



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 524/15

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2014 007 577.6

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 10. Juni 2016 durch den Richter Hermann, die Richterin Uhlmann und die Richterin kraft Auftrags Seyfarth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

start green

ist am 29. Oktober 2014 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Betriebswirtschaftliche Analyse-, Recherche- und Informationsdienstleistungen; Marktforschung; Analyse von Marktforschungsdaten und -statistiken; Durchführen von Marktanalysen und Marktstudien; Erstellen von Marktprognosen; Wirtschafts- und Marktforschung; Zusammenstellung von Informationen in Bezug auf Marktstudien; Sammeln und Systematisieren von Geschäftsdaten; Betriebswirtschaftliche Beratungsdienste; Evaluierung von Geschäftsmöglichkeiten in betriebswirtschaftlicher Hinsicht; Erstellen von betriebswirtschaftlichen Machbarkeits- oder Projektstudien; betriebswirtschaftliche Beratung in Bezug auf Errichtung und Betrieb von Unternehmen; betriebswirtschaftliche Bewertungen in Bezug auf Geschäftsangelegenheiten; betriebswirtschaftliche Beratung für Unternehmen in Bezug auf Unternehmensgründungen; Beratungsdienste in Bezug auf Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Marketing; Hilfe bei der Geschäftsführung von Handelsunternehmen in Sachen Öffentlichkeitsarbeit; gewerbliche Lobbyarbeit; Vorführung von Waren und Dienstleistungen mit elektronischen Medien; Durchführung, Veranstaltung und/oder Organisation von Ausstellungen, Handelsschauen und Handelsmessen zu Geschäfts- und Werbezwecken; Aktualisierung und

Pflege von Daten und Geschäftsinformationen in Computer-Datenbanken; Bereitstellung von Geschäftsinformationen über eine Web-Site; Erfassung von geschäftlichen Informationen; Online Werbung in einem Computernetzwerk, insbesondere Schalten von Werbung externer Anbieter auf dem Webportal; Bereitstellung und Vermietung von Werbeflächen auf einer Web-Site; Verbreitung von Werbung, insbesondere über das Internet; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Erstellen von Statistiken zur Bereitstellung von Informationen über die Marktdynamik; Beratung und Informationen in Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Abonnements für Online-Publikationen Dritter; Zusammenstellung statistischer Informationen; Auskünfte in Bezug auf Geschäftsangelegenheiten, Handelsangelegenheiten, Marketing, Geschäftsstatistiken, Werbung oder Warenverkehr den Markt von Gütern und Dienstleistungen im Bereich grüne Technologien, Umweltschutz und Nachhaltigkeit betreffend; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen insbesondere im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Internetportals sowie der Bereitstellung und Veröffentlichung von Daten und Informationen im Internet über und für Start-Ups, Investoren, Unternehmen und Gründungsförderer im Bereich grüne Technologien, Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

Klasse 38: Dienste von Presseagenturen; elektronische Nachrichtenübermittlung; Übermittlung digitaler Dateien, insbesondere zu herunterladbaren Dateien, nämlich zu Texten und Ton-, Bild- und Videoaufzeichnungen; Übermittlung von Daten und Nachrichten; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Bereitstellen von Internet Chatrooms; Bereitstellen von Online Foren; Bereitstellung des Zugriffs auf Inhalte, Webseiten und Internetportale; Bereitstellung des Zugangs zu einem elektronischen Netz zur Online-Informationsrecherche; Ausstrahlung

von Rundfunksendungen im Internet; Vermittlung von Zugriffen auf Datenbanken im Internet; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen insbesondere im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Internetportals sowie der Bereitstellung und Veröffentlichung von Daten und Informationen im Internet über und für Start-Ups, Investoren, Unternehmen und Gründungsförderer im Bereich grüne Technologien, Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

Klasse 41: Betrieb eines Online Fachportals; Veröffentlichungsdienstleistungen; Veröffentlichung der redaktionellen Inhalte von Websites mit Zugang über ein weltweites Computernetz; Veröffentlichung von Web-Magazinen; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Ausstellungen, Schulungen und Wettbewerben; Herausgabe von Online-Veröffentlichungen; Bereitstellen von Online-Informationen und Neuigkeiten im Bereich grüne Technologien, Umweltschutz und Nachhaltigkeit auf einer themenbezogenen Website; Beratung in Bezug auf die Veröffentlichung von schriftlichen Texten; Herausgabe von Veröffentlichungen mittels elektronischer Medien; Bereitstellung von Online Videos; Herausgabe von Texten; Durchführung von Workshops sämtliche vorgenannten Dienstleistungen insbesondere im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Internetportals sowie der Bereitstellung und Veröffentlichung von Daten und Informationen im Internet über und für Start-Ups, Investoren, Unternehmen und Gründungsförderer im Bereich grüne Technologien, Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

