

BVGer B-4493/2022 vom 26. Juli 2023

Bundesverwaltungsgericht, 2023-07-26, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/bvger_B-4493_2022

FR: TAF B-4493/2022 du 26 juillet 2023

IT: TAF B-4493/2022 del 26 luglio 2023

Regeste

Absolute Ausschlussgründe

Erwägungen

E. 1

Das Bundesverwaltungsgericht ist zur Beurteilung von Beschwerden gegen Verfügungen der Vorinstanz in Markensachen zuständig (Art. 31, 32 und 33 Bst. e VGG). Als Markenmelderin und Adressatin der angefochtenen Verfügung ist die Beschwerdeführerin durch diese beschwert und hat ein schutzwürdiges Interesse an deren Aufhebung oder Änderung. Sie ist daher zur Beschwerdeführung legitimiert (Art. 48 Abs. 1 VwVG). Eingabefrist und -form sind gewahrt (Art. 50 Abs. 1 und 52 Abs. 1 VwVG), die übrigen Sachurteilsvoraussetzungen liegen vor (Art. 44 ff. VwVG). Auf die Beschwerde ist einzutreten.

E. 2

Strittig ist, ob die Vorinstanz die international registrierte Marke Nr. 1'028'240 [Apfel] (fig.) in Bezug auf Waren der Klasse 9 zu Recht als Gemeingut qualifiziert und gestützt darauf die Schutzausdehnung auf die Schweiz teilweise verweigert hat.

E. 2.1

Die Vorinstanz bringt vor, die Abnehmer sähen in der Darstellung des Apfels einen bildlichen Hinweis auf das Thema der Tonaufnahmen, Radio-programmen oder Dokumentationen, für die die Marke beansprucht wird. Erst wenn eine Ware im Register thematisch klar definiert sei, schliesse sie das Thema "Apfel" gegebenenfalls aus und wäre das strittige Zeichen nicht mehr direkt beschreibend, sondern unterscheidungskräftig. In Bezug auf den von der Beschwerdeführerin aufgeführten Vergleich zum Markenverfahren der Wortmarke APPLE könne von der Bekanntheit der Wortmarke nicht darauf geschlossen werden, dass Abbildungen von naturgetreuen Äpfeln ebenfalls als Hinweise auf das entsprechende Unternehmen erkannt würden. Hingegen sei der vorliegende Fall vergleichbar mit dem "Küchenmaschinen"-Entscheid, weil das dortige Zeichen Schutz für Inhaltswaren der Klasse 16 beanspruchte (vgl. Urteil des BVGer B-649/2018 vom 9. Dezember 2019 "Küchenmaschine [fig.]").

E. 2.2

Die Beschwerdeführerin entgegnet, erst der Kontext, wenn das Zeichen zusammen mit den fraglichen Waren oder Dienstleistung am Markt verwendet werde, werde zeigen, ob das Zeichen tatsächlich für den Inhalt beschreibend wahrgenommen werde oder nicht. Sinngemäss und entsprechend der Praxis der Vorinstanz zu Herkunftsangaben sei einem Zeichen der Schutz daher nicht bereits bei der Eintragung, sondern erst bei fehlendem

kennzeichenmässigem Gebrauch zu verweigern, da im Prüfungszeitpunkt noch offen sei, wie es verwendet werde. Anlässlich der mündlichen Verhandlung vom 20. April 2023 wies die Beschwerdeführerin darauf hin, dass das Thema "Apfel" auch Gegenstand von Musik sein könne. Vergleichbare Fälle zu Inhaltswaren seien eingetragen, insbesondere die Eintragung des "halben Apfels" (IR Marke Nr. 1'028'102), weshalb sie Gleichbehandlung verlange.

E. 3.1

Zwischen der Schweiz und den Vereinigten Staaten von Amerika gelten das Protokoll vom 27. Juni 1989 zum Madrider Abkommen über die internationale Registrierung von Marken (SR 0.232.112.4; MMP) sowie die Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (PVÜ, SR 0.232.04, in der in Stockholm am 14. Juli 1967 revidierten Fassung).

