

S. 252 / Nr. 46 Registersachen (d)

BGE 79 I 252

46. Urteil der I. Zivilabteilung vom 13. Oktober 1953 i. S. Tantau gegen Eidg. Amt für geistiges Eigentum.

Seite: 252

Regeste:

Markenrecht. Schutzunfähigkeit einer internationalen Marke in der Schweiz wegen Täuschungsgefahr in Bezug auf das Ursprungsland der Wre. Pariser Verbandsübereinkunft Art. 6 lit. B Ziff. 3; Madrider Abkommen Art. 5; MSchG Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2.

Marques de fabrique. Refus de protection en Suisse d'une marque internationale en raison d'un risque de confusion quant au pays d'origine. Convention d'Union de Paris, art. 6 lettre B ch. 3; Arrangement de Madrid, art. 5; LMF, art. 14, al. 1, ch. 2.

Marche di fabbrica. Rifiuto di protezione in Svizzera d'una marca internazionale a motivo d'un rischio di confusione relativamente al paese d'Unione di Parigi, art. 6, lett. B, cifra 3; Accordo di Madrid, art. 5; LMF, art. 14, cp. 1, cifra 2.

A. - Der in Uetersen (Holstein, Deutschland) ansässige Gärtner und Rosenzüchter Tantau liess gestützt auf das Madrider Abkommen von 1891, 1934 betr. die internationale Eintragung von Fabrik- oder Handelsmarken am 5. Mai 1952 im internationalen Markenregister die für Rosen bestimmte Wortmarke «Schweizer Gruss syn. Red Favorit» eintragen.

Das eidgenössische Amt für geistiges Eigentum wies am 29. April 1953 unter Hinweis auf Art. 6 lit. B Ziff. 3 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Sehnt z des gewerblichen Eigentums (PVU) von 1883, 1934, sowie Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2 MSchG die Marke für die Schweiz zurück, weil sie geeignet sei, das Publikum in den Glauben zu versetzen, die damit bezeichneten Rosen stammen aus der Schweiz, während sie in Wirklichkeit aus Deutschland kämen.

B. - Mit der vorliegenden verwaltungsgerichtlichen Beschwerde verlangt der Beschwerdeführer es sei der

Seite: 253

angefochtene Entscheid aufzuheben und der Marke in der Schweiz der Schutz zu gewähren.

Das Amt beantragt Abweisung der Beschwerde.

Das Bundesgericht zieht in Erwägung:

1.- Nach Art. 6 lit. B PVU, auf den Art. 5 des Madrider Abkommens Bezug nimmt, darf ein Verbandsland u.a. zurückweisen «3) Marken, welche gegen die guten Sitten oder gegen die öffentliche Ordnung verstossen, namentlich solche, welche geeignet sind, das Publikum zu täuschen.» Die von der PVU vorgesehene Regelung deckt sich also mit der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichts zu Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2 MSchG, die eine täuschende Marke von jeher als gegen die guten Sitten verstossend betrachtet hat (BGE 77 I 79 und dort erwähnte Entscheide). Es ist somit zu prüfen, ob die streitige Marke geeignet ist, beim Durchschnittskäufer in der Schweiz nach irgendwelcher Richtung hin irrtümliche Vorstellungen hervorzurufen.

2.- Die in der Marke enthaltenen Worte «Schweizer Gruss», die soviel besagen wie «Gruss aus der Schweiz», weisen nach durchschnittlichem Sprachempfinden auf etwas hin, das aus der Schweiz, aus einem Geschäft in der Schweiz kommt. Es dürfte sich mit ihnen also nach der Lebenserfahrung die Vorstellung verknüpfen, man habe es bei den damit bezeichneten Rosen mit solchen oder einer Art von solchen zu tun, die aus der Schweiz stammen, sei es, dass sie erstmals dort gezüchtet wurden, sei es, dass sie nach erfolgter Verbreitung vom Ausland her in der Schweiz in beträchtlichem Mass gepflanzt werden. Nun ist die so bezeichnete Rosenart aber tatsächlich im Ausland, in Norddeutschland gezüchtet worden, und dass sie in der Schweiz irgendwie verbreitet sei, insbesondere bei schweizerischen Rosenzüchtern tatsächlich und allgemein bezogen werden könne, behauptet der Beschwerdeführer selber nicht. Das Amt hat deshalb die streitige Marke mit Recht als irreführend erachtet.

3.- Die Beschwerde macht allerdings geltend, auf dem

Seite: 254

Gebiet der Rosenzüchtung beständen besondere Verhältnisse. Es sei in allen Ländern allgemein üblich, zur Benennung von Rosensorten Bezeichnungen zu wählen, welche auf Länder, Gegenden, Staaten oder auf bekannte Persönlichkeiten hinweisen, wie sich aus einer der Beschwerde beigelegten Liste ergebe. Solche Rosen könnten nicht nur in den Ländern bezogen werden, auf

welche die Namen hindeuten, sondern auch in andern Ländern. Diese Verhältnisse brächten es mit sich, dass das Publikum niemals der Auffassung sei, Rosen mit den Namen «La France», «Ville de Brest», «Ville de Saverne» kämen aus Frankreich und könnten nur von dort bezogen werden, oder dass «Quebec», «Alaska», «Sterti von Prag», «Weisser Gruss aus Aachen», «Gloria di Roma» von den betreffenden Orten stammten; am deutlichsten zeige dies die Bezeichnung «Pôle Nord». Die Verwendung solcher Bezeichnung sei derart üblich geworden, dass das Publikum sie als Sortenbezeichnungen und nicht als Hinweis auf die Herkunft betrachte es seien Phantasienamen, die vom Publikum auch als solche gewertet würden. Die vom Amt behauptete Täuschungsgefahr bestehe daher nicht.

