



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 185/02

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 399 71 735**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. November 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

**G r ü n d e**

**I**

Gegen die Eintragung der Wortmarke 399 71 735

**BETAX**

für

Dienstleistungen von Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern, Rechtsanwälten, Treuhandwesen, Vermögensverwaltung, Testamentsvollstreckung, Nachlassverwaltung, Insolvenzverwaltung, betriebswirtschaftliche Beratung, Unternehmensberatung (ausgenommen Beratung bei der Herstellung und Anwendung von elektrischen Leitungen und Kabeln, deren Verbindungs-, Anschluss- und Abschlussteilen), Managementberatung, EDV-Beratung (ausgenommen Beratung bei der Herstellung und Anwendung von elektrischen Leitungen und Kabeln, deren Verbindungs-, Anschluss- und Abschlussteilen), Organisationsberatung, Existenzgründungsberatung, Personal-Consulting und alle damit zusammenhängenden Tätig-

keiten und Leistungen, Durchführung von Seminaren, Fort- und Weiterbildungskursen

(Dienstleistungsverzeichnis in der Fassung seit der Teillöschung vom 9. August 2000)

ist Widerspruch eingelegt worden aus der Wortmarke 397 51 453

### **METAX**

für

Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft.

Mit Beschluss vom 19. März 2002 hat die Markenstelle für Klasse 36 des Patentamts durch ein Hilfsmittglied die teilweise Löschung der angegriffenen Marke angeordnet, nämlich für

Dienstleistungen von Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern, Rechtsanwälten, Treuhandwesen, Vermögensverwaltung, Testamentsvollstreckung, Nachlassverwaltung, Insolvenzverwaltung, betriebswirtschaftliche Beratung, Unternehmensberatung (ausgenommen Beratung bei der Herstellung und Anwendung von elektrischen Leitungen und Kabeln, deren Verbindungs-, Anschluss- und Abschlussteilen), Managementberatung, Organisationsberatung, Existenzgründungsberatung, Durchführung von Seminaren, Fort- und Weiterbildungskursen.

Im Übrigen hat sie den Widerspruch zurückgewiesen.

Nach Auffassung der Markenstelle besteht zwischen den Marken teilweise die Gefahr von Verwechslungen. Die für die Widersprechende geschützten "Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft" erfassten oberbegrifflich die für die jüngere Marke eingetragenen "Dienstleistungen von Steuerberatern". Ebenso könnten "Dienstleistungen von Wirtschaftsprüfern, Rechtsanwälten, Treuhandwessen, Vermögensverwaltung, Testamentsvollstreckung, Nachlassverwaltung, Insolvenzverwaltung, betriebswirtschaftliche Beratung, Unternehmensberatung" von "Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft" erfasst sein, da letztere Analysen der wirtschaftlichen und rechtlichen Situation des Klienten umfassten und Eingriffe in die Unternehmensorganisation vorschlagen oder durchführen würden. Weiter seien "Durchführung von Seminaren, Fort- und Weiterbildungskursen" mit "Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft" ähnlich.

Den danach erforderlichen größeren Abstand halte die angegriffene Marke nicht ein. Zwar liege nur eine geringfügige schriftbildliche Ähnlichkeit der Marken vor, jedoch seien die Marken in klanglicher Hinsicht mittel- bis hochgradig ähnlich. Sie wichen nur im Anfangsbuchstaben voneinander ab. Dabei könne nicht davon ausgegangen werden, dass sich der Verkehr etwa deshalb allein auf den Wortanfang konzentriere, weil, wie der Markeninhaber meine, der Schlussbestandteil "TAX" als englisches Wort für "Steuer" kennzeichnungsschwach sei und damit unbeachtet bliebe. Angesichts der Anfangsbestandteile "ME-" und "BE-", die mit der Schlussilbe Anklänge zu "BETA" oder "META" hervorriefen, werde "TAX" vom Verkehr nicht isoliert wahrgenommen. Während beide Markenworte vom harten "X" dominiert würden, fielen der Unterschied zwischen den klangschwachen Anfangsbuchstaben "B" und "M" nicht verwechslungsmindernd ins Gewicht, so dass eine teilweise Verwechslungsgefahr bestehe.

