

Schiphol verzet zich tegen pay-off 'SEE FLY DIE'

Kijk uit met parodie

Schiphol gebruikt al jaren de slagzin 'SEE BUY FLY' en knalgele tasjes voor zijn duty free shops. De Stadsschouwburg haakte hier met een flinke knipoog op in ter promotie van het Grote Gala van het Terrorisme. De knipoog 'SEE FLY DIE' ging Schiphol echter te ver.

door Theo-Willem van Leeuwen*

De Stadsschouwburg heeft in het kader van het Grote Gala van het terrorisme op 11 september gele tasjes en een flyer in de vorm van een instapkaart gemaakt met de woorden SEE FLY DIE. Net zoals bij de Schiphol-tasjes staan deze woorden onder elkaar, alleen dit keer in het zwart in plaats van in de diapositieve kleur.

Ook dit keer is er met de Y een grapje uit gehaald. De letter kreeg niet de vorm van een wegvliegende vogel (zoals bij Schiphol), maar die van een neerstortend vliegtuig. Behalve tussen de slagzinnen is er qua lay-out van de logo's dus ook een zekere mate van overeenstemming.

Is die overeenstemming in het logo en de slagzin nu nodig? Ja, zullen de makers gedacht hebben, anders snapt niemand de parodie. Nee, dacht men bij Schiphol. Een knipoog is misschien leuk, maar deze gaat te ver. 'De indruk wordt gewekt dat mensen niet meer veilig in een vliegtuig kunnen stappen en dat wordt via een logo direct in verband gebracht met Schiphol', aldus woordvoerder Wever van Schiphol in Het Parool. Om alles een halt toe te roepen, beriep Schiphol zich onder meer op zijn merkrechten. Het gevolg hiervan was dat de Stadsschouwburg direct eieren voor zijn geld koos en zich bij de eisen van Schiphol neerlegde. Maar had Schiphol merkenrechtelijk eigenlijk wel gelijk?

Kleuren

De Luchthaven Schiphol heeft een aantal merken gedeponeerd in verband met deze slagzin. Naast het logo in de typerende kleuren geel en blauw (in de diverse vormen) is er voor de tas ook een merkregistratie verricht. Ook de woorden SEE BUY FLY kunnen - in verband met het ritme en de rijmklank van de slogan en het intensieve gebruik - gedeponeerd worden als slagzin. Schiphol zou in een procedure een beroep kunnen doen op deze merkrechten. Met de merkregistraties kan de luchthaven zich verzetten tegen het gebruik van identieke en vergelijkbare mer-



ken (in de vorm van logo's en slagzinnen) door een ander.

De Stadsschouwburg gebruikt de slagzin en het logo echter niet zo zeer als een merkteken maar meer als een grap, een parodie. Ook daar kan Schiphol zich tegen verzetten. Het gebruik van bijvoorbeeld het logo SEE BUY FLY (of een logo dat hierop lijkt) is onder meer niet toegestaan als Schiphol daardoor reputatieschade leidt. Hierop is echter weer wel een uitzondering: het mag namelijk wel als er een geldige reden voor is. En dat is dus precies de vraag, is humor c.q. een parodie een geldige reden?

Geen geldige reden

Humor moet soms kunnen, vindt de wetgever. Om die reden is in het auteursrecht - een bijzonder sterk recht in Nederland - de parodie een van de uitzonderingen waardoor een maker zich (soms) niet op zijn auteursrechten kan beroepen. Deze uitzondering is blijkbaar zo belangrijk dat er in de nieuwe auteurswet zelfs een artikel over is opgenomen. Echter in het merkenrecht bestaat deze regel - helaas - niet. Ook de Benelux rechtspraak heeft tot op heden de parodie nog

niet als geldige reden erkend.

Mocht je dus een parodie op een merk van een ander willen maken, kijk dan bijzonder goed uit. Bedenk of het wel noodzakelijk is dat je dat ene logo of die slagzin van de ander gebruikt of dat er een alternatieve route is. Als er geen noodzakelijke reden is om in het kader van een parodie gebruik te maken van juist dat ene merk, dan is een beroep op het recht van vrijheid van meningsuiting en de parodie tot op heden nog steeds een verloren zaak in het merkenrecht.

De noodzaak om ter promotie van het Grote Gala van het terrorisme een link te maken naar de slogan en het logo van de luchthaven Schiphol zie ik dit keer ook niet direct. Bakzeil halen is praktisch gezien dan ook de beste oplossing. Voor de toekomst blijft het uitkijken met humor in het merkenrecht tot het moment dat een rechter de parodie-exceptie wel voor het eerst zal willen erkennen als geldige reden.