

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2015691
van 3 september 2021

Opposant: **Unilever N.V.**
Weena 455
3013 AL Rotterdam
Nederland

Gemachtigde: **Baker & McKenzie Amsterdam N.V.**
Claude Debussylaan 54
1082 MD Amsterdam
Nederland

Ingeroepen merk 1: **Benelux inschrijving 339931**
PRODENT

Ingeroepen merk 2: **Benelux inschrijving 362051**
PRODENT

Ingeroepen merk 3: **Benelux inschrijving 340616**
PRODENT

tegen

Verweerder: **Klaas Klunder**
Jura 12
7007 LX Doetinchem
Nederland

Beautiful Smile Nederland BV
Jura 12
7007 LX Doetinchem
Nederland

Gemachtigde: **Onel Trademarks**
Postbus 5054
1380 GB Weesp
Nederland

Betwiste merk: **Benelux aanvraag 1403425**



I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 4 oktober 2019 heeft verweerder een Benelux aanvraag verricht van het gecombineerde



woord-/beeldmerk voor waren in klasse 3. Deze aanvraag is onder nummer 1403425 in behandeling genomen en gepubliceerd op 8 oktober 2019.

2. Op 6 december 2019 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze aanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:

- Benelux inschrijving 339931 van het woordmerk PRODENT, ingediend op 18 augustus 1976 en ingeschreven voor waren in klasse 3;
- Benelux inschrijving 362051 van het woordmerk PRODENT, ingediend op 5 december 1979 en ingeschreven voor waren in de klassen 10 en 21;
- Benelux inschrijving 340616 van het woordmerk PRODENT, ingediend op 27 augustus 1976 en ingeschreven voor waren in klasse 21.

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

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren van de betwiste aanvraag en is gebaseerd op alle waren van de ingeroepen merken.

5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1 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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 11 december 2019. 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 van de procedure is afgerond op 4 juni 2020.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

8. Overeenkomstig artikel 2.14 BVIE kan de houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden vanaf de publicatie van de aanvraag, schriftelijk oppositie instellen bij het Bureau tegen een merk dat in rangorde na het zijne komt, overeenkomstig de bepalingen in artikel 2.2ter BVIE.

9. De gronden van de oppositie zijn de volgende:

- Artikel 2.2ter, lid 1 BVIE: *"Een merk wordt wanneer daartegen oppositie wordt ingesteld niet ingeschreven [...] indien: [...] het gelijk is aan of overeenstemt met een ouder merk en betrekking heeft op gelijke of overeenstemmende waren of diensten en daardoor bij het publiek gevaar voor*

verwarring bestaat, ook wanneer die verwarring het gevolg is van associatie met het oudere merk”.

- Artikel 2.2ter, lid 3, sub a BVIE: *“Voorts wordt een merk wanneer daartegen oppositie wordt ingesteld niet ingeschreven of kan het, indien ingeschreven, nietig worden verklaard: a. indien het gelijk is aan of overeenstemt met een ouder merk ongeacht of de waren of diensten waarvoor het is aangevraagd of ingeschreven, gelijk aan, overeenstemmend of niet overeenstemmend zijn met die waarvoor het oudere merk ingeschreven is, wanneer het oudere merk bekend is in het Benelux-gebied, of, in geval van een Uniemerik, in de Europese Unie bekend is en door het gebruik, zonder geldige reden, van het jongere merk ongerechtvaardigd voordeel wordt getrokken uit of afbreuk wordt gedaan aan het onderscheidend vermogen of de reputatie van het oudere merk”.*

A. Argumenten opposant

10. Opposant verwijst naar twee oppositiebeslissingen van het Bureau uit 2013 alsmede naar het arrest van het Gerechtshof Den Haag in beroep tegen één daarvan, waarin werd vastgesteld dat de (toen) door opposant ingeroepen merken een ruime bekendheid hadden in de Benelux.

