



# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 19/19

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2017 001 522.4**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 30. Juni 2020 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, des Richters Dr. Söchtig und des Richters Hermann

beschlossen:

1. Die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 12, vom 22. Januar 2018 sowie vom 18. Januar 2019 werden aufgehoben, soweit die Anmeldung für die nachfolgenden Dienstleistungen zurückgewiesen worden ist:

Klasse 35:

Online-Werbung in einem Computernetzwerk;  
Öffentlichkeitsarbeit; Beratung bei der Organisation und Führung von Einzelhandelsunternehmen; Verkaufsförderung für Dritte; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 36:

Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte.

2. Die weitergehende Beschwerde wird zurückgewiesen.

### **Gründe:**

**I.**

Das Wortzeichen

**mein-leasingrad**

ist am 25. Januar 2017 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 12: Fahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten;  
Elektrofahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten;

Klasse 35: Dienstleistungen eines Einzel-, Groß- und/oder Versandhandels, insbesondere über das Internet, für Fahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten, sowie für Elektrofahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Öffentlichkeitsarbeit; Beratung bei der Organisation und Führung von Einzelhandelsunternehmen; Verkaufsförderung für Dritte; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 12, hat die Anmeldung – nach vorangegangener Beanstandung vom 23. April 2017 – mit Beschlüssen vom 22. Januar 2018 sowie vom 18. Januar 2019, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, vollumfänglich zurückgewiesen, da der Eintragung des Anmeldezeichens in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegenstehe. Zur Begründung wird ausgeführt, dass in dem angemeldeten Zeichen „mein-leasingrad“ die beiden Bestandteile „mein“ und „leasingrad“ nur durch einen Gedankenstrich getrennt seien. Bei „mein“ handele es sich um ein Possessivpronomen, das die Zugehörigkeit des nachfolgenden Substantivs zum Leser/Sprecher bezeichne. Das zusammengesetzte Nomen „leasingrad“ bestehe aus „leasing“ und dem Bestimmungswort „rad“, die Kurzform für

„Fahrrad“. Unter „Leasing“ verstehe man die „Vermietung von (Investitions)gütern und Industrieanlagen (wobei die Mietzahlungen bei späterem Kauf angerechnet werden können) oder eine „mittel- bis langfristige, mietweise Nutzungsüberlassung von beweglichen oder unbeweglichen Gütern durch gewerbsmäßige Leasingunternehmen, die i. d. R. Tochtergesellschaften von Kreditinstituten bzw. Herstellern sind (indirektes Leasing), oder durch den Hersteller selbst (direktes Leasing)“. Dem angesprochenen Verkehrskreis erschließe sich das Anmeldezeichen „mein-leasingrad“ ohne weiteres in der Bedeutung „mein Fahrrad auf Leasingbasis“, zumal das Leasing von vierrädrigen Vehikeln weit verbreitet sei.

Als ohne weiteres verständliche, unmittelbar beschreibende Angabe sei das Anmeldezeichen daher in seiner konkreten Bedeutung nicht geeignet, die betreffenden Waren und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Herkunft aus einem Unternehmen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die angemeldete Wortfolge „mein-leasingrad“ bringe zum Ausdruck, dass es sich um ein Fahrrad handle, das den jeweiligen Anforderungen des einzelnen Verbrauchers besonders entspreche und ihm im Rahmen eines Leasingvertrages zur Verfügung gestellt werde. Die in Klasse 12 beanspruchten Waren könnten entsprechende Fahrräder sein. Zudem sei es möglich, dass die Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 besonders auf entsprechende Angebote ausgerichtet seien.

Soweit die Anmelderin auf aus ihrer Sicht vergleichbare Voreintragungen verwiesen habe, entfalteten diese keine Bindungswirkung für vorliegendes Verfahren. Ob der Eintragung des Anmeldezeichens darüber hinaus ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehe, so das Deutsche Patent- und Markenamt abschließend, könne im Ergebnis dahinstehen.

Hiergegen wendet sich die Beschwerdeführerin mit ihrer Beschwerde vom 25. Februar 2019, mit der sie sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 12, vom 22. Januar 2018 sowie vom 18. Januar 2019 aufzuheben.

