



**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
van 26 maart 2009  
N° 2001027

**Opposant:** **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**  
CH-1800 VEVEY  
Zwitserland

**Gemachtigde:** **Florence Verhoestraete en Tanguy de Haan**  
Chaussée de la Hulpe 177 bus 6  
1170 Brussel  
België

**Merken:**

**Ingeroepen recht 1:** KNACKI (Internationale inschrijving 365198)

**Ingeroepen recht 2:** KNACKI (Internationale inschrijving 383625)

**Ingeroepen recht 3:** KNACKI (Internationale inschrijving 520616)

**Ingeroepen recht 4:**  (Internationale inschrijving 643579)

*tegen*

**Verweerder:** **Van Rijsingen Diepvries Distributiecentrum B.V.**  
Korendijk 11  
5704 RD Helmond  
Nederland

**Gemachtigde:** **Joep Mens Trademark Company B.V.**  
Antonlaan 560  
3707 KD Zeist  
Nederland

**Betwiste merk:** KNAKKER (Benelux depot 1121258)

## I. FEITEN EN PROCEDURE

### A. Feiten

1. Op 18 oktober 2006 heeft verweerder voor waren in de klasse 29 een Benelux merkaanvraag verricht van het woordmerk KNAKKER. Deze merkaanvraag is onder nummer 1121258 in behandeling genomen en werd op 13 november 2006 gepubliceerd.

2. Op 10 januari 2007 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere internationale merken:

- internationale inschrijving 365198, KNACKI, ingediend op 24 januari 1970 voor waren in de klasse 29;
- internationale inschrijving 383625, KNACKI, ingediend op 24 november 1971 voor waren in de klasse 29;
- internationale inschrijving 520616, KNACKI, ingediend op 25 januari 1988 voor waren in de klassen 29 en 30;
- internationale inschrijving 643579, , ingediend op 21 september 1995 voor waren in de klassen 29 en 30.

3. Opposant is houder van de eerdere ingeroepen rechten, zoals blijkt uit het register.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van het bestreden teken en gebaseerd op alle waren van de ingeroepen rechten.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna "BVIE").

6. De proceduretaal is het Nederlands.

### B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk. Op 22 januari 2007 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie aan partijen.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 23 maart 2007. Het Bureau heeft op 27 maart 2007 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij de opposant een termijn kreeg tot en met 27 mei 2007 om zijn argumenten en eventuele stukken in te dienen.

9. Op 11 mei 2007 heeft de opposant argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Aangezien geen identieke kleurenexemplaren werden ingediend, heeft het Bureau op 25 mei 2007 een regularisatieverzoek verzonden aan de opposant, waarin deze een termijn kreeg tot en met 25 juli 2007

om een tweede identiek exemplaar in te dienen. Op 4 juni 2007 gaf opposant aan niet meer te beschikken over een kleurenexemplaar van het stuk in kwestie en verstuurd hij het nogmaals in zwart-wit. De argumenten en identieke zwart-wit stukken zijn op 19 juli 2007 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 19 september 2007 is gegeven om hierop te reageren.

10. Op 23 augustus 2007 heeft verweerder om bewijzen van gebruik gevraagd. Het Bureau heeft dit verzoek aan opposant overgemaakt op 30 augustus 2007, waarbij deze laatste een termijn kreeg tot en met 30 oktober 2007 om de gevraagde gebruiksbewijzen in te dienen.

11. Opposant deelde op 17 september 2007 mee dat de gebruiksbewijzen reeds ten tijde van het indienen van de argumenten werden ingediend en verweerder dus geen stukken meer kon vragen en dus zijn termijn om te reageren om de argumenten van stukken van opposant afliep op 19 september 2007.

12. Het Bureau stuurde deze mededeling door en reageerde ten aanzien van opposant op 21 november 2007. Verweerder kreeg hierbij de mogelijkheid om op de argumenten en de gebruiksbewijzen te reageren tot en met 21 januari 2008.

13. Verweerder heeft op 21 januari 2008 gereageerd op de argumenten en gebruiksbewijzen van opposant. Deze reactie werd aan opposant medegedeeld op 24 januari 2008.

14. De opmerkingen van beide partijen zijn ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

15. Het Bureau is van mening dat het over voldoende gegevens beschikt om over de oppositie te kunnen beslissen.

## **II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN**

16. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a BVIE een oppositie bij het Bureau in, overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.3, sub b BVIE: verwarringsgevaar omwille van de overeenstemming van de betrokken tekens en van de (soort)gelijkheid van de waren of diensten van de merken in kwestie.

