

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
van 7 december 2011
N° 2002372


- Opposant:** **Skyworks Holding B.V.**
Industrieweg 7-11
2651 BC Berkel en Rodenrijs
Nederland
- Gemachtigde:** **SteinhauserVandenBrinkHeeziusRijdsdijk Advocaten**
Postbus 78042
1070 LP Amsterdam
Nederland
- Ingeroepen merk 1:** **SKYWORKS** (Beneluxmerk 635181)
- Ingeroepen merk 2:**  (Beneluxmerk 449617)
- tegen*
- Verweerder:** **Jaston Groep B.V.**
Paxtonstraat 10
8013 RP Zwolle
Nederland
- Gemachtigde:** **Klos Morel Vos en Schaap**
Postbus 75988
1070 AZ Amsterdam
Nederland
- Betwiste merk:** **WORKX STEIGERBOUW** (Beneluxdepot 1146616)

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 5 november 2007 heeft verweerder een Benelux depot verricht voor het woordmerk WORKX STEIGERBOUW voor diensten in de klassen 37, 39 en 44. Dit depot is onder nummer 1146616 in behandeling genomen en werd op 26 november 2007 gepubliceerd.

2. Op 23 januari 2008 heeft opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van deze merkaanvraag. De oppositie is gebaseerd op de volgende oudere merken:

- SKYWORKS (Benelux inschrijving 635181) ingediend op 29 mei 1998 voor waren en diensten in de klassen 6, 7 en 37;
-  (Benelux inschrijving 449617) ingediend 30 augustus 1988 voor waren en diensten in de klassen 6, 7, 12, 37 en 39.

3. De oppositie richt zich tegen alle diensten genoemd bij het depot van verweerder en is gebaseerd op alle waren en diensten van beide ingeroepen rechten.

4. De gronden voor de oppositie zijn die uit artikel 2.14, lid 1, sub a van het Beneluxverdrag inzake de Intellectuele Eigendom (hierna: "BVIE").

5. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

6. De oppositie is ontvankelijk. Op 30 januari 2008 verstuurde het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") de kennisgeving van ontvankelijkheid van de oppositie aan opposant en verweerder.

7. Na afloop van de "cooling off" is de contradictoire fase van de procedure aangevangen op 31 maart 2008. Het Bureau heeft op 8 april 2008 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gestuurd, waarbij opposant een termijn kreeg tot en met 8 juni 2008 om argumenten en stukken ter ondersteuning van de oppositie in te dienen.

8. Op 17 april 2008 heeft advocatenkantoor Klos Morel Vos en Schaap aangegeven namens verweerder de behandeling van deze oppositie op zich te zullen nemen. Hiervan zijn partijen op de hoogte gesteld.

9. Op 6 juni heeft advocatenkantoor SteinhauserVandenBrinkHeeziusRijdsdijk aangegeven de behandeling van de oppositie namens opposant voort te zullen zetten. Hiervan zijn partijen op de hoogte gebracht. Tevens heeft opposant daarbij argumenten en stukken ter ondersteuning van zijn oppositie ingediend. Aangezien de argumenten en stukken slechts in een enkel exemplaar werden ingediend, heeft het Bureau opposant alsnog in de gelegenheid gesteld een tweede exemplaar in te

dienen en wel binnen een termijn tot en met 9 september 2008. Opposant heeft hieraan op 15 augustus 2008 voldaan.

10. Op 19 augustus 2008 heeft het Bureau de argumenten van opposant aan verweerder gestuurd. Deze kreeg daarbij een termijn tot en met 19 oktober 2008 om hierop te reageren danwel om te vragen gebruiksbewijzen in te dienen.

11. Het Bureau heeft de aan verweerder toegezonden stukken als onbestelbaar retour ontvangen. Bij onderzoek bleek dat het Bureau bij doorzending een oud adres van de gemachtigde van verweerder had gebruikt. Het Bureau heeft vervolgens, op 14 november 2008, de stukken naar het juiste adres van de gemachtigde van verweerder gestuurd. Deze kreeg daarbij een termijn tot en met 14 januari 2009 om hierop te reageren dan wel om te vragen gebruiksbewijzen in te dienen.

