



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 74/01

---

(AktENZEICHEN)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
15. April 2003

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die angegriffene Marke 396 07 539**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. Februar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterin Sredl und der Richterin k.A. Bayer

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. Dezember 1999 aufgehoben, soweit die Löschung für die Dienstleistungen "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung" angeordnet worden ist. Insoweit wird der Widerspruch aus der Marke 2 097 632 zurückgewiesen.
2. Auf die Beschwerde der Widersprechenden wird der Beschluss insoweit aufgehoben, als für die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" die Löschung der Marke nicht angeordnet worden ist. Die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" ist wegen des Widerspruchs aus der Marke 2 097 632 zu löschen.
3. Im Übrigen werden die Beschwerden zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Die Marke



*Gecko*  
Wüste Kneipe · Café

ist am 27. Mai 1997 ua für die Dienstleistungen "Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung; Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Verpflegung, Beherbergung von Gästen, Betrieb einer Bar; gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung); Verpflegung von Gästen in Cafes, Canteen, Restaurants, Schnellimbissrestaurants (Snackbars), Selbstbedienungsrestaurants; Catering; technische Projektplanung" in das Register eingetragen worden. Die Veröffentlichung der Eintragung erfolgte am 30. Juni 1997.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der ua für die Dienstleistungen "Beherbergung und Bewirtung von Gästen, Durchführung von musikalischen Veranstaltungen, Durchführung von Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter, insbesondere Modeschauen, Werbeveranstaltungen; Franchising von gastronomischen Betrieben sowie Unternehmen auf dem Unterhaltungssektor, nämlich Vermittlung von Lizenzen und wirtschaftlichem und technischem Know-how an Verpflegungs- und

Beherbergungsunternehmen sowie Unternehmen auf dem Unterhaltungssektor, betriebswirtschaftliche Beratung für diese Unternehmen einschließlich technischer Beratung bei Planung und Führung solcher Unternehmen" am 7. Juli 1995 eingetragenen Marke 2 097 632



Im Beschwerdeverfahren wurde die Einrede der Nichtbenutzung erhoben. Für die Dienstleistung "Bewirtung von Gästen" ist die Einrede fallen gelassen worden.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 21. Dezember 1999 durch einen Beamten des höheren Dienstes aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 2 097 632 die teilweise Löschung der angegriffenen Marke angeordnet, nämlich für "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung; Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Verpflegung, Beherbergung von Gästen, Betrieb einer Bar; gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung); Verpflegung von Gästen in Cafes, Cafeterias, Restaurants, Schnellimbisrestaurants; Catering; technische Projektplanung". Im Übrigen wurde der Widerspruch zurückgewiesen. Hinsichtlich der zu löschenden Dienstleistungen liege eine Verwechslungsgefahr vor (§ 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG). Es bestehe teilweise eine Identität oder Ähnlichkeit der beiderseitigen Waren und Dienstleistungen. Die den Gesamteindruck beider Marken prägenden Bestandteile ("Gekko") seien klanglich, schriftbildlich und begrifflich identisch. Die jüngere Marke sei daher teilweise zu löschen.

Gegen diesen Beschluss haben beide Beteiligte Beschwerde eingelegt.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben, soweit die Löschung der angegriffenen Marke angeordnet worden ist.

Sie meint, es bestehe keine Verwechslungsgefahr. Die von der Widersprechenden eingereichten Benutzungsunterlagen belegten lediglich eine rechtserhaltende Benutzung für die Dienstleistung "Bewirtung von Gästen", nicht dagegen für eine Unterhaltung Dritter, da in dem in den eingereichten Benutzungsunterlagen der Widersprechenden erwähnten Bistro lediglich Live-Musik bei freiem Eintritt angeboten werde. Auch das von der Widersprechenden eingereichte Konzept für ein Betriebsfest reiche nicht aus, um eine ernsthafte Benutzung der Marke für weitere Dienstleistungen glaubhaft zu machen. "Bewirtung von Gästen" sei mit den Dienstleistungen "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung; Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Beherbergung von Gästen; gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung); Verpflegung von Gästen in Schnellimbissrestaurants, Selbstbedienungsrestaurants; Catering; technische Projektplanung" nicht ähnlich. Insoweit komme es auf die Marken nicht mehr an. Soweit den Dienstleistungen "Bewirtung von Gästen" die Dienstleistungen "Verpflegung von Gästen, Betrieb einer Bar, Verpflegung von Gästen in Cafes, Cafeterias, Restaurants" gegenüber stünden, bestehe keine Verwechslungsgefahr, da die Widerspruchsmarke eine unterdurchschnittliche Kennzeichnungskraft besitze und die jeweilige bildliche Umsetzung der für einen Gaststättenbetrieb üblichen und häufig verwendeten Bezeichnung "GECKO" in den Marken erheblich unterschiedlich sei. Außerdem ist sie der Auffassung, dass "Bewirtung von Gästen" mit der im Tenor des angegriffenen Beschlusses nicht aufgeführten Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" nicht ähnlich sei, da die Speisen für den Gast in Selbstbedienungsrestaurants nur bereitgehalten würden und eine Bewirtung nicht erfolge.

