

Merk-Waardig

Waar liggen de grenzen voor bedrijven bij online advertenties bij Google. Mag je het merk van de concurrent gebruiken om je eigen advertentie online te promoten? Waar liggen de grenzen bij online marketing?



Tekst: Theo-Willem van Leeuwen
van merkenbureau Abcor
Foto: Durk Geertsma

Werken & Varia



Reclames over concurrent?

Wie via Google op internet een specifiek bedrijf zoekt, krijgt soms verrassende advertenties voorgeschoteld: die van de concurrent!

Of dat mag? Daar is de afgelopen jaren veel over geprocedeerd, met wisselende uitspraken. Als het gebruik verboden is, is Google hiervoor niet aansprakelijk, de adverteerder wel.

Het Europese Hof besloot in al haar wijsheid dat gebruik van het merk van de concurrent is toegestaan om een goed alternatief aan te bieden. Belangrijk is wel dat er bij de internetgebruiker geen onduidelijkheid mag bestaan over de herkomst van de producten. Het moet duidelijk zijn wat de relatie is tussen de adverteerder en de merkhouders. Het is aan de lokale/nationale rechter om te oordelen of het gebruik wel of niet door de beugel kan (en vaak is dat niet het geval). Een actuele zaak betreft de volgen-

de: City Box biedt (tijdelijke) opslagruimte aan voor goederen. Het bedrijf heeft haar logo en het woord 'Citybox' als merk vastgelegd in de Benelux. Boxaround is een concurrent. Via het internet biedt dit bedrijf ook opslagruimte te huur aan.

Boxaround start een online campagne bij Google. De woorden 'City box' en 'Citybox' worden als Google Adword gekocht om de opslagdienst te promoten. Als een gebruiker bij een zoekopdracht bij Google het woord 'City box' of 'Citybox' invoert, krijgt die de volgende advertentie van Boxaround te zien: 'City Box – boxaround.nl www.boxaround.nl/citybox.'

Citybox maakt tegen dit gebruik bezwaar, omdat gebruik van het merk 'Citybox' als Google Adword en het gebruik van het merk 'City box' in de advertentie een merkinbreuk zou zijn. De rechter is het hier mee eens en is in lijn met de uitspraken van de afgelopen jaren. Het kopen van het merk van de concurrent als Google Adword, om internetgebruikers naar je eigen advertentie te leiden mag niet als onduidelijk is van wie die adver-

tentie nu is. In deze zaak is het voor de internetgebruiker niet duidelijk wat de relatie is tussen het zoekwoord City Box en de adverteerder Boxaround. Waarom wordt dit zoekwoord gebruikt? Is Boxaround een onderdeel van City Box of zijn de bedrijven misschien economisch met elkaar verbonden? Die indruk wordt nog eens versterkt door het gebruik van het merk van City Box in de advertentie zelf. Gevolg: inbreuk. Het gebruik van het merk 'City box' als Google Adword wordt verboden in verband met deze Google campagne en Boxaround moet een deel van de juridische kosten betalen (ruim 7.600 euro).

Niet uit te leggen

Gebruik van het merk van de concurrent om je eigen campagne en producten online te promoten lijkt aantrekkelijk, maar blijft gevaar-

lijk. Gebruik is vaak merkinbreuk omdat in de kleine advertentie vrijwel nooit simpel en duidelijk aan te geven is waar de producten vandaan komen en wat de relatie is tussen beide bedrijven. Bij inbreuk moet de verliezer ook nog eens de kosten van de wederpartij betalen, dus bezint eer ge begint. ■

In kleine advertentie is het moeilijk uit te leggen