



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 523/16

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
13. Oktober 2016

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2013 051 636.2**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 11. Juli 2016 durch die Vorsitzende Richterin Klante, den Richter Hermann und die Richterin kraft Auftrags Seyfarth

beschlossen:

1. Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 14 vom 20. Mai 2014 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung bezüglich der Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Buchbinderartikel; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind

und

Klasse 35:

Werbung, Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Präsentation von Waren in Kommunikationsmedien im Einzelhandel

zurückgewiesen worden ist.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke 30 2013 051 636.2

HAUS WITTELSBACH

ist am 19. September 2013 für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 14:

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind

Klasse 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind

Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Präsentation von Waren in Kommunikationsmedien für den Einzelhandel; Einzelhandelsdienstleistungen im Bereich der Klassen 14, 16; Dienstleistungen des Einzelhandels über das Internet im Bereich der Klassen 14, 16; Einzelhandelsdienstleistungen mittels Teleshopping-Sendungen im Bereich der Klassen 14, 16;

Online- oder Katalogversandhandelsdienstleistungen im Bereich der Klassen 14, 16; Großhandelsdienstleistungen im Bereich der Klassen 14, 16; Dienstleistungen des Großhandels über das Internet im Bereich der Klassen 14, 16

zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 20. Mai 2014, zugestellt am 26. Mai 2014, hat das DPMA, Markenstelle für Klasse 14, die unter Nummer 30 2013 051 636.2 geführte Anmeldung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen wegen fehlender Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, die Bezeichnung „Haus Wittelsbach“ bezeichne eines der ältesten deutschen Adelshäuser und sei in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur ein schlagwortartiger Hinweis auf Inhalt, Thema oder Gegenstand dieser Waren/Dienstleistungen. Der Namenscharakter ändere nichts an der Schutzunfähigkeit, da auch Namen zur Sachbeschreibung herangezogen werden könnten. Unter Berücksichtigung der Verkehrsauffassung liege somit eine Beschreibungseignung vor. Die von der Anmelderin genannten Voreintragungen seien zum einen nicht mit der vorliegenden Anmeldung vergleichbar, da sie entweder nicht den Bestandteil „Haus“ enthielten oder es sich um eine Wort-/Bildmarke handele. Zum anderen seien die Voreintragungen nicht maßgeblich, weil es sich bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit eines Zeichens um eine der freien Ermessensausübung unzugängliche Rechtsfrage handele.

Hiergegen richtet sich die am 5. Juni 2014 erhobene Beschwerde der Anmelderin. Zur Begründung führt sie aus, bei der angemeldeten Bezeichnung handele es sich um den Namen der Familie des geschäftsführenden Gesellschafters der Anmelderin. Namen, auch berühmter Personen, seien grundsätzlich unterscheidungskräf-

tig. Fehlende Unterscheidungskraft könne man allenfalls annehmen, wenn die Bezeichnung für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als Sachangabe verwendet werden könnte. Es gebe jedoch keine Gewöhnung des Verkehrs, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit dem Namen bekannter Adelsfamilien zu versehen, um einen entsprechenden Sachbezug zu der Adelsfamilie herzustellen. Auch die von dem ehemaligen Bayerischen Königshaus ausgehende Werbewirkung schließe es nicht aus, dass die Verkehrskreise darin zumindest auch einen Unternehmenshinweis sehen. „Haus Wittelsbach“ sei zudem keine in den Sprachgebrauch eingegangene übliche Bezeichnung. Auch ein etwaiges, von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG losgelöstes Interesse der Allgemeinheit an der freien Verfügbarkeit als „kulturelles Erbe für jedermann“ dürfe nicht zur Schutzverweigerung herangezogen werden. Es gebe mehrere bedeutsame und naheliegende Möglichkeiten, das Zeichen so auf den Waren anzubringen, dass der Verkehr darin einen Herkunftshinweis sehe.

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 14, vom 20. Mai 2014 aufzuheben

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Gerichtsakte sowie der Amtsakte des DPMA Bezug genommen.

## II.

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat insoweit Erfolg, als einer Eintragung des angemeldeten Zeichens für die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen keine Eintragungshindernisse entgegenstehen. Im Übrigen ist die Beschwerde unbegründet.

