



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
van 27 juni 2008
N° 2001235

Opposant: **KONVERT INTERIM NV**
President Kennedypark 16
8500 Kortrijk,
België.

Gemachtigde: **K.O.B. N.V.**
President Kennedypark 31c
B-8500 Kortrijk,
België.

Ingeroepen merk: happy with konvert (Benelux inschrijving 792692)

tegen

Verweerder: **ZAPPWARE N.V.**
Via Media 4
3500 Hasselt,
België.

Gemachtigde: **REMARKABLE N.V.**
Onafhankelijkheidslaan 14
9000 Gent,
België.

Betwiste merk:



(Benelux depot 1127097)

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 17 januari 2007 heeft verweerder voor diensten in de klassen 35, 41 en 42 een Benelux merkaanvraag verricht van het gecombineerd woord-beeldmerk:



Deze merkaanvraag is onder nummer 1127097 in behandeling genomen en werd op 30 januari 2007 gepubliceerd.

2. Op 20 maart 2007 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op het eerdere Beneluxmerk: happy with konvert (Benelux inschrijving 792692) ingediend op 2 september 2005 en ingeschreven op 10 februari 2006 voor diensten in de klassen 35, 41 en 42.

3. De oppositie is ingesteld tegen alle diensten van het bestreden teken en gebaseerd op alle diensten van het ingeroepen recht.

4. 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").

5. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

6. De oppositie is ontvankelijk. Op 28 maart 2007 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie.

7. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 29 mei 2007. Het Bureau heeft op 7 juni 2007 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij de opposant een termijn kreeg tot en met 7 augustus 2007 om zijn argumenten en eventuele stukken in te dienen.

8. Op 7 augustus 2007 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze argumenten zijn op 9 augustus 2007 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 9 oktober 2007 is gegeven om hierop te reageren.

9. Verweerder heeft hierop op 9 oktober 2007 gereageerd. Deze reactie is op 11 oktober 2007 door het Bureau aan de opposant verzonden.

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

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

12. 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.

13. Opposant stelt dat visueel en fonetisch de tekens een grote overeenstemming vertonen, daar het woordelement "HAPPY" in het bestreden teken het dominante element is en beide tekens uit drie woorden bestaan, waarvan het tweede woord telkens een voorzetsel is.

14. Begripsmatig roepen de tekens eenzelfde betekenis op. Opposant meent immers dat "HAPPY" in beide merken dezelfde betekenis heeft en dat "KONVERT", zijnde een gekend interim-bureau, en "WORK" door het publiek geassocieerd zullen worden met werkgelegenheid.

15. Wat betreft de diensten, kan volgens opposant gesteld worden dat de diensten waarvoor het merk van verweerder werd ingeschreven, grotendeels vervat zitten in deze waarvoor het merk van opposant werd geregistreerd. Voor het overige zijn de diensten sterk met elkaar verwant.

16. Opposant concludeert dat het in aanmerking komend publiek zal aannemen dat beide merken van dezelfde onderneming afkomstig zijn of deze zelfs zal verwarren met elkaar. Opposant meent dan ook dat de oppositie dient te worden toegewezen en de merkaanvraag van verweerder afgewezen dient te worden.

17. Verweerder stelt dat het verbale bestanddeel "happy" geen onderscheidend onderdeel is. Het betreft immers een beschrijvend element dat dient ter aanduiding van een hoedanigheid of kenmerk van de aangeboden en geleverde diensten. Bovendien bestaan er met betrekking tot de aangeduide dienstenklassen in de Benelux 261 merken. Volgens verweerder moet dus meer belang worden gehecht aan het onderdeel "WITH KONVERT" in het merk van opposant en de sterk onderscheidende figuratieve elementen in het teken van verweerder. Verder verwijst verweerder naar een naar zijn mening gelijkaardige zaak voor het BHIM, waarin het bestanddeel happy als minder onderscheidend werd beschouwd.

18. Het onderscheidende tweede onderdeel van merk en teken verschillen wezenlijk, waardoor de tekens auditief niet gelijkend zijn. Visueel zijn de merken sterk verschillend, aangezien het enerzijds om een woordmerk gaat en anderzijds om een beeldmerk met een bijzondere vormgeving. Tot slot is er op begripsmatig vlak volgens verweerder eveneens geen gelijkenis, aangezien enkel het beschrijvende element happy hetzelfde is. "Happy with konvert" geeft begripsmatig aan dat men blij en tevreden is met de diensten van opposant, terwijl "happy at work" letterlijk "geluk/welzijn op het werk" betekent, waarbij er verwezen wordt naar het werk of de werkplaats en niet naar een dienstenverstrekker.

