BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM

DOORHALINGSBESLISSING

N° 3000079

van 28 juni 2021

Verzoeker:	**Beijing Xiaoju Technology Co., Ltd.** No. 2, North Section, 5F, Building 1, No. 9 Shangdi East Road, Beijing China
Gemachtigde:	**Arnold + Siedsma (Amsterdam)** Postbus 71720 1008 DE Amsterdam Nederland
	tegen
Verweerder:	**3D Fashion IP B.V.** Hazenkoog 4 1822 BS Alkmaar Nederland
Gemachtigde:	**Onel Trademarks** Leeuwenveldseweg 12 1382 LX Weesp Nederland
Bestreden merk:	**Benelux inschrijving 795776**

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 16 januari 2019 diende verzoeker overeenkomstig artikel 2.30bis, lid 1, sub a, van het Benelux-Verdrag inzake de Intellectuele Eigendom (hierna: "BVIE")[1] een vordering tot doorhaling in, op basis van de grond voor vervallenverklaring voorzien in artikel 2.27, lid 2 BVIE, namelijk dat er van het bestreden merk geen normaal gebruik is gemaakt overeenkomstig artikel 2.23bis BVIE.

2. De vordering tot doorhaling is gericht tegen Benelux-inschrijving 795776, door verweerder ingediend op 16 maart 2006 en ingeschreven op 20 maart 2006 voor waren in de klassen 14, 18 en 25 van het gecombineerde woord-/beeldmerk

3. De vordering is gericht tegen alle waren van het bestreden merk te weten:
   - Kl 14 Edele metalen en hun legeringen en producten hieruit vervaardigd of hiermee bedekt, voor zover niet begrepen in andere klassen; juwelierswaren; bijouterieën; edelstenen; uurwerken en tijdmeetinstrumenten.
   - Kl 18 Leder en kunstleder en hieruit vervaardigde producten, voor zover niet begrepen in andere klassen; dierenhuiden; reiskoffers en koffers; paraplu's, parasols en wandelstokken; zwepen en zadelmakerswaren.
   - Kl 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddeksels.

4. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

5. De vordering tot doorhaling is ontvankelijk en door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau" of "BBIE") ter kennis gebracht van partijen op 24 januari 2019. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. De procedure verliep conform de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). Aangezien de vordering uitsluitend vervallenverklaring wegens niet-gebruik betreft, is overeenkomstig regel 1.31, lid 2 UR eerst verweerder in de gelegenheid gesteld om schriftelijk te reageren door bewijzen van gebruik in te dienen dan wel te motiveren dat er een geldige reden voor niet-gebruik bestaat, waarna verzoeker en tenslotte weer verweerder om een reactie is verzocht. De administratieve fase is afgerond op 9 december 2019.

[1] In deze beslissing wordt steeds verwezen naar de op de datum van de beslissing van toepassing zijnde wet- en regelgeving, tenzij het gaat om bepalingen die gedurende de procedure een materiële en voor de beslissing relevante wijziging hebben ondergaan.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

A. Argumenten van verweerder

6. Verweerder stelt in eerste instantie dat het dominante element BLUE SISTA is. Hij meent dat de woorden onderscheidend zijn en het belangrijkste onderdeel van het merk vormen.

7. Volgens verweerder is DIDI een van de meest bekende modemerken in Nederland. Binnen het assortiment van DIDI is BLUE SISTA een submerk voor denimkleding. Aangezien BLUE SISTA door DIDI onlosmakelijk verbonden is aan het merk DIDI en meelift op de bekendheid van dit merk, is het relevant om in het bewijsmateriaal rekening te houden met de bekendheid van DIDI, aldus verweerder.

8. Als eerste dient verweerder een gebruiksonderzoek in. Hierin wordt volgens verweerder het gebruik van het merk BLUE SISTA bevestigd voor kleding, niet alleen in Nederland, maar ook in België, Duitsland en Polen. Bovendien volgt uit het onderzoek dat DIDI een bekend merk is in Nederland.

9. Verweerder dient materiaal in en concludeert dat dit aantoont dat het bestreden merk binnen de relevante periode normaal is gebruikt voor de betreffende waren. Bovendien maakt het bewijs van gebruik volgens verweerder voorts duidelijk dat DIDI een bekend merk is in Nederland. Dit heeft zijn weerslag op BLUE SISTA, dat meelift op de bekendheid van DIDI, aldus verweerder.

