

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 de EK het "Luchtige EK Toetje" en in augustus het "Olympische toetje".

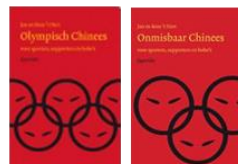


Mona Luchtig EK toetje



Mona Olympisch toetje

HET NOC-NSF kon dit aanhaken niet zo waarderen. Alleen sponsors mogen activiteiten ontwikkelen op het gebied van de 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 eerder het toetje van de maand september.



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 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 de 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 politiecorps en 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 verkopen 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 waar 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 een beetje de pot verwijt de ketel volgens de rechter. 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 spoed procedure ontwikkeld. Zo kan vooraf al

zekerheid worden gekregen of de slagzin geaccepteerd wordt door het GVR. Binnen vier dagen wordt het besluit gegeven.



Modellen

Brullende leeuwen beschermt

De kleur oranje en leeuwen 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 voorkomen dat een ander met het idee aan de haal zou gaan.

Auteursrecht

Kuifje nu wel of geen homo?

Het seksleven van Kuifje houdt menigeen al jaren bezig. Na zijn eerdere uitpattingen beproeft 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 heeft op alle Kuifje producten) kon het niet waarderen. Zij liet direct het album verbieden. Blijft 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 afgesproken.

SAPPH stelt dat het om een all in price gaat. Bij de rechter krijgt de fotograaf volledig gelijk. Een belangrijke uitspraak voor ZZP-ers want wel vaker worden campagnes

doorgeplaatst op het Internet. Regel deze afspraken (vergoedingen) daarom samen schriftelijk vooraf.

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



Comopolitan. Bij de campagne werd gebruik gemaakt van bestaande stock fotografie. De rechten die betaald worden, zijn de rechten voor de fotograaf. Hou 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 npg even af te gaan rekenen met de uitgever.

Adwords en metatags

Gaat Europese Hof uitsluitsel geven?

Primakabin verkoopt tweede hands 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 geven. Wordt vervolgd.

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