



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 36/02

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

**betreffend die Marke 397 41 706**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 2. März 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Prof. Dr. Hacker und Guth

beschlossen:

1. Die Beschwerde der Antragsgegnerin wird zurückgewiesen.
2. Die Kosten des Beschwerdeverfahrens werden der Antragsgegnerin auferlegt.

**Gründe**

**I.**

Die am 1. September 1997 vom Ehemann der Antragsgegnerin angemeldete Wort-Bildmarke

# Lady Di

ist für die Waren und Dienstleistungen

"Veranstaltung von Musikdarbietungen, Filmvorführungen, Filmvermietung, Büchervermietung, Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften, Durchführung von Volksbelustigungen; Verpflegung; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung, Gesundheits- und Schönheitspflege; Bekleidungsstücke; Turn- und Sportbekleidungsstücke wie T-Shirts, Sweat-Shirts, Trainingsanzüge, Shorts, einschließlich Turn- und Sportschuhe und Kopfbedeckungen wie Kappen und Hüte; Seifen; Parfümerien; ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme"

am 7. Januar 1998 unter der Nummer 397 41 706 in das Markenregister eingetragen und am 24. Februar 1998 auf die Antragsgegnerin umgeschrieben worden.

Gegen diese Markeneintragung haben die Antragsteller, die Testamentsvollstrecker und Nachlaßverwalter der verstorbenen Diana, Princess of Wales sind, Antrag auf Löschung gem. § 50 Abs. 1 Nr. 4 und § 50 Abs. 1 Nr. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG hinsichtlich sämtlicher Waren und Dienstleistungen sowie gem. § 50 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG i.V.m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG hinsichtlich der Dienstleistungen gestellt. Diesem ihr am 10. Mai 2000 zugegangenen

Löschungsantrag hat die Antragsgegnerin mit am 11. Mai 2000 beim Deutschen Patent- und Markenamt eingegangenen Schriftsatz widersprochen.

Die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluß vom 28. Januar 2002 die Löschung der angegriffenen Marke gem. § 50 Abs. 1 Nr. 4 und § 50 Abs. 1 Nr. 3 in Verbindung mit § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG hinsichtlich sämtlicher Waren und Dienstleistungen sowie gem. § 50 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG i.V.m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG hinsichtlich der Dienstleistungen der Klasse 41 angeordnet.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, die Antragsgegnerin betreibe zusammen mit ihrem Ehemann eine Firma, die sich als "Markenhändler" sehe, und habe Lizenzen an der angegriffenen Marke an verschiedene Unternehmen vergeben, die unter der Bezeichnung "Lady Di" u.a. Bekleidung (Unterwäsche, Dessous) und Reisen anböten. Der Rechtsvorgänger und Ehemann der Antragsgegnerin sei bei der Anmeldung der angegriffenen Marke, die am Tag nach dem Unfalltod der Prinzessin von Wales erfolgt sei, bösgläubig gewesen.

Beim Begriff der Bösgläubigkeit handele er sich um einen qualifizierten Tatbestand, der Rechtsmißbräuchlichkeit oder Sittenwidrigkeit voraussetze. Eine Bösgläubigkeitsanmeldung sei insbesondere dann gegeben, wenn ein Tatbestand eines unzulässigen Behinderungswettbewerbes nach § 1 UWG erfüllt sei. Das wettbewerbsrechtlich Verwerfliche bestehe darin, daß der Markenanmelder die an sich unbedenkliche Sperrwirkung zweckfremd als Mittel des Wettbewerbskampfes einsetze. Im vorliegenden Fall sei es offenkundig, daß durch die Markenanmeldung eine Behinderung der kommerziellen Aspekte des Persönlichkeitsrechtes der Erben der verstorbenen Prinzessin von Wales bezweckt worden und auch eingetreten sei. Nach der Rechtsprechung des BGH könne dem Namen einer Persönlichkeit des öffentlichen Lebens neben anderen Merkmalen wie dem Abbild oder der Stimme ein beträchtlicher wirtschaftlicher Wert zukommen, der auf der besonderen Bekanntheit der Person, ihrem Ansehen und ihren Verdiensten beruhe. Durch

