Urteilskopf

91 I 50

10. Urteil der I. Zivilabteilung vom 23. März 1965 i.S. Greiter gegen Eidg. Amt für geistiges Eigentum.
Regeste (de):
Markenrecht. Schutzverweigerung gegenüber international hinterlegter Marke wegen Täuschungsgefahr über die Herkunft der Ware.

Zulässigkeit geographischer Angaben.

Unzulässigkeit der Marke "Monte Bianco" für Parfümerien, Kosmetikartikel und Sonnenschutzmittel, die aus Österreich stammen.

Madrider Übereinkunft (Fassung von London 1934) Art. 5 Abs. 1. Pariser Verbandsübereinkunft (Fassung von London 1934)

Art. 6 lit. B Ziff. 3. MSchG Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2.

Regeste (fr):
Droit des marques. Refus de protéger une marque faisant l'objet d'un dépôt international, vu le risque de confusion quant à l'origine de la marchandise.

Admissibilité d'indications géographiques.

Est illicite la marque "Monte Bianco" pour des articles de parfumerie, des cosmétiques et des crèmes solaires provenant d'Autriche. Art. 5 al. 1 de l'Arrangement de Madrid (texte de Londres 1934);

art. 6 litt. B ch. 3 de la Convention d'union de Paris (texte de Londres 1934); art. 14 al. 1 ch. 2 LMF.

Regesto (it):
Diritto alle marche di fabbrica. Rifiuto di proteggere una marca che è oggetto di un deposito internazionale, a causa del pericolo di confusione sulla provenienza della merce.

Ammissibilità di indicazioni geografiche.

Inammissibilità della marca "Monte Bianco" per articoli di profumeria, cosmetici, creme antisolari provenienti dall'Austria. Art. 5 cpv. 1 dell'Accordo di Madrid (testo di Londra 1934); art. 6 lett. B cifra 3 della Convenzione d'Unione di Parigi (testo di Londra 1934); art. 14 cpv. 1 cifra 2 LMF.

Sachverhalt ab Seite 51

BGE 91 I 50 S. 51

A.- Franz J. Greiter in Lauterach-Bregenz ist Inhaber der im österreichischen Markenregister eingetragenen Wortmarke "Monte Bianco" für Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege sowie Sonnenschutz-

mittel; tatsächlich wird die Marke nur für ein Sonnenschutzmittel verwendet. Am 9. Mai 1964 liess Greiter gestützt auf die Madrider Übereinkunft betreffend die internationale Eintragung der Fabrik- oder Handelsmarken die Marke "Monte Bianco" unter der Nr. 283379 im internationalen Register eintragen für "Produits de parfumerie, cosmétiques ainsi que substances contre les coups de soleil". Das eidg. Amt für geistiges Eigentum teilte am 16. Oktober 1964 dem internationalen Amt gestützt auf Art. 5 der Madrider Übereinkunft sowie unter Berufung auf Art. 6 lit. B Ziff. 3 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutze des gewerblichen Eigentums (PVU) und Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2 MSchG mit, der Marke werde für das Gebiet der Schweiz der Schutz verweigert, weil sie geeignet sei, das Publikum über die Herkunft der damit bezeichneten Waren zu täuschen.

B.- Gegen diese Schutzverweigerung, die das internationale Amt dem Markeninhaber am 28. Oktober 1964 bekanntgab, erhob dieser beim Bundesgericht verwaltungsgerichtliche Beschwerde mit dem Antrag, die Schutzverweigerung sei aufzuheben und das eidg. Amt anzuweisen, der beanspruchten internationalen Marke den vollen Schutz zu gewähren.

Das eidg. Amt für geistiges Eigentum beantragt, die Beschwerde abzuweisen.

Erwägungen

Das Bundesgericht zieht in Erwägung:

1. Für die Beurteilung der vorliegenden Beschwerde ist die Madrider Übereinkunft betreffend die internationale Eintragung der Fabrik- oder Handelsmarken in ihrer in London revidierten Fassung vom 2. Juni 1934 massgebend, der sowohl die Schweiz (am 24. Oktober 1939) als auch Österreich (am 19. August 1947) beigetreten sind. Nach Art. 5 Abs. 1 dieser Übereinkunft darf eine Schutzverweigerung "nur unter den Voraussetzungen verfügt werden, welche auf Grund der allgemeinen Übereinkunft auf eine zur nationalen Eintragung hinterlegte Marke anwendbar wären." Mit der "allgemeinen Übereinkunft" ist die Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutze des Gewerblichen Eigentums (PVU) gemeint, und zwar ist für den vorliegenden Fall die sowohl von Österreich wie von der Schweiz ratifizierte Londoner Fassung von 1934 massgebend, da der im Jahre 1958 in Lissabon revidierte Text von Österreich nicht ratifiziert worden ist.

2. Gemäss Art. 6 lit. B Ziff. 3 PVU dürfen Marken zurückgewiesen werden, welche gegen die guten Sitten oder gegen die öffentliche Ordnung verstossen, namentlich solche, welche geeignet sind, das Publikum zu täuschen. Die PVU betrachtet also gleich wie die ständige schweizerische Rechtsprechung zu Art. 14 Abs. 1 Ziff. 2 MSchG eine Marke als sittenwidrig, wenn sie geeignet ist, den Käufer in irgend einer Hinsicht irrezuführen. Daher ist eine Marke unzulässig, wenn sie geographische Angaben enthält, die zu der Annahme verleiten könnten, die Ware stamme aus dem Lande, auf das die Angabe hinweist, obschon dies in Wirklichkeit nicht zutrifft. Anders verhält es sich nur, wenn die geographische Angabe offensichtlich blossen Phantasiecharakter hat und darum nicht als Herkunftbezeichnung aufgefasst werden kann (BGE 89 I 301, 293 und dort erwähnte Entscheide).