Sie hat ihr Rechtsmittel im Laufe des Beschwerdeverfahrens nicht begründet. Vor dem Deutschen Patent- und Markenamt hat sie vorgetragen, die vorgenommene Bewertung der einzelnen Zeichenbestandteile werde nicht in Zweifel gezogen. Allerdings sei das Anmeldezeichen „mein-leasingrad“ gerade nicht in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen, sondern vielmehr geeignet, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Das Deutsche Patent- und Markenamt vermute im Possessivpronomen „mein“ die Zugehörigkeit des nachfolgenden Substantivs entweder zum Leser oder zum Sprecher. Leser sei der Verbraucher als Adressat des Anmeldezeichens. Sprecher sei der Markeninhaber als Verwender des Zeichens zum Zwecke der Kennzeichnung der aus seinem Unternehmen stammenden Waren und Dienstleistungen. Insofern sei die Gesamtkombination der zur Markeneintragung angemeldeten Wortfolge objektiv ein Synkretismus, weil eine in Richtung auf den angesprochenen Verbraucher abgegebene Werbeaussage richtigerweise „dein ...“ lauten müsste. Das Anmeldezeichen sei eine Aussage, die den potentiellen Kunden „in den Mund gelegt“ werde. Der Markenverwender versuche Assoziationen und Vorstellungen bei den angesprochenen Verbrauchern hervorzurufen, die insbesondere keinen Hinweis auf Herkunft, Beschaffenheit, Qualität oder Bestimmung entsprechend gekennzeichnete Waren und Dienstleistungen vermitteln, sondern vielmehr eine emotionale Beziehung zu dem Produkt oder der Dienstleistung begründeten, die in der Gedankenwelt des Verbrauchers ermöglichen, dass die Waren und

Dienstleistungen von denjenigen anderer Herkunft unterschieden werden könnten.

Abschließend verweist die Beschwerdeführerin noch auf nach ihrer Auffassung vergleichbare Voreintragungen, welche ebenfalls die Eintragungsfähigkeit des Anmeldezeichens zu stützen geeignet seien.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf den Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist teilweise zurückzuweisen.

1. Das Rechtsmittel ist unbegründet, soweit es sich gegen die Zurückweisung der Anmeldung für die Waren „Fahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten; Elektrofahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten“ sowie die „Dienstleistungen eines Einzel-, Groß- und/oder Versandhandels, insbesondere über das Internet, für Fahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten, sowie für Elektrofahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten“ richtet. Dem Anmeldezeichen fehlt insoweit die Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a) Unterscheidungskraft ist die dem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2012, 610, Rdnr. 42 - Freixenet; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2014, 569, Rdnr. 10 - HOT; GRUR 2013, 731, Rdnr. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143, Rdnr. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, Rdnr. 9

- Neuschwanstein; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 - Die Vision; GRUR 2006, 850, Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, Rdnr. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, Rdnr. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710, Rdnr. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949, Rdnr. 10 - My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2012, 1143, Rdnr. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, Rdnr. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2012, 270, Rdnr. 8 - Link economy).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren und 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 bzw. -abnehmers der fraglichen Produkte abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, Rdnr. 24 - SAT.2; BGH GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Rdnr. 15 - Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270, Rdnr. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, Rdnr. 10 - DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006;

GRUR 2005, 417 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK) 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 (vgl. u. a. BGH GRUR 2006, 850, Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2001, 1143 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft auch solche Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2010, 1100, Rdnr. 23 - TOOOR!; GRUR 2006, 850, Rdnr. 28 - FUSSBALL WM 2006).

(1) Das Anmeldezeichen setzt sich aus den Bestandteilen „mein“, „leasing“ und „rad“ zusammen. Bei dem ersten Element „mein“ handelt es sich um ein Possessivpronomen. „Leasing“ ist im zivilrechtlichen Sinn ein Nutzungsüberlassungsvertrag oder ein atypischer Mietvertrag. Der Begriff hat in der öffentlichen Kommunikation jedoch überwiegend eine umfassendere Bedeutung im Sinne einer Finanzierungsalternative, bei der das Leasingobjekt vom Leasinggeber beschafft und finanziert wird und dem Leasingnehmer gegen Zahlung eines vereinbarten Leasingentgelts zur Nutzung überlassen wird (vgl. unter „www.wikipedia.org“, Suchbegriff „Leasing“). Die dritte Komponente „rad“ ist die Kurzform für „Fahrrad“ (vgl. unter „www.duden.de“, Suchbegriff „rad“).

