



**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**

**BESLISSING inzake OPPOSITIE**

van 25 februari 2010

N° 2002519

**Opposant:** **TROS, een vereniging naar Nederlands recht**

Lage Naarderweg 45-47  
1217 GN Hilversum  
Nederland

**Gemachtigde:** **Novagraaf Nederland B.V.**

Hogehilweg 3  
1101 CA Amsterdam-Zuidoost  
Nederland

**Ingeroepen Merk:** Benelux inschrijving 564029

RADAR

*tegen*

**Verweerder:** **Koninklijke Wegener N.V.**

Laan van Westenenk 4  
7336 AZ Apeldoorn  
Nederland

**Gemachtigde:** **Zacco Netherlands B.V.**

Nachtwachttlaan 20  
1058 EA Amsterdam  
Nederland

**Betwiste merk:** Benelux depot 1145513



## I. FEITEN EN PROCEDURE

### A. Feiten

1. Op 19 oktober 2007 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-

/beeldmerk REISRADAR voor diensten in de klassen 35, 39, 41 en 43. Dit depot is onder nummer 1145513 in behandeling genomen en gepubliceerd op 3 december 2007.

2. Op 25 februari 2008 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op Benelux inschrijving 564029 van het woordmerk RADAR, ingediend op 9 november 1994 voor waren en diensten in de klassen 16, 38 en 41.

3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle diensten van de betwiste aanvraag tot inschrijving. De oppositie is gebaseerd op alle waren en diensten van het ingeroepen recht.

6. 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).

7. De proceduretaal is het Nederlands.

### B. Verloop van de procedure

8. De oppositie is ontvankelijk en is ter kennis gebracht van partijen op 29 februari 2008.

9. Naar aanleiding van een tweetal opschortingen op gezamenlijk verzoek is de contradictoire fase van de procedure aangevangen op 30 augustus 2008. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna het Bureau) heeft op 4 september 2008 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij opposant een termijn kreeg tot en met 4 november 2008 om de oppositie te onderbouwen met argumenten en eventuele stukken.

10. Op 31 oktober 2008 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze argumenten zijn op 6 november 2008 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 6 januari 2009 is gegeven om hierop te reageren.

11. Op 24 november 2008 heeft de verweerder aan opposant verzocht om bewijzen van gebruik in te dienen. Het Bureau heeft deze reactie aan opposant gezonden op 27 november 2008, waarbij een termijn werd gegeven tot en met 27 januari 2009 om de gevraagde stukken in te dienen.

12. Op 15 januari 2009 heeft opposant bewijzen van gebruik ingediend. Het Bureau heeft deze bewijzen op 20 januari 2009 doorgestuurd naar verweerder en hem een termijn gesteld tot en met 20 maart 2009 om daarop te reageren, alsmede op de argumenten van opposant.

13. Op 20 maart 2009 heeft verweerder zijn reactie ingediend op zowel de argumenten van opposant als op de overgelegde bewijzen van gebruik. Het Bureau heeft deze reactie op 24 maart 2009 doorgestuurd aan opposant.

14. Elke partij heeft haar opmerkingen 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 identiteit of overeenstemming van de betrokken tekens en van de (soort)gelijkheid van de waren of diensten van de merken in kwestie.

### **A. Argumenten opposant**

17. Volgens opposant wordt het ingeroepen recht onder andere gebruikt voor een televisieprogramma dat al jarenlang wordt uitgezonden en goed wordt bekeken. Opposant verwijst voor meer informatie naar de website van het programma en stelt dat door het jarenlange en grootschalige gebruik het onderscheidend vermogen van het merk zeer groot is geworden.

18. Opposant is van mening dat merk en teken visueel overeenstemmen, nu het dominante element van het bestreden teken het woord REISRADAR is en zowel merk als teken het identieke element radar bevatten. Om dezelfde reden acht opposant merk en teken auditief overeenstemmend. Ook begripsmatig stemmen merk en teken sterk overeen volgens opposant, aangezien het louter beschrijvende REIS als toevoeging aan het onderscheidende RADAR gezien kan worden als een variant op het merk van opposant.

19. De diensten in klasse 41 zijn volgens opposant identiek dan wel soortgelijk aan de diensten in deze klasse van verweerder. De overige diensten van verweerder zijn volgens opposant als complementair aan de waren en diensten van het ingeroepen recht te beschouwen.