1. Dem angemeldeten Wortzeichen „HAUS WITTELSBACH“ steht für einen Teil der verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen, nämlich für

Klasse 14:

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse; Fotografien; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)

Klasse 35:

Einzelhandelsdienstleistungen im Bereich der Klassen 14, 16; Dienstleistungen des Einzelhandels über das Internet im Bereich der Klassen 14, 16; Einzelhandelsdienstleistungen mittels Teleshopping-Sendungen im Bereich der Klassen 14, 16; Online- oder Katalogversandhandelsdienstleistungen im Bereich der Klassen 14, 16; Großhandelsdienstleistungen im Bereich der Klassen 14, 16; Dienstleistungen des Großhandels über das Internet im Bereich der Klassen 14, 16

das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können, für die sie eingetragen werden sollen. Mit diesem Schutzhindernis wird das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, dass alle Zeichen oder Angaben, die Merkmale der angemeldeten Waren oder

Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke einem Unternehmen vorbehalten werden (EuGH, GRUR 2004, 680, Rdnr. 35, 36 – BIOMILD; GRUR 2004, 674, Rdnr. 54 u. 95 – Postkantoor; GRUR 2004, 146, Rdnr. 31 – DOUBLEMINT).

Es genügt, wenn das angemeldete Zeichen in Bezug auf die konkret beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als beschreibende Angabe geeignet ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 Nr. 56 – Postkantoor; GRUR 1999, 723 Nr. 30, 31 – Chiemsee). Dabei kommt es in erster Linie auf die aktuellen Verhältnisse in dem Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen an, jedoch ist auch das Allgemeininteresse an der Freihaltung der jeweiligen Angabe im Hinblick auf deren künftig beschreibende Verwendung zu berücksichtigen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 Nr. 56 – Postkantoor; GRUR 1999, 723 Nr. 30, 31 – Chiemsee). Ist die Eignung der angemeldeten Marke für die Beschreibung von Merkmalen der beanspruchten Waren und Dienstleistungen festgestellt, setzt das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG keinen weiteren lexikalischen oder sonstigen Nachweis voraus, dass und in welchem Umfang sie als beschreibende Angabe bereits im Verkehr bekannt ist oder verwendet wird (vgl. EUGH GRUR 2004, 146 Nr. 32 – DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674 Nr. 98 – Postkantoor; GRUR 1999, 723 Nr. 30 – Chiemsee).

Für die Eignung als beschreibende Angabe ist auf das Verständnis des beteiligten inländischen Verkehrs abzustellen, wobei dieser alle Kreise umfasst, in denen die fragliche Marke aufgrund der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann (vgl. EUGH GRUR Int. 2005, 135 (Nr. 19) – Maglite; GRUR 2004, 428 (Nr. 65) – Henkel; BGH GRUR 2014, 565, Rn. 13 – smartbook; GRUR 2009, 411 (Nr. 8) – STREETBALL).

Die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen richten sich sowohl an die Endverbraucher, die in einem Geschäft oder Online bzw. über einen Katalog die beanspruchten Waren erwerben und die Dienstleistungen des Onlineversandhandels in Anspruch nehmen als auch an die am Handel beteiligten inländischen Verkehrskreise. Auszugehen ist von dem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (EuGH GRUR 2006, 411 (Nr. 24) – Matratzen Concord/Hukla; EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 29) – Chiemsee).

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus den Begriffen „Haus“ und „Wittelsbach“ zusammen. „Wittelsbach(er)“ ist die Bezeichnung eines der ältesten deutschen Adelsgeschlechter. Der Name „Wittelsbach“ ist aus der nordöstlich von Aichach gelegenen Burg Wittelsbach abgeleitet, nach der sich Graf Otto IV. im Jahr 1115 erstmals nannte (BROCKHAUS Enzyklopädie 30, WETZ-ZZ, 21. Auflage 2006, S. 223). „Haus Wittelsbach“ wird als „Oberbegriff“ für die Familienmitglieder dieses Adelsgeschlechts verwendet. Es handelt sich also um den Namen eines berühmten (ehemaligen) Herrscherhauses. Solche Namen sind ebenso wie die Namen einer natürlichen oder juristischen Person dem Markenschutz nicht grundsätzlich entzogen, können aber dann schutzunfähig sein, wenn der Name zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen genutzt werden soll, die im Zusammenhang mit der Person oder Personengruppe stehen (vgl. BPatG GRUR-RR 2013, 460-464 – Annette von Droste zu Hülshoff Stiftung; GRUR 2008, 512-517 – Ringelnatz; Beschluss vom 18. Mai 2011, 29 W (pat) 158/10 – Fürst von Metternich).

