



**BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM**  
**BESLISSING inzake OPPOSITIE**  
**N° 2002607**  
**van 16 juni 2009**

**Opposant:** **G+J Holding GmbH**

Parkring 12  
1010 Wien  
Oostenrijk

**Gemachtigde:** **Office Kirkpatrick S.A.**

32, Avenue Wolfers  
1310 La Hulpe  
België

**Merken:** **Ingeroepen recht 1: VIEW** (Internationale inschrijving 897928)

**Ingeroepen recht 2:**  (Internationale inschrijving 897963)

*tegen*

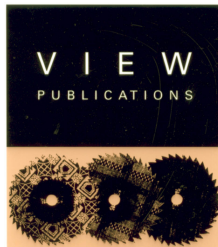
**Verweerder:** **Metropolitan Publishing Company BV**

Saxen Weimarlaan 6  
1075 CA Amsterdam  
Nederland

**Gemachtigde:** **SteinhauserVandenBrinkHeeziusRijsdijk Advocaten**

Postbus 78042  
1070 LP Amsterdam  
Nederland

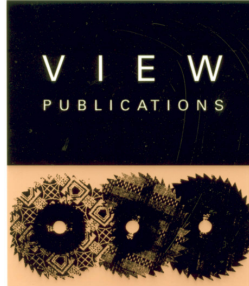
**Betwiste merk:**



(Benelux depot 1149180)

**I. FEITEN EN PROCEDURE****A. Feiten**

1. Op 11 december 2007 heeft verweerder de aanvraag tot inschrijving van het volgende gecombineerd woord-/beeldmerk ingediend ter onderscheiding van waren in klasse 16:



De aanvraag is onder nummer 1149180 in behandeling genomen en gepubliceerd op 9 januari 2008.

2. Op 14 maart 2008 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:

- Internationale inschrijving 897928 van het woordmerk VIEW ingediend op 16 mei 2006 ter onderscheiding van waren en diensten in de klassen 9, 16, 35, 38 en 41 en met als aanduiding de Europese Gemeenschap;
- Internationale inschrijving 897963, met als aanduiding de Europese Gemeenschap, ingediend op 16 mei 2006 ter onderscheiding van waren en diensten in de klassen 9, 16, 35, 38 en 41 van het gecombineerd woord-/beeldmerk:



3. De opposant is de houder van de ingeroepen inschrijvingen zoals blijkt uit het register.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag tot inschrijving. De oppositie is gebaseerd op alle waren en diensten 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 en is ter kennis gebracht van partijen op 25 maart 2008.

8. Op 28 maart 2008 heeft de verweerder een verzoek tot warenbeperking bij het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") ingediend, dewelke op 3 april 2008 door het Bureau aan partijen werd bevestigd.

9. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 26 mei 2008. Het Bureau heeft op 27 mei 2008 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn is gegeven tot en met 27 juli 2008 om de oppositie met argumenten en eventuele stukken te onderbouwen.

10. Op 10 juli 2008 heeft de opposant argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Deze zijn op 17 juli 2008 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en 17 september 2008 is gegeven om hierop te reageren.

11. Op 17 september 2008 heeft verweerder, door tussenkomst van zijn nieuwe gemachtigde in deze oppositieprocedure, gereageerd op de argumenten en stukken van opposant. Het Bureau heeft deze reactie aan de opposant gezonden op 19 september 2008.

12. Elke partij heeft haar opmerkingen ingediend binnen de door het Bureau gestelde termijnen.

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

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

14. 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**

15. Bij het indienen van zijn argumenten beperkt opposant de draagwijdte van de oppositie door zich enkel nog te baseren op (een deel van) de waren en diensten in klassen 16, 35 en 41.

16. Opposant is van mening dat de te vergelijken waren in klasse 16 identiek of minstens gelijksoortig zijn qua aard, bestemming en gebruik aangezien tijdschriften onder de algemene categorie van drukwerken vallen. Ook zijn de waren in klasse 16 gelijksoortig met de diensten in klasse 35, aangezien tijdschriften een dankbaar kanaal vormen om reclame te voeren. Bovendien zijn de waren in klasse 16 gelijksoortig met de diensten opgesomd in klasse 41, aangezien tijdschriften worden gepubliceerd en uitgegeven door uitgeverijen en opposant tijdschriften uitgeeft.

17. Op visueel vlak bestaat er volgens opposant overeenstemming tussen de tekens in die zin dat het woordmerk volledig is opgenomen in het betwiste depot. Verschilpunten liggen in de toevoeging van het woord "publications" en de beeldelementen in kleur onderaan. Het oudere woordmerk vormt het onderscheidende en dominante bestanddeel van het depot, aldus nog opposant. Dit besluit geldt volgens hem tevens, zonet des te meer voor de vergelijking met zijn beeldmerk.