die unerlaubte Verwendung von Persönlichkeitsmerkmalen, insbesondere des Namens, für Werbezwecke würden häufig sowohl ideelle als auch kommerzielle Interessen der Betroffenen beeinträchtigt. Die vermögenswerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechtes seien vererblich, da ansonsten ein Schutz gegenüber einer kommerziellen Nutzung von Name, Bildnis und sonstigen Persönlichkeitsmerkmalen von Verstorbenen durch Nichtberechtigte nicht gewährleistet werden könne. Bei der Prinzessin von Wales habe es sich unstreitig um eine bekannte Person des öffentlichen Lebens gehandelt. "Lady Di" sei eine gebräuchliche Bezeichnung für diese Person. Die Markenmeldung sei zu einem Zeitpunkt erfolgt, an dem die Berichterstattung über die Prinzessin von Wales infolge ihres tragischen Unfalltodes einen neuen Höhepunkt erreicht habe, nämlich einen Tag nach ihrem Ableben. Durch die Steigerung der Aufmerksamkeit sei zu diesem Zeitpunkt gerade das Merchandising-Potenzial des Namens am größten gewesen. Es erscheine unbillig, die durch die Leistung der Verstorbenen geschaffenen, in ihrem Namen verkörperten Vermögenswerte nach dem Tode dem Zugriff eines jeden beliebigen Dritten preiszugeben. Die Markeneintragung für den damaligen Inhaber stelle darum eine Beeinträchtigung des postmortalen Persönlichkeitsrechtes der verstorbenen Prinzessin Diana dar, weil sie in Behinderungsabsicht erfolgt sei, wie sich aus dem Schreiben des Rechtsvorgängers der Antragsgegnerin an den "Diana, Princess of Wales Memorial Fund" ergebe, in dem er den Verkauf der Marke anbiete.

Die Eintragung der angegriffenen Marke verstoße zudem ersichtlich gegen die öffentliche Ordnung, so daß die Marke auch gem. § 50 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG i.V.m. § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG zu löschen sei. Das Namensrecht (§ 12 BGB), das als besonderes Persönlichkeitsrecht Erscheinungsform des aus Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Absatz 1 Grundgesetz hergeleiteten allgemeinen Persönlichkeitsrechtes sei, könne unter dem Gesichtspunkt des Verstoßes gegen die öffentliche Ordnung im markenrechtlichen Eintragungsverfahren berücksichtigt werden. Ein Verstoß gegen dieses Recht sei bei sogenannten absoluten Personen der Zeitgeschichte wie "Lady Di" offensichtlich. Die Anmeldung der Marke einen Tag nach dem Tod der Namensträgerin gebe Anlaß zur Annahme, daß der Anmelder mit dem Image und

der Popularität der Prinzessin habe Geschäfte machen wollen, was sich auch in der Auseinandersetzung mit dem "Diana, Princess of Wales Memorial Fund" und der Ankündigung rechtlicher Schritte gegen diese Stiftung zeige. Es liege daher ein unzulässiger Eingriff in das postmortale Persönlichkeitsrecht vor, der gegen die öffentliche Ordnung verstoße.

Die angegriffene Marke sei darüber hinaus gem. § 50 Abs. 1 Nr. 3 i.V m. §§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG teilweise, nämlich für die Dienstleistungen der Klasse 41, zu löschen. Bei diesen Dienstleistungen handele es sich um solche, die das Leben der Prinzessin von Wales zum Gegenstand haben könnten. Die Bezeichnung "Lady Di", unter der die Prinzessin bekannt gewesen sei, komme daher als beschreibender Hinweis auf die Thematik bzw. den Gegenstand der Dienstleistungen in Betracht.

