



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 547/16

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markeneintragung 30 2014 059 010

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. März 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, des Richters Schmid und des Richters Dr. Söchtig

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wort-/Bildmarke

Kiüüdy

ist am 2. September 2014 angemeldet und am 19. Februar 2015 in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register für nachfolgende Waren eingetragen worden:

Klasse 12: Fahrzeuge; Fahrräder; Fahrradrahmen; Kinderwagen; Kinderwagenverdecke; Schubkarren; Reifen [Pneus]; Sicherheitskindersitze für Fahrzeuge; Planen für Kinderwagen; Draisinen.

Gegen diese Eintragung, die am 27. März 2015 veröffentlicht wurde, hat die Widersprechende am 26. Juni 2015 aus ihrer am 18. Juni 2014 angemeldeten und am 29. Juli 2014 eingetragenen Wortmarke

CADDY

Widerspruch eingelegt, welche für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen Schutz beansprucht:

Klasse 12: Motorisierte Landfahrzeuge [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen]; Teile und Zubehör für alle vorgenannten Waren, soweit in dieser Klasse enthalten;

Klasse 28: Spielzeug; Spiele; Spielsachen; Fahrzeugmodelle [ausgenommen Fahrzeugmodelle von motorbetriebenen Einkaufswagen]; Spielzeugfahrzeuge und Wagenmodelle [ausgenommen Spielzeugfahrzeuge und Wagenmodelle von motorbetriebenen Einkaufswagen]; Turn- und Sportartikel, einschließlich maßstabsgetreue Fahrzeugmodelle [ausgenommen maßstabsgetreue Modelle von motorbetriebenen Einkaufswagen] und konkret maßstabsgetreue Modelle von Automobilen und Fahrzeugen [Spielzeug]; Kartenspiele; Bälle; Ballons; Apparate für elektronische Spiele, ausgenommen solche, die nur zur Verwendung mit Fernsehapparaten und Videobildschirmen geeignet sind; geldbetätigte Spielautomaten [Maschinen]; Christbaumschmuck [ausgenommen Beleuchtungsartikel und Zuckerwaren]; Kaleidoskope;

Klasse 35: Einzel- und Großhandelsdienstleistungen bezüglich Kraftfahrzeugen [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen], Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen für den Versandhandel bezüglich Kraftfahrzeugen [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen], Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Dienstleistungen des Einzel- und Großhandels über das Internet bezüglich Kraftfahrzeugen [ausgenommen

motorbetriebene Einkaufswagen], Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen mittels Tele-shopping-Sendungen bezüglich Kraftfahrzeugen [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen], Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; das Zusammenstellen [ausgenommen deren Transport] verschiedener Kraftfahrzeuge [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen] oder Kraftfahrzeuge oder verschiedenen Kraftfahrzeugzubehör für Dritte, um den Verbrauchern Ansicht und Erwerb dieser Waren in einer Einzelhandelsverkaufsstelle zu erleichtern; Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Kraftfahrzeugen [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen], Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Unternehmensverwaltung und organisatorische Verwaltung von Kraftfahrzeug-Fuhrparks für Dritte;

Klasse 37: Umbau, Reparatur, Instandhaltung, Wartung, Demontage, Pflege, Reinigung und Lackieren von motorbetriebenen Fahrzeugen [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen], Motoren und Teile hierfür, einschließlich Reparatur im Rahmen der Pannenhilfe; kundenspezifische Durchführung von Umbauten an Karosserie, Fahrwerk und Motor von Kraftfahrzeugen [ausgenommen motorbetriebene Einkaufswagen] [Tuning], soweit in Klasse 37 enthalten.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 12, hat mit Beschluss vom 27. Mai 2016 den Widerspruch zurückgewiesen. Zur Begründung hat es ausgeführt, die von den Vergleichszeichen beanspruchten Waren seien teilweise identisch bzw. ähnlich. Zudem verfüge die Widerspruchsmarke über eine gesteigerte Kennzeichnungskraft für einen bestimmten Autotyp, die seitens der Widersprechenden – von der Inhaberin der angegriffenen Marke nicht bestritten – liquide geltend gemacht worden sei. Die damit festzustellende erhöhte Verkehrsbekanntheit der Widerspruchsmarke für ein bestimmtes Kfz-Modell strahle auf Wa-

ren und Dienstleistungen aus, die mit Kraftfahrzeugen und deren wesensbestimmenden Teilen eng verwandt seien. Angesichts der zwischen Waren- und Markenähnlichkeit bestehenden Wechselwirkung sowie unter Zugrundelegung einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke sei somit ein erheblicher Abstand der Vergleichszeichen erforderlich, um die Gefahr von Verwechslungen zu vermeiden. Dieser werde von der angegriffenen Marke jedoch noch gewahrt.

