



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2011314
van 21 oktober 2016

- Opposant:** **Marktplaats B.V.**
Wibautstraat 224-2
1097 DN Amsterdam
Nederland
- Gemachtigde:** **Merkenbureau Knijff & Partners B.V.**
Leeuwendeldseweg 12
1382 LX Weesp
Nederland
- Ingeroepen recht 1:** **Benelux inschrijving 859287**

MARKTPLAATS
- Ingeroepen recht 2:** **Benelux inschrijving 764432**

MARKTPLAATS.NL
- Ingeroepen recht 3:** **Benelux inschrijving 757416**



tegen
- Verweerder:** **Mijn Eigen Marktplaats B.V.**
Dijk 6 A
1721 AE Broek op Langedijk
Nederland
- Gemachtigde:** **Schenkeveld Advocaten N.V.**
Paardenmarkt 1
1811 KH Alkmaar
Nederland
- Betwiste merk:** **Benelux depot 1315318**



Geld voor je waar
&
Waar voor je geld

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 12 augustus 2015 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-



/beeldmerk voor diensten in klasse 35. Het depot is onder nummer 1315318 in behandeling genomen en gepubliceerd op 18 augustus 2015 .

2. Op 16 oktober 2015 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:

- Benelux inschrijving 859287 van het woordmerk MARKTPLAATS, ingediend op 26 februari 2009 en ingeschreven op 10 juni 2009 voor diensten in de klassen 35, 38 en 42;
- Benelux inschrijving 764432 van het woordmerk MARKTPLAATS.NL, ingediend op 20 oktober 2004 en ingeschreven op 10 maart 2005 voor diensten in de klassen 35, 38 en 42;
- Benelux inschrijving 757416 van het gecombineerde woord- /beeldmerk  , ingediend op 22 juni 2004 en ingeschreven op 1 januari 2005 voor diensten in de klassen 35, 38 en 42.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle diensten van het betwiste depot en is gebaseerd op alle 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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 22 oktober 2015. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. De procedure verliep conform de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). De administratieve fase is afgerond op 14 juni 2016.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

8. 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 in kwestie.

A. Argumenten opposant

9. Opposant geeft aan dat Marktplaats, opgericht in 1999, één van de eerste websites was die zich volledig richtte op rubrieksadvertenties. Sinds de oprichting is de onderneming uitgegroeid tot de populairste website op dit gebied. Elke dag bezoeken ruim 1,3 miljoen mensen Marktplaats. Op dit moment worden er per dag gemiddeld 350.000 nieuwe advertenties geplaatst. Op elk willekeurig moment bevat Marktplaats ruim 9 miljoen advertenties. Door het intensieve gebruik is Marktplaats uitgegroeid tot een begrip. Het merk is tevens de handelsnaam van opposant en de naamsbekendheid brengt een aanzienlijke beschermingsomvang met zich mee, aldus opposant.

10. De diensten van de ingeroepen rechten zijn volledig opgenomen in die van het betwiste teken. Zij zijn dan ook identiek of op zijn minst in hoge mate soortgelijk, aldus opposant.

11. Ten aanzien van de visuele vergelijking van de tekens stelt opposant vast dat het ingeroepen recht volledig terugkomt in het betwiste teken. Door de zwarte omkadering wordt dit element sterk benadrukt. Het beeldelement, te weten een afbeelding van een marktkraam, is veelal ondersteunend en zeker niet onderscheidend. De overige woordelementen in het betwiste teken zijn beschrijvend. In visueel opzicht is er volgens opposant sprake van overeenstemming.

12. In auditief opzicht geldt dat het gedeelde element MARKTPLAATS in merk en teken identiek is. Hoewel het betwiste teken uit meerdere woordelementen bestaat, stelt opposant vast dat deze alle beschrijvend zijn en dat de woorden "Geld voor je waar & Waar voor je geld" zullen worden opgevat als een aanprijzing en niet zozeer als een onderdeel van het merk. Ook het figuratief element wordt niet uitgesproken. Het publiek zal het woord MARKTPLAATS vergelijken met het woord MARKTPLAATS of in voorkomend geval MIJN EIGEN MARKTPLAATS. Er is daardoor, volgens opposant, sprake van een sterke mate van overeenstemming in auditief opzicht.

13. Begripsmatig zijn de merken en het teken identiek. Door het intensieve gebruik van het merk MARKTPLAATS door opposant zal de consument het begrip MARKTPLAATS associëren met diens website, zo meent opposant.