20. Opposant licht toe dat de diensten van verweerder volgens hem onder meer bestaan uit het aanbieden van een website waarop de consument aanbod van reizen van verschillende organisatie met elkaar kan vergelijken. In het consumentenprogramma RADAR worden ook producten en diensten beoordeeld en met elkaar vergeleken. De doelgroep is volgens opposant dan ook dezelfde, namelijk de kritische consument.

21. Opposant is van mening dat er sprake is van een groot gevaar voor verwarring en verzoekt het Bureau de oppositie geheel toe te wijzen, het depot in te trekken en de verweerder te verwijzen in de kosten.

## **B. Reactie verweerder**

22. Verweerder licht toe dat het teken REISRADAR met een beeld werd gedeponeerd, aangezien onder andere uit een uitgebreid merkgelijkenisonderzoek bleek dat het element RADAR niet over voldoende onderscheidende kracht beschikte, gezien het grote aantal merken met het element RADAR. Verweerder is dan ook van mening dat de beschermingsomvang van het ingeroepen recht niet zo groot kan zijn dat middels deze registratie succesvol geageerd kan worden tegen ieder ander merk met het element RADAR.

23. Verweerder is van mening dat, gezien de beperkte beschermingsomvang van het ingeroepen recht, door de toevoeging van het prefix REIS al voldoende afstand wordt genomen van het ingeroepen recht, bovendien is er ook nog een beeldelement opgenomen in het bestreden teken. De totaalindruk die de merken bij de consumenten achterlaten is naar mening van verweerder dan ook niet dusdanig dat deze daardoor in verwarring zouden kunnen raken.

24. Verweerder is het eens met opposant dat de waren in klasse 16 en de diensten in klasse 41 overlappen, dan wel complementair zijn. Voor de overige diensten is verweerder van mening dat deze niet allemaal complementair zijn.

25. Voor wat betreft het bewijs van gebruik geeft verweerder aan bekend te zijn met het feit dat het merk RADAR wordt gebruikt voor een wekelijks te bezichtigen televisieprogramma bestemd voor de kritische consument waarin een diversiteit aan onderwerpen aan de orde komt. Hieronder zijn onderwerpen zoals reisbestemmingen, hotels en reisorganisaties niet ondenkbaar, aldus verweerder. Verweerder zet echter vraagtekens bij het gebruik van het merk RADAR voor de waren in klasse 16 en de diensten in klasse 38.

26. Verweerder licht vervolgens toe dat REISRADAR gebruikt wordt voor een website waar de consument de mogelijkheid heeft om te kiezen uit een groot aanbod van reizen en verschillende aanbiedingen kan vergelijken. Op de website kan ook allerhande informatie verkregen worden over de vakantiebestemmingen.

27. Verweerder is in reactie op de opvatting over het in aanmerking komend publiek van opposant van mening dat nagenoeg iedere consument kritisch is en dat het publiek gesplitst moet worden in de consument die een geschikte vakantiebestemming zoekt en in publiek dat graag naar een kritisch consumentenprogramma kijkt. In dat geval is er volgens verweerder geen overlap van 100% tussen beide doelgroepen, maar hooguit een tiende hiervan.

28. Verweerder concludeert dat merk en teken niet verwarringwekkend overeenstemmen en verzoekt de oppositie af te wijzen.

## **III. BESLISSING**

**A.1. Gebruiksbewijzen**

29. In toepassing van de bepalingen van de artikelen 2.16, lid 3, sub a en 2.26, lid 2, sub a BVIE en regel 1.29 van het uitvoeringsreglement (hierna: "UR"), dient het ingeroepen merk normaal gebruikt te zijn in het Benelux-gebied in een tijdvak van vijf jaren voorafgaand aan de datum van de publicatie van het depot waartegen de oppositie zich richt.

30. Aangezien het ingeroepen recht meer dan vijf jaar voorafgaand aan de datum van publicatie van de aanvraag ingeschreven werd, is het verzoek tot overlegging van gebruiksbeelden gegrond.

31. Het betwiste depot werd gepubliceerd op 3 december 2007. De periode die in aanmerking moet worden genomen – de relevante periode – loopt dus van 3 december 2002 tot 3 december 2007.