Hinsichtlich der übrigen Dienstleistungen der jüngeren Marke liege keine Verwechslungsgefahr vor, da sie mit Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft nur im allenfalls entfernten Ähnlichkeitsbereich liege. Steuerberatungsgesellschaften böten in der Regel nicht selbständig EDV-Beratung und Personal-

consulting an. Eine Verwechslungsgefahr könne daher bei normaler Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke selbst bei höhergradiger Markenähnlichkeit nicht festgestellt werden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Markeninhabers. Im Laufe des Beschwerdeverfahrens hat der Markeninhaber mit am 15. Oktober 2003 eingegangenem Schriftsatz die Einrede der Nichtbenutzung erhoben. Die Widersprechende hat daraufhin Unterlagen zur Glaubhaftmachung der rechtserhaltenden Benutzung ihrer Marke vorgelegt, unter anderem zwei eidesstattliche Versicherungen ihres Geschäftsführers vom 24. Oktober 2003 und 13. November 2003 sowie ergänzendes Informationsmaterial.

Nach Auffassung des Markeninhabers hat die Widersprechende die rechtserhaltende Benutzung ihrer Marke nicht glaubhaft gemacht. Aus den vorgelegten Unterlagen sei eine benutzte farbige Wort-/Bildkennzeichnung "metax" des eingetragenen Markenworts "METAX" entnehmbar, bei der die Wortbestandteile "me" und "tax" deutlich voneinander abgesetzt seien. Denn in der Verwendungsform seien die Buchstaben des Bestandteils "me" in blauer Farbe gehalten, grün unterstrichen und gegenüber dem in grüner Farbe gehaltenen, nicht unterstrichenen Schlussbestandteil "tax" in der Schrifthöhe etwas nach oben versetzt. Dies verändere den kennzeichnenden Charakter der Widerspruchsmarke. Insbesondere trete darin der Schlussbestandteil "tax" als englisches Wort für "Steuer", also rein beschreibend, deutlich hervor. Soweit in den Benutzungsunterlagen teilweise auch Verwendungen des Markenworts in normaler Schreibweise auftauchten, geschehe dies nur bei Wortzusammensetzungen, wie z. B. "Metax-Plan", "Metax-Spot", "Metax-Praxisvergleich" usw. Außerdem ginge aus den Glaubhaftmachungsunterlagen nicht hervor, seit wann und in welchem Umfang die Widerspruchsmarke benutzt werde.

Im übrigen bestehe auch keine Verwechslungsgefahr. Zwar seien die beiderseitigen Dienstleistungen im Bereich der "Steuerberatung" identisch, ansonsten wohl

noch ähnlich, jedoch unterschieden sich die Markennörter ausreichend voneinander. Die jeweils zweite Silbe "TAX" habe im Hinblick auf die steuerorientierten Dienstleistungen einen glatt beschreibenden Inhalt. Zwar könne man diese Silbe nicht ganz außer Acht lassen, ihre Kennzeichnungsunfähigkeit führe jedoch zu einer wesentlich stärkeren Beachtung der Wortanfänge, als dies normalerweise bereits der Fall sei. Dies gelte schon dann, wenn man von der eingetragenen Form ausgehe, trete in der aus den Benutzungsunterlagen ersichtlichen Verwendungsform jedoch besonders hervor. Demnach reichten die Unterschiede am Wortanfang zur sicheren Unterscheidung der Marken aus.

Der Markeninhaber beantragt,

den angefochtenen Beschluss im Umfang der Löschanordnung aufzuheben und den Widerspruch zurückzuweisen.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie trägt vor, dass aus den eingereichten Unterlagen eine rechtserhaltende Benutzung ihrer Marke in ausreichender Weise hervorgehe. Insbesondere werde der kennzeichnende Charakter der Widerspruchsmarke durch die benutzte Schreibweise in grafisch ausgestalteter Form nicht verändert. Dies gelte auch deshalb, weil die Widerspruchsmarke umfangreich im Internet benutzt werde, wo eine großzügigere Betrachtungsweise herrsche. Außerdem bestehe eine Verwechslungsgefahr zwischen den Marken. Die Dienstleistungen seien identisch oder zumindest hochgradig ähnlich. Auch die Marken seien hochgradig ähnlich. Die beiden Markenbestandteile "ME" und "TAX" seien keine getrennten Begriffe. Der Unterschied zwischen den Buchstaben "B" und "M" reiche zur Unterscheidung der Marken nicht aus.

Mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung vom 28. Oktober 2003 hat der Senat den Beteiligten Unterlagen zur Beurteilung der Dienstleistungsähnlichkeit übersandt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II

Die zulässige Beschwerde des Markeninhabers ist nicht begründet. Die Widersprechende hat die zulässig bestrittene Benutzung ihrer Marke gemäß §§ 43 Abs. 1 Satz 2, 26 MarkenG hinreichend glaubhaft gemacht. Der Senat hält die Verwechslungsgefahr gemäß §§ 42 Abs. 2 Nr. 1, 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG zwischen den sich gegenüberstehenden Marken im Umfang der Löschungsanordnung des Patentamts für gegeben.

1. Da die Widerspruchsmarke zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der Eintragung der angegriffenen Marke noch nicht seit mindestens fünf Jahren eingetragen war, ist die Nichtbenutzungseinrede nur nach § 43 Abs. 1 Satz 2 MarkenG zulässig. Die Widersprechende hat glaubhaft gemacht, dass die Widerspruchsmarke innerhalb der letzten fünf Jahre vor der Entscheidung über den Widerspruch rechtserhaltend benutzt worden ist. Nachdem im Anschluss an die mündliche Verhandlung vom 28. Oktober 2003 auf Antrag der Beteiligten in das schriftliche Verfahren übergegangen worden ist, bestimmt sich der Benutzungsnachweiszeitraum nach dem Erlass der vorliegenden Entscheidung.

Glaubhaft zu machen ist die Verwendung der Marke grundsätzlich nach Art, Dauer, Ort und Umfang; diese Erfordernisse müssen insgesamt erfüllt sein (BPatGE 23, 158, 165 f. - Fludec; BPatGE GRUR 1994, 629, 630 - Duotherm). Hierbei kommen als Mittel zur Glaubhaftmachung alle präsenten Beweismittel einschließlich der eidesstattlichen Versicherung in Betracht; außerdem können auch sonstige Unterlagen, wie z.B. Preislisten, Prospekte, Etiketten, Rechnungskopien

usw. insbesondere zur Ergänzung und Verdeutlichung einer eidesstattlichen Versicherung dienen (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 43, Rdn. 84).

Die Widersprechende hat durch Vorlage von Briefbögen, Ausdrucken ihrer Homepage, Lieferscheinen, Werbeanzeigen, Ausdrucken von Seminarpräsentationen und Informations-Rundschreiben glaubhaft gemacht, dass sie ihre Marke funktionsgemäß zur betrieblichen Herkunftsunterscheidung benutzt hat. Auf den, sich erkennbar mit Aspekten der Steuerberatung bzw. Steuerersparnis befassenden Unterlagen wird das Wort "metax" (grafisch ausgestaltet) jeweils deutlich erkennbar, größtmäßig hervorgehoben und nach Art einer Marke herausgestellt, was auch durch den häufig verwendeten Zusatz "®" verdeutlicht wird. Insbesondere erfolgt die Kennzeichnung dabei auch nicht nur rein firmenmäßig als bloßer Hinweis auf das Unternehmen der Widersprechenden, da das Wort "metax" in den genannten Unterlagen zusätzlich oberhalb oder neben der vollständigen Firma der Widersprechenden ("metax Steuerberatungsgesellschaft mbH") erscheint. Bei unkörperlichen Dienstleistungen beschränkt sich die Verwendung einer Marke regelmäßig auf Werbemaßnahmen sowie Gegenstände, die bei der Leistungserbringung eingesetzt werden (vgl. Ströbele/Hacker, a.a.O., § 26, Rdn. 43). Daher ist die hier feststellbare, markenmäßig hervorgehobene Anbringung auf den oben genannten Werbe- und Informationsmitteln ausreichend, um eine Art der Benutzung glaubhaft zu machen, die einer funktionsgemäßen Verwendung als Marke entspricht.

