



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 556/17

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2016 109 437.0

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 26. Mai 2020 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

PROFI PARK

ist am 18. Oktober 2016 zur Eintragung als Wort-/Bildmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Werbung und Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; betriebswirtschaftliche Beratung im Zusammenhang mit der Bewirtschaftung und Nutzung von Einkaufs-/Fachmarktzentren und anderen Immobilien; Entwicklung und Umsetzung von Nutzungs- und Unterhaltungskonzepten für Immobilien in betriebswirtschaftlicher Hinsicht; Entwicklung und Umsetzung von Werbemaßnahmen und Werbekonzepten für die Gebäudebewirtschaftung; Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Verkaufsförderung für Einkaufs- und Fachmarktzentren, Untersuchung und Auswertung von Marketinginformationen zur Verbesserung der Vermarktungsmöglichkeiten gewerblicher Immobilien; Maßnahmen zur Verkaufsförderung [sales promotion] für Einkaufs- und Fachmarktzentren; Vermittlung von

Handelsgeschäften und -kontakten für Dritte; Durchführung von Organisations- und Verwaltungsdienstleistungen [Büroarbeiten] sowie Vermittlung von Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen und Handelsgeschäften für Dritte für den Betrieb eines Einkaufszentrums; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu werbe- und verkaufsfördernden Zwecken;

Klasse 36: Entwicklung und Umsetzung von Nutzungs- und Unterhaltungskonzepten für Immobilien in finanzieller Hinsicht; Immobilienverwaltung sowie Vermittlung, Vermietung und Verpachtung von Immobilien [Facility Management]; Grundstücks- und Hausverwaltung;

Klasse 41: Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Betrieb und Vermietung von Freizeit, Sport- und Unterhaltungseinrichtungen, soweit in Klasse 41 enthalten.

Mit Beschluss vom 27. Januar 2017 hat die Markenstelle für Klasse 35 des DPMA die Anmeldung unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid vom 16. November 2016 wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Wort-/Bildmarke beinhalte die Wortbestandteile „Profi“ und „Park“. Das Wort „Profi“ stehe für jemanden, der etwas professionell betreibe, einen „Auskenner/Professionellen“. „Park“ bezeichne zwar einerseits eine größere Anlage mit Bäumen, Sträuchern, Rasenflächen, Wegen und Blumenrabatten usw., habe sich aber darüber hinaus auch als Begriff für alle möglichen Arten größerer Gesamt- und Geschäftsgestaltungen und -anlagen eingebürgert und werde in diesen Fällen dann durch einen entsprechenden Zusatz inhaltlich-thematischer Art konkretisiert, wie beispielsweise in den Wortverbindungen „Vergnügungspark, Industriepark, Gewerbepark, Themenpark, Technologiepark“ usw. Das hier angemeldete Zeichen „Profipark“ füge sich zwanglos in die Reihe dieser Wortbildungen ein und werde damit unmittelbar in der Bedeutung einer Angebotsstätte für/von Profis verstanden. Das Wort „Park“ habe sich durch häufige

Verwendung in zahlreichen Zusammensetzungen über seine ursprüngliche Bedeutung hinaus zu einer beschreibenden Sachangabe für ein bestimmtes Areal oder eine Anlage entwickelt, welche(s) zu verschiedenen Zwecken genutzt werde – vorliegend eben zu professionellen Zwecken bzw. zur Erbringung von Dienstleistungen durch Profis und/oder von Dienstleistungen, die sich an Profis richten würden. Die Schutzunfähigkeit der Wortbestandteile werde auch nicht durch die graphische Gestaltung des Zeichens überwunden, da es sich bei den eingesetzten graphischen Mitteln (Einzeiligkeit, Schriftart) um verbrauchte graphische Elemente handele, so dass die graphische Gestaltung nicht von den gebräuchlichen Darstellungen im relevanten Waren- und Dienstleistungsbereich abweiche. Der Gesamteindruck des angemeldeten Zeichens führe nicht hinreichend von der beschreibenden Aussage weg, die durch die Wortbestandteile vermittelt werde.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die sich im Beschwerdeverfahren im Weiteren nicht geäußert und keinen ausdrücklichen Antrag gestellt hat, in der Sache aber sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 vom 27. Januar 2017 aufzuheben.