In seiner Gesamtheit werden die angesprochenen breiten Verkehrskreise der fahrradaffinen Durchschnittsverbraucher das Anmeldezeichen unschwer und ohne analysierende Betrachtungsweise dergestalt auffassen, dass hiermit ein Fahrrad bezeichnet wird, das den jeweiligen Anforderungen des einzelnen

Verbrauchers in besonderem Maße entspricht und ihm im Rahmen eines Leasingvertrages zur Verfügung gestellt worden ist.

(2) „Fahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten; Elektrofahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten“ können Gegenstand eines Leasingvertrages im vorgenannten Sinne sein. Insoweit stellt das Anmeldezeichen lediglich eine beschreibende Sachangabe dar. Dass das Leasen von Fahrzeugen bzw. Fortbewegungsmitteln immer weitere Verbreitung findet, hat bereits das Deutsche Patent- und Markenamt zutreffend ausgeführt. Nicht zuletzt ist das Leasen von Fahrrädern und Elektrofahrrädern auch unter steuerlichen Gesichtspunkten gerade für Arbeitnehmer zunehmend interessant geworden, wird doch das Zur-Verfügung-Stellen eines entsprechenden Fortbewegungsmittels - oftmals im Wege des Leasings - zusätzlich zum Arbeitslohn lediglich pauschal mit einem Steuersatz in Höhe von 25 % besteuert (vgl. § 40 Abs. 2 Nr. 7 EStG).

Die vom Anmeldezeichen in Klasse 35 beanspruchten „Dienstleistungen eines Einzel-, Groß- und/oder Versandhandels, insbesondere über das Internet, für Fahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten, sowie für Elektrofahrräder und deren Teile, soweit in Klasse 12 enthalten“ können wiederum im Vorfeld oder im Rahmen eines Leasingvertrages über ein Fahrrad bzw. Elektrofahrrad, welches in besonderem Maße auf die Bedürfnisse des jeweiligen Kunden zugeschnitten ist, erbracht werden. Auch dieser Umstand steht der Annahme der für eine Eintragung erforderlichen Unterscheidungskraft entgegen.

(3) Auch die von der Beschwerdeführerin angeführten Voreintragungen führen zu keinem anderen Ergebnis. Etwaige Entscheidungen über (unterstelltermaßen) ähnliche Anmeldungen sind zwar, soweit sie bekannt sind, im Rahmen der Prüfung zu berücksichtigen, ob im gleichen Sinn zu entscheiden ist oder nicht; sie sind aber keinesfalls bindend (vgl. EuGH GRUR

2009, 667 - Bild.T-Online.de u. ZVS [Schwabenpost]). Da das Deutsche Patent- und Markenamt die Voraussetzungen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zutreffend bejaht hat, kommt es auf die weiteren Voreintragungen nicht an, weil zum einen aus nicht begründeten Eintragungen anderer Marken keine weitergehenden Informationen im Hinblick auf die Beurteilung der konkreten Anmeldung entnommen werden können und zum anderen auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden darf (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 - Bild.T-Online.de u. ZVS [Schwabenpost]; BGH GRUR 2011, 230 - SUPERgirl; WRP 2011, 349 - FREIZEIT Rätsel Woche; GRUR 2012, 276 - Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.).

b) Aus vorstehend Gesagtem folgt im Ergebnis weiter, dass die Frage, ob der Eintragung des Anmeldezeichens im Umfang der Zurückweisung der Anmeldung auch ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, offen bleiben kann.

2. Demgegenüber hat die Beschwerde in dem Umfang gemäß Ziffer 1) des Tenors Erfolg.

a) Der Eintragung des Anmeldezeichens steht insoweit nicht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Die Beurteilung der Unterscheidungskraft erfolgt stets in Bezug auf die konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Aufgrund dieser waren-/dienstleistungsbezogenen Prüfung kann das Urteil differenziert ausfallen und Unterscheidungskraft für die eine Ware oder Dienstleistung zu bejahen, für die andere hingegen zu verneinen sein (vgl. BeckOK Markenrecht, 20. Edition, Stand: 01.01.2020, § 8, Rdnr. 113).

