

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2005471
van 17 augustus 2012

Opposant: **salesforce.com, inc.**
The Landmark @ One Market Street, Suite 300
94105 San Francisco, California
Verenigde Staten van Amerika


Gemachtigde: **Merkenbureau Knijff & Partners B.V.**
Leeuwendeldseweg 12
1382 LX Weesp
Nederland

Ingeroepen recht 1: SALESFORCE.COM (Europese inschrijving 3649514)

Ingeroepen recht 2: salesforce.com (Europese inschrijving 2112969)

Ingeroepen recht 3: MIRRORFORCE (internationale inschrijving 895014)

Verweerder: **Gabor Landman h.o.d.n. Sapientia**
Newtonlaan 128
5223 DX 's-Hertogenbosch
Nederland

Betwiste merk:  (Benelux depot 1201713)

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

1. Op 20 april 2010 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-



/beeldmerk ter onderscheiding van waren en diensten in de klassen 9, 35, 38 en 42. Dit depot is onder nummer 1201713 in behandeling genomen en gepubliceerd op 18 mei 2010.

2. Op 30 juli 2010 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:

- Europese inschrijving 3649514 van het woordmerk SALESFORCE.COM, ingediend op 5 februari 2004 en ingeschreven op 21 september 2005 voor diensten in de klassen 35 en 42;
- Europese inschrijving 2112969 van het woordmerk salesforce.com, ingediend op 2 maart 2001 en ingeschreven op 21 februari 2003 voor waren en diensten in de klassen 9, 35, 38 en 42;
- internationale inschrijving 895014 van het woordmerk MIRRORFORCE, ingediend op 27 maart 2006 en ingeschreven op 13 september 2007 voor diensten in klasse 42.

3. Volgens de registers is de opposant daadwerkelijk de houder van de ingeroepen rechten.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste depot en 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 4 augustus 2010.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 5 oktober 2010. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") heeft op 8 oktober 2010 de mededeling van aanvang van de procedure aan partijen gezonden, waarbij aan opposant een termijn tot en met 8 december 2010 is gegeven voor het indienen van zijn argumenten en eventuele stukken ter ondersteuning daarvan.

9. Op 7 december 2010 heeft de opposant argumenten en stukken ingediend. Deze zijn op 15 december 2010 door het Bureau aan de verweerder verzonden, waarbij een termijn tot en met 15 februari 2011 is gegeven om hierop te reageren.

10. Op 14 januari 2011 heeft verweerder een beperking van de waren en diensten laten aantekenen in het register. Deze beperking is door het Bureau ter kennis van opposant gebracht op 17 januari 2011.

11. Op 2 februari 2011 heeft verweerder gereageerd op de argumenten en stukken van opposant en tevens te kennen gegeven dat hij bewijzen van gebruik verlangde met betrekking tot de ingeroepen rechten. Op 4 februari 2011 heeft het Bureau deze reactie doorgestuurd en opposant verzocht bewijzen van gebruik in te dienen, hiertoe een termijn stellend tot en met 4 april 2011.

12. Op 4 april 2011 heeft opposant de gevraagde bewijzen van gebruik ingediend. Het Bureau heeft deze op 6 april 2011 doorgestuurd naar verweerder en hem een termijn gesteld tot en met 6 juni 2011 om daarop te reageren.

13. Op 5 juni 2011 heeft verweerder gereageerd op de overgelegde bewijzen van gebruik. Het Bureau heeft deze reactie aan de opposant gezonden op 8 juni 2011.

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

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

16. 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

17. Opposant wijst erop dat het betwiste teken aanzienlijke gelijkenis vertoont met de manier waarop hij zijn ingeroepen merk SALESFORCE.COM gebruikt, namelijk eveneens in een wolk geplaatst



en opgebouwd uit de kleuren wit en blauw: Verder meent opposant dat in beide tekens het element FORCE visueel wordt benadrukt doordat dit in het zwart is weergegeven en contrasteert met het eerste deel. Opposant beperkt de vergelijking tot dit ingeroepen recht, maar meent dat deze ook opgaat voor het derde ingeroepen recht.

18. Opposant gebruikt zijn merken voor het bevorderen van de (verkoop-)prestaties van bedrijven. In het licht daarvan is het onderdeel SALES minder onderscheidend en het element FORCE des te meer. Dit laatste geldt eveneens ten aanzien van het betwiste teken, aangezien de lettercombinatie CRM staat voor *Customer Relationship Management*, hetgeen een gebruikelijke aanduiding is in de marketing- en saleswereld.

19. Ook auditief zal de nadruk liggen op het element FORCE en begripsmatig acht opposant de tekens eveneens overeenstemmend.

20. Opposant licht toe dat hij onderhavige oppositie baseert op drie ingeroepen rechten om aan te tonen dat het woord FORCE een belangrijk element is in zijn totale marktbenadering. Daarnaast bezit hij nog andere registraties met het element FORCE (bijvoorbeeld SALESFORCE), die dus als een seriemerken kunnen worden beschouwd. Opposant acht daarom de kans des te groter dat het publiek in verwarring zal worden gebracht met betrekking tot de herkomst van de desbetreffende waren en diensten.

