

# 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>TAF du 17 février 2015 (B-4864/2013)</p> <p>«Omega   Ou mi jia (fig.)»</p> <p><b>OU MI JIA</b></p>	<p><i>Opposition:</i> Absence de similarité entre marques dont l'effet visuel et les sonorités sont très différents</p>	<p>La composante figurative de la marque attaquée consistant uniquement en une police de caractères très banale, les deux signes doivent être comparés comme s'il s'agissait de deux marques purement verbales.</p> <p>Les espaces séparant les trois éléments de la marque attaquée empêchent de considérer cette dernière comme un seul mot; cette marque compte au contraire trois mots unisyllabiques, alors que la marque antérieure est composée d'un seul mot comprenant trois syllabes. Seuls les sons «M» et «A» se retrouvent dans les deux marques, tout le reste étant différent. Les deux marques ne sont dès lors pas similaires.</p> <p>Il est sans pertinence que la prononciation en chinois de la marque attaquée puisse être la même que celle de la marque antérieure; il faut en effet tenir compte uniquement de la prononciation du consommateur suisse moyen et des spécialistes en Suisse (la recourante avait allégué que les produits munis de la marque attaquée étaient spécialement destinés aux touristes chinois en Suisse).</p>	<p>Absence de similarité (rejet du recours)</p>
<p>BVGer vom 18. Februar 2015 (B-5024/2013)</p> <p>«Strela»</p>	<p><i>Absolute Ausschlussgründe:</i> Qualifikation als Herkunftsangabe</p>	<p>Strela ist der Name eines Berges bei Davos, bezeichnet gleichzeitig eine Alp und findet sich auch im Namen «Strelapass». Doppelbedeutung besteht keine, weshalb Strela als direkte geografische Angabe zu qualifizieren ist. Der Berg Strela ist jedoch nicht derart bekannt, dass er als Schweizer Wahrzeichen wahrgenommen würde. Entsprechend ist Strela keine indirekte Herkunftsangabe, welche (zumal bei Waren der Klassen 14, 18 und 25) eine Einschränkung rechtfertigen könnte.</p>	<p>Auch für Waren nicht schweizerischer Herkunft schutzfähiges Zeichen (Gutheissung der Beschwerde)</p>

\* Prof. Dr. iur., Fürsprecher, Bern.

\*\* Avocat, Genève.

Datum – Nummer   Date – Numéro	Thema   Thème	Kernaussage   Point central	Ergebnis   Décision
BVGer vom 25. Februar 2015 (B-6821/2013)  «Clinique   Dermaclinique Beauty Farm (fig.)»  	<i>Relative Ausschlussgründe:</i> Gleichartigkeit; Verwechslungsgefahr	Zwischen Kosmetika und Toilettenartikeln (Klasse 3) und Dienstleistungen der Klasse 44 besteht insoweit Gleichartigkeit, als Kosmetika im Zusammenhang mit der Dienstleistung wichtig sind (so z. B. bei Dienstleistungen eines Schönheitssalons). Die Bekanntheit der Kosmetika-Marke «Clinique» ist gerichtsnotorisch. Das Zeichen hat sich im Verkehr durchgesetzt und ist auch nicht direkt beschreibend, weshalb vom Sperrbereich einer starken Marke auszugehen ist. Die Vorinstanz argumentiert rechtsirrtümlich, wenn sie die Verwechslungsgefahr trotz vollständiger Übernahme verneint, weil der Schutzzumfang durch die Sphäre des Gemeinguts begrenzt sei. Andernfalls würde der Schutz einer durchgesetzten, starken Marke untergraben.	Im Rahmen der Gleichartigkeit besteht Verwechslungsgefahr (teilweise Gutheissung der Beschwerde)
TAF du 8 avril 2015 (B-5902/2013)  «Wheels   Wheely»	<i>Opposition:</i> Vraisemblance de l'usage de la marque pour des services; usage d'une forme de la marque ne divergeant pas essentiellement de la marque enregistrée	Les possibilités d'utiliser la marque de façon à satisfaire aux exigences de l'art. 11 LPM sont limitées lorsque la marque concerne des services qui ne sont pas fournis en présence des clients, notamment des services de transport. Par conséquent, l'usage de la marque dans l'en-tête de factures et de bulletins de livraison en relation avec des services de transport suffit, ce d'autant plus qu'on sait que ces services constituent l'essentiel de l'activité du titulaire.  L'usage de  vaut usage de la marque «Wheels»; en effet, l'élément «Logistics» est compris des milieux d'affaires concernés en Suisse comme désignant l'activité du titulaire. En outre, la position de «Wheels» et son graphisme en font l'élément prépondérant de la marque, tandis que l'usage de la couleur rouge et la représentation stylisée des deux «e» ne modifient pas le noyau caractéristique du signe.	Usage de la marque antérieure rendu vraisemblable pour des services et travaux d'entreprise de transport, à l'exclusion des autres produits et services; renvoi à l'IPI pour statuer sur le risque de confusion entre les marques (admission partielle du recours)