### **A. Argumenten van opposant**

17. Opposant stelt dat de waren van merk en teken zich richten naar het grote publiek.

18. Verder is hij van oordeel dat de waren van het betwiste teken identiek zijn aan deze van de ingeroepen rechten.

19. Met betrekking tot de tekens stelt opposant dat de ingeroepen rechten en het betwiste teken visueel overeenstemmend zijn. Zij bestaan telkens uit één woord van bijna identieke lengte en de eerste drie letters komen in identieke volgorde voor. De vierde en de vijfde letter stemmen overeen.

20. Auditief zijn merk en teken zeer overeenstemmend, aldus opposant. Zij bestaan elk uit twee lettergrepen, waarbij de uitspraak van de eerste lettergreep identiek is. De klemtoon van beide tekens valt op

deze eerste lettergreep. Het auditieve verschil is volgens opposant onbeduidend en weegt niet op tegen de eerste en identieke lettergreep.

21. Begripsmatig hebben noch de merken, noch het teken een betekenis. Voor het Nederlandstalige publiek zal deze misschien doen denken aan de term "knakworst", met als oorsprong Duitsland ("Knackwurst"), wat de globale overeenstemming volgens opposant nog vergroot.

22. Het oudere merk "KNACKI" geniet een sterke reputatie en grote bekendheid voor de waren waarvoor het is ingeschreven. KNACKI is noch gebruikelijk, noch gewoonlijk, noch beschrijvend, aldus opposant. Het wordt sinds decennia intensief gebruikt en de producten zijn verkrijgbaar in honderden verkooppunten over de hele Benelux. Bovendien zijn er aanzienlijke reclame-investeringen over de jaren gebeurd. Dit alles vergroot de bekendheid en de reputatie van het ingeroepen merk, concludeert opposant.

23. KNACKI is volgens opposant dan ook een sterk merk met een ruime beschermingsomvang. Een zeer overeenstemmend teken voor identieke waren sticht verwarringsgevaar en bijgevolg meent opposant dat de oppositie gegrond is, de inschrijving geweigerd moet worden en de verweerder in de kosten verwezen dient te worden.

#### **B. Reactie van verweerder**

24. Verweerder had in eerste instantie verzocht om gebruiksbewijzen. Met betrekking tot het door opposant ingediende gebruiksmateriaal stelt verweerder dat dit aantoont dat het merk KNACKI door de wederpartij gebruikt is. Evenwel toont dit volgens verweerder niet de geclaimde sterke onderscheidingskracht aan.

25. Aangezien zowel merk als teken ingediend zijn voor vlees en vleesproducten in klasse 29 kan er volgens verweerder gesteld worden dat er sprake is van identieke of soortgelijke waren.

26. Voor wat de tekens betreft, stelt verweerder dat "knackworst" en "knakworst" soortnamen zijn voor de betreffende vleesproducten. Meer dan de helft van de letters in merk en teken bestaan dus uit de beschrijvende woorden knak of knack. Als men deze weglaat blijven nog slechts enkele totaal afwijkende letters over. Verder worden de volledig generieke termen anders geschreven waardoor deze in visueel opzicht toch nog afwijken. De visuele totaalindruk is dan ook volgens verweerder niet overeenstemmend.

27. Bij de auditieve vergelijking gaat hetzelfde op, meent verweerder. Er wordt volgens hem door opposant ten onrechte een beroep gedaan op het volledig beschrijvende generieke bestanddeel knak of knack.

28. Er zijn geen elementen aanwezig in de merken die een begripsmatige aanduiding zouden moeten betreffen, aldus verweerder. Door de stelling dat ze mogelijk verwijzen naar Knakworst of Knackworst geeft opposant, volgens verweerder, aan dat beide bestanddelen zodanig dicht tegen deze term zitten, dat de beide merknamen daardoor zeer beperkt onderscheidend zijn.

29. Verweerder stelt dat men van het volledig beschrijvende woord knak of knack diverse variaties tegenkomt en voegt hiertoe enkele voorbeelden bij. Hij is dan ook van mening dat opposant ten onrechte het alleenrecht tracht te krijgen op deze variaties.

30. Zowel merk als teken zijn naar oordeel van verweerder onderscheidende merken. Ze zitten echter dermate dicht tegen de algemene aanduiding knak of knack aan dat gesteld kan worden dat de beschermingsomvang van de merken zich beperkt tot identieke of nagenoeg identieke merken.

31. Verweerder concludeert dat de oppositie dient te worden afgewezen en verzoekt om inschrijving van het betwiste depot.

