



Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren | Autres arrêts en matière d'enregistrement ou d'opposition à des enregistrements de marques



Zusammengestellt von | Rédigé par **EUGEN MARBACH*** | **MICHEL MÜHLSTEIN****

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
TAF du 31 août 2011 (B-8586/2010) «Colour Saver»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif de la destination, de l'usage du produit	Les acheteurs, professionnels ou non, de sèche-cheveux et d'appareils électriques pour les soins de la chevelure comprennent «Colour Saver» comme signifiant «protecteur de la couleur». Ils savent qu'un excès de chaleur nuit à la chevelure et en déduisent que lesdits appareils servent à protéger la coloration des cheveux d'une chaleur excessive. Il ne s'agit pas d'un cas limite.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 28. November 2011 (B-2054/2011) «Milchbärchen»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Milch ist ein möglicher Bestandteil aller beanspruchten Produkte (Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladewaren, feine Backwaren, Speiseeis). Die Form eines Bärchens ist bei Süssigkeiten häufig, bei Backwaren nicht unerwartet und selbst bei Speiseeis möglich. Ein Zeichen «Milchbärchen» wird daher als beschreibender Hinweis auf eine wichtige Zutat und die Form der Ware aufgefasst und ist schutzunfähig. Ein Eintrag aus dem Jahr 1999 (CH-467 468 «Mandelbärli») spiegelt nicht die aktuelle Eintragungspraxis, weshalb auch der Gleichbehandlungsgrundsatz vom IGE nicht verletzt wurde.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 19. März 2012 (B-8557/2010) «We care about eyecare (fig.)» WE CARE ABOUT EYECARE	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Schutz von Slogans	Sloganmarken dürfen sich nicht in allgemeinen resp. für Marketingleute naheliegenden Aussagen erschöpfen. Daher fehlt dem Zeichen für Produkte mit erkennbarem Zusammenhang zur Thematik Augenpflege/Augenfürsorge die Unterscheidungskraft. Allein wegen der Wiederholung des Elementes «Care» schliesst der Konsument noch nicht auf ein unterscheidungskräftiges Wortspiel. Der beschreibende Charakter fehlt jedoch im Zusammenhang der Dienstleistung Materialbearbeitung, weil es hier eines gedanklichen Zwischenschritts bedarf. Ein allfälliger Fehleintrag (CH-Nr. 586383 «We care for your hair») gibt keinen Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht, weil er keine ständige Praxis belegt.	In Klasse 40 schutzfähiges Zeichen (teilweise Gutheissung der Beschwerde)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 28 mars 2012 (B-1561/2011)</p> <p>«Together we'll go far»</p>	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Slogan possédant une signification publicitaire</p>	<p>Les milieux intéressés sont à même de comprendre le slogan comme signifiant «Ensemble nous irons loin», dans le sens «Ensemble nous réussirons». Par conséquent, en Suisse romande au moins, le signe possède une connotation laudative en relation avec les services bancaires et appartient ainsi au domaine public. Le fait qu'une partie du slogan («we'll go far») puisse être considérée comme un anagramme du nom de la déposante («Wells Fargo») n'y change rien.</p>	<p>Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)</p>
<p>TAF du 2 mai 2012 (B-1494/2011)</p> <p>«Heritage Bank & Trust (fig.) et Banque Heritage (fig.) Marcuard Heritage (fig.)»</p>  	<p><i>Opposition:</i> Absence de risque de confusion entre marques mixtes dont les éléments figuratifs sont distincts, la marque postérieure comportant en outre un élément verbal original</p>	<p>Les marques sur lesquelles les oppositions sont fondées ont pour éléments prédominants les termes génériques «Bank & Trust» et «Banque» et le terme «Héritage»; ce dernier est faible, car, en relation avec des services tels qu'affaires financières ou affaires bancaires, les intéressés y voient un renvoi direct à des services tels que la gestion d'avoirs provenant d'un ou destinés à un héritage. Ces marques sont donc faibles. Par conséquent, l'élément verbal «Marcuard», dans la marque attaquée, suffit à exclure le risque de confusion. Cela vaut d'autant plus que l'élément figuratif de la marque attaquée, une sorte de croix composée de lettres accolées, ressemble très peu à l'élément figuratif des marques sur lesquelles les oppositions se fondent. Les éléments cruciformes des marques respectives relèvent chacun d'une conception originale et celui de la marque attaquée n'est pas perçu comme une simple variante de celui des marques antérieures.</p>	<p>Absence de risque de confusion (Admission des recours)</p>

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>BVGer vom 2. Mai 2012 (B-8028/2010)</p> <p>«View» «Swissview (fig.)»</p> 	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> (integrale Übernahme des älteren Zeichens)</p>	<p>Der Widerspruchsmarke «View» kommt im Zusammenhang mit den beanspruchten Produkten ein durchschnittlicher Schutzzumfang zu. Aufgrund der Verbindung des Elementes «View» mit der Herkunftsangabe «Swiss» resultiert kein veränderter Gesamteindruck. Wegen der integralen Übernahme der älteren Marke droht eine Verwechslungsgefahr.</p> <p>Das Gericht schätzt den angemessenen Zeitaufwand (bei doppeltem Schriftenwechsel) auf 20,5 h und bestimmt die Parteientschädigung auf 6150.00 (20,5 h × CHF 300,00) zzgl. Auslagen.</p>	<p>Die Zeichen sind verwechselbar (Abweisung der Beschwerde)</p>
<p>TAF du 22 mai 2012 (B-8242/2010)</p> <p>«Lombard Odier & Cie Lombard Network (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Absence de risque de confusion entre marques dont le seul élément commun n'est pas distinctif; prise en considération dans l'impression d'ensemble d'un élément figuratif appartenant certes au domaine public, mais remarqué par sa taille et sa position</p>	<p>La protection de la marque sur laquelle l'opposition se fonde ne s'étend pas à l'élément verbal «Lombard», qui n'est pas distinctif en relation avec des affaires financières et monétaires (crédit garanti par la mise en nantissement de valeurs mobilières). Comme tous les autres éléments des deux marques sont clairement différents, il ne saurait y avoir de risque de confusion.</p> <p>Quand bien même l'ellipse est une forme géométrique appartenant au domaine public, sa présence dans la marque attaquée ne doit pas être négligée en raison de sa grandeur par rapport à la marque dans son ensemble et de sa position de biais.</p>	<p>Absence de risque de confusion (Rejet du recours)</p>