18. Voor de auditieve vergelijking hanteert opposant een gelijkaardige redenering. Er bestaat overeenstemming tussen de tekens. Het woordmerk vormt het onderscheidende en dominante bestanddeel van het bestreden depot en het auditieve verschilpunt ligt in de toevoeging van het woord "publications".

19. Ook begripsmatig bestaat er volgens opposant overeenstemming. Beide merken verwijzen naar de term view, hetgeen "zicht" of "gezichtspunt" betekent. Zij roepen derhalve dezelfde idee op. Als al aandacht wordt geschonken aan het woord "publications", zal dit louter bevestigen dat "VIEW" een publicatie of tijdschrift is. Het beeldelement in het bestreden depot kan volgens opposant toevoegen dat het over textiel gaat, of opgevat worden als loutere versiering. Voor ingewijden zal de ster in het beeldmerk van opposant volgens deze laatste verwijzen naar een link met de Duitse krant "der Stern".

20. Voor wat betreft de totaalindruk van de merken is opposant van mening dat merk en teken overeenstemmen en dat de verschilpunten niet voldoende sterk zijn om tot een andere indruk te komen.

21. Volgens opposant wordt de mate van overeenstemming versterkt door de identiteit of sterke gelijksoortigheid van de betrokken waren en diensten. Bovendien genieten de oudere merken onderscheidend vermogen van huis uit en dient hun beschermingsomvang dus ruimer te zijn.

22. Op grond van hetgeen voorafgaat is opposant van mening dat de gemiddelde consument zou kunnen denken dat de waren die worden aangeboden onder het teken van opposant afkomstig zijn. Hij concludeert dan ook dat er reëel verwarringsgevaar aanwezig is.

23. Verder stelt opposant, zich baserend op omzetcijfers en andere feitelijke gegevens, dat hij Europa's grootste uitgever is, met activiteiten in verschillende landen. Het tijdschrift "VIEW" is een fotomagazine dat foto's en beelden toont die men niet vergeet. Opposant legt hiertoe stukken over.

24. Opposant verzoekt zijn oppositie te aanvaarden en de inschrijving van het depot te weigeren.

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

25. Verweerder voert in eerste instantie aan dat de te vergelijken tekens niet identiek zijn. Het woordgedeelte van het teken bestaat uit de woorden VIEW PUBLICATIONS wat een significant verschil met de opposerende merken oplevert.

26. Vanwege het zwak onderscheidende karakter van het woord "VIEW" is verweerder van oordeel dat voor de gemiddelde consument de nadruk zal liggen op de combinatie van dit woord met de overige bestanddelen. Bovendien zijn de betrokken beeldelementen niet beschrijvend en daardoor bij uitstek onderscheidend en er is geen sprake van visuele overeenstemming, aldus verweerder.

27. Met betrekking tot de auditieve vergelijking merkt verweerder op dat de ingeroepen rechten slechts uit het woord "VIEW" bestaan en dat zijn merk uit de woorden "VIEW PUBLICATIONS" bestaat. Het feit dat het woord "PUBLICATIONS" in een kleiner lettertype afgebeeld wordt doet daaraan niets af. Bij tijdschriften/drukwerk zal bij mondeling gebruik het relevante publiek het herinneringsbeeld van het beeldmerk voor ogen hebben. Volgens verweerder heeft het publiek geen enkele aanleiding om zijn

merk slechts als "VIEW" uit te spreken. Voor zover al zou worden aangenomen dat er een bepaalde mate van auditieve overeenstemming bestaat, is die zodanig ondergeschikt dat die volgens verweerder niet kan leiden tot verwarringsgevaar.

28. Voor wat betreft de begripsmatige vergelijking merkt verweerder het volgende op. Het Engelse woord "VIEW" heeft in de Benelux voor een ieder een duidelijke betekenis ("kijk", "zicht", "gezichtspunt" of "uitzicht") en daarom is het als aanduiding voor drukwerken en uitgeverdiensten beschrijvend. Begripsmatig is de toevoeging van "PUBLICATIONS" belangrijk en maakt het de betekenis van "VIEW" (in de zin van "kijk") duidelijk. Voor zover al zou worden aangenomen dat er een bepaalde mate van begripsmatige overeenstemming bestaat, is die zodanig ondergeschikt dat die volgens verweerder niet kan leiden tot verwarringsgevaar.

29. Volgens verweerder is het woord "VIEW" zwak onderscheidend voor waren in klasse 16 en in het bijzonder voor drukwerken en tijdschriften. Immers hebben veel merken in de Benelux "VIEW" als bestanddeel. Verweerder verwijst naar enkele voorbeelden en een oppositie tegen een ander depot. Daar het teken naast het woord "VIEW" tevens bestaat uit het woord "PUBLICATIONS" en enkele sterk onderscheidende beeldelementen, is verweerder van oordeel dat men het teken heel goed zal kunnen onderscheiden van de diverse merken die bestaan uit het woord VIEW.