Bei ihr handele es sich um ein sinnfreies Kunstwort, während der aus dem Englischen stammende Begriff „CADDY“ mit „Golfjunge“ oder „Einkaufswagen“ übersetzt werden könne, was der Annahme einer begrifflichen Ähnlichkeit der Vergleichszeichen entgegenstehe. In schriftbildlicher Hinsicht werde die angegriffene Marke von der Buchstabenfolge „Küü“ am Wortanfang dominiert, wobei die ungewöhnliche Doppelung des Umlautes „ü“ besonders augenfällig in Erscheinung trete und einen von der Widerspruchsmarke völlig abweichenden bildlichen Gesamteindruck erzeuge. Der prägnante Doppelumlaut „üü“ in der angegriffenen Marke begründe zudem einen noch ausreichenden klanglichen Abstand zur Widerspruchsmarke.

Hiergegen wendet sich die Widersprechende mit ihrer Beschwerde vom 13. Juni 2016. Zur Begründung führt sie aus, das Deutsche Patent- und Markenamt habe zutreffend eine teilweise Warenidentität bzw. -ähnlichkeit sowie eine erhöhte Verkehrsbekanntheit der Widerspruchsmarke angenommen. Entgegen der in dem angegriffenen Beschluss vertretenen Auffassung halte die angegriffene Marke jedoch den insoweit erforderlichen weiten Zeichenabstand nicht ein.

Die Doppelung des Umlautes „ü“ in der Wortmitte der angegriffenen Marke sei zwar ungewöhnlich, jedoch werde der schriftbildliche Gesamteindruck eines Wortes regelmäßig mehr durch dessen Anfangs- und Endbestandteile geprägt. Die beiden letzten Buchstaben „dy“ seien jedoch in den Vergleichszeichen identisch enthalten, so dass ihr Schriftbild als ähnlich anzusehen sei.

Entsprechend verhalte es sich in klanglicher Hinsicht. Die sich gegenüber stehenden Zeichen würden auf Grund der stärker beachteten Wortanfänge und -enden identisch betont. Auch wenn die Doppelung des Umlautes „ü“ in der angegriffenen Marke im deutschen Sprachgebrauch zu einer langgezogenen Betonung führe, sei vorliegend zu beachten, dass es sich bei „Küüdy“ um einen Phantasiebegriff handle. Bei einem solchen stehe seine Betonung häufig nicht fest. Gerade weil die langgezogene Betonung des „ü“ nicht dem Sprachgefühl und den Ausspracheregeln der deutschen Sprache entspreche, werde der angesprochene Verkehr die sprachliche Doppelung vernachlässigen und das „ü“ nicht derart lang betonen, wie dies bei einer üblichen Doppelung von Selbstlauten der Fall sei. Hinzu komme, dass sich die Aussprache der Widerspruchsmarke auf Grund ihrer erhöhten Verkehrsbekanntheit vorliegend auch stilbildend auf die angegriffene Marke auswirke. Darüber hinaus sei zu beachten, dass das „a“ in der Widerspruchsmarke aufgrund der englischen Herkunft des Wortes „Caddy“ als „ä“ ausgesprochen werde. Zwischen diesem ausgesprochenen „ä“ und dem „ü“ der angegriffenen Marke bestehe eine Klangverwandtschaft, was auch die Annahme einer klanglichen Ähnlichkeit der Vergleichszeichen rechtfertige.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 27. Mai 2016 aufzuheben und die Löschung der Eintragung der Wort-/Bildmarke 30 2014 059 010 auf Grund des Widerspruchs aus der Wortmarke 30 2014 050 291 anzuordnen.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat sich im Verlaufe des gesamten Verfahrens inhaltlich nicht zur Sache eingelassen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Widersprechenden ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffenden Erwägungen hat das Deutsche Patent- und Markenamt in seinem angegriffenen Beschluss eine Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zwischen den Vergleichszeichen verneint.

Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da die Beteiligten dies nicht beantragt haben (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und die Durchführung einer solchen auch nicht aus Gründen der Sachdienlichkeit geboten war (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

1. Die Frage der Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG ist nach ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen oder durch eine erhöhte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (EuGH GRUR 2010, 1098, Rdnr. 44 - Calvin Klein/HABM; GRUR 2010, 933, Rdnr. 32 - Barbara Becker; GRUR 2006, 237 - PICARO/PICASSO; BGH GRUR 2014, 488, Rdnr. 9 - DESPERADOS/DESPERADO; GRUR 2012, 1040, Rdnr. 25 - pjur/pure; GRUR 2010, 235 Rdnr. 15 - AIDA/AIDU; GRUR 2009, 484, Rdnr. 23 - METROBUS; GRUR 2008, 905, Rdnr. 12 - Pantohexal; GRUR 2008, 258, Rdnr. 20 - INTERCONNECT/T-InterConnect; GRUR 2006, 859, Rdnr. 16 - Malteserkreuz I; GRUR 2006, 60, Rdnr. 12 - coccodrillo m. w. N.). Bei dieser umfassenden Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auf den durch die Zeichen hervorgerufenen Gesamteindruck abzustellen, wobei insbesondere ihre unterscheidungskräftigen und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind

(vgl. EuGH, a. a. O. - Barbara Becker; GRUR Int. 2010, 129, Rdnr. 60 - Aceites del Sur-Coosur SA/Koipe Corporación SL [Carbonelle/La Española]; BGH GRUR 2013, 833, Rdnr. 30 - Culinaria/Villa Culinaria; a. a. O. - pjur/pure).

2. Zu Gunsten der Widersprechenden wird eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke für PKW-Nutzfahrzeuge sowie deren wesensbestimmende Teile und wesensbestimmendes Zubehör unterstellt.

Die originäre Kennzeichnungskraft wird bestimmt durch die Eignung der Marke, sich unabhängig von der jeweiligen Benutzungslage als Unterscheidungsmittel für die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens bei den beteiligten Verkehrskreisen einzuprägen und die Waren und Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Dabei ist auf die Eigenart der Marke in Klang, Bild und Bedeutung abzustellen. Liegen keine konkreten Anhaltspunkte vor, die für eine hohe oder geringe Kennzeichnungskraft sprechen, ist von normaler oder – was dem entspricht – durchschnittlicher Kennzeichnungskraft auszugehen. Beschreibende Anklänge der Marke im Hinblick auf die Waren, für die sie Schutz beansprucht, können die originäre Kennzeichnungskraft zwar schwächen. Bedarf es einiger Überlegung, um den beschreibenden Gehalt des Zeichens zu erkennen, scheidet allerdings im Regelfall eine Reduzierung der Kennzeichnungskraft wegen einer Anlehnung an einen beschreibenden Begriff aus (vgl. BGH GRUR 2017, 75 - Wunderbaum II).

Die zur Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke eingereichten Belege (Prospektauszüge, Übersichten zu PKW-Neuzulassungen, Testberichte sowie Pressemitteilungen und -artikel) betreffen ausschließlich ein bestimmtes von der Widersprechenden hergestelltes PKW-Nutzfahrzeug, nämlich den VW Caddy. Sie sprechen zwar für die Benutzung der Widerspruchsmarke für dieses Auto. Allerdings enthalten sie keinerlei Aussagen beispielsweise in Form von demoskopischen Gutachten zur Verkehrsbekanntheit der älteren Marke (vgl. hierzu auch BGH GRUR 2002, 544, 547 - BANK 24). Insofern lassen die einge-

reichten Unterlagen allenfalls mittelbar Rückschlüsse auf eine Erweiterung ihres Schutzzumfangs zu.