32. Overeenkomstig regel 1.29 UR dienen de bewijzen van gebruik aanwijzingen te bevatten over de plaats, duur, omvang en wijze van het gebruik dat is gemaakt van het oudere merk voor de waren of diensten waarop de oppositie berust.

***Beoordeling van de ingediende gebruiksbeelden***

33. Opposant dient de volgende stukken in ten bewijze van gebruik van zijn ingeroepen recht:

1. Een uitdraai uit het internet archief Waybackmachine van de website trosradar.nl vanaf 17 mei 2001;
2. Prints van de website;
3. Kijkcijfers van de periode 2001-2008;
4. Een selectie van onderwerpen die aan bod zijn gekomen die betrekking hadden op vakantie en reizen van 2002-2007;
5. Diverse uitspraken uit de pers over het programma RADAR over diverse onderwerpen, onder andere over reizen en vakanties;
6. Uitspraak van de Amsterdamse voorzieningenrechter waarin TROS werd gedaagd vanwege uitspraken gedaan in RADAR over buffetten in Turkse hotels;
7. Een aantal verwijzingen naar RADAR die op verschillende blogs/prikborden verschenen zijn;
8. Voorbeeld van de TROS kompas, het ledenblad van de TROS met een aparte vragenrubriek van RADAR;
9. Een bijlage van TV Vlaanderen waaruit blijkt dat Nederland 1 (de zender waarop RADAR) wordt uitgezonden) in het basispakket zit van de Vlaming.

34. Verweerder stelt ermee bekend te zijn (zie overweging 25) dat RADAR gebruikt wordt voor een televisieprogramma, hiermee is het gebruik voor deze diensten dan ook in confesso.

35. Het Bureau stelt vast dat de overgelegde bewijzen van gebruik slechts betrekking hebben op televisieprogramma's.

36. Zonder de gebruiksbewijzen verder inhoudelijk te beoordelen, volgt uit het voorgaande dat voor de overige waren en diensten geen bewijs van gebruik is geleverd. Om proceseconomische redenen zal het Bureau de diensten die betrekking hebben op een televisieprogramma vergelijken met deze van het betwiste teken en niet inhoudelijk ingaan op de bewijzen van gebruik.

#### **A. Verwarringsgevaar**

37. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden, te rekenen vanaf de eerste dag van de maand volgende op de publicatie van het depot, schriftelijk oppositie instellen bij het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.3, sub a en b BVIE of dat verwarring kan stichten met zijn algemeen bekende merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

38. 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."

39. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van richtlijn 2008/95/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 oktober 2008 betreffende de aanpassing van het merkenrecht der lidstaten (hierna: "Richtlijn") dient het gevaar voor verwarring bij het publiek, dat wordt gedefinieerd als het gevaar dat het publiek kan menen dat de betrokken waren of diensten van dezelfde onderneming of, in voorkomend geval, van economisch verbonden ondernemingen afkomstig zijn, globaal te worden beoordeeld, met inachtneming van alle relevante omstandigheden van het concrete geval (HvJEU, Canon, C-39/97, 29 september 1998, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999; BenGH, Brouwerij Haacht/Grandes Sources belges, A 98/3, 2 oktober 2000; Marca Mode/Adidas, A 98/5, 7 juni 2002; Hoge Raad der Nederlanden, Flügel-flesje, C02/133HR, 14 november 2003; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

#### ***Vergelijking van de waren en diensten***

40. Teneinde te beslissen of de waren en diensten in kwestie soortgelijk zijn 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 (HvJEU, arrest Canon, reeds aangehaald).

41. Het Bureau heeft reeds vastgesteld dat het bewijs van gebruik uitsluitend betrekking heeft op een deel van de diensten van het ingeroepen recht en zal deze diensten vergelijken met deze van het betwiste teken.

