



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 16/17

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2015 038 835.1

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. Februar 2018 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und die Richterin Seyfarth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

WIR BEWEGEN DAS HANDWERK

ist am 12. Mai 2015 unter der Nummer 30 2015 038 835.1 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Beschaffungsdienstleistungen für Dritte; Marketing, Verkaufsförderung, Personalmanagementberatung; Qualitätsmanagementberatung; Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Vermittlung von Rahmenverträgen; Hilfe bei der Aushandlung von Rahmenverträgen;

Klasse 36: Vermittlung von Finanzierungen, Leasing und Versicherungen;
Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke; Vermittlung von Rahmenverträgen betreffend Finanzierung, Leasing und Versicherungen;

Klasse 38: Telekommunikation; Bereitstellen eines Onlineforums zum Austausch von Nachrichten, Informationen und Daten im Internet;

Klasse 39: Veranstaltung von Reisen; Vermietung von Fahrzeugen.

Mit Beschluss vom 30. September 2016 hat die Markenstelle für Klasse 35 des DPMA die Anmeldung gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, der Satz „Wir bewegen das Handwerk“ bedeute sinngemäß, dass eine Gruppe von Personen (durch aktives Tun) die Lage des Berufsstands der Handwerker verändere. Für ein derartiges Verständnis bedürfe es keiner gedanklichen Analyse oder mehrerer gedanklicher Schritte, da die Bedeutung der Worte, insbesondere die Verwendung des Wortes „bewegen“ im übertragenen Sinne, von den hier angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres erkannt werde. Ferner sei der Verkehr daran gewöhnt, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen und Redewendungen konfrontiert zu werden, die sich nicht an grammatikalischen Regeln und korrektem Sprachstil orientierten, gleichwohl als verständliche Sachaussage und nicht als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst würden. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen wirke die Wortfolge daher lediglich als werbende Anpreisung in Form eines Slogans, der den Verkehr darauf hinweise, dass die Dienstleistungen von mehreren Personen erbracht würden und der positiven Veränderung der Lage durch Unterstützung der Handwerkerschaft und ihrer Mitglieder diene. Der Slogan beschreibe damit die inhaltliche Ausrichtung und Zweckbestimmung der Dienstleistungen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Mit am 1. Februar 2017 bei Gericht eingegangenem Schreiben hat sie das Dienstleistungsverzeichnis eingeschränkt und auf die Dienstleistungen der Klasse 39 verzichtet.

Sie beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 30. September 2016 aufzuheben.

Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, dem Slogan „WIR BEWEGEN DAS HANDWERK“ könne kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt für die nach dem Verzicht auf Klasse 39 noch beanspruchten Dienstleistungen zugeordnet werden. Das maßgebliche Publikum, hier der Berufsstand der Handwerker, müsse erst den mehrdeutigen Begriff „BEWEGEN“ definieren, wobei „bewegen“ im Sinne von „Lage verändern“ zu verstehen sei. Dann müsse es die nicht sprachregelgerechte Abstraktion „das Handwerk“ im Slogan auflösen. Durch diese Abstraktion sei der Handwerker zunächst nicht direkt angesprochen und denke daher zunächst an Lageveränderungen des gesamten Berufsstands. Des Weiteren müsse der Handwerker die Lageveränderungen auf sich und sein Unternehmen übertragen und somit einen Bezug der Dienstleistungen zum eigenen Betrieb herstellen. In der Abstraktion „das Handwerk“ und der Mehrdeutigkeit des Wortes „bewegen“ liege der erforderliche Überschuss, der über das Hindernis der fehlenden Unterscheidungskraft hinweg führe. Ferner habe der Slogan „WIR BEWEGEN DAS HANDWERK“ keinen vordergründigen Bezug zu den Dienstleistungen der Klasse 35. Auch bezüglich der Dienstleistungen der Klasse 36 führten erst weitere Gedankenschritte an einen etwaigen Begriffsgehalt heran. Inwiefern die angemeldete Wortfolge das „Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke“ beschreiben solle, bleibe unklar. Auch wenn die Wortfolge aus einfachen und ohne weiteres verständlichen Worten der deutschen Sprache gebildet sei, fehle jeglicher vordergründige Bezug zu den zuletzt in dem Verzeichnis aufgeführten Dienstleistungen.