Die erhöhte Kennzeichnungskraft kann auf eng verwandte Waren und Dienstleistungen ausstrahlen. Ob und inwieweit eine solche Ausstrahlungswirkung angenommen werden kann, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab, wobei es sowohl auf den Abstand der jeweiligen Waren und Dienstleistungen als auch auf den Grad der Erhöhung der Kennzeichnungskraft ankommt (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Auflage, 2018, § 9, Rdnr. 181). Vorliegend ist unter Zugrundelegung dieser Grundsätze davon auszugehen, dass die erhöhte Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke für ein bestimmtes PKW-Nutzfahrzeug auf andere PKW-Nutzfahrzeuge sowie auf deren Teile ausstrahlt, sofern diese für das Wesen von PKW-Nutzfahrzeugen bestimmend sind (vgl. hierzu BPatG 33 W (pat) 186/04 - West Smart/SMART). Dies gilt entsprechend für deren Zubehör.

Damit kann eine Steigerung der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke nicht für alle in Klasse 12 genannten Waren, sondern nur für die darunter fallenden PKW-Nutzfahrzeuge sowie deren wesensbestimmenden Teile und wesensbestimmendes Zubehör angenommen werden.

3. Die Waren der Vergleichszeichen in der jeweiligen Klasse 12 sind teilweise identisch bzw. ähnlich. Darüber hinaus stehen einige Dienstleistungen der Widerspruchsmarke in den Klassen 35 und 37 in einem Ähnlichkeitsverhältnis zu Waren der angegriffenen Marke. Der konkrete Umfang der Warenidentität bzw. der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit kann jedoch im Ergebnis dahinstehen.

4. Selbst unter Zugrundelegung einer gesteigerten Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in dem unter Ziffer 2. genannten Umfang sowie einer teilweisen Warenidentität bzw. Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit liegen die Voraussetzungen einer Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG nicht vor,

da die angegriffene Marke einen hinreichenden Abstand zur Widerspruchsmarke aufweist.

Die Ähnlichkeit einander gegenüberstehender Marken ist nach deren Ähnlichkeit im (Schrift-)Bild, im Klang und im Bedeutungs- oder Sinngehalt zu beurteilen, weil Marken auf die von ihnen angesprochenen Verkehrskreise in bildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht wirken können. Dabei genügt für die Bejahung der Markenähnlichkeit regelmäßig bereits die Ähnlichkeit in einem der genannten Wahrnehmungsbereiche (vgl. BGH GRUR 2014, 382, Rdnr. 25 – REAL-Chips; GRUR 2011, 824, Rdnr. 25 f. – Kappa m. w. N.). Die sich gegenüber stehenden Kennzeichen sind dabei jeweils als Ganzes zu betrachten und in ihrem Gesamteindruck miteinander zu vergleichen. Das schließt nicht aus, dass unter Umständen ein oder mehrere Bestandteile einer komplexen Marke für den - durch das Kennzeichen im Gedächtnis der angesprochenen Verkehrskreise hervorgerufenen - Gesamteindruck prägend sein können (vgl. EuGH GRUR 2005, 1042 - THOMSON LIFE; BGH GRUR 2006, 859, Rdnr. 18 - Malteserkreuz I). Weiter ist es möglich, dass ein Bestandteil einer zusammengesetzten Marke oder einer komplexen Kennzeichnung eine selbstständig kennzeichnende Stellung behält, ohne dass er das Erscheinungsbild der zusammengesetzten Marke oder komplexen Kennzeichnung dominiert oder prägt (EuGH, a. a. O., Rdnr. 30 - THOMSON LIFE; BGH, GRUR 2004, 865 - Mustang). Bei Identität oder Ähnlichkeit dieses selbstständig kennzeichnenden Bestandteils mit einer Marke älteren Zeitrangs kann Verwechslungsgefahr zu bejahen sein, weil dadurch bei den angesprochenen Verkehrskreisen der Eindruck hervorgerufen werden kann, dass die fraglichen Waren oder Dienstleistungen zumindest aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen (BGH GRUR 2013, 833, Rdnr. 45 - Culinaria/Villa Culinaria).

Vorliegend stehen sich die Widerspruchsmarke

CADDY

und die angegriffene Marke

Küüdy

gegenüber.