### **III. BESLISSING**

#### **A. Gebruiksbewijzen**

32. Op grond van regel 1.29, lid 4 van het Uitvoeringsreglement kan de verweerder "zijn aanvraag om bewijzen van gebruik in te dienen intrekken dan wel de verstrekte bewijzen als voldoende beschouwen". Verweerder bevestigt in zijn reactie op de bewijzen van gebruik dat deze het gebruik van het merk KNACKI aantonen (zie supra, 24). Daarmee is het normale gebruik van de ingeroepen rechten *in confesso*. Het Bureau zal het bewijsmateriaal derhalve niet beoordelen.

#### **B. Verwarringsgevaar**

33. Conform artikel 2.14, lid 1 BVIE kan opposant, als houder van oudere merken, oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b BVIE.

34. Artikel 2.3, sub a en b BVIE bepaalt: *"Bij de beoordeling van de rangorde van het depot wordt rekening gehouden met de op het tijdstip van het depot bestaande en ten tijde van het geding gehandhaafde rechten op: a. gelijke, voor dezelfde waren of diensten gedeponeerde merken; b. gelijke of overeenstemmende, voor dezelfde of soortgelijke waren of diensten gedeponeerde merken, indien bij het publiek verwarring, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk, kan ontstaan"*.

35. Volgens vaste rechtspraak van het HvJEG over de uitlegging van richtlijn 89/104/EEG van de Raad van 21 december 1988 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (hierna: "de Richtlijn") is er sprake van verwarringsgevaar wanneer het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn (arresten HvJEG, Canon, C-39/97, 29 september 1998; Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999; zie ook o.a. BenGH, A 98/3, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, 2 oktober 2000; BenGH, A 98/5, Marca Mode/Adidas, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, C02/133HR, Flügel-flesje, 14 november 2003; Hof van Beroep Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

**Vergelijking van de waren en diensten**

36. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren of diensten kenmerken. Dat zijn onder meer hun aard, bestemming en gebruik, maar ook het concurrerend dan wel complementair karakter ervan (HvJEG, arrest Canon, reeds geciteerd).

37. Bij vergelijking van de waren van de ingeroepen rechten en de waren waartegen de oppositie is gericht, worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 29 Viandes, conserves de viandes. <i>(IR 365198 en 383625)</i>  KI 29 Produits de viande, conserves de viande et de charcuterie, gelées de viande, bouillons de viande, conserves mixtes de viande et de légumes, extraits de viande, soupes et préparations pour soupes, sauces à salade. <i>(IR 520616 en 643579)</i>	KI 29 Vlees; vleessnacks; vleessnacks met een krokant deeglaagje.
KI 30 Pâtes, produits de meunerie de céréales (à l'exception des fourrages), sauces, produits pour aromatiser ou assaisonner les aliments. <i>(IR 520616 en IR 643579)</i>	

38. De waar "vlees" komt *expressis verbis* voor in de warenlijst van zowel merk als teken en is derhalve identiek.

39. De waren "vleessnacks; vleessnacks met een krokant deeglaagje" zijn verder identiek aan de ruimere waar "*produits de viande*" (in het Nederlands "vleesproducten"), die deze vleessnacks omvat.

40. Het Bureau is van oordeel dat de waren identiek zijn.

**Vergelijking van de tekens**

41. Uit de bewoordingen van artikel 4, lid 1, sub b van de richtlijn (vergelijk artikel 2.3, sub b BVIE), volgens dewelke "bij het publiek verwarring kan ontstaan, inhoudende de mogelijkheid van associatie met het oudere merk", volgt dat de indruk die bij de gemiddelde consument van de betrokken soort waren of diensten achterblijft, een beslissende rol speelt in de globale beoordeling van het verwarringsgevaar. De gemiddelde consument neemt een merk gewoonlijk als een geheel waar en let niet op de verschillende details ervan (HvJEG, Sabel, C-251/95, 11 november 1997).

42. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis van de tekens betreft te berusten op de totaalindruk die door de merken wordt opgeroepen, daarbij onder meer rekening houdend met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arrest Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald).

43. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of eerdere bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEG, Limonchello, C-334/05 P, 12 juni 2007). Bij de beoordeling of een of meer bestanddelen van een samengesteld merk domineren, moet met name met de intrinsieke eigenschappen van elk van die bestanddelen rekening worden gehouden door deze te vergelijken met de eigenschappen van de andere bestanddelen. Bovendien kan eventueel worden gezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (GEA, Matratzen, T-6/01, 23 oktober 2002 en El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 december 2007).

44. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
<b>KNACKI</b>	<b>KNAKKER</b>
	

#### *Begripsmatige vergelijking*

45. In tegenstelling tot hetgeen partijen poneren, hebben zowel merk als teken een betekenis. In het Nederlands betekent het bestreden teken KNAKKER een “kerel, snuiter, vent”<sup>1</sup>. Het ingeroepen recht is het Duitse woord voor “bajesklant”<sup>2</sup>.

46. Het eerste deel van beide tekens (“knack” en “knak”) verwijst, zoals verweerder stelt, naar het Duitse, respectievelijk Nederlandse woord knakworst. Daarenboven zal de betekenis van het teken door de consument in het Nederlandse taalgebied van de Benelux en dan voornamelijk Nederland begrepen worden.

47. Merk en teken hebben beide een weinig onderscheidende begripsmatig gelijke prefix. Bovendien heeft het bestreden teken een betekenis voor een deel van het in aanmerking komend Benelux publiek.

#### *Visuele vergelijking*

48. De eerste drie ingeroepen rechten zijn zuivere woordmerken, bestaande uit het enkele woord KNACKI. Het vierde en laatste ingeroepen recht is een gecombineerd woord/beeldmerk waarbij het wordelement KNACKI in zwarte letters geschreven is met een gouden rand. De beide letters K zijn groter

<sup>1</sup> Van Dale Groot Woordenboek van de Nederlandse Taal, 14<sup>de</sup> editie

<sup>2</sup> Van Dale Groot Woordenboek Duits-Nederlands, tweede druk

geschreven dan de andere letters. Het woordelement bevindt zich in een rechthoek waarvan de onderste zijde gegolfd is.

49. Het bestreden teken is een zuiver woordmerk, bestaande uit het enkele woord KNAKKER.

50. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het woordelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Reden hiervoor is dat het publiek de tekens niet steeds analyseert en vaak naar het teken verwijst door gebruik te maken van het woordelement. Dit is in casu niet anders. Het beeldelement van het vierde ingeroepen recht bestaat immers enkel uit het gebruik van een mooi lettertype en een omkadering. Deze elementen zullen door het publiek louter als versiering worden opgevat en niet in het geheugen blijven.

51. In beginsel zal de consument meer belang hechten aan het eerste deel van een merk (zie in die zin GEA, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004). De eerste drie letters van merk en teken zijn identiek. Evenwel dient hierbij herinnerd te worden aan hetgeen reeds bij het begripsmatige aan bod kwam, namelijk dat het eerste deel van zowel merk als teken voor het in aanmerking komend publiek een duidelijke en rechtstreekse verwijzing inhoudt naar het Duitse en Nederlandse woord voor knakworst. Aangezien dit element weinig onderscheidend is voor de aangeduide waren, zal de aandacht van het publiek gaan naar de verschillen op het einde van de tekens.

52. Het Bureau is van oordeel dat de totaalindruk van de tekens visueel in beperkte mate overeenstemt.

#### *Auditieve vergelijking*

53. Zowel de ingeroepen rechten als het bestreden teken bestaan uit een woord met twee lettergrepen.

54. Het ingeroepen recht wordt als ['knaki] uitgesproken, terwijl het bestreden teken als ['knakkə(r)] wordt uitgesproken. De beginklank van beide tekens is identiek. Dit is evenwel het element met het beperkte onderscheidend vermogen, waardoor de verschillen op het einde van de tekens het relevante publiek toch zullen opvallen. De slotklank van het ingeroepen recht is open, terwijl dit bij het verwerende teken gesloten is.

55. Op auditief vlak is het Bureau van oordeel dat er sprake is van een beperkte mate van overeenstemming.

#### *Conclusie*

56. De tekens stemmen op visueel en auditief vlak in beperkte mate overeen. Het eerste gedeelte van merk en teken is weinig onderscheidend. Beide tekens hebben een betekenis waarvan minstens de betekenis van het bestreden teken door een deel van het relevante publiek begrepen zal worden.

### **C. Overige relevante factoren**

57. Het standpunt van opposant inzake de onmogelijkheid om bewijzen van gebruik te vragen, aangezien deze reeds werden ingediend bij de argumenten (zie supra, 11) kan niet worden bijgetreden. Regel 1.17 van het Uitvoeringsreglement bepaalt immers uitdrukkelijk het verloop van de oppositieprocedure.

De eventuele indiening van stukken ten tijde van de argumentatie ontnemt niet de mogelijkheid aan verweerder om gebruiksbewijzen te vragen indien hij dit noodzakelijk acht. Opposant kan dan volstaan – indien hij van mening is dat er reeds voldoende bewijzen werden ingediend – met een verwijzing naar de reeds ingediende stukken, hetgeen in casu ook is gebeurd.

