



# BUNDESPATEENTGERICHT

27 W (pat) 502/18

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die international registrierte Marke 1 283 414**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 25. April 2018 durch die Vorsitzende Richterin Klante, den Richter Paetzold und die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Inhabers der Schutz suchenden Marke wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 41 Internationale Markenregistrierung, vom 25. Oktober 2017 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 13. August 2015 unter der Nummer IR 1 283 414 international registrierte Wortmarke

## **Mindventure**

beansprucht Schutz in der Bundesrepublik Deutschland für die nachfolgend genannten Dienstleistungen der Klassen 35, 41 und 44:

Klasse 35: Gestion des affaires commerciales;

Klasse 41: Formation et formation complémentaire pour le perfectionnement du personnel; éducation; formation; conseils de carrière; coaching; formation en développement personnel; développement de la personnalité; tenue de séminaires de vente; coaching (formation) dans le domaine de surmonter les obstacles psychologiques, les peurs et les phobies; accompagnement et assistance du personnel dans des entreprises (coaching) pour surmonter les obstacles psychologiques, les peurs et les phobies;

Klasse 44: Prestation de conseils psychologiques; services d'examens psychologiques; soins psychologiques et de consultation dans le domaine de

surmonter les obstacles psychologiques, les peurs et les phobies; services de soutien psychologique et services de thérapie, à savoir l'exécution et offrant de la formation mentale et l'hypnose.

(Klasse 35: Kaufmännische Geschäftsführung;

Klasse 41: Aus- und Fortbildung zur Personalentwicklung; Erziehung; Bereitstellung von Ausbildung; Karriereberatung; Coaching; Durchführung von Schulungen zur Persönlichkeitsentwicklung; Persönlichkeitsentwicklung; Durchführung von Verkaufsseminaren; Coaching (Bereitstellung von Ausbildung) im Bereich des Überwindens psychologischer Hindernisse, von Ängsten und Phobien; Coaching und Unterstützung für Personal in Unternehmen (Coaching) zum Überwinden psychologischer Hindernisse, von Ängsten und Phobien;

Klasse 44: Psychologische Beratung; psychologische Eignungstests; psychologische Betreuung und Beratung im Bereich des Überwindens psychologischer Hindernisse, von Ängsten und Phobien; psychologische Betreuung und Therapieleistungen, nämlich Durchführung und Bereitstellung von Mentaltraining und Hypnose.)

Mit Beschluss vom 25. Oktober 2017 hat das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA), Markenstelle für Klasse 41 Internationale Markenregistrierung, dieser international registrierten Marke den Schutz in der Bundesrepublik Deutschland verweigert.

Zur Begründung des Beschlusses ist ausgeführt, der Schutz suchenden IR-Marke fehle in Bezug auf sämtliche mit der Schutzerstreckung beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Die Wortkombination „Mindventure“ setze sich aus zwei englischen Worten zusammen. Das Wort „Mind“ habe die Bedeutung „Geist, Verstand, Psyche, Gemüt“. Dem Begriff „Venture“ kämen mehrere Bedeutungen zu. Den inländischen Verkehrskreisen sei dieser Begriff aber im Wesentlichen in der Bedeutung „Unternehmen“ bekannt aus der Zusammensetzung „Joint Venture“ („Gemeinschaftsun-

