



**ENTSCHEIDUNG**  
**vom 20/10/2006**  
**ÜBER DEN WIDERSPRUCH NR. B 876 591**

**Widersprechende:**      **Staatliche Toto-Lotto GmbH**  
Nordbahnhofstr. 201  
70191 Stuttgart  
Deutschland

**Vertreter:**              **CBH Rechtsanwälte Cornelius Bartenbach**  
**Haesemann Und Partner Gbr**  
Bismarckstr. 11-13  
50672 Köln  
Deutschland

**Marke:**                    **LOTTO**

*g e g e n*

**Anmelder:**              **Patrick-M Engel**  
Zeppelinstr. 71-73  
81669 München  
Deutschland

**Vertreter:**              **Boris Hoeller**  
Meckenheimer Allee 82  
53115 Bonn  
Deutschland

**Angefochtene**  
**Anmeldung:**



## I. SACHVERHALT UND VERFAHRENSVERLAUF

Am 12/07/2004 wurde die Anmeldung mit der Nr. 3 859 519 eingereicht, die die o. g. Bildmarke für Waren und Dienstleistungen der Klassen 25, 35 und 41 zum Gegenstand hat.

Der Widerspruch beruht auf der deutschen Registrierung mit der Nr. 396 38 296.7 der Wortmarke „LOTTO“. Diese wurde für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 28, 35, 36, 38, 41 und 42 am 02/09/1996 angemeldet und am 27/08/1997 eingetragen.

Die Widersprechende stützt den Widerspruch auf alle Waren und Dienstleistungen, für die die Marke eingetragen ist und richtet den Widerspruch gegen alle Waren und Dienstleistungen der Anmeldung.

Der Widerspruch beruht auf Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) und Absatz 5 der Gemeinschaftsmarkenverordnung (Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rats, im folgenden GMV).

Nach Auffassung der Widersprechenden seien die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen teilweise identisch, teilweise ähnlich. Da zudem eine Zeichenähnlichkeit aufgrund des einzig prägenden Bestandteils „LOTTO“ vorliege, bestehe Verwechslungsgefahr, die eine assoziative Verwechslungsgefahr einschließe. Ferner verfüge die ältere Marke über eine besonders starke Kennzeichnungskraft, da sie in Deutschland als verkehrsdurchgesetztes Zeichen eingetragen worden sei. Darüber hinaus verfüge sie über eine enorme Bekanntheit.

Der Anmelder hat keine Stellungnahme zum Widerspruch abgegeben.

## II. ENTSCHEIDUNG

### A. BEGRÜNDETHEIT DES WIDERSPRUCHS

#### Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV


Gemäß Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV ist auf Widerspruch des Inhabers einer älteren Marke die angemeldete Marke von der Eintragung ausgeschlossen,

wenn wegen ihrer Identität oder Ähnlichkeit mit der älteren Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen in dem Gebiet besteht, in dem die ältere Marke Schutz genießt; dabei schließt die Gefahr von Verwechslungen die Gefahr ein, dass die Marke mit der älteren Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.

Die ältere Marke ist eine deutsche Registrierung. Daher ist Deutschland das maßgebliche Gebiet.

#### 1. Vergleich der Waren und Dienstleistungen (nach Registerlage)

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der betroffenen Waren und Dienstleistungen sind alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren und/oder Dienstleistungen kennzeichnen. Zu diesen Faktoren gehören insbesondere deren Art, Verwendungszweck und Nutzung sowie ihre Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Waren (siehe Urteil des Gerichtshofs vom 29. September 1998 in der Rechtssache C-39/97, *Canon Kabushiki Kaisha* gegen *Metro-Goldwyn-Mayer Inc.*, ABl. HABM, Nr. 12/1998, Seite 1418, Rnr. 23). Darüber hinaus kommen als Faktoren die Herstellungsstätten, Vertriebswege sowie die Vertriebsstätten in Betracht.