42. De te vergelijken diensten zijn derhalve de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	<p>KI 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; promotie van reizen; promotie van accommodaties; detailhandelsdiensten op het gebied van en zakelijke bemiddeling bij de aankoop en verkoop van reisbescheiden; advertentiebemiddeling; marktwerking- en -analyse; het administratief beheren van databases op het gebied van reizen en reisinformatie; het organiseren van bijeenkomsten voor commerciële, commercieel- zakelijke of reclaimedoeleinden; promotie in het kader van reizen en reisaccommodaties; administratieve diensten op het gebied van reizen en toerisme, waaronder administratieve diensten verband houdende met de aan- en verkoop van reisbescheiden en administratieve diensten bij reserveringen, orderverwerking en -boeking, al dan niet via Internet; zakelijke bemiddeling bij de verkoop van reizen van verschillende reisbureaus, reisorganisaties en touroperators, mede via Internet; zakelijke organisatie van en toezicht op promotionele activiteiten waaronder loyaliteitsprogramma's ter bevordering van de verkoop; verzamelen van informatie over de diensten genoemd in klasse 43.</p>
KI 38 Uitzenden van televisieprogramma's.	
	<p>KI 39 Transport; verpakking en opslag van goederen; het organiseren van reizen ook de bemiddeling daarbij; reisbureaudiensten te weten het organiseren en uitvoeren van reizen, rondleidingen en excursies; het arrangeren, organiseren en uitvoeren van rondreizen en reizen; het organiseren van vervoer door de lucht, te land en over water, voor individuele reizigers en voor reisgroepen; het reserveren van huurauto's; het verschaffen van informatie op het gebied van reizen; voornoemde diensten worden ook verleend via elektronische weg, waaronder Internet.</p>
KI 41 Uitvoeren, produceren, regisseren en samenstellen van televisieprogramma's; produceren, regisseren en samenstellen van audiovisuele producties.	KI 41 Opvoeding en ontspanning; sportieve en culturele activiteiten; entertainment; bedenken, samenstellen, produceren en regisseren van foto-, film- en videoreportages; het samenstellen en geven

	van opleidingen en cursussen, workshops en seminars; het al dan niet elektronisch publiceren, uitgeven, uitlenen en verspreiden van drukwerken, daaronder begrepen boeken, gidsen, brochures, tijdschriften en andere periodieken, posters, kaarten en ander drukwerk; het verschaffen van informatie op het gebied van ontspanning en cultuur.
	KI 43 Reservering van tijdelijke huisvesting en tijdelijke accommodatiereservering, voornoemde diensten door reisbureaus; bemiddeling bij het reserveren van tijdelijke accommodaties; diensten van vakantiehuizen; verhuur van tijdelijke accommodatie en bemiddeling ter zake; horecadiensten; restauratie (het verstrekken van voedsel en dranken); catering; verhuur van tijdelijke accommodaties; bemiddeling bij het reserveren van tijdelijke accommodaties; het verschaffen van informatie op het gebied van tijdelijke huisvesting en tijdelijke accommodaties, waaronder hotels; het verstrekken en ter beschikking stellen van informatie over alle voornoemde diensten; voornoemde diensten tevens te verlenen via elektronische weg, waaronder Internet.

*Klasse 41*

43. Verweerder is van mening dat de diensten klasse 41 soortgelijk zijn aan de diensten van opposant (zie overweging 24). Hiermee is de soortgelijkheid van deze diensten in confesso tussen partijen en zal het Bureau niet nader ingaan op de vergelijking hiervan.

*Klassen 35, 39 en 43*

44. Verweerder is daarentegen van oordeel dat de waren en diensten van opposant niet soortgelijk zijn aan de overige diensten verweerder in de klasse 35, 39 en 43.

45. Het feit dat televisieprogramma's een onderwerp hebben dat vaak terugkeert, zoals reizen en vakanties, brengt niet met zich mee dat er soortgelijkheid ontstaat voor diensten zoals het daadwerkelijk organiseren van reizen en vakanties.

46. Televisieprogramma's kunnen echter over alle mogelijke onderwerpen gaan en kunnen als doel het verstrekken van informatie over specifieke onderwerpen, zoals bijvoorbeeld reizen en vakanties, hebben. Het Bureau is dan ook van oordeel dat de volgende diensten soortgelijk zijn: klasse 35 "*verzamelen van informatie over de diensten genoemd in klasse 43*", klasse 39 "*het verschaffen van informatie op het gebied*



van reizen; voornoemde diensten worden ook verleend via elektronische weg, waaronder Internet" en klasse 43 "het verschaffen van informatie op het gebied van tijdelijke huisvesting en tijdelijke accommodaties, waaronder hotels; het verstrekken en ter beschikking stellen van informatie over alle voornoemde diensten; voornoemde diensten tevens te verlenen via elektronische weg, waaronder Internet".

