



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 521/15

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 30 2015 000 406.5

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. November 2017 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Merzbach und Dr. Meiser

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 21. Januar 2015 angemeldete Wortmarke

## **Software für Ihren Erfolg**

soll für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 09:

Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Registrierkassen, Rechenmaschinen, Büromaschinen, Compact-Disc's, DVD's, Computerbetriebsprogramme, Computerperipheriegeräte, Computersoftware, Computertastaturen, optische und magnetische Datenträger, Datenverarbeitungsgeräte, elektronische Publikationen (herunterladbar), Schnittstellengeräte oder -programme für Computer, Smartcards, Laptops, Monitore;

Klasse 42:

Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen, Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software, Aktualisieren von Computersoftware, Computerberatungsdienste, Computersoftwareberatung, Installieren und Kopieren von Computerprogrammen, Vermietung und Wartung von Computersoftware, Dienstleistungen zum Schutz vor Computerviren, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Vermietung von Computersoftware und Datenverarbeitungsgeräten; Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien; Vermietung von Webservern“

eingetragen werden.

Mit Beschluss vom 6. August 2015 hat die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung zurückgewiesen, weil es der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Die aus ohne weiteres verständlichen Wörtern gebildete sloganartige Wortfolge **Software für Ihren Erfolg** weise in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9 und 42 in rein werblich-anpreisender Weise darauf hin, dass diese für die Entwicklung und Erstellung bzw. den Einsatz erfolgsorientierter Software bestimmt und geeignet seien bzw. diese sich inhaltlich und thematisch mit erfolgsorientierter Software befassten. Dieses Verständnis erschließe sich den angesprochenen Verkehrskreisen in Zusammenhang mit den vorgeannten Waren und Dienstleistungen ohne analysierende Betrachtungsweise. Die angemeldete Wortfolge erschöpfe sich damit in einer werbesloganartigen Sachaussage, die weder Originalität noch Prägnanz oder eine Interpretationsbedürftigkeit aufweise, so dass die angesprochenen Verkehrskreise darin keinen betrieblichen Herkunftshinweis erkennen würden.

Die Anmelderin könne sich nicht mit Erfolg auf Voreintragungen anderer, ihrer Auffassung nach vergleichbarer Zeichen stützen, da ungeachtet der Frage einer Vergleichbarkeit dieser Zeichen die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke als gebundene Entscheidung allein auf Grundlage des Gesetzes zu treffen sei, so dass aus fehlerhaften Voreintragungen kein Anspruch auf Eintragung hergeleitet werden könne.

Ob das angemeldete Zeichen darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG auch freihaltebedürftig sei, könne daher offen bleiben.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Zur Begründung verweist sie auf ihr Vorbringen vor der Markenstelle, wo sie im Wesentlichen geltend gemacht hat, dass die angemeldete Wortfolge **Software für Ihren Erfolg** wegen eines fehlenden Verbs bereits keinen grammatikalisch korrekten Satz darstelle. Zudem sei der Begriff „Software“ nicht für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschreibend. Diese gelte auch für den weiteren Begriff „Erfolg“. Vielmehr müssten beide Begriffe von den angesprochenen Verkehrsteilnehmern mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen in Verbindung gebracht werden, was einen gewissen Interpretationsaufwand erfordere. Die angemeldete Wortfolge weise daher das erforderliche Mindestmaß an Originalität und Prägnanz auf, um als betrieblicher Herkunftshinweis erkannt zu werden.