ternehmen, Zusammenschluss von Unternehmen zum Zweck der gemeinsamen Durchführung von Projekten“). Die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich teilweise um Fachkreise, teilweise um das allgemeine Publikum handele, würden die Schutz suchende Bezeichnung daher ohne Weiteres mit „Unternehmen für die Psyche, den Geist, den Verstand, das Gemüt“ übersetzen. Andere Übersetzungsmöglichkeiten seien eher fernliegend bzw. würden im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen in den Hintergrund rücken. Sämtliche Dienstleistungen der Klasse 35 könnten ein „Unternehmen für die Psyche, den Geist, den Verstand, das Gemüt“ zum Gegenstand haben bzw. in dessen Realisierung und Geschäftsführung in Auftrag genommen werden. Die Aus- und Weiterbildung auf dem Gebiet der Psychologie, der Persönlichkeitsentwicklung und der Karriereberatung seien Thema von Unternehmen, die sich auf die Psyche, den Geist, den Verstand, das Gemüt spezialisiert hätten. Diese Unternehmen würden darüber hinaus auch die mit der Schutzerstreckung beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 44 anbieten, wie z. B. psychologische Beratung, Betreuung, Therapie. Wegen des engen Sachbezugs zu den beanspruchten Dienstleistungen sei das Zeichen mithin nicht geeignet, als betrieblicher Herkunftshinweis zu dienen.

Gegen den ihm am 30. Oktober 2017 zugestellten Beschluss wendet sich der Inhaber der Schutz suchenden Marke mit seiner Beschwerde vom 29. November 2017.

Er führt zur Begründung aus, bei dem angemeldeten Wortzeichen „Mindventure“ handele es sich um ein englischsprachiges auslegungsbedürftiges Wort. Insbesondere der Bestandteil „Venture“ könne mit verschiedenen Begriffen wie „Risiko“, „Wagnis“, „Chance“, „Unternehmung“ oder „Unternehmen“ übersetzt werden. Anders als im angegriffenen Beschluss angenommen, sei nur kundigen Verkehrskreisen aus dem Bereich der Wirtschaft die Wortkombination „Joint Venture“ geläufig. Diesen sei ebenso die Wortkombination „Venture Capital“ für „Risikokapital“ bekannt. Die vom DPMA angenommene eindeutige Übersetzung des Begriffs „Venture“ mit „Unternehmen“ sei daher nicht angezeigt.

Ohne analysierende Betrachtungsweise werde „Mindventure“ nicht als „Unternehmen für die Psyche, den Geist, den Verstand, das Gemüt“ verstanden. Im Hinblick auf die unterschiedlichen Bedeutungen von „Venture“ kämen auch unterschiedliche Bedeutungen von „Mindventure“ in Betracht, zudem bestehe kein Anlass, die Präposition „für“ bei der Übersetzung hinzuzudenken. Dementsprechend müsste die Übersetzung statt „Unternehmen für den Geist“ eher „Geistesunternehmen“ lauten.

Es handele sich um eine ungewöhnliche Wortverbindung, die über die einfache Zusammenfügung zweier beschreibender Begriffe hinausgehe.

Der Inhaber der Schutz suchenden Marke beantragt sinngemäß,

den Beschluss des DPMA, Markenstelle für Klasse 41 Internationale Markenregistrierung, vom 25. Oktober 2017 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss, die Schriftsätze des Inhabers der Schutz suchenden Marke und den übrigen Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die zulässige, insbesondere gem. § 64 Abs. 6 MarkenG i. V. m. § 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg.

Da der Schutz suchenden Marke IR 1 283 414 keine Schutzhindernisse gem. §§ 8 Abs. 2, 37 Abs. 1, 113 Abs. 1, 119, 124 MarkenG entgegenstehen, war der angegriffene Beschluss des DPMA, Markenstelle für Klasse 41 Internationale Markenregistrierung, vom 25. Oktober 2017 aufzuheben.

Der Schutzgewährung steht insbesondere nicht eine fehlende Unterscheidungskraft der international registrierten Marke „Mindventure“ gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

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. Diese Vorschrift ist gem. §§ 113 Abs. 1, 124 MarkenG i. V. m. § 37 Abs. 1 MarkenG entsprechend auf Schutzersuchen international registrierter Marken anzuwenden.

