




Weitere Entscheidungen in markenrechtlichen Eintragungs- und Widerspruchsverfahren | Autres arrêts en matière d'enregistrement ou d'opposition à des enregistrements de marques

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis – Verweise Décision – Renvois
BVGer vom 3. Mai 2023 (B-1582/2022) UNITED FOR YOUR SUCCESS	<i>Absolute Ausschlussgründe</i> Für Waren der Klassen 7 und 9, nicht aber für Dienstleistungen der Klassen 37, 38, 40 und 41 direkt beschreibender Slogan; jedoch sowohl für Waren als auch für Dienstleistungen rein anpreisend.	Das Zeichen «United for Your Success» enthält direkt verständlich das anpreisende Element «for your success». Im Zusammenhang mit den Waren der Klasse 7 und 9 bleibt allerdings unbestimmt, wer oder was «für deinen/Ihren/euren Erfolg» verantwortlich zeichnet. Im Gegensatz zu beschreibenden Angaben werden unbestimmte Aussagen bei anpreisenden Zeichen in der Regel als Stilmittel der positiven Selbstdarstellung erkannt, zumindest solange der anpreisende Charakter ohne Weiteres mit den beanspruchten Waren in Zusammenhang gebracht wird.	Schutzunfähiges Zeichen (Abweisung der Beschwerde) Siehe auch/voir aussi: Schutzunfähige englischsprachige Slogan-Marken: BVGer, B-7421/2006, «we make ideas work»; BVGer, B-1561/2011, «TOGETHER WE'LL GO FAR»; BVGer B-464/2014, «Performance driven by Science»; dagegen teilweise schutzfähig BVGer, B-8557/2010, «WE CARE ABOUT EYECARE (fig.)»; BVGer, B-4822/2013, «SO WHAT DO I DO WITH MY MONEY»
BVGer vom 21. August 2023 (B-938/2021) VOLKSWAGEN/ VolksWerkstatt	<i>Relative Ausschlussgründe</i> Erhöhte Bekanntheit und ein erweiterter Schutzzumfang der Marke VOLKSWAGEN. (Teilweise) entfernte Gleichartigkeit zwischen den Waren und Dienstleistungen «véhicules (Klasse 12) und «hébergement temporaire y compris location de logements temporaires (Klasse 42) einerseits und den «Dienstleistungen einer Autowerkstatt» (Klasse 37) und «Vermietung von Parkplätzen und Garagen für Fahrzeuge (Klasse 39) andererseits.	Keine direkte, wohl aber eine indirekte Verwechslungsgefahr: Die festgestellten Ähnlichkeiten in Schrift, Klang und Inhalt der Marken führen dazu, dass aufgrund des erhöhten Schutzzumfanges der Widerspruchsmarke sowie der festgestellten Gleichartigkeit der Waren und Dienstleistungen die Abnehmer in der angefochtenen Marke eine Variante der Widerspruchsmarke vermuten und damit fälschlicherweise auf wirtschaftliche Zusammenhänge zwischen beiden Marken schliessen.	Verwechslungsgefahr bejaht (Guttheissung der Beschwerde) Siehe auch/voir aussi: Erweiterter Schutzbereich bekannter Marken und Übereinstimmung im Anfangselement; Verwechslungsgefahr <i>bejaht</i> : BVGer, B-720/2017, «BLACKBERRY/blackphone (fig.)»; BVGer, B-6921/2018, «facebook (fig.)/Facegirl (fig.)»; BVGer, B-4829/2012, «LAND ROVER/LAND GLIDER»; BVGer, B-444/2022, «RED BULL/RED DRAGON»; BVGer, B-3371/2012, «SPEEDMASTER/SPEEDPILOT»

Datum – Nummer Date – Numéro	Thema Thème	Kernaussage Point central	Ergebnis – Verweise Décision – Renvois
<p>TAF du 23 août 2023 (B-6169/2020 et B-6175/2020) Adventuridge/ Adventure (fig.) et Adventure Highland Creek (fig.)</p>  	<p><i>Opposition</i> Effets de la convention germano- suisse jusqu'au 31 mai 2022; conditions pour qu'un usage en Alle- magne soit pris en compte en Suisse.</p>	<p>L'usage des signes</p>  <p>peut être assimilé à l'usage de la marque «Adventuridge».</p> <p>La convention germano-suisse concernant la protection réciproque des brevets, dessins, modèles et marques a été résiliée avec effet à compter du 1^{er} juin 2022. Par consé- quent, les moyens de preuve relatifs à des actes d'usage en Allemagne antérieurs à cette date peuvent encore être pris en compte en Suisse.</p> <p>Celui qui entend invoquer ladite convention doit être titulaire d'un enregistrement de marque en Suisse et d'un tel enregistrement en Allemagne ou d'une marque inter- nationale avec effet en Allemagne ou encore d'une marque européenne. La portée juridique de l'usage en Allemagne s'apprécie selon le droit suisse.</p> <p>La promotion momentanée d'un produit ne peut être considérée comme un usage sérieux permettant de faire valoir le droit à la marque. En revanche, une mise en vente des produits pendant deux semaines au cours de chacune des cinq années considérées permet de déduire qu'il y a eu une offre dans la durée.</p> <p>Pour qu'on puisse apprécier si l'usage a été sérieux, il faut encore, s'agissant de produits d'usage courant mis en vente par une entreprise très importante, que celle-ci établit les volumes effectifs des ventes.</p>	<p>Défaut d'usage de la marque antérieure (Rejet du recours)</p> <p>Siehe auch/voir aussi: TAF, rés. in sic! 2021, 688, «Prose- gur»; TF, sic! 2023, 348, «Trillium»; ATAF B-1139/2022, «Hipano- Suiza»</p>

Zusammengestellt von **GREGOR WILD**, PD Dr. iur., Rechts-
anwalt, Zürich.

Rédigé par **MICHEL MÜHLSTEIN**, Avocat, Genève.

Rédigé par **ANNE-VIRGINIE LA SPADA**, Dr en droit, avocate,
Genève.