30. Verweerder bevestigt dat de betrokken waren en diensten inderdaad soortgelijk zijn.

31. Echter, bij gebreke van met name visuele en auditieve gelijkenis kan er volgens verweerder geen overeenstemming tussen de tekens aangenomen worden. De soortgelijkheid van waren en diensten leidt daarom niet tot gevaar voor verwarring.

32. Verweerder vraagt om de oppositie af te wijzen en de opposant in de kosten te veroordelen.

### **III. BESLISSING**

#### **A.1. Verwarringsgevaar**

33. 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.

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 over de uitlegging van richtlijn 89/104/EEG van de Raad van 21 december 1988 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 (HvJEG, 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; Hof van Beroep Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

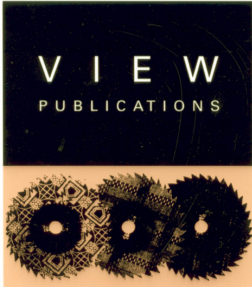
### **Vergelijking van de tekens**

36. 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).

37. 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.

38. 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).

39. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
VIEW	

*Begripsmatige vergelijking*

40. Merk en teken delen het Engelse woord "VIEW". Zoals ook door partijen gesteld, betekent dit woord "kijken; uitzicht, zienswijze"<sup>1</sup>. In het teken van verweerder wordt dit woord gevolgd door het Engelse woord "PUBLICATIONS". Hetgeen in het Nederlands zoveel betekent als uitgaven, publicaties<sup>2</sup>.

41. Het publiek zal over het algemeen een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet beschouwen als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk (zie GEA, Biker Miles, T-385/03, 7 juli 2005). Het eerste gedeelte van de tekens bestaat weliswaar uit het Engelse woord VIEW, maar dit is niet beschrijvend voor de aangeduide waren en diensten. Het tweede gedeelte van het bestreden teken is daarentegen wel volledig beschrijvend en niet onderscheidend voor de aangeduide waren. Deze Engelse term zal door het in aanmerking komend publiek ook onmiddellijk als zodanig worden begrepen, niet in het minst omdat dit woord sterk aanleunt bij het Franse en Nederlandse equivalent, "publication" en "publicatie". Het dominante element van het bestreden teken is dan ook VIEW (zie in deze zin: BBIE, oppositie ZIEN MAGAZINE, 2000785).

42. De tekens zijn op begripsmatig vlak sterk overeenstemmend.

*Visuele vergelijking*

43. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk, bestaande uit een woord van vier letters: VIEW.

44. Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit de twee woorden van respectievelijk vier en twaalf letters, te weten VIEW en PUBLICATIONS. Deze zijn in witte letters op een zwarte achtergrond weergegeven, waarbij VIEW in grote hoofdletters is weergegeven, terwijl PUBLICATIONS in kleinere hoofdletters is weergegeven. In het verlengde van deze zwarte rechthoek bevindt zich een zalmkleurige rechthoek met daarin de afbeelding van drie gekartelde schijven met daarop verschillende patronen.

45. Het eerste gedeelte van merk en teken is identiek. De consument zal in het algemeen meer belang hechten aan dit eerste deel (zie in die zin GEA, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004), bovendien is dit het dominerende wordelement van het bestreden teken en komt het merk van opposant volledig terug in het teken van verweerder, waar het een zelfstandig en onderscheiden plaats inneemt. Op visueel vlak neemt dit bestanddeel bovendien een duidelijke prominente plaats in, in het teken van verweerder, door het gebruik van een groter lettertype en het contrasterende kleurgebruik.

46. De tekens zijn in visueel opzicht in zekere mate overeenstemmend.

*Auditieve vergelijking*

47. Zoals hiervoor bij de visuele vergelijking reeds gesteld, bestaat het ingeroepen recht uit het woord VIEW en het teken uit de woorden VIEW PUBLICATIONS.

---

<sup>1</sup> Van Dale, Groot Woordenboek Engels-Nederlands

<sup>2</sup> Van Dale, Groot Woordenboek Engels-Nederlands

48. Het ingeroepen recht heeft één lettergreep en het bestreden teken heeft er vijf. Echter is het eerste woord, het dominerende bestanddeel in het teken van verweerder, gezien het beschrijvende karakter van het tweede woord (van vier lettergrepen).

49. Ook bij de auditieve vergelijking geldt dat in beginsel de consument aan het eerste gedeelte van een merk meer belang zal hechten (zie in die zin GEA, Mundicor, reeds aangehaald). Het eerste gedeelte is, zoals gezegd, identiek en neemt een zelfstandig en onderscheiden plaats in in het teken van verweerder.