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, GRUR 2010, 228, Rn. 33 – Audi/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 9 – OUI; BGH, GRUR 2014, 569, Rn. 10 – HOT; BGH, GRUR 2013, 731, Rn. 11 – Kaleido; BGH, 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; EuGH, GRUR 2006, 229, Rn. 27 – Bio-ID; BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 9 – OUI; BGH, GRUR 2014, 565, Rn. 12 – smartbook).

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. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht. 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 2017, 186, Rn. 32 – Stadtwerke Bremen; BGH, GRUR 2014, 569, Rn. 10 – HOT; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 9 – Starsat; BGH, GRUR 2006, 850, Rn. 19 – FUSSBALL WM 2006). Kann dagegen einem Wortzeichen für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um Angaben, 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, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihm die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 12 – OUI; BGH, GRUR 2014, 872, Rn. 21 – Gute Laune Drops; BGH, GRUR 2013, 731, Rn. 13 – Kaleido; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 9 – Starsat).

Die Bewertung der Verkehrsauffassung in Bezug auf die einschlägigen Waren und Dienstleistungen richtet sich insbesondere nach der Sicht des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers (EuGH, GRUR 2006, 411, Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; Ströbele in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 8 Rn. 47). Dieser wird die Marke so wahrnehmen, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtung zu unterziehen (BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; BGH, GRUR 2012, 270, Rn. 12 – Link economy).

Bei der Beurteilung des Schutzhindernisses der fehlenden Unterscheidungskraft kommt es auf das Verkehrsverständnis zum Zeitpunkt der Anmeldung des jeweiligen Zeichens an (BGH, GRUR 2013, 1143, Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) bzw. – da der internationalen Registrierung ei-

ner Marke, deren Schutz auf das Gebiet Deutschlands erstreckt worden ist, gem. §§ 112 Abs. 1, 124 MarkenG dieselbe Wirkung zukommt, wie wenn die Marke am Tag der internationalen Registrierung (bzw. der Eintragung der nachträglichen Schutzerstreckung) zur Eintragung in das vom Patentamt geführte Register angemeldet und eingetragen worden wäre – auf den Zeitpunkt der internationalen Registrierung (vgl. BGH, GRUR 2017, 1262, Rn. 14 – Schokoladenstäbchen III; Frederik Thiering, Die Rechtsprechung des EuGH und des BGH zum Markenrecht seit dem Jahr 2016, GRUR 2018, 30).

2. Unter Zugrundelegung dieser Grundsätze verfügt die Schutz suchende Marke „Mindventure“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen über die erforderliche Unterscheidungskraft.

Vorliegend wenden sich die in Klasse 35 beanspruchte Dienstleistung sowie ein Teil der in den Klassen 41 und 44 beanspruchten Dienstleistungen in erster Linie an den Fachverkehr, insbesondere an Unternehmen, die beispielsweise die Dienstleistung der kaufmännischen Geschäftsführung in Anspruch nehmen oder ein Coaching ihres Personals beauftragen wollen. Im Übrigen wenden sich die in den Klassen 41 und 44 beanspruchten Dienstleistungen auch an die allgemeinen Verkehrskreise, wie beispielsweise die Dienstleistungen der Karriereberatung oder der psychologischen Beratung.

Der Begriff „Mindventure“ ist weder im Englischen noch im Deutschen lexikalisch nachweisbar. Sowohl gewerbliche Kunden als auch der Durchschnittsverbraucher werden in dem Zeichen allerdings die Bestandteile „Mind“ und „venture“ erkennen. Das Substantiv „mind“ mit der Bedeutung „Verstand“, „Geist“, „Sinn“, „Seele“ gehört zum Grundwortschatz der englischen Sprache (Langenscheidt Grundwortschatz Englisch, 1. Aufl. 2000) und wird auch von den angesprochenen allgemeinen Verkehrskreisen ver-



