

# Rechtssache T-130/01

**Sykes Enterprises, Incorp.**

**gegen**

**Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt**

**(Marken, Muster und Modelle) (HABM)**

„Gemeinschaftsmarke — Wortzusammenstellung REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS — Absolutes Eintragungshindernis — Unterscheidungskraft — Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 40/94“

Urteil des Gerichts (Zweite Kammer) vom 5. Dezember 2002 . . . . . II-5181

## Leitsätze des Urteils

1. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Markenfähige Zeichen — Zeichen, die sonst als Werbeschlagworte verwendet werden — Voraussetzungen — Unterscheidungskraft*  
(Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b)

2. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Absolute Eintragungshindernisse — Marken ohne Unterscheidungskraft — Wortzusammenstellung REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS*  
 (Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b)

1. Die Eintragung einer Marke, die aus Zeichen oder Angaben besteht, die sonst als Werbeschlagworte, Qualitätshinweise oder Aufforderungen zum Kauf der Waren oder Dienstleistungen, auf die sich diese Marke bezieht, verwendet werden, ist gemäß der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke nicht bereits wegen einer solchen Verwendung ausgeschlossen. Ein Zeichen, das andere Funktionen als die einer Marke erfüllt, ist jedoch nur dann unterscheidungskräftig im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94, wenn es unmittelbar als Hinweis auf die gewerbliche Herkunft der fraglichen Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen werden kann, so dass die maßgebenden Verkehrskreise die Waren und Dienstleistungen des Markeninhabers ohne Verwechslungsgefahr von denen anderer gewerblicher Herkunft unterscheiden können.

(vgl. Randnrn. 19-20)

2. Nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke sind „Marken, die keine Unterscheidungskraft haben“, von der Eintragung ausgeschlossen. So verhält es sich bei der als Gemeinschaftsmarke angemeldeten

Wortgruppe REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS für Telemarketing (Klasse 35 des Nizzaer Abkommens), Pflege von Computerhardware (Klasse 37) sowie technischen Support für die Computerindustrie, Computerdienstleistungen, Beratung in Bezug auf Funktionsprüfung für Computer für Hersteller und Benutzer von Computersoftware, Kundenbetreuungsdienstleistungen, Konvertierungsdienstleistungen für Datenbanken, kundenspezifische Schreibarbeiten sowie Editierung und Übersetzen von Texten für Produktinformationen für Dritte und Navigationsdienstleistungen (Klasse 42).

Diese Wortgruppe besteht nämlich aus einer bestimmten Wortfolge, die in ihrer Gesamtheit eine eigenständige Bedeutung hat; sie wird ohne weiteres als die Aussage verstanden, dass die fraglichen Dienstleistungen in der Ausführung pragmatischer Lösungen bestehen, die durch und für reale Personen konzipiert sind. Sie wird daher von den maßgebenden Verkehrskreisen in erster Linie als ein Werbeslogan, nicht aber als Marke wahrgenommen werden.

(vgl. Randnrn. 17, 26, 30)