14. Het in aanmerking komend publiek bestaat uit de gemiddelde consument, aldus opposant.

15. Het sterk onderscheidend vermogen van de ingeroepen rechten in combinatie met de identieke dan wel sterk soortgelijke diensten, compenseren de geringe afwijkingen tussen de merken en het teken. De aandacht van het publiek zal hierdoor naar de overeenstemming getrokken worden en niet naar de verschillen, aldus opposant.

16. Opposant is van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring en verzoekt het Bureau dan ook de oppositie volledig toe te wijzen en het betwiste teken niet in te schrijven.

B. Reactie verweerder

17. Verweerder zegt dat er verschillende merkinschrijvingen bestaan met het element MARKTPLAATS, welke geen relatie lijken te hebben met opposant

18. Verweerder merkt op dat het woord MARKTPLAATS beschrijvend is. Verweerder sluit niet uit dat het teken is ingeburgerd, maar voegt daaraan toe dat, gelet op andere bedrijven die dit woord ook in hun merk of

handelsnaam voeren, de combinatie van MARKTPLAATS met andere elementen verwarring voorkomt. In visueel opzicht geldt dat slechts het beschrijvende element MARKTPLAATS hetzelfde is, maar dat het betwiste teken de nodige manifeste toevoegingen kent, waarbij met name de rood-witte marktkraam in het oog springt, aldus verweerder.

19. Volgens verweerder leidt de auditieve vergelijking tot beduidende verschillen. Ook hier gaat het om beschrijvende elementen en is door de toevoeging "MIJN EIGEN MARKTPLAATS Geld voor je waar & Waar voor je geld" duidelijk dat het om een afzonderlijke onderneming gaat. Verweerder verwijst hiertoe opnieuw naar andere merken die het element MARKTPLAATS bevatten (zie overweging 17).

20. Verweerder meent dat er ook begripsmatig verschillen zijn. De ingeroepen rechten zijn zeer algemeen, terwijl het betwiste teken juist individualiseert door middel van de aanduiding "MIJN EIGEN MARKTPLAATS". Het beeldelement van de marktkraam in het betwiste teken versterkt de associatie daarmee.

21. Op basis van voorgaande overwegingen verzoekt verweerder de oppositie te verwerpen en het betwiste teken in zijn geheel in te schrijven.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

22. 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 Bureau 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.

23. 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."

24. 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 tekens

25. 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).

26. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkheid 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 (arresten Sabel en Lloyd, beide reeds aangehaald).

27. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meerdere 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 bezien, hoe de verschillende bestanddelen in de configuratie van het samengestelde merk zich tot elkaar verhouden (GEU, Matratzen, T-6/01, 23 oktober 2002 en El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 december 2007).

28. Het Bureau is van oordeel dat het teken MARKTPLAATS beschrijvend is voor de diensten van een (virtuele) handelsplaats. De vergelijking van de tekens zal derhalve op basis van het tweede ingeroepen recht worden verricht.

29. Het tweede ingeroepen recht, Benelux inschrijving 764432 van het woordmerk MARKTPLAATS.NL is ingeschreven op basis van inburgering. De daartoe vereiste, en door opposant gestelde, bekendheid (zie overweging 9) wordt door verweerder niet betwist.

30. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Benelux inschrijving 764432

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
MARKTPLAATS.NL	

31. Het ingeroepen recht is een woordmerk van 11 letters, te weten MARKTPLAATS, gevolgd door de tweeletterige internetextensie .NL. Het betwiste teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk. Het bestaat uit de groot weergegeven woorden van respectievelijk vier, vijf en 11 letters, MIJN EIGEN MARKTPLAATS, waarbij het woord MARKTPLAATS in een zwart kader in witte letters wordt afgebeeld. De drie woorden als zodanig worden afgebeeld binnen de contouren van een enigszins gestileerde afbeelding van een rood-witte marktkraam. Onder deze afbeelding is, in grijze letters, de (aanprijzende) slogan "Geld voor je waar & Waar voor je geld" weergegeven.

32. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) hebben woordelementen 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 (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005). Het beeldelement in het betwiste teken bestaat uit een licht gestileerd weergegeven marktkraam. Hetgeen hiervoor werd opgemerkt ten aanzien van het woordelement MARKTPLAATS geldt in zekere mate ook voor de grafische weergave van de marktkraam in het betwiste teken. Het beeldelement is beschrijvend of op zijn minst sterk verwijzend, waardoor het hoogstens een zeer gering onderscheidend

vermogen heeft voor de diensten waarvoor het teken werd gedeponeerd. Naar oordeel van het Bureau zal het in aanmerking komend publiek het beeldelement van het betwiste teken dan ook zeker niet als dominant ervaren. Ook het onderschrift zal niet als dominant gelden in de perceptie van de consument omdat het beschrijvend is.

