

Merk en Meningsuiting

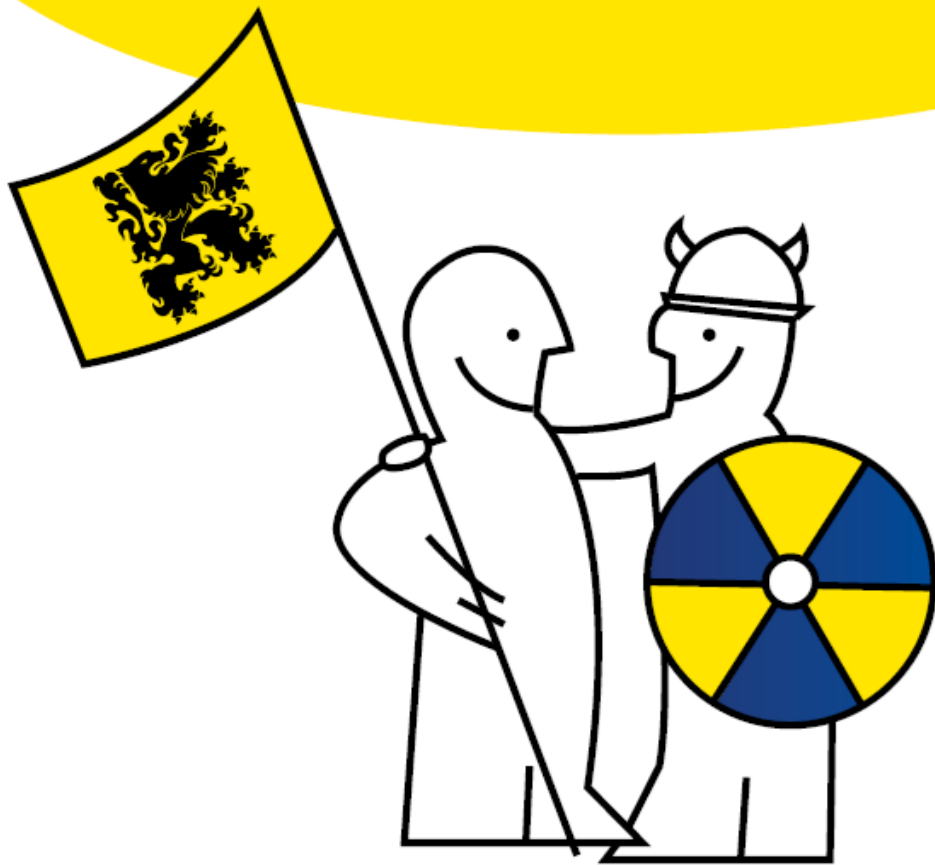
Edwin van der Velde

&

Dirk Visser

IKEA-PLAN

IMMIGRATIE KAN ECHT ANDERS



Thema

- Gebruik van een merk anders dan als merk
- IKEA-zaak: merkinbreuk of vrijheid van meningsuiting?
 - “geldige reden”?
- Moet dit worden beoordeeld op basis van het merkenrecht?
- Moet de merkhouder hier überhaupt tegen (willen) optreden?

Gebruik van een merk - verschillende doelen

Anders dan gebruik als merk:

1. Politieke boodschap
2. Kritiek op de merkhouder / afbrekend
3. Artistiek
4. Satirisch / parodiërend

Wat voor gebruik?

Is er sprake van:

- A. Gebruik?
- B. Gebruik “in het economisch verkeer”?
- C. Gebruik “ter onderscheiding van waren of diensten”? (A-B-C of D?)
- D. Gebruik met “ongerechtvaardigd afbreuk of voordeel”?
- E. Gebruik met een “geldige reden”?
- F. Gebruik “volgens de eerlijke gebruiken in nijverheid en handel”?
- G. Gebruik dat “afbreuk kan doen aan de functies van het merk”?