LOTTO	
Ältere Marke	Angefochtene Anmeldung
<p><u>Klasse 9</u> Sachmittel zur Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs, nämlich Chipkarten und Magnetkarten.</p> <p><u>Klasse 35</u> Wirtschaftliche und/oder organisatorische Beratung zur Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs.</p> <p><u>Klasse 36</u> Finanzielle Beratung zur Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs.</p> <p><u>Klasse 42</u> Technische Beratung zur Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs.</p>	<p><u>Klasse 25</u> Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen.</p> <p><u>Klasse 35</u> Werbung, Bannerexchange, nämlich Vermietung von Werbeflächen im Internet; Geschäftsführung, insbesondere e-commerce Dienstleistungen, nämlich Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften über Online-Shops, Waren- und Dienstleistungspräsentation, Bestellannahme und Lieferauftragsservice, Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme, insbesondere im Internet; Herausgabe von Statistiken; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Herausgabe von Werbetexten; Beratung zum Betrieb karitativer Einrichtungen sowie zur karitativen Arbeit in organisatorischer Hinsicht.</p> <p><u>Klasse 41</u> Unterhaltung, insbesondere die Organisation und Veranstaltung von Events, nämlich von musikalischen, kulturellen und/oder sportlichen Veranstaltungen, insbesondere Wettbewerben, Unterhaltungsshow, Messen, Ausstellungen, Kongressen und Seminaren für Kultur- und Unterhaltungszwecke; Information über Veranstaltungen; Organisation und Veranstaltung von Lotterien, Glücks- und Gewinnspielen; Vermitteln von Lotterie-</p>

	<i>und Wettspielen; Organisation und Zusammenführung von Lotteriespielergemeinschaften; Personalentwicklung, nämlich Organisation und/oder Durchführung von Fort- und Weiterbildungsprogrammen; Erziehungsberatung; Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch in Intranetzen und im Internet, Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte).</i>
--	--

Die Waren der angefochtenen Anmeldung der Klasse 25 sind in jeder Hinsicht wesentlich unterschiedlich zu denen der älteren Marke (der Klasse 9). Es bestehen weder Übereinstimmungen bei Produktions- oder Herstellungsstätten noch hinsichtlich der Vertriebsstätten. Konkurrenz- oder Ergänzungsverhältnisse liegen ebenfalls nicht vor. Es bestehen daher keine relevanten Kriterien, die ein Ähnlichkeitsverhältnis begründen könnten.

Bei den weiteren Dienstleistungen der älteren Marke der Klassen 35, 36 und 42 handelt es sich ausschließlich um spezifische Beratungsleistungen, die sich in organisatorischer, finanzieller und technischer Hinsicht mit der Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs befassen. Im Gegensatz dazu weist die angefochtene Anmeldung Bezeichnungen auf, die insbesondere Werbung, Vermietung, Vermittlung, Verwaltung, Präsentationen, Unterhaltung, Organisation von Veranstaltungen sowie Herausgabe von Druckereierzeugnissen zum Gegenstand haben. Somit handelt es sich um Leistungen, die sich auf wesentlich andere Bereiche des wirtschaftlichen Lebens beziehen. Selbst die Begriffe der angefochtenen Anmeldung, die auch Beratung umfassen wie *Beratung zum Betrieb karitativer Einrichtungen sowie zur karitativen Arbeit in organisatorischer Hinsicht* in Klasse 35 und *Erziehungsberatung* in Klasse 41 sind unähnlich, weil es sich um wesentlich andere Beratungsleistungen handelt. Der angesprochene Verkehr wird nämlich nicht davon ausgehen, dass Beratungsleistungen im Zusammenhang mit der Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs in Verbindung mit solchen stehen, die sich auf den Betrieb karitativer Zwecke bzw. auf Erziehung beziehen. Die übrigen Dienstleistungen der angefochtenen Anmeldung weisen einen noch größeren Abstand zu denen der älteren Marke auf, so dass insoweit erst recht kein Ähnlichkeitsverhältnis besteht.


Im Ergebnis ist somit festzustellen, dass sämtliche sich gegenüberstehende Waren und Dienstleistungen unähnlich sind.

