


## 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
<p>BVGer vom 20. Mai 2014 (B-5179/2012)</p> <p>«Tivo   tivù sat HD (fig.)»</p> 	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit, Gesamtbeurteilung bei unterscheidungsschwachen Zeichenelementen</p>	<p>Keine Gleichartigkeit zwischen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Computerhardware und –software einerseits, Feuerlöschern sowie Papier, Schreib- und Papeteriewaren etc. andererseits;</li> <li>– Unterhaltungs- und Erziehungsdienste einerseits, Werbe-, Geschäftsführungs-, Unternehmungsverwaltungs- und Büroarbeiten andererseits.</li> </ul> <p>Hingegen besteht entfernte Gleichartigkeit zwischen Computerhardware einerseits, Schreibmaschinen und ähnlichen Beschriftungsgeräten andererseits. Für die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit und Verwechslungsgefahr ist die grafische Gestaltung der angefochtenen Marke ohne Bedeutung. Die Wortelemente «Tivo» und «tivù» sind ähnlich. «Tivù» ist das umgangssprachliche, italienische Wort für Fernseher und ist insoweit freihaltebedürftig. Die Verwechslungsgefahr entfällt jedoch nur bei unmittelbar und ausschliesslich beschreibendem Sinngehalt, was im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren nicht der Fall ist.</p>	<p>Widerruf der Marke für zusätzliche Produkte der Klassen 9, 16 und 42 (teilweise Gutheissung der Beschwerde)</p>

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
TAF du 18 juillet 2014 (B-597/2013, B-601/2013, B-602/2013)  «EMC   EMIC»	<i>Opposition:</i> Similarité de services; risque de confusion	Le conseil en matière d'acquisition de matériel et de logiciels informatiques et la maintenance de ces matériel et logiciels ne se limitent pas à des prestations promotionnelles, donc auxiliaires aux services de vente de ces matériel et logiciels; ces services sont pour le moins similaires.  L'adjonction, dans la marque attaquée, d'un «I» après le «M» ne suffit pas à conférer à celle-ci un effet visuel ou sonore différent de celui de la marque antérieure; ce «I» tend en effet à se confondre avec le second jambage du «M» et il demeure au moins entre les deux marques une similarité sonore éloignée. Cela suffit à créer un risque de confusion, quand bien même les produits et services concernés pourraient s'acquérir en déployant une attention plutôt soutenue.	Risque de confusion (Admission du recours)
BVGer vom 28. Juli 2014 (B-4829/2012)  «Land Rover   Land Glider»	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Verwechslungsgefahr	Die gegenüberstehenden Marken sind praktisch gleich lang (neun resp. zehn Buchstaben) und stimmen im ersten Worтеlement sowie der Wortendung überein. Aufgrund dieser Gemeinsamkeiten ist die Ähnlichkeit gesamthaft betrachtet trotz aller Unterschiede zu bejahen. Fahrzeuge werden mit erhöhter Aufmerksamkeit gekauft. Angesichts der notorischen Bekanntheit der Widerspruchsmarke sowie der engen Gleichartigkeit ist die Verwechslungsgefahr trotzdem zu bejahen.  Der Nachweis, dass das Element «Land» für Fahrzeuge verwässert sei, ist nicht erbracht (Hinweis: Die Frage des beschreibenden Charakters des Markenelementes «Land» für Landfahrzeuge wurde nicht geprüft).	Es besteht Verwechslungsgefahr (Gutheissung der Beschwerde)

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
<p>TAF du 6 août 2014 (B-5530/2013)</p> <p>«Millesima   Millezimus»</p>	<p><i>Opposition:</i> Similarité de produits et de services; risque de confusion</p>	<p>Les vins et les services de bars à vins sont similaires. La marque antérieure jouit d'une force distinctive amoindrie pour des vins, car on reconnaît dans cette dénomination le mot «millésime»; celui-ci désigne l'année au cours de laquelle le vin a été élaboré, soit un critère de qualité et de choix important pour un produit dont les propriétés dépendent pour partie des conditions naturelles qui ont régné durant cette année. Même si la marque «Millezimus» est aussi associée au mot «millésime», cette marque est moins proche de ce mot que la marque antérieure, en raison du «z» médian et de la terminaison latine «-mus». Il n'en reste pas moins que les acheteurs qui voient cette marque pensent avant tout à une altération du mot «millésime» et ne perçoivent pas de lien avec l'opposante.</p>	<p>Absence de risque de confusion (Rejet du recours)</p>