

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 19. September 2017 (B-4368/2015) «Python & Partners»	<i>Eintragungsverfahren:</i> Anfechtbarkeit von Zwischenverfügungen	Selbständig eröffnete Zwischenverfügungen können einzig unter den Voraussetzungen von VwVG 46 mit Beschwerde angefochten werden. Im Falle einer Datumsverschiebung aufgrund nachträglicher Anpassung des Hinterlegungsgesuches ist keine dieser gesetzlichen Voraussetzungen (nicht wieder gutzumachender Nachteil, sofortiger Endentscheid bei Gutheissung der Beschwerde) erfüllt, weshalb ein Rechtsmittel entfällt.	Auf die Beschwerde ist nicht einzutreten (Abweisung der Beschwerde)
BVGer vom 3. Oktober 2017 (B-7196/2015) «Magenta»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Schutzfähigkeit einer Farbbezeichnung	Magenta ist die Farbbezeichnung für ein helles Purpur (Anilinrot). Eine Zigarettenpackung könnte durchaus in dieser Farbe gestaltet werden, doch besteht im Zusammenhang von Packungen für Raucherwaren grösste Farbenvielfalt, und eine Ausstattung in der Farbe Magenta ist insoweit weder üblich noch charakteristisch. Die Farbbezeichnung Magenta ist daher weder ein beschreibender Hinweis auf die Ausstattung noch besteht ein Freihaltebedürfnis.	Schutzfähiges Zeichen (Gutheissung der Beschwerde)
BVGer vom 25. Oktober 2017 (B-1408/2015) «Informa»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Beschreibende Wortzeichen	Die Verbform «informa» (ital.: er/sie/es informiert) ist als Zeichen beschreibend für Produkte, welche der Information dienen resp. diese bezwecken oder in direktem Zusammenhang zur Informationsvermittlung stehen. Fehlt dieser direkte Bezug zum Thema Information resp. Beratung und Auskunft, so ist das Zeichen jedoch schutzfähig.	Partiell schutzfähiges Zeichen (teilweise Gutheissung der Beschwerde)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>TAF du 13 novembre 2017 (B-7547/2015)</p> <p>«Bouteille (3D)»</p> 	<p><i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe tridimensionnel ne se distinguant pas clairement des formes habituelles</p>	<p>Les flacons et les bouteilles de parfum présentent une très grande diversité de formes. Cela rend la protection d'un signe tridimensionnel comme marque d'autant plus difficile; en effet, les milieux intéressés ne perçoivent a priori pas la forme comme un renvoi à une entreprise déterminée.</p> <p>Dans son ensemble, le signe ne se distingue pas de manière claire des formes habituelles et attendues des bouteilles de parfum.</p> <p>Les éléments bidimensionnels qui apparaissent sur la surface du signe (en particulier, la surface polie et réfléchissante) sont aussi dénués de force distinctive et n'influencent pas de manière essentielle l'impression d'ensemble.</p> <p>Le signe n'est donc pas perçu comme un renvoi à une entreprise déterminée, de sorte qu'il appartient au domaine public.</p>	<p>Signe ne pouvant être protégé (Rejet du recours)</p>