Die Widersprechende beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben, soweit der Widerspruch hinsichtlich der Dienstleistungen "Werbung, Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" zurückgewiesen worden ist und die angegriffene Marke auch insoweit zu löschen, mit der Maßgabe, dass der im Tenor des angegriffenen Beschlusses der Markenstelle für Klasse 42 nicht aufgeführte Begriff "(Snack-bars)" vom Beschwerdeantrag umfasst ist.

Sie ist der Auffassung, dass die Marken sehr ähnlich seien, da der prägende Bestandteil übereinstimme. Die sich gegenüberstehenden Dienstleistungen seien ebenfalls ähnlich. Die Markenstelle habe den Widerspruch zu Unrecht hinsichtlich einiger Dienstleistungen der angegriffenen Marke zurückgewiesen. Die Dienstleistung "Bewirtung von Gästen" könne nämlich identisch mit der "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" sein. "Werbung" sei ähnlich mit ihrer Dienstleistung "betriebswirtschaftliche Beratung" und der "Durchführung von Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter, insbesondere Modeschauen, Werbeveranstaltungen". Die Widersprechende macht geltend, dass ihre Marke zumindest für die Dienstleistungen "Beherbergung und Bewirtung von Gästen, Durchführung von Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter, betriebswirtschaftliche Beratung bzw. Beratung auf dem Gebiet des Caterings" benutzt worden sei. Zur Glaubhaftmachung der Benutzung legt sie eine eidesstattliche Versicherung ihres Geschäftsführers und Kopien von Zeitungsartikeln, von Speise- und Getränkekarten, einem Konzeptvorschlag für ein Betriebsfest, einem Hemd und einer Visitenkarte vor. In der eidesstattlichen Versicherung sind Umsatzzahlen für ein Bistro bezüglich der Jahre 1993-1994 und für die Geschäftstätigkeit "Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter" für die Jahre 1992-2000 angegeben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässigen Beschwerden der Beteiligten haben in der Sache jeweils teilweise Erfolg, nämlich in dem aus dem Tenor des Beschlusses sich ergebenden Umfang.

### 1. Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke.

Soweit die Löschung für die Dienstleistungen "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung" angeordnet wurde, ist der Beschwerde stattzugeben, im Übrigen ist sie dagegen zurückzuweisen.

Die im Beschwerdeverfahren erhobene Einrede mangelnder Benutzung ist nach § 43 Abs 1 Satz 2 MarkenG zulässig. Da die Inhaberin der angegriffenen Marke die rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke für die Dienstleistungen "Bewirtung von Gästen" nicht mehr bestreitet, und nach Ansicht des Senats zusätzlich nur noch hinsichtlich der unter die eingetragene Dienstleistung "Durchführung von Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter" fallende Dienstleistung "Durchführung von Festveranstaltungen" von einer rechtserhaltenden Benutzung auszugehen ist, sind bei der Widerspruchsmarke lediglich diese beiden Dienstleistungen zu berücksichtigen (§ 43 Abs 1 Satz 3 MarkenG).

Entgegen der Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke hat die Widersprechende ihre Marke für einen Teil der Dienstleistung "Durchführung von Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter" benutzt. Sie hat hierfür in der eidesstattlichen Versicherung erhebliche Umsätze angegeben, insbesondere für das Jahr 2000 mit DM 2.500.000.--. Als Beispiel für eine solche Veranstaltung hat sie einen von ihr erstellten Konzeptvorschlag für die Durchführung eines Betriebsfestes eingereicht. Die Mitarbeiter tragen dabei Hemden mit der Marke. Außerdem werden Visitenkarten verteilt. Auf den entsprechenden eingereichten Anlagen ist jeweils die Widerspruchsmarke mit lediglich geringfügigen Abweichungen zu sehen. Die Abwei-

chungen erschöpfen sich in einer leicht anderen Schrift beim Buchstaben "o" und der Hinzufügung rein beschreibender Zusätze.

