

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

HGB § 37 Abs. 2

Die Verwendung einer an sich zulässig geführten und wettbewerbsrechtlich schutzfähigen Geschäftsbezeichnung kann firmenrechtlich unzulässig sein, wenn sie unter Umständen oder in einer Weise geschieht, daß die maßgebliche Verkehrsauffassung sie nicht (nur) als Hinweis auf das betriebene Geschäft, seine Produkte und Leistungen, sondern (mindestens auch) als Angabe des Handelsnamens (der Firma) des Unternehmensträgers selbst versteht.

BGH, Urt. v. 8. April 1991 - II ZR 259/90 - OLG Hamm
LG Hagen

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

II ZR 259/90

URTEIL

Verkündet am:
8. April 1991

Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

- 2 -

Der II. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 8. April 1991 durch die Richter Brandes, Dr. Hesselberger, Röhrich, Dr. Henze und Stodolkowitz

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 5. Dezember 1989 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Revisionsverfahrens, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Parteien sind Wettbewerber beim Vertrieb elektronischer Bauelemente. Die Beklagte, die mit der Firma "A. GmbH" im Handelsregister eingetragen ist, ist Inhaberin des u.a. auch für elektronische Bauelemente eingetragenen Warenzeichens "A.". Sie gab für 1989 einen Warenkatalog heraus, in dem die Bezeichnung "A." auf dem Deckblatt und im Kopf jeder Innenseite blickfangmäßig herausgestellt ist. Unmittelbar daneben befindet sich jeweils die Angabe "A.", die durch Fettdruck der Anfangsbuchstaben so gestaltet ist, daß sie als Erläuterung der Abkürzung "A." erscheint. Ferner wurde die Beklagte in verschiedenen, in den Monaten Januar, Februar, April 1989 erschienenen Ausgaben der Fachzeitschrift "M." in den Rubriken "Firmenname", "Aussteller", "Hersteller" als "A." und "A., 5880 L." geführt. In dem Messekompass für die "CeBIT '89" erscheint die Beklagte als Aussteller unter der Bezeichnung "A.".

Die Klägerin sieht darin den unbefugten Gebrauch einer der Beklagten nicht zustehenden Firma und hat in erster Instanz u.a. beantragt, die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, (1) anstelle ihrer eingetragenen Firma die Firmenbezeichnung "A." zu führen, sowie (2) ihren Warenkatalog mit dieser Firmenbezeichnung weiterhin in Verkehr zu bringen. Die Beklagte hat sich damit verteidigt, die beanstandete Verwendung des Zeichens "A." entspreche dem nach dem Warenzeichengesetz zulässigen zeichenmäßigen Gebrauch

ihrer Marke. Im förmlichen Geschäftsverkehr trete sie ausschließlich unter ihrer vollen Firma auf. Die Angabe in der bezeichneten Zeitschrift sei redaktioneller Art und von ihr nicht zu verantworten; sie beruhe auf unrichtigen Angaben ihrer hierzu nicht autorisierten Vertretung.

Das Landgericht hat den Unterlassungsanträgen der Klägerin stattgegeben. Das Berufungsgericht hat die Klage, welche die Klägerin in der Berufungsinstanz im Unterlassungsantrag zu 1 (hilfsweise) darauf beschränkt hat, daß die Beklagte nicht die Firmenbezeichnung "A." führen darf, indem sie sich in Presseveröffentlichungen mit dem Firmennamen "A., 5880 L." oder in Messeankündigungen als Aussteller "A." nennen lasse oder (weiter hilfsweise) veranlasse, daß die Bezeichnung "A." anstelle der Firma der Beklagten in der Pressewerbung erscheint, in vollem Umfange abgewiesen. Mit ihrer Revision verfolgt die Klägerin ihre in der Berufungsinstanz gestellten Anträge weiter.

Entscheidungsgründe:

Die Revision hat Erfolg.

1. Die Abweisung des Klageantrags zu 1 durch das Berufungsgericht mit der Begründung, er sei unzulässig, weil das in ihm umschriebene Begehren nicht dem Bestimmtheitserfordernis des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO genüge, begegnet durchgreifenden rechtlichen Bedenken.