Der Slogan „WIR BEWEGEN DAS HANDWERK“ gehe aus keinem der im Beschluss gelisteten Rechercheergebnisse als solches hervor. Daraus könne man schlussfolgern, dass es sich bei diesem Slogan nicht um eine übliche Wortfolge

der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handele, die vom Verkehr stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel für die betriebliche Herkunft der Dienstleistungen verstanden werde. Schließlich könne der Anmeldung ein noch ausreichender individualisierender Phantasiegehalt nicht abgesprochen werden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat auch nach Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses in der Sache keinen Erfolg.

1. Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „WIR BEWEGEN DAS HANDWERK“ als Marke steht hinsichtlich der zuletzt noch beanspruchten Dienstleistungen das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Bezeichnung daher zu Recht die Eintragung versagt (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 - Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 - OUI; GRUR 2015, 173 Rn. 15 - for you; GRUR 2013, 731 Rn. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 - Starsat). Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH a. a. O. - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O.

- OUI; a. a. O. - for you; BGH GRUR 2009, 949 Rn. 10 - My World). 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 a. a. O. - OUI; a. a. O. - for you). 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 Rn. 53 - Henkel; BGH a. a. O. Rn. 10 - OUI; a. a. O. Rn. 16 - for you; GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 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 2008, 608 Rn. 67 - Eurohypo/ HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Matratzen Concord/ HABM [Matratzen Concord/Hukla]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 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 Rn. 86 Postkantoor; BGH a. a. O. Rn. 11 - Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2010, 1100, Rn. 20 - TOOORI; GRUR 2010, 640 Rn. 13 - hey!).

Von diesen Grundsätzen ist auch bei der Beurteilung von (sloganartigen) Wortfolgen auszugehen, an deren Unterscheidungskraft grundsätzlich keine strengeren

Anforderungen als an andere Wortmarken zu stellen sind (EuGH, a. a. O. Rn. 36 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2014, 872 Rn. 14 - Gute Laune Drops; GRUR 2013, 522, Rn. 9 - Deutschlands schönste Seiten; GRUR 2012, 270 Rn. 11 - Link economy). Von mangelnder Unterscheidungskraft ist deshalb bei einer Wortfolge lediglich bei beschreibenden Angaben oder Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art auszugehen. Gleichwohl werden Wortmarken in Form von Werbeslogans vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Durchschnittsverbraucher aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen schließen. Wortfolgen, die nach Art eines Slogans gebildet sind, wird der Verkehr daher als eine Beschreibung oder Anpreisung des Inhalts oder Gegenstands entsprechender Waren und Dienstleistungen auffassen (vgl. EuGH, a. a. O. Rn. 35 - Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Demgegenüber können Indizien für die Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis - auch wenn sie keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung der Unterscheidungskraft darstellen - die Kürze, eine gewisse Originalität sowie die Prägnanz einer Wortfolge sein. Auch die Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Wortfolge kann einen Anhaltspunkt für eine hinreichende Unterscheidungskraft bieten (EuGH, a. a. O. Rn. 47 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, GRUR 2013, 552 Rn. 9 - Deutschlands schönste Seiten).

Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt das angemeldete Zeichen nicht.

a) Die hier von den beanspruchten Dienstleistungen überwiegend angesprochenen Fachverkehrskreise, insbesondere Handwerker und Leiter bzw. leitende Mitarbeiter von Handwerksbetrieben, ebenso wie die von den Dienstleistungen „Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke; Telekommunikation;

Bereitstellen eines Onlineforums zum Austausch von Nachrichten, Informationen und Daten im Internet“ angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise, werden im Anmeldezeichen wegen der darin enthaltenen Sachaussage keinen Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen erkennen.

b) Die aus den deutschen Wörtern bestehende Wortfolge „WIR BEWEGEN DAS HANDWERK“ bildet einen kurzen Satz mit Subjekt, Prädikat und Objekt.

Das Personalpronomen der ersten Person Plural „Wir“ steht für mehrere Personen, zu denen die eigene gehört (<https://www.duden.rechtschreibung/wir#> Bedeutung) und deutet damit auf den Erbringer der angebotenen Dienstleistungen hin.

Das Wort „bewegen“ kann verschiedene Bedeutungen haben:

- bewirken, verursachen, dass jemand, etwas seine Lage, Stellung verändert
- seine Lage verändern; nicht in einer bestimmten Position, an einer bestimmten Stelle o. Ä. verharren
- sich an einen anderen Ort begeben, den Ort stetig (in einer bestimmten Richtung, auf einem bestimmten Weg) wechseln
- jemandem, sich Bewegung verschaffen
- sich verhalten, sich benehmen, sich betragen. (vgl. https://www.duden.de/rechtschreibung/bewegen_schwaches_Verb).