## 2. Vergleich der Zeichen

Der Vergleich der Zeichen hat anhand einer Gesamtbetrachtung der bildlichen und klanglichen Ähnlichkeiten und der Ähnlichkeit dem Sinn nach zu erfolgen. Hierbei ist auf den Gesamteindruck abzustellen, den dieser bei dem Durchschnittsverbraucher der jeweils in Frage stehenden Waren hervorrufen, wobei insbesondere die unterscheidungskräftigen und die prägenden Bestandteile zu berücksichtigen sind, da der betreffende Durchschnittsverbraucher eine Marke normalerweise als Ganzes wahrnimmt und hierbei nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achtet (siehe Urteil des Gerichtshofs vom 11. November 1997 in der Rechtssache C-251/95, *SABEL BV* gegen

*Puma AG Rudolf Dassler Sport*, ABI. HABM Nr. 1/1998, S. 78ff., Absatz 23; Urteil des Gerichtshofs vom 22. Juni 1999 in der Rechtssache C-342/97, *Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co. GmbH* gegen *Klijnsen Handel BV*, ABI. HABM Nr. 12/1999, S. 1568ff., Absatz 25).

Im vorliegenden Fall sind die folgenden Zeichen miteinander zu vergleichen:

<b>LOTTO</b>	
<b>Ältere Marke</b>	<b>Angefochtene Anmeldung</b>

In schriftbildlicher Hinsicht stehen sich als ältere Marke eine Wortmarke und als angefochtene Anmeldung ein sog. Kombinationszeichen gegenüber, das aus Wort- und Bildbestandteilen besteht. In Kombinationszeichen nimmt der Verkehr verstärkt die Wortbestandteile wahr, um sich bei künftigen Entscheidungen an diesen zu orientieren. Gleichwohl sind die bildlichen Ausgestaltungselemente im Rahmen des Zeichenvergleichs zu berücksichtigen. Der Verkehr wird das Wort der angefochtenen Anmeldung „LOTTO“ visuell unmittelbar als solches erkennen, auch wenn der Buchstabe „O“ graphisch besonders ausgestaltet ist. Die ältere Marke ist somit vollständig in der angefochtenen Anmeldung enthalten. Der vorhergehende Bestandteil „STAR“ der angefochtenen Anmeldung wird trotz seiner Stellung am Wortanfang aufgrund seiner Bedeutung (vgl. Ausführungen in begrifflicher Hinsicht) nicht verstärkt wahrgenommen. Aus den dargelegten Gründen besteht daher eine schriftbildliche Zeichenähnlichkeit.

Die in schriftbildlicher Hinsicht dargelegten Gemeinsamkeiten setzen sich auch in klanglicher Hinsicht fort. Dabei sind visuelle Unterschiede bedeutungslos. Auch phonetisch ist die ältere Marke vollständig in der angefochtenen Anmeldung enthalten. Der vorhergehende Bestandteil „STAR“ wird aufgrund seiner Bedeutung nicht verstärkt akustisch erfasst. Daher liegen relevante Kriterien für eine phonetische Zeichenähnlichkeit vor.

In begrifflicher Hinsicht dient das Wort „LOTTO“ als Losspiel, Glücksspiel dazu, insbesondere Lottospiele und ihre Veranstaltungen ihrer Gattung nach zu bezeichnen. Der Begriff „STAR“ wird insbesondere in der Werbung sachbezogen mit der Bedeutung „top, super“ als Hinweis auf die Spitzenstellung der beworbenen Waren und Dienstleistungen verwendet. Die angefochtene Anmeldung spezifiziert und ergänzt daher das vorhergehende Wort „LOTTO“ in anpreisender Art und Weise. Die Bedeutungen der sich gegenüberstehenden Zeichen gehen daher in die gleiche Richtung, so dass eine begriffliche Zeichenähnlichkeit besteht.

Aufgrund der Übereinstimmungen in schriftbildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht liegt daher eine Zeichenähnlichkeit vor.

