



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 526/13

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 30 2012 024 070.4

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 9. Dezember 2015 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Mittenberger-Huber, der Richterin Akintche und des Richters am Landgericht Dr. von Hartz

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Das Wortzeichen

### **GRM Gastro Relationship Management**

ist am 5. April 2012 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 9: Computer-Software;

Klasse 35: Dateienverwaltung mittels Computer; kommerzielle Verwaltung der Lizenzierung von Waren und Dienstleistungen für Dritte;

Klasse 42: Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und Computersoftware.

Mit Beschluss vom 26. Februar 2013 hat die Markenstelle für Klasse 35 die Anmeldung teilweise zurückgewiesen und zwar für alle Waren und Dienstleistungen mit Ausnahme von „*Entwurf und Entwicklung von Computerhardware*“.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass das angemeldete Zeichen lediglich eine sachbezogene Angabe enthalte. Die sprachüblich gebildete zusammengesetzte Wortfolge werde der angesprochene Verkehr ohne weiteres im Sinne von „gastronomisches Beziehungsmanagement“ übersetzen und als Verwaltung und Dokumentation von Kontakten/Beziehungen gastronomischer Einrichtungen bzw. im Gaststättengewerbe verstehen. Die Buchstabenkombination „GRM“ stelle sich bei der vorzunehmenden Gesamtbetrachtung als Akronym der Wortfolge „Gastro Relationship Management“ dar. Der Verkehr werte die Gesamtbezeichnung lediglich als beschreibenden Hinweis darauf, dass sich die so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen inhaltlich/thematisch mit einem gastronomischen Beziehungsmanagement befassen, dafür bestimmt seien oder in sonstiger Weise in einem engen Zusammenhang damit stünden. Ferner sei der Verkehr an eine deutsch- und englischsprachige Wortkombination gewöhnt. Die Schutzfähigkeit des angemeldeten Zeichens könne nicht damit begründet werden, dass das Wortelement „Gastro“ auch mit „Magen“ übersetzt werden könne. Eine isolierte Sinnerfassung sei unzulässig. Es reiche aus, dass die Wortfolge in einer ihrer möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen beschreibe. Keine schutzbegründende Wirkung komme dem Umstand zu, dass es sich bei dem angegriffenen Zeichen um eine neuartig gebildete Wortfolge handele. Das angemeldete Zeichen reihe sich in die üblichen Bezeichnungsgewohnheiten der Branche ein. Aus anderen Voreintragungen könne die Anmelderin für sich nichts herleiten. Jede Markenmeldung sei individuell zu beurteilen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 aufzuheben, soweit die Markenmeldung zurückgewiesen worden ist.

Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, die Markenstelle habe zu Unrecht auf – nicht näher definierte – „Fachkreise des Gastronomiebereichs“ abgestellt. Würde auf diese abgestellt, müsste das Zeichen schon deshalb eingetragen werden, da

die angegebenen Waren- und Dienstleistungsklassen mit Gastronomie nichts zu tun hätten. Durch das angemeldete Zeichen würden ausschließlich Getränkefachgroßhändler und Brauereien angesprochen, die sich darunter weder etwas Beschreibendes noch ein Konzept, sondern eine Marke vorstellen würden. Hinter der eigenwilligen Wortschöpfung verberge sich eine – aufgrund von Werbung bekannte – Branchenlösung, welche die Vertragserstellung, die Vertragsverwaltung und das Vertriebsmanagement in dem Unternehmensbereich „Gastronomie“ zum Gegenstand habe. Ein Vergleich mit der Wortfolge „Customer Relationship Management“ gehe fehl, da sich das angemeldete Zeichen hiervon deutlich abhebe. Das Wortelement „Gastro“ komme so in der englischen Sprache nicht vor. Dieser unbestimmte Wortbegriff gebe dem Gesamtzeichen sein Gepräge, ohne jedoch tatsächlich über dessen genauere Bedeutung aufzuklären.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die gemäß §§ 66, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG zulässige, insbesondere form- und fristgerecht erhobene Beschwerde gegen die teilweise Zurückweisung der Anmeldung bleibt ohne Erfolg.