12. Verweerder heeft op 14 januari 2009 gereageerd door indiening van argumenten en stukken. Het Bureau heeft deze op 20 januari 2009 aan opposant gestuurd.

13. Alle stukken en opmerkingen zijn ingediend binnen de daarvoor gestelde termijnen en het Bureau beschikt over voldoende gegevens om over de oppositie te kunnen beslissen.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

14. Opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a, van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (BVIE) een oppositie in bij het Bureau. Hij stelt dat er overeenkomstig de bepalingen van artikel 2.3, sub b BVIE sprake is verwarringsgevaar door de overeenstemming van merk en teken en van de (soort-)gelijkheid van de daarbij aangeduide waren of diensten.

A Argumenten van opposant

15. Opposant schetst ten eerste de geschiedenis van zijn onderneming, geeft aan hoe hij zich profileert in de markt en welke zijn doelgroepen zijn. Daarnaast geeft hij aan de ingeroepen merken te gebruiken voor de erbij aangeduide waren en diensten. Onder verwijzing naar een overgelegd marktonderzoek stelt opposant dat zijn merken bekend zijn.

16. Opposant geeft aan dat bij de beoordeling van de overeenstemming van merken en teken het beeldelement van het ingeroepen woord-/beeldmerk buiten beschouwing kan blijven. Het publiek zal het wordelement onthouden. Daarnaast geeft hij aan dat het woord STEIGERBOUW in het bestreden teken vanwege de beschrijvendheid ervan eveneens buiten beschouwing kan blijven.

17. Opposant geeft aan dat merken en teken auditief overeenstemmen nu er geen verschil is in de uitspraak van de woorden WORKX en WORKS. In visueel opzicht zijn er volgens opposant nauwelijks verschillen tussen WORKX en WORKS. Begripsmatig zullen deze twee elementen beide worden gezien als een afgeleide van het Engelse woord voor werken.

18. Gezien de volgens opposant bestaande bekendheid van het merk SKYWORKS bestaat er bij het relevante publiek een sterk herinneringsbeeld van het merk. Door de aanwezigheid van een element

uit dit merk in een ander teken zal aan dit herinneringsbeeld worden geappelleerd. De afwezigheid van het element SKY doet daaraan volgens opposant niet af.

19. Naast de claim van bekendheid stelt opposant dat het merk SKYWORKS onderscheidend is, het roept hoogstens een verband op met luchtvaart, en niet met de waren en diensten aangeduid bij het merk. Onder verwijzing naar overgelegde stukken geeft opposant ter ondersteuning van deze stelling aan dat geen van de bekende ondernemingen in de branche van opposant het element WORKS voert in zijn handelsnaam.

20. Voor wat betreft de overeenstemming van waren en diensten bij merken en teken geeft opposant aan dat hiervan sprake is. Opposant geeft aan enkel de overeenstemming van de diensten in klasse 44 van het depot toe te lichten, aangezien deze voor de overige diensten duidelijk is. Terzake merkt opposant op dat aannemers vaak ook toiletten huren en dat hoveniers vaak ook steigers huren. Deze twee diensten worden daardoor soortgelijk gezien hun complementariteit aan de waren en diensten van opposant.

B Reactie van verweerder

21. Verweerder meent dat het onderscheidend vermogen van de ingeroepen merken gering is en dat er geen sprake is van bekendheid van de merken. Terzake geeft verweerder aan dat het publiek voor de betrokken diensten een gespecialiseerd publiek is bestaande uit schilders-, onderhoud-, aannemers- en bouwbedrijven. Deze afnemers hebben een verhoogd aandachtsniveau. Zij zullen de aanduiding WORKS opvatten in zijn betekenis van werken, en SKY als een verwijzing naar hemel of lucht. Verweerder meent daarom dat, hoewel het merk niet direct beschrijvend is, het wel geschikt is om eigenschappen van de waren of diensten waarvoor het gedeponeerd is aan te duiden. Verweerder merkt daarbij op dat opposant, door de door hem op zijn website gevoerde slogans, het sterk verwijzende karakter van het merk bevestigt.