33. In visueel opzicht geldt derhalve dat merk en teken het element MARKTPLAATS gemeen hebben. Daarmee is het ingeroepen recht vrijwel volledig hernomen in het betwiste teken. Hoewel dit element losstaand als beschrijvend kan worden gekwalificeerd (zie overweging 28), neemt dit niet weg dat dit langste element van het ingeroepen recht MARKTPLAATS.NL, dat een zeker onderscheidend vermogen toekomt door inburgering, een prominente plek inneemt in het betwiste teken. Dat wordt ook benadrukt door het zwarte kader met de witte letters. De overige woordellemen in het betwiste teken, te weten "MIJN EIGEN" en "Geld voor je waar & Waar voor je geld" zijn op zichzelf beschrijvende en niet-onderscheidende woorden. Het Bureau is van oordeel dat er in visueel opzicht sprake is van een geringe mate van overeenstemming tussen merk en teken.

34. In auditief opzicht geldt, ten aanzien van het betwiste teken, dat niet kan worden uitgesloten dat het (beschrijvende) onderschrift "Geld voor je waar & Waar voor je geld" zelfs in het geheel niet wordt uitgesproken wanneer aan het betwiste teken wordt gerefereerd (zie GEU, Green by Missako, T-162/08, 11 november 2009). Een merk dat bestaat uit meerdere elementen zal over het algemeen namelijk worden afgekort tot iets dat makkelijk is uit te spreken (GEU, arrest Brothers by Camper, T-43/05, 30 november 2006). In het licht van de voorgaande overwegingen geldt dat in auditief opzicht het ingeroepen recht zal worden uitgesproken als [marktpla:ts punt en el] en dat naar het betwiste teken zal worden verwezen door het aan te duiden als [mëin eiyen marktpla:ts]. Merk en teken bestaan beide uit vijf lettergrepen, waarbij de cadans verschilt en alleen de klemtoon dezelfde is, namelijk die gelegen op het gedeelde woordellemen MARKTPLAATS. Het Bureau is van oordeel dat er in auditief opzicht sprake is van een geringe mate van overeenstemming.

35. In begripsmatig opzicht meent het Bureau dat het ingeroepen recht, MARKTPLAATS.NL een (virtuele) handelsplaats beschrijft, waarbij het virtuele aspect wordt benadrukt door de internetextensie .NL. Het betwiste teken bestaat uit het identieke woord MARKTPLAATS, waarbij de toevoeging MIJN EIGEN kan duiden op een gepersonaliseerde variant van een (virtuele) handelsplaats. De aanprijzende en beschrijvende aanduiding "Geld voor je waar & Waar voor je geld" zal ook als zodanig worden begrepen door het in aanmerking komend publiek. Het vormt daarmee een banale aanprijzing voor een handelsplaats. Merk en teken delen hetzelfde conceptuele begrip van de (virtuele) handelsplaats. Het Bureau stelt dan ook vast dat er in begripsmatig opzicht sprake is van een zekere mate van overeenstemming tussen merk en teken.

Conclusie

36. Het ingeroepen recht en het betwiste teken stemmen in visueel en auditief opzicht in geringe mate overeen. In begripsmatig opzicht is er sprake van een zekere mate van overeenstemming.

Vergelijking van de waren en diensten

37. 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 (HvJEU, arrest Canon, reeds geciteerd).

38. 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.

39. De te vergelijken diensten zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 35 Reclame; marketing en andere dergelijke zakelijke assistentie inzake het commercieel beheren van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van waren en diensten via Internet; administratieve diensten met betrekking tot het afhandelen van contacten voor verkoop en verhuur van artikelen via Internet; bemiddeling bij het leggen van zakelijke contacten via Internet (public relations); verspreiding van advertenties voor derden via een online elektronisch communicatienetwerk; advertentiebemiddeling via Internet; beheer van databanken via Internet; het organiseren en houden van veilingen	KI 35 Presentatie van goederen op communicatiemediã, voor verkoopdoeleinden.
KI 38 Telecommunicatie; verlenen van toegang tot websites; verlenen van toegang tot zoekmachines; alle voornoemde diensten uitsluitend met betrekking tot de in klasse 35 genoemde diensten.	
KI 42 Ontwerp, ontwikkeling en onderhoud van websites en zoekmachines (software); automatiseringsdiensten; hosting van websites; alle voornoemde diensten uitsluitend met betrekking tot de in klasse 35 genoemde diensten.	