21. De waren en diensten van het betwiste teken zijn volgens opposant identiek dan wel soortgelijk aan deze van de ingeroepen rechten.

22. Zowel opposant als verweerder richten zich op ondernemingen (*business to business*), waardoor het relevante publiek dus hetzelfde is, aldus opposant.

23. Op grond van het bovenstaande concludeert opposant dat er sprake is van verwarringsgevaar en hij verzoekt het Bureau derhalve de oppositie toe te wijzen, het betwiste teken te weigeren en de wederpartij te verwijzen in de kosten van de oppositieprocedure.

B. Argumenten verweerder

24. Verweerder merkt op dat opposant zijn argumentatie beperkt tot het merk SALESFORCE en stelt dat opposants informatie dienaangaande onjuist is, aangezien dit merk niet wordt gebruikt zoals opposant voorstelt. Verweerder meent dat de oppositie daardoor te kwader trouw en vexatoir is ingediend en verzoekt opposant alsnog bewijzen van gebruik in te dienen.

25. Verweerder is van mening dat de ingediende bewijsstukken geenszins rechtshandvend gebruik aantonen van de ingeroepen rechten en zeker niet voor alle waren en diensten waarvoor deze zijn ingeschreven.

26. SALESFORCE is volgens verweerder een alledaags Engels woord, dat "verkoopafdeling" betekent. Het is dus beschrijvend voor de betrokken waren en diensten en daarom nietig; voor zover het dat niet zou zijn, betreft het een zeer zwak merk waarvan de beschermingskracht heel gering moet zijn, aldus verweerder.

27. Door de beschrijvende en verwijzende aspecten van sommige bestanddelen van de tekens, zal de aandacht zowel visueel als auditief eerder getrokken worden door de verschillen, zo meent verweerder. Begripsmatig heeft het ingeroepen recht wel een vaststaande betekenis bij het brede Beneluxpubliek, maar is het juist daarom niet onderscheidend. De lettercombinatie CRM van het betwiste teken heeft daarentegen geen vaststaande betekenis bij het brede Beneluxpubliek, aangezien de door opposant gesignaleerde betekenis slechts een gebruikelijke aanduiding is voor een heel beperkt publiek. Bovendien is het element FORCE beschrijvend, zodat het publiek het eerste deel van het teken zal beschouwen als het meest onderscheidende en dominerende bestanddeel. Al met al zal de aandacht van het publiek dus ook op begripsmatig vlak uitgaan naar de verschillen, zo meent verweerder.

28. Verweerder betwist dat het relevante publiek hetzelfde zou zijn, nu hij zich uitdrukkelijk richt op particulieren en (zeer) kleine tot middelgrote ondernemingen.

29. Verweerder brengt onder de aandacht dat hij een beperking heeft aangebracht in zijn diensten, waardoor de soortgelijkheid tussen de betrokken waren en diensten grotendeels is komen weg te vallen.

30. Op grond van het bovenstaande verzoekt verweerder de oppositie volledig af te wijzen.

III. BESLISSING

A.1. Gebruiksbewijzen

31. In toepassing van de bepalingen van de artikelen 2.16, lid 3, sub a en 2.26, lid 2, sub a BVIE en regel 1.29 van het uitvoeringsreglement (hierna: "UR"), dient het ingeroepen merk normaal gebruikt te zijn in een tijdvak van vijf jaren voorafgaand aan de datum van de publicatie van het depot waartegen de oppositie zich richt.

32. Aangezien het tweede ingeroepen recht meer dan vijf jaar voorafgaand aan de datum van publicatie van de aanvraag werd ingeschreven, is het verzoek tot overlegging van gebruiksbewijzen gegrond.

33. Het betwiste depot werd gepubliceerd op 18 mei 2010. De periode die in aanmerking moet worden genomen – de relevante periode – loopt dus van 18 mei 2005 tot 18 mei 2010.

34. Overeenkomstig regel 1.29 UR dienen de bewijzen van gebruik aanwijzingen te bevatten over de plaats, duur, omvang en wijze van het gebruik dat is gemaakt van het oudere merk voor de waren of diensten waarop de oppositie berust.

Beoordeling van de ingediende gebruiksbewijzen

35. Opposant dient de volgende stukken in ten bewijze van gebruik van zijn ingeroepen recht:

1. Artikel uit Automatiseringsgids d.d. 19-12-2003;
2. Artikel uit Computer partner d.d. 24-9-2004;
3. Artikel uit Business, Marketing & Technologie van april 2004;
4. Artikel uit Baaz.nl d.d. 27-6-2007;
5. Artikel uit Business ICT d.d. 1-2-2009;
6. Artikel uit Datanews d.d. 29-4-2005;
7. Artikel uit Handelsblatt van november 2007;
8. Artikel uit Nucleus Research van mei 2005;
9. Artikel uit The Irish Times d.d. 8-10-2005;
10. Artikel uit The Irish Times d.d. 14-4-2006;
11. Artikel van de website www.cio.co.uk d.d. 13-6-2007;
12. Artikel van de website www.channelregister.co.uk d.d. 6-12-2007;
13. Kopie van een pagina van de Engelse website van opposant;