Dementsprechend stelle der Slogan auch keine Freihaltungsbedürftige Angabe i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. August 2015 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da es der angemeldeten Wortmarke **Software für Ihren Erfolg** in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an jeder Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die dem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2012, 610, Rn. 42 - Freixenet; GRUR 2008, 608, 611, Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2013, 731, Rn. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143, Rn. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, 1045, Rn. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2010, 825, 826, Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935, Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2006, 850, 854, Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Rn. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, 230, Rn. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, 611, Rn. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710, Rn. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949, Rn. 10 - My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2012, 1143, Rn. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, 1045, Rn. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2012, 270, Rn. 8 - Link economy).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers bzw. -abnehmers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412 Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rn. 24 - SAT.2; BGH GRUR 2010, 935 Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, 826 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rn. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 1143, 1144 Rn. 9 - Starsat; GRUR 2012, 270, 271 Rn. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, 953 Rn. 10 – Deutschland Card; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH GRUR 2006, 850, 854 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 – Gute Zeiten - Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft auch solche Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2010, 1100 Rn. 23 - TOOOR!; GRUR 2006, 850, 855 Rn. 28 f. - FUSSBALL WM 2006).

An die Beurteilung der Unterscheidungskraft von sloganartigen Wortfolgen wie der hier vorliegenden Bezeichnung **Software für Ihren Erfolg** sind keine strengeren Maßstäbe anzulegen als bei sonstigen Wortzeichen (EuGH GRUR Int. 2012, 914, Nr. 25 - WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; GRUR 2010, 228, Nr. 36 - Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, Nr. 32, 44 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2009, 949, Nr. 12 - My World; BGH GRUR 2009, 778, Nr. 12 - Willkommen im Leben). Es wäre daher unzulässig, besondere Kriterien aufzustellen, die das Kriterium der Unterscheidungskraft ersetzen oder von ihm abweichen (EuGH GRUR 2010, 228, Nr. 38 - Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, Nr. 35, 36 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT), etwa dergestalt, dass die sloganartige Wortfolge phantasievoll sein und ein begriffliches Spannungsfeld, das einen Überraschungs- und damit Merkeffekt zur

Folge habe, aufweisen müsse (EuGH GRUR 2010, 228, Nr. 39 - Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, Nr. 31, 32 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Auch wenn Werbeslogans keinen strengeren Schutzvoraussetzungen unterliegen, ist jedoch zu berücksichtigen, dass Wortmarken in Form von Werbeslogans vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen werden wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die angesprochenen Kreise aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen schließen. Bei nach Art eines Slogans gebildeten Wortfolgen wird der Verkehr diese daher als eine Beschreibung oder Anpreisung des Inhalts oder Gegenstands entsprechender Waren und Dienstleistungen auffassen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029, Nr. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft; EuG GRUR Int. 2003, 834, 835 f. - Best buy; GRUR Int. 2004, 944, 946 - Mehr für Ihr Geld). Andererseits kann eine sloganartige Wortfolge Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweisen, obwohl sie gleichzeitig oder sogar in erster Linie als Werbemittel aufgefasst wird (EuGH a. a. O. Nr. 45 - Vorsprung durch Technik; BGH GRUR 2010, 825, Nr. 15 - Marlene-Dietrich-Bildnis II). Was jedoch im Verkehr ausschließlich als Werbung verstanden wird, stellt keine eintragungsfähige Marke dar (EuGH GRUR Int. 2011, 255, Nrn. 51 - 53 - BEST BUY). Nicht unterscheidungskräftig sind demzufolge spruchartige Wortfolgen, die lediglich in sprach- oder werbeüblicher Weise eine beschreibende Aussage über die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen enthalten oder sich in Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art erschöpfen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, Nr. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2001, 1047, 1049 - LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; BGH GRUR 2001, 735, 736 - Test it.).

2. Nach diesen Grundsätzen fehlt der angemeldeten Marke **Software für Ihren Erfolg** in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Die angemeldete Wortfolge ist aus allgemein geläufigen Wörtern der deutschen Sprache sowie dem vorangestellten englischen Begriff „Software“ gebildet, welcher die zum Betrieb einer Datenverarbeitungsanlage erforderlichen, nicht technisch-physikalischen Funktionsbestandteile einer Datenverarbeitungsanlage wie Programme, Einsatzanweisungen und ähnliches bezeichnet und in dieser Bedeutung auch in den deutschen Wortschatz eingegangen ist (vgl. DUDEN-online zu „Software“ ).

