

S. 168 / Nr. 27 Registersachen (d)

BGE 76 I 168

27. Urteil der I. Zivilabteilung vom 14. Februar 1950 i. S. Hollandia Kattenburg N. V. gegen Eidg. Amt für geistiges Eigentum.

Regeste:

Handelsmarke «Big Ben» für Wasserdichte Kleidungsstücke holländischer Herkunft. Verweigerung des Schutzes in der Schweiz wegen Täuschungsgefahr und daheriger Sittenwidrigkeit (Art. 6 lit. B Ziff. 3 der Pariser Verbandsübereinkunft und Art. 14 Ziff. 2 MSchG).

Marque de fabrique «Big Ben» pour des vêtements imperméables de provenance hollandaise. Refus de la protection en Suisse, parce que la marque est propre a tromper le public et qu'elle est dès lors contraire aux bonnes moeurs (art. 6 litt. b ch. 3 de la Convention d'Union de Paris et art. 14 ch. 2 LMF).

Marca di fabbrica «Big Ben» per vestiti impermeabili di provenienza olandese. Rifiuto della protezione in Svizzera, poiché la marca può indurre il pubblico in errore ed è quindi contraria ai buoni costumi (art. 6 lett. b, cifra 3 della Convenzione dell'Unione di Parigi e art. 14, cifra 2 LMF).

Die Hollandia Kattenburg N. V. ist Inhaberin einer am 5. November 1935 unter Nr. 68833 in Holland, am 20.

Seite: 169

November 1948 unter Nr. 139348 international registrierten Wort/Bild-Marke, welche über dem Text «Big-Ben» in figürlicher Teildarstellung den Glockenturm des Londoner Parlamentsgebäudes zeigt und für «Vêtements imperméables» bestimmt ist. Am 4. Oktober 1949 lehnte das Eidgenössische Amt für geistiges Eigentum die Eintragung dieses Zeichens im Schweizerischen Markenregister ab mit der Begründung, es sei sittenwidrig, weil es einen Hinweis auf England enthalte und damit geeignet sei, beim Publikum irrige Vorstellungen über die Herkunft der Waren herbeizuführen.

Hiegegen richtet sich die von der Hollandia Kattenburg N. V. eingereichte Verwaltungsgerichtsbeschwerde mit dem Antrag, es sei der internationalen Marke Nr. 139348 der Schutz im Gebiete der Schweiz zu gewähren. Das Eidgenössische Amt für geistiges Eigentum schliesst in seiner Vernehmlassung auf Bestätigung des angefochtenen Entscheides.

Das Bundesgericht zieht in Erwägung:

1.- Sowohl nach Art. 6 lit. B Ziff. 3 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutze des gewerblichen Eigentums wie nach Art. 14 Ziff. 2 MSchG darf die Eintragung von Marken, welche gegen die guten Sitten verstossen, verweigert werden. Als sittenwidrig gelten gemäss der zitierten Vorschrift aus der Pariser Übereinkunft und ständiger Praxis u. a. täuschende Warenzeichen. Zu prüfen ist also, ob die umstrittene Marke irreführend wirkt, und zwar auf den Durchschnittskäufer in der Schweiz. Dabei genügt es für die Rückweisung, wenn Täuschungsgefahr nur für eines der verschiedenen Schweizerischen Sprachgebiete bejaht werden muss. Dass die internationale Marke der Beschwerdeführerin in Holland schon seit 1935 besteht, ist belanglos. In der Schweiz wurde sie bisher nicht gebraucht, sondern jetzt erst neu hinterlegt. Und über ihre Zulässigkeit unter dem hier massgebenden Gesichtspunkte

Seite: 170

befindet jedes der Pariser Übereinkunft beigetretene Land selbständig.

2.- «Big Ben» ist keine Phantasie-Bezeichnung, sondern der Name der grossen Glocke im Turm des Londoner Parlamentsgebäudes und die in England allgemein übliche Benennung für diesen Turm selber. Das weiss jeder Schweizer, der England besucht hat. Entgegen der Behauptung der Beschwerdeführerin ist aber angesichts der heutigen Verbreitung des Radios als sicher anzunehmen, dass auch einem grossen Teil der Schweizer, die nie in England waren, «Big Ben» zum geläufigen Begriff geworden ist. Denn der besonders während des Krieges häufig abgehörte englische Rundfunk pflegt die genaue Zeit und ebenso das Signal für die Beendigung einzelner Sendungen durch den Glockenschlag des «Big Ben» zu vermitteln. Entsprechend lauten die Ansagen des Radiosprechers, während in den gedruckten Programmen, von denen das Amt englische und Schweizerische Belege zu den Akten gegeben hat, hinter dem jeweiligen Zeitvermerk einfach «Big Ben» zu lesen steht. Bezeichnend, zumindest für das beim deutsch Schweizerischen Publikum vorausgesetzte Wissen um Eigenart und Standort des «Big Ben», ist ein von der «Schweizer Illustrierten Zeitung» unter dem Titel «Wie heisst die Stadt i veranstalteter Wettbewerb. Dort (vgl. die Ausgabe Nr. 43 vom 20. Oktober 1948) wurde als charakteristisch für London ein Bild des Parlamentsturmes veröffentlicht. Im erläuternden Text ist allerdings nicht ausdrücklich von «Big Ben» die Rede, wohl aber von dem