14. Kopie van een datasheet Salesforce Marketing;
15. Kopie van een datasheet Salesforce for Google Adwords®.

36. De hierboven genoemde documenten onder 1, 2 en 3 vallen buiten de relevante periode; de documenten 13, 14 en 15 zijn ongedateerd en afkomstig van opposant zelf. Dit alles brengt evenwel niet noodzakelijkerwijs met zich mee dat deze stukken buiten beschouwing moeten blijven. Ook wanneer een stuk dateert van na (of voor) een bepaalde datum, kan het immers voorkomen dat daaruit conclusies kunnen worden getrokken over een situatie die zich voor (of na) deze datum voordeed. Bovendien kunnen deze stukken de andere bewijselementen die werden aangevoerd, ondersteunen (GEU, Vitafruit, T-203/02, 8 november 2007). Voor wat betreft de stukken, afkomstig van opposant zelf, moet bij de beoordeling van de bewijskracht daarvan met name rekening worden gehouden met de herkomst van het stuk, de omstandigheden waarin het tot stand is gekomen, degene tot wie het is gericht, en voorts moet worden onderzocht of het stuk, gelet op zijn inhoud, redelijk en geloofwaardig overkomt (GEU, Salvita, T-303/03, 7 juni 2005; oppositiebeslissing BBIE, Y-TAG, 2000904, 23 oktober 2008).

37. In de overige stukken wordt opposant geprofileerd als een niet onbelangrijke deelnemer in de IT-markt op het gebied van CRM, online software, on demand applicaties, ASP (online software dienstverlener) en SaaS (*software as a service*). De documenten 5 en 6 schetsen opposant en diens activiteiten naast een aantal grote en bekende IT-bedrijven; het *Handelsblatt* (document 7) meldt in een voorwoord op een artikel over opposant: “[...] Unternehmen [...], die mit einer bahnbrechenden Innovation einen Technologiesprung ausgelöst und die daraus entstandenen Produkte marktreif gemacht haben”; document 9 spreekt van 16.900 klanten en 308.000 *paying subscribers* (in Ierland, eind juli 2005); document 10 maakt melding van de overname van een ander bedrijf door opposant voor 15 miljoen dollar; in document 11 wordt aangekondigd dat de wereldwijd 4e grootste (Finse) producent in de liftensector in zee gaat met opposant, na vooronderzoek naar diens dienstverlening in de Verenigde Staten, Nederland en Ierland; stuk 12 kondigt de miljoenste *paying subscriber* aan en spreekt van een spectaculaire groei in de laatste acht jaar (“*It took seven years to reach the first 500,000 paying subscribers and only another 16 months for the second 500,000*”) en van een omzetstijging van 48%.

38. Dit laatste wordt ondersteund door de documenten van vóór de relevante periode: ook daarin is reeds sprake van een (meer bescheiden) toename van opposants activiteiten en zijn aanstaande gang naar de beurs (zie naar analogie HvJEU, Aire Limpio, C-488/06, 17 juli 2008 en GEU, Vitafruit, reeds aangehaald).

39. De stukken hebben betrekking op gebruik van het ingeroepen recht in Duitsland, Finland, Ierland, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Conclusie

40. Het Bureau is van oordeel dat opposant genoegzaam heeft aangetoond dat hij het ingeroepen recht normaal heeft gebruikt gedurende de vijf jaar voorafgaand aan de publicatie van het betwiste teken voor de volgende waren en diensten waarvoor dit recht is ingeschreven:

Klasse 9 Computerprogramma's en software; software voor het opslaan, beheren, opsporen en analyseren van gegevens op het gebied van marketing, promotie, verkoop, beheer van

klanteninformatie, klantenondersteuning en -service en doeltreffendheid van werknemers, gezamenlijke uitwisseling van dergelijke gegevens binnen en tussen bedrijven, het bijhouden van statistieken en het opstellen van rapporten met betrekking tot dergelijke gegevens, verschaffing van aangepaste on-line-informatie en -hulpbronnen met betrekking tot werkzaamheden op het gebied van klanten; computerprogramma's voor het opzoeken, opvragen, beheren, sorteren, selecteren en/of opslaan van via het internet of andere computernetwerken en -systemen beschikbare informatie; software en computerprogramma's voor het verlenen van on-linetoegang tot internet en voor het laten lopen van programma's voor het off line zoeken naar een bepaalde website.

Klasse 38 Gegevenscommunicatie; communicatiediensten voor toegang tot computernetwerken; het zenden van informatie en computerprogramma's via telecommunicatiediensten, waaronder on-linediensten; elektronische uitwisseling van gegevens; toegang tot gegevens op afstand; het overbrengen en verwerken van gegevens vanuit locaties op afstand naar mobiele telefoons; on-line-informatie met betrekking tot alle voornoemde diensten; geautomatiseerde on-linediensten voor zakelijke beroepskrachten, te weten verschaffing van toegang via wereldwijde en niet-wereldwijde computernetwerken tot software voor het opslaan, beheren, opsporen en analyseren van gegevens op het gebied van marketing, promotie, verkoop, beheer van klanteninformatie, klantenondersteuning en -service en doeltreffendheid van werknemers, gezamenlijke uitwisseling van dergelijke gegevens binnen en tussen bedrijven, het bijhouden van statistieken en het opstellen van rapporten met betrekking tot dergelijke gegevens, verschaffing van aangepaste on-line-informatie en -hulpbronnen met betrekking tot werkzaamheden op het gebied van klanten, te weten strategieën ter verbetering van klantenrelaties, marketingstrategieën, opleiding op het gebied van werknemersprestaties, kredietrapporten, rapporten over aandelenmarkten, algemeen zakelijk nieuws, verkoop- en marketingnieuws, en verschaffing van interactieve on-linecommunicatie met medeberoepskrachten.