19. Wat de diensten betreft, meent verweerder dat deze fundamenteel verschillend zijn qua invalshoek en dus niet gelijk zijn. Opposant is een interim-kantoor dat zich bezighoudt met rekrutering en selectie ten behoeve van andere ondernemingen, terwijl verweerder daar niet voor zorgt, maar onder het teken een mediaproject en campagne rond "geluk op het werk" brengt.

20. Volgens verweerder kan er geen verwarringsgevaar bestaan tussen de beide tekens en hij verzoekt het Bureau dan ook de oppositie af te wijzen, de merkaanvraag in te schrijven en de opposant te veroordelen tot de kosten.

III. BESLISSING

A. Verwarringsgevaar

21. 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.

22. 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”.*

23. 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).

A.1. Vergelijking van de waren en diensten

24. 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).

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 35 Diensten van een uitzendbureau; detachering van personeel, werving en selectie van personeel; het ter beschikking stellen van personeel; diensten van een arbeidsintermediair, waaronder begrepen arbeidsbemiddeling en advisering inzake personeel	KI 35 Reclame; beheer van commerciële zaken en zakelijke consultancy; bedrijfsinformatie; verspreiding van prospectussen; verspreiding van monsters; abonneren op kranten voor derden; boekhouding; reproductie van documenten; beheer van

<p>en personeelszaken; outplacement; personeelsselectie via psychologische methoden; loopbaanbegeleiding; voorlichting en advisering over loopbaan- en carrièreontwikkeling, promotie van banen door het plaatsen van advertenties, het werven van stageplaatsen; diensten op het gebied van personeelsmanagement; het verzorgen van administratie, met name salaris- en personeelsadministratie; het opstellen en beheren van gegevensbestanden; bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische advisering; alle genoemde diensten ook via elektronische weg; advisering inzake beroepskeuze; psychologisch en psychotechnisch onderzoek in het kader van personeelsselectie.</p>	<p>gegevensverwerking; organisatie van tentoonstellingen voor commerciële doeleinden of voor reclaimedoeleinden; organisatie, administratie en coördinatie van een gegevensbank rond werkplezier.</p>
<p>KI 41 Onderwijs; het geven van opleidingen; cursussen en trainingen en workshops voor personeel met betrekking tot vaktechnische bekwaamheden, beroeps- en persoonlijke ontwikkeling; publiceren, uitgeven en verspreiden van drukwerken, cd-roms, en andere publicaties; beroepsvoorlichting; alle genoemde diensten ook via elektronische weg.</p>	<p>KI 41 Opvoeding; ontspanning; opleiding; productie van radio- en televisieprogramma's; sportieve en culturele activiteiten; uitgave van boeken, kranten; productie van shows en films; het organiseren en houden van conferenties, symposia, congressen; het houden van tentoonstellingen voor culturele en educatieve doeleinden; plaatsreservering voor shows; onderwijs, te weten een vrijwilligersprogramma ter verschaffing van mentoraat en instructie aan deelnemers; diensten en programma's op het gebied van opvoeding, sport en amusement; verschaffing van opleidingen aan het publiek aangaande gebruik van computertechnologie en internet; verschaffing van opleidingen aan derden aangaande het creëren van computertechnologiesystemen; diensten en programma's op het gebied van opvoeding, sport en amusement rond werkplezier; reportage (diensten van reporters); filmen (filmopname) op videobanden.</p>
<p>KI 42 Verhuur van toegangstijd tot een computerdatabase via internet, het kabelnet of andere vormen van datatransfer; computerprogrammering; softwareontwikkeling.</p>	<p>KI 42 Computerprogrammering voor een crossmediaal platform rond werkplezier; ontwerp, updating en onderhoud van software voor een crossmediaal platform rond werkplezier; advisering en consultancy inzake het gebruik van Internet voor een crossmediaal platform rond werkplezier; onderzoek op wetenschappelijk en industrieel gebied; alle op het gebied van computer- en internettechnologie en -systemen; verschaffing van advisering met betrekking tot computertechnologie aan het publiek voor een crossmediaal platform rond werkplezier; verschaffing van deskundigheid op het gebied van</p>

	computertechnologie aan het publiek voor een crossmediaal platform rond werkplezier.
--	--

Klasse 35

26. Boekhouding in klasse 35 van het bestreden teken kan soortgelijk worden geacht met het verzorgen van administratie. Deze laatste dienst is dermate ruim geformuleerd dat ook boekhouddiensten hieronder kunnen vallen, in se betreft het immers een financiële administratie.

