



Door: [Selale Dogan voor 'De Telegraaf'](#) op 30 maart 2010

Vergelijkende reclame

AMSTERDAM - Uw producten of diensten zijn goed en natuurlijk beter dan die van uw concurrenten. Dat hoort iedereen eigenlijk te weten. Mag u in een reclame-uitlatingen uw product of dienst met die van uw concurrent vergelijken? Onder bepaalde voorwaarden wel, zo ondervonden Bik en haar 'zuster' Vacalux. Zij maken en verkopen systemen die ervoor zorgen dat een ruimte wordt verlicht met daglicht, de zogenaamde TubeLight. Zij zijn niet de enige op de markt, Techcomlight, hun concurrent, brengt de Solatube op de markt.

Bik en Vacalux zijn van mening dat hun product beter is en maken in een reclamecampagne bekend dat hun systeem meer licht 'opbrengt', gemakkelijker te installeren is en bovendien goedkoper. Techcomlight is daar allesbehalve blij mee en onderneemt meteen (juridische) actie. Bik en Vacalux laten dat op hun beurt niet zomaar gebeuren, want het blijkt dat ook Techcomlight op haar website het één en ander heeft beweerd.

De rechter onderzoekt vervolgens of de reclame-uitlatingen van partijen over en weer toelaatbaar zijn. Bik en Vacalux komen thuis van een koude kermis. Tijdens de zitting blijkt uit onderzoeksrapporten dat Techcomlight, in tegenstelling tot Bik en Vacalux, een techniek in haar lichtstelsel heeft geïntegreerd, die voor een gelijkmatiger lichtopbrengst zorgt. Dat betekent, volgens de rechter, dat het systeem van Techcomlight een andere werking heeft dan dat van Bik en Vacalux. Het systeem van Bik en Vacalux is dus niet perse beter dan het systeem van Techcomlight. Dat verschil kan juist een reden zijn voor de consument om voor het ene danwel voor het andere systeem te kiezen. Bik en Vacalux vergelijken dus appels met peren, vindt de rechter, nota bene zonder dit voor de consumenten duidelijk te maken. Volgens de rechter hebben Bik en Vacalux evenmin kunnen aantonen dat hun systeem makkelijker te installeren zou zijn of dat die goedkoper zou zijn.

Niet alleen wordt Techcomlight in het gelijk gesteld, ook vindt de rechter haar uitlatingen wel volgens de regels. Techcomlight maakt namelijk een vergelijking met concurrenten in het algemeen en niet met Bik en Vacalux in het bijzonder. De rechter vindt ook wel dat Techcomlight hier en daar overdrijft, maar enige overdrijving en het gebruik van superlatieven is eigen aan reclame en op zichzelf niet misleidend. Bovendien heeft Techcomlight de uitlatingen op de website aangepast en beloofd dat zo te houden. De vorderingen van Bik en Vacalux wijst de rechter van de hand.

Zolang u niet misleidt en dezelfde kenmerken van producten of diensten, die in dezelfde behoefte voorzien en voor hetzelfde doel zijn bestemd, op objectieve wijze vergelijkt, mag u best overdrijven in uw uitlatingen. Belangrijk is dat u daarbij niet zomaar aanhaakt bij de bekendheid van de concurrent en evenmin diens reputatie schaadt. Boven alles is van belang dat er door die vergelijking geen verwarring ontstaat bij de consument tussen de concurrenten.

Netjes, duidelijk en eerlijk aandikken dus.

Selale Dogan, dogan@vandersteenhoven.nl

Aan de samenstelling en inhoud van dit artikel is de meeste zorg besteed. Selale Dogan 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



+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+
+	+	+	+	+	+	+	+	+