A. “Gebruik”?

- Gebruik teken als AdWord door dienstverlener geen “gebruik”



- Afvullen blikjes met teken ook geen “gebruik”



B. “In het economisch verkeer”?

- Gebruik in advertenties van particulieren (niet)

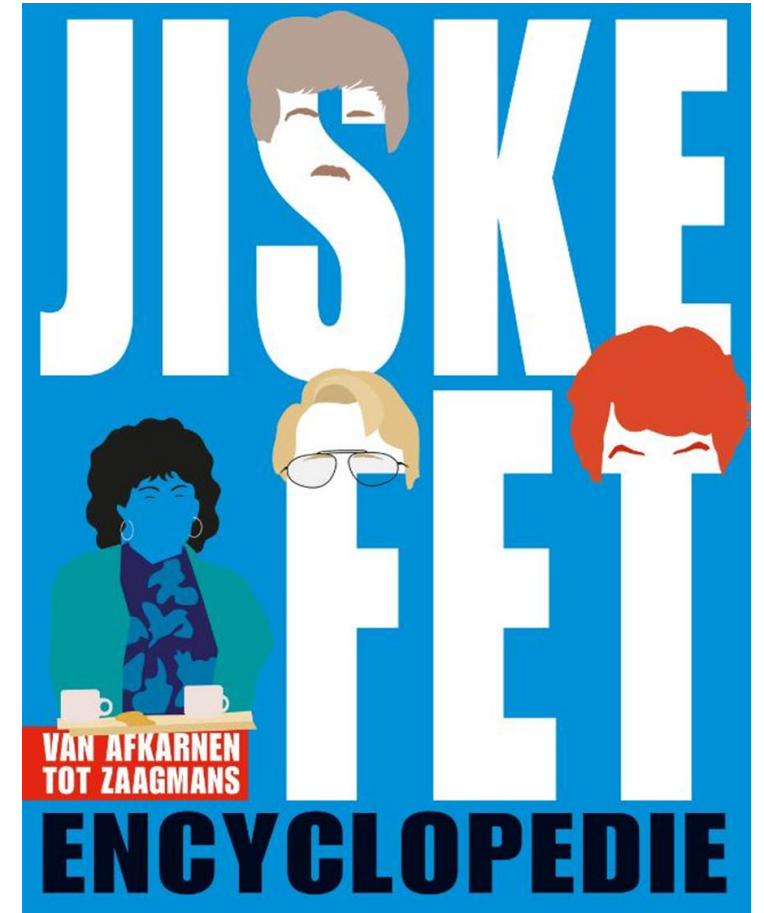


- Gebruik voor ridderorde (wel)



C. “Ter onderscheiding van waren of diensten”?

- Gebruik van een merk in de titel van een boek geen gebruik ‘ter onderscheiding van waren of diensten’ ‘omdat de titel een onderdeel vormt van de waar zelf’.
- Gebruik sub A-B-C of D?
 - Bij A-B geen ‘geldige reden’ uitzondering
 - Bij C-D wél ‘geldige reden’ uitzondering



D. “Ongerechtvaardigd afbreuk of voordeel”?

- Gebruik in de film ‘Alicia’
- Hof Amsterdam 18 december 1975, *NJ* 1977/59
- Het bezigen van een fles juist en bepaald met gemelde merken was niet geboden door artistieke overwegingen; hetgeen meebrengt dat het gebruik geschiedde zonder geldige reden in de zin der wet
- Schade?
- Aantasting van het kooplustopwekkend vermogen