47. Het Bureau is dan ook van oordeel dat de overige diensten in de klassen 35, 39 en 43 van verweerder niet soortgelijk zijn aan de diensten met betrekking tot televisieprogramma's van opposant. De aard, het doel en de bestemming van de diensten is verschillend evenals de distributiekkanalen.

### **Vergelijking van de tekens**

48. 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 (HvJEU, Sabel, C-251/95, 11 november 1997).

49. 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 (HvJEU, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds aangehaald).

50. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meer bestanddelen ervan worden gedomineerd (HvJEU, 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).

51. De te vergelijken tekens zijn:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
RADAR	

*Begripsmatige vergelijking*

52. Radar betekent volgens Van Dale Groot Woordenboek der Nederlandse Taal (14<sup>e</sup> druk): ra·dar (de; m) 1 Eng. *radio detecting and ranging*, ontdekking en afstandsmeting door radio (...) en volgens Van Dale online: systeem waarmee de aanwezigheid en plaats van een object wordt aangetoond door radiogolven 2 -s de (radar)installatie. Hoewel het niet in het woordenboek staat, zou radar ook opgevat kunnen worden als "iets op de radar hebben", waarmee radar gebruikt wordt in overdrachtelijke zin zoals monitor of scan. Het Bureau is echter van oordeel dat het in die zin hooguit een verwijzende en geen beschrijvende betekenis heeft.

53. Het publiek zal over het algemeen een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet beschouwen als het onderscheidende en. Dit is van toepassing op het element REIS in het bestreden teken, dat rechtstreeks beschrijvend is voor de aard van de diensten.

54. Het Bureau is van oordeel dat de tekens begripsmatig sterk overeenstemmend zijn.

#### *Visuele vergelijking*

55. Het ingeroepen recht bestaat uit één woord van vijf letters. Het teken van verweerder bestaat uit één woord van negen letters, voorafgegaan door een beeldelement dat bestaat uit een vierkant dat om de R is geplaatst met afgeronde hoeken. In de afbeelding is een schietschijf, ofwel een radarscherm waar te nemen van witte cirkels tegen een gekleurde achtergrond van blauw, oranje en roze.

56. 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. Het Bureau is van oordeel dat het beeldelement in het bestreden teken opgevat zal worden als versieringselement en dat het woord REISRADAR het dominante element is.

57. Hoewel het eerste gedeelte van het dominante element van het bestreden teken verschillend is, is het ingeroepen recht volledig vervat in het teken van verweerder. Bovendien is het eerste gedeelte van het bestreden teken volledig beschrijvend, zoals bij de begripsmatige vergelijking al werd overwogen.

58. Het Bureau is van oordeel dat de tekens in hun geheel op visueel vlak overeenstemmen.

#### *Auditieve vergelijking*

59. Het ingeroepen recht bestaat uit twee lettergrepen, het bestreden teken bestaat uit drie lettergrepen.

60. Aangezien ook hier van toepassing is dat het ingeroepen recht identiek als zelfstandig element hernomen is in het bestreden teken en aangezien het element REIS bovendien volledig beschrijvend is, is er sprake van overeenstemming tussen merk en teken.

61. Vanuit auditief standpunt stemmen de tekens overeen.

#### *Conclusie*

62. De tekens stemmen begripsmatig sterk overeen en visueel en auditief overeen.

### **B. Overige relevante factoren**

63. 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.

64. 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).

65. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn (arrest Lloyd, 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, reeds geciteerd). In het voorliggend geval gaat het om diensten die zowel bestemd kunnen zijn voor gebruikers met een verhoogd aandachtsniveau (bijvoorbeeld de diensten met betrekking tot reizen) als voor de gewone particuliere consument, zodat moet worden uitgegaan van het laagste aandachtsniveau en het gemiddeld aandachtsniveau van het in aanmerking komen publiek dus normaal geacht mag worden.

66. 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 arresten Canon, Sabel en Lloyd, allen reeds aangehaald). Het ingeroepen recht beschikt naar oordeel van het Bureau over een normaal onderscheidend vermogen voor de diensten waarvoor het gebruik werd aangetoond.

