






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
BVGer vom 28. Januar 2010 (B-102/2008) «Java Monster»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Irreführung über die geografische Herkunft	Java, als eine der vier Hauptinseln Indonesiens, ist dem Schweizer Konsumenten bekannt. Andere Bedeutungen (namentlich als Name einer Programmiersprache) liegen im Zusammenhang mit Getränken weniger nahe. Tiefe Importzahlen schliessen eine Herkunftserwartung resp. eine Irreführung nicht von vornherein aus.	Für Waren der Klasse 32 ohne Einschränkung schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 16. Februar 2010 (B-3052/2009) «Diamonds of the Tsars»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Fehlende Individualisierungskraft eines anpreisenden Zusatzes; Irreführung über die Qualität	Der anpreisende Zusatz «of the tsars», welcher jedenfalls vom französischsprachigen Konsumenten ohne Weiteres verstanden wird, wirkt nicht individualisierend. Für Waren der Klasse 14, welche Diamanten enthalten können, ist die Marke daher unmittelbar beschreibend, für andere Waren der Klasse 14 (Halbedelsteine, Modeschmuck etc.) irreführend.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 16 février 2010 (B-3296/2009) «UNO Virginia Slims VS (fig.)» 	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Sigle de l'Organisation des Nations Unies	Un signe comprenant le sigle en allemand de l'Organisation des Nations Unies (UNO) ne peut être enregistré comme marque, même en l'absence de risque de confusion, dès lors que ce sigle n'est pas dilué dans le signe et qu'il ne possède aucune signification propre évidente (ici, le chiffre 1 en italien) ne renvoyant pas à l'Organisation des Nations Unies; l'impression d'ensemble laissée par le signe et les produits revendus sont dénués de pertinence.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 16 février 2010 (B-7103/2009) «Jaffa-Upi (fig.)» 	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Indication géographique trompeuse	La marque suscite l'impression auprès des consommateurs que les produits, des boissons, proviennent d'Israël ; peu importe que le public soit effectivement trompé ou non.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 23. Februar 2010 (B-8186/2008) «Babyrub»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Der englische Grundwortschatz, welcher als bekannt vorausgesetzt werden darf, ist aufgrund von Indizien zu ermitteln. Das englische Verb «rub» (reiben, einreiben) findet sich in Basiswörterbüchern für den Schulgebrauch. Es ist alltagsbezogen und dem deutschen Begriff «reiben» ähnlich. Es erinnert zudem an das Verb «rubbeln». Das Wort wird daher vom Durchschnittskonsumenten verstanden. Entsprechend erschöpft sich die Marke in einem schutzunfähigen Hinweis auf den Gebrauchszweck, nämlich «das Baby einreiben».	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 26. Februar 2010 (B-6747/2009) «Wow»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Reklamehafte Anpreisung	«Wow» gehört zum Grundwortschatz der englischen Sprache und wird vom Durchschnittskonsumenten i.S. von «toll!», «super!» verstanden. Als rein reklamehafte Anpreisung ist der Begriff daher schutzunfähig. Dies gilt auch in der Schreibweise ohne Ausrufezeichen.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 2 mars 2010 (B-7272/2008) «Dermoxane / Dermasan»	<i>Opposition:</i> Absence de similarité entre deux marques dont l'élément initial commun est faible	L'élément «Derm», commun aux deux marques, est compris par le consommateur moyen comme se rapportant à la peau, de sorte qu'il jouit d'une aire de protection plus réduite qu'une dénomination de fantaisie; en revanche, la marque «Dermoxane», prise dans son ensemble, bénéficie d'une protection moyenne. L'effet auditif et celui visuel des deux marques sont différents. Leur sens ne présente aucune analogie non plus, l'élément «-oxane» n'ayant aucune signification, tandis que «-san» est compris comme «sain» et fait penser à une peau saine.	Absence de risque de confusion (Admission du recours)

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
<p>TAF du 8 avril 2010 (B-7191/2009)</p> <p>«Yo / Yog (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Vraisemblance du défaut d'usage de la marque antérieure</p>	<p>L'usage de la marque dans les vallées exclues du territoire douanier suisse vaut usage en Suisse. En revanche, la livraison de seulement deux fois 2160 bouteilles d'un litre de jus de fruit à un unique client en huit mois ne constitue pas un usage sérieux de la marque, cela d'autant plus lorsque ce client est établi à un endroit (Samnaun) où son offre paraît destinée plus particulièrement à des acheteurs résidant à l'étranger (en Autriche).</p>	<p>Défaut d'usage de la marque antérieure (Rejet du recours)</p>
<p>TAF du 22 avril 2010 (B-580/2010)</p> <p>«Jean Marie Farina (fig.); Jean Marie Farina Roger & Gallet (fig.) / Johann Maria Farina zur Madonna Köln Royal Echt Kölnischwasser (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Irrecevabilité devant l'autorité de recours de conclusions sur lesquelles l'autorité de première instance n'a pas rendu de décision. Vraisemblance du défaut d'usage de la marque antérieure</p>	<p>Lorsque l'Institut juge que l'usage de la marque antérieure n'a pas été rendu vraisemblable et rejette l'opposition sans examiner l'existence de motifs relatifs d'exclusion, les conclusions du titulaire de la marque antérieure devant l'autorité de recours, tendant à l'admission de l'opposition en raison de l'existence de tels motifs sont irrecevables. Il n'y a pas d'usage de la marque antérieure lorsque deux de ses éléments sont utilisés d'une façon qui fait penser à deux signes distincts, l'un des deux apparaissant en outre comme secondaire par rapport à l'autre.</p>	<p>Défaut d'usage de la marque antérieure (Rejet du recours)</p>
<p>BVGer vom 5. Mai 2010 (B-7430/2008)</p> <p>«Sky / skylife (fig.)»</p> 	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Integrale Übernahme einer älteren Marke</p>	<p>Eine Marke «Sky» geniesst im Zusammenhang mit Dienstleistungen der Klasse 41 einen durchschnittlichen Schutzzumfang. Die Koexistenz mit neun «Sky»-Registrierungen dokumentiert noch keine Verwässerung. Weder das Bildelement noch der Zusatz «life» sind für den Gesamteindruck der angefochtenen Marke bestimmend. Aufgrund der integralen Übernahme der Widerspruchsmarke resultiert sowohl eine unmittelbare als auch eine mittelbare Verwechslungsgefahr.</p>	<p>Es besteht Verwechslungsgefahr (Abweisung der Beschwerde)</p>