### 3. Ergebnis

Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr hängt von einer Vielzahl von Umständen ab, insbesondere dem Bekanntheitsgrad der Marke im Markt, der gedanklichen Verbindung, die das benutzte oder eingetragene Zeichen zu ihr hervorrufen kann, sowie dem Grad der Ähnlichkeit zwischen der Marke und dem Zeichen und zwischen den damit gekennzeichneten Waren. Das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ist also unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls umfassend zu beurteilen (vgl. Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-251/95 vom 11. November 1997, *Sabél BV* gegen *PUMA AG, Rudolf Dassler Sport*, Rdnr. 22).

Die Verwechslungsgefahr zweier Marken ist umso größer, je höher sich die Kennzeichnungskraft der älteren Marke darstellt. Marken, die von Haus aus oder wegen ihrer Bekanntheit auf dem Markt eine hohe Kennzeichnungskraft besitzen, genießen einen umfassenderen Schutz als Marken, deren Kennzeichnungskraft geringer ist (vgl. Canon S. 1419, Rdnr. 18). Die Widersprechende hat für die geltend gemachte ältere deutsche Registrierung eine notorische Bekanntheit mit der Begründung geltend gemacht, dass sie aufgrund von Verkehrsdurchsetzung eingetragen worden ist; insoweit ist Folgendes festzustellen:

Für eine Eintragung einer Marke auf Grund von Verkehrsdurchsetzung kann nicht automatisch auch auf eine erhöhte Kennzeichnungskraft bzw. ältere notorisch bekannte Marke geschlossen werden. Vielmehr sagt die Eintragung durch Verkehrsdurchsetzung lediglich aus, dass ein von Haus aus schutzunfähiges Zeichen auf Grund dessen, dass es einen bestimmten Bekanntheitsgrad erreicht hat, nunmehr die bestehende Eintragungshindernisse überwunden hat. Dazu kommt, dass diese Marke im Jahre 1997 eingetragen wurde. Insoweit lassen sich fast 10 Jahre später nur sehr begrenzt Aussagen über den Schutzzumfang treffen. Die ältere Marke verfügt daher für die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen lediglich über eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft. Die mitgeteilte Verkehrsdurchsetzung kann das festgestellte Ergebnis nicht maßgeblich beeinflussen. Dies liegt bereits in einer fehlenden Ähnlichkeit der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen begründet.

Um eine notorische Bekanntheit der Marke nachzuweisen, hätten darüber hinaus weitere einschlägige Unterlagen vorgelegt werden müssen. So fehlen z.B. Angaben über Werbeausgaben oder der Bekanntheitsgrad der Marke im relevanten Markt, z.B. in Form von Marktumfragen. Weitere sonstige wertbildende Faktoren wären z.B. auch Dauer sowie Umfang des Markengebrauchs. Eine notorische Bekanntheit ist nach herrschendem Verständnis im Sinne einer gesteigerten Verkehrsgeltung zu verstehen, wobei eine allgemeine Bekanntheit der Marke gefordert wird. Nach keinem dieser Auslegungsansätze kann vorliegend eine Notorietät der älteren Marke festgestellt werden.

Eine assoziative Verwechslungsgefahr ist dann anzunehmen, wenn die Gefahr besteht, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Marken gedanklich miteinander in Verbindung bringen könnten. Dies kann u.a. dann gegeben sein, wenn die ältere Marke aus einem Stammbestandteil besteht oder einen Stammbestandteil enthält, der einen Hinweischarakter auf den Inhaber der älteren Marke enthält und deshalb als Teil einer Zeichenserie dient oder in Zukunft dienen kann, und wenn der Anmelder diesen Stammbestandteil ebenfalls verwendet. Dies wird jedoch idR nur anzunehmen sein, wenn der Markeninhaber den Verkehr durch Benutzung mehrerer eigener entsprechend gebildeter Serienmarken an diesen Stammbestandteil gewöhnt hat, wenn es sich bei dem fraglichen Element um einen besonders charakteristisch hervorstechenden, als Firmenkennzeichnung verwendeten handelt oder der Bestandteil als solcher mit erhöhter Verkehrsgeltung

ausgestattet ist. Im vorliegenden Fall hat die Widersprechende nicht vorgetragen, dass sie Inhaberin weiterer Versionen von Marken ist und diese auf dem relevanten Markt benutzt, bei denen „LOTTO“ den Stammbestandteil bildet. Eine erhöhte Kennzeichnungskraft wurde aus den bereits dargelegten Gründen nicht nachgewiesen. Relevante Kriterien, die eine assoziative Verwechslungsgefahr begründen könnten, liegen damit nicht vor.