58. Bij de beoordeling van het gevaar voor verwarring spelen met name de aandacht van het publiek, de (soort-)gelijkheid van de waren en diensten en de overeenstemming van de tekens een rol.

59. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). Er dient rekening mee te worden gehouden, dat de gemiddelde consument slechts zelden de mogelijkheid heeft verschillende merken rechtstreeks met elkaar te vergelijken, doch aanhaakt bij het onvolmaakte beeld dat bij hem is achtergebleven. Ook dient er rekening mee te worden gehouden, dat het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). De voedingswaren in kwestie richten zich tot een heel ruim publiek. Voor de waren in klasse 29 geldt dat het waren zijn die op regelmatige basis door het Benelux publiek worden gekocht en tevens relatief goedkoop zijn. Het aandachtsniveau zal in casu dan ook normaal, of zelfs beperkt zijn.

60. De globale beoordeling van het gevaar voor verwarring veronderstelt een zekere onderlinge samenhang tussen de in aanmerking te nemen factoren, met name tussen de overeenstemming van de merken en de soortgelijkheid van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van soortgelijkheid van de betrokken waren of diensten worden gecompenseerd door een hoge mate van overeenstemming tussen de merken, en omgekeerd (arresten Canon en Lloyd, reeds geciteerd).

61. Het verwarringsgevaar is des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, hetzij wegens hun bekendheid op de markt, een sterke onderscheidingskracht hebben, genieten dus een ruimere bescherming dan merken met een geringe onderscheidingskracht (zie HvJEG, arresten Canon, Sabel en Lloyd, reeds geciteerd).

62. Volgens de rechtspraak is een ouder merk bekend, indien het bekend is bij een aanzienlijk deel van het publiek waarvoor de onder dat merk aangeboden waren of diensten bestemd zijn, dat wil zeggen – naargelang van de aangeboden waar of dienst – bij het grote publiek dan wel bij een meer specifiek publiek, zoals een bepaalde beroepsgroep. Bij het onderzoek of deze voorwaarde is vervuld, moet rekening worden gehouden met alle relevante omstandigheden van het geval, zoals, met name, het marktaandeel van het merk, de intensiteit, de geografische omvang en de duur van het gebruik ervan, en de omvang van de door de onderneming gedane investeringen om het bekendheid te geven, zonder dat is vereist dat dit merk bekend is bij een bepaald percentage van het aldus vastgestelde publiek of dat het bekend is in het gehele betrokken grondgebied, voor zover het bekend is in een aanmerkelijk gedeelte ervan (zie arresten GEA, Emilio Pucci, T-8/03, 13 december 2004 en Boomerang, T-420/03, 17 juni 2008). Uit de door opposant ingediende documenten, bestaande uit onder andere reclameboodschappen, een prijslijst, een verkoopoverzicht per product voor het jaar 2000, 2002, 2004 en 2006, prints van de "Global new products database", facturen aan supermarkten, kopieën van kortingsbonnen en folders, alsook een uitdraai uit de CIM MediaDatabase betreffende de jaren 2001 tot en met 2006 waaruit de reclame-investeringen blijken, kan worden geconcludeerd dat er sprake is van een zekere mate van bekendheid van de ingeroepen rechten.

**D. Conclusie**

63. De waren zijn identiek. De ingeroepen rechten genieten door de zekere mate van bekendheid een grotere beschermingsomvang. De tekens stemmen op visueel en auditief vlak in beperkte mate overeen. Begripsmatig hebben merk en teken semantisch dezelfde weinig onderscheidende prefix. Aangezien de overeenstemming tussen de tekens zich louter uitstrekt tot deze weinig onderscheidende prefix, is het Bureau van oordeel dat de verschillen opwegen tegen deze overeenstemming. Bovendien heeft minstens het bestreden teken een betekenis voor een deel van het relevante publiek. De grotere beschermingsomvang van de ingeroepen rechten volstaat niet om te concluderen tot gevaar voor verwarring.

**IV BESLUIT**

64. De oppositie wordt afgewezen.

*Om deze redenen beslist het Bureau dat*

65. Oppositie met nummer 2001027 niet gegrond is.

66. De Benelux merkaanvraag met nummer 1121258 ingeschreven wordt.

67. De opposant 1.000 euro verschuldigd is aan de verweerder op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 uitvoeringsreglement, aangezien de oppositie geheel afgewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 26 maart 2009

Diter Wuytens  
(rapporteur)

Camille Janssen

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Willy Neys