B. Reactie van verzoeker

10. Verzoeker stelt zich op de positie dat verweerder slechts voor een zeer beperkt deel van de warenlijst bewijs van gebruik heeft ingediend en dat verweerder zijn merk niet in de geregistreerde vorm heeft gebruikt.

11. Verweerder merkt verschillende malen op dat het merk een ´denim-merk´ is. Verzoeker is echter van oordeel dat de warenlijst veel breder is. Het bevreemdt verzoeker dan ook dat verweerder tot de conclusie komt dat er sprake is van rechtsgeldig gebruik voor alle producten en diensten terwijl hij zelf zegt dat het een submerk voor denimkleding is.

12. De stelling van verweerder over de het dominante van BLUE SISTA betwist verzoeker. De stilering heeft volgens hem een grote impact op het onderscheidend vermogen en de leesbaarheid van het merk en het gebruik van BLUE SISTA als woordmerk volstaat in zijn ogen niet. Verweerder toont nergens aan dat het merk is gebruikt in de vorm zoals geregistreerd of een die hierop lijkt.

13. Wat betreft de waren waarop het bewijsmateriaal betrekking heeft, betoogt verzoeker dat er enkel voor de juwelierswaren in klasse 14 en de kledingstukken en hoofddeksels in klasse 25 materiaal is ingediend, waarbij niet vaststaat dat er daadwerkelijk normaal gebruik heeft plaatsgevonden

14. Voor wat betreft de waren in klasse 14 merkt verzoeker op dat deze bestaat uit een vage term en het materiaal enkel gebruik laat zien voor verschillende kettingen en armbanden, ofwel ´juwelierswaren´. Het materiaal is volgens verzoeker echter zo beperkt dat op basis hiervan niet tot normaal gebruik kan worden geconcludeerd. Bovendien laten deze materialen uitsluitend gebruik in combinatie met het merk

DIDI zien en niet met het merk BLUE SISTA, hetgeen de verzoeker niet vreemd voorkomt aangezien dit een ´denim-merk´ is.

15. Ook de warenomschrijving in klasse 18 bevat een vage term, waardoor er volgens verzoeker per definitie geen normaal gebruik is voor deze waren. De verweerder heeft enkel materialen ingediend waarop DIDI handtassen te zien zijn. Deze waren worden echter niet gedekt door de klassetitel, aldus nog verzoeker. Er is dan ook geen sprake van normaal gebruik voor de waren in klasse 18, concludeert verzoeker.

16. Ten slotte, voor wat betreft klasse 25, betoogt verzoeker dat er enkel materiaal is ingediend voor kledingstukken en hoofddeksels en niet voor schoeisel. Ook voor hoofddeksels dient er echter vastgesteld te worden dat er geen normaal gebruik is aangetoond, aangezien deze producten enkel gebruik laten zien in combinatie met het merk DIDI en niet met BLUE SISTA. Bovendien meent verzoeker dat er ook voor kleding geen sprake is van normaal gebruik, omdat het materiaal geen gebruik van het merk in haar gestileerde geregistreerde vorm laat zien.

17. Verzoeker concludeert dat verweerder geen normaal gebruik heeft aangetoond van het merk. Hij verzoekt het Bureau derhalve om de doorhalingsactie volledig toe te wijzen.

C. Laatste reactie van verweerder

18. Verweerder is van mening dat het niet relevant is hoe hij zelf het merk omschrijft. Onder verwijzing naar een nog niet eerder ingediende schermafbeelding van Marktplaats gedateerd 30 oktober 2019 stelt hij dat er niet alleen producten van denim onder dit sub-merk worden aangeboden.