Nach den eingereichten Unterlagen hat die Widersprechende hinreichend glaubhaft gemacht, dass die Durchführung von Veranstaltungen als selbständige Dienstleistung angeboten wird, da das eingereichte Konzept eines Betriebsfestes sowie die angegebenen Umsatzangaben zu umfangreich sind, um eine bloße Hilfsdienstleistung zu sein. Es ist daher unschädlich, dass die Abrechnung des Betriebsfestes nicht vorgelegt wurde. Die Beurteilung von Glaubhaftmachungsunterlagen hat verfahrensorientiert und ohne erfahrungswidrige Überspannung zu erfolgen, wobei insbesondere nicht ohne weiteres auf die strengen Regeln über die Beweisführung zurückgegriffen werden darf (Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl § 43 Rdn 36). Für eine Glaubhaftmachung genügt eine überwiegende Wahrscheinlichkeit, welche die Möglichkeit des Gegenteils nicht ausschließen muss (Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl § 43 Rdn 36). Aufgrund der eingereichten Unterlagen kann daher eine rechtserhaltende Benutzung der Widerspruchsmarke für einen Teil der eingetragenen Dienstleistungen anerkannt werden.

Jedoch kann hier nicht die Marke für den eingetragenen Oberbegriff als benutzt angesehen werden, da für solche Veranstaltungen zB auch in Form von Modenschauen und Werbeveranstaltungen keine Benutzungsunterlagen eingereicht wurden. Das Benutzungsbeispiel betrifft ein Betriebsfest. Im Wege der Integration (vgl Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl § 26 Rdn 105) geht der Senat daher lediglich von einer Benutzung für "Durchführung von Festveranstaltungen" aus.

Für noch weitergehende Dienstleistungen oder Waren der Widerspruchsmarke sind dagegen keine Benutzungsunterlagen eingereicht, bzw keine Umsatzzahlen angegeben worden, so dass bei der Widerspruchsmarke nur die oben genannten Dienstleistungen berücksichtigt werden können.



Die zu berücksichtigenden Dienstleistungen "Durchführung von Festveranstaltungen" und "Bewirtung von Gästen" sind mit den Dienstleistungen der angegriffenen Marke "Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Verpflegung, Beherbergung von Gästen, Betrieb einer Bar; gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung); Verpflegung von Gästen in Cafes, Cafeterias, Restaurants, Schnellimbissrestaurants (Snackbars); Catering; technische Projektplanung" ähnlich und zum Teil sogar identisch.

Die "Bewirtung von Gästen" kann die Dienstleistungen "Verpflegung von Gästen, Betrieb einer Bar; Verpflegung von Gästen in Cafes, Cafeterias, Restaurants, Schnellimbissrestaurants; Catering" umfassen. "Durchführung von Festveranstaltungen" können mit den Dienstleistungen "Unterhaltung" identisch sein.

Hinsichtlich der angegriffenen Dienstleistungen "sportliche und kulturelle Aktivitäten" besteht eine Ähnlichkeit mit "Durchführung von Festveranstaltungen", da bei solchen Festen auch sportliche und kulturelle Aktivitäten angeboten werden können. Außerdem besteht eine Ähnlichkeit mit "Bewirtung von Gästen", da Gaststätten teilweise auch kulturelle Veranstaltungen wie Ausstellungen, Theaterstücke, Konzerte und sportliche Veranstaltungen wie zB Kegeln, Dartspiele oder Billiard organisieren. Der Verkehr nimmt deshalb bei (vermeintlich) gleicher Kennzeichnung an, die Dienstleistungen werden unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens angeboten.

Hinsichtlich der angegriffenen Dienstleistungen "Beherbergung von Gästen" besteht eine Ähnlichkeit zu "Bewirtung von Gästen", da zahlreiche Gaststätten beide Dienstleistungen anbieten.

