ausgeschlossen (Art. 24b Abs. 2 der Verordnung über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben [MSchV, SR 232.111]. Das Dispositiv der Verfügung wurde ihr durch Veröffentlichung im Bundesblatt eröffnet (Art. 36 lit. b des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren [VwVG, SR 172.0921]).

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

II. Sachentscheidvoraussetzungen

1. Gemäss Art. 35a Abs. 1 MSchG kann jede natürliche oder juristische Person einen Antrag auf Löschung einer Marke wegen Nichtgebrauchs Art. 12 Abs. 1 MSchG stellen. Ein besonderes Interesse muss nicht nachgewiesen werden.
2. Der Löschantrag kann frühestens fünf Jahre nach Ablauf der Widerspruchsfrist oder im Falle eines Widerspruchsverfahrens fünf Jahre nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens gestellt werden (Art. 35a Abs. 2 lit. a und b MSchG).
3. Gegen die am 17.08.2018 in Swissreg publizierte angefochtene Marke wurde kein Widerspruch erhoben. Die fünfjährige Karenzfrist war somit zum Zeitpunkt der Einreichung des Löschantrags, d.h. am 14.01.2025, seit Längerem abgelaufen (vgl. zur Berechnung der Karenzfrist: Richtlinien in Markensachen des IGE [Richtlinien], Teil 7, Ziff. 2.4 unter www.ige.ch).
4. Der Löschantrag wurde unter Einhaltung der notwendigen Formvorschriften (Art. 24a lit. a bis e MSchV) eingereicht und die Lösungsgebühr innerhalb der vom IGE angesetzten Frist bezahlt (Art. 35a Abs. 3 MSchG). Auf den Löschantrag ist folglich einzutreten.
5. Die antragsgegnerische Partei, welche über keinen Wohnsitz oder Sitz in der Schweiz verfügt, hat innert der vom IGE angesetzten Frist kein Zustelldomizil bezeichnet, weshalb das Verfahren unter Verzicht auf ihre weitere Anhörung von Amtes wegen weitergeführt wurde und nachfolgend der Ausschluss der antragsgegnerischen Partei vom Verfahren verfügt wird (Art. 42 MSchG i.V.m. Art. 24b Abs. 2 MSchV und Richtlinien, Teil 1, Ziff. 4.3). Das Dispositiv des Entscheids wird ihr durch Veröffentlichung im Bundesblatt (Art. 36 lit. b des Bundesgesetzes über das Verwaltungsverfahren [VwVG, SR 172.0921]) eröffnet.

III. Prozessuales

1. Die antragsgegnerische Partei hat mehrere Möglichkeiten, um auf den Löschantrag zu reagieren. Sie kann die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs ihrer Marke anfechten und/oder den Gebrauch der angefochtenen Marke glaubhaft machen. Ferner hat sie die Möglichkeit, das Bestehen wichtiger Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (vgl. Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4. ff.).
2. Ist das IGE der Auffassung, dass der Nichtgebrauch nicht glaubhaft gemacht wurde, weist es den Löschantrag ab, ohne zu prüfen, ob die von der antragsgegnerischen Partei eingereichten Beweismittel den Gebrauch der Marke gemäss Art. 11 MSchG glaubhaft machen oder ob wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen (Art. 35b Abs. 1 lit. a MSchG und Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1). Ferner wird nach Art. 35b Abs. 1 lit. b MSchG der Löschantrag abgewiesen, wenn die antragsgegnerische Partei den Gebrauch der Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft macht.
3. Die Antragsgegnerin existierte zum Zeitpunkt der Gesuchseinreichung am 14.01.2025 bereits nicht mehr. Somit konnte sie von ihrem Recht, sich zum Löschantrag vernehmen zu lassen, keinen Gebrauch machen. Das IGE prüft folglich lediglich, ob die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Löschantrags, d.h. in casu für den Zeitraum zwischen dem 14.01.2020 und dem 14.01.2025, glaubhaft gemacht hat. Sofern dies zutrifft, wird dem Antrag stattgegeben und die Marke (im Umfang des Löschantrags) gelöscht, ohne dass ein weiterer Schriftenwechsel angeordnet und der Antragsgegnerin Gelegenheit gegeben würde, den Gebrauch der Marke oder wichtige Gründe für den Nichtgebrauch glaubhaft zu machen (vgl. Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4).

IV. Materielle Beurteilung

A. Lösungsgründe wegen Nichtgebrauchs

Nach Art. 35a Abs. 1 MSchG kann eine Marke wegen Nichtgebrauchs im Sinne von Art. 12 Abs. 1 MSchG gelöscht werden. Das Vorliegen wichtiger Gründe für den Nichtgebrauch bleibt vorbehalten (Art. 12 Abs. 1 MSchG). Diese Bestimmung umfasst jede Marke, die nicht nach den Anforderungen von Art. 11 MSchG gebraucht wird (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4).

B. Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke

1. Gemäss Art. 12 Abs. 1 MSchG kann ein Markeninhaber sein Markenrecht nicht mehr geltend machen, wenn er die Marke im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, während eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nach unbenütztem Ablauf der Widerspruchsfrist oder nach Abschluss des Widerspruchsverfahrens nicht gebraucht hat, ausser wenn wichtige Gründe für den Nichtgebrauch vorliegen.
2. Beantragt die antragstellende Partei die Löschung der angefochtenen Marke wegen Nichtgebrauchs nach Art. 35a Abs. 1 MSchG, so hat sie den Nichtgebrauch nach Art. 11 und 12 MSchG glaubhaft zu machen (Art. 24a lit. d MSchV und Richtlinien, Teil 7, Ziff. 2.3). Sie hat geeignete Beweismittel einzureichen (Art. 24a lit. e MSchV und Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1). Der direkte Beweis des Nichtgebrauchs als Negativsachverhalt kann in den meisten Fällen nicht erbracht werden. Deshalb stellt das IGE die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs mittels indirekter Beweise auf der Grundlage eines Indizienbündels fest. Unter diesen Umständen wird die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs in der Regel nicht auf der Grundlage eines einzigen Beweismittels anerkannt (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1). Als Mittel zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs eignen sich gemäss Rechtsprechung des Bundesgerichts insbesondere Nachforschungsberichte, welche die ergebnislos gebliebene Umfrage bei den massgebenden Lieferanten und Händlern dokumentieren, ferner den relevanten Zeitraum betreffende Werbematerialien, Internetauftritte und sonstige Produkt- und Geschäftsdokumentationen des Markeninhabers oder negative Rechercheergebnisse (Entscheide des Bundesgerichts [BGer] 4A_464/2022, E. 6.1, 6.2, TRILLIUM und BGer 4A_299/2017, E. 4.1, ABANKA [fig.] / ABANCA [fig.]; vgl. auch Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.1).

Der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke ist naturgemäss bedeutend schwieriger zu beweisen als deren Gebrauch (vgl. BGer 4A_515/2017, E. 2.3.2 und Botschaft zum MSchG vom 21.11.1990, BBI 1991 I 1, S. 26).

3. Im Rahmen des Lösungsverfahrens nach Art. 35a ff. MSchG erfolgt die Würdigung der Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs bzw. des Gebrauchs nach Art. 11 MSchG nach den gleichen Kriterien wie im Widerspruchsverfahren, wenn die widersprechende Partei auf entsprechende Nichtgebrauchseinrede hin den Gebrauch der Widerspruchsmarke glaubhaft zu machen hat (Richtlinien, Teil 7, Ziff. 4.2; siehe bezüglich der Kriterien Teil 6, Ziff. 5.3 ff.). Die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs kann sich dabei auf das Fehlen jeglichen Gebrauchs der angefochtenen Marke beziehen oder auch nur auf das Fehlen einzelner Gebrauchskriterien gemäss Art. 11 MSchG (vgl. in diesem Sinn: Entscheid des IGE im Lösungsverfahren Nr. 100047, IV. B. Ziff. 4 ff., Wirecard [fig.], abrufbar unter <https://www.ige.ch>).
4. Vorliegend ist zu prüfen, ob die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nach Art. 11 und 12 MSchG während fünf Jahren vor Einreichung des Lösungsantrags, d.h. für den Zeitraum zwischen dem 14.01.2020 und dem 14.01.2025, glaubhaft gemacht hat (vgl. BVGer B-2126/2023, E. 4.3, Rompidee; BVGer B-2133/2023, E. 4.3, Tre Terre).

5. Die antragstellende Partei führt in ihrem Antrag aus, dass dem Löschantrag ein komplexer und langjähriger Sachverhalt zugrunde liege. Infolge eines Gesellschafterstreits in der Vergangenheit wurden diverse «Apassionata»-Marken (so auch die angefochtene Marke) auf die Antragsgegnerin übertragen. Dies stellte nur eine Zwischenlösung dar. Zu einem späteren Zeitpunkt wurden sämtliche «Apassionata»-Marken – mit Ausnahme der angefochtenen Marke – auf die antragstellende Partei übertragen. Aus nicht erklärbaren Gründen sei die angefochtene Marke nicht mit auf die antragstellende Partei übertragen worden.