19. Inzake de onderscheidende elementen van het merk, herhaalt verweerder dat BLUE SISTA het dominante element is. Hij verwijst naar een paar voorbeelden van Markplaats van augustus en oktober 2019 waarin gebruik wordt gemaakt van BLUE SISTA als het onderscheidingsteken. BY DIDI speelt volgens verweerder slechts een geringe rol, niet alleen door de grootte, maar ook inhoudelijk. Het geeft alleen aan dat het om een sub-lijn van Didi gaat. Hij onderbouwt dit met wat voorbeelden van producten. Het lettertype is volgens verweerder vrij algemeen en draagt niet veel bij aan het onderscheidend vermogen. Hij verwijst hiervoor naar de gemeenschappelijke communicatie CP3[2]. Verder betwist verweerder nog de stelling van verzoeker dat het merk door het lettertype moeilijk leesbaar zou zijn. Voor zover het relevante publiek het merk niet direct als BLUE SISTA begrijpt zal het dit wel zo percipiëren omdat elk ander word niet logisch is. Aangezien BLUE SISTA volgens verweerder het dominante deel van het merk is, is het gebruik van het woord afdoende voor rechtsgeldig gebruik. Het beeldmerk dat wordt gebruikt, is bovendien nagenoeg gelijk aan het geregistreerde merk, zo meent verweerder. Hij verwijst ter onderbouwing naar rechtspraak en een oppositiebeslissing van EUIPO en bestrijdt de toepasselijkheid van de rechtspraak waarnaar verzoeker heeft verwezen.

20. Verweerder stelt dat verzoeker de conclusie van het gebruiksonderzoek verkeerd weergeeft. Het onderzoek stelt dat BLUE SISTA BY DIDI is gebruikt. Er staat echter niet in dat het geregistreerde merk BLUE SISTA niet is aangetroffen.

[2] https://www.boip.int/nl/document/gemeenschappelijke-communicatie-cp3

21. Verweerder herhaalt dat hij meent dat gebruik van het woordmerk BLUE SISTA BY DIDI, in al dan niet gestileerde vorm, of BLUE SISTA, afdoende is. Ook gaat hij nog in op een aantal individuele argumenten van verzoeker inzake de omzet, de verzending van de brochures, enz.

22. Tevens betoogt verweerder dat verzoeker (bewust) niet naar het grotere plaatje kijkt. BLUE SISTA is een bekend submerk van verweerder en wordt voor uiteenlopende denim-producten gebruikt. Op basis van dit bewijs van gebruik is volgens verweerder gebruik bevestigd voor: edelstenen, edelmetalen en sieraden (klasse 14), aangezien de producten in de brochures en afbeelding sieraden zijn en gemaakt zijn van edelstenen en edelmetalen. Lederen producten en reistassen (klasse 18) en alle waren in klasse 25.

23. Op grond van het bovenstaande concludeert verweerder dat, ondanks het licht afwijkende gebruik in bepaalde stukken, er sprake is van rechtsgeldig gebruik voor alle producten.

III. BESLISSING

A. Juridisch kader

24. Overeenkomstig artikel 2.30bis, lid 1, sub a BVIE kan een vordering tot vervallenverklaring worden ingesteld bij het Bureau op grond van (onder meer) artikel 2.27, lid 2 BVIE. Het is in dat geval aan verweerder om aan te tonen dat hij zijn merk overeenkomstig artikel 2.23bis BVIE in de vijf jaar voorafgaand aan het instellen van de vordering in het Benelux-gebied normaal heeft gebruikt of dat er een geldige reden is voor niet-gebruik.

25. De vordering tot doorhaling is ingediend op 16 januari 2019. De periode die in aanmerking moet worden genomen – de relevante periode – loopt dus van 16 januari 2014 tot 16 januari 2019.

26. Overeenkomstig regel 1.41 jo 1.25 UR dienen de bewijzen van gebruik aanwijzingen te bevatten over de plaats, duur, omvang en wijze van het gebruik dat is gemaakt van het betwiste merk voor de waren of diensten waarvoor het is ingeschreven en waartegen de vordering is gericht.

27. Van een merk wordt normaal gebruik gemaakt wanneer het, overeenkomstig zijn wezenlijke functie, te weten het waarborgen van de identiteit van de oorsprong van de waren of diensten waarvoor het is ingeschreven, wordt gebruikt teneinde voor die waren of diensten een afzet te vinden of te behouden, met uitsluiting van symbolisch gebruik dat er alleen toe strekt, de aan het merk verbonden rechten te behouden (zie HvJEU, Ansul, C-40/01, 11 maart 2003, ECLI:EU:C:2003:145). In dit verband betekent het vereiste van normaal gebruik van het merk, dat dit merk, zoals het op het relevante grondgebied wordt beschermd, publiek en naar buiten toe wordt gebruikt (zie tevens Gerecht van de EU (hierna: "GEU" of "Gerecht"), Silk Cocoon, T-174/01, 12 maart 2003, ECLI:EU:T:2003:68, punt 39; GEU, Vitafruit, T-203/02, 8 juli 2004, ECLI:EU:T:2005:346, punt 39; GEU, Charlott, T-169/06, 8 november 2007, ECLI:EU:T:2007:337, punt 34).