Angesichts der Bösgläubigkeit der Anmeldung entspreche es der Billigkeit, der Markeninhaberin die Kosten aufzuerlegen.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Antragsgegnerin, die im Verfahren vor dem Bundespatentgericht weder Anträge gestellt noch die Beschwerde begründet hat.

Die Antragsteller beantragen (sinngemäß),

die Beschwerde zurückzuweisen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die im Lösungsverfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt gewechselten Schriftsätze nebst hierzu eingereichten Anlagen sowie auf den angefochtenen Beschluß der Markenabteilung Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Antragsgegnerin ist nicht begründet. Die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patentamts hat zu Recht die Löschung der angegriffenen Marke 397 41 706 "Lady Di" angeordnet. Jedenfalls liegt der Lösungsgrund des § 50 Abs 1 Nr 4 MarkenG vor. Außerdem war die Marke teilweise von der Eintragung ausgeschlossen, weil ihr zum Zeitpunkt der Eintragung die Eintragsversagungsgründe des § 8 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 1 MarkenG entgegenstanden und auch jetzt noch entgegenstehen (§ 50 Abs. Abs. 1 Nr. 3 MarkenG).

1. Nach § 50 Abs 1 Nr 4 MarkenG wird die Eintragung einer Marke auf Antrag wegen Nichtigkeit gelöscht, wenn der Anmelder bei der Anmeldung bösgläubig war. Der Antrag kann von jedermann gestellt werden (§ 54 Abs. 1 Satz 2 MarkenG), so daß es im vorliegenden Fall nicht darauf ankommt, ob die Antragsteller zur Verwertung der kommerziellen Komponenten des postmortalen Persönlichkeitsrecht von Diana, Princess of Wales berechtigt sind, was die Antragsgegnerin im Verfahren vor der Markenabteilung angezweifelt hat.  
Nach den Ausführungen in der Begründung zum Regierungsentwurf des MarkenG steht mit dem Nichtigkeitsgrund des § 50 Abs 1 Nr 4 MarkenG ein markenrechtlicher Anspruch zur Verfügung, um zB rechtsmißbräuchliche oder sittenwidrige Markeneintragungen zur Löschung zu bringen (Bl f PMZ 1994, Sonderheft, S 89). Dieser Anspruch stellt auch ein geeignetes Korrektiv zu Wegfall des Erfordernisses eines Geschäftsbetriebs bei der Anmeldung der Marke dar.

Nach einhelliger Meinung erfaßt der Lösungsgrund des § 50 Abs 1 Nr 4 MarkenG ua auch solche Fälle, in denen sich eine Markenmeldung als Akt eines sittenwidrigen Behinderungswettbewerbs darstellt. Für die Auslegung des § 50 Abs 1 Nr. 4 MarkenG kann insoweit auf die zu § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des sittenwidrigen Markenerwerbs entwickelten Rechtsgrundsätze zurückgegriffen werden (vgl. BGH GRUR 2000, 1032, 1033 f

"EQUI 2000", BPatG GRUR 2000, 809, 810, "SZZ", GRUR 2000, 812, 814 "tubeXpert"; GRUR 2001, 744, 746 "S100").

In diesem Zusammenhang kann ein sittenwidriger Markenerwerb darin liegen, daß der Markeninhaber in Kenntnis eines schutzwürdigen Besitzstandes des Vorbenutzers ohne zureichenden sachlichen Grund die gleiche oder eine verwechselbar ähnliche Bezeichnung für gleiche oder ähnliche Waren (oder Dienstleistungen) mit dem Ziel der Störung des Besitzstandes des Vorbenutzers oder in der Absicht, für diesen den Gebrauch der Bezeichnung zu sperren, als Marke hat eintragen lassen. Außerdem kann das wettbewerbsrechtlich Verwerfliche auch darin gesehen werden, daß ein Markenanmelder die mit der Eintragung der Marke entstehende und wettbewerbsrechtlich an sich unbedenkliche Sperrwirkung zweckfremd als Mittel des Wettbewerbskampfes einsetzt (vgl. BGH GRUR 2000, 1032, 1034 "EQUI 2000"; GRUR 1998, 1034, 1037 "Makalu"; vgl. dazu auch Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 50 Rn 10 ff; Fezer, Markenrecht, 3. Aufl., § 50 Rn 29 ff.; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 50 Rn 14 ff.). Letzteres ist vor allem anzunehmen, wenn die Anmeldung offensichtlich zu dem Zweck erfolgt, ein anderes Unternehmen unter Druck zu setzen und von diesem eine finanzielle Abgeltung zu erzwingen (Ekey/Klippel, Markenrecht, 2003, § 50, Rn 16).