E. 3.2

Nach Art. 5 Abs. 1 MMP i.V.m. Art. 6quinquies Bst. b Ziff. 2 PVÜ darf einer internationalen Registrierung der Schutz verweigert werden, wenn ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt oder sie "ausschliesslich aus Zeichen oder Angaben zusammengesetzt ist, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, des Ursprungsortes der Erzeugnisse oder der Zeit der Erzeugung dienen können, oder die im allgemeinen Sprachgebrauch oder in den redlichen und ständigen Verkehrsgepflogenheiten des Landes, in dem der Schutz beansprucht wird, üblich sind". Dieser zwischenstaatlichen Regelung entspricht Art. 2 Bst. a des Markenschutzgesetzes vom 28. August 1992 (MSchG, SR 232.11), wonach Zeichen, die Gemeingut sind, vom Markenschutz ausgeschlossen sind, sofern sie sich nicht im Verkehr als Marke für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen durchgesetzt haben. Lehre und Praxis zu dieser Norm können somit herangezogen werden (Urteile des BGer 4A_492/2007 vom 14. Februar 2008 E. 2 "Gipfeltreffen"; 4A_330/2009 vom 3. September 2009 E. 2.3.1 "Magnum").

E. 4.1

Als Gemeingut gelten Zeichen, die entweder für den Wirtschaftsverkehr freizuhalten sind oder welchen die für die Individualisierung der Waren oder Dienstleistungen des Markeninhabers erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (BGE 142 I 127 E. 3.3.2 "rote Schuhsohle"; 139 III 176 E. 2 "You"; Urteile des BVer B-5286/2018 vom 21. April 2020 E. 3.1 "Hybritec"; B-684/2016 vom 13. Dezember 2018 E. 2.1 "Postauto"). Die beiden Kriterien des Gemeinguts schliessen sich gegenseitig jedoch nicht aus. In Fällen fehlender Unterscheidungskraft besteht in der Regel gleichzeitig ein Freihaltebedürfnis, da die Wahrnehmung und Nachfrage der Verkehrskreise ein schützenswertes Anbieterinteresse unmittelbar beeinflusst. Zwischen den Tatbeständen der fehlenden Unterscheidungskraft und des Freihaltebedürfnisses ist somit ein innerer Bezug vorhanden (vgl. Eugen Marbach, in: Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Bd. III/1, Markenrecht, 2. Aufl., Basel 2009, N. 246 f.).

E. 4.2

Sachbezeichnungen und beschreibenden Zeichen fehlt jede Unterscheidungskraft. Sie erschöpfen sich semantisch in einem direkten Bezug zum gekennzeichneten Gegenstand und werden von den massgeblichen Verkehrskreisen darum unmittelbar und ausschliesslich als Aussage über ein nachfragerrelevantes Merkmal der gekennzeichneten Waren und

Dienstleistungen verstanden. Hierzu zählen namentlich Zeichen, die vom Verkehr ausschliesslich als Hinweis auf die Art, Zusammensetzung, Qualität, Quantität, Bestimmung, Verwendungszweck, Wert, Wirkungsweise, Inhalt, Form, Verpackung oder Ausstattung der beanspruchten Ware oder Dienstleistung verstanden werden (BGE 128 III 447 E. 1.5 "Première"; Matthias Städeli/ Simone Brauchbar Birkhäuser, in: Lucas David/ Markus Frick [Hrsg.], Markenschutzgesetz, Basler Kommentar, 3. Aufl. 2017, Art. 2 N. 84) und Bilder, die sich in einer Abbildung im direkten sachlichen Zusammenhang mit der Ware oder Dienstleistung erschöpfen (Urteil des BGer 4A_492/2022 vom 13. März 2023 E. 2.3 "Podcast-Icon [fig.]" ; Urteile des BVGer B-649/2018 vom 9. Dezember 2019 E. 6.2 "Küchenmaschine [fig.]" ; B-3088/2016 vom 30. Mai 2017 E. 2.4 "Musiknote [fig.]").