Klasse 42 Advisering, ontwerp, analyse, ontwikkeling en implementatie met betrekking tot software en computerprogramma's; verhuur van toegangstijd tot gegevensbestanden; onderhoud en updating van software, softwarepakketten en computerprogramma's; verhuur en leasing van software en programma's; computerdiensten met betrekking tot het verlenen van on-linediensten inzake het internet en voor het laten lopen van programma's voor het off line zoeken naar een bepaalde website; verhuur of verstrekking van toegang tot software voor gebruik door derden; opvragen van informatie via computernetwerken; verhuur of verstrekking van toegang tot software voor het zoeken en opvragen van informatie via computersystemen en -netwerken; update, onderhoud en installatie van software, computeradviesdiensten; het verschaffen van toegang tot software via computernetwerken; on-line-informatie met betrekking tot alle voornoemde diensten.

Ingevolge regel 1.17, lid 1, sub e UR dient het Bureau met betrekking tot dit ingeroepen recht de beslissing derhalve uitsluitend te nemen op basis van deze waren en diensten.

A.2. Verwarringsgevaar

41. 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.

42. 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."

43. 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


44. 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).

45. 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 (arrest Sabel en Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds aangehaald).

46. 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 gezien, 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).

47. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Met betrekking tot de eerste twee ingeroepen rechten (Europese inschrijvingen 3649514 en 2112969):

| | |
|----------------------------------|--|
| Oppositie gebaseerd op: | Oppositie gericht tegen: |
| SALESFORCE.COM salesforce.com |  |

48. Beide ingeroepen rechten kunnen gezamenlijk worden behandeld, aangezien het gebruik van hoofdletters en kleine letters in casu niet terzake doet bij de beoordeling van de overeenstemming. Gemakshalve zullen de ingeroepen rechten hierna in het enkelvoud worden aangeduid.

Begripsmatige vergelijking

49. Hoewel de gemiddelde consument een merk gewoonlijk als een geheel waarneemt en niet let op de verschillende details ervan (GEU, arrest Lloyd, reeds aangehaald), neemt dit niet weg dat een consument die een woordteken waarneemt, dat teken zal ontleden in woordelementen die voor hem een concrete betekenis hebben of die gelijken op woorden die hij al kent (zie GEU, arrest Respicur, T-256/04, 13 februari 2007; arrest Aturion, T-146/06, 13 februari 2008 en arrest Galvalloy, T-189/05, 14 februari 2008). In het eerste deel van het ingeroepen recht (voor de punt) zijn, hoewel aan elkaar gedrukt, duidelijk de woorden SALES en FORCE te herkennen, die door het in aanmerking komend publiek ongetwijfeld zullen worden begrepen als “(uit)verkoop” en “kracht, macht”. Het element .COM is duidelijk een generiek topleveldomein en draagt als dusdanig niet bij aan het onderscheidend vermogen van het merk.

50. Ook het betwiste teken laat zich in twee delen lezen, namelijk eveneens het element FORCE, voorafgegaan door de letters CRM die, zoals opposant aangeeft, kunnen staan voor *customer relationship management* (klantrelatiebeheer, relatiemarketing of verkoopbeheersysteem¹), een term die bij het doelpubliek van de betrokken waren en diensten bekend mag worden verondersteld.

51. Het publiek zal over het algemeen het beschrijvende bestanddeel van een samengesteld merk niet als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk gewekte totaalindruk ervaren (GEU, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003). Dit is in dit geval van toepassing op de bestanddelen SALES en CRM, die duidelijk beschrijvend zijn voor waren en diensten die zien op de verkoop, respectievelijk klantrelatiebeheer. Het element FORCE in beide tekens kan verwijzen naar een eigenschap van de betrokken waren en goederen, namelijk hun kracht voor het bereiken van het beoogde doel. Dit element kan dus evenmin sterk worden genoemd, maar het bovenstaande impliceert niet noodzakelijkerwijs dat een zwak element geen dominant bestanddeel kan vormen (zie GEU, a, T-115/02, 13 juli 2004, afbeelding koeienhuid. T-153/03, 13 juni 2006 en Pagesjaunes.com, T-134/06, 13 december 2007). In casu is het immers het enige onderscheidende element van het ingeroepen recht en het enige onderscheidende woordelement van het betwiste teken en zal het daardoor blijven in de herinnering van de consument.

52. Aangezien het enige onderscheidende wordelement bij het merk en het teken identiek is, stemmen zij begripsmatig in zekere mate overeen.

Visuele vergelijking

53. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk, bestaande uit twee delen, van respectievelijk tien en drie letters, van elkaar gescheiden door een punt. Het betwiste teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit een woord van acht letters, waarvan de eerste drie in het blauw en de overige in het zwart. Dit woord is in een witte wolk geplaatst op een helderblauwe rechthoekige achtergrond.