standen. Der englische Begriff „venture“ kann verschiedene Bedeutungen haben, nämlich u. a. „Unternehmung“, „Unternehmen“, „Wagnis“, „Risiko“, „Spekulation“, „spekulatives Unternehmen“, „Glück“, „Chance“ (vgl. <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/venture>). Jedenfalls die angesprochenen gewerblichen Kunden, bei denen von fundierteren Kenntnissen der englischen Sprache ausgegangen werden kann, werden die Bezeichnungen „joint venture“ und „venture capital“ bzw. „Venture-Capital-Gesellschaft“ kennen, die auch in der deutschen Wirtschafts- und Finanzsprache Eingang gefunden haben. Dabei bezeichnet „joint venture“ eine spezifische Kooperationsform, bei der die Partnerunternehmen, die jeweils mit Kapital am Joint Venture beteiligt sind, gemeinsam das finanzielle Risiko der Investition tragen und Führungsfunktionen im gemeinsamen Unternehmen wahrnehmen (Definition im Gabler Wirtschaftslexikon, s. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/joint-venture-37135>); eine „Venture-Capital-Gesellschaft“ bezeichnet eine Gesellschaft, die sog. Wagnis- oder Risikokapital in Form von Eigenkapital zur Verfügung stellt (<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/venture-capital-gesellschaft-51333>).

Ausgehend hiervon kommt der Schutz suchenden Marke ein ohne Weiteres erkennbarer beschreibender Sinngehalt nicht zu. Die angesprochenen Verkehrskreise werden unter Zugrundelegung der dargelegten Wortbedeutungen der Bestandteile „mind“ und „venture“ der Kombination „Mindventure“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen möglicherweise beschreibende Anklänge entnehmen, beispielsweise dahingehend, dass es sich eine Unternehmung handeln könnte, die sich mit dem Geist oder dem Verstand befassen, oder aber dass angebotene Dienstleistungen wie beispielsweise die psychologische Betreuung ein „Wagnis“ für den Geist darstellen könnten.

Demgegenüber kann nicht von einem Verständnis der Wortkombination „Mindventure“ dahingehend ausgegangen werden, dass es sich um ein Unternehmen (im Sinne von „Firma“) handelt, das sich mit „der Psyche,

dem Geist, dem Verstand, dem Gemüt“ befassen, da der Begriff „venture“ gerade nicht ohne Weiteres mit „Unternehmen“ übersetzt werden kann. Der Begriff „Unternehmen“ im Sinne von „Firma“ wird im Englischen i. d. R. mit „firm“, „company“ oder „enterprise“ wiedergegeben, während der Begriff „Unternehmen“ im Sinne von „Vorhaben“ mit „undertaking“ oder „venture“ bezeichnet wird (vgl. neben den vorgenannten Nachweisen zur Bedeutung von „venture“ im Deutschen die englische Übersetzung des deutschen Wortes „Unternehmen“ in der Online-Ausgabe des Wörterbuchs Pons unter <https://de.pons.com/%C3%BCbersetzung/deutsch-englisch/unternehmen>). Auch die im angegriffenen Beschluss genannte Begriffskombination „joint venture“ bezeichnet die Kooperationsform, also das gemeinsame „Vorhaben“, und nicht die beteiligten Partnerunternehmen als solche (s. o.).

Selbst bei Zugrundelegung des im angegriffenen Beschluss angenommenen Verständnisses des Schutz suchenden Zeichens im Sinne von „Unternehmen für die Psyche, den Geist, den Verstand, das Gemüt“ könnte der Bezeichnung nicht in Bezug auf sämtliche beanspruchten Dienstleistungen ein für die beteiligten Verkehrskreise unmittelbar und ohne Weiteres Nachdenken erkennbarer beschreibender Aussagegehalt entnommen werden. So erschließt sich beispielsweise nicht ohne Weiteres, welche Bedeutung einer derartigen Aussage im Zusammenhang mit der in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistung der kaufmännischen Geschäftsführung zukommen sollte.