E. 4.3

Wie in allen Markeneintragungsverfahren muss, solange keine Verkehrsdurchsetzung oder Notorietät etc. der Marke geltend gemacht wird, allein auf den Wortlaut der Markenmeldung und nicht auf einen beabsichtigten oder tatsächlich stattfindenden Markengebrauch als Werküberschrift, Zeitschriftentitel oder Illustration abgestellt werden (Eugen Marbach, a.a.O., N. 207). Aufgrund der Registergebundenheit wird das wettbewerbsrechtliche Interesse in erster Linie indirekt und abstrakt nach dem Verständnis der Verkehrskreise begründet.

E. 4.3.1

Die massgeblichen Verkehrskreise der Marke sind vorab anhand der tatsächlichen Abnehmergruppen der Endabnehmer, Fachkreise und des Zwischenhandels zu bestimmen, ohne die Abgrenzung relevanter Sprach- und Fachkenntnisse vorwegzunehmen (vgl. Urteile des BGer 4A_6/2013 vom 16. April 2013, E. 3.2.1 und 3.3.3 "Wilson"; 4A_65/2022 vom 6. Mai 2022 E. 4.3 "Factfulness").

E. 4.3.2

Vorliegend richten sich die angemeldeten Waren der Klasse 9, insbesondere Ton-, Video- und Filmaufnahmen sowie entsprechende Datenträger, für die das strittige Zeichen beansprucht wird, an eine mediengewöhnte und -konsumierende Endabnehmerschaft und werden auch von Zwischenhändlern aus der Fernseh-, Musik- und Unterhaltungsbranche nachgefragt. Beim Erwerb dieser Waren ist von einer zumindest leicht erhöhten Aufmerksamkeit auszugehen, da sie nicht täglich angeschafft bzw. nicht regelmässig, aber bewusst konsumiert werden (Urteile des BVGer B-6783/2017 vom 18. März 2019 E. 3 "Uber/ überall [fig.]" ; B-3663/2011 vom 17. April 2013 E. 4.2.1 "Intel Inside/ Galdat Inside"; B-3556/2012 vom 30. Januar 2013 E. 5 "TCS/ TCS").

E. 4.4

Da es sich bei Ton-, Video- und Filmaufnahmen sowie entsprechenden Datenträgern um sog. inhaltsbezogene Waren handelt (Urteile des BVGer B-1408/2015 vom 25. Oktober 2017 E. 4.3.2 "Informa"; B-3815/2014 vom 18. Februar 2016 E. 7.1 "Rapunzel"; B-1759/2007 vom 28. Februar 2008 E. 5 "Pirates of the Caribbean"), d.h. Waren, die ihren wirtschaftlichen Wert hauptsächlich in ihrem immateriellen Inhalt anstatt in ihren physischen Bauteilen haben, führt das Abstellen auf ein abstraktes Marktinteresse (vgl. E.4.3) aus folgenden Gründen nicht zu einer zielführenden Lösung: Bei den inhaltsbezogenen Waren und Dienstleistungen werden Titel, Überschriften und letztlich auch Bildzeichen nicht ohne weiteres als Kennzeichen einer betrieblichen Herkunft wahrgenommen. Weil aber nahezu alle Begriffe einen möglichen Inhalt beschreiben oder

darstellen können, solange ihr tatsächlicher oder beabsichtigter Gebrauch nicht festgelegt ist, würde diese Lösung den Zweck des Markenrechts im Bereich der Inhaltswaren und die Eintragung von Marken für solche Waren und Dienstleistungen überhaupt verunmöglichen (Urteile des BVGer B-7663/2016 vom 21. Dezember 2017 E. 2.5 "Super Wochenende [fig.]"; B-1759/2007 vom 28. Februar 2008 E. 3.4 "Pirates of the Caribbean").

Entsprechend ist es angezeigt, dass Marken für inhaltsbezogene Waren und Dienstleistungen unter Berücksichtigung des tatsächlichen Marktinteresses geprüft werden.

