

## Merk-Waardig

Een merkregistratie geeft een bedrijf heel veel rechten. Als de titel van een bekend televisieprogramma nu niet geregistreerd is als merk, mag je dan als bedrijf meeliften op de bekendheid van zo'n programma?



Tekst: Theo-Willem van Leeuwen van merkenbureau Abcor.  
Foto: ANP



## Werken & Varia

# Wie is de mol of de rat?

**S**inds 1999 produceert IDTV het televisieprogramma 'Wie is de Mol?'. Het programma is een kijkcijferkanon. De finale

van het laatste seizoen trok maar liefst drie miljoen kijkers. Nadeel van de grote populariteit is dat anderen er vaak (gratis) op willen meeliften. Vaak moet een rechter er aan te pas komen om duidelijk te maken dat ongevraagd aanhaken niet mag. Om de gang naar de rechter te voorkomen en om aanhakend gebruik tegen te gaan, worden veel titels van tv-programma's als merk geregistreerd. De wet bepaalt dat alleen met een merkregistratie misbruik van een merk aangepakt kan worden. Alleen gebruik van de naam voor een tv-programma is dus niet voldoende, de naam

moet ook als merk geregistreerd zijn. Zonder merkregistratie is misbruik vaak niet of anders moeilijk aan te pakken.

### Bedrijfsuitjes

TB Events organiseert sinds 2008 bedrijfsuitjes. Op de site biedt het bedrijf een hele reeks uitjes aan met opvallend herkenbare namen, zoals: Boer zoekt vrouw, Peking Express, Holland heeft Talent, Seks

in the City en het Gooise Vrouwen Diner. Tot voor kort was er ook nog te boeken een 'Wie is de Mol Lunch', 'Wie is de Mol aan tafel', 'Wie is de Mol? Quiz' en een 'Wie is de Mol Buitenland'.

In 2009 is IDTV blijkbaar al getipt, want TB Events ontvangt een sommatie om met de 'Wie is de Mol' uitjes te stoppen. TB Events reageert hier niet op, waarschijnlijk omdat de naam van het tv-programma niet als merk is vastgelegd. De jaren erna wordt de tv-serie zo populair dat het de Televisiezijring wint.

In 2012 laat IDTV alsnog het logo en de naam 'Wie is de Mol?' vastleggen als Benelux merk. Niet alleen voor tv-programma's maar ook voor spelletjes, diensten van een reisbureau, amusementspro-

gramma's, evenementen en hotel- en vakantieaccommodaties. IDTV kan nu ook de goodwill te gelden maken. Zo krijgt Sawadee een licentie om onder de naam 'Wie is de Mol' vakantiehuizen te organiseren, waarbij locaties uit het tv-programma bezocht worden.

### Naar de rechter

Omdat TB Events niet gestopt is met de 'Wie is de Mol' uitjes, start IDTV nu alsnog een rechtszaak waarbij ze haar merkrechten inroept. Voor de rechter is het gesneden koek. Toevoegingen zoals 'lunch', 'aan tafel', 'quiz' en 'buitenland' zijn slechts beschrijvende bestanddelen, waardoor de namen van de uitjes vrijwel hetzelfde zijn. TB Events gebruikt het merk van

IDTV in het economisch verkeer voor vergelijkbare activiteiten en omdat IDTV de merkhouders hiervan is, mag zij zich hiertegen verzetten. Gevolg: inbreuk. TB Events mag de naam niet meer gebruiken en moet de proceskosten van IDTV betalen (bijna zeventienduizend euro).

### Gevaarlijk

Aanhaken bij een bekend tv-programma lijkt vaak aantrekkelijk, maar blijft dus heel gevaarlijk. De oorspronkelijke makers kunnen ook jaren later alsnog de naam van een tv-programma als merk laten vastleggen en alsnog een verbod eisen. Vraag daarom als bedrijf eerst toestemming en leg een sommatie tot stoppen nooit klakkeloos terzijde. ■

**TB Events mag naam niet meer gebruiken**