27. De diensten "beheer van commerciële zaken en zakelijke consultancy; bedrijfsinformatie" zijn identiek dan wel minstens soortgelijk aan de diensten "bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische advisering" in klasse 35 van het ingeroepen recht. In beide gevallen betreft het immers advisering aan bedrijven.

28. De diensten van het bestreden teken "beheer van gegevensverwerking; organisatie, administratie en coördinatie van een gegevensbank rond werkplezier" zijn dan weer identiek, dan wel soortgelijk aan de diensten "het opstellen en beheren van gegevensbestanden". Deze diensten van het ingeroepen recht zijn dermate ruim geformuleerd dat de bovenvermelde diensten van het bestreden teken hieronder kunnen vallen.

29. De door het teken van verweerder aangeduide dienst reclame kan soortgelijk zijn aan promotie van banen door het plaatsen van advertenties. Immers wordt door het plaatsen van vacatures ook promotie en reclame gemaakt voor de werkgever, dan wel het uitzendbureau in kwestie.

30. De "verspreiding van prospectussen" en de "reproductie van documenten" zijn identiek, dan wel soortgelijk aan de dienst in klasse 41 van het ingeroepen recht "publiceren, uitgeven en verspreiden van drukwerken, cd-roms, en andere publicaties".

31. De overige diensten zijn niet soortgelijk aan de diensten van het ingeroepen recht.

Klasse 41

32. De diensten onderwijs en opleiding komen expressis verbis terug in beide dienstenlijsten en zijn dus identiek. De diensten "verschaffing van opleidingen aan het publiek aangaande gebruik van computertechnologie en internet; verschaffing van opleidingen aan derden aangaande het creëren van computertechnologiesystemen" maken onderdeel uit van de door opposant aangeduide dienst "het geven van opleidingen" en zijn derhalve identiek. De diensten opvoeding en diensten en programma's op het gebied van opvoeding zijn bovendien soortgelijk aan de dienst onderwijs van opposant. Onderwijs en opvoeding gaan immers hand in hand.

33. Verder hebben de volgende aangeduide diensten van verweerder een duidelijke band met de opleidingen, dan wel de cursussen, trainingen en workshops voor personeel met betrekking tot beroeps- en persoonlijke ontwikkeling van opposant: "ontspanning; het organiseren en houden van conferenties, symposia, congressen; het houden van tentoonstellingen voor educatieve doeleinden; diensten en programma's op het gebied van opvoeding, sport en amusement rond werkplezier". Deze diensten zijn dus naar hun aard en bestemming soortgelijk.

34. De uitgave van boeken en kranten is soortgelijk en zelfs deels identiek met het publiceren, uitgeven en verspreiden van drukwerken, cd-rom's, en andere publicaties uit klasse 41 van het ingeroepen recht. Onder andere publicaties kunnen immers zowel boeken als kranten worden begrepen.

35. De diensten productie van films; filmen (filmopname) op videobanden; reportage (diensten van reporters) en productie van radio- en televisieprogramma's zijn daarentegen dermate specifiek, dat deze niet als soortgelijk kunnen worden aanzien.

36. De overige diensten in klasse 41 zijn niet soortgelijk aan enige dienst van het merk van opposant.

Klasse 42

37. De dienst computerprogrammering komt expressis verbis in beide dienstenlijst voor. De dienst ontwerp, updating en onderhoud van software voor een crossmediaal platform rond werkplezier is identiek, dan wel soortgelijk aan de dienst in klasse 42 van het ingeroepen recht, softwareontwikkeling. Na de ontwerp- of ontwikkelingsfase is het immers gebruikelijk dat ook ondersteuning wordt gegeven voor deze software door middel van updates en onderhoud.

38. De diensten advisering en consultancy inzake het gebruik van Internet voor een crossmediaal platform rond werkplezier van verweerder zijn soortgelijk aan diensten bedrijfsorganisatorische en bedrijfseconomische advisering in klasse 35 van het ingeroepen recht.

39. De overige diensten in klasse 42 zijn niet soortgelijk aan enige dienst van het merk van opposant.

Conclusie

40. De diensten van het bestreden teken zijn deels identiek, deels soortgelijk en deels niet soortgelijk aan de diensten van het ingeroepen recht.