11. Opposant stelt vast dat de ingeroepen merken geheel terugkomen in het betwiste merk. Het enige verschil is te vinden in de additionele letters FI en AL in het betwiste merk. Hij meent dat de merken in visueel opzicht (nagenoeg) identiek, althans sterk overeenstemmend zijn.

12. Op auditief vlak is er volgens opposant sprake van overeenstemming aangezien de elementen PRO en DENT duidelijk in beide merken voorkomen. Bovendien ligt de klemtoon ook in het betwiste merk op deze elementen.

13. Conceptueel hebben de merken in hun geheel geen vaststaande betekenis, maar zij brengen wel dezelfde boodschap over door de nadruk te leggen op gezonde of goede tanden, aldus opposant.

14. De waren van het betwiste merk zijn volgens opposant identiek aan dan wel sterk overeenstemmend met de waren van de ingeroepen merken.

15. Opposant meent dat met de registratie van het betwiste merk voordeel wordt getrokken uit of afbreuk wordt gedaan aan de reputatie en/of het onderscheidend vermogen van zijn merken doordat met deze registratie in het kielzog wordt gevaren van zijn bekende merken.

16. Op grond van het voorgaande verzoekt opposant het Bureau de oppositie toe te wijzen, de inschrijving van het betwiste merk te weigeren en verweerder in de kosten te verwijzen.

B. Reactie verweerder

17. Verweerder meent dat opposant niet kan volstaan met een verwijzing naar eerdere oppositiebeslissingen en een arrest van het Hof Den Haag om de bekendheid van zijn merken in te roepen. Bekendheid van een merk is immers geen vaststaand gegeven maar juist dynamisch. Bovendien wil verweerder dit bewijs zelf kunnen beoordelen en daarop reageren. Verweerder wijst erop dat opposant in de onderhavige oppositie geen objectief bewijs heeft ingediend zoals marktonderzoeken of andere documenten waaruit de bekendheid en de ruimere beschermingsomvang van de ingeroepen merken blijkt.

18. Op visueel vlak verschillen de merken in het grafische element van het betwiste merk, in hun lengte en in de verschillende elementen PRO/PROFI en DENT/DENTAL. Verweerder meent dat deze verschillpunten overheersen en dat de merken visueel niet overeenstemmen.

19. Auditief stemmen de merken volgens verweerder ook niet overeen door het verschil in lengte en klemtoon.

20. Het voorvoegsel PRO betekent volgens verweerder in het Nederlands en het Frans "voor, ten behoeve van". DENT betekent in het Frans "tand". PROFI verwijst naar "professioneel" en DENTAL naar tandheelkunde. "Voor tanden" is iets anders dan "professionele tandheelkunde". Conceptueel zijn de merken dan ook verschillend en verweerder meent zelfs dat dit conceptuele verschil mogelijke visuele en auditieve gelijkenissen neutraliseert.

21. Het betwiste merk is bedoeld als gel om tanden te bleken. Dit specifieke product dat een professionele toepassing kent, wordt alleen verkocht aan tandartsen en mondhygiënisten. Dit product wordt dus niet aan consumenten verkocht en staat derhalve ook niet bij drogisterijen of supermarkten. Verweerder meent dat tandpasta een ander product is dan gel voor het bleken van tanden. Deze producten verschillen qua aard, verkoopkanalen en toepassing. Deze producten zijn volgens hem noch concurrerend noch complementair.

22. Aangezien er volgens verweerder geen gevaar voor verwarring is te duchten en er ook geen sprake is van afbreuk aan het onderscheidend vermogen of de reputatie van de ingeroepen merken, verzoekt hij het Bureau de oppositie niet te honoreren.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

23. Volgens vaste rechtspraak over de uitlegging van Richtlijn (EU) 2015/2436 van het Europees Parlement en de Raad van 16 december 2015 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, ECLI:EU:C:1998:442, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, 22 juni 1999, ECLI:EU:C:1999:323; 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, ECLI:NL:HR:2003:AK4818; Brussel, N-20060227-1, 27 februari 2006).

