



Door: [Ruby Nefkens voor 'Meubel'](#) op 12 mei 2009

Verwarrend?

Merken mogen niet teveel op elkaar lijken en verwarrend zijn. Daar wordt regelmatig over gestreden. De rechtspraak op dit gebied is niet altijd consequent. Zo vond het bekende actualiteitenprogramma Eénvandaag, gemaakt door de Tros, het verwarrend dat RTL een programma begon met de titel RTLvandaag. De rechter was het daar niet mee eens. Zij vond dat de beide namen genoeg van elkaar afweken. Daarbij speelt een rol dat het onderdeel 'vandaag' een beschrijvend en weinig onderscheidend element is in de naam. 'RTL' daarentegen is een bekend merk. De rechter was dan ook van mening dat het publiek beide programma's van elkaar kon onderscheiden. Temeer daar beide programma's zich richten op een ander publiek. RTLvandaag wordt overdag uitgezonden en Eénvandaag 's avonds en hebben een andere opzet. Ik denk dat de rechter hier gelijk in heeft. Niet eens ben ik het met de uitspraak van de voorzieningenrechter in Den Bosch waar het ging om de vergelijking tussen het Café Bolle Jan en de Après ski hut Bolle Jan. Beide betreffen de namen voor café's, de eerste in Amsterdam en de tweede in Eersel. De in de namen gebruikte woorden 'Café' en 'Après ski hut' zijn puur beschrijvend, zodat in beide gevallen de woorden 'Bolle Jan' overblijven. De rechter meent dat dit desalniettemin niet verwarrend kan zijn omdat het Amsterdamse café Bolle Jan niet bekend zou zijn in Eersel. Alhoewel je over dit laatste zou kunnen twisten, doet dat bij een vergelijking van merken volstrekt niet ter zake. Puur gelet op de namen die nagenoeg identiek zijn en gelet op dezelfde diensten, is mijns inziens heel goed mogelijk dat het publiek kan denken dat beide café's van dezelfde eigenaar stammen. De vraag of verwarring kan optreden bij het publiek moet mijns inziens een theoretische discussie zijn. Een Benelux merk zou in het tegengestelde geval alleen zinvol zijn wanneer een merk bekendheid geniet. Dit is in de meeste gevallen niet zo. Beter deed de rechter in Den Haag het bij de vergelijking tussen 'Your Life personal training' gevestigd in Voorschoten en 'Your Life sportsclub' gevestigd in Amstelveen. Alhoewel het daar ging om logo's die er voor een deel verschillend uitzagen, meende de rechter dat bij de vergelijking tussen beiden de beschrijvende elementen moeten worden weggedacht. Resteren de woorden 'Your Life'. Deze zijn identiek en worden gebruikt voor soortgelijke diensten. Dat er nog geen verwarring was opgetreden was niet relevant voor de beoordeling. Dit zou nog kunnen ontstaan, aldus de rechter. De enige kanttekening die ik bij deze uitspraak zet is de vraag of de woorden 'Your Life' voor sportactiviteiten wel als merk kunnen dienen. Gelet op het feit dat sport gericht is op 'het leven' van mensen is goed te beargumenteren dat deze woorden niet gemonopoliseerd kunnen worden voor de sport, omdat ze te beschrijvend zijn.

Ruby Nefkens, advocaat bij Van der Steenhoven advocaten te Amsterdam

Aan de samenstelling en inhoud van dit artikel is de meeste zorg besteed. Ruby Nefkens en Van der Steenhoven advocaten aanvaarden geen verantwoordelijkheid ten aanzien van op basis van dit artikel genomen beslissingen, tenzij zij vooraf in concrete gevallen zijn geraadpleegd.

Van der Steenhoven advocaten N.V.
 Herengracht 582-584, 1017CJ Amsterdam
 Tel +31(0)206077979, www.vandersteenhoven.nl