Dem Berufungsgericht ist zwar im Ausgangspunkt darin zu folgen, daß das Unterlassungsgebot und damit auch der darauf

zielende Antrag auf die konkrete Verletzungsform abzustellen und bestimmt zu fassen ist. Auch wenn dabei eine gewisse Verallgemeinerung hinzunehmen ist, muß jedenfalls das Charakteristische des festgestellten konkreten Verletzungstatbestandes zum Ausdruck kommen (vgl. BGH, Urt. v. 13. Juli 1979 - I ZR 138/77, NJW 1980, 700). Diesem Erfordernis mag zwar der auf ein generelles Verbot der Führung der Firmenbezeichnung "A." anstelle der im Handelsregister eingetragenen Firma der Beklagten gerichtete erste Hauptantrag der Klägerin noch nicht in vollem Umfang genügen, weil er gerade die nicht selten schwierig zu entscheidende Rechtsfrage offenläßt, in welchen Fällen ein firmenersetzender Gebrauch einer Bezeichnung vorliegt, was, wie dem Berufungsgericht zuzugeben ist, die Gefahr in sich bergen kann, daß der Streit darüber in die Vollstreckungsinstanz verlagert wird. Die Klägerin hat jedoch die von ihr als unzulässiger Gebrauch einer der Beklagten nicht zustehenden Firma beanstandeten Verhaltensweisen im einzelnen konkret unter Vorlage entsprechender Dokumente vorgetragen. Es sind dies die Verwendung der Bezeichnung "A." in dem von ihr vorgelegten Warenkatalog der Beklagten sowie in Presseveröffentlichungen und im Messekompaß der "CeBIT '89", soweit der Verkehr darin einen Hinweis auf den Träger des Unternehmens der Beklagten sieht, also die Nennung der Firma der Beklagten "A. GmbH" erwartet, aber statt dessen die Bezeichnung "A." genannt bekommt, so daß er annehmen muß, dies sei die Kurzform des Namens, also der Firma, unter der die Beklagte ihre Geschäfte betreibt. Damit ist zugleich auch der Kreis der Verletzungshandlungen, um deren Verbot für die Zukunft es der Klägerin mit ihrem Antrag geht, sowohl in tatsächlicher als auch in rechtlicher

Hinsicht konkret genug bezeichnet. Bei dieser Sachlage durfte das Berufungsgericht jedenfalls dem Hilfsantrag der Klägerin, der das begehrte Verbot der künftigen firmenmäßigen Benutzung des Warenzeichens "A." auf konkret umrissene Verletzungstatbestände beschränkt, die mit den für die Vergangenheit beanstandeten gleichartig sind, nicht ohne weiteres die notwendige Bestimmtheit absprechen. Die Ausdehnung auf Messeankündigungen und Veröffentlichungen schlechthin ist ohne weiteres durch die auch vom Berufungsgericht im Einklang mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes anerkannte Zulässigkeit gewisser Verallgemeinerungen gedeckt. Jedenfalls wird das Erfordernis der Bestimmtheit des Antrages dadurch nicht berührt.

2. Unbegründet sind ferner die Bedenken, die das Berufungsgericht hinsichtlich der Klageberechtigung der Klägerin für den in seiner Zulässigkeit auch von ihm nicht in Zweifel gezogenen Hauptantrag zu 2 äußert. Die Befugnis, bei unberechtigtem Firmengebrauch Unterlassung zu verlangen, steht nach § 37 Abs. 2 HGB jedem zu, der dadurch in seinen Rechten verletzt wird. Dafür reicht es nach heutigem Normverständnis aus, daß der auf Unterlassung Klagende unmittelbar in rechtlichen Interessen wirtschaftlicher Art verletzt ist (BGHZ 53, 65, 70; h.M., vgl. statt aller Heymann/Emmerich, HGB § 37 Rdn. 23 m.w.N. und Staub/Hüffer, HGB 4. Aufl. § 37 Rdn. 28, 29, jeweils m.w.N.). Dies ist bereits dann der Fall, wenn er ein Konkurrent der Klägerin ist. Diese Voraussetzung ist vorliegend erfüllt, weil die Klägerin, wie das Landgericht unangefochten festgestellt hat, zumindest im Raum L. mit der Beklagten in Wettbewerb steht.