E. 4.5

In seinem jüngeren Entscheid "Butterfly" äusserte sich das Bundesgericht grundsätzlich zu Wortmarken, die sich in der Bezeichnung einer potentiellen Form der Ware erschöpfen. Es gehe nicht an, jedes Wortzeichen, das auf eine bestimmte denkbare, mögliche Form oder ein bestimmtes denkbare, mögliches Motiv für Gepäck, Kleider, Schuhe oder Spielzeug Bezug nehme, wegen beschreibenden Charakters vom Markenschutz auszunehmen. Andernfalls wären für diese Waren nur noch Begriffe als Marken schützbar, die sich nicht gegenständlich darstellen liessen. Dies ginge zu weit (vgl. Urteil des BGer 4A_158/2022 vom 8. September 2022 E. 6.3.1 "Butterfly"). Dieser Ansatz bestätigt im Grundsatz die Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts im Urteil B-1759/2007 vom 28. Februar 2008 "Pirates of the Caribbean" in Bezug auf inhaltsbezogene Waren. Um das beschriebene Problem umgehen zu können, zog das Bundesgericht das Kriterium der "Gestaltungsvielfalt" ergänzend in seine Prüfung mit ein, beschränkte diese damit aber weiterhin auf die Ebene des abstrakten Marktinteresses.

E. 4.6

Ähnliche Ansätze bestehen auch bereits für Formmarken. Es wird angenommen, dass Formmarken nicht deshalb schon als beschreibend gelten, weil sie die registrierte Produktform abbilden und damit das Produkt beschreiben, da ansonsten alle Formmarken beschreibend und vom Markenschutz ausgeschlossen wären (Peter Heinrich/ Angelika Ruf, Die Formmarke nach "Lego III", "Swatch-Uhrenarmband" und "Katalysatorträger", in sic! 2005 S. 253). Anders als im Entscheid "Butterfly" blickt das Bundesgericht in seiner Praxis zu Formmarken aber letztlich doch auf den konkreten Marktgebrauch ohne die Prüfung der Verwechslungsgefahr nach Art. 3 MSchG vorwegzunehmen, indem es sich auf das Kriterium der "vom Gewohnten und Erwarteten abweichenden Formen und Formelementen" abstützt (vgl. Michael Noth, in Noth/ Bühler/ Thouvenin [Hrsg.], Stämpfli Handkommentar Markenschutzgesetz [MSchG], 2. Aufl. 2017, Art. 2 lit. b N. 70; siehe hierzu bspw. Urteile BGer 4A_633/2010 E. 3.1 "Wellenverpackung"; 4A_301/2019 E. 3.3 "Lippenbalsam"). Derselben Prüfung unterliegen zweidimensionale Formbildmarken, die unmittelbar die Ware und Dienstleistung abbilden (Urteil des BGer A_483/2019 vom 6. Januar 2020 E. 3.2 "beige-brauner Hund [fig.], Pelzfigur [fig.], Elfe [fig.]"; Urteil des BVGer B-649/2018 vom 9. Dezember 2019 E. 3.2 "Küchenmaschine [fig.]").

E. 4.7

Das Bundesgericht betont im Entscheid "Butterfly", die Marke monopolisiere nicht die Schmetterlingsform als Warenform (vgl. Urteil des BGer 4A_158/2022 vom 8. September 2022 E. 6.4 "Butterfly"). Auch im vorliegenden Fall wird nicht die Apfelform als Warenform monopolisiert, doch kommt die Eintragung eines Apfelbildes einem Formmonopol näher als wenn die Wortmarke APFEL angemeldet wäre. Folgernd aus den

erwähnten Ansätzen (E. 4.5 und 4.6) rechtfertigt es sich somit, im Sinne der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts gemäss dem Entscheid "Pirates of the Caribbean" das konkrete Marktinteresse zu prüfen (vgl. E. 4.4).

E. 4.8

In concreto bedeutet das einerseits, dass ein Kennzeichen einer Ware oder Dienstleistung, die - wie vorliegend - vor allem ihres geistigen Inhalts wegen gekauft wird, den Zweck hat, eine nicht sichtbare aber wesentliche Eigenschaft oder Wirkungsweise zum Ausdruck zu bringen und den Abnehmern mitzuteilen. Die Möglichkeiten, diesen Inhalt gestalterisch darzustellen, sind beschränkt. Dem Interesse der Mitanbieter an dieser inhaltlichen Informationsfunktion ist insbesondere dann Rechnung zu tragen, wenn eine wesentliche Zahl weiterer Anbieter entsprechende Waren zum selben Thema freihalten, also eine aktuelle Nachfrage besteht, die durch die Marke nicht behindert werden darf und keine ebenso geeigneten, alternativen Gestaltungen zur Verfügung stehen (vgl. Urteile des BVGer B-5048/2014 vom 4. April 2017 E. 8.1 "E-Cockpit"; B-1759/2007 vom 28. Februar 2008 E. 4 "Pirates of the Caribbean"). Diese aktuelle Nachfrage entspricht dem, hierfür ergänzend geprüften, Freihaltebedürfnis.