E. Gebruik met een “geldige reden”?

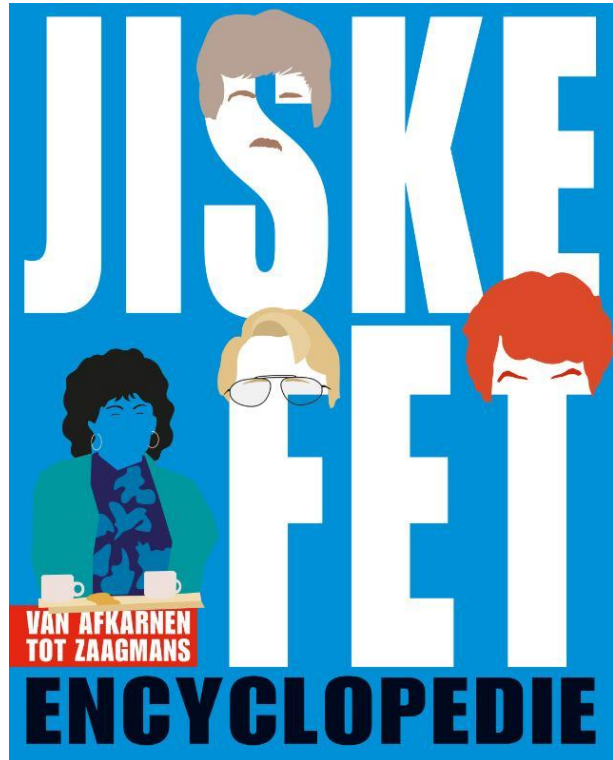
- Gaan we het straks uitgebreid over hebben, want daar gaat het om in ‘IKEA’.
- Vraag: Is ‘geldige reden’ hetzelfde als ‘niet ongerechtvaardigd’?
 - “Ongerechtvaardigd afbreuk of voordeel”

F. Gebruik “volgens de eerlijke gebruiken in nijverheid en handel”?

- Kom je alleen aan toe bij de beperkingen.
- Dus als het volgens de hoofdregels inbreuk is.

- Als voor gebruik onder A-B gekozen wordt, kom je er wel aan toe.

Beschrijvende titel



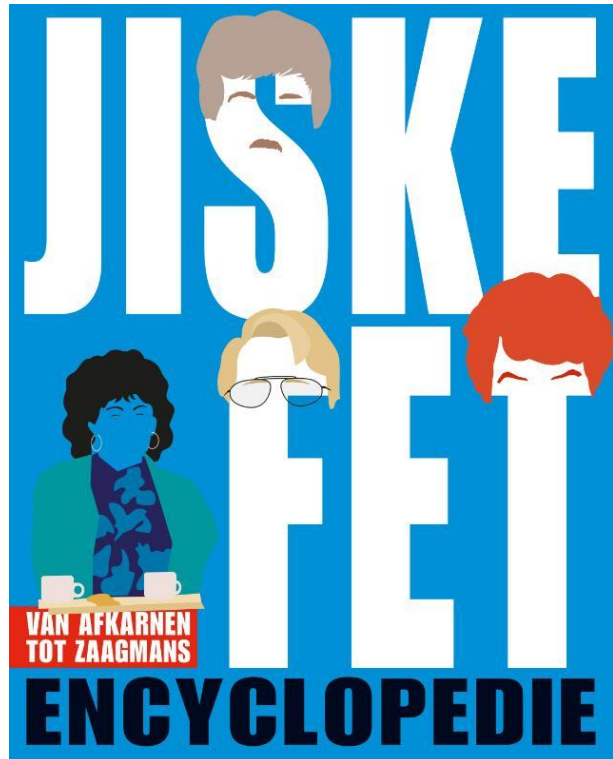
Hof Amsterdam 28 juni 2022,
ECLI:NL:GHAMS:2022:1851; en

HR 27 oktober 2023, ECLI:NL:HR:2023:1484
(*Noblesse / Jiskefet*)

Hof: Geen gebruik als merk. (geen gebruik sub a, b of c)

“De titel van een boek vormt onderdeel van de waar zelf en is niet een onderscheidingsteken waarmee een uitgeverij die waar als van haar afkomstig wil onderscheiden”.

“Voor een dergelijk boek vormt de titel ‘Jiskefet Encyclopedie’ een zeer voor de hand liggende aanduiding van de inhoud ervan en daarom heeft Noblesse, mede gelet op het grondrecht van de informatievrijheid, een geldige reden voor gebruik van die titel”.