Bei der Beurteilung der Schutzzfähigkeit unterliegen Personennamen denselben Kriterien wie alle anderen Markenformen (vgl. EuGH GRUR 2004, 946, Rdnr. 25 – Nichols; BPatG a. a. O. – Ringelnatz). Maßgebend sind die Auffassung der relevanten Verkehrskreise und der Bezug des Namens zu den konkret mit dem Verzeichnis beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Dabei kommt es auf das Geschäftsumfeld der beanspruchten Waren und Dienstleis-



tungen an, das die Auffassung des Verkehrs bei der Einordnung eines Namens als reines Identifizierungsmittel, als Sachangabe oder als betrieblichen Herkunftshinweis prägt (BPatG a. a. O. – Ringelnatz). Bei bekannten Personen ergibt sich die Besonderheit, dass der Verkehr mit dem Namen nicht nur die Person selbst, sondern regelmäßig auch sonstige Umstände verbindet, bei Politikern zum Beispiel die ausgeübte Funktion oder bestimmte Erfolge. In Abhängigkeit von den jeweiligen Umständen, die der Verkehr über die Person hinaus mit einem Personennamen verbindet und den konkreten Waren/Dienstleistungen kann der Name daher einen beschreibenden Begriffsgehalt aufweisen (BPatG a. a. O. – Ringelnatz).

Nach diesen Grundsätzen besteht ein Freihaltebedürfnis i. Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, weil der Name „Haus Wittelsbach“ jedenfalls für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine inhaltsbeschreibende Angabe darstellt:

„Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind“ können Darstellungen der Geschichte des Hauses Wittelsbach enthalten oder Mitglieder des Adelsgeschlechts abbilden. Wie sich bereits die von der Markenstelle im Beschluss vom 20. Mai 2014 genannten Rechercheergebnisse zeigen, werden in Internet-Shops oder auf Auktionen z. B. Medaillen aus Bronze oder Zinn angeboten, die Abbildungen von Mitgliedern der Hauses Wittelsbach enthalten. Statuen aus Metall können Personen, die zum Hause Wittelsbach gehört haben, darstellen. Münzen, als beliebte Sammelobjekte gehandelt, können mit Motiven aus dem Hause Wittelsbach geprägt sein. Auch Schmuckstücke aus Edelmetall können mit geschichtlichen Darstellungen zum Hause Wittelsbach versehen sein oder aus den Nachlässen des Hauses Wittelsbach stammen. Motive spielen als Designelement im Schmuckbereich eine wichtige Rolle als Auswahlkriterium (vgl. BPatG, Beschluss vom 16. Juni 2010, 28 W (pat) 123/09 – Froschkönig). Vor diesem Hintergrund wird die Bezeich-

nung „Haus Wittelsbach“ im Zusammenhang mit diesen Waren als entsprechender Sachhinweis verstanden.

„Druckereierzeugnisse, Fotografien, Lehr- und Unterrichtsmittel“ können sich inhaltlich auf die Geschichte oder auf Mitglieder des Hauses Wittelsbach beziehen. Üblicherweise gibt es zu geschichtlich interessanten Personen oder Familien Sachbücher, Bibliografien, Romane oder Bildbände sowie Bücher zur Verwendung im Unterricht. Entgegen dem Vortrag der Beschwerdeführerin, der Verkehr sei daran nicht gewöhnt, besteht eine allgemein und auch dem Senat bekannte Übung, Biografien, Ausstellungen und Retrospektiven, die sich mit dem Leben bekannter Persönlichkeiten oder bekannter Familiendynastien beschäftigen, mit dem Namen der betreffenden Personen oder Familien zu betiteln (vgl. BPatG a. a. O. – Ringelnetz). Dies zeigen bereits die von der Markenstelle vorgelegten Belege über Bücher mit Titeln wie z. B. „Das Haus Wittelsbach – Die Familie, die Bayern erfand“ oder „Das Haus Wittelsbach in Ersten Weltkrieg“. Damit wird gleichzeitig eine Sachaussage dahingehend getroffen, dass sich diese Waren, wie z. B. Bücher oder Fotografien, inhaltlich mit den betreffenden Personen oder Familien beschäftigen. Der Verkehr ist daran gewöhnt, dass der auf diesen Waren aufgebrachte Name nicht der Herkunftsunterscheidung dient.