E. 4.8.1

Zum Freihaltebedürfnis befragte das Gericht die Vorinstanz in der mündlichen Verhandlung und gab ihr Gelegenheit, Stellung zu nehmen. Die Vorinstanz erwähnte lediglich, sie habe das Freihaltebedürfnis offengelassen, da dessen Bejahung bei Bildmarken aus Konkurrentensicht schwieriger sei als bei Wortmarken (vgl. Protokoll der öffentlichen Verhandlung vom 20. April 2023 S. 13 f.).

E. 4.8.2

Das Zeichen [Apfel] (fig.) ist für Inhalte von Ton-, Video- und Filmaufnahmen sowie für Inhalte von entsprechenden Datenträgern erfahrungsgemäss nicht typisch. Dass eine wesentliche Zahl von Anbietern diese Gestaltung des Apfels zum selben Thema freihalten möchte und dadurch eine aktuelle Nachfrage besteht, die durch die Marke nicht behindert werden darf, wird von der Vorinstanz nicht dargetan und ist auch nicht ersichtlich oder zu erwarten. Aufgrund fehlender Anzeichen für einen breiten Gebrauch ausschliesslich oder massgeblich über Äpfel ist nicht von einem aktuellen Marktinteresse bzw. Freihaltebedürfnis an der Marke auszugehen. Vereinzelt Treffer, bei denen kein markenmässiger Gebrauch stattfindet, sind nicht relevant, da sie kein erhebliches, kollektives Gebrauchsbedürfnis darstellen.

E. 4.9

Andererseits sind bei der Beurteilung des beschreibenden Sinngehalts der Marke in Bezug auf den nachfragerrelevanten Inhalt weitere spezifische Voraussetzungen zu beachten, wobei keine übertrieben hohen Anforderungen an die Unterscheidungskraft zu stellen sind (Urteile des BVGer B-7663/2016 vom 21. Dezember 2017 E. 2.5 "Super Wochenende [fig.]"; B-1759/2007 vom 28. Februar 2008 E. 3.4 "Pirates of the Caribbean"). Die Rechtsprechung verneint die Unterscheidungskraft von Marken für Waren wie Zeitschriften, Datenträger und andere Medien, die sich erkennbar in unmittelbaren Hinweisen auf das darin behandelte Thema erschöpfen (vgl. Urteile des BVGer B-1456/2016 vom 7. Dezember 2016 E. 4 "Schweiz aktuell"; B-4026/2015 vom 19. Juli 2016 E. 5.3 "Heimat Online/ Die Heimat [fig.]"; B-3815/2014 vom 18. Februar 2016 E. 7 "Rapunzel"), nicht aber bereits bei jedem thematischen Bezug, der sich zwischen Marke und Ware bzw. Dienstleistung herstellen

lässt. Vielmehr muss dieser hinreichend bestimmt und ohne besondere Denkarbeit oder Aufwand an Fantasie erkennbar sein (Urteile des BVGer B-7663/2016 vom 21. Dezember 2017 E. 2.5 "Super Wochenende [fig.>"; B-3815/2014 vom 18. Februar 2016 E. 4.3.1 "Rapunzel" m.w.H.).

E. 4.9.1

In casu müsste zwischen dem Zeichen [Apfel] (fig.) und dem Wareninhalt somit eine hinreichende Produktnähe bestehen, um dem Zeichen die Unterscheidungskraft abzuspreehen. Diese Voraussetzung ist - wie bereits in E. 4.4 erwähnt - daher notwendig, weil grundsätzlich jedes Zeichen einen möglichen thematischen Inhalt beschreiben kann und Markeneintragungen für inhaltsbezogene Waren oder Dienstleistungen ansonsten nie möglich wären (vgl. auch Urteil des BVGer B-1759/2007 vom 28. Februar 2008 E. 3.4 "Pirates of the Caribbean").