HR 27 oktober 2023, ECLI:NL:HR:2023:1484
(*Noblesse / Jiskefet*)

HR:

“Voor zover is bedoeld te betogen dat, wanneer de rechter heeft vastgesteld dat het gebruik van het teken geen inbreuk oplevert op een van de gronden genoemd in art. 2.20 lid 2, sub a-d, BVIE, de merkhouders zijn op inbreuk berustende vordering niettemin toegewezen kan krijgen op grond van art. 2.23 lid 1 BVIE, falen de klachten reeds omdat art. 2.23 BVIE de rechten van de merkhouders beperkt en niet uitbreidt.

De klachten van onderdeel 2 richten zich tegen het oordeel van het hof dat Noblesse geen ongerechtvaardigd voordeel trekt uit het gebruik van het teken Jiskefet. De klachten kunnen bij gebrek aan belang niet tot cassatie leiden, omdat het hof heeft geoordeeld dat Noblesse voor dat gebruik een geldige reden had en het middel daarover niet klaagt”.

G. Gebruik dat “afbreuk kan doen aan de functies van het merk”?

- Is het ultimum remedium van het HvJ EU
- Adam Opel/Autec



Geldige redenen

Grote merken vangen veel wind.

Mr W. C. van Manen.

Inleiding

1. In het politieke, artistieke, wetenschappelijke en levens- of maatschappijbeschouwelijke debat mag men in Nederland veel lelijks over een ander publiceren, ook als die ander een ondernemer is. In de economische concurrentiestrijd mogen ondernemers over elkaar bijna niets lelijks publiceren.

2. Het eerste ligt aan de groeiende waardering voor de vrijheid van expressie, als een der pijlers van de democratische samenleving gewaarborgd door art. 7, lid 1, 2 en 3 Grondwet (Gw.), art. 10 Europees Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden (ECRM) en art. 19 Internationaal Verdrag inzake burgerrechten en politieke vrijheden (Internationaal Verdrag).