3. Die angefochtene Entscheidung hält aber auch in sachlicher Hinsicht rechtlicher Überprüfung nicht stand. Das Berufungsgericht meint, daß im vorliegenden Fall kein unzulässiger Firmengebrauch vorliege, weil die Beklagte nach § 15 Abs. 1 WZG berechtigt sei, sich des für sie eingetragenen Warenzeichens "A." zu bedienen, und die durch den Zeichengebrauch bedingte Assoziation des Zeichens mit dem Unternehmen dergestalt zur Verschmelzung des zeichen- und des firmenmäßigen Gebrauchs des Kennzeichens führe, daß jeder zeichenmäßige Gebrauch zugleich firmenmäßig sei und umgekehrt (BU 11). Dies begegnet durchgreifenden rechtlichen Bedenken.

Nach § 15 Abs. 1 WZG darf der Zeicheninhaber sein Zeichen auf Waren, Ankündigungen, Preislisten, Geschäftsbriefen etc. anbringen. Daraus folgt jedoch keineswegs, daß der Inhaber berechtigt ist, sich auch selbst in seiner Eigenschaft als Betreiber eines Unternehmens anstatt mit seinem eigenen Namen, also seiner Firma, mit seinem Warenzeichen zu bezeichnen oder jedenfalls das Warenzeichen so zu verwenden, daß maßgebliche Verkehrskreise darin nicht die Kennzeichnung der in einem Unternehmen hergestellten oder vertriebenen Produkte, sondern den Namen des Trägers dieses Unternehmens sehen. Es ist zwar inzwischen nahezu allgemein anerkannt, daß sich der Unternehmensträger jedenfalls in einzelnen Bereichen seines nicht im eigentlichen Sinne rechtsgeschäftlichen Geschäftsverkehrs, namentlich in der Werbung und in Aufschriften, nicht seiner - dafür auch vielfach ungeeigneten, weil unhandlichen - Firma bedienen muß, sondern sich statt dessen mit Bezeichnungen an sein Publikum wenden darf, die das von ihm betriebene Unternehmen in

schlagwortartiger, einprägsamer und damit werbewirksamer Weise bezeichnen und von anderen Unternehmen abheben » (Heymann/Emmerich aaO § 17 Rdn. 7 ff, 12, § 37 Rdn. 6; Staub/Hüffer aaO § 37 Rdn. 15; vgl. auch Baumbach/Duden/Hopt, HGB 28. Aufl. § 17 Anm. 6 mit umfangreichen Nachweisen aus der Rechtsprechung). Für derartige der Individualisierung des Unternehmens, nicht seines Inhabers, dienende Geschäfts- oder Unternehmensbezeichnungen darf er grundsätzlich jede nach materiellem Recht zulässige Bezeichnung wählen (vgl. Heymann/Emmerich aaO § 17 Rdn. 12 i.V.m. § 37 Rdn. 6 ff; Baumbach/Duden/Hopt aaO § 17 Anm. 6 A). So können zur Herausstellung eines bestimmten Unternehmens und seiner Leistungen in der Werbung neben einzelnen Bestandteilen der Firma oder Abkürzungen derselben oder völlig freigewählten Schlagworten und Phantasiebezeichnungen insbesondere auch Warenzeichen verwendet werden, die keinen Bezug zur Firma des Unternehmensträgers aufweisen. Derartige besondere Geschäftsbezeichnungen können - auch wenn sie nicht schon als Bestandteil der unverkürzten Firma des Unternehmensträgers an deren Schutz teilhaben - jedenfalls unter der Voraussetzung, daß sie überhaupt Namensfunktion haben und Verkehrsgeltung in dem Sinne besitzen, daß ein nicht unbeträchtlicher Teil des Verkehrs in ihnen die Bezeichnung bestimmter Unternehmen erblickt, nach § 16 Abs. 1 UWG einen eigenen selbständigen wettbewerbsrechtlichen Schutz neben der Firma erwerben (vgl. BGHZ 4, 167; 11, 214; 15, 107, 109; Urt. v. 15. Juni 1956 - I ZR 149/54, GRUR 157, 87 f - Meisterbrand; v. 11. Juli 1958 - I ZR 85/57, GRUR 1959, 25 26 f - Triumph; v. 25. September 1959 - I ZR 41/59, GRUR 1960, 93 f - Martinsberg). Diese wettbewerbsrechtliche Schutzfähigkeit von lediglich das Unternehmen als solches schlagwortartig