E. 4.9.2

Verbunden mit einem fehlenden Marktinteresse (vgl. E. 4.8) wird ein Abnehmer bei der Abbildung eines Apfels in Zusammenhang mit Ton-, Bild- und Filmaufnahmen und entsprechenden Datenträgern auch nicht ohne weitere Überlegungen oder gedankliche Zwischenschritte direkt erkennen, dass es sich dabei um deren Inhalt handelt. Eine blosser Anspielung, dass ein Apfel Inhalt der beanspruchten Waren sein könnte, genügt nicht, und ein unmittelbarer Hinweis darauf fehlt vorliegend. Aufgrund fehlender Produktnähe darf der Marke die Unterscheidungskraft somit nicht abgesprochen werden. Hervorzuheben ist jedoch, dass es sich bei der Eintragung um das Bild dieses konkreten Apfels handelt und dass bei einem markenmässigen Gebrauch des Apfelbildes für Medien, die thematisch von Äpfeln handeln, das Zeichen durch die Beschwerdeführerin als Formbildmarke verwendet und folglich an Schutz verlieren würde. Im Übrigen ist der Beschwerdeführerin nicht zu folgen, soweit sie aus der Bekanntheit der Wortmarke APPLE etwas für das vorliegende Zeichen ableiten will, da sie selbst nicht geltend macht, die vorliegend geprüfte Marke intensiv verwendet oder bekannt gemacht zu haben.

E. 5

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Zeichen [Apfel] (fig.) für die beanspruchten Waren weder beschreibend ist noch ein Freihaltebedürfnis besteht. Nachdem die Vorinstanz das Zeichen [Apfel] (fig.) zu Unrecht dem Gemeingut zugeordnet hat, erübrigt sich eine Prüfung der Verletzung der Rechtsgleichheit und der Vergleich mit ausländischen Entscheiden. Damit ist die Beschwerde gutzuheissen, die angefochtene Verfügung aufzuheben und die Vorinstanz anzuweisen, die IR Marke Nr. 1'028'240 [Apfel] (fig.) für alle beanspruchten Waren der Klasse 9 zum Markenschutz zuzulassen.

E. 6

Bei diesem Ausgang des Verfahrens sind keine Kosten zu erheben (Art. 63 Abs. 2 VwVG). Der Beschwerdeführerin ist der geleistete Kostenvorschuss nach Rechtskraft des Urteils zurückzuerstatten. Der Beschwerdeführerin ist überdies eine angemessene Parteientschädigung zuzusprechen (Art. 64 Abs. 1 VwVG). Fehlt eine unterliegende Gegenpartei, ist die Parteientschädigung derjenigen Körperschaft oder autonomen Anstalt aufzuerlegen, in deren Namen die Vorinstanz verfügt hat (Art. 64 Abs. 2 VwVG). Nach Art. 1 des Bundesgesetzes vom 24. März B-1920/2014 Seite 12 1995 über Statut und Aufgaben des Eidgenössischen Instituts für geistiges Eigentum (IGEG, SR 172.010.31) handelt die Vorinstanz als autonome Anstalt mit eigener Rechtspersönlichkeit. Sie ist in eigenem

Namen mit dem Vollzug des Markenschutzgesetzes, namentlich der Führung des Markenregisters beauftragt (Art. 2 Abs. 1 Bst. a und b IGEG). Gestützt darauf hat die Vorinstanz die angefochtene Verfügung in eigenem Namen und unter Erhebung der dafür vorgesehenen Gebühr erlassen, so dass ihr die Parteikosten der Beschwerdeführerin aufzuerlegen sind. Das Gericht setzt die Parteientschädigung aufgrund der Kostennote oder wenn, wie vorliegend, keine Kostennote eingereicht wurde, aufgrund der Akten fest (Art. 14 Abs. 2 Satz 2 VGKE). In Würdigung dieser Aktenlage (einfacher Schriftenwechsel und Teilnahme an der Parteiverhandlung) erscheint eine Parteientschädigung von Fr. 4'500.- für das Beschwerdeverfahren als angemessen.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.