22. Verweerder geeft ter ondersteuning van zijn stelling dat met name het element WORKS beschrijft aan dat veel merken die geregistreerd zijn in dezelfde klassen als het ingeroepen recht, het element WORKS bevatten en legt in bijlage een overzicht daarvan over.

23. Met betrekking tot de stelling van opposant dat zijn merk bekend zou zijn, geeft verweerder aan dat de overgelegde onderzoeken geen bekendheid aantonen. Verweerder bekritiseert zowel de onderzoeksmethodiek als de relevantie van de aangetoonde uitkomsten, met name gezien het ontbreken van gegevens over de markt waarop opposant opereert als geheel.

24. Door het ontbrekende onderscheidend vermogen van het element WORK en doordat WORKS, het in merk en teken overeenstemmende woordelement, niet het dominerende bestanddeel van het merk vormt, is er volgens verweerder dus geen sprake van overeenstemming.

25. Verweerder geeft aan dat het element "STEIGERBOUW" niet moet worden meegewogen bij de beoordeling van de overeenstemming tussen merk en teken.

26. Bij een visuele vergelijking merkt verweerder op dat het element SKY van het merk het dominerende bestanddeel is, aangezien het aan het begin van het merk staat. Daarnaast merkt verweerder op dat de schrijfwijze van het woord WORKX in zijn teken (dus met een X die de letter S vervangt) op zal vallen waardoor er een opvallend verschil is tussen merk en teken, aldus verweerder. Hij verwijst daarnaast naar het verschil in lengte tussen beide en de aanwezigheid van een logo in een van de merken van opposant.

27. Voor een auditieve vergelijking verwijst verweerder terug naar hetgeen hij reeds stelde bij de visuele vergelijking. Verweerder verwijst ter aanvulling naar het aantal woorden en lettergrepen waaruit merk en teken bestaan, een woord van twee lettergrepen, respectievelijk drie woorden van een, vier en twee lettergrepen.

28. Bij een begripsmatige vergelijking meent verweerder dat de merken zullen worden opgevat als “werken in de hoogte” en het teken als “werken in relatie tot steigerbouw”, waardoor er dus sprake is van slechts een zeer beperkte mate van overeenstemming.

29. Verweerder meent dat de waren en diensten van merk en teken in meer of mindere mate soortgelijk zijn.

30. Verweerder concludeert dan ook dat door het ontbreken van gevaar voor verwarring de oppositie moet worden afgewezen met veroordeling van opposant in de kosten.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

31. 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.

32. 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”.*

33. 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).

Bekendheid

34. Onder verwijzing naar een overgelegd marktonderzoek stelt opposant dat zijn merken bekend zijn (zie overweging 15).

35. Volgens de rechtspraak is een ouder merk bekend, indien het bekend is bij een aanzienlijk deel van het publiek waarvoor de onder dat merk aangeboden waren of diensten bestemd zijn, dat wil zeggen – naargelang van de aangeboden waar of dienst – bij het grote publiek dan wel bij een meer specifiek publiek, zoals een bepaalde beroepsgroep. Bij het onderzoek of deze voorwaarde is vervuld, moet rekening worden gehouden met alle relevante omstandigheden van het geval, zoals, met name, het marktaandeel van het merk, de intensiteit, de geografische omvang en de duur van het gebruik ervan, en de omvang van de door de onderneming gedane investeringen om het bekendheid te geven, zonder dat is vereist dat dit merk bekend is bij een bepaald percentage van het aldus vastgestelde publiek of dat het bekend is in het gehele betrokken grondgebied, voor zover het bekend is in een aanmerkelijk gedeelte ervan (zie arresten GEU, Emilio Pucci, T-8/03, 13 december 2004 en Boomerang, T-420/03, 17 juni 2008).

36. Opposant onderbouwt de bekendheid van zijn ingeroepen recht met de volgende bewijsstukken:

- a) een rapport van februari 2007 van het Nederlands Industrieel Marktonderzoeksbureau naar de bekendheid van bepaalde merken voor bepaalde markten, in casu betreft het het "marktrapport Steigers";
- b) enkele voorbeelden van promotiemateriaal.