54. Bij samengestelde tekens (woord- en beeldelement) heeft het wordelement 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 wordelement (zie in die zin ook GEU, SELENIUM-ACE, T-312/03, 14 juli 2005). In casu zijn de figuratieve elementen niet van aard dat ze de aandacht volledig of grotendeels wegnemen van het wordelement; zij fungeren in feite immers slechts als omkadering van dit element, dat centraal is geplaatst in het teken en zullen door het in aanmerking komend publiek voornamelijk worden opgevat als versiering en opmaak.

55. Hoewel de consument in het algemeen meer belang zal hechten aan het eerste deel van een merk (zie in die zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004), is hierboven reeds vastgesteld dat dit bij beide tekens beschrijvend is. Bij het ingeroepen recht zal de aandacht derhalve worden getrokken door het element FORCE en bij het betwiste teken door ditzelfde element, alsmede door de figuratieve elementen. Nu dit teken een dominant element bevat van vijf letters dat identiek voorkomt in het ingeroepen recht, en daarin eveneens dominant is, zijn de verschillpunten tussen de tekens onvoldoende om de totaalindruk van een zekere visuele overeenstemming op te heffen.

56. Merk en teken zijn visueel in zekere mate overeenstemmend.

Auditieve vergelijking

57. Hoewel de topleveldomeinnaam .COM inmiddels zodanig is ingeburgerd dat hij in de taal is terechtgekomen en wordt uitgesproken als "dotcom" (zie Van Dale, Groot woordenboek Nederlands, 14^{de} druk en Groot woordenboek Engels-Nederlands, 4^{de} druk), kan niet worden uitgesloten dat dit element niet zal worden uitgesproken wanneer aan het ingeroepen recht 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 wat makkelijk is uit te spreken (GEU, arrest Brothers by Camper, T-43/05, 30 november 2006). In ieder geval bevatten beide tekens het identieke element FORCE, waardoor er sprake is van een zekere auditieve overeenstemming.

58. Merk en teken zijn auditief in zekere mate overeenstemmend.

¹ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Customer_relationship_management>.

Conclusie

59. Merk en teken stemmen zowel begripsmatig als visueel en auditief in zekere mate overeen.

Vergelijking van de waren en diensten

60. 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).

61. Bij de vergelijking van de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht en de waren en diensten van de ingeroepen rechten, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals aangeduid in de merkaanvraag, respectievelijk zoals opgenomen in het register, voor zover het bewijs van gebruik daarvan is geleverd.

62. Het Bureau heeft akte genomen van de waren- en dienstenbeperking die verweerder heeft laten aanbrengen (zie punt 10). De oppositie zal derhalve worden beoordeeld op deze beperkte waren- en dienstenlijst. De waren- en dienstenlijsten van de ingeroepen rechten worden hieronder geconsolideerd weergegeven. Gemakshalve zullen deze rechten hieronder in het enkelvoud worden aangeduid. De te vergelijken waren en diensten zijn derhalve de volgende:

| Oppositie gebaseerd op: | Oppositie gericht tegen: |
|---|--|
| <p><u>Europese inschrijving 3649514</u> Klasse 35 Diensten op het gebied van beheer van commerciële zaken; het verstrekken van een website met informatie van algemeen belang op het gebied van reclame, marketing en zakelijke dienstverlening.</p> | |
| <p>Klasse 42 Verschaffing van tijdelijk gebruik van niet-downloadbare on-linesoftware voor het opslaan, beheren, volgen, analyseren van en rapporteren over gegevens; verschaffing van tijdelijk gebruik van niet-downloadbare on-linesoftware voor het vergemakkelijken van communicatie tussen gelijkwaardige deskundigen op het gebied van reclame, marketing en zakelijke dienstverlening.</p> | |
| <p><u>Europese inschrijving 2112969</u> Klasse 9 Computerprogramma's en software; software voor het opslaan, beheren, opsporen en analyseren van gegevens op het gebied van marketing, promotie, verkoop, beheer van klanteninformatie, klantenondersteuning en -service en doeltreffendheid van werknemers, gezamenlijke uitwisseling van dergelijke gegevens binnen en tussen bedrijven, het bijhouden van statistieken en het opstellen van rapporten met betrekking tot dergelijke gegevens, verschaffing van aangepaste on-line-informatie en -hulpbronnen met betrekking tot werkzaamheden op het gebied van klanten; computerprogramma's voor het opzoeken, opvragen, beheren, sorteren, selecteren en/of opslaan van via het internet of andere computernetwerken en -systemen beschikbare informatie; software en computerprogramma's voor het verlenen van on-</p> | <p>Klasse 9 Software; magnetische gegevensdragers, schijfvormige geluidsdragers; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines, gegevensverwerkende apparatuur en computers.</p> |