<p>BVGer vom 23. November 2017 (B-7524/2016)</p> <p>«Diadora Dador Dry Waterwear (fig.)»</p> 	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Rechtserhaltender Gebrauch, Gleichartigkeit, Zeichenähnlichkeit, Verwechslungsgefahr</p>	<p>In englischer Sprache verfasste Kataloge ohne Kontaktadresse in der Schweiz indizieren keinen rechtserhaltenden Gebrauch im Gebiet der Schweiz. Die Verwendung der Marke als Teil der Versandadresse auf der Rechnung wird unternehmensbezogen verstanden, und es fehlt der für den rechtserhaltenden Gebrauch erforderliche, spezifische Warenbezug.</p> <p>Sportschuhe (Klasse 25) sind gleichartig mit Bekleidungsstücken, Schuhwaren und Kopfbedeckungen (Klasse 25), ebenso mit Turn- und Sportartikeln (Klasse 28) (gleiche Zwecke, gleiche Vertriebskanäle). Spiele und Spielzeug haben einen anderen Zweck (Unterhaltung, geselliger Zeitvertreib), sodass insoweit die Gleichartigkeit fehlt, auch wenn sich die Vertriebswege punktuell überschneiden.</p> <p>Die Widerspruchsmarke «Diadora» und das Hauptelement der angefochtenen Marke «Dador» sind ähnlich. Es resultiert eine zumindest mittelbare Verwechslungsgefahr.</p>	<p>Im Rahmen der Gleichartigkeit besteht Verwechslungsgefahr (teilweise Gutheissung der Beschwerde)</p>

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis Décision
<p>BVGer vom 4. Dezember 2017 (B-7768/2015)</p> <p>«Capsa Copsy (fig.)»</p> 	<p><i>Relative Ausschlussgründe:</i> Rechtserhaltender Gebrauch, Gleichartigkeit, Zeichenähnlichkeit, Aufmerksamkeit der Verkehrskreise, Kennzeichnungskraft und Verwechslungsgefahr</p>	<p>Der Beleg des Verkaufs von über 150 000 Capsa-Kapseln ausserhalb des Konzerns belegt die ernsthafte Lancierung eines neuen Produkts; damit ist der rechtserhaltende Markengebrauch glaubhaft gemacht. Kaffee in Kapselform steht prototypisch für den Oberbegriff Kaffee. Der Gebrauch für Kaffeekapseln wirkt daher für den gesamten Oberbegriff rechtserhaltend. Die massgeblichen Verkehrskreise bestimmen sich aufgrund des Registereintrags (vorliegend Kaffee und nicht Kaffee-Kapseln). Kaffee ist ein Massenprodukt, weshalb von einer geringen Aufmerksamkeit der Verkehrskreise auszugehen ist. Dass Kaffee auch ein Lifestyle-Produkt sein kann, ändert daran nichts. Dies indiziert einen strengen Massstab. Die Zeichen «Capsa» und «Copsy (fig.)» sind klanglich ähnlich, während schriftbildlich nur eine leichte Ähnlichkeit besteht und der Sinngehalt unterschiedlich ist. Die Zeichenähnlichkeit ist daher zu bejahen. Die Silbe «Caps» beschreibt die Kapselform, weshalb die Widerspruchsmarke als schwach einzustufen ist. Angesichts dieser eklatanten Markenschwäche ist die Verwechslungsgefahr trotz der eher geringen Aufmerksamkeit der Verkehrskreise zu verneinen.</p>	<p>Fehlende Verwechslungsgefahr (Gutheissung der Beschwerde)</p>
<p>TAF du 11 décembre 2017 (B-5145/2015)</p> <p>«The SwissCellSpa Experience (fig.) Swisscell»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Transfert de la marque attaquée durant la procédure de recours; impossibilité de former un recours joint; similarité de services et de produits; risque de confusion</p>	<p>La recourante conserve sa qualité pour recourir, quand bien même sa marque (celle attaquée) a été transférée durant la procédure de recours. Si, dans le délai de 30 jours suivant la notification de la décision, l'intimée ne dépose pas de recours contre une partie de la décision, elle ne peut plus conclure à l'annulation de cette partie de la décision dans son mémoire de réponse. Les services «soins d'hygiène et de beauté pour êtres humains; instituts de beauté» et les produits «cosmétiques et préparations pour la peau» sont similaires; le public perçoit en effet ces services et ces produits comme un ensemble de prestations formant un tout. Par conséquent et vu la forte similarité entre les deux signes, il existe entre ces derniers un risque de confusion direct.</p>	<p>Risque de confusion (Rejet du recours)</p>