Bei der antragsgegnerischen Partei handle es sich rechtlich nur um eine «leere Hülle» ohne jegliches eigenes operatives Geschäft. Darüber hinaus sei die antragsgegnerische Partei seit mindestens 2019 völlig inaktiv. Sie sei im Oktober 2024 nach maltesischem Recht vollständig aus dem Handelsregister gelöscht worden und existiere seither nicht mehr (sog. «struck off as defunct»). Sie sei somit non-existent und insofern auch nicht mehr rechtsfähig.

Die antragsgegnerische Partei habe die Marken niemals genutzt. Dies gelte für alle beanspruchten Dienstleistungsklassen. Die Marke sei somit für einen ununterbrochenen Zeitraum von (mindestens) fünf Jahren nicht gebraucht worden. Insofern sei die Marke gemäss Art. 12 Abs. 1 MSchG wegen Nichtgebrauchs lösungsreif.

6. Zur Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs der angefochtenen Marke legte die antragstellende Partei zusammen mit ihrem Löschantrag vom 14.01.2025 folgende Belege ins Recht:
 - Beilage Nr. 1: Auszug aus der WIPO-Datenbank der eingetragenen Marken der antragstellenden Partei
 - Beilage Nr. 2: Vorlage der Löschung der antragsgegnerischen Partei aus dem maltesischen Handelsregister
7. Die Parteien haben im Lösungsverfahren den Nichtgebrauch beziehungsweise den Gebrauch der angefochtenen Marke nicht strikt zu beweisen, sondern lediglich «glaubhaft» zu machen. Glaubhaft gemacht ist der Nichtgebrauch beziehungsweise Gebrauch, wenn das IGE die entsprechenden Behauptungen überwiegend für wahr hält, obwohl nicht alle Zweifel beseitigt sind. Das IGE ist dabei bloss zu überzeugen, dass die Marke wahrscheinlich nicht gebraucht beziehungsweise gebraucht wird, nicht aber auch, dass die Marke tatsächlich nicht gebraucht beziehungsweise gebraucht wird, weil jede Möglichkeit des Gegenteils vernünftigerweise auszuschliessen ist. Glaubhaftmachen bedeutet, dass dem Richter aufgrund objektiver Anhaltspunkte der Eindruck vermittelt wird, dass die in Frage stehenden Tatsachen nicht bloss möglich, sondern wahrscheinlich sind (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 5.4.4.2).
8. Zu den Belegen ist folgendes auszuführen:
9. Die Beilage Nr. 1 (Auszug aus der WIPO-Datenbank der eingetragenen Marken der antragstellenden Partei) enthält eine Aufzählung von internationalen Marken der antragstellenden Partei. Damit kann nichts betreffend die in casu angefochtene Marke der antragsgegnerischen Partei, bei welcher es sich um eine CH-Marke handelt, ausgesagt werden.
10. Aus der Beilage Nr. 2 (Vorlage der Löschung der antragsgegnerischen Partei aus dem maltesischen Handelsregister) geht hervor, dass die antragsgegnerische Partei am 04. Oktober 2024 nach maltesischem Recht vollständig aus dem Handelsregister gelöscht worden ist (sog. «struck off as defunct»). Über die angefochtene Marke selber sagt dies noch nichts aus, ausser dass die ursprüngliche Markeninhaberin seit diesem Datum nicht mehr existiert.

Für die Zeitspanne vor der Löschung der Markeninhaberin, nämlich vom 14.01.2020 bis 04.10.2024 fehlen jegliche Belege. Es müssten Belege vorliegen, die auf einen Nichtgebrauch durch die ursprüngliche Markeninhaberin schliessen lassen könnten. Die Löschung der Markeninhaberin stellt zwar ein mögliches Indiz für den fehlenden Markengebrauch dar. Dies alleine genügt jedoch noch nicht, um den Nichtgebrauch in der relevanten Zeitspanne glaubhaft zu machen.

11. Weiter müssten Recherchen auch zeigen, dass die angefochtene Marke im relevanten Zeitraum nicht von einer legitimierten Drittpartei in der Schweiz für die angefochtenen Dienstleistungen gebraucht wurde. Die Marke könnte beispielsweise vor der Löschung übertragen worden sein.

Folglich ist mit diesen Belegen noch nichts über die gesamte Zeitspanne vom 14.01.2020 bis zum 14.01.2025 gesagt, während der der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke glaubhaft gemacht werden sollte.

12. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die eingereichten Belege der antragstellenden Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke für die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35, 39, 41 und 43 nicht glaubhaft zu machen vermögen. Reine Parteibehauptungen reichen dazu keineswegs aus. Es müsste von der antragstellenden Partei beispielsweise durch Nachforschungsberichte, , ferner den relevanten Zeitraum betreffende Werbematerialien, Internetauftritte und sonstige Produkt- und Geschäftsdokumentationen des Markeninhabers oder negative Rechercheergebnisse oder durch Konsultation von beispielsweise weiteren Quellen glaubhaft gemacht werden, dass kein rechtserhaltender Gebrauch in der relevanten Gebrauchsperiode stattgefunden hat. Abklärungen durch die antragstellende Partei betreffend die Präsenz des Markeninhabers oder der angefochtenen Marke auf dem Schweizer Markt fehlen gänzlich. Das Beiziehen von sachbezogenen Quellen wie einschlägige Zeitschriften oder Magazine, die Kontaktnahme mit Mitbewerbern, massgebenden Veranstaltern bzw. Verkaufsstellen wie beispielsweise von Kultur-, Sport- oder Unterhaltungsveranstaltern, Reiseunternehmen, Beherbergungsplattformen usw. hätten weitere Indizien betreffend das Fehlen des Gebrauchs liefern können.
13. Zwar handelt es sich beim Nichtgebrauch um einen Negativsachverhalt, der mittels Belege kaum direkt glaubhaft gemacht werden kann (vgl. oben IV. B. Ziff. 2). Von einem Indizienbündel, auf das sich das IGE bei der Beurteilung des Nichtgebrauchs jeweils stützt, kann bei dieser Beweislage hingegen nicht gesprochen werden. Auch muss die antragstellende Partei den Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nicht strikt beweisen, sondern lediglich «glaubhaft» machen (vgl. vgl. oben IV. B. Ziff. 7). Die Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs bedeutet nicht, dass das IGE von der Richtigkeit der Argumente der Gesuchstellerin überzeugt ist; das IGE muss lediglich über genügend objektive Elemente verfügen, damit der Nichtgebrauch eine gewisse Wahrscheinlichkeit aufweist, ohne ausschliessen zu müssen, dass es auch anders sein könnte (vgl. BGer 4A_464/2022, E. 3.2 - Trillium). Dies trifft in casu mangels entsprechender Belege jedoch nicht zu.
14. Da der Nichtgebrauch der angefochtenen Marke nicht glaubhaft gemacht wurde, ist der Löschantrag gemäss Art. 35b Abs. 1 lit. a MSchG abzuweisen.

IV. Kostenverteilung

1. Die Lösungsgebühr verbleibt dem IGE (Art. 35a Abs. 3 MSchG i. V. m. Art. 1 ff GebV-IGE und Anhang zu Art. 3 Abs. 1 GebV-IGE).
2. Mit dem Entscheid über den Löschantrag hat das IGE zu bestimmen, ob und in welchem Masse die Kosten der obsiegenden Partei von der unterliegenden zu ersetzen sind (Art. 35b Abs. 3 MSchG). Die Verfahrenskosten werden im Lösungsverfahren in der Regel der unterliegenden Partei auferlegt. Auch wird der obsiegenden Partei in der Regel eine Parteientschädigung zugesprochen. Wird kein Zustellungsdomizil in der Schweiz benannt und die antragsgegnerische Partei somit vom Verfahren ausgeschlossen, so wird ihr auch bei Abweisung des Löschantrags keine Parteientschädigung zugesprochen (vgl. Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.3).
3. Da das Lösungsverfahren einfach, rasch und kostengünstig sein soll, wird pro Schriftenwechsel praxismässig eine Parteientschädigung von CHF 1'200.00 zugesprochen (Richtlinien, Teil 1, Ziff. 7.3.2.2).
4. Die antragstellende Partei ist mit ihrem Begehren nicht durchgedrungen. Es wurde ein einfacher Schriftenwechsel durchgeführt. Vorliegend sind keine Gründe für eine Abweichung von der vorerwähnten

Praxis ersichtlich. Da die antragsgegnerische Partei vom Verfahren ausgeschlossen wurde, wird ihr auch keine Parteientschädigung zugesprochen.

Aus diesen Gründen wird

verfügt:

1.
Die antragsgegnerische Partei wird vom Verfahren ausgeschlossen.
2.
Der Löschungsantrag im Verfahren Nr. 104336 wird abgewiesen.
3.
Die Löschungsgebühr von CHF 800.00 verbleibt dem IGE.
4.
Es werden keine Parteikosten gesprochen.
5.
Dieser Entscheid wird der antragsstellenden Partei schriftlich eröffnet. Der antragsgegnerischen Partei wird das Dispositiv des Entscheids durch Veröffentlichung im Bundesblatt eröffnet.

Bern, 25. März 2026

Freundliche Grüsse



Nadine Geelhaar

Rechtsmittelbelehrung:

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