28. Het Gerecht heeft gepreciseerd dat het gebruik van het oudere merk niet altijd kwantitatief omvangrijk hoeft te zijn om als normaal te kunnen worden beschouwd (GEU, Hipoviton, T-334/01, 8 juli 2004, ECLI:EU:T:2004:223; Sonia Sonia Rykiel, T-131/06, 30 april 2008, ECLI:EU:T:2008:135). Het begrip normaal gebruik beoogt niet het commerciële succes te beoordelen of de handelsstrategie van een

onderneming te controleren, noch de merkenbescherming te beperken tot de gevallen waarin er sprake is van een kwantitatief aanzienlijk commercieel gebruik van het merk (GEU, Vitafruit, reeds aangehaald).

29. Het Gerecht stelt nadrukkelijk dat het normale gebruik van een merk niet op basis van waarschijnlijkheden of vermoedens kan worden aangenomen, doch moet worden aangetoond aan de hand van concrete en objectieve gegevens die een daadwerkelijk en afdoend gebruik van het merk op de betrokken markt bewijzen (GEU, Hiwatt, T-39/01, 12 december 2002, ECLI:EU:T:2002:316; Vitakraft, T-356/02, 6 oktober 2004, ECLI:EU:T:2004:292; Sonia Sonia Rykiel, reeds aangehaald).

B. Beoordeling van de ingediende gebruiksbewijzen

30. Verweerder dient om gebruik van zijn merk te bewijzen de volgende stukken in:

1. onderzoeksrapport van 17 december 2018 door Marco van der Wal;
2. facturen Nederland van 2015 t.e.m. 2018;
3. facturen België van 2017 en 2018;
4. DIDIMemberclub overzicht leden in België, Nederland en totaal;
5. uittreksels van brochure/magazine;
6. e-mail newsletters;
7. jaarrekeningen 2015, 2016 en 2017;
8. marktonderzoek GfK, januari 2016;
9. billboard campagne in Nederland, 2017;
10. foto's van (korte) broeken en voorbeelden van labelling 2016;
11. stylebook lente 2015, transitie 2016, herfst/winter 2016, winter 2017 en zomer 2018;
12. schermafdrukken websites Nederland;
13. social media.

31. Het door verweerder onder 1 ingediende onderzoeksrapport bevat op pagina 4 een opsomming van de onderzochte merken. Het bestreden merk komt hier niet op voor. Wel wordt er in de samenvatting aangegeven dat tijdens het onderzoek onder andere het gelijkend merk BLUE SISTA BY DIDI (jeans label) in Nederland werd aangetroffen[3]. De enige ondersteunende referentie is een omschrijving op een website van een winkelcentrum in Arnhem waarin wordt gezegd: `*DIDI biedt voor volwassenen de lijnen DIDI Casual, DIDI dressed en het jeans label Blue Sista bij DIDI*´ (pagina 45 van het rapport).

32. De ingediende facturen zijn afkomstig van DIDI FASHION B.V. en vermelden een rood logo met in witte letters DIDI pretty different:

Voor Nederland in de periode 2015-2018 worden er 10 facturen ingediend voor een 20-tal relevante producten onder andere jumpsuites, jasjes, blouses, rokken, jurken en broeken, jeans van denim/spijkerstof of met denimlook. Voor België worden 5 facturen ingediend, voor dezelfde type waren.

[3] letterlijke tekst in het Engels: `*Apart from the registered trademarks, we also came across the following similar trademarks in the Netherlands: […] - BLUE SISTA BY DIDI (jeans label) […]*´

Bij de producten in kwestie wordt geen merknaam vermeld, enkel een omschrijving en productcode. Verweerder voegt echter ook stylebooks/catalogi waarin deze producten terug te vinden zijn onder het programma ´Blue Sista´. De eventuele terugzending van een product, zoals blijkt uit sommige besteloverzichten, doet naar oordeel van het Bureau niet af aan de gebruiksintentie van verweerder.