| | |
|--|--|
| <p>linetoeegang tot Internet en voor het laten lopen van programma's voor het off line zoeken naar een bepaalde website.</p> | |
| | <p>Klasse 35 Marketing en advisering ter zake; detailhandeldiensten op het gebied van software; reclame; marktonderzoek; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten, waaronder compilatie van informatie in gegevensbestanden; systematiseren van informatie in gegevensbestanden; overzetten van gegevensbestanden; al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer; bedrijfsorganisatorische planning en advisering.</p> |
| <p>Klasse 38 Gegevenscommunicatie; communicatiediensten voor toegang tot computernetwerken; het zenden van informatie en computerprogramma's via telecommunicatiediensten, waaronder onlinediensten; elektronische uitwisseling van gegevens; toegang tot gegevens op afstand; het overbrengen en verwerken van gegevens vanuit locaties op afstand naar mobiele telefoons; on-line-informatie met betrekking tot alle voornoemde diensten; geautomatiseerde onlinediensten voor zakelijke beroepskrachten, te weten verschaffing van toegang via wereldwijde en niet-wereldwijde computernetwerken tot software voor het opslaan, beheren, opsporen en analyseren van gegevens op het gebied van marketing, promotie, verkoop, beheer van klanteninformatie, klantenondersteuning en -service en doeltreffendheid van werknemers, gezamenlijke uitwisseling van dergelijke gegevens binnen en tussen bedrijven, het bijhouden van statistieken en het opstellen van rapporten met betrekking tot dergelijke gegevens, verschaffing van aangepaste on-line-informatie en -hulpbronnen met betrekking tot werkzaamheden op het gebied van klanten, te weten strategieën ter verbetering van klantenrelaties, marketingstrategieën, opleiding op het gebied van werknemersprestaties, kredietrapporten, rapporten over aandelenmarkten, algemeen zakelijk nieuws, verkoop- en marketingnieuws, en verschaffing van interactieve on-linecommunicatie met medeberoepskrachten.</p> | <p>Klasse 38 Verschaffen van toegangstijd voor het gebruik van software; al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer en programmatuur ten behoeve daarvan.</p> |
| <p>Klasse 42 Advisering, ontwerp, analyse, ontwikkeling en implementatie met betrekking tot software en computerprogramma's; verhuur van toegangstijd tot gegevensbestanden; onderhoud en updating van software, softwarepakketten en computerprogramma's; verhuur en leasing van software en programma's; computerdiensten met betrekking tot het verlenen van onlinediensten inzake het internet en voor het laten lopen van programma's voor het off line zoeken naar een bepaalde website; verhuur of verstrekking van toegang tot software voor gebruik door derden; opvragen van informatie via computernetwerken; verhuur of verstrekking van toegang tot software voor het zoeken en opvragen van informatie via computersystemen en -netwerken; update, onderhoud en installatie van software, computeradviesdiensten; het verschaffen van toegang tot software via computernetwerken; on-line-informatie met betrekking tot alle voornoemde diensten.</p> | <p>Klasse 42 Ontwerpen, ontwikkelen, implementeren, onderhouden en updaten van software; advisering inzake voornoemde diensten; softwareadviezen; technische advisering en ondersteuning met betrekking tot automatisering; al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer en programmatuur ten behoeve daarvan; bewerken van software; implementatie van software; al het voorgaande op het gebied van gratis te downloaden en onbeperkt te gebruiken opensource software.</p> |

Klasse 9

63. De waar *software* van het betwiste teken komt *expressis verbis* voor onder de waren van het ingeroepen recht en is dus identiek daaraan.

64. De waren *magnetische gegevensdragers* van het betwiste teken zijn soortgelijk aan de waren *computerprogramma's en software* van het ingeroepen recht; dit zijn immers de traditionele dragers van software en van de gegevens waarop software kan worden toegepast.

65. De waren *gegevensverwerkende apparatuur en computers* van het betwiste teken zijn soortgelijk aan de waren *computerprogramma's en software* van het ingeroepen recht. Deze waren zijn immers onderling noodzakelijk en dus complementair: zonder computers fungeert software niet en omgekeerd.

66. De waren *schijfvormige geluidsdragers, verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling, kasregisters en rekenmachines* van het betwiste teken zijn niet soortgelijk aan enige waar of dienst van het ingeroepen recht. De schijfvormige geluidsdragers (cd's) zien er wel uit als gegevens- of programmadragers (cd-roms), maar hun bestemming en toepassing is heel anders. De overige waren zijn weliswaar voorgeprogrammeerd (en bevatten dus software), maar het verband daarmee is te gering om van soortgelijkheid te kunnen spreken; het is niet gebruikelijk dat fabrikanten van deze waren tevens de waren en diensten van het ingeroepen recht aanbieden. De consument zal dan ook niet geneigd zijn er eenzelfde herkomst aan toe te dichten.

Klasse 35

67. De dienst *beheer van commerciële zaken* van het betwiste teken komt *expressis verbis* voor bij het ingeroepen recht en is dus identiek daaraan.

68. De diensten *marketing en advisering ter zake, reclame en marktonderzoek* van het betwiste teken omvatten de dienst *het verstrekken van een website met informatie van algemeen belang op het gebied van reclame, marketing en zakelijke dienstverlening* van het ingeroepen recht en zijn dus identiek dan wel sterk soortgelijk daaraan.