3. Das eidg. Amt erachtet die Marke "Monte Bianco" als irreführend, weil sie von den Käufern als Hinweis auf

Frankreich aufgefasst werden könne, während die Waren, für die sie bestimmt ist, aus Österreich stammen. Der Beschwerdeführer bestreitet eine solche Täuschungsgefahr. Bei der Entscheidung dieser Frage ist auf die Auffassung des schweizerischen Durchschnittskäufers abzustellen. Als Abnehmer fallen alle Bevölkerungsschichten in Betracht, und es genügt, wenn auch nur in einem der verschiedenen Sprachgebiete der Schweiz eine Täuschungsgefahr besteht (BGE 82 I 51 und dort erwähnte Entscheide). a) "Monte Bianco" ist der italienische Name des Mont Blanc. Die Tatsache, dass der Gipfel dieses Namens und auch der grössere Teil der als "Mont Blanc-Massiv" bezeichneten Gebirgsgruppe auf französischem Gebiet liegen, ist in der Schweiz allgemein bekannt, insbesondere seit Chamonix infolge der Erschliessung des Mont Blanc-Massivs durch verschiedene Schwebebahnen sich zu einem bedeutenden Zentrum sowohl für das Bergsteigen im Sommer als auch für den Wintersport entwickelt hat. Der Einwand des Beschwerdeführers, die Bezeichnung "Monte Bianco" weise an sich nicht auf Frankreich hin, ist daher, mindestens für den italienisch sprechenden Teil der Bevölkerung, unzutreffend. Unrichtig ist auch die Auffassung des Beschwerdeführers, der Mont Blanc sei kein allgemein bekanntes Wahrzeichen für etwas spezifisch Französisches, weshalb die Gefahr einer Ideenverbindung zwischen der Marke "Monte Bianco" und dem Mont Blanc und damit Frankreich als Herkunftsland nicht bestehe. Eine solche Ideenverbindung liegt aber im vorliegenden Fall, im Gegensatz zu dem vom Beschwerdeführer angerufenen BGE 68 I 205, zum mindestens für die Schweizer italienischer Sprache nahe; dies um so mehr, als die französischen Parfümerien Weltruf geniessen. Dass der Beschwerdeführer die Marke gegenwärtig nur für ein Sonnenschutzöl verwendet, ist unerheblich. Denn der Schutzbereich seiner Marke erstreckt sich gemäss Eintrag neben Sonnenschutzerzeugnissen auch auf Parfümerie- und Kosmetikartikel. Der Beschwerdeführer wendet weiter ein, wenn man schon von einer Ideenverbindung sprechen wolle, so verweise die Marke auf die europäische Herkunft der damit versehenen Ware, weil der Mont Blanc als der höchste europäische Berg bekannt sei. Auch dieser Einwand ist nicht stichhaltig. Der Mont Blanc ist nicht nur als der höchste Berg Europas bekannt,

sondern vor allem als französischer Berg, und die Annahme französischer Herkunft der Ware liegt daher bedeutend näher als die weither geholte Ideenverbindung, dass mit der Marke auf ein europäisches Erzeugnis angespielt werden wolle. b) Der Beschwerdeführer macht geltend, die Marke "Monte Bianco" habe einen klar erkennbaren symbolischen Charakter, da sie die Gedankenassoziation "Grosser Schneeberg - Höhenlage - starke Sonneneinwirkung" hervorrufe. Dieser Einwand liesse sich allenfalls hören, wenn der Schutzbereich der Marke auf Sonnenschutzmittel beschränkt wäre. Er erledigt sich aber von selber, da die Marke ganz allgemein für Parfümerie- und Kosmetikartikel beansprucht wird und nicht einzusehen ist, inwiefern die vom Beschwerdeführer behauptete Ideenverbindung bei solchen zutreffen sollte. c) Die geographische Angabe hat somit nicht offensichtlich bloss Phantasiecharakter. Sie kann vielmehr beim Durchschnittskäufer namentlich im italienischen Sprachgebiet als Herkunftbezeichnung verstanden werden und zu der irrigen Auffassung verleiten, die damit bezeichnete Ware stamme aus Frankreich. Ob die Marke "Monte Bianco" wegen ihres italienischen Wortlautes und weil das Mont Blanc-Massiv ein Grenzmassiv ist, auch zur irrigen Annahme verleiten könnte, es handle sich um Waren italienischer Herkunft, kann bei dieser Sachlage offen bleiben.

4. Ist aber die Marke "Monte Bianco" geeignet, die schweizerischen Käufer oder auch nur den italienisch sprechenden Teil derselben über die Herkunft der damit versehenen Waren zu täuschen, so hat das eidg. Amt ihr den Schutz für das Gebiet der Schweiz zu Recht verweigert. Die Beschwerde ist daher abzuweisen.

Dispositiv

Demnach erkennt das Bundesgericht:
Die Beschwerde wird abgewiesen.