Vergelijking van de merken


24. Uit de bewoordingen van artikel 5, lid 1, sub b van de Richtlijn (vergelijk artikel 2.2ter.1, 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, ECLI:EU:C:1997:528).

25. De globale beoordeling van het verwarringsgevaar dient wat de visuele, auditieve of begripsmatige gelijkenis van de merken 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).

26. 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,

ECLI:EU:C:2007:333). 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, ECLI:EU:T:2002:261 en El Charcutero Artesano, T-242/06, 13 december 2007, ECLI:EU:T:2007:391).

27. De ingeroepen merken zijn identiek en kunnen dus gezamenlijk worden behandeld. Hierna zal er in het enkelvoud naar worden verwezen. De te vergelijken merken zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
PRODENT	

Visuele vergelijking

28. Het ingeroepen merk is een zuiver woordmerk, bestaande uit een woord van zeven letters. Het betwiste merk is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit de in elkaar verweven letters P en D en daaronder het woord PROFIDENTAL. De letter P en het element PROFI zijn in het grijs weergegeven, de letter D en het element DENTAL in het blauw.

29. Bij samengestelde merken (woord- en beeldelement) heeft het woardelement vaak een grotere impact op de consument dan het beeldelement. Reden hiervoor is dat het publiek de merken niet steeds analyseert en vaak naar het merk verwijst door gebruik te maken van het woardelement (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005, ECLI:EU:T:2005:289). In het voorliggende geval bestaan de figuratieve elementen louter uit de speciale opmaak van de letters P en D en de weergave in twee kleuren. Deze elementen zullen door het in aanmerking komend publiek louter als versiering en opmaak worden opgevat en niet als het meest onderscheidende aspect van het merk.

30. Zoals opposant opmerkt, kan worden vastgesteld dat het ingeroepen merk integraal voorkomt in het betwiste merk. Niet kan echter worden gesteld dat het daarin een zelfstandige onderscheidende positie behoudt, aangezien het er deel in uitmaakt van een groter geheel. Wel kan in ieder geval worden vastgesteld dat de eerste drie letters van de merken identiek zijn. In dit verband zij nog opgemerkt dat de consument in het algemeen meer belang zal hechten aan het begin van een merk (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004, ECLI:EU:T:2004:79). Ten slotte moet worden vastgesteld dat de laatste vier letters van het ingeroepen merk eveneens identiek en in dezelfde volgorde voorkomen in het betwiste merk, ongeveer in het midden daarvan.

31. De merken zijn visueel in zekere mate overeenstemmend.

Auditieve vergelijking

32. Wat de vergelijking op auditief vlak betreft, dient eraan te worden herinnerd dat – strikt genomen – de fonetische weergave van een samengesteld teken overeenkomt met die van de woordbestanddelen ervan, ongeacht de grafische kenmerken van deze bestanddelen, die veeleer aan de orde komen in het kader van het onderzoek van het visuele aspect van het teken (zie GEU, PC WORKS, T-352/02, 25 mei 2005, ECLI:EU:T:2005:176 en Thai Silk, T-361/08, 21 april 2010, ECLI:EU:T:2010:152).

33. Voor wat betreft de mondelinge weergave, zullen de gestileerde letters PD in het betwiste merk worden opgevat als de beginletters van het eronder staande woord, hetzij als een bijschrift, zodat niet valt uit te sluiten dat ze niet zullen worden uitgesproken wanneer aan dit merk wordt gerefereerd (zie in die zin GEU, Green by Missako, T-162/08, 11 november 2009, ECLI:EU:T:2009:432). Ook zal een merk dat bestaat uit meerdere elementen over het algemeen worden afgekort tot iets wat makkelijk is uit te spreken (GEU, arrest Brothers by Camper, T-43/05, 30 november 2006, ECLI:EU:T:2006:370).