Im Amtsverfahren hat sie in ihrer Stellungnahme auf den Beanstandungsbescheid ausgeführt, dass sich weder dem Wortbestandteil „Profi“ noch dem Element „Park“ ein im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen beschreibender Begriffsinhalt zuordnen lasse. Das Wort „Park“ werde stets im Sinne einer Grünfläche verstanden. Dass der Begriff „Park“ das Areal beschreibe, in dem die beanspruchten Dienstleistungen angeboten würden, sei demnach fernliegend. Vielmehr sei sogar ausgeschlossen, dass diese Dienstleistungen auf einer Grünfläche angeboten würden. Ein sonstiger enger Bezug zu einem Park oder einer Grünfläche sei ebenfalls nicht zu erkennen. Auch der weitere Begriff „Profi“ weise keinen direkten beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Dienstleistungen auf.

So sei bei Dienstleistungen generell – und nicht nur bei den beanspruchten Dienstleistungen – davon auszugehen, dass diese von Personen erbracht würden, die professionell in diesem Bereich tätig seien. Dass sich die Dienstleistungen ausschließlich oder zumindest überwiegend an Personen richteten, die etwas professionell betreiben würden, sei ebenfalls fernliegend. Zudem sei zu berücksichtigen, dass es sich bei dem angemeldeten Zeichen um eine Wort-/Bildmarke handele, die neben dem Wortelement einen ungewöhnlichen Schrifttyp aufweise und schon allein aus diesem Grunde schutzfähig sei.

Zur Ergänzung des Tatbestands wird auf den am 1. April 2020 versandten Hinweis des Senats und den übrigen Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige, insbesondere nach §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG statthafte und gem. § 66 Abs. 2 MarkenG fristgerecht eingelegte Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens **PROFI PARK** als Marke steht das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, so dass die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung gem. § 37 Abs. 1 MarkenG zu Recht die Eintragung versagt hat.

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart

Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 7 – #darferdas? I; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) 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 der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt enthalten, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard). Ferner kommt die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I; GRUR 2016, 934 Rn. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 21 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 26 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 – Link economy; GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!).

2. Nach diesen Grundsätzen ist die Unterscheidungskraft des angemeldeten Kombinationszeichens im hier relevanten Dienstleistungszusammenhang zu verneinen, da die angesprochenen inländischen Verkehrskreise, bei denen es sich in erster Linie um Geschäftskunden, hinsichtlich der in Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen auf dem Gebiet der Unterhaltung sowie der sportlichen und kulturellen Aktivitäten zudem auch um Endverbraucher handelt, dieses Wort-/Bildzeichen im verfahrensgegenständlichen Umfang nur als werbeüblich gestaltete

beschreibende und anpreisende Sachaussage, nicht jedoch als betrieblichen Herkunftshinweis verstehen werden.