Klasse 42: Beratung auf dem Gebiet der Energieeinsparung und der Energieeffizienz; Bereitstellung von wissenschaftlicher Information und Beratung im Bereich Umweltschutz und Energie; Forschung im Bereich Umweltschutz und Energie; wissenschaftliche Forschung; Beratung im Bereich Umweltschutz; Technische Beratung im Bereich der Um-

welttechnik und der Energietechnik; Entwicklung ganzheitlicher Energiekonzepte; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen insbesondere im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Internetportals sowie der Bereitstellung und Veröffentlichung von Daten und Informationen im Internet über und für Start-Ups, Investoren, Unternehmen und Gründungsförderer im Bereich grüne Technologien, Umweltschutz und Nachhaltigkeit.

Mit Beschluss vom 9. April 2015 hat das Deutsche Patentamt, Markenstelle für Klasse 41, die Anmeldung nach §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, das angemeldete Wortzeichen enthalte in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen eine beschreibende Angabe, die auf deren Art, Thema und Zweckbestimmung hinweise. Der Verkehr werde das Wortzeichen „start green“ dahingehend verstehen, dass es sich um Dienstleistungen handele, die auf die Unterstützung von insbesondere jungen Unternehmen mit neuen Ideen bei der Verwirklichung ökologischer und ökonomischer Zielsetzungen ausgerichtet sind. Das Wortzeichen sei zwar lexikalisch nicht nachweisbar, jedoch sei der Verkehr an neue Wortzeichen gewöhnt, auch wenn sich diese nicht an grammatikalische Regeln hielten. Das Wortzeichen bestehe aus dem englischen Wort „green“, das branchenübergreifend als Hinweis auf umweltfreundliche/ökologische Produkte verwendet werde. Das deutsche Wort „Start“ beschreibe sowohl den Anfang einer Rennstrecke bzw. eines Rennens, als auch den Beginn von etwas, insbesondere den Beginn einer Tätigkeit oder eines Projektes. Alle in Frage stehenden Dienstleistungen beschäftigten sich insbesondere mit der Beratung, Begleitung und Unterstützung von Projekten im Bereich „grüner Technologie“. Vor diesem Hintergrund sei nicht davon auszugehen, dass die Aussage des Wortzeichens vage oder zu unbestimmt ist. Aus diesem Zusammenhang ergebe sich, worum es sich thematisch handele, ohne dass der Begriff einen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen gebe.

Hiergegen richtet sich die am 13. Mai 2015 erhobene Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 41, vom 9. April 2015 aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, das Wortzeichen „start green“ sei eine interpretierbare und mehrdeutige Kombination aus den beiden Zeichenbestandteilen „start“ und „green“, die darüber hinaus noch sprachregelwidrig gebildet sei. „start“ sei nicht mit „Start-up“ gleichzusetzen. Die Begriffe „start“ und „green“ seien in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen nicht unmittelbar verständlich, dies gelte erst recht für ihre Kombination. „Start green“ bzw. „starte grün“ könne für den angesprochenen Verkehr alles Mögliche bedeuten, zum Beispiel „Beginne, ökologisch zu handeln“, „Beginne, Dein Leben ökologisch auszurichten“, „Beginne, Dich ökologisch zu ernähren“. Es gebe keine Verwendung von „start green“ im Sprachgebrauch. Der angesprochene Verkehrskreis werde folglich dem Gesamtzeichen „start green“ keinen eindeutigen Sinngehalt beimessen, sondern es als Kennzeichen für ein bestimmtes Unternehmen wahrnehmen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Da die Beschwerdeführerin eine Entscheidung nach Aktenlage beantragt hat, und der Senat eine mündliche Verhandlung nicht für erforderlich erachtet, kann im schriftlichen Verfahren entschieden werden (§ 69 MarkenG).

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „start green“ steht hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat dem Anmeldezeichen daher zu Recht und mit zutreffender Begründung die Eintragung versagt (§ 37 Abs. 1 MarkenG). Das Vorbringen der Beschwerdeführerin rechtfertigt keine anderweitige Beurteilung.