Klasse 35

40. De dienst *“presentatie van goederen op communicatiemediã, voor verkoopdoeleinden”* van het ingeroepen recht is identiek of op zijn minst sterk soortgelijk aan de diensten *“reclame”*, *“marketing en andere dergelijke zakelijke assistentie inzake het commercieel beheren van zaken ter ondersteuning van de commercialisering van waren en diensten via Internet”*, *“administratieve diensten met betrekking tot het afhandelen van contacten voor verkoop en verhuur van artikelen via Internet”* en *“verspreiding van advertenties voor derden via een online elektronisch communicatienetwerk; advertentiebemiddeling via Internet”*. Het betreft in beide gevallen (het bieden van) een platform (handelsplaats) voor de verkoop van goederen en in geval van het ingeroepen recht ook voor het aanbieden van diensten. De diensten kennen daarmee een gelijke aard, bestemming en wijze van gebruik.

Conclusie

41. De diensten zijn identiek of op zijn minst sterk soortgelijk.

A.2. Globale beoordeling

42. 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.

43. 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).

44. 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). De diensten in kwestie zijn bestemd voor een breed publiek, waarbij van een normaal aandachtsniveau mag worden uitgegaan.

45. 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).

46. 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 (HvJEU, Canon, Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het (tweede) ingeroepen recht beschikt als gevolg van langdurig en intensief gebruik (inburgering) over voldoende onderscheidend vermogen om de merkenrechtelijke herkomstfunctie te kunnen vervullen.

47. Hoewel de opposant vanwege de bekendheid van zijn ingeroepen rechten een verruimde beschermingsomvang inroept (zie overweging 9), welke overigens niet expliciet wordt betwist door verweerder, hoeft deze stelling niet nader onderzocht te worden, omdat zij niet van invloed zal zijn op de uitslag van deze procedure.

48. Op grond van voorgaande overwegingen, waarbij de beperkte overeenstemming tussen de tekens wordt gecompenseerd door het feit dat de diensten identiek dan wel sterk soortgelijk zijn (zie overweging 45), is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat deze afkomstig zijn van dezelfde of een economisch verbonden onderneming. Het is naar oordeel van het Bureau niet onwaarschijnlijk dat het publiek, wanneer het met beide tekens geconfronteerd wordt, zal kunnen menen dat het betwiste teken een (gepersonaliseerde – zie overweging 35) variant betreft van het ingeroepen recht (GEU, CONFORFLEX, zaaknr. T-10/03, 18 februari 2004).

B. Overige factoren

49. Voor wat betreft het argument van verweerder dat er verschillende merkingschrijvingen bestaan met het element MARKTPLAATS, welke geen relatie lijken te hebben met opposant (zie overweging 17), wijst het Bureau erop dat het weliswaar niet volledig uitgesloten is dat in bepaalde gevallen de co-existentie van oudere merken op de markt het vastgestelde gevaar voor verwarring van twee conflicterende merken vermindert. Hiermee kan echter slechts rekening worden gehouden indien (1) de verweerder ten minste in de loop van de procedure genoegzaam heeft aangetoond dat deze co-existentie erop berust dat bij het relevante publiek geen sprake is van gevaar voor verwarring van de oudere merken waarop de verweerder zich beroept en het oudere merk van de opposant waarop die oppositie is gebaseerd, en (2) onder het voorbehoud dat de betrokken oudere merken en de conflicterende merken identiek zijn (zie in die zin GEU, Top iX, T-57/06, 7 november 2007 en LIFE BLOG, T-460/07, 20 januari 2010). In casu werd van beide punten niet het bewijs geleverd.

50. Aangezien de oppositie reeds slaagt op basis van het tweede ingeroepen recht (zie overweging 29), behoeft aan de vergelijking met het derde ingeroepen recht niet te worden toegekomen. Een vergelijking met het eerste ingeroepen recht acht het Bureau niet opportuun (zie overweging 28).

C. Conclusie

51. Op grond van het voorgaande besluit het Bureau dat er sprake is van gevaar voor verwarring.

IV. BESLUIT

52. De oppositie met nummer 2011314 wordt toegewezen.

53. Het Benelux depot met nummer 1315318 wordt niet ingeschreven.

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

Den Haag, 21 oktober 2016

Tomas Westenbroek
(*rapporteur*)

Pieter Veeze

Camille Janssen

Administratieve behandelaar:
Ellen van Holst