

MerkW aardig

Hoe uniek moet een bedrijfsnaam zijn? Als je een algemeen woord gebruikt met een totaal ander logo, is dat dan voldoende om problemen te voorkomen?



Tekst: Theo-Willem van Leeuwen van merkenbureau Abcor



Werken & Varia

Is 'Ontmoeting' unieke naam?

Is iedere bedrijfsnaam uniek? Nee, een check online (via Google) en in het register van de KvK toont aan dat veel bedrijven dezelfde naam gebruiken. Zolang er totaal andere diensten aangeboden worden onder die naam, hoeft dit geen probleem te zijn. Echter in het naamgevingsproces neemt niet iedereen de regels even nauw. Vaak denkt men (onterecht) dat het feit dat een bedrijf in een andere stad is gevestigd, voldoende is om problemen te voorkomen. Er zijn al zoveel bedrijven met die generieke naam, dan kan mijn bedrijf er nog wel bij, zeker als ik hiervoor een totaal ander logo gebruik. Echter zo werkt het juridisch gezien (vaak) niet.

Registreren

In 2001 opent tapasrestaurant 'de Ontmoeting' in Nijmegen haar deuren. Om de goodwill te beschermen, laat het bedrijf (in 2012) haar logo registreren in de Benelux voor horecadiensten. Als in 2014 een duurzaam horecaconcept van start gaat in Zutphen onder de naam 'de Ontmoeting Zutphen', wordt daar tegen bezwaar gemaakt. Omdat partijen er onderling niet uitkomen, komt de zaak bij de rechter. Het bedrijf uit Zutphen stelt dat er veel bedrijven actief zijn onder de naam de Ontmoeting. Dat klopt. Een check in het register van de KvK levert iets meer dan 800 hits op. Bij Google komen er diverse horecabedrijven naar boven met deze naam, dus uniek is de naam niet. Het merk is daarom volgens verweerder niet onderscheidend. Tevens wordt er een totaal ander logo gebruikt en is het bedrijf in een totaal andere plaats gevestigd (50 km verderop). Dat is voldoende om verwarring te voorkomen. De rechter is het daar niet mee eens. Het gaat hier om de vraag of de nieuwe handelsnaam inbreuk maakt op het oudere merk. Dat is

hier het geval omdat er een over-



Consument mag niet in verwarring worden gebracht

eenstemmende naam wordt gebruikt voor soortgelijke diensten. Hierdoor kan de consument in verwarring komen. Die kan denken

dat de restaurants aan elkaar ver-

bonden zijn (nieuwe vestiging in een andere stad).

Het feit dat er een ander logo wordt gebruikt, mag niet baten. Bij een merkinbreuk kijkt de rechter niet alleen naar het visuele stuk (hoe zien de logo's eruit) maar ook naar het auditieve deel (hoe worden de bedrijfsnamen uitgesproken) en of de merken mogelijk begripsmatig hetzelfde zijn. Omdat het woord 'de Ontmoeting' het dominante deel is in beide logo's, is de naam overeenstemmend. Daarnaast worden er dezelfde diensten aangeboden (beide horeca). Het feit dat het bedrijf in Zutphen 50 km verderop zit mag ook niet baten. Beide bedrijven maken

reclame op internet en richten zich daarbij tot hetzelfde publiek. Gevolg: het bedrijf in Zutphen krijgt een verbod op het gebruik van de naam en moet als verliezer de proceskosten van de eiser betalen (een ruime 6.500 euro).

Wijze les

Voor nieuwe bedrijven een wijze les. Check niet alleen bij de KvK en online of een naam al wordt gebruikt, maar check ook of de naam mogelijk al als merk is vastgelegd. Daarnaast, laat als bedrijf de handelsnaam en het logo tijdig als merk vastleggen. Dit geeft een bredere en betere bescherming bij een mogelijk conflict.