

4. Kennzeichenrecht / Droit des signes distinctifs

4.1 Marken / Marques

«Royal»

Eidgenössische Rekurskommission für geistiges Eigentum vom 14. Juni 2006

PVÜ 6quinquies B 2; MSchG 2 a. Das Zeichen «Royal» wird zumindest von den französischsprachigen und englischkundigen Verkehrskreisen direkt als allgemeiner Qualitätshinweis verstanden und ist als solcher nicht unterscheidungskräftig und Freihaltebedürftig (E. 3).

MSchG 2 a. Die weiteren Bedeutungen von «Royal» sind im Hinblick auf die beanspruchten Waren nicht naheliegend, weshalb das Zeichen nicht dank einer markenrechtlich relevanten Mehrdeutigkeit schutzfähig ist (E. 4).

CUP 6quinquies B 2; LPM 2 a. Le signe «Royal» est considéré comme une indication de qualité, du moins par les consommateurs qui maîtrisent les langues française et anglaise; par conséquent, ce signe n'a pas de caractère distinctif et doit rester à la libre disposition des concurrents (consid. 3).

LPM 2 a. En relation avec les produits revendiqués, les autres significations du mot «Royal» ne paraissent pas évidentes; il s'ensuit que le signe ne peut être protégé au motif que sa signification serait ambiguë du point de vue du droit des marques (consid. 4).

Abweisung der Beschwerde; Akten-Nr. MA-AA 01/06

Mit Verfügung vom 9. Dezember 2005 verweigerte das IGE der internationalen Registrierung «Royal» für «chemische Produkte für die Photographie» (Klasse 1) den Schutz in der Schweiz. Dagegen wehrte sich die Beschwerdeführerin mit Eingabe vom 10. Januar 2006.

Aus den Erwägungen:

3. Das aus dem Französischen und (daraus entlehnt) dem Englischen stammende Zeichen «royal» hat die Bedeutung von «königlich», abgeleitet vom französischen Wort «roi». Gemäss dem Nachschlagewerk «Robert» (Le Nouveau Petit Robert, Paris 2000) kommt «royal» die Bedeutung von «digne d'un roi, majestueux, grandiose, magnifique» zu. Wie die Vorinstanz in ihrer Vernehmlassung nachweist, heisst «royal» darüber hinaus auch «herausragend» oder «perfekt». Auch im Englischen bedeutet es «above the usual or normal standing, size, quality etc.» (Collins English Dictionary, Glasgow 2000). Die RKGE geht insofern mit der Vorinstanz einig, dass «royal» zumindest für die französischsprachigen Verkehrskreise einen allgemeinen Qualitätshinweis und eine reklamehafte Anpreisung darstellt und sich diese Bedeutung dem Betrachter unmittelbar aufdrängt. [...] Der Beschwerdeführerin ist entgegenzuhalten, dass sie in ihrer Argumentation allein vom deutschen Sprachverständnis ausgeht und dasjenige der französischsprachigen und englischkundigen Verkehrskreise nicht berücksichtigt. Das Zeichen «royal» wird von diesen im Sinne des Ausdrucks «c'est royal» verstanden, bei dem es sich just um einen derartigen allgemeinen Qualitätshinweis handelt, welcher nicht unterscheidungskräftig ist und für welchen ein Freihaltebedürfnis besteht (vgl. RKGE, sic! 2003, 802 E.5, «We keep our promises»; Ch. Willi, Kommentar zum Markenschutzgesetz, Zürich 2002, MSchG 2 N 79).

Diese Umstände reichen praxisgemäss aus, um diesem Zeichen die Schutzfähigkeit zu versagen (RKGE, sic! 2005, 19, «Gelactiv», m.H. auf L. David, Kommentar zum Markenschutzgesetz, 2. Aufl., Basel 1999, MSchG 2 N 9; Willi, MSchG 2 N 15).

4. Es ist vorliegend lediglich noch zu prüfen, ob eine markenrechtlich relevante Mehrdeutigkeit vorliegt, welche «royal» als schutzfähig erscheinen lässt. [...]

Gemäss feststehender Praxis kann die Mehrdeutigkeit eines Zeichens zur Schutzfähigkeit führen, wenn nicht auszumachen ist, welche von mehreren Bedeutungen dominiert, und dies zu einer Unbestimmtheit des Aussagegehalts des Zeichens führt [...]. Vorliegend sind die Bedeutungen «königlich» und – wie die Beschwerdeführerin geltend macht – «aus einem Königshaus stammend» keine echten Sinnvarianten, da die Verkehrskreise mit Bezug auf die beanspruchten Waren nicht davon ausgehen werden, dass sie aus einem Königshaus stammen, mit anderen Worten dort oder unter dessen Verantwortung hergestellt werden. Ähnlich verhält es sich mit dem Hinweis der Beschwerdeführerin auf den Familiennamen «Royal». Auch hier liegt für die Verkehrskreise (jedenfalls in der überwiegenden Mehrheit) die Annahme nicht nahe, dass die von der Marke beanspruchten chemischen Produkte für die

Fotografie von einem Unternehmen bzw. Unternehmer namens «Royal» hergestellt werden.

5. [...]

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

Sd