



NIJNTJE VERSUS KATHY

VIJF AANDACHTSPUNTEN
BIJ HET BESCHERMEN
VAN UW INTELLECTUELE
EIGENDOMSRECHTEN.

Sommige intellectuele eigendomsrechten krijgt u vanzelf. Zoals auteursrecht op een tekening die u maakt of een tekst die u schrijft. En het recht op een handelsnaam ontstaat al door gebruik van die naam voor uw onderneming. Andere intellectuele eigendomsrechten worden verkregen door registratie. Tjibbe Fokkens en Eva Rotte geven vijf tips om de bescherming van uw rechten goed te regelen.

1. Registreer juist en tijdig.

Ieder intellectueel eigendomsrecht vraagt om een andere manier van bescherming. Auteurs- en handelsnaamrechten ontstaan dus zonder registratie, maar octrooi-, model- en merkrechten moeten bijvoorbeeld wel worden vastgelegd. Laat u daarom adviseren over de wijze waarop u bescherming verkrijgt en regel dit zo tijdig mogelijk. Bij voorkeur al voordat u uw merk, ontwerp, product of uitvinding verder uitwerkt en kenbaar maakt aan anderen.

2. Bewaar en dateer bewijsstukken.

Wanneer een intellectueel eigendomsrecht niet geregistreerd kan worden, zoals het auteursrecht, is het belangrijk te kunnen bewijzen dat u het ontwerp als eerste heeft gemaakt en daarom de rechthebbende bent. Bewaar daarom documenten die dat bewijs kunnen leveren, zoals ontwerptekeningen, en laat deze dateren bij het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (BBIE) of de Belastingdienst. Zorg ook voor bewijs waaruit blijkt dat u uw handelsnaam of merk gebruikt.

TJIBBE FOKKENS: 'OPTREDEN TEGEN INBREUKEN HOEFT NIET DUUR TE ZIJN. IN ZAKEN OVER INTELLECTUELE EIGENDOMSRECHTEN KRIJGT DE RECHTHEBBENDE VAAK ZIJN VOLLEDIGE ADVOCAAKOSTEN VERGOED DOOR DE TEGENPARTIJ, OOK ALS DE ZAAK WORDT GESCHIKT. DAARNAAST KAN IN VEEL GEVALLEN MET SUCCES AANSPRAAK WORDEN GEMAAKT OP DE WINST DIE DE INBREUKMAKER BEHAALD HEEFT.'

3. Houd uw uitvinding of model geheim.

Geldige model- en octrooirechten kunnen alleen worden verkregen als het model of de uitvinding nieuw is ten opzichte van wat er al bestaat en dus niet bekend is bij derden. Laat daarom deze rechten vastleggen voordat u uw uitvinding of model deelt met anderen. Als u toch anderen wilt of moet informeren, zorg dan voor een waterdichte geheimhoudingsovereenkomst.

4. Maak contractuele afspraken over rechten.

Als een werknemer of externe opdrachtnemer voor u een ontwerp maakt, zorg dan voor goede contractuele afspraken over de intellectuele eigendomsrechten. Deze rechten komen namelijk niet altijd automatisch bij u als opdrachtgever of werkgever terecht.

5. Treed op tegen inbreuk.

Schroom niet om op te treden tegen inbreuk op uw rechten. U beschermt ze niet voor niets en door stil te zitten kunt u zelfs rechten verspelen. Bij inbreuken op intellectuele eigendomsrechten kan zo nodig binnen enkele dagen een verbod worden verkregen, zonder dat de inbreukmaker vooraf wordt geïnformeerd.

DE FABEL VAN DE 7 VERSCHILLEN

Vermoedelijk heeft u wel eens horen zeggen dat er geen sprake is van inbreuk als er tussen origineel en kopie zeven verschillen bestaan. Dat is echter onjuist en helaas een wijd verspreid misverstand. Of er sprake is van een inbreuk is afhankelijk van verschillende factoren en kan niet worden vastgesteld door het aantal verschillen tussen origineel en kopie te tellen.

Eva Rotte: 'Er kan sprake zijn van inbreuk terwijl er twintig of meer verschillen bestaan tussen origineel en kopie, maar het kan ook zo zijn dat een kopie geen inbreuk maakt terwijl er maar één verschil is met het origineel. Het aantal van zeven verschillen zegt dan ook niets over de inbreukvraag. Deze fabel kunt u dus maar beter vergeten.'

WEET U HET?



Nijntje van Dick Bruna kennen we allemaal. Een Japans bedrijf dat ook 'Hello Kitty' heeft ontworpen, bedenkt een nieuw vriendinnetje voor Kitty, namelijk Kathy. Mag dit?

Nee. De rechtbank Amsterdam oordeelt in 2010 dat Nijntje auteursrechtelijk beschermd is en dat Kathy, ondanks de verschillen, teveel lijkt op Nijntje. Kortom, Kitty zal een nieuw vriendinnetje moeten zoeken.