Die zu Klasse 9 beanspruchten *„Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Registrierkassen, Rechenmaschinen, Büromaschinen, Compact-Disc's, .. Computerbetriebsprogramme, Computerperipheriegeräte, Computersoftware, Computertastaturen, ... Datenverarbeitungsgeräte, elektronische Publikationen (herunterladbar), Schnittstellengeräte oder -programme für Computer, Smartcards, Laptops“* enthalten als gegenständliche Waren bereits notwendigerweise „Software“, da ohne diese eine bestimmungsgemäße Nutzung dieser Waren nicht möglich wäre. Dies gilt in Bezug auf die beanspruchten Waren *„DVD's, optische und magnetische Datenträger“*, da diese oberbegrifflich (mit Software) bespielte Datenträger umfassen sowie ferner in Bezug auf *„Monitore“*, da darunter auch Computerbildschirme mit integrierter Software fallen. Der Begriff „Software“ beschreibt daher insoweit unmittelbar Merkmale und Eigenschaften dieser Waren.

Die zu Klasse 42 beanspruchten Dienstleistungen *„Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen, Entwurf und Entwicklung von Computersoftware, Aktualisieren von Computersoftware, Computerberatungsdienste, Computersoftwareberatung, Installieren und Kopieren von Computerprogrammen, Vermietung und Wartung von Computersoftware, Dienstleistungen zum Schutz vor Computerviren, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Vermietung von*



*Computersoftware und Datenverarbeitungsgeräten*“ befassen sich bestimmungsgemäß mit Entwurf, Entwicklung, Wartung, Aktualisierung von Software sowie deren Bereitstellung/Installation, so dass der Begriff „Software“ auch insoweit lediglich als beschreibende Angabe zu Inhalt und/oder Gegenstand dieser Dienstleistungen verstanden wird. Diese gilt insbesondere auch für die beanspruchten *„Dienstleistungen zum Schutz vor Computerviren“*, da diese Entwurf und Entwicklung von Virenschutzprogrammen zum Gegenstand haben können. Unmittelbar beschreibend ist „Software“ aber auch für die Dienstleistung *„Vermietung von Webservern“*, da der Begriff „Webserver“ den Computer mit Webserver-Software oder aber die Webserver-Software selbst bezeichnet (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/Webserver>). Der Begriff „Software“ enthält daher auch insoweit nur einen Hinweis auf den Gegenstand der Dienstleistung.

Hinsichtlich der weiteren zu Klasse 42 beanspruchten Dienstleistungen *„Entwurf und Entwicklung von Computerhardware“* sowie *„Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien“* beschreibt „Software“ zwar nicht unmittelbar Gegenstand und Inhalt dieser Dienstleistungen. Insoweit besteht aber ein enger Zusammenhang sowohl zu der Entwicklung und dem Entwurf von Hardware, da deren Komponenten mit der Software harmonieren müssen (vgl. BPatG 33 W (pat) 67/10 v. 28. Februar 2012 - Software SecurITy-Police, veröffentlicht in PAVIS PROMA) als auch zu der Dienstleistung *„Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien“*, welche in aller Regel nur mittels Einsatz und Verwendung von Software erbracht werden kann, so dass auch insoweit ein Verständnis als Herkunftshinweis auf ein bestimmtes Unternehmen fernliegend ist.

Dies gilt dann aber auch für die angemeldete Wortfolge **Software für Ihren Erfolg**.

Denn diese verknüpft den im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen rein beschreibenden oder aber zumindest einen engen beschreibenden

Bezug aufweisenden Begriff „Software“ lediglich mit dem kundenorientierten, werblich anpreisenden Versprechen „...für Ihren Erfolg“ in dem Sinne, dass die auf den Waren vorhandene bzw. im Rahmen der Dienstleistungen entworfene und/oder entwickelte oder auch verwendete Software dem Abnehmer der Waren oder Dienstleistungen zum Erfolg verhelfen kann.

