

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
TAF du 13 décembre 2012 (B-283/2012) «Noblewood»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe descriptif du but ou d'une des propriétés des produits et constituant un éloge publicitaire	Si les produits concernés (ici, notamment des préparations pour l'imprégnation du bois, des matériaux de construction non métalliques et des revêtements de murs et de sols) s'adressent aussi au consommateur moyen, il est sans importance que les professionnels de la construction possèdent peut-être des connaissances d'anglais inférieures à celles des consommateurs moyens. Si un mot anglais (ici, «noble») est identique à un mot français et presque le même qu'un mot allemand («nobel»), il est inutile d'examiner si ce mot anglais appartient ou non au vocabulaire de base. Comme le mot «wood» fait partie de ce vocabulaire de base, le signe «Noblewood» est compris comme signifiant «bois précieux» et désigne le domaine d'utilisation, respectivement une des propriétés des produits; il constitue également un éloge publicitaire.	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
BVGer vom 14. Dezember 2012 (B-1260/2012) «Bürgenstock»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Geografische Herkunftsangaben	«Bürgenstock» wird von den relevanten Verkehrskreisen geografisch verstanden und bildet daher im Zusammenhang mit Dienstleistungen eines Hotelbetriebes eine Herkunftsangabe. Massgebend ist insoweit das heutige Verständnis. Ob der Bürgenstock historisch Bürgenberg hiess, ebenso ob der Name «Bürgenstock» vom Gründer der Hotelanlage erfunden wurde, spielt keine Rolle. Eine faktische Alleinstellung ist nicht nachgewiesen, zudem könnte das Konglomerat der bestehenden Hotelanlage auch wieder aufgeteilt werden. Kein markenrechtlich relevanter, wohlwerbener Besitzstand. Keine Ungleichbehandlung mit der Marke «Château de Chillon», welche das Gebäude als solches bezeichnet.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 29. Januar 2013 (B-3920/2011) «Glass Fiber Net»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Freihaltebedürftige Wortzeichen	Die englische Wortfolge «Glass Fiber Net» besteht aus Begriffen des englischen Grundwortschatzes; deren Bedeutung wird von Fachkreisen und Durchschnittsabnehmern verstanden. Die Glasfasernetz-Technologie ist allgegenwärtig, und der entsprechende Sachbegriff ist (selbst in seiner englischen Übersetzung) für damit zusammenhängende Produkte freihaltebedürftig. Im Übrigen ist das Zeichen im Zusammenhang mit Produkten der Klassen 9, 35, 36, 38, 41 und 42 beschreibend, und es fehlt ihm die erforderliche Unterscheidungskraft.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 20 février 2013 (B-5467/2011) «Navitimer Maritimer»	<i>Opposition:</i> Absence de similarité entre des matières premières et des produits finis; risque de confusion	Si les produits horlogers et les pierres précieuses sont similaires, il n'en va pas de même des premiers et des métaux précieux, qui sont écoulés par des canaux différents et s'adressent à des cercles distincts de consommateurs. Les aspects visuel et sonore des deux marques sont clairement similaires, de sorte qu'il est sans importance que les liens sémantiques des marques se limitent à une simple parenté thématique. La marque «Navitimer» jouissant d'une aire de protection normale, il existe un risque de confusion entre les marques, que le degré d'attention accru de certains consommateurs ne suffit pas à écarter.	Risque de confusion, sauf pour les métaux précieux et leurs alliages (Admission partielle du recours)

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
TAF du 4 mars 2013 (B-5871/2011) «Gadovist Gadogita»	<i>Opposition:</i> Portée de l'usage de la marque pour certains produits d'une catégorie générale (Oberbegriff); similarité de produits et services; dénominations communes pour les substances pharmaceutiques; risque de confusion en cas d'identité de la moitié des marques	L'usage de la marque antérieure pour des produits de contraste ne vaut pas usage pour les produits pharmaceutiques en général. Des produits de contraste et des services d'ingénieur dans le domaine des radiodiagnosics, de l'actinothérapie et de la médecine nucléaire ne sont pas similaires. L'aire de protection d'une marque n'est pas restreinte du seul fait que cette marque résulte d'une combinaison d'éléments distinctifs et d'une dénomination commune pour les substances pharmaceutiques. L'identité de la première moitié des marques est suffisamment frappante pour que le risque de confusion soit admis, compte tenu de la large identité des produits.	Risque de confusion pour les produits de la classe 5, mais non pour les services de la classe 42 (Admission partielle du recours)
BVGer vom 5. März 2013 (B-3371/2012) «Speedmaster Speedpilot»	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Verwechslungsgefahr bei blosser Teilidentität einer Wortkombination	Beide Zeichen bestehen aus der Kombination von zwei Vokabeln des englischen Grundwortschatzes, wobei sie in einer übereinstimmen. Beide Zeichen vermitteln dabei die Botschaft, die Geschwindigkeit zu beherrschen («l'idée de maîtrise de la vitesse»), weshalb trotz unterschiedlicher Kombination von Zeichenähnlichkeit auszugehen ist. Das Element «Speed» ist im Zusammenhang mit Uhren nicht schwach, sondern durchschnittlich kennzeichnungskräftig. Die Marke «Speedmaster» als solche ist notorisch. Angesichts der Identität der beanspruchten Produkte sowie des erweiterten Schutzbereiches der Widerspruchsmarke ist eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.	Die Zeichen sind verwechselbar (Gutheissung der Beschwerde)
TAF du 7 mars 2013 (B-2678/2012) «Omix Onyx Pharmaceuticals»	<i>Opposition:</i> Vraisemblance de l'usage de la marque; usage de la marque sous une forme ne divergeant pas essentiellement de la marque enregistrée; risque de confusion	Même si des pièces, considérées individuellement, ne permettent pas de retenir la vraisemblance de l'usage, l'ensemble de ces pièces peut constituer un faisceau d'indices suffisant. L'adjonction à la marque «Omix» des éléments verbaux «Ocas» et «0,4 mg», d'un élément figuratif et de couleurs laisse subsister dans l'impression d'ensemble le noyau distinctif de la marque. Vu l'identité des produits, la très forte similarité sonore des marques, le degré d'attention moyen des consommateurs de médicaments et l'aire de protection normale de la marque antérieure, le risque de confusion existe.	Risque de confusion (Rejet du recours)

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
BVGer vom 11. März 2013 (B-1760/2012) «Zurcal Zorcala»	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Begriff des Kurzzeichens, Verwechslungsgefahr	Trotz unterschiedlicher Silbenzahl und bloss teilweise übereinstimmender Vokalfolge indiziert der gemeinsame Anfangsbuchstabe «Z» bei identischer Konsonantenfolge die Zeichenähnlichkeit. Zweisilbige Worte sind nicht per se Kurzzeichen; beim Zeichen «Zurcal» mit sechs ausgesprochenen Buchstaben ist diese Qualifikation zu verneinen. «Zurcal» ist eine Wortneuschöpfung, im Zusammenhang von Pharmazeutika jedoch nur durchschnittlich kennzeichnungskräftig. Angesichts der Unterschiede beim ersten Vokal, der Endung sowie der Silbenzahl ist daher eine Verwechslungsgefahr (selbst bei Annahme von Warenidentität) zu verneinen.	Keine Verwechslungsgefahr (Abweisung der Beschwerde)