Indizien für die Annahme einer Bösgläubigkeit können sich z.B. daraus ergeben, daß ersichtlich Nichtberechtigte Namen oder Abbildungen bekannter lebender oder verstorbener Personen anmelden (vgl. dazu etwa Boekh, GRUR 2001, 29, 36 ff.; Götting, GRUR 2001, 615, 621 ff. vor allem auch unter dem Aspekt der Verstoßes gegen die guten Sitten und die öffentliche Ordnung). Die Verwendung des Namens verstorbener Personen durch Nichtberechtigte zu eigenen kommerziellen Zwecken stellt – wie die Markenabteilung zutreffend ausgeführt hat – einen Eingriff in die vererblichen, nicht mit dem Tod der betreffenden Person entfallenden kommerziellen Aspekte des Persönlichkeitsrechtes dar (vgl. dazu BGH GRUR 2000, 709 "Marlene Dietrich"). Das allge-



meine Persönlichkeitsrecht und seine besonderen Erscheinungsformen dienen in erster Linie zwar dem Schutz ideeller Interessen, insbesondere dem Schutz des Wert- und Achtungsanspruchs der Persönlichkeit. Darüber hinaus schützen das allgemeine Persönlichkeitsrecht und seine besonderen Ausprägungen aber auch vermögenswerte Interessen der Person. Der Abbildung, dem Namen sowie sonstigen Merkmalen der Persönlichkeit wie etwa der Stimme kann ein beträchtlicher wirtschaftlicher Wert zukommen, der im allgemeinen auf der Bekanntheit und dem Ansehen der Person in der Öffentlichkeit - meist durch besondere Leistungen etwa auf sportlichem oder künstlerischem Gebiet erworben - beruht. Die bekannte Persönlichkeit kann diese Popularität und ein damit verbundenes Image dadurch wirtschaftlich verwerten, daß sie Dritten gegen Entgelt gestattet, ihr Bildnis oder ihren Namen, aber auch andere Merkmale der Persönlichkeit, die ein Wiedererkennen ermöglichen, in der Werbung für Waren oder Dienstleistungen einzusetzen. Durch eine unerlaubte Verwertung ihrer Persönlichkeitsmerkmale etwa für Werbezwecke werden daher häufig weniger ideelle als kommerzielle Interessen der Betroffenen beeinträchtigt, weil diese sich weniger in ihrer Ehre und ihrem Ansehen verletzt fühlen, als vielmehr finanziell benachteiligt sehen. Aus diesen Gründen hat die Rechtsprechung einen postmortalen Schutz des Namens, - auch des Vornamens, sofern dieser von nicht unerheblichen Teilen des Verkehrs als individueller Hinweis auf die betreffende Person verstanden wird - und anderer kennzeichnender Merkmale der Persönlichkeit gegen unbefugten Gebrauch bejaht (vgl. BGH GRUR 2000, 709, 712 ff. "Marlene Dietrich"; LG München GRUR-RR 2001, 163 "Marlene").

