

Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren / Autres arrêts concernant la procédure d'enregistrement ou d'opposition en droit des marques

Zusammengestellt von / Rédigé par EUGEN MARBACH* / MICHEL MÜHLSTEIN**

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
TAF du 18 septembre 2008 (B-6068/2007) «Biorom»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe distinctif	«Biorom» est dépourvu de signification précise et le lecteur n'est pas amené à scinder cette dénomination en «Bio» et «Rom»; le public n'y voit pas un renvoi à la ville de Rome, qui ne jouit d'aucune renommée dans le domaine des produits cosmétiques.	Signe pouvant être protégé (Admission du recours)
BVGer vom 29. September 2008 (B-3394/2007) «Salesforce.com»	<i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Schutzunfähige Sachbezeichnung	Salesforce bildet für Dienstleistungen des «Kundenbeziehungsmanagements» (CRM) eine freihaltebedürftige Sachbezeichnung. Aus der Sicht der massgeblichen Fachkreise fehlt dem Zeichen auch die Unterscheidungskraft. Die leicht unkorrekte Schreibweise (richtig: sales force), ebenso der Zusatz «.com», verändern den Gesamteindruck nur unwesentlich.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)
TAF du 30 septembre 2008 (B-3511/2007) «AgieCharmilles»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe distinctif	L'élément «Agie» est dépourvu de signification; «Charmilles» désigne des arbustes formant généralement une haie, ainsi que, notamment, un quartier de Genève. Les acheteurs potentiels de produits de l'imprimerie, qu'ils connaissent ou non le quartier genevois, ne risquent pas de croire que les produits munis de la marque «AgieCharmilles» proviennent de Suisse, cette marque étant perçue comme un tout.	Signe pouvant être protégé (Admission du recours)
TAF du 30 septembre 2008 (B-7426/2006) «The Royal Bank of Scotland»	<i>Motifs absolus d'exclusion:</i> Signe distinctif	Dans «The Royal Bank of Scotland», l'adjectif «royal» n'est pas perçu comme un qualificatif laudatif mais comme indiquant un lien avec une Maison royale. Dès lors qu'il n'est guère concevable qu'une autre banque britannique puisse utiliser la même dénomination, la marque est comprise comme désignant la seule banque écossaise liée à une telle Maison.	Signe pouvant être protégé (Admission du recours)

* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

** Avocat, Genève.

Datum – Nummer / Date – Numéro	Thema / Thème	Kernaussage / Point central	Ergebnis / Décision
<p>BVGer vom 30. September 2008 (B-3259/2007, B-3261/2007, B-3262/2007, B-3270/2007)</p> <p>«oerlikon (fig.); Oerlikon; Oerlikon Corporation»</p> 	<p><i>Verfahrensfragen / Absolute Ausschlussgründe:</i> Zulässigkeit eines Parteiwechsels/Schutzfähigkeit von Herkunftsangaben</p>	<p>Die prozessual erforderliche Zustimmung zum Parteiwechsel kann auch konkludent erfolgen. Der Quartiername Oerlikon ist (auch wegen des Hallenstadions) grossen Teilen der Bevölkerung bekannt und ist daher als Herkunftsangabe freihaltebedürftig. Die fehlende Wahrscheinlichkeit, dass ein drittes Unternehmen das Zeichen für die gleichen (z.T. sehr spezifischen) Investitionsgüter beanspruchen könnte, ändert daran nichts. Die objektive (sachliche) Möglichkeit genügt. Die grafische Gestaltung der Schriftzüge bleibt für sich allein ungenügend.</p>	<p>Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)</p>
<p>BVGer vom 7. Oktober 2008 (B-1611/2007)</p> <p>«Laura Biagiotti Aqua di Roma (fig.)»</p> <p>Laura Biagiotti</p> 	<p><i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Verständnis eines Markenelementes als Herkunftsangabe</p>	<p>Aufgrund der Sachverhaltsabklärungen des IGE ist ein herkunftsbezogenes Verständnis bei Waren der Klasse 3 (Seifen, Parfümeriewaren etc.) hinreichend glaubhaft gemacht. Mit der Präpositionalfolge «di Roma» (franz: «de Rome») wird dasselbe auch verbal unterstrichen. Die Angabe «Roma» wird insoweit daher nicht symbolisch (als Lifestyle-Hinweis), sondern herkunftsbezogen verstanden, was die Einschränkung impliziert. Auf was sich die Erwartung konkret bezieht (Rohstoffe, fertiges Produkt etc.), bleibt unbeachtlich.</p>	<p>Nur mit Einschränkung auf Waren italienischer Herkunft schutzfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde)</p>
<p>TAF du 24 octobre 2008 (B-8011/2007)</p> <p>«Emotion / e motion (fig.)»</p> 	<p><i>Opposition:</i> Prépondérance de la similarité visuelle et auditive sur le sens</p>	<p>Le graphisme de la marque attaquée est insignifiant, de sorte que le consommateur lit et prononce les deux marques «emotion», en attribuant les deux fois le même sens à ce mot, sans faire la césure entre «e» et «motion».</p>	<p>Risque de confusion (Admission du recours)</p>