Im übertragenen Sinn wird damit auch ausgedrückt, dass man „[etwas] verändert“, „Impulse gibt“, „etwas ins Rollen bringt“, wie das Beispiel „Der neue Mann hat schon viel bewegt“ (https://www.duden.de/rechtschreibung/bewegen_schwaches_Verb) veranschaulicht. Die Verwendung von „bewegen+Substantiv“ im Sinne der Setzung eines Anreizes ist den angesprochenen allgemeinen und Fachverkehrskreisen aufgrund der vielfachen Verwendung in der Werbung geläufig, ohne

dass unmittelbar deutlich wird, worin der konkrete Anreiz besteht. Es geht vielmehr darum, eine gewisse Dynamik und einen Veränderungswillen aufzuzeigen, was die folgenden Beispiele belegen:

- „Wir bewegen Zukunft“, „Wir bewegen Vorteile“, „Wir bewegen Flexibilität“, „Wir bewegen Präzision“, „Wir bewegen Leistung“, „Wir bewegen Effizienz“ und „Wir bewegen Prozesse“ (vgl. Anlagenkonvolut TRIKON3 Engineering GmbH, Bl. 43-50 der Gerichtsakten = <http://www.trikongmbh.de/>), wobei sich die übertragene Bedeutung „verändern durch aktives Eingreifen“ hier unmittelbar aus dem Kontext ergibt.
- „Wir bewegen Menschen“; „Wir bewegen Werte“; „Wir bewegen Chemie“; „Wir bewegen Gesundheit“; „Wir bewegen Ihr Unternehmen“; „Wir bewegen das Freiamt“; „Wir bewegen Immobilien“ u. v. a. m. (vgl. www.slogans.de).
- „Was wir bewegen.“ (Angebote und Dienstleistungen, unter anderem „Erfahrungsaustausch mit Best-Practice-KollegInnen“, „Marktstudien allgemein und individuell“, „Analysen zu Produktchancen in über 50 Marktregionen“ sowie „Hochwertige politische und wirtschaftliche Kontaktnetzwerke international“) (<http://www.senat-deutschland.de/aussenwirtschaftssenat/was-wir-bewegen/>).
- „Wir bewegen Bio“ (<https://www.biogarten.de/>).

Der Begriff „Handwerk“ wird definiert als „berufsmäßig ausgeübte Tätigkeit, die in einem durch Tradition geprägten Ausbildungsgang erlernt wird und die in einer manuellen, mit Handwerkszeug ausgeführten produzierenden oder reparierenden Arbeit besteht“ (<https://www.duden.de/rechtschreibung/Handwerk#Bedeutung1a>). Damit werden sowohl die gewerblichen Tätigkeiten als solche bezeichnet, als auch der gesamte Berufsstand und eine Organisationsform der gewerblichen Wirtschaft (<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/handwerk-sachgebietstext.html>). So spricht man von „ein Handwerk ausüben“ oder „das Handwerk eines

Schreiners“. Im allgemeineren Sinne bedeutet „Handwerk“ auch „Arbeit, Tätigkeit“ (<https://www.duden.de/rechtschreibung/Handwerk#Bedeutung1a>).

c) Die angemeldete sprachüblich gebildete Wortfolge „WIR BEWEGEN DAS HANDWERK“ wird von der angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres im Sinne von „wir verändern den Berufsstand des Handwerks“ oder „wir verändern Handwerksbetriebe“ oder „wir verändern die Tätigkeit (eines Handwerkers)“ verstanden.

Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin liegt keine schutzbegründende Mehrdeutigkeit vor. Zum einen reicht es für die Annahme der Schutzunfähigkeit aus, wenn eine Bedeutung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibenden Charakter hat oder einen engen sachlichen Bezug zu ihnen herstellt (BGH GRUR 2014, 569 Rn. 20-24 - HOT; GRUR 2009, 952 Rn. 15 - Deutschland Card). Zum anderen entspricht eine Verallgemeinerung ohne Bezug auf konkrete Waren und Dienstleistungen dem Charakter einer Werbeaussage, ein möglichst weites Spektrum von Eigenschaften, Vorteilen oder Leistungsinhalten in einer schlagwortartigen und werbewirksamen Weise zu erfassen, ohne diese im Einzelnen zu benennen (vgl. BGH a. a. O. - DeutschlandCard). Schließlich setzt die Annahme einer beschreibenden Bedeutung eines Begriffs nicht voraus, dass der Verkehr mit der Bezeichnung eine konkrete Vorstellung über besondere Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen verbindet, die unter der Bezeichnung angeboten werden. Von einem beschreibenden Begriff kann vielmehr auch auszugehen sein, wenn das Markenwort verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Waren oder Dienstleistungen beschreibt (BGH a. a. O. - HOT; a. a. O. - Deutschlands schönste Seiten; a. a. O - Deutschland Card).