Die angegriffenen Dienstleistungen "gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung); technische Projektplanung" sind ähnlich mit "Durchführung von Festveranstaltungen", da solche Veranstaltungen Gegenstand der Beratung und technischen Projektplanung sein können. Dies resultiert daraus, dass

diese angegriffenen Dienstleistungsbegriffe ein sehr weites Spektrum umfassen können. Die "gewerbsmäßige Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung)" kann sich auf ganz unterschiedliche Bereiche beziehen, da insoweit keine gegenständliche Einschränkung vorliegt. Soweit sich daraus Bedenken bezüglich der erforderlichen Bestimmtheit ergeben können, ist diesen im vorliegenden Verfahren nicht nachzugehen. Diese Beratung kann sich daher auch auf die Durchführung von Festveranstaltungen erstrecken. Ähnliches gilt für die "technische Projektplanung", die sich auf die Planung von Festveranstaltungen im Hinblick auf die technischen Erfordernisse für eine solche Veranstaltung beziehen kann. Es liegt daher nahe, dass jemand, der Veranstaltungen zur Unterhaltung Dritter wie zB Festveranstaltungen durchführt, daneben auch bloße Beratung und/oder technische Projektplanung anbietet, ohne die Unterhaltungsveranstaltung selbst durchzuführen, da Erfahrungen, die man mit eigenen Veranstaltungen gewonnen hat, regelmäßig auch anderen Veranstaltern, die professionelle Beratung ebenso wie Hinweise zur technischen Ausführung hierfür benötigen, von Nutzen sein können und damit zu rechnen ist, dass auch insoweit danach gefragt wird. Zumindest aber ist damit zu rechnen, dass der Verkehr bei (vermeintlich) gleicher Kennzeichnung annimmt, die Dienstleistungen werden unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens angeboten.

Soweit eine Ähnlichkeit der Dienstleistungen der angegriffenen Marke mit den zu berücksichtigenden Dienstleistungen der Widerspruchsmarke vorliegt, besteht auch eine Verwechslungsgefahr, da die Marken jedenfalls in klanglicher Hinsicht ähnlich sind.

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit von Marken ist zwar grundsätzlich vom Gesamteindruck der jeweiligen Marke auszugehen, jedoch kann dieser auch durch einen einzelnen Zeichenbestandteil geprägt werden. Die sich hier gegenüberstehenden Zeichen werden in klanglicher Hinsicht jeweils von dem Wortbestandteil "Gecko" geprägt. Bei der angegriffenen Marke gibt es zwar daneben weitere Wortbestandteile, die der Verkehr jedoch eher als Sachangaben auffassen wird,

nämlich dass es sich um ein Café und eine wüste Kneipe handelt. Zudem ist der Wortbestandteil "Gecko" auch optisch gegenüber den anderen Wortbestandteilen hervorgehoben. Der zusätzliche Bildbestandteil der angegriffenen Marke spielt bei der klanglichen Wiedergabe der Marke keine eigenständige Rolle, auch wenn er gegenüber den Wortbestandteilen eine etwas größere Fläche einnimmt, denn die bildliche Darstellung eines Geckos illustriert lediglich zusätzlich den prägenden Wortbestandteil der Marke. Auch bei der Widerspruchsmarke prägt der Wortbestandteil "Gecko" den Gesamteindruck. Er enthält zwar durch die kleine Geckodarstellung einen zeichnerischen Akzent, jedoch verhindert dieser bei der klanglichen Wiedergabe eine Verwechslungsgefahr nicht. Der identische Begriffsgehalt des Wort- und des Bildbestandteils verstärkt vielmehr noch die Verständlichkeit des Wortes "Gecko", da die bildliche Darstellung dieses Tieres es ausschließt, dass man zwischen dem Bestandteil "Geck" und dem Buchstaben "o" eine sinnentstellende Zäsur macht. Entgegen der Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke ist der Bestandteil "Gecko" für Gaststätten nicht so verbraucht und kennzeichnungsschwach, dass eine Verwechslungsgefahr ausgeschlossen wäre. Wenn in einigen Firmen oder auch Gaststättenbezeichnungen dieses Wort verwendet wird, so ergibt sich daraus noch keine solche Kennzeichnungsschwäche, dass der Verkehr "Gecko" nicht als den Gesamteindruck prägend ansähe.

Danach ist wegen des übereinstimmenden Wortbestandteils "Gecko" mit erheblichen Verwechslungen zu rechnen. Bei der registerrechtlichen Beurteilung spielt es keine Rolle, wenn wegen der Ortsverschiedenheit der Zeicheninhaber die Marken sich derzeit im geschäftlichen Verkehr nicht unmittelbar begegnen. Die Eintragung einer Marke wirkt für die ganze Bundesrepublik und nicht nur für einzelne Orte, in denen entsprechende Gaststätten bereits existieren.

Die Beschwerde der Markeninhaberin konnte daher insoweit keinen Erfolg haben.