34. Het ingeroepen merk bestaat uit twee lettergrepen, het element PROFIDENTAL in het betwiste merk uit vier. Daarmee is dit laatste fonetisch wel dubbel zo lang als het ingeroepen merk, maar niettemin valt op dat de merken dezelfde klemtonen hebben, namelijk op de O en de E. De overige klinkers van het betwiste merk zullen zelfs aanmerkelijk minder opvallend worden uitgesproken, zodat er toch sprake is van een zekere auditieve overeenstemming.

35. De merken zijn auditief in zekere mate overeenstemmend.

Begripsmatige vergelijking

36. Geen van de merken heeft in zijn geheel genomen een vaststaande betekenis. Verweerder wijst op de begripsmatige verschillen tussen PRO/PROFI enerzijds en DENT/DENTAL anderzijds (zie punt 20). Daar staat echter tegenover dat ook een zekere overeenkomst valt aan te wijzen tussen de elementen PRO/PROFI en DENT/DENTAL. In ieder geval is het Bureau met opposant van oordeel dat de merken zullen worden opgevat als verwijzend naar tand- of gebitsverzorging (zie punt 13).

37. De merken zijn begripsmatig in zoverre in zekere mate overeenstemmend dat ze beide verwijzen naar tand- of gebitsverzorging.

Conclusie

38. De merken zijn visueel, auditief en begripsmatig in zekere mate overeenstemmend.

Vergelijking van de waren

39. Bij de beoordeling van de overeenstemming van de betrokken waren en diensten moet rekening worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de 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).

40. Bij de vergelijking van de waren van het ingeroepen merk en de waren waartegen de oppositie is gericht, worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals vermeld in de aanvraag.

41. De te vergelijken waren zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
Klasse 3 Tandpasta, tandpoeders, tandreinigingsmiddelen. (339931)	Klasse 3 Gel voor het bleken van de tanden; Gels voor het bleken van de tanden; Polijstmiddelen voor de tanden; Preparaten voor verzorging van de tanden; Reinigingsmiddelen voor tanden; Tandbleekpreparaten; Strips voor het

	wit maken van tanden; Tandem (Gel voor het bleken van -); Tandpasta's.
Klasse 10 Tandreinigungsapparaten en tandspoelapparaten. (362051)	
Klasse 21 Tandreinigungsapparaten en tandspoelapparaten. (362051)	
Klasse 21 Tandemborstels. (340616)	

42. De waren *tandpasta's* en *reinigingsmiddelen voor tanden* van het betwiste merk zijn gelijk aan de waren *tandpasta* en *tandreinigingsmiddelen* van het eerste ingeroepen merk.

43. De waren *polijstmiddelen voor de tanden* van het betwiste merk vallen onder de meer algemene omschrijving *tandpoeders* van het eerste ingeroepen merk en zijn dus gelijk daaraan. Immers, wanneer de door het oudere merk aangeduide waren de in de merkaanvraag opgegeven waren omvatten, worden deze waren als dezelfde beschouwd (zie in die zin, GEU, Fifties, T-104/01, 23 oktober 2002, ECLI:EU:T:2002:262 en Arthur et Félicie, T-346/04, 24 november 2005, ECLI:EU:T:2005:420 en Prazol, T-95/07, 21 oktober 2008, ECLI:EU:T:2008:455).

44. De waren *preparaten voor verzorging van de tanden* van het betwiste merk omvatten de waren *tandpasta*, *tandpoeders* en *tandreinigingsmiddelen* van het eerste ingeroepen merk en zijn derhalve gelijk daaraan. Immers, wanneer de in de merkaanvraag aangeduide waren de door het oudere merk opgegeven waren omvatten, worden deze als dezelfde beschouwd (GEU, Metabiomax, T-281/13, 11 juni 2014, ECLI:EU:T:2014:440).

45. De overige waren van het betwiste merk, namelijk *gel voor het bleken van de tanden*, *gels voor het bleken van de tanden*, *tandbleekpreparaten* en *strips voor het wit maken van tanden* zijn sterk overeenstemmend met de waren *tandpasta*, *tandpoeders* en *tandreinigingsmiddelen* van het eerste ingeroepen merk. Naast de mondhygiënische verzorging van tanden en gebit, zal de consument immers ook bij uitstek aandacht besteden aan de uitstraling ervan, waarbij een witte uitstraling het toonbeeld is van gezondheid en verzorging.