Diesen Aussagegehalt vermittelt die angemeldete Wortfolge entgegen der Auffassung der Anmelderin nicht in einer suggestiv-andeutenden Form, sondern klar und unmissverständlich; sie erfordert insoweit weder ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand noch ist sie in irgendeiner Weise mehrdeutig. Die entgegen der Auffassung der Anmelderin auch grammatikalisch korrekt als Nominalsatz ohne Verb gebildete Wortfolge erschöpft sich in einer leicht verständlichen Wortverbindung, die ihrem Aussagegehalt nach in allgemein verständlicher Weise einen werblich-anpreisenden Hinweis auf eine besondere Eignung und Qualität der bei den Waren vorhandenen bzw. den Gegenstand der Dienstleistungen bildenden Software enthält.

Das angemeldete Zeichen weist auch keine ungewöhnliche Struktur oder Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf, die geeignet wären, die Wortfolge von dem dahinter stehenden Sinngehalt zu lösen und das Zeichen aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise zu etwas anderem werden zu lassen als eine bloße Werbebotschaft, mit der die Eigenschaften der betreffenden Waren und Dienstleistungen gerühmt werden.

Soweit die Wortfolge keine Information dazu enthält, in welcher Art und Weise die auf den Waren vorhandene bzw. den Gegenstand und Inhalt der Dienstleistungen bildende „Software“ geeignet ist, dem Abnehmer der Waren oder Dienstleistungen zum Erfolg zu verhelfen, entspricht eine solche Unbestimmtheit bzw. Verallgemeinerung dem Charakter einer schlagwortartigen Werbeaussage, einen möglichst weiten Bereich waren- und dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte in einer schlagwortartigen und werbewirksamen Weise zu erfassen.

sen, ohne diese im Einzelnen zu benennen (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt). Eine solche begriffliche Unschärfe der als Marke angemeldeten Bezeichnung steht einem Verständnis als (werblich-anpreisende) Sachangabe und damit der Feststellung eines Eintragungshindernisses nicht entgegen (vgl. GRUR 2004, 192 - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 222 - BIOMILD; GRUR 2004, 674 - Postkantoor).

Was die nach Meinung der Anmelderin vergleichbaren „Voreintragungen“ wie z. B. „SCHÜTZT WAS GUT IST“ oder „FOR YOU“ betrifft, ist ungeachtet der Frage einer Vergleichbarkeit zunächst anzumerken, dass der Slogan „SCHÜTZT WAS GUT IST“ in Bezug auf die dazu beanspruchten Waren jedenfalls keinen sich ohne ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand erschließenden Aussagegehalt aufweist bzw. die schlagwortartige Wortfolge „FOR YOU“ eine unvollständige Aufforderung enthält, welche nicht erkennen lässt, worauf sich diese bezieht.

Ungeachtet dessen sind etwaige Entscheidungen über ähnliche Anmeldungen, soweit sie bekannt sind, im Rahmen der Prüfung zwar zu berücksichtigen; sie sind aber keinesfalls bindend (vgl. EuGH, Beschluss vom 12. Februar 2009 - C39 und 43/08, GRUR 2009, 667 Rn. 17 und 19 - Bild digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart; ferner BGH GRUR 2014, 376 Nr. 19 - grill meister). Für die Eintragung der angemeldeten Marke kommt es allein darauf an, ob die tatbestandlichen Voraussetzungen eines gesetzlich geregelten Schutzhindernisses gegeben sind. Ob identische, ähnliche oder vergleichbare Zeichen eingetragen worden sind, bleibt dagegen unmaßgeblich. Deshalb ist ein näheres Eingehen auf Voreintragungen in keinem Fall angezeigt (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl., § 8 Rdnr. 52 m. w. Nachw.).

**3.** Die Frage, ob auch ein Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegeben ist, kann bei dieser Sachlage dahingestellt bleiben.

**4.** Die Beschwerde ist daher zurückzuweisen.

**V.**

**Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss steht der Anmelderin das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Dr. Hacker

Merzbach

Dr. Meiser

Pr