Dagegen sind die bei der Widerspruchsmarke zu berücksichtigenden Dienstleistungen "Durchführung von Festveranstaltungen" und "Bewirtung von Gästen" nicht ähnlich mit "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung", da damit nicht die Geschäftsführung und Verwaltung des eigenen Unternehmens bei der Durchführung einer solchen Festveranstaltung oder Bewirtung, sondern die selbstständige Erbringung solcher Dienstleistungen für Dritte gemeint sind. Die Anbieter und die Art der Dienstleistungen sind regelmäßig verschieden. Es gibt daher keine tatsächlichen Anhaltspunkte für eine Ähnlichkeit dieser sich gegenüberstehenden Dienstleistungen. Insoweit musste daher die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke Erfolg haben.

## 2. Beschwerde der Widersprechenden

Die Beschwerde hat Erfolg, soweit der Widerspruch hinsichtlich der Dienstleistungen "Verpflegung in Selbstbedienungsrestaurants" zurückgewiesen worden ist. Die Löschung der angegriffenen Marke hierfür wurde nicht in den Tenor des angefochtenen Beschlusses aufgenommen, obwohl in den Gründen ausgeführt worden ist, dass es sich dabei um mit "Bewirtung von Gästen" identische Dienstleistungen handeln kann. Die Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke, eine Bewirtung sei bei Selbstbedienungsrestaurants ausgeschlossen, ist unzutreffend. Eine Bewirtung setzt nicht zwangsläufig voraus, dass die Speisen und Getränke an den Platz gebracht werden. Außerdem würde es die Ähnlichkeit der Dienstleistungen keinesfalls ausschließen, wenn eine Bewirtung von Gästen enger zu verstehen sein sollte. Die Marken sind aus den oben dargelegten Gründen ähnlich.

Dem Widerspruch ist deshalb hinsichtlich der Dienstleistungen "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" stattzugeben und die angegriffene Marke auch für diese Dienstleistungen zu löschen, da insoweit ebenfalls eine Verwechslungsgefahr besteht. Aus den Gründen des angegriffenen Beschlusses geht nicht eindeutig und klar hervor, dass die Marke hinsichtlich der Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" gelöscht werden sollte. Daher

konnte dies nicht im Wege der Berichtigung des Tenors durch die Rechtsmittelinstanz (vgl Thomas/Putzo, ZPO, 24. Aufl § 319 Rdn 5) erfolgen, sondern der angegriffene Beschluss ist insoweit auf die Beschwerde der Widersprechenden abzuändern. Soweit dagegen im Tenor des angegriffenen Beschlusses die Angabe "(Snackbars)" hinter "Schnellimbissrestaurants" weggelassen wurde, ergibt sich dagegen eindeutig, dass es sich bei dem Ausdruck "(Snackbars)" lediglich um eine Verdeutlichung des Begriffs "Schnellimbissrestaurants" handelt, und daher die Marke für "Verpflegung von Gästen in Schnellimbissrestaurants (Snackbars)" sowohl nach dem Tenor als auch nach den Gründen des angefochtenen Beschlusses gelöscht werden sollte. Insoweit musste daher der angefochtene Beschluss nicht aufgehoben werden.

Hinsichtlich der zusätzlich angegriffenen Dienstleistung "Werbung" hat die Beschwerde dagegen keinen Erfolg, da "Werbung" und "Durchführung von Festveranstaltungen" sowie "Bewirtung von Gästen" nicht ähnlich sind. Unter der Dienstleistung "Werbung" versteht man nicht die Werbung in eigener Sache, sondern die gewerbsmäßige Werbung für andere. Werbeagenturen bieten jedoch regelmäßig nicht Bewirtung von Gästen und Unterhaltung an. Selbst wenn eine Werbeagentur ihrem Kunden zu Veranstaltungen rät, bei denen Gäste bewirtet und unterhalten werden, um damit einen Werbeeffect zu erzielen, bietet eine Agentur diese Veranstaltungen selbst nicht als eigene Dienstleistungen an. Da es insoweit daher an einer Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Dienstleistungen mangelt, konnte die Beschwerde der Widersprechenden bezüglich der Dienstleistung "Werbung" keinen Erfolg haben.

Nach alledem war der angefochtene Beschluss der Markenstelle teilweise aufzuheben, nämlich soweit aufgrund des Widerspruchs die Löschung für die Dienstleistungen "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung" angeordnet worden ist und soweit der Widerspruch hinsichtlich der Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" zurückgewiesen worden ist. Hinsichtlich der Dienstleistungen "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung" war der Widerspruch zu-

rückzuweisen, hinsichtlich der Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants" war dem Widerspruch stattzugeben.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass, § 71 Abs 1 MarkenG.

Kliems

Sredl

Bayer

Pü