

Dweilen met de kraan open.. .

GROHE



Wat doe je als je een product van slechts één merk wilt verkopen via je website en je wilt snel gevonden worden zonder al te veel inspanning? Je noemt jezelf [www.\(merk soort product\).nl](http://www.grohekranenshop.nl) Voor merkhouders is het vaak dweilen met de kraan open om hier tegen op te treden.

De website www.grohekranenshop.nl vermeldt groot op elke pagina “grohekranenshop.nl” en in kleine letters “grohekranenshop.nl is een R&M Company”. Ook in de algemene voorwaarden staat ‘grohekranenshop.nl’ en bij de contactinfo staat dat correspondentie naar ‘grohekranenshop.nl’ moet. Voor de visueel ingestelden volgt een plaatje:



Grohe schrijft een boze brief aan R&M: inbreuk op de merk- en handelsnaamrechten. R&M past haar website op een paar kleine punten aan, in de hoop van Grohe af te zijn. R&M piekert er echter niet over de domeinnaam over te dragen, reclamemateriaal te vernietigen en een onthoudingsverklaring te tekenen. Grohe pikt dat niet en stapt naar de rechter.

Allereerst is de merkinbreuk aan bod. Als er geen merkgebruik is, kan er ook geen merkinbreuk zijn. Dus eerst kijkt de rechter of er merkgebruik is. Dat is er. R&M gebruikt immers het teken “grohekranshop” voor het onderscheiden van haar eigen diensten, te weten verkoop van douches en kranen van Grohe. Die verkoop gaat via de website die verbonden is aan de domeinnaam. De surfer wordt begroet met “Welkom bij grohekranshop.nl”; boven elke pagina staat groot de tekst “grohekranshop.nl”. Door deze wijze van gebruik ontstaat een verband tussen de (handels)naam en de producten en diensten en dan is het ook *merkgebruik*.

Of grohekranshop.nl (ook) wordt gebruikt als handelsnaam is niet relevant voor de vraag of er merkgebruik is. Als het publiek het ziet als handelsnaam zal dat publiek door het gebruik van “grohekranshop” in die handelsnaam kunnen denken dat de diensten worden aangeboden door Grohe. Die gedachte ontstaat immers door de wijze van gebruik, zoals in dit geval de vermelding dat de site alleen Grohe verkoopt.

OK, we hebben *merkgebruik*. Maar is er ook *merkinbreuk*? Er zijn verschillende soorten van merkgebruikverboden. De eerste soort betreft een verbod op het gebruik van een ‘teken’ (lees: woord/logo) wanneer dat teken “gelijk is aan of overeenstemt met het merk en in het economisch verkeer gebruikt wordt voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten, indien daardoor bij het publiek verwarring kan ontstaan, inhoudende het gevaar van associatie met het merk”.

Wat blijft hangen bij het publiek is het dominerende bestanddeel “Grohe” en niet “kranen”, “shop” of “.nl”. Er is verwarringsgevaar, vindt de rechter. Door het hanteren van het teken grohekranshop.nl waarvan eigenlijk alleen het woord “Grohe” impact maakt, kan immers de indruk worden gewekt, dat er een commerciële band tussen R&M en Grohe bestaat. Natuurlijk mag je wel refereren aan het merk van een ander, maar daarvoor is niet nodig om in de domeinnaam het dominerende element "grohe" op te nemen. Dat R&M niet op een andere manier (expliciet) de suggestie wekt dat ze een officiële distributeur is, maakt daarbij niet uit. “Grohekranshop.nl is een R&M Company” viel niet echt op en zegt ook niets. Dat je wat kleine dingen wijzigt in bijvoorbeeld de contactinfo weegt niet op tegen het groot en veelvuldig gebruik van “grohekranshop.nl” op o.a. de website. R&M wekt de indruk dat er een commerciële band is. Het wekken van die indruk is niet noodzakelijk om je producten te verkopen. Dat hoeft Grohe dus niet voor lief te nemen.

De tweede soort verboden merkgebruik betreft een verbod op het gebruik van een ‘teken’ (lees: woord/logo) voor niet-soortgelijke waren of diensten, als het gaat om een bekend merk en de ander door het gebruik ongerechtvaardigd voordeel trekt of afbreuk doet aan het onderscheidend vermogen of de reputatie van het merk. Ook daar is sprake van. Door het gedrag van R&M verwatert het merk. Grohe hoeft niet aan te tonen dat ze hierdoor schade lijdt, het mag gewoon niet. Punt.

R&M ‘ja-maart’ nog dat ze toestemming had van Grohe. Een van de Grohe-distributeurs had immers aan een vertegenwoordiger van Grohe die bij hem op bezoek was de website laten zien en die had toen niet geprotesteerd. Fail. Niet protesteren bij het vluchtig bekijken van een website is geen toestemming. Bij het laten zien van de website was overigens ook niet om toestemming *gevraagd*. Daarnaast mag je er niet van uit gaan dat een vertegenwoordiger een merklicentie – door het geven van toestemming voor gebruik van de naam – kan verstrekken. R&M had een ondubbelzinnige en bewijsbare licentie van de directie van Grohe moeten vragen. Eigen risico als je het op deze manier aanpakt.

‘Ja maar *hij* doet het ook dus ik mocht er van uitgaan dat het mocht’ probeert R&M nog, wijzend op een concurrent: grohekransen.nl. Dat een ander iets doet en daarbij niet aangepakt wordt, houdt geen impliciete toestemming aan R&M in, oordeelt de rechter. Overigens heeft Grohe grohekransen.nl gesommeerd om te stoppen, zodra ze van haar bestaan op de hoogte was. Die sommatie had effect, de ander is gestopt en heeft de domeinnaam aan Grohe overgedragen.

De rechter verbiedt dus gebruik van het woord “grohekransenshop.nl” en beveelt R&M de domeinnaam over te dragen en reclamemateriaal te vernietigen.

Moraal van dit verhaal: pas op met “[nietszeggend woord]merk[nietszeggend woord].nl”.

mr. Jan Smolders.

<http://nl.linkedin.com/in/jansmolders>

http://twitter.com/Jan_Smolders (columns)

Dohmen advocaten - *Van idee tot product, wij spreken uw taal en kennen uw recht*

www.dohmenadvocaten.nl