33. De overzichten van leden bevatten nergens het merk in kwestie. De drukproef van het magazine van augustus 2016 bevat een pagina gewijd aan de denimlijn Blue Sista. Naast een aantal afbeeldingen van producten, zoals jeansbroeken, een jasje, een rok en een tas van jeans, alsook een sweater wordt er ook een logo weergegeven:

In een ander uittreksel van een brochure (drukproef), waarvan de datum niet kan worden vastgesteld, wordt er verspreid over een aantal pagina´s aandacht besteed aan de Blue Sista-lijn. Zo bevat dit foto´s en tekst over skinny fit jeansbroeken, naast foto´s van andere jeansbroeken en producten in denimkleuren, zoals een jurk, singlet en top. Ook wordt er een ketting getoond.

34. Verweerder dient ook nog elektronische nieuwsbrieven in en statistieken hieromtrent. Deze nieuwsbrieven vermelden wederom het rode DIDI logo en een nieuwsbrief uit 2016 eveneens het BLUE SISTA-logo zoals hiervoor weergegeven. Deze nieuwsbrieven bevatten Blue Sista als woordelement en verwijzen naar een denimlijn met afbeelding van voornamelijk jeansbroeken en ook nog jassen, blouses. Ook dient verweerder een aantal andere nieuwsbrieven in waarbij hij het afgebeelde product, zonder enige vermelding van BLUE SISTA of een logo, tracht te koppelen aan Blue Sista-producten uit een stylebook/catalogus.

35. De geconsolideerde jaarrekeningen van verweerder laten voor de jaren 2015, 2016 en 2017 de omzet van de vennootschap (met 9 geconsolideerde dochters) 3D Fashion B.V. zien. Een vennootschap die volgens het onderzoeksrapport dat als eerste stuk werd ingediend als activiteit heeft: *leasing of intellectual property and similar products, except copywrited works*. Het is dus onduidelijk in hoeverre deze bedragen eenduidig te linken zijn aan de producten onder het gecombineerde woord-/beeldmerk in kwestie.

36. Het onderzoek van GfK focust zich op het merk DIDI en damesbovenmode, maar bevat geen verwijzing naar enige verschijningsvorm van BLUE SISTA, laat staan het merk in kwestie.

37. De 2 facturen van de billboardcampagnes uit 2017 vermelden als adverteerder Didi Fashion B.V. en als campagne Didi. De foto’s van billboards tonen reclame-uitingen met daarop het rode DIDI logo vergezeld van een dame met een jas en de tekst "30% korting". Ook deze stukken bevatten dus geen elementen die te herleiden zijn naar het merk in kwestie.

38. Verder dient verweerder ook nog 7 foto’s in van losse productafbeeldingen van verschillende types jeansbroeken. Deze broeken bevatten op het label in de band van de broek (en soms ook op de knoop) de gestileerde weergave van `blue sista´, in combinatie met andere elementen waaronder DIDI:

Deze afbeeldingen zijn echter niet gedateerd en bevatten verder geen link met de andere stukken.

39. Daarnaast dient verweerder ook nog voorbeelden van BLUE SISTA labelling 2016 in, zoals patronen voor voeringen, zoals:

40. Verweerder dient ook een aantal in DIDI stylebooks in (lente 2015, transitie 2016, herfst/winter 2016, winter 2017 en zomer 2018). Hierin worden de woorden `Blue Sista´ gebruikt bij het programma waartoe bepaalde producten behoren. Het gaat om dezelfde soort afbeeldingen als degene die werden gebruikt ter ondersteuning van de facturen. De producten die worden afgebeeld zijn onder andere jeansbroeken, denim jurken, denim look broeken, denim jasjes en rokken.