«berühmten Turm mit dem noch viel berühmteren Glockenspiel, das immer wieder im Ra die zu hören ist...» Und letzteres eben geschieht, wie erwähnt, regelmässig unter dem Programm Kennwort «Big Ben». Im übrigen ist der Uhr- und Glockenturm des Londoner Parlamentsgebäudes in belehrenden Abhandlungen, in Werbeschriften, in Reiseführern, Prospekten, Kriegs- und Reiseberichten so unzählige Male abgebildet worden, dass er, gleich dem Eiffelturm für Paris, füglich als allbekanntes Wahrzeichen der britischen Hauptstadt betrachtet werden kann.

Seite: 171

3.- Geographische und ethnographische Bilder oder Begriffe deuten, wie die Rechtsprechung wiederholt erkannt hat, bei markenmässiger Benützung auf eine bestimmte Herkunft der Produkte. Mit Rücksicht darauf wurden wegen unwahren Inhaltes beispielsweise abgelehnt: die Marke «Kremlin» für nicht russische Maschinen-Öle (BGE 56 I 471); die Marke «Yanki», weil auf Amerikaweisend, für deutsche Putzmittel (nicht publiziertes Urteil der I. Zivilabteilung vom 7. Februar 1942 i. S. Yankee Polish Lüth & Co.); die Marke «5th Avenue», weil auf New Yorkweisend, für belgische Parfümerien (BGE 72 I 238). Die nämliche Stellungnahme drängt sich im vorliegenden Falle auf. Nach dem vorstehend Gesagten unterliegt es keinem Zweifel, dass die von der Beschwerdeführerin gewählte Marke «Big Ben», zumal in Verbindung mit dem bekannten Bild des so benannten Londoner Parlamentsturmes, bei sehr vielen Schweizerischen Käufern den Eindruck erweckt, die Waren seien englischer Herkunft, während sie in Wirklichkeit aus Holland stammen. Der falsche Rückschluss liegt umso näher, als England beim Schweizerischen Publikum gerade für «Vêtements imperméables» einen besonderen Ruf geniesst. Somit wirkt in der Schweiz die streitige Wort/Bild-Marke täuschend. Alsdann ist sie, weil gegen die guten Sitten verstossend, nicht eintragbar.

Die Beschwerdeführerin legt ein einlässliches Verzeichnis vor, um darzutun, dass noch in jüngster Zeit vom Eidgenössischen Amt für geistiges Eigentum zahlreiche Marken mit englischem Text anerkannt wurden, darunter eine Marke «Westminsters für Schweizerische Uhren. Jedoch geht der hieraus gegen die Ablehnung der eigenen Marke hergeleitete Einwand fehl. Wie das Amt in seiner Vernehmlassung bestätigt, vertritt es keineswegs die Auffassung, schon die blosser Verwendung englischer Ausdrücke zur Markenbildung berge einen Hinweis auf englische Herkunft der Ware und sei darum schlechthin unzulässig. Entscheidend ist vielmehr, dass die Marke der Beschwerdeführerin in Wort und Bild auf ein bekanntes, für die englische

Seite: 172

Hauptstadt typisches Bauwerk Bezug nimmt. Was die zum Vergleich herangezogene Marke «Westminster» betrifft, so handelt es sich bei der im Jahre 1948 ergangenen Veröffentlichung lediglich um die Erneuerung eines alten, in der Schweiz eingeführten Zeichens. Ob dessen erstmalige Eintragung nach heute herrschenden Anschauungen bewilligt oder durchgesetzt werden könnte, mag offen bleiben. Jedenfalls unterscheidet es sich von der Marke der Beschwerdeführerin insofern, als ihm eigens die Angabe «produit suisse» beigefügt ist, was eine Vermutung über englische Herkunft des Markenproduktes ausschliesst.

Demnach erkennt das Bundesgericht:

Die Beschwerde wird abgewiesen