1. Dem angemeldeten Zeichen steht im Umfang der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

a) Unterscheidungskraft in diesem Sinne ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR Int.

2014, 914 Rn. 23 – Smart/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2014, 872 Rn. 12 – Gute Laune Drops; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido). 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 2014, 565 Rn. 12 – smartbook; GRUR 2012, 270 Rn. 8 - Link economy; GRUR 2009, 778 Rn. 11 – Willkommen im Leben).

Insbesondere ist vorliegend zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes – zusammengesetztes – Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. BGH a. a. O. Rn. 13 - Gute Laune Drops; BGH, GRUR 2014, 569, Rn. 11 - HOT). Eine analysierende Betrachtungsweise ist unzulässig, weil sich aus ihr keine in den Vordergrund drängende, für den Durchschnittsverbraucher ohne weiteres ersichtliche Beschreibung von Waren ergibt (BGH a. a. O. Rn. 24 - smartbook). Allerdings schließt der Grundsatz der Gesamtbetrachtung es nicht aus, dass die einzelnen Markenbestandteile zunächst getrennt geprüft werden (EuGH GRUR 2010, 534 Rn. 43 Prana Haus GmbH/HABM [PRANA-HAUS]; Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 8 Rn. 186).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [Matratzen Concord/Hukla]; Ströbele in Ströbele/Hacker, a. a. O. § 8 Rn. 41). Bei fremdsprachigen Begriffen kommt es insbesondere darauf an, ob die beteiligten Verkehrskreise in dem Land, in dem die Eintra-

gung beantragt wird, im Stande sind, die Bedeutung des fremdsprachigen Wortes zu erkennen (EuGH a. a. O. Rn. 24 – [Matratzen Concord/Hukla]).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen im maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung (BGH GRUR 2015, 1012 Rn. 8 - Nivea-Blau; GRUR 2013, 1143 Rn. 15 - Aus Akten werden Fakten) dann keine Unterscheidungskraft, wenn das Zeichenwort eine für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehende Sachaussage darstellt, es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom angesprochenen Publikum stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird oder das Zeichen, sich auf Umstände bezieht, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland VN/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH, a. a. O. Rn. 21 – Gute Laune Drops; a. a. O. Rn. 11 – Link economy; a. a. O. Rn. 14 – HOT; GRUR 2010, 1100 Rn. 23 – TOOOR!; GRUR 2006, 850 Rn. 28f. – FUSSBALL WM 2006). Vorliegend ist insbesondere zu berücksichtigen, dass es für die Annahme eines Schutzhindernisses ausreichend ist, wenn das Zeichen zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen eine beschreibende Angabe enthält, selbst wenn es sich um eine sprachliche Neuschöpfung handelt (EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 – Doublemint/HABM [DOUBLEMINT]; GRUR 2004, 680 Rn. 38 - Campina Melkunie BV/Benelux-Merkenbureau [BIOMILD]; BGH a. a. O. Rn. 20 – HOT).

Setzt sich die angemeldete Marke aus mehreren beschreibenden Wörtern zusammen, kann der Charakter einer Sachangabe entfallen, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH GRUR 2012, 616 Rn. 30ff. - Alfred Strigl/DPMA u. Securvita/Öko-Invest; GRUR 2010, 931 Rn. 61ff. - Lancôme parfums et beauté & Cie SNC/HABM [COLOR

EDITION]; BGH GRUR 2014, 1204 - Rn. 18 - DüsseldorfCongress; GRUR 2009, 949 Rn. 13 - My World). Indiz für eine Eignung zur Unterscheidung können Kürze, eine gewisse Originalität und Prägnanz der Wortfolge sein (BGH a. a. O. Rn. 12 - My World).