Im vorliegenden Fall ergeben sich hinreichend deutliche Anhaltspunkte für die Bösgläubigkeit des Rechtsvorgängers der Beschwerdeführerin bei der Anmeldung. Die Bösgläubigkeit des Rechtsvorgängers ist der jetzigen Markeninhaberin zuzurechnen, denn sie haftet der Marke an und wird auch durch die Übertragung nicht beseitigt (vgl. BGH GRUR 2000, 1032, 1034 "EQUI 2000").

Wie dem Senat aus eigener Sachkunde bekannt ist und sich auch aus den zahlreichen von den Antragstellern im Verfahren vor der Markenabteilung eingereichten Zeitungsartikeln ergibt (Anlagen zum Schriftsatz vom 27. April 2001), war "Lady Di" die allgemein geläufige und in der Presse sehr häufig verwendete Bezeichnung für Diana, Princess of Wales, die durch ihre gesellschaftliche Stellung, ihren Lebenslauf, ihren Lebensstil, ihre Persönlichkeit und ihre vielfältigen sozialen und gesellschaftlichen Aktivitäten zu den bekanntesten Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens zählte, über die national und international am häufigsten berichtet wurde und die außerdem weltweit ein Vorbild u.a. für Frisuren- und Modetrends darstellte. Nach dem plötzlichen Unfalltod stieg – was absehbar war - die hohe Popularität der Prinzessin und damit der wirtschaftliche Wert ihres Namens nochmals an. Dies zeigen etwa die zahlreichen Berichte über den Unfall, das Leben und die Verdienste der Prinzessin, der Verkauf von Souvenirartikeln anlässlich der Trauerfeierlichkeiten und in späterer Zeit, Filme und Bücher über das Leben der Prinzessin und nicht zuletzt die Gründung des "Diana, Princess of Wales Memorial Fund", dessen Aufgabe u.a. die Vermarktung der postmortalen Komponenten des Persönlichkeitsrechts der Prinzessin von Wales ist. Bei dem Namen der Verstorbenen handelt es sich somit um eine bedeutsame wirtschaftliche Position, deren Verwertung nach der zitierten Rechtsprechung in erster Linie der Namensträgerin bzw. deren Erben zusteht.

Die Anmeldung der angegriffenen Marke erfolgte erkennbar in der Absicht, die Berechtigten in der Verwirklichung dieser wirtschaftlichen Position zu behindern bzw. von den Berechtigten eine Abgeltung zu erzwingen. Der Anmelder unterhielt nach eigenen Angaben zum Zeitpunkt der Anmeldung keinen auf die Erbringung der Dienstleistungen oder Herstellung bzw. den Verkauf der Waren der Marke gerichteten Geschäftsbetrieb und hat auch später keinen eröffnet, so daß ein auf diese Waren oder Dienstleistungen bezogener Benutzungswille zum Zeitpunkt der Anmeldung nicht ersichtlich ist (vgl. BGH GRUR 2001, 242, 244 "Classe E"; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 50