Dieser für die Waren beschreibende Begriffsinhalt erstreckt sich auch auf die in Klasse 35 angemeldeten Einzel- und Großhandelsdienstleistungen mit ihnen. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaft (EuGH, GRUR 2005, 764, 766 Rdnr. 34 – Praktiker) besteht der Zweck des Einzelhandels im Verkauf von Waren an den Verbraucher. Er umfasst neben dem Rechtsgeschäft des Kaufvertrags die gesamte Tätigkeit, die ein Wirtschaftsteilnehmer entfaltet, um zum Abschluss eines solchen Geschäftes anzuregen. Diese Tätigkeit besteht insbesondere in dem Zusammentragen eines Sortiments von Waren, die zum Verkauf angeboten werden, und im Angebot verschiedener Dienstleistungen, die einen Verbraucher dazu veran-

lassen sollen, den Kaufvertrag mit diesem Händler statt mit einem seiner Wettbewerber abzuschließen. Die Tätigkeit des Einzelhandels setzt also zu veräußernde Gegenstände voraus. Wegen dieses engen funktionalen Zusammenhangs zwischen den angemeldeten Vertriebsdienstleistungen und den zu vertreibenden Waren führt die Tatsache, dass ein Zeichen für eine Ware beschreibend ist, in der Regel auch zur Schutzunfähigkeit in Bezug auf die entsprechenden Einzel- und Großhandelsdienstleistungen bzw. sonstigen Vertriebsdienstleistungen der Klasse 35 (vgl. BPatG, Beschluss vom 11. Mai 2015, 26 W (pat) 72/14 – Shopping Compass; Beschluss vom 27. Mai 2014, 29 W (pat) 41/12 – CAMOMILLA).

Das angemeldete Zeichen ist damit im Umfang der vorgenannten Waren nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG als Merkmalsangabe von der Eintragung ausgeschlossen. Es kann dahingestellt bleiben, ob insoweit auch das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt. (EuGH, a. a. O., Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; a. a. O., Rdnr. 98 – Postkantoor).

2. Bezüglich der übrigen, im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen

Klasse 16:

„Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Buchbinderartikel; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind“

und

Klasse 35:

„Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Präsentation von Waren in Kommunikationsmedien für den Einzelhandel“

eignet sich das Anmeldezeichen dagegen nicht als beschreibende Merkmals- bzw. Sachangabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Zwar können Druckereierzeugnisse oder Fotografien aus Papier und Pappe hergestellt werden. Diese sog. Roh- oder Grundmaterialien haben im Gegensatz zu dem daraus entstehenden Produkt in der Regel keinen Inhalt. Es ist nicht feststellbar, dass es Papier oder Pappe gibt, die speziell für Bücher oder Fotografien zum Thema „Haus Wittelsbach“ entwickelt oder bestimmt sind. Das gleiche gilt für „Buchbinderartikel; Schreibwaren; Künstlerbedarfsartikel; Büroartikel (ausgenommen Möbel) und Verpackungsmaterial aus Kunststoff“. Auch hier konnten keine Belege ermittelt werden, dass diese Waren thematisch beschrieben werden.

Die Dienstleistungen „Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten und Präsentation von Waren in Kommunikationsmedien für den Einzelhandel“ werden üblicherweise ebenfalls nicht inhaltsbezogen nach einem theoretisch möglichen Gegenstand oder Thema benannt, sondern eher nach der Art des Mediums oder der Branchen, auf die sich die Dienstleistungen beziehen (vgl. BGH GRUR 2009, 949, 951, Rdnr. 24 – My World). Davon abweichende Verkehrsgewohnheiten konnte der Senat vorliegend nicht feststellen.

Dem angemeldeten Zeichen fehlt insoweit auch nicht die notwendige Unterscheidungskraft, so dass das Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ebenfalls nicht vorliegt.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198, 1201 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 15 – for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2013, 731, Nr. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143, Nr. 7 – Starsat; BGH GRUR 2012, 270, 271, Nr. 11 – Link economy).

Ausgehend davon besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2006, 850 Rdnr. 19 – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch) 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 (BGH GRUR 2014, 872, 874 Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2014, 1204 Rdnr. 12 – DüsseldorfCongress).

Da dem angemeldeten Zeichen aus den oben dargelegten Gründen für die in Ziffer 1. des Tenors aufgeführten Waren und Dienstleistungen weder eine unmittelbar beschreibende Angabe noch ein im Vordergrund stehender oder darüber hinausgehender sonstiger enger Bezug zuzuordnen ist, kann dem Anmeldezeichen im Hinblick auf diese Waren und Dienstleistungen die Eignung

als betrieblicher Herkunftshinweis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht abgesprochen werden.

Der Beschwerde war demzufolge teilweise stattzugeben.

#### Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. 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 oder in elektronischer Form einzulegen.

Klante

T. Hermann

Seyfarth

Fa