herausstellenden und von anderen Geschäftsbetrieben unterscheidenden Geschäftsbezeichnungen, seien sie im Einzelfall mit einem für den Unternehmensträger eingetragenen Warenzeichen identisch, aus ihm abgeleitet oder frei gewählt, bedeutet aber nicht, daß sie auch in einer Weise benutzt werden dürfen, die im Verkehr den Eindruck hervorruft, es handle sich um die vollständige oder verkürzte Firma des Unternehmensträgers. Etwas anderes ist auch aus der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes, insbesondere den bisher veröffentlichten Entscheidungen des I. Zivilsenats, nicht zu entnehmen. Zwar wird darin, wozu im einzelnen kein Anlaß bestand, nicht stets genau zwischen einem firmenmäßigen Gebrauch einer Bezeichnung, insbesondere eines Warenzeichens, und einem solchen, der allein der Kennzeichnung des Unternehmens dient, unterschieden. In der Sache befassen sich diese Erkenntnisse (vgl. die oben zitierten Entscheidungen des I. Zivilsenats) jedoch durchweg nur mit den Voraussetzungen, unter denen ein aus einem Warenzeichen oder auf andere Weise gebildeter Begriff als Bezeichnung eines bestimmten Unternehmens Schutz nach §§ 16 UWG, 12 BGB erlangen kann (vgl. etwa BGHZ 8, 337; 15, 107; Urt. v. 15. Juni 1956 aaO S. 88 r. Sp.), nicht aber mit der nach anderen rechtlichen Gesichtspunkten zu beurteilenden Frage, ob es nach § 37 Abs. 2 HGB zulässig ist, daß der Geschäftsinhaber ein für ihn eingetragenes Warenzeichen oder eine befugtermaßen zur Kennzeichnung seines Unternehmens benutzte besondere Geschäftsbezeichnung auch in einer Weise einsetzt, daß sie maßgeblichen Verkehrskreisen als sein eigener Name, d.h. die - wenn auch möglicherweise abgekürzte, insbesondere ohne Rechtsformzusatz gebrauchte - Firma des Unternehmensträgers als solche erscheint.

Diese Frage ist nicht nach wettbewerbsrechtlichen, sondern allein nach firmenrechtlichen Gesichtspunkten zu entscheiden. Danach darf der Betreiber eines Handelsgeschäfts als solcher immer nur eine Firma führen. Die Führung mehrerer Firmen für ein und dasselbe Handelsgeschäft ist nach dem Grundsatz der sogenannten Firmeneinheit in aller Regel unzulässig (h.M., vgl. statt aller K. Schmidt, Handelsrecht 3. Aufl. S. 139 und Heymann/Emmerich § 17 Rdn. 23 ff mit zahlr. weit. Nachw. insbesondere auch aus der umfangreichen Rechtsprechung). Dies schließt es zwingend aus, daß der Geschäftsinhaber ein ihm zustehendes Warenzeichen oder eine mit seiner Firma nicht identische Unternehmensbezeichnung, selbst wenn diese als solche für ihn gegenüber Dritten schutzfähig oder sogar schon geschützt ist, in einer Weise einsetzen darf, daß sie im Verkehr nicht mehr (nur) als schlagwortartige, werbeträchtige Kennzeichnung seines Geschäfts, sondern zugleich als sein eigener Name, also seine Firma, erscheint. Es trifft zwar zu, daß vor allem in der Werbung vielfach nicht mehr zwischen der Bezeichnung des Unternehmens und derjenigen seines Inhabers unterschieden wird, so daß der Name, unter dem das Unternehmen dem Publikum bekannt und vertraut ist, zumindest mit der abgekürzten Firma des Unternehmensträgers gleichgesetzt wird. Dies gilt um so mehr, als häufig für das Unternehmen Bezeichnungen verwendet werden, die - sieht man von dem regelmäßig fehlenden Rechtsformzusatz ab - auch Firma des Unternehmensträgers, ihre Abkürzung oder zulässige Firmenbestandteile sein könnten, zumal gerade letztere ihrerseits wiederum vielfach unter dem Gesichtspunkt gewählt werden, schon in der Firma das Geschäft ihres Inhabers in unterscheidungskräftiger Weise herauszustellen. Unzutreffende Rückschlüsse, die aus sol-

