




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 26 mai 2011 (B-3550/2009) «Farmer»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif d'une qualité	Le consommateur moyen en Suisse de boissons sans alcool, notamment de jus de fruits, comprend le sens du mot «farmer». Il attribue de l'importance au fait que les composants de tels produits soient naturels et risque d'inférer de la dénomination «Farmer» que les produits viennent «de la ferme» et contiennent moins d'additifs que des produits industriels.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
TAF du 28 juin 2011 (B-7487/2010) «Sparco (fig.) Sparq» 	<i>Opposition:</i> Usage en Suisse de la marque antérieure; caractè- re accessoire de l'élément graphique	Des catalogues non datés, diffusés en Suisse, dans lesquels la marque figure, et des factures datées, concernant des produits mentionnés dans les catalogues et adressées au distributeur en Suisse desdits produits, suffisent à rendre vraisemblable l'usage de la marque en Suisse. La représentation en négatif de la marque antérieure et son soulignement, de même que les différences minimales dans la terminaison des marques ne suffisent pas à écarter le risque de confusion.	Risque de confusion (Rejet du recours)
BVGer vom 16. August 2011 (B-1995/2011) «Coca-Cola (fig.) Caffé così (fig.)»  	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Verwechslungsgefahr	Die sich gegenüberstehenden Zeichen unterscheiden sich in Wortklang- und Sinngehalt deutlich. Trotz gewisser Übereinstimmungen bezüglich Schriftart, Wortlänge und grafischer Gestaltung des Anfangsbuchstabens „C“ besteht gesamthaft betrachtet auch keine visuelle Ähnlichkeit (Kaffeetasse als zusätzliches grafisches Element, durchgehende Unterstreichung, anderes Schriftbild [Kleinbuchstaben] etc.). Eine Verwechslungsgefahr entfällt daher auch bei Würdigung der notorischen Bekanntheit der Marke «Coca-Cola» sowie der reduzierten Aufmerksamkeit des Durchschnittskonsumenten beim Einkauf von Getränken resp. Lebensmitteln (als typischen Massengütern). Die Frage einer Rufausbeutung i.S.v. MSchG 15 ist nicht Thema des Widerspruchsverfahrens. Die anwaltlich nicht vertretene Partei hat im Regelfall keinen Anspruch auf Parteientschädigung.	Keine Verwechslungs- gefahr (Abweisung der Be- schwerde)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.