Gebruik van een merk - verschillende doelen

1. Politieke boodschap
2. Kritiek op de merkhouders / afbrekend
3. Artistiek
4. Satirisch / parodiërend

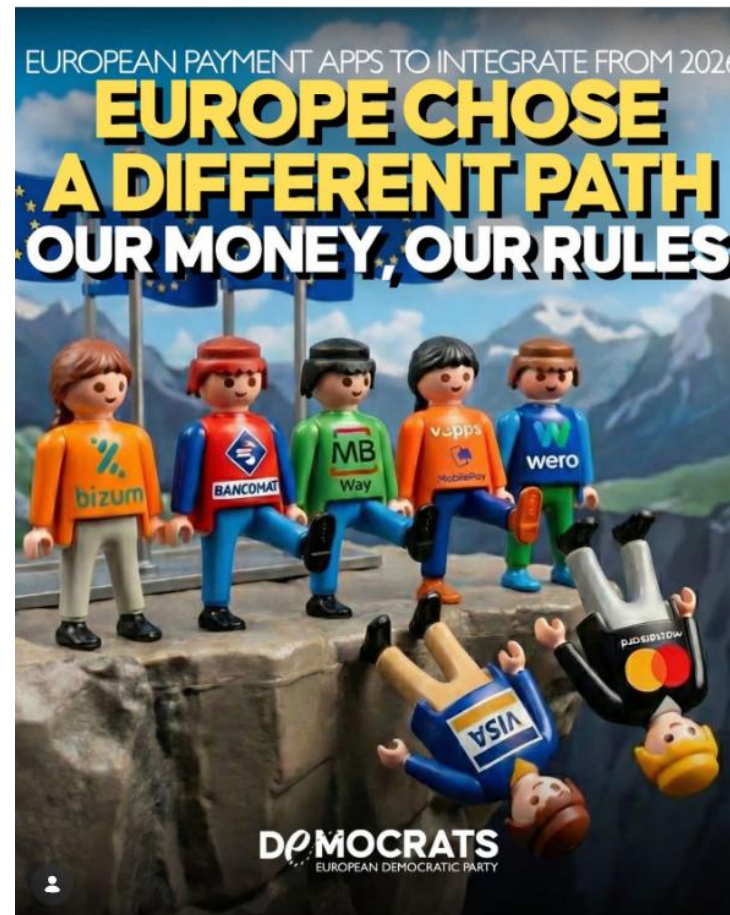
1. Politieke boodschap



Rechtbank van Koophandel
Antwerpen, 14 oktober 2013
(*Louboutin / Van Dermeersch*)



Hof van Beroep Brussel,
14 juni 2016 (O2 /
Vlaams belang)



Rb. Amsterdam (vzr.)
ECLI:NL:RBAMS:2006:AZ5624
(*Staat / Greenpeace*)

2. Kritiek op de merkhouder / afbrekend

INHOLLAND

INHOLLAND

Rb. Den Haag (vzr.) 21 juni 2005,
ECLI:NL:RBSGR:2005:AX8647 (*InHolland*)



Pres.Rb. Amsterdam 18 december 1981, BIE 1982, 41 *Philips/HP*.

Schadelijk ander gebruik van het merk *Philips* door de *Haagse Post* aangenomen; zie nr. 1180 en 1216.



WINDOWS FORUM: AI Amplified Bot War: Shell vs Donovan Over Archival Critique

Mar 4th, 2026 by John Donovan. Comments are off for this post



Subscribe to our Feed via RSS

Rb. Amsterdam 8 januari 1975, NJ 1975, 399

- Geïllustreerd weekblad-artikel over fictieve explosie bij Shell-Pernis, ter waarschuwing voor actuele mogelijkheid van catastrofale rampen.
- Truc-foto met Shell's woord- en beeldmerk in 'Vrij Nederland' valt niet onder de werking van de Benelux Merkenwet.

0800 - 024 24 13

TUI verkoopt
dolfijnenleed.
Boek bewust.

WORLD
ANIMAL
PROTECTION



Vecht voor dieren.
worldanimalprotection.nl



PHILIPS

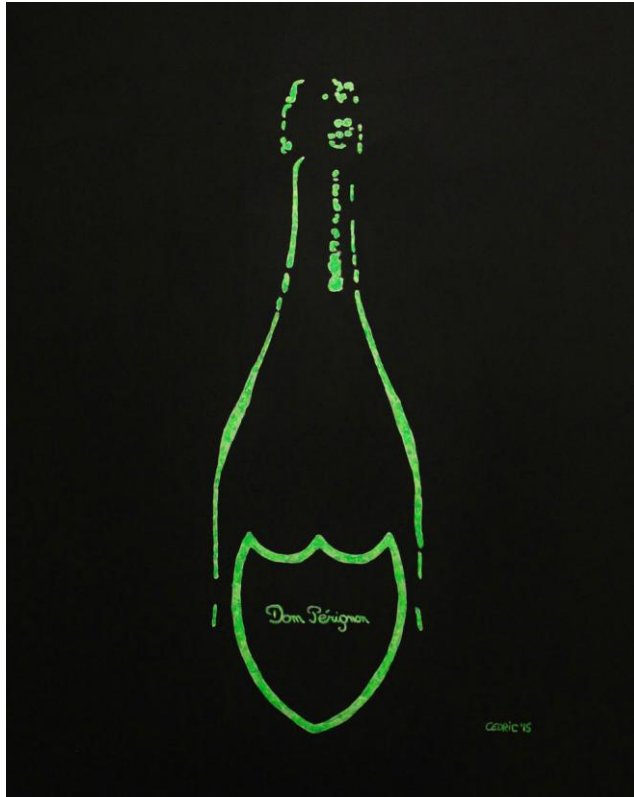


Liever een makelaar
met manieren?
Vergelijk ze op Krib.nl



Krib.nl

3. Artistiek



Artikel 2.20 lid 2 sub d BVIE dient aldus te worden uitgelegd dat de **artistieke vrijheid** [als aspect van het recht op vrije meningsuiting van de kunstenaar] een **geldige reden** vormt in de zin van deze bepaling indien de **kunstuiting** het originele **resultaat** is **van een creatief vormgevend proces** dat **niet** erop is **gericht** het merk of de merkhouder **schade** toe te brengen’.