a) Der Wortbestandteil des angemeldeten Zeichens setzt sich aus den Worten „Profi“ und „Park“ zusammen. Bei dem Begriff „Profi“ handelt es sich um eine von dem englischen Wort „professional“ abgeleitete Kurzform, die im Deutschen als Bezeichnung sowohl für einen Berufssportler als auch ganz allgemein für eine Person verwendet wird, die etwas professionell betreibt bzw. sich berufsmäßig mit einer Sache befasst (vgl. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Profi>; BPatG, Beschluss vom 26.09.2018, 29 W (pat) 22/18 – ProfiLine; Beschluss vom 13.10.2016, 30 W (pat) 503/15 – ProfiPatch). Im Rahmen der Werbung wird die Bezeichnung „Profi“ häufig als Qualitätshinweis dergestalt verwendet, dass die angebotenen Produkte oder Leistungen von einem Profi stammen bzw. für einen solchen bestimmt sind und dementsprechend eine besonders hohe Qualität aufweisen bzw. besonders hohen Anforderungen gerecht werden (vgl. BPatG, Beschluss vom 26.09.2018, 29 W (pat) 22/18 – ProfiLine m. w. N.; Beschluss vom 08.08.2016, 24 W (pat) 557/16 – Profiplus; Beschluss vom 16.07.2002, 33 W (pat) 380/01 – Profi Care; Beschluss vom 04.04.2001, 29 W (pat) 15/00 – HAUSHALTSPROFIS). Zwar führt die Beschwerdeführerin zutreffend aus, dass Dienstleistungen regelmäßig berufsmäßig von Personen erbracht würden, die professionell im jeweiligen Bereich tätig seien; dies ändert jedoch nichts an der Feststellung, dass die Bezeichnung „Profi“ üblicherweise als werbender Hinweis auf eine besondere Qualität verwendet wird.

Das Wort „Park“ ist als Bezeichnung eines Landschaftsgartens („größere [einer natürlichen Landschaft ähnliche] Anlage mit [alten] Bäumen, Sträuchern, Rasenflächen, Wegen [und Blumenrabatten]“) sowie als Kurzform für die Begriffe „Wagenpark“, „Maschinenpark“, „Fuhrpark“ gebräuchlich (vgl. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Park>). Darüber hinaus findet der Bestandteil „Park“ nachgestellt in Wortverbindungen wie beispielsweise Einkaufspark, Technologiepark, Industriepark, Gewerbepark, Freizeitpark oder Vergnügungspark

Verwendung (vgl. die im Hinweis des Senats genannten sowie die diesem beige-fügten Recherchebelege). In diesen Wortverbindungen bezeichnet der Bestandteil „-park“ jeweils ein Gelände bzw. Areal zur Ansammlung verschiedener Gewerbe, Geschäfte oder Einrichtungen, die durch den vorangestellten Wortbestandteil näher spezifiziert werden (vgl. auch BGH GRUR 2008, 1002 Rn. 25 – Schuhpark).

In ihrer Gesamtheit weist die Wortkombination „PROFI PARK“ anpreisend auf ein Gelände bzw. den Betrieb eines solchen hin, auf dem Waren bzw. Dienstleistungen von und/oder für Profis angeboten werden. Diese Bedeutung werden die angesprochenen Verkehrskreise unmittelbar erfassen.

Insbesondere ergibt sich aus der Verbindung der Bestandteile „PROFI“ und „PARK“ kein Herkunftshinweis. Durch die Zusammenfügung von beschreibenden Begriffen kann zwar der Charakter einer Sachangabe entfallen. Dies setzt allerdings voraus, dass die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 98 f. – Postkantoor; BGH GRUR 2001, 162, 163 RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; GRUR 2009, 949 Rn. 13 – My World; GRUR 2012, 272 Rn. 12 – Rheinpark-Center Neuss). Der beschreibende Charakter mehrerer Wörter geht aber regelmäßig nicht schon durch deren Zusammenführung verloren. Vielmehr bleibt im Allgemeinen die bloße Kombination von beschreibenden Bestandteilen selbst beschreibend. Hiervon ist auch bei dem angemeldeten Zeichen auszugehen, zumal Wortverbindungen sowohl mit dem vorangestellten Bestandteil „Profi-“ als auch mit dem nachgestellten Bestandteil „-park“ häufig verwendet werden und den angesprochenen Verkehrskreisen geläufig sind. Die Tatsache, dass das angemeldete Zeichen keine auf „-park“ endende Wortverbindung darstellt, sondern aus zwei getrennten Worten „Profi“ und „Park“ besteht, vermag an dieser Bewertung nichts zu ändern.