Im Gegensatz zur Auffassung des Markeninhabers stellt die benutzte Markenform auch keine Veränderung des kennzeichnenden Charakters der eingetragenen Widerspruchsmarke dar, so dass die Verwendung der grafisch ausgestalteten Markenform gemäß § 26 Abs. 3 MarkenG noch als Benutzung der eingetragenen Wortmarke anzusehen ist. Ob eine Veränderung des kennzeichnenden Charakters vorliegt, bemisst sich in erster Linie danach, ob der Verkehr unter Berücksichtigung der jeweils branchenüblichen Form der Verwendung von Marken die eingetragene und die benutzte Form als dieselbe Marke ansieht. Dabei kommt es nicht



darauf an, ob beide Formen vom Verkehr tatsächlich einander gleichgesetzt werden, sondern ob sie rechtlich in ihrer Kennzeichnungskraft übereinstimmen. Bei in Normalschrift eingetragenen Marken besteht grundsätzlich eine größere, die Kennzeichnungskraft nicht berührende Veränderungsmöglichkeit als bei Marken, die in Form eines individuellen, grafisch besonders ausgestalteten Schriftzugs eingetragen sind (vgl. Ströbele/Hacker, a.a.O., § 26, Rdn. 154,163).

Als Widerspruchsmarke ist vorliegend das Wort "METAX" in durchgängiger Großschrift eingetragen, was einer normalen Schreibweise gleichkommt. Dem Vortrag des Markeninhabers kann auch insoweit gefolgt werden, dass die im Markенwort enthaltene Buchstabenfolge "TAX" bei normaler Schreibweise nicht optisch als unselbständiger oder gar eigenständiger Bestandteil hervortritt. Demnach stellt erst die in den Benutzungsunterlagen verwendete, grafisch ausgestaltete Form des Worts "metax" mit Unterstreichung der erhöht positionierten Buchstaben "me" und farblicher Absetzung der Buchstaben "tax" die Zusammensetzung der Widerspruchsmarke aus den Teilen "me" und "tax" (engl. "Steuer") optisch deutlich heraus.

Dennoch vermag der Senat hierin keine Änderung des kennzeichnenden Charakters zu erkennen. Denn zum einen gliedert sich bereits das in Normalschrift geschriebene Phantasiewort "METAX" in die Silben "ME-" und "TAX", so dass es für Verkehrsteilnehmer auf dem Gebiet der Steuerberatung, die an entsprechende, mit "tax" gebildete Sachbegriffe und Kennzeichnungen gewöhnt sind ("tax-free", "income tax", "surtax" usw.), häufig auch schon in seiner eingetragenen Form als Kennzeichnung erfassbar sein wird, die als "sprechende Marke" auf einen Bezug zu Steuern hinweist. Die benutzte Form greift die bereits vorhandene natürliche Silbengliederung also nur auf und verstärkt sie optisch.

Zum anderen ist die Buchstabenfolge "ME" bzw. "me" im Gegensatz zu "MED" bzw. "med." nicht als Abkürzung für "medizinisch" geläufig. Auch in der verwendeten Form der Widerspruchsmarke kann der Verkehr daher ohne weitere Erläute-

rungen bzw. ohne sich aus dem konkreten Verwendungsumfeld ergebende Hinweise nicht ohne Weiteres einen Bedeutungsgehalt im Sinne von "auf medizinische Berufe spezialisierte Steuerberatung", "Steuern im medizinischen Bereich" o.Ä. erkennen (anders evt. bei "medTAX" o.Ä.). Außer der relativ unbedeutenden (s.o.) optischen Herausstellung von "tax" verleiht die in der verwendeten Form enthaltene grafische Ausgestaltung dem Markennamen damit keinen Bedeutungsgehalt, der vom Charakter eines den Bezug zu Steuern nur andeutenden Fantasieworts wegführt.

Demnach beschränkt sich die in der benutzten Form liegende Variation der eingetragenen Widerspruchsmarke weitgehend auf eine grafische Ausgestaltung mit einem veränderten Schriftbild, das eine optisch gefällige, ansonsten aber durchaus im Bereich des Üblichen liegende Werbegrafik aufweist. Hierin kann bei Wortmarken, die bereits für sich genommen eine ausreichende Kennzeichnungskraft aufweisen, keine rechtlich erhebliche Änderung des kennzeichnenden Charakters i.S.d. § 26 Abs. 3 MarkenG erblickt werden.

