

Zijn alle mogelijke zoekwoorden gewoon te gebruiken als Adword om je eigen advertenties te promoten bij Google? Wat zijn de gevaren van het gebruik van merken van anderen (concurrenten) als Google Adword?



Tekst: Theo-Willem van Leeuwen  
van merkenbureau Abcor  
Foto: Archief Martin Mooij

# Naam concurrent gebruiken?

**O**m online beter gevonden te worden, kopen bedrijven Google Ads en

van de factoren die relevant zijn bij zoekmachine optimalisatie. De vraag is: Welke zoekwoorden zijn het best? Google geeft hiervoor allerlei suggesties. Maar mag je nu ook merken van de concurrent gebruiken om aan te geven dat je een goed alternatief hiervoor hebt? Het Europese Hof heeft zich een paar jaar geleden al over een vergelijkbare zaak gebogen en toen een aantal belangrijke uitgangspunten geformuleerd. Het moet voor de consument duidelijk zijn wat de relatie is tussen de adverteerder en het merk (is het een distributeur, concurrent etc.). Daarnaast bepaalde het Hof dat Google niet aansprakelijk is voor enige schade. Als er inbreuk wordt gemaakt dan is uitsluitend de adverteerder hiervoor verantwoordelijk. Daarover is soms onduidelijkheid.

Fleurop

De vraag van wat nu wel of niet toelaatbaar is, staat centraal in de rechtszaak over het gebruik van het merk 'Fleurop' als Google Adword door Topbloemen.nl. Het Fleurop netwerk bestaat in Nederland uit ongeveer 1.200 onafhankelijke bloemisten. Via het Fleurop netwerk kunnen consumenten een boeket bloemen bestellen en laten bezorgen. Fleurop heeft een grote naamsbekendheid. Marktonderzoek toont aan dat het bedrijf een spontane bekendheid heeft van 66% en zelfs een geholpen bekendheid van 91%. Bijna driekwart van alle boeketten worden verzonden via het Fleurop-netwerk. Om de rechten optimaal te beschermen zijn de naam en het logo 'Fleurop' vastgelegd als merk. Topbloemen.nl is een alternatief netwerk. Hierbij zijn ca. 500 Nederlandse bloemisten aangesloten.



## 'Fleurop' als zoekterm?

Als een consument het zoekwoord 'Fleurop' intikt bij Google verschijnen er advertenties van Topbloemen.nl. In de advertenties wordt nergens verduidelijkt wat de link is

met Fleurop. De advertenties eindigen steeds met een verwijzing naar de website Topbloemen.nl.

Alternatief

Merkinbreuk stelt Fleurop. Topbloemen.nl is het daar niet mee eens. Zij stellen dat gebruik van het zoekwoord 'Fleurop' toelaatbaar is om een goed alternatief te kunnen aanbieden. De kernvraag bij de rechter is: Weten consumenten dat de boeketten worden aangeboden door een concurrent van Fleurop? Of denkt het publiek dat dit een Fleurop bloemist is? Omdat het leeuwendeel van het relevante publiek Topbloemen.nl niet kent

als bloemistennetwerk, gaat het daar mis. Niemand snapt dat het hier om een concurrent gaat. Daarnaast wordt in de superkleine advertenties niet uitgelegd wat de link is met Fleurop (dat is qua ruimte ook vrijwel onmogelijk). Het is dus voor consumenten onduidelijk of de bloemen nu door een Fleurop bloemist wordt aangeboden of een concurrent. Gevolg: merkinbreuk. Topbloemen.nl moet de schade vergoeden (nader te bepalen) en een deel van de proceskosten (bijna € 18.000). Daarom een goed voornemen voor komend jaar wat dit betreft: bezint eer ge begint.