37. Volgens opposant bedragen de publiciteitskosten tussen de 500.000 en 600.000 euro per jaar.

38. Het Bureau is van oordeel dat de ingediende stukken niet voldoende aantonen dat de ingeroepen rechten bekend zijn. Uit het overgelegde marktonderzoek blijkt bijvoorbeeld niet onder welk publiek het onderzoek werd uitgevoerd. Bovendien ontbreken er stukken met betrekking tot onder andere het marktaandeel van de merken, de intensiteit, de geografische spreiding en de duur van het gebruik van deze merken, het percentage van de betrokken kringen dat de waren op basis van de merken als afkomstig van een bepaalde onderneming identificeert, alsmede de verklaringen van de kamers van koophandel en industrie of van andere beroepsverenigingen (zie arresten GEU, Emilio Pucci, T-8/03, 13 december 2004 en Boomerang, T-420/03, 17 juni 2008).

Conclusie

39. Opposant heeft geen intensief gebruik van de ingeroepen rechten aangetoond, zodat deze ook niet verondersteld kunnen worden een grote bekendheid te genieten.

Vergelijking van de waren en diensten

Oppositie gebaseerd op (Beneluxmerk 635181):	Oppositie gericht tegen:
KI 6 Steigers van metaal; steigers van aluminium; bouwmaterialen van metaal; verplaatsbare constructies van metaal; metaalwaren voor zover niet begrepen in andere klassen; aluminium loopvloeren; ophangconstructies van metaal; hangbruggen, trappen en ladders van metaal; metalen steiger materiaal ter bescherming van personen werkzaam bij dakranden.	
KI 7 Hoogwerkers; machines voor zover niet begrepen in andere klassen en werktuigmachines; hijsapparaten; liften; hijs- installaties voor hangbruggen; hijstakels; ladderliften.	
KI 37 Bouw; reparaties; installatiewerkzaamheden; steigerbouw; herstel en onderhoud van bouwwerken; reinigen van bouwwerken en schoorstenen; verhuren, onderhouden, repareren, monteren en demonteren van de in de klassen 6 en 7 genoemde waren.	KI 37 Bouw; reparaties; installatiewerkzaamheden; verhuur van bouw machines; verhuur en opbouw van hoogwerksystemen zoals steigers en hangbruggen; verhuur van materieel voor schoonmaakbedrijven.
	KI 39 Verhuur van auto's en transportmiddelen.
	KI 44 Verhuur van toiletten; verhuur van materieel voor hoveniers.

Oppositie gebaseerd op (Beneluxmerk 449617):	Oppositie gericht tegen:
KI 6 Onedele metalen en hun legeringen; bouwmaterialen van metaal; verplaatsbare constructies van metaal; niet-elektrische kabels en draden; metalen buizen; aluminium snelbouwsteigers, aluminium uitwijksteigers/kamersteigers, montage/demontage gevelsteigers, ladders; metaalwaren voor zover niet begrepen in andere klassen; aluminium loopvloeren; ophang constructies van metaal.	
KI 7 Machines voor zover niet begrepen in andere klassen en werktuigmachines; motoren (uitgezonderd motoren voor voertuigen); hijsapparaten, liften, hangbrug-installaties, hijstakels, ladderliften, hoogwerkers.	

KI 12 Vrachtwagens, aanhangers en andere transportmiddelen voorzien van schaarhoogwerkers, knikarmhoogwerkers of telescoop-hoogwerkers.	
KI 37 Bouw en reparatie; verhuur van gereedschappen en bouwmachines.	KI 37 Bouw; reparaties; installatiewerkzaamheden; verhuur van bouwmachines; verhuur en opbouw van hoogwerksystemen zoals steigers en hangbruggen; verhuur van materieel voor schoonmaakbedrijven.
KI 39 Verhuur van vrachtwagens, aanhangers en transportmiddelen.	KI 39 Verhuur van auto's en transportmiddelen.
	KI 44 Verhuur van toiletten; verhuur van materieel voor hoveniers.

40. Tussen partijen is in confesso (zie supra, 29) dat de diensten aangeduid bij het gedeponeerde teken in meer of mindere mate soortgelijk zijn aan de waren en diensten aangeduid bij de twee ingeroepen rechten.

Conclusie

41. De diensten van verweerder zijn identiek, dan wel in meer of mindere mate soortgelijk aan de waren en diensten van opposant.