Nur ergänzend sei darauf hingewiesen, dass die Widersprechende nach dem Inhalt der Benutzungsunterlagen ihre Marke auch in nicht grafisch ausgestalteter Form verwendet, wenn auch nur als firmenmäßigen Hinweis im laufenden Text von Werbeanzeigen, Image-Broschüren oder im Internetauftritt ("Metax ist ein Verbund unabhängiger Steuerberater, die sich auf die Wirtschafts- und Steuerberatung von Ärzten und Zahnärzten spezialisiert haben") oder innerhalb der jeweiligen Gesamtkennzeichnung ihrer Einzelprodukte ("Metax-Plan", "Metax-Spot", "Metax-Praxisvergleich", "Metax-A/O" usw.). Ohne dass es hierauf noch entscheidend ankommt, spricht damit auch diese Doppelverwendung dafür, dass der mit beiden Verwendungsformen konfrontierte Verkehr die eingetragene und die verwendete Form noch als dieselbe Marke ansehen wird.

Eine ernsthafte Benutzung ist auch nach Dauer und Umfang der Markenverwendung glaubhaft gemacht worden. Nach dem Inhalt der eidesstattlichen Versiche-

rung ihres Geschäftsführers, U..., vom 13. November 2003 wird die Widerspruchsmarke seit 1997 benutzt, wobei für den Zeitraum von 1997 bis einschließlich 2002 Umsatzzahlen und die Entwicklung der Zusammensetzung der Partnerkanzleien genannt werden. Darüber hinaus sind Kopien von Werbeanzeigen aus den Jahren 2002 und 2003 eingereicht worden sowie eine Übersicht über die Inanspruchnahme des Internetauftritts der Widersprechenden, die den Zeitraum von August 2001 bis November 2003 abdeckt. Damit ist eine der Dauer nach ernsthafte Benutzung innerhalb des maßgeblichen Zeitraums glaubhaft gemacht worden.

Dies gilt auch für den Umfang der Benutzung, wenngleich sich Art und Zusammensetzung der mit der Widerspruchsmarke erzielten Umsätze für den Senat nicht völlig nachvollziehbar ergeben haben. So sind für die Jahre 1997 bis 2002 Umsätze in Höhe von jährlich etwa ... EUR bis ... EUR eidesstattlich versichert worden. Zugleich wird in den Benutzungsunterlagen darauf hingewiesen, dass es sich bei der Widersprechenden um einen Verbund unabhängiger Steuerberater handle, die wiederum als "Systempartner" der Widersprechenden bzw. "Metax-Steuerberater" aufträten. In der eidesstattlichen Versicherung vom 13. November 2003 werden ca. 25 solcher Partnersozietäten namentlich aufgeführt. Bei den o.g. eher gering wirkenden Umsatzzahlen kann es sich daher nicht um die Einnahmen dieser Partnergesellschaften gehandelt haben. Offenbar handelt es sich hierbei um Gebühren oder sonstiges Entgelt, das die Widersprechende von den Metax-Partnersozietäten erhält, etwa für die von ihr erstellten periodisch erscheinenden Informationsblätter und sonstiges für Mandanten bestimmtes Informations- oder Werbematerial sowie für die Organisation und Durchführung von Informationsveranstaltungen, Werbeanzeigen und sonstigen Aktivitäten, die einen gemeinsamen und einheitlichen Auftritt der Metax-Partnersozietäten sicherstellen sollen. Hierfür sprechen insbesondere die vorgelegten Werbeanzeigen in "niedersächsisches ärzteblatt" 9/02 und 9/03, in denen unter der Zwischenüberschrift "Unsere Partner in Ihrer Nähe:" sechs Steuerberaterkanzleien aus dem niedersächsischen Raum mit Namen, Adressen und Telefon-

nummern aufgeführt werden oder etwa die Angabe "Herausgeber: Kanzlei Mustermann, Musterstraße ...Musterhausen" im vorgelegten Exemplar der Informationsschrift "intime" 02/01, was auf eine Bestimmung des Informations- und Werbematerials zur Weitergabe durch die jeweilige Partnersozietät unter eigenem Namen (aber unter Verwendung der Widerspruchsmarke) an deren Mandanten schließen lässt.