Benelux Gerechtshof 14 oktober 2019, A 2018/1/8
(Hennessy / Cedric Art)

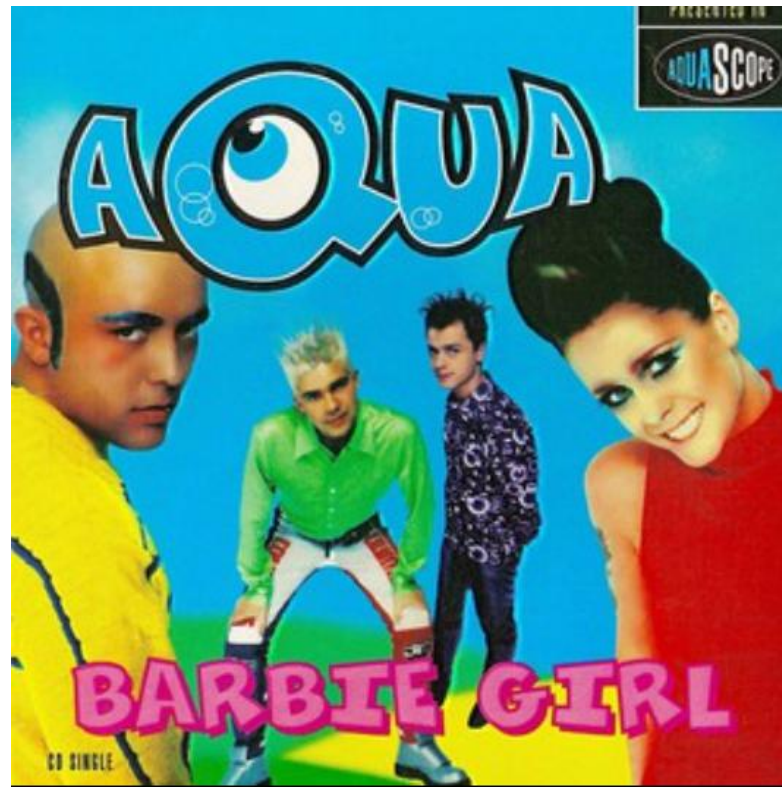
4. Satirisch / parodiërend



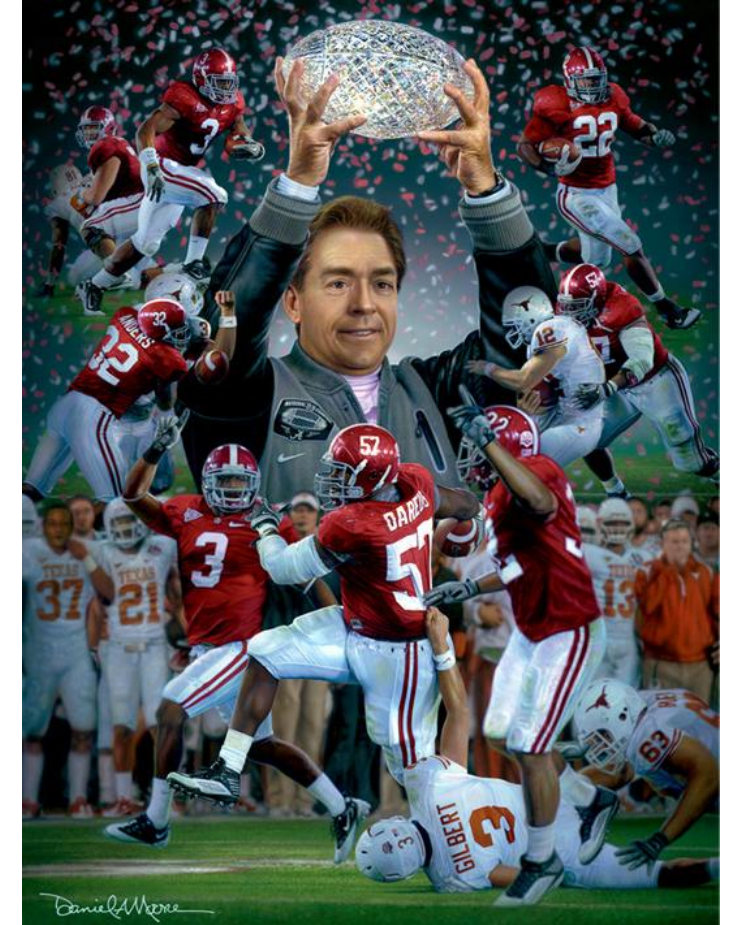
Rb. Amsterdam (vzr.) 22 december 2009,
ECLI:NL:RBAMS:2009:BK7383; en