Rn 27, 31). Weiterhin ist der Anmeldezeitpunkt einen Tag nach dem Tod der Namensträgerin ein deutliches Indiz dafür, daß der Anmelder von der – wie üblicherweise beim Tod einer prominenten Person - ansteigenden Popularität der Prinzessin Diana profitieren und den hierdurch ansteigenden Merchandising-Wert ausbeuten wollte, indem er die Sperrwirkung der Marke für die Bereiche der geschützten Waren- und Dienstleistungen einsetzt, um die Berechtigten insoweit von der Nutzung des Namens auszuschließen, die Marke also als Sperrmarke zu verwenden. Diese Absicht des Anmelders wird auch dadurch deutlich, daß sein Vertreter mit Schreiben vom 19. Februar 1998 (Anlage WF12 zum Schriftsatz vom 28. September 2000 der Antragsteller), also nur etwa einen Monat nach der Markeneintragung, an den "Diana, Princess of Wales Memorial Fund" herantrat und diesem die Marke zum Kauf anbot. Die Absicht, die Sperrwirkung der Marke bewußt einzusetzen, um eine finanzielle Abgeltung zu erreichen, geht sehr deutlich aus dem Inhalt des Schreibens hervor. Darin wird sinngemäß ausgeführt, der Anmelder habe in Kenntnis, daß die Gedanken der Treuhänder nach dem plötzlichen Tod der Prinzessin mehr auf persönliche und familiäre Angelegenheiten gerichtet sein würden als auf den Umfang der mit dem Todesfall verbundenen kommerziellen Folgen, klaren Kopf bewahrt und sich die Markenrechte für den Namen "Lady Di" für bestimmte Waren und Dienstleistungen gesichert. Die Markeneintragung schaffe die Möglichkeit zur prioritätswahrenden internationalen Registrierung der Marke, ermögliche damit eine weltweite Kontrolle über den Verkauf von Waren unter dem Namen "Lady Di" und stelle somit einen großen wirtschaftlichen Wert dar. Der Kaufpreis solle diesen großen wirtschaftlichen Wert und die zeitliche Priorität der Marke angemessen berücksichtigen. Dies alles muß zu dem Schluß führen, daß der Anmelder die angegriffene Marke allein in der Absicht angemeldet hat, die Erben der Verstorbenen von der Nutzung des Namens "Lady Di" in Verbindung mit den Waren und Dienstleistungen der Marke auszuschließen bzw. aus der Marke durch Verkauf an die Berechtigten Kapital zu schlagen. Die Markenabteilung hat darum zu Recht die Löschung der angegriffenen Marke gemäß § 50 Abs. 1 Nr. 4 MarkenG angeordnet.

2. Außerdem greift – wie die Markenabteilung zu Recht ausgeführt hat – teilweise der Lösungsgrund des § 50 Abs. 1 Nr. 3 i. V. m. §§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG. Für "Veranstaltung von Musikdarbietungen, Filmvorführungen, Filmvermietung, Büchervermietung, Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften, Durchführung von Volksbelustigungen" kommt die Bezeichnung "Lady Di" als Thema bzw. Gegenstand der Dienstleistungen konkret in Betracht. Prinzessin Diana war durch ihre gesellschaftliche Stellung, ihren Lebenslauf, ihren Lebensstil, ihre Persönlichkeit, aber auch wegen ihrer vielfältigen sozialen und gesellschaftlichen Aktivitäten zu einer Symbolfigur ("Königin der Herzen") geworden, deren Name sich als Titel für Musicals, Filme, Bücher, Theaterstücke etc. anbietet. Der beschreibende Begriffsinhalt des Namens "Lady Di" betrifft nicht nur die Werke als solche, sondern gleichermaßen auch die Dienstleistungen, mittels deren die Werke entstehen. Denn der Verkehr wird den schlagwortartig dem Namen innewohnenden Aussagegehalt als allgemein verständliche Beschreibung des Inhalts der Produktion verstehen und ohne weitere Überlegung auf die Dienstleistungen selbst beziehen, für die die Marke eingetragen ist (vgl. BGH GRUR 2003, 342 "Winnetou").
3. Da bereits die Lösungsgründe des § 50 Abs 1 Nr 4 MarkenG und teilweise des § 50 Abs. 1 Nr. 3 i. V. m. §§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG gegeben sind, kann dahingestellt bleiben, ob die angegriffene Marke auch gem § 50 Abs. 1 Nr. 3 in Verbindung § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG zu löschen wäre.
4. Nach alledem hat der Rechtsvorgänger der Antragsgegnerin bei der Anmeldung der streitbefangenen Marke bösgläubig gehandelt, was der Antragsgegnerin zugerechnet werden muß. In diesem Fall entspricht es der Billigkeit, ihr

über die Kosten des patentamtlichen Verfahrens auch gemäß § 71 Abs 1 Satz 1 MarkenG die des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen; (vgl BPatGE 36, 272, 274; 40, 229, 231 ff.; BPatG GRUR 2001, 744, 748 "S100").

Ströbele

Hacker

Guth

Ko