

## Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren / Autres arrêts concernant la procédure d'enregistrement ou d'opposition en droit des marques

Zusammengestellt von / Rédigé par EUGEN MARBACH\* / MICHEL MÜHLSTEIN\*\*

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 15 octobre 2008 (B-7413/2008)  <b>«Madison»</b>	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Constatation des faits. Indication géographique dépourvue de caractère distinctif	Le TAF constate les faits d'office, mais les parties doivent collaborer à l'apport des preuves, s'agissant en particulier des faits que les parties connaissent mieux que l'autorité, même si ces faits sont défavorables à la partie tenue de collaborer.  Madison est notamment le nom de la capitale de l'Etat américain du Wisconsin, d'une avenue et d'une salle de spectacles à New York, de sorte qu'il évoque en Suisse les États-Unis; il constitue par conséquent une indication géographique et ne peut être enregistré pour désigner des affaires commerciales, financières, etc. ne provenant pas de ce pays.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 23. Oktober 2008 (B-498/2008 [vereinigt mit den Verfahren B-499/2008, B-500/2008 sowie B-501/2008])  <b>«Behälterform»</b>    Mit Farbanspruch weiss / blau / pink / türkis (Gesuch Nr. 60570/2006); weiss / blau / grün / türkis (Gesuch Nr. 60571/2006); weiss / blau / orange / türkis (Gesuch Nr. 60573/2006); weiss / blau / türkis (Gesuch Nr. 60574/2006)	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Fehlende Unterscheidungskraft einer Verpackungsform trotz sehr spezifischen Farbansprüchen	Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klasse 3 und 5 (sprühbare Substanzen zur Textilpflege, zum Putzen, zur Raumerfrischung etc.) wird eine in der Mitte verjüngte Verschlusskappe vom Durchschnittskonsumenten nicht als unterscheidungskräftiger Tierkopf, sondern als schön gestalteter Griff wahrgenommen. Die Formgebung wirkt daher ästhetisch, aber nicht unerwartet. Auch die Farbgebung macht die Verpackung nicht unterscheidungskräftig: Weiss symbolisiert Reinheit, Blau Wasser, und die Farben Pink, Orange und Grün werden vom Konsumenten als Hinweis auf eine bestimmte Duftnote verstanden. Die angebliche Neuheit der Formgebung steht dieser Beurteilung nicht entgegen. Kein Grenzfall.	Schutzunfähige Zeichen (Abweisung der Beschwerde)

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 3 novembre 2008 (B-5779/2007)  «Lancaster»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Indication géographique dépourvue de caractère distinctif	Pour une part importante des consommateurs suisses, l'acception géographique du nom Lancaster (ville anglaise) est prédominante. Ce nom ne constitue dès lors pas une dénomination de fantaisie et ne peut être enregistré pour désigner des lunettes, des montres, des articles de maroquinerie, des vêtements, etc. Absence d'inégalité de traitement.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
TAF du 6 novembre 2008 (B-613/2008)  «Nanobone»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe dépourvu de caractère distinctif	Les professionnels de la santé comprennent le néologisme «Nanobone», en relation notamment avec des implants et des substituts osseux, comme pouvant signifier os minuscule ou créé par l'emploi de nanotechnologies; cette dénomination n'est dès lors pas distinctive.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BGer vom 1. Dezember 2008 (4A_455/2008)  «AdRank»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Schutzunfähiger Sachbegriff der Fachsprache	Im Zusammenhang mit Dienstleistungen der Klasse 35 (Werbung, Marktforschung, Marktabklärungen) sowie damit zusammenhängenden Dienstleistungen der Klasse 42 wird AdRank von den angesprochenen Fachkreisen, welche über überdurchschnittliche Englischkenntnisse verfügen, sachlich verstanden. «Ad» bildet eine Kurzform von Advertisement, Ranking steht für die Positionierung resp. Rangierung der Werbung. Keine Ungleichbehandlung zur CH-Marke Nr. 555 564 AdWords der Google Inc. Kein Grenzfall, weshalb die Registrierung als Gemeinschaftsmarke, ebenso diejenige in den USA, Japan etc., unbeachtlich bleibt.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde in Zivilsachen [gleichzeitig Bestätigung von BVer B-6352/2007 mit fast integraler Übernahme der vorinstanzlichen Begründung])