

4. Kennzeichenrecht / Droit des signes distinctifs

4.1 Marken / Marques

«Niteview»

Eidgenössische Rekurskommission für geistiges Eigentum vom 10. März 2005

MSchG 2 a. Wörter der englischen Sprache (hier: «niteview») sind Zeichen des Gemeinguts, wenn sie von den massgeblichen Verkehrskreisen als unmittelbar verständlicher Hinweis auf bestimmte Eigenschaften der beanspruchten Produkte verstanden werden und nach den üblichen Sprachregeln (hier: «nite» als verständliche Abwandlung von «night») gebildet sind (E. 2, 3).

MSchG 2 a. Eintragungen ähnlicher älterer Marken sind in der Regel kein Indiz zugunsten der Eintragbarkeit einer Marke (E. 4).

LPM 2 a. Les mots de la langue anglaise (en l'espèce «niteview») sont des signes appartenant au domaine public lorsque les milieux intéressés les comprennent directement comme une indication de certaines caractéristiques des produits concernés et qu'ils sont formés selon les usages linguistiques (en l'occurrence «nite» compris comme une modification de «night») (consid 2, 3).

LPM 2 a. L'enregistrement de marques semblables plus anciennes ne constitue en principe pas un indice en faveur de la possibilité d'enregistrer une marque (consid. 4).

Abweisung der Beschwerde; Akten-Nr. MA-AA 11/04

Das IGE hatte die Eintragung der Wortmarke «Niteview» für «elektronische und / oder opto-elektronische Geräte zur Erkennung von Hindernissen» in der Klasse 9 zurückgewiesen, wogegen sich die vorliegende Beschwerde richtet.

Aus den Erwägungen:

2. Gemäss Art. 1 Abs. 1 MSchG ist die Marke ein Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Keinen Schutz geniessen nach Art. 2 lit. a MSchG Zeichen, die zum Gemeingut gehören, sofern sie sich nicht im Verkehr durchgesetzt haben.

Als Gemeingut gelten einerseits Zeichen, die für den Wirtschaftsverkehr unentbehrlich und daher frei-haltebedürftig sind. Andererseits gehören dazu Zeichen, denen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, weil sie nicht geeignet sind, die Waren oder Dienstleistungen, für welche sie bestimmt sind, zu individualisieren (Ch. Willi, Markenschutzgesetz, Art. 2 N 38-44). Als nicht unterscheidungskräftig gelten nach ständiger Praxis Hinweise auf Eigenschaften, die Beschaffenheit, die Bestimmung oder die Wirkung der Waren oder Dienstleistungen, welche die Marke kennzeichnen soll. Blosser Gedankenverbindungen oder Anspielungen, die nur entfernt auf die Waren oder Dienstleistungen hinweisen, reichen jedoch nicht aus, um einem Zeichen den Schutz zu versagen. Der gedankliche Zusammenhang mit der Ware oder Dienstleistung muss vielmehr derart sein, dass der beschreibende Charakter ohne besonderen Aufwand an Fantasie zu erkennen ist (BGer, sic! 2004, 401 «Discovery Travel & Adventure Channel», m.H.). Nicht schützbar sind somit alle Angaben, die in einem so engen Zusammenhang mit der Ware oder Dienstleistung stehen, dass sie direkt oder zum mindesten klar erkennbar auf eine bestimmte Qualität oder sonst eine Eigenschaft schliessen lassen (L. David, Kommentar zum Markenschutzgesetz, 2. Aufl., Basel 1999, MSchG Art. 2 N 10; E. Marbach, SIWR III, Basel 1996, 39 f.).

Ob ein Zeichen Gemeingut bildet, beurteilt sich nach dem Gesamteindruck. Bei Wortverbindungen ist zuerst der Sinngehalt der einzelnen Bestandteile zu ermitteln und dann zu prüfen, ob sich aus der Kombination ein beschreibender, unmittelbar verständlicher Sinn ergibt (RKGE, sic! 2003, 134 «Cool Action», m.H.). Wörter der englischen Sprache können als Zeichen des Gemeinguts aufgefasst werden, sofern sie von den massgeblichen Verkehrskreisen ohne weiteres verstanden werden und nach den üblichen Sprachregeln gebildet sind.

3. Die Wortmarke NITEVIEW setzt sich aus den englischen Wörtern «nite» und «view» zusammen.

Gemäss Vorinstanz ist «nite» eine Variante der Schreibweise «night», des englischen Worts für «Nacht». Die Beschwerdeführerin bestreitet, dass «nite» vom schweizerischen Durchschnittsabnehmer verstanden wird, da diese Interpretation von «nite» Englischkenntnisse eines «Anglophonen» voraussetze. Ob der schweizerische Durchschnittsabnehmer von Konsumgütern des täglichen Bedarfs die Bedeutung von «nite» versteht, kann indessen offen bleiben, richten sich doch die beanspruchten Waren insbesondere an Fachleute und technisch interessierte und versierte Personen. Diese Personenkreise verfügen in der Regel über gute englische Sprachkenntnisse, auch wenn sie nicht anglophon (englischsprachig) sind. Es kann daher davon ausgegangen werden, dass diesen Kreisen die aus dem Amerikanischen stammende Schreibweise «nite» für «night» mit identischer Aussprache geläufig ist. [...]

Das Wort «view» hat verschiedene Bedeutungen, und die Beschwerdeführerin zieht daraus den Schluss, dass «niteview» – selbst wenn «nite» im Sinne von «Nacht» verstanden würde – keinen konkreten Sinn ergebe. Dieser Folgerung kann sich die Rekurskommission nicht anschliessen. Ausschlaggebend im Hinblick auf die Frage der Unterscheidungskraft ist das Zeichen NITEVIEW als Ganzes. In Verbindung mit «nite» (night) und unter Berücksichtigung der beanspruchten Waren dominiert eindeutig der Sinngehalt «Nachtsicht». Das Zeichen beschreibt die beanspruchten Waren in dem Sinne, dass die betreffenden elektronischen und / oder opto-elektronischen Geräte es erlauben, Hindernisse auch in der Nacht zu erkennen. Die Bezeichnung NITEVIEW ist eine direkte Aussage über Einsatzbereich und Verwendungszweck dieser Geräte und daher nicht geeignet, die beanspruchten Geräte im Verkehr hinreichend zu individualisieren. Dem Zeichen fehlt demnach die für den Schutz als Marke erforderliche Unterscheidungskraft.

4. Die Beschwerdeführerin weist auf drei Marken mit dem Wort NITE hin, welche zum Schutz in der Schweiz zugelassen wurden, und vertritt die Ansicht, diese Marken seien ein Indiz dafür, dass das Wort «nite» von den Abnehmern nicht im Sinne von «Nacht» verstanden werde. Es geht dabei um die Marken «ECO-Nite», «SENSOR-NITE» und «NITE».

Voreintragungen bedeuten, dass die Prüfungsbehörde die betreffende Marke als Ganzes im Zeitpunkt der Prüfung für die beanspruchten Waren als schutzfähig beurteilt hat. In der Regel sind jedoch solche Voreintragungen kaum ein geeignetes Indiz dafür, dass die Abnehmer ein fremdsprachiges Wort heute gleich verstehen, zumal Wörter im Laufe der Zeit ihre Bedeutung ändern können. [...]

5. Die Beschwerde erweist sich somit als unbegründet und ist unter Kostenfolge abzuweisen.

Te