chen vor allem in der Werbung zulässigerweise verwendeten Unternehmensbezeichnungen auf die vermeintliche, wenn auch abgekürzte oder in dieser Form nicht korrekt geführte Firma des Unternehmensinhabers gezogen werden, müssen im allgemeinen hingenommen werden. Insofern wird sich die im Ansatz an sich zutreffende Forderung, um der Erhaltung der spezifischen Funktion der Firma als namensmäßiger Individualisierung des Geschäftsinhabers willen seien Verwischungen nicht zuzulassen und dürfe Geschäftsbezeichnungen auch in Werbemaßnahmen keine firmenähnliche Gestalt gegeben werden, es müsse vielmehr immer eindeutig bleiben, wie die Firma laute und was nicht Firma sei (so Staub/Hüffer aaO § 37 Rdn. 15), in dieser Konsequenz nicht durchführen lassen. Dies hindert jedoch entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts nicht, wenigstens diejenige Verwendung an sich zulässig geführter und wettbewerbsrechtlich schutzfähiger Geschäftsbezeichnungen als firmenrechtlich unzulässig anzusehen, die unter den gegebenen Umständen, insbesondere auch außerhalb allgemeiner Werbemaßnahmen, als Inanspruchnahme einer wenn auch möglicherweise nicht korrekten oder vollständigen Firma des Unternehmensträgers anzusehen ist. Ein Firmengebrauch im Sinne von § 37 HGB liegt in jeder Handlung, die unmittelbar auf den Betrieb des Geschäfts Bezug hat und als Willenskundgebung des Geschäftsinhabers zu verstehen ist, sich der verwendeten Bezeichnung als des eigenen Handelsnamens (seiner Firma) zu bedienen (so schon RGZ 55, 121, 123 und KG HRR 1932 Nr. 252; KG JA 45, 168, 169 f; vgl. ferner OLG Hamburg WRP 1977, 496, 497; BayObLGZ 1960, 345, 348). Ob in der Führung einer bestimmten Bezeichnung eine solche Willensbekundung zu sehen ist, richtet sich weniger nach dem Willen des Geschäftsinhabers als nach der insoweit maßgeben-

den Verkehrsauffassung (so besonders deutlich BayObLGZ aaO S. 351; im Ergebnis bereits ebenso KG JW 1926, 2930 und HRR 1932 Nr. 252). Ein firmenmäßiger Gebrauch einer bestimmten Bezeichnung liegt demnach vor allem dann vor, wenn sie im Geschäftsverkehr auch bei solchen Handlungen verwendet wird, bei denen die Angabe des Geschäftsinhabers angebracht ist und deshalb üblicherweise auch zu erwarten steht (h.M., vgl. OLG Celle OLGZ 1972, 220, 221; sowie Heymann/Emmerich aaO § 37 Rdn. 7; Baumbach/Duden/Hopt aaO § 37 Anm. 1 B mit weiteren umfangreichen Rechtsprechungsnachweisen). Wird in solchen Fällen nicht eindeutig kenntlich gemacht, daß mit der benutzten Bezeichnung nur das Unternehmen schlagwortartig umrissen werden soll, so ist regelmäßig davon auszugehen, daß der Geschäftsverkehr in der betreffenden Angabe nicht nur einen Hinweis auf das betriebene Geschäft, dessen Produkte und Leistungen, sondern mindestens auch auf den Namen des Geschäftsbetreibers (also seine Firma im Sinne der §§ 17 ff. HGB) sieht. Würde man auch in diesen Fällen die Benutzung der Geschäftsbezeichnung anstelle der Firma zulassen, so würde diese nicht nur die ihr vom Gesetz zugedachte Funktion, den hinter dem Unternehmen stehenden Geschäftsinhaber, also den Träger des Unternehmens, zu individualisieren, einbüßen, sondern zugleich würde auch der Grundsatz der Firmeneinheit preisgegeben, indem sich der Betreiber des Unternehmens jedenfalls für wichtige Bereiche des Geschäftsverkehrs im Ergebnis verschiedener Firmen bedienen könnte.