69. In het algemeen zijn diensten en waren naar hun aard verschillend. In geval van waren gaat het om fysieke producten die kunnen worden overgedragen en in het geval van diensten gaat het om ontastbare activiteiten die worden verricht. Inherent aan deze verschillen is dat de wijze van gebruik van waren en diensten ook verschillend is. Waren en diensten kunnen echter wel complementair zijn, bepaalde diensten kunnen immers niet worden uitgevoerd zonder gebruik te maken van bepaalde waren.

70. In deze context dient er aan te worden herinnerd dat er slechts sprake is van complementariteit wanneer de waren en/of diensten dermate onderling verbonden zijn dat de ene waar of dienst onontbeerlijk of belangrijk is voor het gebruik van de andere, zodat de consumenten kunnen denken dat de productie van beide waren en diensten in handen is van één en dezelfde onderneming (zie in deze zin GEU, The O STORE, T-116/06, 24 september 2008).

71. In casu doet deze complementariteit zich voor tussen de *detailhandeldiensten op het gebied van software* van het betwiste teken en de verschillende softwareproducten in klasse 9 van het ingeroepen recht; deze waren zijn immers onontbeerlijk voor het kunnen verrichten van deze diensten. Deze waren en diensten zijn derhalve soortgelijk.

72. De diensten *zakelijke administratie* en *administratieve diensten, waaronder compilatie van informatie in gegevensbestanden* van het betwiste teken zijn soortgelijk aan de *diensten op het gebied van beheer van commerciële zaken* van het ingeroepen recht. Alle commerciële zaken zullen immers worden geadmistreerd, bijvoorbeeld het administreren van voorraden, het voeren van correspondentie en het bijhouden van de boeken.

73. De diensten *systematiseren van informatie in gegevensbestanden* van het betwiste teken zijn soortgelijk aan de waren *software voor het opslaan, beheren opsporen en analyseren van gegevens* in klasse 9 van het ingeroepen recht. Deze diensten zijn lastig te verrichten zonder deze software, en anderzijds is deze software juist gericht op dit soort diensten.

74. De dienst *overzetten van gegevensbestanden* van het betwiste teken valt onder de dienst *elektronische uitwisseling van gegevens* in klasse 38 van het ingeroepen recht en is dus identiek of minstens sterk soortgelijk daaraan.

75. De toevoeging *al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer* bij het betwiste teken verandert niet de aard van de dienstverlening en is dus niet van invloed op de soortgelijkheid.

76. De diensten *bedrijfsorganisatorische planning en advisering* van het betwiste teken valt onder de ruimere noemer *diensten op het gebied van beheer van commerciële zaken* van het ingeroepen recht en zijn dus identiek dan wel sterk soortgelijk daaraan.

Klasse 38

77. De dienst *verschaffen van toegangstijd voor het gebruik van software* van het betwiste teken is zowel soortgelijk aan de diverse *software* in klasse 9 als aan de diensten *verschaffing van tijdelijk gebruik van niet-downloadbare on-linesoftware* en *het verschaffen van toegang tot software via computernetwerken* in klasse 42 van het ingeroepen recht. Het doel van deze diensten is immers hetzelfde, namelijk het ter beschikking stellen van software en het verschaffen van toegangstijd is noodzakelijk om deze software te kunnen downloaden dan wel online te gebruiken.

78. De toevoeging *al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer en programmatuur ten behoeve daarvan* bij het betwiste teken verandert niet de aard van de dienstverlening en is dus niet van invloed op de soortgelijkheid.

Klasse 42

79. De diensten *ontwerpen, ontwikkelen, implementeren, onderhouden en updaten van software, advisering inzake voornoemde diensten, bewerken van software en implementatie van software* van het betwiste teken zijn identiek aan de diensten *adviesing, ontwerp, analyse, ontwikkeling en implementatie met betrekking tot software en computerprogramma's, onderhoud en updating van software, softwarepakketten en computerprogramma's, update, onderhoud en installatie van software en computeradviesdiensten* van het ingeroepen recht.

80. De diensten *technische advisering en ondersteuning met betrekking tot automatisering* van het betwiste teken omvatten de diensten *advisering met betrekking tot software en computerprogramma's, computeradviesdiensten en on-line-informatie met betrekking tot alle voornoemde diensten* van het ingeroepen recht en zijn dus identiek dan wel sterk soortgelijk daaraan.

81. De toevoegingen *al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer en programmatuur ten behoeve daarvan* en *al het voorgaande op het gebied van gratis te downloaden en onbeperkt te gebruiken opensource software* bij het betwiste teken verandert niet de aard van de dienstverlening en is dus niet van invloed op de soortgelijkheid.