- b) Dem angemeldeten Zeichen steht nach den vorgenannten Grundsätzen im Umfang der Zurückweisung durch das DPMA das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen. Die hier angesprochenen Verkehrskreise werden im Anmeldezeichen wegen der darin enthaltenen Sachaussage keinen Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen erkennen.

Zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehören neben dem Handel, zu dem der Fachverkehr der Gastronomen zählt, auch der normal informierte und angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher. Entscheidend ist, in welchem Verkehrskreis die angemeldete Ware oder Dienstleistung Verwendung findet oder Auswirkungen zeitigen kann, wobei eine an den objektiven Merkmalen der beanspruchten Waren/Dienstleistungen, nicht an den subjektiven Vorstellungen des Anmelders orientierte Betrachtung angezeigt ist (Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 8 Rn. 40). Während sich die Ware „*Computer-Software*“ an beide Verkehrskreise wendet, wird von den beanspruchten Dienstleistungen überwiegend der Handel angesprochen, da es sich um Dienstleistungen speziell für im Handel tätige Personen und Unternehmen handelt.

Das angemeldete Wortzeichen setzt sich aus dem vorangestellten Buchstabenbestandteil „GRM“ und der Wortfolge „Gastro Relationship Management“ zusammen. Der angesprochene Verkehr wird unter dieser Gesamtbezeichnung die Beziehungspflege im Gastronomiebereich verstehen. In dieser Gesamtbedeutung der einzelnen Wortbestandteile wird er insoweit beschreibende Bezüge zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen herstel-

len. Wer von der Anmelderin im geschäftlichen Verkehr tatsächlich angesprochen wird – Gastronomen allgemein oder – wie die Beschwerdeführerin meint – nur Brauereien –, ist für die Beurteilung der Eintragungsfähigkeit des angemeldeten Zeichens nicht von Bedeutung.

aa) Die beiden (englischsprachigen) Wortelemente „Relationship“ und „Management“ haben in die deutsche Sprache Eingang gefunden und sind den angesprochenen Verkehrskreisen geläufig. Den Ausdruck „Relationship“ versteht er als „Beziehung/Verbindung/Verwandtschaft“ und den Ausdruck „Management“ als „Betriebsführung/Geschäftsführung/Verwaltung“ (vgl. [www.dict.cc](http://www.dict.cc)). Im Bereich der Gastronomie wird unter „relation management“ auch ein Beziehungsmanagement verstanden, bei dem es um die langfristige Anbahnung, Steuerung und Kontrolle von Geschäftskontakten oder Kundenbeziehungen geht (Gruner, Management-Lexikon Hotellerie & Gastronomie, Frankfurt a. M., 2008, Stichwort: Beziehungs-management). In Kombination mit den beiden vorgenannten Begriffen wird der angesprochene Verkehrskreis das Wortelement „Gastro“ als Abkürzung für den Begriff „Gastronomie“ erkennen (vgl. insoweit schon BPatG, Beschluss vom 30.04.2002, 24 W (pat) 43/01 – GASTRO). Das Begriffsverständnis der Beschwerdeführerin im Sinne von „Magen/Bauch“ ist in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen und unter Berücksichtigung der nachfolgenden Wörter fernliegend. Die weiteren Wortelemente des angemeldeten Zeichens „Relationship Management“ führen den angesprochenen Verkehrskreis zum Begriff der „Gastronomie“, zumal die Bezeichnung „Gastro“ für diesen eine gebräuchliche Abkürzung ist (BPatG a. a. O. - GASTRO; Beschluss vom 23.09.2008, 33 W (pat) 111/06 – gastrokauf24). Zudem ist das Wortelement „Gastro“ eine vielfach verwendete Vorsilbe für Begriffe aus dem Bereich der Gastronomie, wie die Begriffskombinationen „Gastronom“, „Gastronomiebetrieb“, „Gastroraum“, „Gastromarkt“, „Gastro-



Award“ oder „Gastrokritiker“ (vgl. hierzu BGH GRUR 1986, 812 – Gastrokritiker) zeigen.