Wie sich der Registerlage des Deutschen Patent- und Markenamts entnehmen lässt, war die ältere Marke Gegenstand eines Lösungsverfahrens, das am 11. September 2006 im Ergebnis zu einer eingeschränkten Fassung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses führte. Es wäre bereits im Rahmen der Einlegung des Widerspruchs Aufgabe der Widersprechenden gewesen, dem Amt mitzuteilen, dass die ältere Marke Gegenstand eines entsprechenden Lösungsverfahrens ist. Das Amt hätte das Verfahren daraufhin ggf. aussetzen können. Darüber hinaus wäre es erforderlich gewesen, das Amt nach Beendigung des Verfahrens unverzüglich über das Ergebnis zu unterrichten, um eine Entscheidungsfindung aufgrund teilweise nicht mehr vorhandener Grundlagen zu verhindern.

Wie zuvor dargelegt, sind die sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen der Vergleichszeichen aus den dargelegten Gründen unähnlich. Die Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen ist jedoch eine unabdingbare Voraussetzung für das Eingreifen des Eintragungshindernisses des Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV. Die bestehende Zeichenähnlichkeit führt daher zu keinem anderen Ergebnis.

Unter Abwägung aller Umstände besteht somit keine Verwechslungsgefahr in dem relevanten Gebiet, in dem die ältere Marke Schutz genießt, nämlich in Deutschland.

Der Widerspruch ist daher bezüglich Artikel 8 Absatz 1 Buchstabe b) GMV nicht begründet.

### **Artikel 8 Absatz 5 GMV**

Auf Widerspruch des Inhabers einer älteren Marke im Sinne des Artikels 8 Absatz 2 ist die angemeldete Marke auch dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn sie mit der älteren Marke identisch oder dieser ähnlich ist und für Waren oder Dienstleistungen eingetragen werden soll, die nicht denen ähnlich sind, für die die ältere Marke eingetragen ist, wenn es sich im Falle einer älteren Gemeinschaftsmarke um eine in der Gemeinschaft bekannte Marke und im Falle einer älteren nationalen Marke um eine in dem betreffenden Mitgliedstaat bekannte Marke handelt und die Benutzung der angemeldeten Marke die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzen oder beeinträchtigen wird.

Die Widersprechende leitet das Eingreifen der Tatbestandsvoraussetzungen dieser Rechtsvorschrift daraus ab, dass es sich im Falle der älteren deutschen Registrierung um eine in Deutschland bekannte Marke handelt und dadurch, quasi als automatische Konsequenz, die Benutzung der angemeldeten Marke die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzen oder beeinträchtigen könnte.

Voraussetzung für die Anwendung dieser Rechtsvorschrift sind u.a. die Bekanntheit der älteren Marke in dem relevanten Gebiet. Darüber hinaus muss die Benutzung der

angemeldeten Marke die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzen oder beeinträchtigen.

Zum Nachweis der Bekanntheit der älteren Marke werden z.B. folgende Faktoren als relevant angesehen:

- Bekanntheitsgrad der Marke (z.B. durch Verkehrsbefragungen beim Publikum);
- Gehaltener Marktanteil und die Position der Marke, die sie auf dem Markt innehat;
- Intensität der Benutzung (z.B. durch Angabe des Umsatzes);
- Angabe der Dauer der Benutzung.

Zu keinem einzigen der nicht abschließend aufgezählten Gesichtspunkte wurden Angaben gemacht. Die Tatsache, dass die Marke aufgrund von Verkehrsdurchsetzung vor fast 10 Jahren eingetragen wurde, kann die Erforderlichkeit dieser Angaben nicht kompensieren.