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). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH a. a. O. - Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2009, 949 Rdnr. 10 - My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2014, 569, 570 Rdnr. 10 - HOT; BGH GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 15 - for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) - smartbook). 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 Rdnr. 53 - Henkel; BGH GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 16 - for you; BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143, 1144, Rdnr. 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 2006, 411 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; BGH GRUR 2014, 376 Rdnr. 11 - grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270 Rdnr. 11 - Link economy) 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). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rdnr. 32 - DOUBLEMINT). Von diesen Grundsätzen ist auch bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft von sloganartigen Wortfolgen auszugehen, ohne dass unterschiedliche Anforderungen an die Unterscheidungskraft von Wortfolgen gegenüber anderen Wortzeichen gerechtfertigt sind (EuGH GRUR 2010, 228, 231 Rdnr. 36 - Vorsprung durch Technik; BGH

GRUR 2009, 949 Rdnr. 12 - My World; GRUR 2009, 778, 779 Rdnr. 12 - Willkommen im Leben).

Nach diesen Grundsätzen fehlt dem Anmeldezeichen für die beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft.

Die angemeldete Bezeichnung setzt sich aus einem Begriff der deutschen und einem Begriff der englischen Alltagssprache zusammen, nämlich „start“ und „green“.

Das deutsche Wort „Start“ bezeichnet als Substantiv den Beginn eines Wettlaufs, -rennens, -schwimmens, die Stelle, an der ein Start stattfindet, das Starten, die Teilnahme an einem Wettkampf, den Beginn eines Fluges, den Startplatz, das Aufbrechen, das Sich-in-Bewegung-Setzen im Hinblick auf ein Ziel oder die Anfangszeit, das Anlaufen einer Unternehmung, den Beginn einer Entwicklung, eines Vorhabens (<http://www.duden.de/suchen/dudenonline/Start>). „Start“ bildet jedoch auch den Imperativ sowie den Infinitiv des englischen Wortes „to start“, im Deutschen also „starte“ beziehungsweise „starten“.

Das aus der englischen Sprache bekannte Wort „green“, im Deutschen „grün“, bezieht sich zunächst auf den Farbton „grün“. Grün steht jedoch im übertragenen Sinne auch für „Umweltbewusstsein“ (vgl. Auszug aus Dict.cc/Englisch-Deutsch Wörterbuch - Anlage 1). Es handelt sich um einen branchenübergreifend verwendeten Hinweis darauf, dass Produkte/Dienstleistungen „umweltfreundlich/ökologisch“ hergestellt bzw. erbracht werden oder sich bei ihrem Einsatz und Gebrauch als umweltfreundlich/ökologisch erweisen (EuG, GRUR Int 2015, 1034 GREEN-WORLD). Eine Ware oder eine Dienstleistung, die als grün beschrieben wird, wird üblicherweise wie eine Ware oder Dienstleistung aufgefasst, die umweltfreundlich oder zumindest weniger umweltschädlich ist (EuG a. a. O.). Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin misst die Rechtsprechung diese Bedeutung dem Wort „green“ nicht nur in Zusammenhang mit weiteren Begriffsbestandteilen,

sondern bereits in Alleinstellung zu (siehe die st. Rspr. z. B. BPatG Beschluss vom 23.04.2014, 28 W (pat) 533/12; vom 11.03.2015, 28 W (pat) 91/12, zugänglich über die Homepage des BPatG). Eine zur Unterscheidungskraft führende Mehrdeutigkeit des Wortes liegt nicht vor. Die Frage, ob eine unterscheidungskräftige Bedeutungsvielfalt vorliegt, ist immer im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen zu sehen (BGH GRUR 2000, 882 Bücher für eine bessere Welt). Außerdem reicht es aus, wenn ein Zeichen in einer seiner möglichen Bedeutungen beschreibend ist (EuGH GRUR 2004, 680 Nr. 38 - Bio-mild; GRUR 2014, 569 HOT).

Auch die Bedeutung des Gesamtzeichens geht nicht über den Inhalt der Einzelbestandteile hinaus. Ausschlaggebend ist allein, wie das Wortzeichen im Kontext der angemeldeten Waren und Dienstleistungen auf den relevanten Verkehrskreis wirkt (BGH GRUR 2014, 376 Rdnr. 11 - grill meister).