- bb) Die Wortfolge „Gastro Relationship Management“ vermittelt keinen über die bloße Aneinanderreihung nicht unterscheidungskräftiger Angaben hinausgehenden herkunftshinweisenden Gesamteindruck. Die Wortelemente erschöpfen sich in der Aneinanderreihung dreier Begriffe, die der angesprochene Verkehr als solche, aber auch im Gesamtzusammenhang im obigen Sinne versteht. Der angesprochene Verkehr ist an die Begriffsbildung aus den Worten „Relationship Management“ und einem vorangestellten weiteren Begriff gewöhnt. Wie die Markenstelle zutreffend dargestellt hat, beschreibt das vorangestellte Wort häufig einen speziellen Bereich oder ein spezifisches Genre wie z. B. „Customer Relationship Management“, „Supplier Relationship Management“, „Business Relationship Management“ und „Employee Relationship Management“ verdeutlichen (<http://wortschatz.uni-leipzig.de/>).

In diese übliche Begriffsbildung reiht sich „Gastro Relationship Management“ ein. Daran ändert auch der Einwand der Beschwerdeführerin nichts, „Gastro Relationship Management“ unterscheidet sich wegen des nicht englischsprachigen Begriffs „Gastro“ schon deutlich von der Wortfolge „Customer Relationship Management“, weil bei dieser alle Wortelemente der englischen Sprache entstammten.

Die Bezeichnung „Customer Relationship Management (CRM)“ wird im Übrigen auch in der Gastronomie verwendet. Sie bezeichnet sämtliche Maßnahmen der Analyse, Planung, Durchführung und Kontrolle, die der Initiierung, Stabilisierung, Intensivierung und Wiederaufnahme von Geschäftsbeziehungen zu den Kunden dienen (Gruner, Management-Lexikon Hotellerie & Gastronomie, Frankfurt a. M., 2008, Stichwort: Customer Relationship Management). Wesentliche Elemente des Customer Relati-

onship Managements sind die Informations- und Kommunikationstechnologien in Bezug auf die Kundenbeziehungen, durch die die Geschäftsprozesse unterstützt oder ermöglicht werden (vgl. Bächle/Lehmann, E-Business, München 2010, S. 114).

- cc) Die Schutzfähigkeit des Anmeldezeichens wird nicht durch die vorangestellte Buchstabenkombination „GRM“ begründet. Die Buchstabenfolge „GRM“ in Alleinstellung könnte zwar grundsätzlich schutzfähig sein. Doch selbst wenn man dies zugunsten der Beschwerdeführerin unterstellte, führte dies nicht zur Schutzfähigkeit des Anmeldezeichens insgesamt. Der Bedeutungsgehalt von „GRM“ ist vielfältig und nicht ohne weiteres bekannt (vgl. BGH WRP 2015, 52 Rn. 12 f. – ECR-Award). So kann es z. B. Grenzmark oder Gleichstrom-Reihenschlussmaschine heißen (Lexikon der Abkürzungen, Bertelsmann Lexikon Verlag, 1995, Stichwort: GRM). Die Bedeutung als beschreibende Abkürzung ergibt sich jedoch hier unmittelbar aus der anschließenden Wortfolge. Die Buchstabenfolge „GRM“ gibt die Anfangsbuchstaben der ausgeschriebenen Sachbezeichnung „**G**astro **R**elationship **M**anagement“ wieder und verstärkt somit für den angesprochenen Verkehrskreis die akzessorische Funktion der Buchstabenfolge. Besteht ein Zeichen aber aus einer nicht beschreibenden Buchstabenfolge, deren Bedeutung durch die nachfolgende Wortfolge explizit erläutert und vom Verkehr als Abkürzung der Wortkombination wahrgenommen wird, fehlt dem Gesamtzeichen die erforderliche Unterscheidungskraft (EuGH GRUR 2012, 616 Rn. 30ff. - Alfred Strigl/DPMA u. Securvita/Öko-Invest; BPatG, Beschluss vom 16.05.2007, 33 W (pat) 3/05 - TRM Tenant Relocation Management; Beschluss vom 31.03.2010, 26 W (pat) 76/09 - Verteilnetzbetreiber (VNB) Rhein-Main-Neckar; vgl. auch EuGH, Urteil vom 22.10.2015, C-20/14 Rn. 33 - BGW Beratungs-Gesellschaft Wirtschaft mbH/Scholz; BGH, Beschluss vom 09.07.2015, I ZB 16/14 Rn. 15 - DSA/BSA für das Widerspruchsverfahren). Die Verwendung von Abkürzungen ist im Bereich des Relationship