Die in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen „*Beschaffungsdienstleistungen für Dritte; Marketing, Verkaufsförderung, Personalmanagementberatung; Quali-*

tätsmanagementberatung; Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Vermittlung von Rahmenverträgen; Hilfe bei der Aushandlung von Rahmenverträgen“ können speziell auf die Bedürfnisse von Handwerksbetrieben zugeschnitten und deswegen geeignet sein, in den Betrieben bzw. im gesamten Berufsstand Prozesse in Gang zu bringen bzw. diese Prozesse zu unterstützen. So ist z. B. die Vermittlung von Qualifikationen zur Rekrutierung und Führung von Personal auch für Handwerksbetriebe ein wichtiger Parameter für die erfolgreiche Unternehmensführung. Ferner bieten z. B. Hersteller speziell für Handwerksbetriebe Werbeveranstaltungen an, die der Herstellerbindung der Handwerksbetriebe dienen sollen und sich zu einer hocheffizienten Vermittlungsform entwickelt haben, die von den Handwerksbetrieben als besonders praxisnah eingeschätzt werden (vgl. Innovationen und Tendenzen der betrieblichen Berufsbildung in Dehnboschel/Pätzold, ZBW Beiheft 18, 2004, 136).

Gleiches gilt für die Dienstleistungen der Klasse 36 *„Vermittlung von Finanzierungen, Leasing und Versicherungen; Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke; Vermittlung von Rahmenverträgen betreffend Finanzierung, Leasing und Versicherungen“*. In Bezug auf „Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke“ wird der Verkehr in der Wortfolge lediglich einen Hinweis auf die sammelnde Organisation bzw. auf den Veranstalter entsprechender Spendensammlungen sehen, denn der Verkehr ist daran gewöhnt, dass Berufsorganisationen Spenden sammeln, um z. B. caritative Projekte zu unterstützen, aber auch um das Image des Handwerks in der Öffentlichkeit zu verbessern (<https://www.khos.de/handwerkerlauf/allgemeine-informationen.html>; <http://www.handwerkstiftetzukunft.de/index.php?id=304>).

Auch zu den in Klasse 38 beanspruchten Dienstleistungen *„Telekommunikation; Bereitstellen eines Onlineforums zum Austausch von Nachrichten, Informationen und Daten im Internet“* besteht ein inhaltlicher Bezug, denn zu diesen Dienstleistungen gehört neben der rein technischen Komponente auch das inhaltliche Bereitstellen und Übermitteln von Informationen. Sämtliche genannten Dienstleistun-

gen können sich inhaltlich mit Themen auseinander setzen, die das Handwerk betreffen, und somit Informationen themen- und sachbezogen bereitstellen. Ein mit dem angemeldeten Zeichen gekennzeichnetes Portal oder Onlineforum könnte z. B. der Vernetzung von Handwerkern mit Handwerkern oder Handwerksbetrieben für die Vermittlung von Stellenangeboten, Arbeitsplätzen, Aufträgen o. Ä. dienen. Aktuell können bereits heute Handwerker und Dienstleister der unterschiedlichsten Branchen über MyHammer, das sich als Deutschlands Handwerkerportal Nr. 1 (<https://www.my-hammer.de/>) bezeichnet, ausfindig gemacht werden.

Mit dem Slogan "WIR BEWEGEN DAS HANDWERK" wird daher lediglich werbend darauf hingewiesen, dass sämtliche vorgenannten Dienstleistungen speziell für Handwerksbetriebe angeboten werden und die Anbieter für sich in Anspruch nehmen, dadurch das Handwerk, sei es den Berufsstand, seien es einzelne Betriebe oder die Handwerker, im besten Sinne positiv zu verändern/voranzutreiben, zu „bewegen“. Wegen dieser im Vordergrund stehenden werblichen Sachaussage werden die angesprochenen Verkehrskreise in der angemeldeten Wortfolge daher keinen Herkunftshinweis sehen.

2. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob die angemeldete Bezeichnung darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Waren und Dienstleistungen freihaltungsbedürftig ist.

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 eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt schriftlich einzulegen.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Seyfarth

Pr