

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 4. Juni 2014 (B-5451/2013) «Firenza»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Herkunftsangaben, Verkehrserwartung/ Irreführungsgefahr, Kurzzeichen	Das Wort «Firenza» hat keine lexikalische Bedeutung. Die Stadt Florenz (Firenze) ist jedoch bekannt. Gemäss Rechtsprechung können auch mutilierte oder variierte Herkunftsbezeichnungen herkunftsbezogene Erwartungen wecken. Dies erscheint vorliegend plausibel, zumal kein anderes Wort mit dem Stamm «Firenz» existiert. Firenza ist auch kein Kurzzeichen, bei welchem ein abweichender Buchstabe genügen könnte. In der globalisierten Wirtschaft misst das Publikum der Warenherkunft vermehrt Bedeutung zu, und zwar selbst bei rein industriellen Produkten wie Pharmazeutika. Diese Herkunftserwartung impliziert eine Einschränkung auf Produkte italienischer Herkunft. Keine Ungleichbehandlung mit Zeichen wie Lugana, Piso, Milana, Coma, Kairos, Berling etc., weil diese Registrierungen entweder nicht die aktuelle Praxis spiegeln oder nicht vergleichbar sind.	Nur für Pharmazeutika aus Italien zulässiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
TAF du 8 août 2014 (B-4511/2012) «Drossara Drosiola»	<i>Opposition:</i> Série de marques; risque de confusion	L'appartenance de la marque de l'opposante à une série de marques peut être prise en considération dans une procédure d'opposition et accroître alors la force distinctive de cette marque; ce ne peut toutefois pas être le cas lorsque l'opposante se limite à produire des enregistrements de marque, sans établir que ces marques sont utilisées et que le public connaît ainsi l'élément qui leur est commun. Même si les marques possèdent une première syllabe dont l'effet sonore est identique et la même voyelle finale, elles se distinguent néanmoins suffisamment. En effet, le groupe formé des deuxièmes et troisièmes syllabes de chaque marque, soit «ssara» et «siola» est clairement distinct; cette impression est renforcée par la différence entre les quatre dernières lettres: «sara» et «iola».	Absence de risque de confusion (Admission du recours)