

# ABCOR's ABC-tje



## Merken

### FIFA met lege handen

Bij grote sportevenementen zoals het EK voetbal en de Olympische Spelen gaat Nederland massaal achter Oranje staan. Natuurlijk proberen de organisatoren alles zoveel mogelijk dicht te timmeren om gratis meeliften te voorkomen.



De FIFA laat haar merken registreren in Europa om aanhakende reclame te voorkomen. Maar hoe hard zijn die rechten? Niet erg hard blijkt nu, want de Europese instanties hebben deze zomer de merken voor

het wereldkampioenschap voetbal in Duitsland afgekeurd. Het merk 'WORLD CUP GERMANY' is volgens de Board een puur beschrijvende term. Dat scheidt dus mogelijkheden in de toekomst.

### Olympische Spelen hard merk

Mona introduceert iedere maand een nieuw toetje. Zo was er tijdens het EK het 'Luchtig EK Toetje' en in augustus het 'Olympisch toetje'.

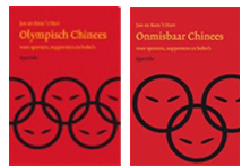


Mona Luchtig EK toetje



Mona Olympisch toetje

Het NOC\*NSF kon dit aanhaken niet zo waarderen. Alleen sponsoren mogen activiteiten ontwikkelen op het gebied van de Olympische Spelen. Om de rechten te beschermen is niet alleen het logo met de ringen beschermd, maar heeft het NOC\*NSF ook het merk 'OLYMPISCH' laten registreren. Mona koos eieren voor haar geld en introduceerde het toetje van de maand september een maand eerder. Hetzelfde overkwam Kees 't Hart met zijn boekje 'Olympisch Chinees', gemaakt voor sporters en supporters. Olympisch mocht niet, net zo min als het grapje met de vijf ringen. Zo moest er alsnog een nieuwe kaft komen en werd het 'Onmisbaar Chinees'.



### Parodie op politielogo toegestaan

Grapjes maken over de politie kan je duur komen te staan. Een 16-jarig meisje

ging in januari van dit jaar nog op de bon omdat ze op haar jas de afbeelding droeg van een mannetje dat op het logo van de politie plast. Inbreuk op merk- en auteursrecht. De politie voelde zich beledigd en nam de jas in beslag. In augustus kreeg deze zaak een vervolg in Hilversum. Een man uit Naarden kreeg een boete van 100 euro in verband met een soortgelijke sticker op zijn achterraut, maar weigerde die te betalen. Dat de politie toch nog wat humor heeft, bewees de politierechter zelf. De sticker is geen belediging van het politiekorps. De vrijheid van meningsuiting is belangrijker. Gevolg: geen boete en de sticker mag op de auto blijven zitten.



## Slagzinnen

### Auping slaapt nu zelf ook beter

Zowel Auping als Phi-ton verkoopt bedden en matrassen. Phi-ton adverteert met de slogan 'zo goed heeft u nog nooit geslapen' en 'het hoogst comfort voor alle leeftijden'. Auping adverteert met de slogan 'geen bed ventileert beter' (de commercial waarin 1200 liter water op het matras valt).



Phi-ton eiste een verbod op basis van misleidende reclame.

Onzin, oordeelde de rechter. De gemiddelde consument zal begrijpen dat het hier om enige overdrijving gaat. Gezien het gebruik van de eigen slogan, is deze claim volgens de rechter 'een beetje de pot verwijt de ketel'.

Een beetje overdrijving mag best in reclame, zeker als je de claims kan onderbouwen met onderzoeken.

### Slogan in no-time ingeschreven

In het kader van pitches en nieuwe campagnes heeft het GVR een spoedprocedure ontwikkeld. Zo kan vooraf al zekerheid worden verkregen of de slagzin door het GVR wordt geaccepteerd. Binnen vier dagen wordt het besluit gegeven.



## Modellen

### Brullende leeuwen beschermd

Leeuwen en de kleur oranje zijn symbolen die vrijwel iedereen associeert met Nederlandse sporters. Elementen die vrij te gebruiken zijn door iedereen.