Batavus brengt sinds 1995 de Personal Bike Delivery op de markt. Twee jaar later komt concurrent Blomson met de Montego Mover op de markt. Mag dit?



Ja. Zo bepaalt de rechter te Haarlem in 2008. Volgens de rechter zijn kenmerkende elementen van de fiets van Batavus gebruikelijk of functioneel bepaald, zodat Batavus daar geen monopolie op kan claimen. Ook vindt de rechter het van belang dat de Montego Mover op verschillende punten verschild met de Personal Bike Delivery. Beide fietsen worden dus nog

verkocht.



In 2005 gebruikt de Gouden Gids Katja Schuurman als boegbeeld op haar gids en in verschillende reclame-uitingen. Concurrent iLocal lanceert vervolgens onderstaande reclame met een Katja look-a-like. Mag dat?



Nee. De Rechtbank Breda en de Reclame Code Commissie oordelen in 2005 dat de advertentie van iLocal, door de gebruikte teksten en het gebruik van de Katja look-a-like, verwarrend, misleidend en schadelijk is voor Gouden Gids en in strijd met de reclamewetgeving. Ook bepaalt de rechter dat de advertentie inbreuk maakt op de portretrechten van Katja Schuurman. De advertentie wordt dus verboden.



In 2009 lanceert Specsavers de volgende advertentie, waarin te lezen is dat minder dan de helft van de geïnterviewde Hans Anders opticiens en audiciens die oog- en hoortesten uitvoeren, mbo gediplomeerd waren. Mag dit?

Ja. De rechtbank Amsterdam oordeelt in 2009 dat de reclame van Specsavers niet misleidend of denigrerend is, onder andere omdat Hans Anders niet heeft betwist dat de bewering van Specsavers juist zijn. Anders dan Hans Anders meent, hoeft Specsavers volgens de rechter ook niet in de advertentie te vermelden dat een mbo-opdring niet verplicht is voor opticiens en audiciens en dat de werknemers van Hans Anders wel een interne opleiding hebben gevolgd. De advertentie van Specsavers is dus toegestaan.

SPA is geregistreerd als merk voor mineraalwater en andere alcoholvrije dranken. Een andere onderneming wil de naam SpagO registreren voor alcoholhoudende dranken. Kan dat?

Ja. Het Europese Gerecht van Eerste Aanleg oordeelt in 2009 dat, gelet op de verschillen tussen de merken en tussen de producten (alcoholvrije en alcoholhoudende dranken), het merk SpagO geen inbreuk maakt op het merk SPA. Het feit dat SPA een zeer bekend merk is, maakt dit volgens het Gerecht niet anders.



Het bovenste logo (Yokana) is als beeldmerk geregistreerd voor kleding. Een andere onderneming wil het onderste logo (Yokono), registreren als merk voor kleding. Kan dat?



Nee. Het Europese Gerecht van Eerste Aanleg oordeelt in 2010 dat er gevaar voor verwarring is, doordat de merken bijna hetzelfde klinken en beide van Aziatische herkomst zijn te zijn en daarnaast betrekking hebben op dezelfde soort producten, kleding. Dat er wel allerlei verschillen te zien zijn tussen de merken, maakt dat naar mening van het Gerecht niet anders.



Tjibbe Fokkens
advocaat Intellectuele Eigendom



Eva Rotte
advocaat Intellectuele Eigendom

RECLAMERECHT, EEN VAK APART

Vergelijkende en misleidende reclame, speciale regels bij tabaks-, alcohol- en geneesmiddelenreclame; de regelgeving rondom reclame is uitvoerig en complex. Daarom laten reclamebureaus en bedrijven die willen adverteren zich regelmatig adviseren door een specialist op dat gebied. Onze advocaten beoordelen de eerste opzet voor reclamecampagnes en begeleiden ook klachtenprocedures bij de Reclame Code Commissie door of tegen onze cliënten.

Tjibbe Fokkens: 'Vergelijkende reclame kan commercieel zeer aantrekkelijk zijn, maar een misstap is snel gemaakt en kan tot claims van de betrokken concurrent leiden. Het is daarom geen overbodige luxe dergelijke reclames vooraf juridisch te laten toetsen.'

ZELF BESCHULDIGD VAN INBREUK?

Het kan gebeuren dat u zelf wordt beschuldigd van inbreuk op andermans rechten. In dat geval is het belangrijk de zaak te laten beoordelen door een deskundige. Maakt u daadwerkelijk inbreuk? En als dat zo is, zijn de eisen van de tegenpartij dan reëel?

Eva Rotte: 'Als na grondig onderzoek blijkt dat een cliënt inderdaad inbreuk maakt, is het zaak om de schade voor onze cliënt zoveel mogelijk te beperken. We proberen een zo gunstig mogelijke regeling te treffen met de rechthebbende. En indien een derde, bijvoorbeeld een leverancier, verantwoordelijk is voor de inbreuk, proberen we de schade van onze cliënt daar natuurlijk op te verhalen.'