Hof Amsterdam 13 september 2011,
ECLI:NL:GHAMS:2011:BS7825 (*Bruna/Punt*)





Mattel v. MCA Records, 296 F.3d 894 (9th Cir. 2002): "The parties are advised to chill."



University of Ala. Bd of Trustees v. New Life, Inc, No. 09-16412 (11th Cir. 2012)

Rogers v. Grimaldi, 875 F.2d 994 (2d Cir. 1989):
 geen inbreuk "unless the title has no artistic
 relevance to the underlying work whatsoever, or, if
 it has some artistic relevance, unless the title
 explicitly misleads as to the source or the content
 of the work."



Gebruik met een “geldige reden”?

- Uitingsvrijheid = geldige reden?
- Criteria:
 - de mate waarin de uiting een **commercieel** karakter of doel heeft;
 - de mate waarin er **concurrentiemotieven** spelen tussen partijen;
 - de mate waarin de uiting een **algemeen belang** heeft, maatschappelijk relevant is of een debat aangaat;
 - de verhouding tussen voorgaande criteria;
 - de mate van **bekendheid** van het ingeroepen merk.



Conclusie A-G Szpunar 13 november 2025

85. “Due cause [...] may serve as a mechanism for satisfying the requirements of protection of freedom of expression”

132. “The proprietor of a trade mark with a reputation cannot be compelled, by virtue of ‘due cause’, to tolerate, in the absence of another valid justification, the use by a third party of a sign identical with, or similar to, its trade mark, where the potential contribution of the mark to the debate of public interest **does not outweigh** the fact that that use must be understood as an attempt to ride in the wake of a trade mark with a reputation in order to disseminate and promote a political programme. That is the case where the programme does not raise issues relating to that mark, its proprietor or the proprietor’s goods or services”.

Modellenrecht

- Louis Vuitton / Nadia Plesner.
- Rb. Den Haag: Artistieke vrijheid prevaleert.
- ECLI:NL:RBSGR:2011:BQ3525.