Vor diesem Hintergrund wird das angesprochene Publikum in der Wortkombination „PROFI PARK“ im hier relevanten Dienstleistungszusammenhang eine anpreisende



Aussage über die Qualität und den Erbringungsort der angebotenen Dienstleistungen sehen.

b) Dies gilt in Bezug auf sämtliche beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35, 36 und 41. Die in den Klassen 35 und 36 beanspruchten Dienstleistungen können insbesondere in einem als „Park“ bezeichneten Areal (wie beispielsweise einem Einkaufspark) gegenüber den dort tätigen Geschäftskunden angeboten bzw. erbracht werden und sich damit sowohl an Profis wenden als auch von Profis erbracht werden. Ebenso können die in Klasse 41 angemeldeten Dienstleistungen aus dem Bereich der Unterhaltung und der sportlichen und kulturellen Aktivitäten auf einem derartigen Areal von Profis angeboten bzw. erbracht werden.

c) Das angemeldete Zeichen erhält im Übrigen auch nicht durch die graphische Ausgestaltung die Funktion eines Unterscheidungsmittels. Einfache graphische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbildes, an die der Verkehr gewöhnt ist, vermögen in der Regel den beschreibenden Charakter einer Angabe nicht zu beseitigen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die graphische Ausgestaltung einer Wortmarke in einer naheliegenden Form umso weniger die erforderliche Unterscheidungskraft begründen kann, je deutlicher ein unmittelbarer Bezug der Bezeichnung zu den beanspruchten Waren/Dienstleistungen erkennbar ist (vgl. BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK). Denn je unmittelbarer die Sachaussage hervortritt, umso mehr wird sie sich in den Augen des angesprochenen Verkehrs gegenüber der graphischen Gestaltung in den Vordergrund drängen. Die Unterscheidungskraft eines solchen Kombinationszeichens kann daher nur bejaht werden, wenn der Verkehr in der bildlichen Ausgestaltung oder in dem von ihr mitbestimmten Gesamteindruck eine betriebliche Herkunftskennzeichnung sieht.


Dies kann vorliegend nicht angenommen werden. Die graphische Gestaltung des angemeldeten Zeichens **PROFI PARK** beschränkt sich auf die Verwendung einer bestimmten Schriftart, die sich durch eine breite, leicht nach rechts

geneigte Strichführung und eine blockartige Anmutung auszeichnet. Eine Besonderheit weist die Darstellung des Buchstabens „R“ auf, dessen Bogen nach unten offen endet. Diese gewählte Schriftart weicht jedoch nicht in erheblichem Maße von gängigen Standardschriften ab. Zudem ist die Verwendung leicht abgewandelter Schrifttypen häufig anzutreffen und werbeüblich (vgl. zu diversen Schriftarten bei-

spielsweise BGH GRUR 2014, 872 Rn. 32 ff. – Gute Laune Drops: ; GRUR 2010, 640 – hey: ; BPatG, Beschluss vom 23.01.2019, 29 W (pat)

551/18 – Street Art Games: ; Beschluss vom 03.12.2012, 26 W (pat)

10/12 – INSTANTCOAT: ; Beschluss vom 30.09.2009, 26 W (pat) 2/09 – LINKRANK: ; Beschluss

vom 07.04.2010, 28 W (pat) 501/09 – facettenreich: ; Beschluss vom 17.12.2008, 28 W (pat) 114/08 – MARKT CAFE:

).

Dementsprechend werden die angesprochenen Verkehrskreise in dem angemeldeten Zeichen in seiner Gesamtheit lediglich einen dekorativ ausgestalteten werbenden Sachhinweis und keinen Herkunftshinweis sehen

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob die angemeldete graphisch ausgestaltete Bezeichnung darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Dienstleistungen freihaltebedürftig ist.

4. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da die Beschwerdeführerin die Durchführung einer solchen nicht beantragt (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und der Senat sie auch nicht für geboten erachtet hat (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten 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 eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt schriftlich einzulegen.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Lachenmayr-Nikolaou