67. De stelling van opposant dat zijn ingeroepen recht een zeer groot onderscheidend vermogen heeft verkregen door het jarenlange en grootschalige gebruik dat ervan is gemaakt (zie punt 17), hoeft niet nader onderzocht te worden omdat zij niet van invloed zal zijn op de uitslag van deze procedure.

68. Voor wat betreft het argument van opposant dat de diensten van verweerder bestaan uit het aanbieden van een website waarop de consument aanbod van reizen van verschillende organisatie met elkaar kan vergelijken, wijst het Bureau erop dat hiermee geen rekening kan worden gehouden, aangezien de vergelijking van merk en teken uitsluitend plaatsvindt op basis van de registergegevens. Het feit dat verweerder beaamt het bestreden teken voor die diensten te gebruiken (overweging 26) kan hier niets aan veranderen.

**C. Conclusie**

69. De tekens stemmen begripsmatig sterk overeen en visueel en auditief overeen. De diensten zijn deels soortgelijk en deels niet soortgelijk. Het Bureau is dan ook van oordeel dat het publiek van mening kan zijn dat de soortgelijke diensten afkomstig zijn van dezelfde of economisch verbonden ondernemingen en dat er sprake is van gevaar voor verwarring.

**IV. BESLUIT**

70. De oppositie met nummer 2002519 wordt gedeeltelijk toegewezen.

71. De Benelux merkaanvraag met nummer 1145513 wordt niet ingeschreven voor de volgende diensten:

Klasse 35: Verzamelen van informatie over de diensten genoemd in klasse 43.

Klasse 39: Het verschaffen van informatie op het gebied van reizen; voornoemde diensten worden ook verleend via elektronische weg, waaronder Internet.

Klasse 41: Alle diensten.

Klasse 43: Het verschaffen van informatie op het gebied van tijdelijke huisvesting en tijdelijke accommodaties, waaronder hotels; het verstrekken en ter beschikking stellen van informatie over alle voornoemde diensten; voornoemde diensten tevens te verlenen via elektronische weg, waaronder Internet.

72. De Benelux merkaanvraag met nummer 1145513 wordt wel ingeschreven voor de volgende diensten:

Klasse 35 Reclame; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; promotie van reizen; promotie van accommodaties; detailhandelsdiensten op het gebied van en zakelijke bemiddeling bij de aankoop en verkoop van reisbescheiden; advertentiebemiddeling; marktwerking- en -analyse; het administratief beheren van databases op het gebied van reizen en reisinformatie; het organiseren van bijeenkomsten voor commerciële, commercieel- zakelijke of reclamedoeleinden; promotie in het kader van reizen en reisaccommodaties; administratieve diensten op het gebied van reizen en toerisme, waaronder administratieve diensten verband houdende met de aan- en verkoop van reisbescheiden en administratieve diensten bij reserveringen, orderverwerking en -boeking, al dan niet via Internet; zakelijke bemiddeling bij de verkoop van reizen van verschillende reisbureaus, reisorganisaties en touroperators, mede via Internet; zakelijke organisatie van en toezicht op promotionele activiteiten waaronder loyaliteitsprogramma's ter bevordering van de verkoop.

Klasse 39 Transport; verpakking en opslag van goederen; het organiseren van reizen ook de bemiddeling daarbij; reisbureaudiensten te weten het organiseren en uitvoeren van reizen, rondleidingen en excursies; het arrangeren, organiseren en uitvoeren van rondreizen en reizen; het

organiseren van vervoer door de lucht, te land en over water, voor individuele reizigers en voor reisgroepen; het reserveren van huurauto's.

Klasse 43 Reservering van tijdelijke huisvesting en tijdelijke accommodatiereservering, voornoemde diensten door reisbureaus; bemiddeling bij het reserveren van tijdelijke accommodaties; diensten van vakantiehuizen; verhuur van tijdelijke accommodatie en bemiddeling ter zake; horecadiensten; restauratie (het verstrekken van voedsel en dranken); catering; verhuur van tijdelijke accommodaties; bemiddeling bij het reserveren van tijdelijke accommodaties.

73. Geen van de partijen wordt in de kosten verwezen op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie gedeeltelijk toegewezen wordt.

Den Haag, 25 februari 2010

Saskia Smits  
*(rapporteur)*

Camille Janssen

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar:  
Jan Hart