Vor allem aber kann der Bezeichnung „Mindventure“ keine unmittelbar beschreibende Sachaussage, insbesondere keine Beschreibung des Anbieters der beanspruchten Dienstleistungen, entnommen werden bei Zugrundelegung des dargelegten Verständnisses des Bestandteils „venture“ u. a. im Sinne von „Unternehmung“ oder „Wagnis“.

Die angesprochenen Verkehrskreise werden das Zeichen „Mindventure“ in seiner Gesamtheit als daher Wortneuschöpfung auffassen, der sie im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen allenfalls beschrei-

bende Anklänge dahingehend entnehmen, dass die angebotenen Dienstleistungen eine Unternehmung zum Gegenstand haben könnten, die sich mit dem Geist oder dem Verstand befassen, oder aber dass angebotene Dienstleistungen wie beispielsweise die psychologische Betreuung ein „Wagnis“ für den Geist darstellen könnten. Zudem weckt die Wortkombination „Mindventure“ Assoziationen an das nach den Recherchen des Senats im Inland vielfach verwendete und den inländischen Verkehrskreisen daher verständliche englische Wort „adventure“ mit der Bedeutung „Abenteuer“ (vgl. <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/adventure>) und kann bei den betroffenen Verkehrskreisen auch als Abwandlung dieses Begriffs mit der Gesamtbedeutung „Abenteuer für den Geist“ aufgefasst werden.

Die Tatsache, dass die angemeldete Bezeichnung möglicherweise als sprechendes Zeichen gewisse Assoziationen weckt und beschreibende Anklänge aufweist, ist für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft jedoch nicht ausreichend (vgl. BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 18 – Pippi-Langstrumpf-Marke). Ein der Annahme der Unterscheidungskraft entgegenstehender Aussagegehalt der Marke muss vielmehr so deutlich und unmissverständlich hervortreten, dass er für die beteiligten Verkehrskreise, die die Marke so wahrnehmen, wie sie ihnen entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtung zu unterziehen (BGH, GRUR 2012, 270, Rn. 12 – Link economy), unmittelbar und ohne Weiteres nachdenkbar erkennbar ist.

Dies ist vorliegend nicht der Fall. Der Schutz suchenden Marke kann ein konkreter beschreibender Sachhinweis in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen bzw. den Anbieter dieser Dienstleistungen nicht entnommen werden. Vielmehr bleibt der Aussagegehalt der Bezeichnung vage, da sich nicht unmittelbar erschließt, inwiefern es sich bei den beanspruchten Dienstleistungen um eine Unternehmung handeln könnte, die sich mit dem Geist oder dem Verstand befasst, oder inwiefern es sich bei diesen um ein „Wagnis“ für den Geist handeln könnte. Ebenso wenig kann ein enger beschreibender Bezug der Bezeichnung zu den beanspruchten Dienstleistungen angenommen werden.

Zudem ist die Bezeichnung „Mindventure“ im Hinblick auf die verschiedenen Bedeutungsmöglichkeiten der Einzelbestandteile und insbesondere des Gesamtzeichens mehrdeutig und – auch vor dem Hintergrund der dargelegten Assoziation zum Wort „adventure“ – phantasievoll.

Die Recherchen des Senats haben schließlich lediglich vereinzelte markenmäßige Benutzungen der Wortkombinationen „Mindventure“, „mindventures“ oder „Mind ventures“ ergeben, jedoch keinerlei Verwendungen als beschreibende Sachaussage.

Vor diesem Hintergrund kann der Begriffskombination „Mindventure“ die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

3. Da der Schutz suchenden Marke „Mindventure“ kein beschreibender Begriffsinhalt zukommt, den die angesprochenen Verkehrskreise ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfassen, sondern es sich vielmehr um eine phantasievolle und mehrdeutige Wortzusammensetzung handelt, unterliegt diese auch keinem Freihaltebedürfnis i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

### III.

#### **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 einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Klante

Paetzold

Lachenmayr-Nikolaou

Ko