Modellenrecht

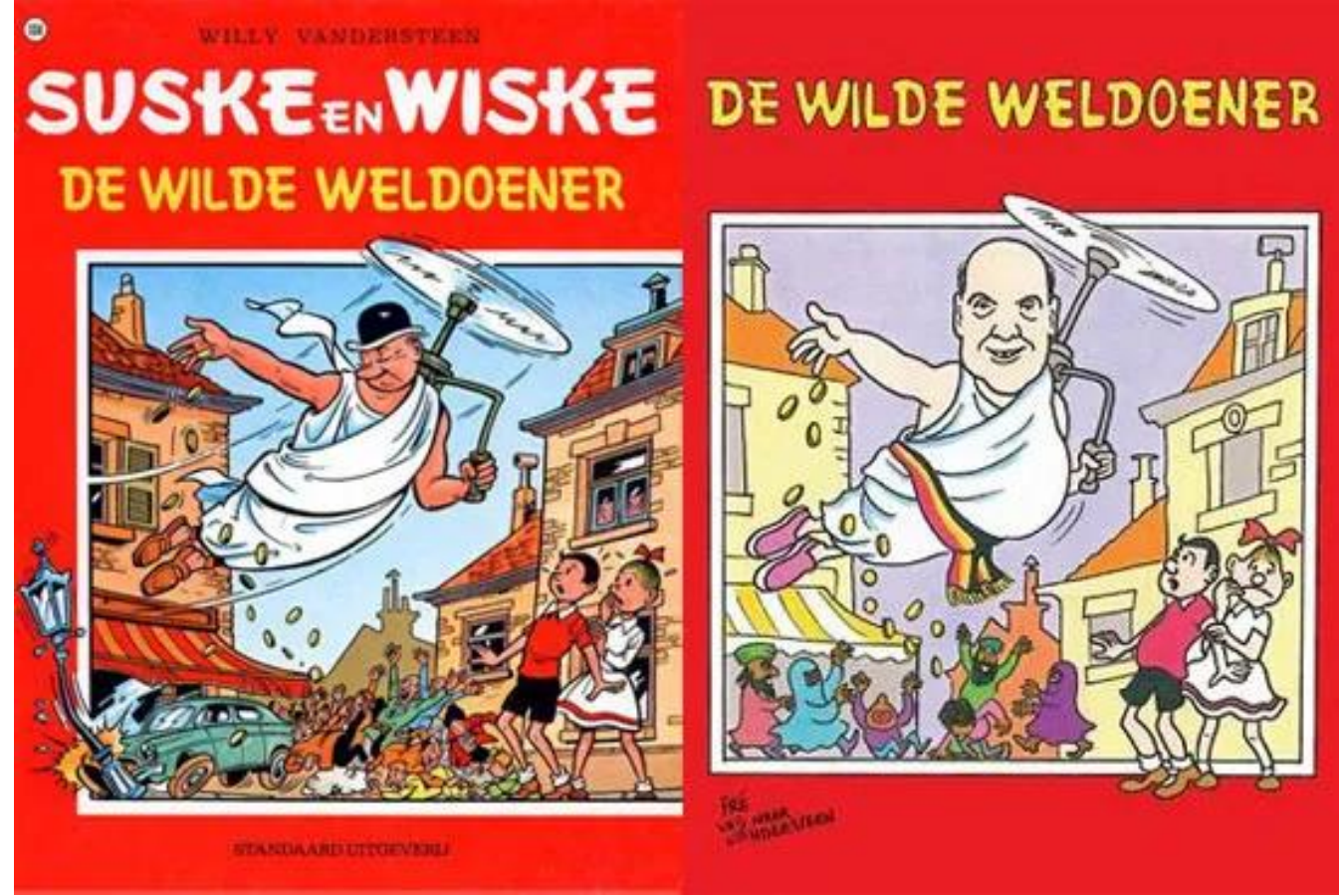
Kent inmiddels een beperking voor:

- “handelingen bestaande in reproductie ter illustratie of voor onderricht”
- “handelingen die met het oog op commentaar, kritiek of parodie worden verricht”
- “indien de handelingen met eerlijke handelspraktijken verenigbaar zijn en niet onnodig afbreuk doen aan de normale exploitatie van het model”.

Artikel 21 Uniemodellenverordening

Auteursrecht

- Johan Deckmyn/Vandersteen
- Parodie-exceptie.
- ECLI:EU:C:2014:2132



“De zaak werd gestopt omdat het te lang duurde”.

https://nl.wikipedia.org/wiki/Johan_Deckmyn

Tot slot

- Hoort dit wel thuis in het merkenrecht?
- Moet een merkhouders hier überhaupt tegen (willen) optreden?