Europese Modelregistratie Brul shirt Designs 900857-1

Eén van de meest geslaagde aanhakende acties tijdens het EK was het brulshirt van Blokker. Aanhaken is leuk, maar je moet natuurlijk wel voorkomen dat een ander weer aan de haal gaat met jouw idee. Daarom liet Blokker het shirt al in maart als Europees model registreren om te vermijden dat een ander hier een slaatje uit zou slaan.

## Auteursrecht

### Kuifje nu wel of geen homo?

Het seksleven van Kuifje houdt menig een al jaren bezig. Na zijn eerdere uitpattingen bedrijft Kuifje dit keer de herenliefde in Spanje.



In El Lota Rosa (De Roze Lotus, een parodie op de Blauwe Lotus) komt Kuifje uit de kast tijdens zijn midlife crisis. Parodie of niet, Moulinsart (het bedrijf dat de rechten op alle producten van Kuifje heeft) kon het niet waarderen en liet direct het album verbieden. Rest de vraag, waar Kuifje de volgende keer voor kiest.

### SAPPH krijgt billenkoek

Leo de Deugd is de maker van de briljante foto's in de lingerie reclamecampagne van SAPPH.



Over contracten is altijd wel wat te doen en zo ook dit keer. De fotograaf stelt dat er meerwerk is geleverd, dat de foto's bewerkt (aangesneden) en gebruikt zijn voor andere doeleinden dan vooraf was afgesproken. SAPPH stelt dat het om een all-in prijs gaat. Bij

de rechter krijgt de fotograaf volledig gelijk. Een belangrijke uitspraak voor ZZP-ers, want wel vaker worden campagnes

doorgeplaatst op het Internet. Laat deze met de opdrachtgever gemaakte afspraken (vergoedingen) daarom vooraf schriftelijk vastleggen.

## Portretrecht

### Blondie bij de tijd

Ook na bijna 30 jaar blijft Blondie tot de verbeelding spreken. Haar foto paste dan ook perfect in de nieuwe 'Stoere Vrouwen' campagne van Cosmopolitan. Bij de campagne werd gebruik gemaakt van bestaande stockfotografie. De rechten die betaald worden, zijn de rechten voor de fotograaf.



Houd er daarom altijd rekening mee dat de portretrechten hier los van staan. Zo zag Blondie na haar optreden in Paradiso zichzelf op de poster staan. Voor deze wilde tante een reden om nog

even af te gaan rekenen met de uitgever.

## Adwords en metatags

### Gaat Europese Hof uitsluitel geven?

Primakabin verkoopt tweedehands PORTAKABIN mobiele bouwsystemen. Ter promotie zijn er bij Google diverse adwords geplaatst, waarbij een advertentie voor PRIMAKABIN verschijnt. PORTAKABIN vordert een verbod, maar de rechter wijst dit af. Het gebruik van de adwords is niet onrechtmatig, omdat PRIMAKABIN heel veel tweedehands containers verkoopt. Metatags (verborgen zoekwoorden) en adwords (zichtbare en betaalde advertenties) worden gebruikt om een betere plek te krijgen bij zoekmachines als Google. De centrale vraag blijft 'wanneer is gebruik toegestaan?' De rechtspraak is hierover verdeeld. Misbruik maken van Metatags om zo door te verwijzen naar de site van de concurrent, is niet toegestaan. Er ligt nu een voorstel om het hof te vragen haar oordeel hierover te vellen.



## Abcor BV

Abcor is een merken- en modellenbureau gespecialiseerd in juridisch advies op het gebied van intellectuele eigendomsrechten. Merkenbeheer, onderzoek en registratie van merken, modellen en domeinnamen, advies en support bij inbreuken, opposities, kwesties en weigeringen.

Suggesties voor ABCOR's ABC-tje kunnen worden gestuurd naar info@abcor.nl of naar Postbus 2134, 2301 CC Leiden/ 071-5763116.

Bronnen: Adformatie, BIE, BMM, Boek9.nl, Class46.com, Domjur.nl, Elsevier, GPD, IER, Nu.nl, OHIM.eu, PCM-dagbladen, SIDN en Vrij Nederland.