Vergelijking van de tekens

42. De te vergelijken tekens bij het eerste ingeroepen recht zijn:

Oppositie gebaseerd op (Beneluxmerk 635181):	Oppositie gericht tegen:
SKYWORKS	WORKX STEIGERBOUW

43. 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).

44. 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).

45. 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).

46. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk van acht letters: SKYWORKS. Het bestreden teken is eveneens een zuiver woordmerk, bestaande uit twee woorden van resp vijf en elf letters: WORKX STEIGERBOUW.

47. 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 GEU, Biker Miles, T-385/03, 7 juli 2005). Toch impliceert het geringe onderscheidend vermogen van een element van een merk niet noodzakelijk dat dit element verwaarloosbaar is voor de door dit merk opgeroepen totaalindruk, gelet met name op de grootte of de plaats van dit element in het teken (GEU, T-194/09, LAM, 8 februari 2011). In onderhavig geval geldt dat het woord STEIGERBOUW zuiver beschrijvend is, maar doordat het in hoofdletters is opgenomen en langer is dan het kortere woord WORKX, neemt het in ieder geval op visueel vlak een niet minder prominente plaats in.


48. Merk en teken hebben het element "work" gemeenschappelijk. Dit element refereert aan werken of werkzaamheden en heeft voor de betrokken waren en diensten die allemaal betrekking hebben op of gerelateerd zijn aan de bouw een zeer gering onderscheidend vermogen.

49. Bovendien is het vaste rechtspraak dat het eerste gedeelte van de woorden veelal de aandacht zal trekken (zie in die zin GEU, arrest MUNDICOR, zaaknr. T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004). Het begin van merk en teken is verschillend, aangezien aan het ingeroepen recht het prominente element SKY is toegevoegd. Dit zorgt voor verschillen op zowel visueel als auditief vlak. Ook het einde van merk en teken is verschillend, niet alleen door de toevoeging van het woord STEIGERBOUW, maar ook door de afwijkende schrijfwijze van "WORKX" in het bestreden teken, aangezien de "X" als afwijkende letter duidelijk in het oog springt.

Conclusie

50. Merk en teken hebben uitsluitend het element "work" gemeen. Mede gelet op het beperkt intrinsiek onderscheidend vermogen van dit element, wegen de verschilpunten in dit geval ruimschoots op tegen dit enige punt van overeenkomst, waardoor de totaalindruk naar oordeel van het Bureau niet overeenstemmend is.

51. De te vergelijken tekens bij het tweede ingeroepen recht zijn:

Oppositie gebaseerd op (Beneluxmerk 449617):	Oppositie gericht tegen:
	<p>WORKX STEIGERBOUW</p>

52. Het geen hierboven werd overwogen inzake het ingeroepen woordmerk, geldt mutatis mutandis voor het ingeroepen gecombineerde woord-/beeldmerk, met daarbij de toevoeging dat door de extra beeldelement de verschillen nog meer in het oog springen en ook hier niet voldoende overeenstemming bestaat om tot gevaar voor verwarring te leiden.

A.2 Globale beoordeling

53. 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.

54. 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, reeds geciteerd).

55. 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). Uit de waren- en dienstenlijst is niet op te maken of de waren en diensten specifiek bedoeld zijn voor professionals, de waren en dienstem kunnen immers ook afgenomen worden door particulieren. In casu moet dan ook het aandachtsniveau van de normale consument in overweging worden genomen.

56. Merk en teken hebben uitsluitend het element "work" gemeen. Mede gelet op het beperkt intrinsiek onderscheidend vermogen van dit element, wegen de verschilpunten in dit geval ruimschoots op tegen dit enige punt van overeenkomst, waardoor de totaalindruk naar oordeel van het Bureau niet overeenstemmend is.

B. Conclusie

57. Op basis van het voorgaande concludeert het Bureau dat er geen gevaar voor verwarring bestaat.

IV BESLUIT

58. De oppositie met nummer 2002372 wordt afgewezen.

59. Het depot met nummer 1146616 wordt ingeschreven.

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

Den Haag, 7 december 2011

Saskia Smits
(*rapporteur*)

Pieter Veeze

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar: Willy Neys