Die Widersprechende trägt auch nicht vor, auf welche Art und Weise die Unterscheidungskraft der älteren Marke beeinträchtigt wird. Die Widersprechende hat daher nicht nachgewiesen, dass die Benutzung der angefochtenen Anmeldung geeignet ist, die Unterscheidungskraft der älteren Marke zu beeinträchtigen. Darüber hinaus sind die Anbieter auf wesentlich unterschiedlichen Märkten tätig, so dass eine gegenseitige Beeinträchtigung der Marken unwahrscheinlich erscheint.

Da die Tatbestandsvoraussetzungen bereits insoweit nicht vorliegen, erübrigt sich die Prüfung der weiteren Merkmale.

Im Ergebnis ist somit festzustellen, dass Artikel 8 Absatz 5 GMV nicht begründet ist.

#### **4. Gesamt-Ergebnis**

Im vorliegenden Fall ist festzustellen, dass keiner der geltend gemachten Verwechslungsgründe vorliegt.

Der Widerspruch ist somit insgesamt als unbegründet zurückzuweisen.

## **B. KOSTENVERTEILUNG**

Gemäß Artikel 81 Absatz 1 GMV trägt der im Widerspruchsverfahren unterliegende Beteiligte die von dem anderen Beteiligten zu entrichtenden Gebühren sowie die Kosten.

Gemäß Regel 94 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 2868/95 der Kommission vom 13. Dezember 1995 zur Durchführung der GMV „DV“ (ABl. HABM 2-3/95, p. 259) wird die Kostenverteilung in der Entscheidung über den Widerspruch angeordnet.

Da die Widersprechende die im Widerspruchsverfahren unterliegende Beteiligte ist, trägt sie alle dem anderen Beteiligten in diesem Verfahren entstandenen Kosten.

**DAS HARMONISIERUNGSAMT FÜR DEN BINNENMARKT  
(MARKEN, MUSTER UND MODELLE)**

**ENTSCHEIDET:**

1. Der Widerspruch Nr. B 876 591 wird zurückgewiesen.
2. Die Kosten trägt die Widersprechende.

**SETZT DIE KOSTEN WIE FOLGT FEST:**

**Der Betrag der von der Widersprechenden an den Anmelder gemäß Artikel 81 (6) GMV in Verbindung mit Regel 94 (3) DV zu erstattenden Kosten wird wie folgt festgesetzt:**

**Vertretungskosten: 300 Euro**

**Gesamtbetrag: 300 Euro**

**Die Widerspruchsabteilung**

---

Laura BEINORIE NE

Peter QUAY

Alexander SCHIFKO

**Rechtsmittelbelehrung:**

Gemäß Artikel 58 der Verordnung über die Gemeinschaftsmarke kann jeder Beteiligte, der durch diese Entscheidung beschwert ist, gegen diese Entscheidung Beschwerde einlegen. Gemäß Artikel 59 der Verordnung über die Gemeinschaftsmarke ist die Beschwerde innerhalb von zwei Monaten nach der Zustellung dieser Entscheidung einzulegen; innerhalb von vier Monaten nach Zustellung dieser Entscheidung ist die Beschwerde schriftlich zu begründen. Die Beschwerde gilt nur als eingelegt, wenn die Beschwerdegebühr von 800 Euro entrichtet wurde.

**Belehrung über die Möglichkeit der Überprüfung der Kostenfestsetzung:**

Die Festsetzung des Betrags der zu erstattenden Kosten kann nur auf Antrag auf Entscheidung der Widerspruchsabteilung überprüft werden. Gemäß Regel 94 (4) der Durchführungsverordnung ist ein solcher Antrag innerhalb eines Monats nach Zustellung der Kostenfestsetzung zu stellen; er gilt nur als gestellt, wenn die Gebühr für die Überprüfung der Kostenfestsetzung von 100 Euro (Artikel 2 Nr. 30 der Gebührenverordnung) entrichtet wurde.