41. Voorts, dient verweerder ook nog drie niet gedateerde afdrukken van zijn website in waarop de woorden Blue Sista voorkomen in relatie tot de verkoop van jeansbroeken en een denim-collectie. Verder worden ook afdrukken van de website via de WaybackMachine ingediend en afdrukken van social mediakanalen. Op deze afdrukken is te zien dat er een website en social mediakanalen bestonden. Op deze afdrukken wordt Blue Sista als woord wederom gebruikt ter aanduiding van de denim-collectie van DIDI. Op een Facebook®-aankondiging staat in het gestileerde handschrift, zoals dat ook voorkwam in op afbeeldingen van labels, `blue sista´. Deze afbeelding gaat gepaard met een uitnodiging voor een Blue Sista-denim avond in de DIDI winkels op 23 en 24 maart 2017. Verder zijn er ook nog 2 posts op hetzelfde social media platform van augustus en september 2018 in verband met aanbieding op de Blue Sista denim-collectie.

42. Allereerst dient opgemerkt dat - zoals uit de bespreking hierboven blijkt - er uit de stukken geen gebruik blijkt van het gecombineerde woord-/beeldmerk zoals ingeschreven. Bijgevolg dient te worden onderzocht of deze variaties afbreuk kunnen doen aan het onderscheidend vermogen van dit merk waarvoor normaal gebruik dient te worden aangetoond.

43. Dienaangaande zij erop gewezen dat de beoordeling van het onderscheidend vermogen of het dominerende karakter van een of meer bestanddelen van een samengesteld merk moet plaatsvinden op basis van de intrinsieke kwaliteiten van elk van deze bestanddelen en van de relatieve positie van de verschillende bestanddelen binnen de schikking van het merk[4].

[4] GEU, Online Bus, 24 november 2005, T-135/04, EU:T:2005:419.

44. Het ingeschreven merk bestaat uit de elementen "BLUE SISTA" en "by DIDI", waarbij het eerste element schuin en in een groot handgeschreven lettertype wordt weergegeven en "by DIDI" klein in een banaler lettertype onder de slotletter van het eerdere element staat:

45. Visueel is het onderscheidend element "BLUE SISTA" dominant. Echter, ook het andere element is onderscheidend en hoewel het zich op een ondergeschikte positie bevindt draagt het eveneens bij aan het onderscheidend vermogen van het ingeschreven merk. Ondanks het geringere formaat en de positie van dit tweede element, zal dit element niet door de consument worden genegeerd en zorgt de weglating ervan voor een wijziging van het onderscheidend vermogen van het merk. Het materiaal waar er alleen sprake is van de woordelementen "BLUE SISTA", zonder de toevoeging van "by DIDI" of "DIDI" kunnen derhalve niet dienen als bewijsmateriaal voor normaal gebruik van het ingeschreven merk. De stukken waarop de combinatie voorkomt, hoewel anders gestileerd, doen geen afbreuk aan het onderscheidend vermogen. Immers blijft het idee van een handschrift in de gestileerde weergaves overeind en is het gebruik van een stilering in de vorm van een handschrift niet dermate onderscheidend.

46. Het geheel van stukken met daarop de combinatie van de woordelementen in een gestileerde vorm is erg beperkt en toont niet met zekerheid aan dat er producten met dit logo ook daadwerkelijk op de markt zijn gebracht en naar buiten toe zijn gebruikt. De productafbeeldingen en brochure zijn immers niet gedateerd, en de nieuwsbrief uit 2016 waarop een variant van een logo staat, toont dit niet op producten.

47. Op grond van het voorgaande is het Bureau van oordeel dat op basis van de overgelegde stukken niet kan worden geconcludeerd dat het betwiste merk normaal is gebruikt voor de waren waartegen de vervalactie gericht is en waarvoor het merk is geregistreerd.

C. Conclusie

48. Verweerder heeft niet aangetoond dat hij het betwiste merk in de vijf jaar voorafgaand aan het instellen van de vordering in het Benelux-gebied normaal heeft gebruikt voor alle waren of dat er voor deze waren een geldige reden is voor niet-gebruik.

IV. BESLUIT

49. De vordering tot vervallenverklaring met nummer 3000079 wordt toegewezen.

50. De Benelux merkinschrijving met nummer 795776 wordt doorgehaald.

51. De verweerder is 1.420 euro verschuldigd aan verzoeker op grond van artikel 2.30ter, lid 5 BVIE juncto regel 1.44, lid 2 UR, aangezien de doorhalingsvordering geheel wordt toegewezen. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.30ter, lid 5 BVIE.

Den Haag, 28 juni 2021

Diter Wuytens *(rapporteur)*	Camille Janssen	Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Diter Wuytens