Eine differenzierte Betrachtung der Unterscheidungskraft ist bei Dienstleistungen angezeigt, die einen universellen und kaum abgrenzbaren Einsatzbereich haben. Bei ihnen ist es nicht ohne weiteres gerechtfertigt, jeder Benennung einer Person, Sache oder Leistung bereits deshalb die erforderliche Unterscheidungskraft abzusprechen, weil diese spezielle Person, Sache oder Leistung im Einzelfall ihr Gegenstand sein kann. Von einem die Unterscheidungskraft ausschließenden beschreibenden Charakter ist nur in Fällen auszugehen, in denen ein Begriff oder eine Wortfolge tatsächlich als themen- oder inhaltsbezogene Bezeichnung verwendet werden kann. Soweit dagegen Dienstleistungen branchenüblich nicht nach ihrem Inhalt benannt werden, kann einer entsprechenden Angabe nicht ohne weiteres die Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

Dienstleistungen der Werbung, Geschäftsführung und Unternehmensberatung sind in der Regel unabhängig von dem konkreten einzelnen Gegenstand oder der bestimmten Person, für den oder die geworben bzw. beraten wird oder eine sonstige geschäftliche Tätigkeit erfolgt. Dahingehende Benennungen sind demnach nicht zwangsläufig als inhaltsbeschreibende Sachangaben aufzufassen, sondern können auch unterscheidungskräftig sein (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Auflage, 2018, § 8, Rdnr. 116 ff.).

Hiervon ausgehend werden die angesprochenen Verkehrskreise dem Anmeldezeichen in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen „Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Öffentlichkeitsarbeit; Beratung bei der Organisation und Führung von Einzelhandelsunternehmen; Verkaufsförderung für Dritte; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken“ und „Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte“ keinen unmittelbar beschreibenden Sachhinweis entnehmen. Zwar können die Tätigkeiten mit dem Leasen von auf den jeweiligen Konsumenten abgestimmten Fahrrädern zusammenhängen bzw. dieses zum Gegenstand haben. Das Anmeldezeichen kann daher gewisse beschreibende

Assoziationen hervorrufen. Dies ist jedoch für die Annahme des Fehlens der Unterscheidungskraft nicht ausreichend. Insbesondere das Possessivpronomen „mein“ führt zu einer Personalisierung, die bei den hier in Rede stehenden, der Allgemeinheit angebotenen Tätigkeiten unüblich ist. Es bedarf erst mehrerer Gedankenschritte, um der Wortfolge „mein-leasingrad“ einen Hinweis auf den Inhalt oder das Thema der besagten Dienstleistungen entnehmen zu können (vgl. hierzu auch BPatG 27 W (pat) 71/16 - WIRTSCHAFT IST GESELLSCHAFT). Zudem entspricht es nicht den Branchengewohnheiten, Werbedienstleistungen wie vorliegend „Online-Werbung in einem Computernetzwerk“ durch das beworbene Produkt(sortiment) zu charakterisieren, weil die Festlegung auf einen bestimmten Inhalt eine nicht gewollte Beschränkung bedeuten würde. Üblich ist etwa eine Bezeichnung nach Art des Mediums oder der Branche, auf die die Werbeleistungen bezogen sind, während eine Festlegung auf ein bestimmtes Themengebiet nicht erfolgt (vgl. etwa BGH GRUR 2009, 949 - My World). Das Anmeldezeichen vermittelt keinen Hinweis auf die Art des Werbemediums und kommt auch als Branchenangabe nicht in Betracht, da es sich auf den engen Bereich des Leasens personalisierter Fahrräder beschränkt. Vorgenannte Überlegungen gelten entsprechend für die weiterhin verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen „Öffentlichkeitsarbeit; Beratung bei der Organisation und Führung von Einzelhandelsunternehmen; Verkaufsförderung für Dritte; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken“ und „Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte“ (vgl. in diesem Zusammenhang auch BPatG 30 W (pat) 33/15 - Steinpark).

b) Da ausweislich der Ausführungen zu a) der angemeldeten Wortfolge bereits keine eindeutige Sachaussage entnommen werden kann, scheidet sie als unmittelbar beschreibende Angabe in Verbindung mit den Dienstleistungen gemäß Ziffer 1) des Tenors aus. Insoweit kann kein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG festgestellt werden.

3. Weitere Schutzhindernisse sind vom Deutschen Patent- und Markenamt nicht ins Feld geführt worden und im Übrigen auch nicht ersichtlich.

### **R e c h t s m i t t e l b e l e h r u n g**

Gegen diesen Beschluss steht der 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.

Kortbein

Söchtig

Hermann

prä