A.2. 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 meerdere 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 bezien, 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:
<p>happy with konvert</p>	

Begripsmatige vergelijking

45. Het element "HAPPY" in beide tekens is zowel Nederlands als Engels voor "gelukkig, blij". Dit element heeft in beide tekens een zeer beperkt onderscheidend vermogen.

46. Het ingeroepen recht heeft als betekenis dat men blij is met iets, te weten de diensten van het interim-bureau Konvert. Hoewel dit merk een aanprijzend karakter heeft, zorgt het gebruik van het element Konvert voor onderscheidend vermogen en is dit het dominerende element.

47. Het bestreden teken betekent "blij aan het werk". Hoewel sommigen dit als een *contradictio in terminis* beschouwen, is dit toch wat het grootste deel van de actieve bevolking nastreeft. Het wordelement van het bestreden teken is een slogan zonder onderscheidend vermogen.

48. Beide tekens roepen het idee van geluk, blijheid op, zij het in een enigszins andere context. Het argument van opposant dat konvert met werkgelegenheid wordt geassocieerd en de betekenis dus dezelfde is (zie supra, 14), kan niet worden gevolgd. Zoals verweerder terecht stelt, duidt het merk op tevredenheid met een specifieke dienstverlener, terwijl het teken van verweerder een generieke slogan hanteert over tevredenheid op het werk.

49. Het Bureau is van oordeel dat de tekens op begripsmatig vlak slechts in zeer beperkte mate overeenstemmen.

Visuele vergelijking

50. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk, bestaande uit drie woorden en in totaal zestien letters.

51. Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit het woord HAPPY in grote gekleurde hoofdletters. De letter A wordt gedragen door twee grijze figuurtjes, tussen de letter P en de

letter Y staat eveneens een grijs silhouet. Boven deze laatste twee letters staat in kleinere grijze drukletters het wordelement AT WORK.

52. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het wordelement 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 wordelement. In casu is het wordelement "konvert" in het ingeroepen recht het dominerende element, terwijl het element "HAPPY" in het bestreden teken een prominente plaats inneemt. Bovendien vormt het bestreden teken in zijn totaliteit een slogan, die onderscheidend vermogen krijgt door het gebruik van de verschillende beeldelementen, waardoor deze voor de beoordeling van de totaalindruk een duidelijke rol spelen.

53. Het Bureau is van oordeel dat de tekens in hun totaliteit visueel niet overeenstemmen.

Auditieve vergelijking

54. Zowel het merk als het teken bestaan uit drie woorden, waarvan het eerste identiek is in beide tekens. De andere twee woorden zijn totaal verschillend.

55. Hoewel in beginsel de consument meer belang zal hechten aan het eerste deel van een teken (zie in deze zin arrest Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004), is het dominante element van het ingeroepen recht in casu het laatste woord en zal de aandacht van het in aanmerking komend publiek hier naartoe gaan.

56. Op auditief vlak is het Bureau van oordeel dat de tekens in hun totaliteit in zeer geringe mate overeenstemmen.

Conclusie

57. De tekens stemmen visueel niet overeen. Op auditief en begripsmatig vlak stemmen de tekens slechts in zeer geringe mate overeen.

A.3. Overige relevante factoren

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). Uit de dienstenlijst kan niet opgemaakt worden dat het aandachtsniveau van het in aanmerking komend publiek hoger zal zijn dan gemiddeld.

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 Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd).

61. Zoals reeds hiervoor gesteld, heeft het deel dat de tekens gemeenschappelijk hebben een zwak onderscheidend vermogen en zorgt het woordbestanddeel "Konvert" voor het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht.

B. Conclusie

62. De waren en diensten zijn deels identiek, deels soortgelijk en deels niet soortgelijk. De tekens stemmen visueel niet overeen. Op auditief en begripsmatig vlak is er sprake van een zeer geringe overeenstemming. De beperkte overeenstemmingen van de niet onderscheidende elementen wegen niet op tegen de verschillen van de dominerende elementen, waardoor het Bureau van oordeel is dat er geen sprake is van gevaar voor verwarring.

IV BESLUIT

63. De oppositie wordt geheel afgewezen.

Om deze redenen beslist het Bureau dat

64. Oppositie met nummer 2001235 niet gegrond is.

65. De Benelux merkaanvraag met nummer 1127097 ingeschreven wordt.

66. 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, 27 juni 2008

Diter Wuytens
(rapporteur)

Camille Janssen

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Raphaëlle Gérard