

# 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 1. September 2011 (B-1360/2011)  «Flaschenhals (3D)»  	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Schutzzfähigkeit von Formmarken	Aufgrund der Hinterlegung kann nicht eindeutig bestimmt werden, ob eine Formmarke im engeren oder eine Formmarke im weiteren Sinne zur Diskussion steht. Für die Beurteilung der Unterscheidungskraft spielt dies jedoch keine Rolle. Im Zusammenhang von Flaschen für alkoholische Getränke ist sich das Publikum eine grosse Vielfalt von dekorativen Gestaltungen (Reliefs, Etiketten etc.) gewohnt, weshalb die beanspruchte Form nicht als Unternehmenshinweis wahrgenommen wird. Eine Einschränkung der WDL (Waren- und Dienstleistungsliste) auf Flaschen für Wodka (in welchem Zusammenhang die Formenvielfalt kleiner ist) ändert nichts, weil die Wahrnehmung des Konsumenten durch die bei Spirituosen generell bestehende Formenvielfalt beeinflusst ist.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 17 novembre 2011 (B-644/2011)  «Dole (fig.)   Dole (fig.)»  	<i>Opposition:</i> Absence de similarité entre les produits	Les produits des classes 29, 31 et 32 (jus de fruits, ananas en boîte, fruits frais, séchés, grillés, etc.), d'une part, et, de l'autre, ceux des classes 7, 10 et 21 (appareils électro-ménagers, appareils et instruments médicaux, de massage, acoustiques, ustensiles et récipients pour le ménage ou la cuisine, etc.) ne constituent pas un ensemble cohérent pouvant raisonnablement être offert par une même entreprise. En effet, les jus de fruits etc. peuvent être consommés tels qu'ils sont vendus, sans avoir recours à l'un ou l'autre des produits pour lesquels la marque attaquée est enregistrée. Le fait que tous les produits en question puissent être offerts à la vente par un même grand magasin à rayons multiples est dénué de pertinence.	Absence de risque de confusion (Rejet du recours)

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.