

# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 115/99

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 397 58 297.8

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 1. Februar 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I

Die Wortmarke

Cappuccino

ist angemeldet zur Eintragung in das Register für die Waren "Haarfarben".

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen mit der Begründung, daß die angemeldete Marke Freihaltungsbedürftig iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sei und daß ihr außerdem die erforderliche Unterscheidungskraft gem § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG fehle. Das Wort "Cappuccino" stamme aus dem Italienischen und beschreibe nicht nur eine bestimmte Kaffeezubereitung, sondern auch eine bestimmte Farbe. Die angesprochenen Verkehrskreise verstünden insoweit die angemeldete Marke als Angabe zur konkreten Farbe der angebotenen Haarfarben. Für die Tatsache, daß "Cappuccino" in Deutschland tatsächlich als Farbangabe für dekorative Kosmetika verwandt wird, hat das Deutsche Patent- und Markenamt dem Erinnerungsbeschuß konkrete Belege beigefügt.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie meint, daß die angemeldete Marke über die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG verfüge und außerdem nicht Freihaltungsbedürftig iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sei.

Die Anmelderin vertritt die Auffassung, daß das Markenwort "Cappuccino" für die angemeldeten Marken keine konkrete Beschreibung enthalte. "Cappuccino" stamme zwar aus dem Italienischen, sei jedoch mehrdeutig. Es könne nicht nur eine bestimmte Farbe bezeichnen, sondern auch einen Angehörigen des Kapuziner-Ordens (Kapuziner) oder die Zubereitungsart "Cappuccino" für Kaffee. Diese Kaffeezubereitung verfüge im übrigen über keine einheitliche Farbe. In Deutschland würde "Cappuccino" entweder mit Schlagsahne oder mit aufgeschäumter

Milch zubereitet. Die Oberfläche des Getränks sei daher beim Servieren entweder weiß oder weiß mit Braun gemischt. Nach einiger Zeit würde sich der Kaffee mit der Sahne, bzw mit der Milch vermischen und eine bräunliche Flüssigkeit bilden, deren konkrete Farbe jeweils von der Menge der hinzugefügten Sahne oder Milch abhinge. Schließlich werde für "Cappuccino" eine bestimmte Kaffeesorte benutzt, deren Bohnen dunkelbraun seien. Aus diesen Gründen lasse sich mit dem Markennwort "Cappuccino" keine bestimmte Farbe beschreiben. Im übrigen seien die Mitbewerber der Anmelderin nicht auf das Wort "Cappuccino" angewiesen, um eine bestimmte Schattierung von Braun zu beschreiben.

Die Anmelderin beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 27. Oktober 1998 und vom 15. März 1999 aufzuheben.

Der Senat hat der Anmelderin im Laufe des gerichtlichen Verfahrens den Beschluß des 27. Senats vom 22. September 1987, 27 W (pat) 206/86, übersandt. In dieser Entscheidung ist die Bezeichnung "Café au Lait" als freihaltungsbedürftige Farbangabe festgestellt worden.

Zu den weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, aber nicht begründet. Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zu Recht gem § 37 Abs 1 iVm § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen.

Das Markennwort "Cappuccino" stellt eine freihaltungsbedürftige Beschaffenheitsangabe iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG dar. Es entspricht dem deutschen Sprachgebrauch für Farbangaben und ist dazu geeignet, im Bereich der Waren Haarfarben als Angabe dafür zu dienen, welche konkrete Farbe die angebotene Haarfarbe

hat. Bezüge auf Kaffee und Kaffee-Zubereitungen als Farbangabe sind im Deutschen üblich. Die Ausdrücke "kaffeebraun" und "milchkaffeebraun" werden im DUDEN, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache (3. Auflage 1999, S 2025 und 2586), als feststehende Ausdrücke, nicht als Modewörter aufgeführt. Das Wort "Cappuccino" ist im Deutschen der Allgemeinheit als Bezeichnung einer bestimmten Kaffee-Zubereitung geläufig, die ursprünglich aus Italien stammt. Diese Kaffee-Zubereitung ist in Deutschland allgemein beliebt und wird inzwischen in nahezu allen Restaurants und Gaststätten angeboten. Dagegen kann die Tatsache, daß dem Wort "cappuccino" im Italienischen neben einer bestimmten Kaffee-Zubereitung auch noch der Begriff des Kapuziners, also eines Angehörigen des Kapuziner-Ordens, zugeordnet werden kann, in Deutschland nicht als allgemein bekannt vorausgesetzt werden. Denn anders als das Englische ist das Italienische keine Fremdsprache, in der das breite Publikum in der Bundesrepublik Deutschland über weitergehende Kenntnisse verfügt. Bei dieser Sachlage werden die angesprochenen Verkehrskreise das Markenwort "Cappuccino" im Zusammenhang mit den Haarfarben, die unter dieser Marke angeboten werden sollen, ohne weiteres als Farbangabe verstehen, so daß dieser Ausdruck insoweit zur beschreibenden Verwendung geeignet ist.

Es mag sein, daß die Auffassungen darüber auseinandergehen können, welche konkrete Variante des Farbtones Braun mit "Cappuccino" zutreffend beschrieben werden kann. Eine entsprechende Punktgenauigkeit ist jedoch bei Farbangaben nicht sprachüblich. Auch Ausdrücke wie "sonnengelb" und "tannengrün" oder "Aprikose" und "Kiwi", die ebenfalls als Farbangaben verwandt werden, meinen immer nur einen bestimmten Teilausschnitt aus der gesamten Bandbreite eines bestimmten Farbtones und erfassen ihrerseits regelmäßig eine ganze Reihe von Schattierungen.

Daß das Wort "Cappuccino" im übrigen tatsächlich im Bereich der Kosmetik als Farbangabe verwandt wird, hat bereits die Markenstelle mit den Anlagen zu dem angegriffenen Erinnerungsbeschluß belegt.

Der Umstand, daß es für die Mitbewerber der Anmelderin zu der Farbangabe "Cappuccino" sprachliche Alternativen geben mag, daß also das Wort "Cappuccino" nicht der einzige im Deutschen verfügbare Ausdruck für bestimmte

Brauntöne ist, beseitigt nicht das Freihaltungsbedürfnis. Das ergibt sich unmittelbar aus dem Wortlaut von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, der ausschließlich auf die Eignung eines Wortes zur Warenbeschreibung ("dienen können") abstellt, nicht dagegen darauf, ob es sich bei dem betreffenden Wort um den einzigen Ausdruck handelt, der für die entsprechende Angabe in Frage kommt.

Der angemeldeten Marke fehlt auch jede Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Wie bereits dargelegt, werden die angesprochenen Verkehrskreise das Wort "Cappuccino" ohne weiteres als konkrete Farbangabe verstehen, die sich auf die unter dieser Marke angebotenen Haarfarben bezieht. Als Unterscheidungsmerkmal für die Herkunft dieser Waren aus einem bestimmten Unternehmen kommt die Marke deswegen unter keinem Gesichtspunkt in Betracht.

Aus diesen Gründen war die Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

Dr. Ströbele

Dr. Hacker

Werner

Bb