Managements darüber hinaus üblich und dem angesprochenen Verkehrskreis geläufig (wie CRM für „Customer Relationship Management“, SRM für „Supplier Relationship Management“ und ERM für „Employee Relationship Management“ (<http://wortschatz.uni-leipzig.de/>)).

- dd) Das angemeldete Zeichen „GRM Gastro Relationship Management“ ist nach dem Vorgesagten eine sprachüblich gebildete Wortfolge, die sich für die angemeldeten Waren der Klasse 9 „Computer-Software“ auf einen Gegenstand bezieht, der ein essentieller Bestandteil des Beziehungsmanagements in technischer Hinsicht ist. Der Fachverkehr wird in einer entsprechend gekennzeichneten Software nur einen inhaltsbeschreibenden bzw. thematischen Hinweis auf deren Eignung zur Unterstützung oder Durchführung von Geschäftsprozessen im Bereich der Gastronomie verstehen. Auch zu den beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 35 und 42 – soweit sie noch Gegenstand des Beschwerdeverfahrens sind – besteht ein enger beschreibender Bezug, da diese Dienstleistungen dazu dienen, auf elektronischem Wege entsprechende Geschäftsprozesse zu begleiten, zu steuern oder zu kontrollieren. Bereits jetzt bieten Software-Anbieter im Gastronomiebereich Lizenzen für Software-Lösungen zur Optimierung von Geschäftsprozessen im Bereich der Verwaltung, Kundenbindung, Rechnungstellung etc. Deshalb besteht auch zur Dienstleistung „kommerzielle Verwaltung der Lizenzierung von Waren und Dienstleistungen für Dritte“ ein hinreichend enger Sachbezug. Im Übrigen ist es bekannt, dass eine Lizenzierung im Bereich der Gastronomie (Franchisesystem von Restaurants) übliche Praxis ist und diese auch thematisch zum Bereich des Beziehungsmanagements gehört.
- c) Ein für die Beschwerdeführerin günstigeres Ergebnis kann sie auch nicht aus der Entscheidung des Bundesgerichtshofes in der Sache „Starsat“ (GRUR 2012, 1143) herleiten. Entscheidender Unterschied zu dieser Ent-

scheidung ist, dass vorliegend keine gedanklichen Zwischenschritte zur Erfassung des Sinngehalts des angemeldeten Zeichens notwendig sind.

Die weiteren von der Beschwerdeführerin in Bezug genommenen Entscheidungen sind mit dem vorliegenden Sachverhalt ebenfalls nicht vergleichbar. Ebenso wenig ist ein Eingehen auf die genannten Voreintragungen veranlasst, weil zum einen aus nicht begründeten Eintragungen anderer Marken keine weitergehenden Informationen im Hinblick auf die Beurteilung der konkreten Anmeldung entnommen werden können (BGH GRUR 2013, 522 Rn. 20 – Deutschlands schönste Seiten). Zum anderen darf auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (vgl. BGH GRUR 2014, 376 Rn. 19 – GRILL MEISTER; GRUR 2012, 276 Rn. 18 – Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.).

2. Auf die Frage, ob ein Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht, kommt es nach vorstehenden Ausführungen nicht mehr an.

#### **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 Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist ist nur gewahrt, wenn die Rechtsbeschwerde vor Fristablauf beim Bundesgerichtshof eingeht. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Dr. von Hartz

Hu