Ergänzend zu den versicherten Umsatzzahlen war jedenfalls auch die Fülle der vorgelegten verschiedenartigen Werbe- und Informationsmaterialien zu berücksichtigen, die auf einen beachtlichen werbegestalterischen und/oder redaktionellen Aufwand schließen lassen. Dies spricht ebenfalls für eine ernsthafte wirtschaftliche Betätigung, die sich auch vom Umfang her deutlich über eine bloße, der Rechterhaltung dienende Scheinbenutzung hinaus hebt. Allerdings kann eine solche "Versorgung" der Partnersozietäten mit Werbe- und Informationsmaterial sowie koordinierenden Dienstleistungen allenfalls insoweit als "Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft" bezeichnet werden, als es hier um steuerrechtliche Informationen geht. Es ist jedoch offensichtlich, dass die etwa 25 namentlich genannten Partnersozietäten ihrerseits unter der Widerspruchsmarke Dienstleistungen einer Steuerberatungsgesellschaft erbringen müssen, was vor allem aus den o.g. Werbeanzeigen für verschiedene dieser Sozietäten unter Verwendung der Widerspruchsmarke hervorgeht. Diese Markenbenutzung ist nach § 26 Abs. 2 MarkenG als Benutzung mit Zustimmung des Markeninhabers zugunsten einer rechtserhaltende Benutzung zu berücksichtigen. Trotz gewisser Zweifel hinsichtlich des Verhältnisses der Widersprechenden zu den Partnersozietäten geht der Senat daher mit einer für die Glaubhaftmachung nach § 294 ZPO erforderlichen überwiegenden Wahrscheinlichkeit von einer rechtserhaltenden Benutzung der Widerspruchsmarke aus.

2. Zwischen den Marken besteht im Umfang der Löschanordnung die Gefahr von Verwechslungen i.S.d. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG.

Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist die Frage einer markenrechtlichen Verwechslungsgefahr i.S. von § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG unter Heranziehung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen. Dabei ist von einer Wechselwirkung zwischen den Beurteilungsfaktoren der Waren-/Dienstleistungsidentität oder -ähnlichkeit, der Markenidentität oder -ähnlichkeit und der Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke in der Weise auszugehen, dass ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren/Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder der Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden kann und umgekehrt (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2001, 544, 545 = WRP 2002, 537 – BANK 24, m.w.N.; GRUR 2002, 1067 - DKV/OKV).

a) Die Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke ist trotz der auf einen Bezug zu Steuern hinweisenden und damit kennzeichnungsunfähigen Schlussilbe "TAX" in ihrer Gesamtheit normal.

b) Die sich gegenüberstehenden Dienstleistungen liegen bei steuerberatenden Dienstleistungen im Identitätsbereich, im Übrigen im Bereich einer engeren Ähnlichkeit. Wie aus den Internetauszügen, die der Senat den Beteiligten zur Vorbereitung der mündlichen Verhandlung übersandt hat, hervorgeht, werden sämtliche der für die jüngere Marke eingetragenen verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen auch von Steuerberatungsgesellschaften erbracht. Zudem handelt es sich beiderseits um rechts- und unternehmensberatende Dienstleistungen im weiteren Sinn, was ebenfalls für eine Nähe der Dienstleistungen zueinander spricht. Der Markeninhaber hat eine Identität bzw. Ähnlichkeit der Dienstleistungen im Übrigen auch nicht in Abrede gestellt.

c) Die angegriffene Marke hält den insoweit erforderlichen größeren Abstand zur Widerspruchsmarke jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht ein. Bis auf den ersten Buchstaben stimmen die Marken vollständig überein. Der Unterschied zwischen den Konsonanten "B/M" liegt zwar am Zeichenanfang, es handelt sich jedoch bei-

derseits um weiche, klangschwache Laute (vgl. auch 32. Sen. v. 10.04.02, 32 W (pat) 163/01: MEGA verwechselbar mit BEGA). Selbst wenn die Silbe "TAX" wegen ihres Sinngehalts als kennzeichnungsunfähig anzusehen ist, so muss sie dennoch zumindest untergeordnet mitberücksichtigt werden. Der Unterschied zwischen den Anfangslauten ist dann immer noch zu gering, um den Gesamtklangcharakter der Marken nennenswert zu beeinflussen. Bei normaler Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und Identität bzw. hochgradiger Ähnlichkeit der Dienstleistungen ist damit von einer Verwechslungsgefahr auszugehen.

3. Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage besteht kein Anlaß, aus Gründen der Billigkeit einem der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Abs. 1 MarkenG aufzuerlegen.

Winkler

Dr. Hock

Kätker

Cl