Soweit es sich um die Bezeichnung von Rosenarten mit Personennamen handelt («Queen Mary», «General Guisan») oder gar um entsprechende Marken («Hélène de Roumanie») braucht der Frage hier nicht nachgegangen zu werden. Für diese anerkennt auch das Amt in seiner Vernehmlassung, dass das Publikum nicht auf den Gedanken komme, die so bezeichneten Erzeugnisse stammten aus dem Land, in welchem diese Personen gelebt haben oder leben. Eine Irreführung ist hier also ausgeschlossen.

Von den in der Beschwerde aufgeführten zahlreichen Bezeichnungen geographischer Art oder mit geographischem Anklang sind nur drei als internationale Marken eingetragen worden, nämlich die Marken «Super Congo» «Cannes-Festival» und «Monte Carlo». Von diesen wurde die Marke «Super Congo» vom Amt wohl mit Recht als nicht irreführende Phantasiebezeichnung zugelassen,

Seite: 255

«Monte Carlo» dagegen mangels Unterscheidungskraft abgelehnt; «Cannes-Festival» endlich wurde zugelassen, weil das Zeichen für einen französischen Rosenzüchter eingetragen und daher nicht als täuschend betrachtet wurde. Aus dieser Praxis des Amtes kann somit der Beschwerdeführer nichts zu seinen Gunsten ableiten.

Hinsichtlich der übrigen geographischen Bezeichnungen für Rosennamen gibt das Amt zu, dass die Rosenzüchter wie auch eine Umfrage bei den Fachverbänden ergeben hat - die Gepflogenheit haben, derartige Bezeichnungen für Rosenarten zu verwenden, ohne sie jedoch als Marken für ein bestimmtes Unternehmen zu beanspruchen. Sofern aber diese Namen in der Regel eine Art, eine Sorte von Rosen bezeichnen, und sofern es gemäss der Behauptung des Beschwerdeführers die Meinung hat, dass diese Gattungen auch in andern Ländern gepflanzt werden sollen, so müsste man sich mit dem Amt fragen, ob es sich dann nicht um Gattungsbezeichnungen ohne kennzeichnenden Charakter (Gemeingut) handle, denen aus diesem Grunde in der Schweiz der Rechtsschutz versagt werden müsse (PVU Art. 6 lit. B Ziff. 2, MSchG Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2).

Nun haben aber die vom Amt befragten Fachverbände weiter erklärt, dass die Rosenzüchter in der Regel und mit Vorliebe für eine neue Rosenart Bezeichnungen wählen, die auf das Land hinweisen sollen, in welchem diese Rosenart geschaffen und gezüchtet wurde, und dass nur ganz selten ein Name gewählt wird, der auf das Land hinweisen soll, in welchem man den Absatz dieser Sorte besonders anstrebt. Verhält sich das aber so, dann ist die Marke «Schweizer Gruss» eben doch täuschend; denn die fragliche Rosenart ist in Norddeutschland «erfunden», d.h. gezüchtet worden, und von dort aus wird sie einstweilen als Pflanze und als Blume vertrieben werden.

Möglich ist, dass bei einzelnen älteren Bezeichnungen, wie «Etoile de Hollande» und «Gloria di Roma» nicht mehr die Vorstellung besteht, es handle sich dabei um ursprünglich holländische oder italienische Rosen. Im

Seite: 256

vorliegenden Falle, wo eine neue, dem Publikum noch nicht bekannte Sorte von Rosen in Frage steht, ist jedoch die von einem norddeutschen Rosenzüchter gewählte Bezeichnung «Schweizer Gruss» und eine Marke dieses Wortlauts irreführend. Daran ändert entgegen der Meinung des Beschwerdeführers nichts, dass die Marke neben dem zu beanstandenden Teil auch noch den Zusatz «syn. Red Favorit» aufweist. Es genügt, dass ein wesentlicher Bestandteil der Marke geeignet ist, zu Täuschungen Anlass zu geben, um sie als unzulässig erscheinen zu lassen. Diese Lösung drängt sich um so mehr auf, als das Bundesgericht in seiner Rechtsprechung gegenüber irreführenden Angaben insbesondere über die geographische Herkunft der markengeschützten Produkte stets eine strengen Massstab angelegt hat (vgl. die Zusammenstellung in BGE 76 I 171).

4.- Dass die streitige Marke in Deutschland und Österreich zugelassen wurde, ist ohne Belang. Wie in BGE 76 I 169 ausgeführt wurde, befindet jedes der PVU beigetretene Land über die Zulässigkeit einer Marke unter dem hier entscheidenden Gesichtspunkt selbständig.

Demnach erkennt das Bundesgericht - Die Beschwerde wird abgewiesen