Die Entscheidung des Rechtsstreits hängt mithin in erster Linie davon ab, ob sich die von der Klägerin beanstandeten Angaben des Warenkatalogs der Beklagten unter den gegebenen konkreten Umständen aus der maßgeblichen Verkehrs-

sicht als Herausstellung der von der Klägerin vertriebenen Erzeugnisse und ihres Unternehmens oder (jedenfalls auch) als Hinweis auf den Namen, mit dem die Beklagte sich selbst bezeichnet und unter dem sie ihre Geschäfte betreiben will, darstellen.

Dazu hat das Landgericht in tatsächlicher Hinsicht unter Berufung auf die Sachkunde seiner handelsrichterlichen Mitglieder festgestellt, daß der von der Beklagten für ihre Einzelhändler zur Weitergabe auch an deren Kunden herausgegebene Warenprospekt nach seiner konkreten Ausgestaltung die Bezeichnung "A." so herausstelle, daß sie mindestens von einem rechtlich nicht unbeachtlichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise als Name des Unternehmensträgers begriffen werde. Aus der auf der Titelseite hervorgehobenen und aufgeschlüsselten Bedeutung "A." werde der unbefangene Leser auf "Distributoren" also auf Verteiler, Vertreiber, Händler, mithin auf natürliche oder juristische Personen als Unternehmer, schließen. Dieser firmenmäßige Eindruck, der noch durch die Aussage "A. ein guter Partner" sowie durch die Erwähnung eines "A.-Branch-Office" in Fernost, also einer "A."-Filiale, verstärkt werde, werde auch durch einige später gemachte zusätzliche Angaben (darunter auch der vollständigen Firma), die eventuell, vor allem an anderer herausgehobener Stelle und in einem anderen Zusammenhang, auf eine anderslautende Firma schließen lassen könnten, nicht aufgehoben. Diese Feststellungen des Landgerichts sind, da das Berufungsgericht keine davon abweichenden tatsächlichen Feststellungen getroffen hat, für die Revisionsinstanz als richtig zu unterstellen. Da zudem - ganz abgesehen davon,

daß es nicht auf die Zulässigkeit der unbefugt in Anspruch genommenen Firma ankommt - zumindest die als Erläuterung der Abkürzung "A." angegebene Bezeichnung "A." eine durchaus mögliche und unter Berücksichtigung der Geschäftssparte der Beklagten naheliegende (lediglich um den Gesellschaftszusatz verkürzte) Firma ist, muß die Revision der Klägerin bei dieser Sachlage Erfolg haben.

Da die Berufung der Beklagten die Feststellungen des Landgerichts auch in tatsächlicher Hinsicht angegriffen hat und das Oberlandesgericht sich damit von seinem abweichenden rechtlichen Standpunkt aus bisher nicht auseinandergesetzt und dazu weder bestätigende noch gegenteilige tatsächliche Feststellungen getroffen hat und überdies aus demselben Grunde auch die weiteren von der Klägerin erhobenen Beanstandungen der Bezeichnung der Beklagten im Messekatalog der "CeBIT '89" und in einzelnen Presseveröffentlichungen mit

den Parteien offensichtlich überhaupt noch nicht erörtert hat, ist die Sache unter Aufhebung des angefochtenen Urteils zur erneuten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Brandes

Dr. Hesselberger

Röhrich

Dr. Henze

Stodolkowitz