50. De tekens zijn op auditief vlak overeenstemmend.

#### *Conclusie*

51. De totaalindruk van de tekens is op visueel vlak in zekere mate overeenstemmend. Op auditief vlak is deze overeenstemmend en op begripsmatig vlak is er zelfs sprake van een sterke overeenstemming.

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

52. 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).

53. Bij vergelijking van de waren en diensten van het ingeroepen recht en de waren 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.

54. Bij het indienen van zijn argumenten (zie supra, 15) beperkte opposant de waren en diensten waarop hij zijn oppositie wenste te baseren. Bij de vergelijking van de waren en diensten zal dan ook enkel met deze specifiek door opposant vermelde waren en diensten rekening worden gehouden.

<b>Oppositie gebaseerd op:</b>	<b>Oppositie gericht tegen:</b>
KI 16 Drukwerken, boekbinderswaren.	KI 16 Tijdschriften met betrekking tot kleding en textiel.
KI 35 Reclame	
KI 41 Diensten van uitgevers (uitgezonderd drukkerij); publiceren en uitgeven van drukwerken, ook in elektronische vorm, met een redactionele inhoud en een gedeeltelijk publicitaire inhoud, al dan niet on-line, in de sector van de uitgeverij, voornoemde diensten begrepen in deze klasse.	



55. De waar van verweerder in klasse 16 is identiek, dan wel soortgelijk aan het drukwerk van opposant in deze zelfde klasse. Immers betreft het hier in beide gevallen waren die worden gedrukt om verspreid te worden bij het publiek en kunnen de specifieke tijdschriften onder de algemene noemer drukwerken vallen.

56. Bovendien is er eveneens sprake van soortgelijkheid tussen deze waar in klasse 16 en de diensten in klasse 41 van opposant. Immers, hoewel in beginsel waren en diensten naar hun aard verschillend zijn, wil dit nog niet noodzakelijkerwijs zeggen dat er geen sprake kan zijn van soortgelijkheid, dan wel complementariteit. Een tijdschrift dient te worden uitgegeven en gedrukt en is daarmee het voorwerp van de diensten van uitgevers. De soortgelijkheid tussen deze waren en diensten wordt trouwens door verweerder als zodanig erkend (zie supra, punt 30).

## **A.2. Overige relevante factoren**

57. 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.

58. 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, beide reeds geciteerd).

59. De beoordeling van de overeenstemming tussen twee merken dient te berusten op de totaalindruk die door de betrokken merken wordt opgeroepen, waarbij in het bijzonder rekening moet worden gehouden met hun onderscheidende en dominerende bestanddelen (arresten SABEL en Lloyd Schuhfabrik Meyer, beide reeds aangehaald).

60. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. 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). Op basis van de gehanteerde waren- en dienstenlijst kan niet geconcludeerd worden dat er sprake is van een bijzonder aandachtsniveau van het publiek, waardoor er voor de beoordeling van de onderhavige oppositie uitgegaan wordt van een gemiddeld aandachtsniveau.

61. Tot slot is het Bureau van oordeel dat het feit dat VIEW een veel gebruikte term zou zijn in de branche, zoals verweerder stelt, niet van invloed is. Het gebruik in andere merken van dit woord neemt niet weg dat dit woord op zich onderscheidend kan zijn en is voor de waren en diensten in kwestie.

62. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling van de in het ongelijk gestelde partij in de kosten die gemaakt werden door de andere partij. Er is enkel, conform artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 van het Uitvoeringsreglement, voorzien in een kostenverwijzing. Deze is vastgesteld op het forfaitaire bedrag van de oppositietaks.

**B. Conclusie**

63. De waren zijn identiek, dan wel soortgelijk. De totaalindruk van de tekens is op visueel vlak in zekere mate overeenstemmend. Op auditief vlak is deze overeenstemmend en op begripsmatig vlak is er zelfs sprake van een sterke overeenstemming. De totaalindruk van de tekens stemt in die mate overeen dat het Bureau van oordeel is dat het publiek kan menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde, dan wel economisch verbonden ondernemingen en er derhalve sprake is van gevaar voor verwarring.

64. Aangezien de oppositie reeds slaagt op basis van het eerste ingeroepen recht, dient niet meer toe te worden gekomen aan het tweede ingeroepen recht.

**IV. BESLUIT**

65. De oppositie wordt toegewezen.

*Om deze redenen beslist het Bureau dat*

66. De oppositie met nummer 2002607 gegrond is.

67. Het Benelux depot met nummer 1149180 niet ingeschreven wordt.

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

Den Haag, 16 juni 2009

Diter Wuytens  
(rapporteur)

Saskia Smits

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Raphaëlle Gérard