In schriftbildlicher Hinsicht weichen die Vergleichszeichen bereits durch die beiden in der angegriffenen Marke enthaltenen Umlaute „üü“ deutlich voneinander ab. Die im deutschen Sprachraum völlig ungewöhnliche Doppelung des Umlauts „ü“ tritt in der jüngeren Marke in auffälliger Weise hervor und erzeugt für den Betrachter einen von der Widerspruchsmarke klar abweichenden optischen Gesamteindruck. Dem steht nicht entgegen, dass die einander gegenüber tretenden Marken in ihrer jeweiligen Wortendung „dy“ (respektive „DY“) übereinstimmen. Gegenüber dem Doppelumlaut „üü“ tritt das Wortende der angegriffenen Marke kaum in kennzeichnungsrelevanter Weise in Erscheinung. Dies gilt vorliegend umso mehr, als es sich bei den Vergleichszeichen um jeweils relativ kurze Wörter mit lediglich fünf Buchstaben handelt und die beiden Umlaute „üü“ 2/5 – mithin fast die Hälfte – der angegriffenen Marke ausmachen. Kürzere Markenwörter werden jedoch regelmäßig schriftbildlich weniger leicht verwechselt, als dies bei längeren Markenwörtern der Fall ist (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl. 2018., § 9, Rdnr. 297). Auch klanglich, insbesondere vom Klangrhythmus und Klangcharakter her unterscheiden sich die gegenständlichen Marken deutlich voneinander. Der Verkehr wird die angegriffene Marke auf dem Doppelumlaut „üü“ betonen, zumal er sich in der Wortmitte befindet und langgezogen ausgesprochen wird. Dies gilt nach Auffassung des Senats unabhängig von dem Umstand, dass die Verwendung zweier gleicher hintereinander folgender Vokale im deutschen Sprachgebrauch eher unüblich ist. Bereits der Einzelumlaut „ü“ wird lang ausgesprochen. Demzufolge wird der Verkehr im Falle seiner Verdoppelung geneigt sein, noch mehr Zeit auf seine akustische Wiedergabe zu verwenden, was eine besonders langgedehnte und damit sehr auffällige Betonung zur Folge hat. Demgegenüber

wird der Verkehr die Widerspruchsmarke wegen der dem Vokal „a“ nachgestellten Konsonantenfolge „dd“ kurz aussprechen (vgl. BPatG 26 W (pat) 52/96 - CADDIE/KODI).

Sollte die Widerspruchsmarke als englisches Wort angesehen werden, so wird der Buchstabe „a“ zwar wie „ä“ und damit ebenfalls wie ein Umlaut ausgesprochen. Allerdings hört sich der Umlaut „ü“ im Gegensatz zu dem Umlaut „ä“ höher und spitzer an. Seine Verdoppelung führt zudem – wie bereits ausgeführt – zu einem sehr viel langgezogeneren und betonteren Klangbild. Insgesamt überwiegen die klanglichen Unterschiede auch bei einer englischsprachigen Wiedergabe der älteren Marke, so dass akustische Verwechslungen in rechtserheblichem Umfang nicht zu befürchten sind.

Schließlich stimmen die Vergleichszeichen auch in ihrem jeweiligen Bedeutungsgehalt nicht überein. Zutreffend hat das Deutsche Patent- und Markenamt in seinem angegriffenen Beschluss ausgeführt, dass es sich bei der angegriffenen Marke „Küüdy“ um ein sinnfreies Kunstwort handle. Dies wird für den Verkehr insbesondere daran erkennbar, dass - wie dargelegt - die in der Wortmitte befindliche Buchstabenfolge „üü“ in der deutschen Sprache gänzlich unüblich ist.

Demgegenüber kann die Widerspruchsmarke von den relevanten Verkehrskreisen entweder als „Person, die Golfspielern die Schläger trägt“, „zweirädriger Wagen zum Transportieren der Golfschläger“ oder als „Einkaufswagen“ aufgefasst werden (vgl. www.duden.de - „Caddy“). Wenn davon ausgegangen wird, dass ihr der Verkehr keinen konkreten Begriffsinhalt zuordnet, stehen sich zwei Phantasiebezeichnungen gegenüber, was der Annahme einer begrifflichen Ähnlichkeit erst recht entgegensteht.

Im Ergebnis liegen keine zureichenden Anhaltspunkte für eine unmittelbare Verwechslungsgefahr vor. Auch ist nicht ersichtlich, dass die beiderseitigen Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

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 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.

Prof. Dr. Kortbein

Schmid

Dr. Söchtig

prä