



4. Kennzeichenrecht | Droit des signes distinctifs

4.1 Marken | Marques




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 7. Dezember 2011 (B-2380/2010) «lawfinder LexFind.ch (fig.)» 	<i>Widerspruchsverfahren:</i> Gleichartigkeit, Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke, Zeichenähnlichkeit	Dienstleistungen, welche unter einen von der Widersprechenden beanspruchten Oberbegriff (hier: Telekommunikation) fallen, sind zweifelsfrei gleichartig. Im Zusammenhang von Dienstleistungen der Klasse 38 ist ein Zeichen «lawfinder» normal kennzeichnungskräftig, weil der Inhalt der Mitteilung für die Dienstleistung „technische Übermittlung“ ohne Relevanz ist. Für Dienstleistungen der Klasse 42 ist das Zeichen hingegen schwach. Die gegenüberstehenden Marken sind sich sowohl im Sinngehalt als auch im Klang ähnlich, und die Unterschiede in Schriftbild und Grafik sind unbedeutend. Soweit der Marke ein normaler Schutzzumfang zukommt (Klasse 38), ist die Verwechslungsgefahr daher zu bejahen, im Bereich mit schwacher Kennzeichnungskraft (Klasse 42) jedoch zu verneinen.	Verwechselbare Zeichen, soweit der Marke im Zusammenhang der konkret beanspruchten Produkte durchschnittliche Kennzeichnungskraft zukommt (Teilweise Gutheissung der Beschwerde)
BVGer vom 9. Dezember 2011 (B-7367/2010) «Hofer Höfer family-office (fig.)» 	<i>Widerspruchsverfahren:</i> Zeichenähnlichkeit, Einrede der Gleichnamigkeit	Beide Marken bestehen im Kern aus Familiennamen ohne beschreibenden Sinngehalt. Sie unterscheiden sich schriftbildlich kaum, klanglich lediglich in der Aussprache eines Buchstabens. Die Grafik der angefochtenen Marken ist wenig originell und wirkt nicht genügend abgrenzend. Die namensrechtlichen Ansprüche des Gleichnamigen sind im Widerspruchsverfahren nicht zu prüfen, weil sich der Gesetzgeber bewusst für eine beschränkte Kognition entschieden hat.	Die Zeichen sind verwechselbar (Abweisung der Beschwerde)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 21 décembre 2011 (B-4260/2010)</p> <p>«Bally Balù (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Sens de la marque attaquée insuffisamment patent pour écarter le risque de confusion découlant de la similarité de l'effet sonore.</p>	<p>Il est peu vraisemblable que la marque attaquée soit lue «Balli»; le consommateur moyen y verra plutôt le mot «Balu» et pourra se demander si la partie droite du «U» comporte un tréma, un accent ou une brisure. Les signes Bally et Balù produisent un effet sonore similaire; le sens de «Balu» (personnage du Livre de la jungle de Kipling) n'apparaît pas clairement et ne suffit pas à écarter le risque de confusion découlant de la similarité de l'effet sonore. Cela vaut d'autant plus que la marque «Bally» jouit d'une grande force distinctive non seulement pour des chaussures, mais aussi pour des vêtements et des accessoires de mode.</p>	<p>Risque de confusion (Rejet du recours)</p>
<p>TAF du 3 janvier 2012 (B-2227/2011)</p> <p>«ebm (fig.) EBM Ecotec»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Pièces permettant de rendre vraisemblable l'usage de la marque antérieure.</p>	<p>Au besoin, l'opposante doit produire toutes pièces utiles à rendre vraisemblable l'usage de sa marque, cela même dans la procédure de recours. Des factures établissant la vente à des tiers de produits munis de la marque, cela durant la période déterminante, suffisent à rendre vraisemblable l'usage de la marque.</p>	<p>Renvoi à l'IPI pour statuer sur le risque de confusion entre les marques (Admission partielle du recours)</p>
<p>TAF du 3 janvier 2012 (B-1396/2011)</p> <p>«Tсарine Cave Tsalline (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Similarité de deux marques dont les éléments demeurant dans la mémoire sont identiques, à l'exception des consonnes centrales.</p>	<p>Le mot «Cave» dans la marque attaquée, enregistrée pour des boissons alcooliques, notamment du vin, est descriptif, de sorte que c'est l'élément «Tsalline» qui demeure seul dans la mémoire. Les marques diffèrent essentiellement par leurs consonnes centrales, «r» et «ll», ce qui ne suffit pas à écarter le risque de confusion, s'agissant de marques composées chacune de trois syllabes.</p>	<p>Risque de confusion (Rejet du recours)</p>