




## 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 20 février 2012 (B-2687/2011)  «Norma»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Mot désignant une qualité du produit ou du service	Que «Norma» soit compris comme substantif ou comme adjectif, ce mot fait penser au consommateur que le produit ou le service ainsi désigné est conforme à une norme, un standard. Il est sans importance que le consommateur ne connaisse pas l'éventuelle norme relative à chaque produit ou service concerné. Le fait que «Norma» puisse avoir d'autres significations (un prénom, un opéra, etc.) n'y change rien. L'exploitation par le déposant de magasins sous la dénomination «Norma» en Allemagne et en France, à proximité de la frontière suisse, ne suffit pas à rendre vraisemblable que cette dénomination se serait imposée dans toute la Suisse.	Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)
BVGer vom 7. Mai 2013 (B-2642/2012)  «Lotus (fig.)   Lotusman»   	<i>Widerspruchsverfahren:</i> Zeichenähnlichkeit; Schutzumfang der Widerspruchsmarke	Bei beiden Zeichen kommt dem Worтеlement die prägende Bedeutung zu; die Bildelemente sind eher dekorativer Natur. Der Zusatz «MAN» verändert den Gesamteindruck nur wenig. Angesichts der integralen Übernahme des Worтеlementes der älteren Marke ist daher die Zeichenähnlichkeit zu bejahen. Allein deswegen, weil Juwelierwaren als Lotusblüte gestaltet werden könnten, ist ein Zeichen «Lotus» für Waren der Klasse 14 noch nicht beschreibend. Dies wäre nur dann zu bejahen, wenn eine entsprechende Gestaltung resp. eine Dekoration mit Lotusblüten insoweit als typisch oder charakteristisch zu qualifizieren wäre, was nicht zutrifft. Der Widerspruchsmarke ist deshalb ein durchschnittlicher Schutzumfang zuzugestehen, und bei diesem Ergebnis ist die Verwechselbarkeit zu bejahen.	Die Zeichen sind verwechselbar (Gutheissung der Beschwerde)

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
BVGer vom 6. Juni 2013 (B-1198/2012)  «Pur»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende resp. anpreisende Wortzeichen	«Pur» (als lexikalisch belegte Vokabel) hat die Bedeutung von «rein, unverfälscht». Andere Bedeutungen (Name einer Band etc.) stehen zumindest nicht im Vordergrund. Die Angabe «PUR» assoziiert gute Qualität und Reinheit der Produkte und ist daher für Lebensmittel der Klasse 30 beschreibend. Gleichzeitig wird das Zeichen von den Abnehmern als anpreisende Qualitätsangabe wahrgenommen.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 22 juillet 2013 (B-2681/2012)  «April   Apil – Assurance Pour Impayés de Loyer»	<i>Opposition:</i> Risque de confusion découlant de la grande similarité des dénominations de fantaisie, malgré l'adjonction d'un élément descriptif dans la marque attaquée	Les services de conseils dans les domaines des banques, des assurances, des affaires immobilières et de la gestion des affaires commerciales sont similaires. Les dénominations «April» et «Apil» sont très similaires, l'absence du «r» dans la seconde étant à peine perceptible. L'adjonction, dans la marque attaquée, d'«Assurance Pour Impayés de Loyer» ne suffit pas à écarter le risque de confusion, car elle décrit le service offert et n'est ainsi guère distinctive. Le fait qu'«April» désigne un mois n'y change rien, car il s'agit d'une dénomination de fantaisie pour les services concernés.	Risque de confusion (Admission du recours)
BVGer vom 12. August 2013 (B-4772/2012)  «Mc (fig.)   MC <sup>2</sup> (fig.)»  <b>Mc</b>  	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit; Verwechslungsgefahr	Die Dienstleistungen «Betrieb von Restaurant und Schnellimbissbetrieben» einerseits, und «Beherbergen von Gästen» andererseits sind gleichartig, da es sich vielfach um komplementäre Angebote handelt. Die beiden Zeichen stimmen im Buchstabenelement «MC» vollständig überein. Die grafischen Unterschiede gewährleisten keine rechtsgenügende Abgrenzung. Der Sinngehalt ist äusserst gering, zumal sich im Zusammenhang von Restaurationsdienstleistung kein Verständnis als mathematische oder chemische Formel aufdrängt. Allein aufgrund der Kürze des Zeichens ist die Unterscheidungskraft nicht reduziert. Ob die Widerspruchsmarke (als Serienmarke) sogar einen erhöhten Schutzzumfang genießt, ist nicht zu entscheiden, weil die Verwechslungsgefahr insgesamt ohnehin zu bejahen ist.	Die Zeichen sind verwechselbar (Gutheissung der Beschwerde)

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
<p>TAF du 21 août 2013 (B-1139/2012)</p> <p>«Küingsauna (fig.)   Saunaking»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Risque de confusion malgré l'inversion des éléments verbaux</p>	<p>L'une des parties offrant des saunas à moins de CHF 1000.–, l'acquisition d'une telle installation ne représente pas une dépense importante qu'on effectue avec une attention soutenue.</p> <p>La marque antérieure est distinctive (pour des saunas) parce qu'elle inclut le nom de famille «Küng».</p> <p>Chacune des marques est composée de la désignation du même produit et d'un nom de famille différent ; chacun de ces noms peut cependant créer une même association d'idées avec la notion de roi («Küinc» en vieil allemand).</p> <p>L'inversion des mots et la différence entre les lettres «ü» et «i» ne suffisent pas à écarter le risque de confusion.</p>	<p>Risque de confusion (Admission du recours)</p>