46. Ten slotte valt nog overeenstemming aan te wijzen tussen de waren van het betwiste merk en de waren *tandreinigingsapparaten*, *tandspoelapparaten* en *tandenborstels* in de klassen 10 en 21 van het tweede en het derde ingeroepen merk. Al deze waren dienen immers bij uitstek en uitsluitend ter verzorging en verfraaiing van tanden en gebit en richten zich dus op eenzelfde doelpubliek. Deze waren hebben ook dezelfde fabrikanten en dezelfde verkoopkanalen.

Conclusie

47. De waren van het betwiste merk zijn deels gelijk aan en deels sterk overeenstemmend met de waren van de ingeroepen merken.

A.2 Globale beoordeling

48. 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 merken een rol.

49. 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). In casu betreft het waren die bestemd zijn voor zowel het gewone als voor het terzake professionele publiek, zodat moet worden uitgegaan van het laagste aandachtsniveau en het gemiddeld aandachtsniveau dus normaal moet worden geacht.

50. Het verwarringsgevaar is des te groter naarmate de onderscheidingskracht van het oudere merk sterker is. Merken die hetzij van huis uit, dan wel 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). In casu heeft het ingeroepen merk een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het geen kenmerken van de betrokken waren beschrijft. Opposant beroept zich op de bekendheid van zijn ingeroepen merk en voegt stukken toe ter ondersteuning daarvan. Het Bureau heeft het niet nodig geacht deze stelling nader te onderzoeken, aangezien zij in casu niet van invloed zal zijn op de uitkomst van deze beslissing.

51. 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 van de waren of diensten waarop zij betrekking hebben. Zo kan een geringe mate van overeenstemming 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).

52. De merken zijn visueel, auditief en begripsmatig in zekere mate overeenstemmend. De betrokken waren zijn deels dezelfde en deels overeenstemmend. Op basis van bovengenoemde factoren, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het publiek kan menen dat deze waren afkomstig zijn van dezelfde of van een economisch verbonden onderneming, waardoor er sprake is van gevaar voor verwarring.

B. Overige factoren

53. Met het feitelijke gebruik van het betwiste merk (volgens verweerder alleen door professionele tandartsen en mondhygiënist, zie punt 21) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden. De vergelijking van de waren vindt uitsluitend plaats op basis van de registergegevens (HvJEU, Quantum, C-171/06, 15 maart 2007, ECLI:EU:C:2007:171; O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juni 2008, ECLI:EU:C:2008:339; GEU, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 oktober 2008, ECLI:EU:T:2008:444). Voor zover verweerder zou willen betogen dat zijn waren krachtens wettelijke bepalingen alleen bestemd kunnen zijn voor een professioneel publiek, zij erop gewezen dat deze wettelijke bepalingen hoofdzakelijk zien op de samenstelling van de desbetreffende producten. Dat de waren in het algemeen zoals vermeld in het register vrijelijk te koop zijn voor eenieder moge blijken uit een eenvoudige rondgang op internet en bij de drogist.

C. Conclusie

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

55. Aangezien de oppositie reeds dient te worden toegewezen op grond van het bestaan van verwarringsgevaar, dient de door opposant aangevoerde grond van artikel 2.2ter, lid 3, sub a BVIE niet meer te worden onderzocht en dus evenmin de eventuele bekendheid van de ingeroepen merken.

IV. BESLUIT

56. De oppositie met nummer 2015691 wordt toegewezen.

57. Benelux aanvraag 1403425 wordt niet ingeschreven.

58. De verweerder is 1.045 euro verschuldigd aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.28, lid 3 UR, aangezien de oppositie geheel wordt toegewezen. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 3 september 2021



Willy Neys
(*rapporteur*)

Tineke Van Hoey

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar:

Guy Abrams