Angesprochene Verkehrskreise sind im vorliegenden Fall sowohl die Durchschnittsverbraucher, die sich online über umweltfreundliche, „grüne“ Technologien informieren wollen, als auch Unternehmer, insbesondere Jungunternehmer, die eine betriebswirtschaftliche Beratung insbesondere im Hinblick auf ökologische, „grüne“ Aspekte wünschen.

Sowohl der angesprochene Durchschnittsverbraucher als auch die Fachkreise, werden erkennen, dass sich „start“ im Sinne von „beginne, fang an“ als Imperativ auf den Begriff „green“ bezieht, und daher „start“ als Aufforderung, etwas zu tun, verstehen. Dieser Eindruck wird durch die Platzierung des Wortes „start“ an den Beginn der Wortkombination unterstrichen. Derartige Aufforderungen sind in der Werbewelt absolut üblich. „Green“ wird, wie im vorigem bereits beschrieben, sowohl vom Durchschnittsverbraucher als auch von den Fachkreisen zwar als „grün“ übersetzt, jedoch nicht in der Bedeutung der Farbe „grün“, sondern im Sinn von „ökologisch“, bzw. „umweltbewusst“. Dieses Verständnis ist schon lange weit verbreitet und lässt sich auch im Alltag der Durchschnittsverbraucher und des Fach-

kreises feststellen. Im politischen Leben steht „grün“ schon seit langem für „ökologisch/umweltbewusst“. Exemplarisch dafür verwendet zum Beispiel die Partei „Die Grünen“ sowohl den Begriff als auch die Farbe Grün zur Beschreibung politischer Inhalte (<https://www.gruene.de/startseite.html>). Auch darüber hinaus lassen sich zahlreiche Verwendungsbeispiele finden. So spricht man von „grünen Wirtschaftsmodellen“, wenn es um das Thema Wirtschaftswachstum und Ressourcenverbrauch geht, oder von „grüner Technik“ im Zusammenhang mit Umwelttechnologie.

Die unter „start green“ angebotenen Dienstleistungen sollen neu auf den Markt tretenden Unternehmen („Start-Ups“) und Gewerbetreibenden ermöglichen, von Anfang an Gesichtspunkten des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit Rechnung zu tragen. Auch bereits auf dem Markt etablierte Teilnehmer sollen zur Umorientierung zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit verleitet werden.

Bei den von der Anmeldung erfassten Dienstleistungen handelt es sich um Datenerhebungs- und Datenanalysedienstleistungen, sowie betriebswirtschaftliche Dienstleistungen (Klasse 35), Telekommunikationsdienstleistungen (Klasse 38), Dienstleistungen im Bereich des Online Auftritts (Klasse 41) und Forschung und Beratung (Klasse 42). Allen angemeldeten Dienstleistungen ist gemeinsam, dass sie „insbesondere im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Internetportals sowie der Bereitstellung und Veröffentlichung von Daten und Informationen im Internet über und für Start-Ups, Investoren, Unternehmen und Gründungsförderer im Bereich grüne Technologie, Umweltschutz und Nachhaltigkeit“ erbracht werden.

Die Verkehrskreise werden die unter dem Wortzeichen „start green“ angebotenen Dienstleistungen als eine klar verständliche Werbeaussage wahrnehmen und zwar in dem Sinne, dass durch die Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen eine umweltbewusste und ökologische Unternehmensführung möglich ist.

Der maßgebliche Verkehr wird dem Wortzeichen folglich lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2006, 850 Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch) und darin keinen Herkunftshinweis sehen.

Auch die von der Anmelderin angeführten Voreintragungen und Entscheidungen, die in vermeintlich vergleichbaren Fällen ergangen sind, ändern nichts an dieser Beurteilung. Aus nicht begründeten Eintragungen anderer Marken können keine weitergehenden Informationen im Hinblick auf die Beurteilungen der konkreten Anmeldung entnommen werden (BGH GRUR 2013, 522 Rdnr. 20). Zum anderen darf auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz nicht von einer rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (BGH WRP 2011, 349 Rn. 12 - FREIZEIT Rätsel Woche; GRUR 2011, 230 Rn. 12 - SUPERgirl).

Der Marke fehlt damit jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, so dass die Anmeldung zurückzuweisen war (§ 37 Abs. 1 MarkenG). 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 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.

Hermann

Uhlmann

Seyfarth

Hu