

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 14. Juli 2010 (B-2937/2010) «Gran Maestro»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Qualitätshinweis	Die Wortkombination «Gran Maestro» bedeutet grosser Meister. Die Kurzform «Gran» ist grammatikalisch regelkonform und in ihrem Bedeutungsgehalt ohnehin naheliegend. Ein Verständnis als historischer Titel (Hofmeister, Grossmeister) tritt in den Hintergrund. In Zusammenhang mit Waren der Klasse 33 entspricht das Zeichen daher einem schutzunfähigen Qualitätshinweis. Keine Prüfung der vom IGE behaupteten Freihaltebedürftigkeit.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 28. Juli 2010 (B-3377/2010) «Radiant Apricot»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Die englische Vokabel «radiant» (strahlend/glänzend) gehört nicht zum Grundwortschatz, wird aber aufgrund der Ähnlichkeiten von italienisch- und französischsprachigen Vokabeln trotzdem verstanden. «Apricot» bildet auch eine Farbbezeichnung. Im Zusammenhang von Seifen und Mitteln zur Körper- und Schönheitspflege kann das Zeichen daher zumindest vom französisch- oder italienischsprachigen Konsumenten als direkt beschreibende Aussage über deren Farbe verstanden werden.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 29 juillet 2010 (B-7245/2009) «Labspace»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif devant demeurer à la libre disposition de toutes les entreprises de la branche	Dans le néologisme «Labspace», on distingue les éléments «Lab» et «Space», que, en relation avec des services dans le domaine de l'immobilier, de la construction et de l'ingénierie, on comprend comme signifiant «espace de laboratoire». Cette expression, quoique écrite usuellement en deux mots, est fréquemment utilisée en Suisse. Elle est descriptive des locaux dans lesquels les entreprises exercent une telle activité; toutes les entreprises de la branche doivent ainsi pouvoir l'utiliser.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
TAF du 4 août 2010 (B-848/2010) «Wild Bean Café»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif de certains produits et services, trompeur en relation avec d'autres produits	Le consommateur moyen de boissons et de produits alimentaires comprend le signe «Wild Bean Café» comme signifiant du café en grains provenant de caféiers sauvages. En rapport avec des imprimés, ce consommateur pense au contenu des publications. Le signe n'est en revanche pas descriptif pour des aliments qui, usuellement, ne comportent pas de café (potages, thé), mais il l'est pour ceux qui pourraient en contenir (boissons à base de cacao ou de chocolat, jus de fruits, préparations de céréales); il est trompeur pour des eaux minérales ou des eaux gazeuses, qui ne peuvent subir aucune adjonction.	Signe pouvant être protégé pour des potages et du thé, mais non pour des aliments pouvant contenir du café, pour des services de vente au détail ou de restauration, ou encore pour des imprimés (Admission partielle du recours)
TAF du 8 septembre 2010 (B-8055/2008) «Red Bull Dancing Bull II»	<i>Opposition:</i> Similarité conceptuelle entre les marques	Chacune des deux marques se compose de deux mots, dont l'un est identique («Bull»). Bien que «Red» et «Dancing» se distinguent par le son, la longueur des mots, le nombre de syllabes et le sens, il existe un risque de confusion entre les deux marques, car le public concerné perçoit une similarité conceptuelle entre les deux marques, soit une relation entre la consommation de boissons alcoolisées et la joie de vivre.	Risque de confusion (Rejet du recours)
BVGer vom 13. September 2010 (B-317/2010) «Lifetex Lifetea»	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit, Verwechselbarkeit	Zwischen Haarpflegeprodukten und pharmazeutischen Mitteln besteht Gleichartigkeit. Die Marken «Lifetex» und «Lifetea» haben ein relativ ähnliches Schriftbild, gewisse Ähnlichkeiten im Wortklang (gleiche Anfangssilbe «Life», aber unterschiedliche Vokalfolge) sowie deutlich unterschiedliche Sinngehalte. Das übereinstimmende Element «Life» ist derart schwach, dass die sonst bestehenden Unterschiede umso stärker ins Gewicht fallen und einen genügenden Zeichenabstand gewährleisten.	Keine Verwechslungsgefahr (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 27 septembre 2010 (B-7346/2009) «Murolino Murino»	<i>Opposition:</i> Similarité notamment conceptuelle entre les marques	Les matériaux de construction, notamment les briques et les matières isolantes, sont acquis principalement par des professionnels de la construction. Les italophones comprennent «Murolino» comme signifiant «muret», de sorte que cette marque est faible; toutefois, la marque «Murino» pouvant avoir la même signification, il existe entre les deux un risque de confusion renforcé par la similarité auditive et visuelle.	Risque de confusion (Rejet du recours)