Met betrekking tot het derde ingeroepen recht (internationale inschrijving 895014):

| | |
|--|--|
| Oppositie gebaseerd op: | Oppositie gericht tegen: Klasse 9 Schijfvormige geluidsdragers, verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling, kasregisters en rekenmachines |
| <p>Classe 42 Mise à disposition de logiciels, d'installations, de systèmes informatiques pour la protection automatisée de données, la duplication de fichiers, la sauvegarde de données, le basculement, l'écriture miroir, la restauration, la réparation des dysfonctionnements et la réparation des sinistres informatiques; services informatiques, à savoir services de récupération de données et stockage de données; télécontrôle de systèmes informatiques pour la mise à disposition de systèmes informatiques auxiliaires et maintenance d'installations.</p> <p><i>Ter beschikking stellen van software, installaties, informaticasystemen voor de geautomatiseerde beveiling van gegevens, het dupliceren van fiches, het bewaren van gegevens, binaire schakeling, spiegelschrift, de restauratie, de reparatie van stoornissen en de reparatie van computerschade; informaticadiensten, te weten diensten voor het recupereren van gegevens en gegevensopslag; telecontrole van informaticasystemen voor het ter beschikking stellen van hulp-informaticasystemen en onderhoud van installaties.</i></p> | |
| <p><i>NB: De oorspronkelijke taal van de waren- en dienstenlijst van deze inschrijving is niet het Nederlands. De Nederlandse vertaling is uitsluitend ten behoeve van de leesbaarheid van deze beslissing toegevoegd.</i></p> | |

82. Het is duidelijk dat geen enkele dienst van dit ingeroepen recht soortgelijk is aan de resterende waren in klasse 9 van het betwiste teken. Dit ingeroepen recht kan dus niet leiden tot een ruimere toewijzing van de oppositie, zodat de gebeurlijke overeenstemming van de tekens niet terzake doet en dus onbesproken kan blijven.

Conclusie

83. De waren en diensten van het betwiste teken zijn deels identiek, deels (sterk) soortgelijk en deels niet soortgelijk aan deze van de ingeroepen rechten.

A.3. Globale beoordeling

84. 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.

85. 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, reeds geciteerd). In casu gaat het om waren en diensten die weliswaar bestemd kunnen zijn voor de professionele gebruiker, maar niet kan worden vastgesteld dat ten aanzien van deze waren en diensten sprake is van een verhoogd aandachtsniveau.

86. 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).

87. 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, alle reeds geciteerd). In casu zijn de ingeroepen rechten eerder zwak te noemen, aangezien zij bestaan uit een beschrijvend en een verwijzend element. Het onderscheidend vermogen van het ingeroepen recht is echter niet het enige element dat bij de beoordeling van het verwarringsgevaar een rol speelt. Zelfs in het geval van een ouder merk met een beperkt onderscheidend vermogen, kan er sprake zijn van gevaar voor verwarring, vanwege overeenstemming van de tekens en soortgelijkheid van de waren en diensten (GEU, Pages Jaunes, T-134/06, 13 december 2007).

88. De merken en het teken stemmen begripsmatig, visueel en auditief in zekere mate overeen. De waren en diensten van het betwiste teken zijn deels identiek, deels (sterk) soortgelijk en deels niet soortgelijk aan de waren en diensten van de ingeroepen rechten. Op deze gronden, en gelet op hun onderlinge samenhang, is het Bureau van oordeel dat het in aanmerking komend publiek kan menen dat de identieke en soortgelijke waren en diensten afkomstig zijn van dezelfde of van economisch verbonden ondernemingen.

B. Overige factoren

89. Met het feitelijke gebruik van de ingeroepen rechten en het betwiste teken (zie punt 17 en 28) kan in het kader van een oppositieprocedure geen rekening worden gehouden, aangezien de vergelijking van de tekens uitsluitend plaatsvindt op basis van de registergegevens en de gebruiksbewijzen. Zaken als marketing- en verkoopformules, die bovendien met de tijd kunnen wijzigen, spelen dus in het kader van een oppositie geen rol (HvJEU, Quantum, C-171/06, 15 maart 2007, O2 Holdings Limited, C-533/06, 12 juni 2008, GEU, Ferromix e.a., T-305/06-T-307/06, 15 oktober 2008).

90. Opposant beroept zich op een seriemark (zie punt 20), maar volstaat met de mededeling dat hij – naast de ingeroepen rechten – ook nog het merk SALESFORCE (zonder extensie) voert. Uit de aard van het seriemark vloeit echter als vereiste voort dat het in aanmerking komend publiek ook daadwerkelijk met de merken wordt geconfronteerd op de markt (zie HvJEU, Bainbridge, C-234/06, 13 september 2007), hetgeen opposant niet heeft aangetoond.

91. Over het al dan niet te goeder trouw handelen van partijen en het al dan niet vexatoire karakter van een ingestelde oppositie (zie punt 24), kan en mag het Bureau geen uitspraken doen; daartoe dient de gang naar de rechter te worden gemaakt.

92. In het kader van een oppositieprocedure kan niet (als tegenactie) de nietigheid van het opponerende merk worden ingeroepen (zie punt 26); daarvoor dient eveneens de rechter te worden geadieerd.

C. Conclusie

93. Het Bureau is van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring met betrekking tot de identieke en soortgelijke waren en diensten.

IV. BESLUIT

94. De oppositie met nummer 2005471 wordt gedeeltelijk toegewezen.

95. Benelux depot met nummer 1201713 wordt niet ingeschreven voor de volgende waren en diensten:

Klasse 9 Software; magnetische gegevensdragers; gegevensverwerkende apparatuur en computers.

Klasse 35 Marketing en advisering ter zake; detailhandeldiensten op het gebied van software; reclame; marktonderzoek; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten, waaronder compilatie van informatie in gegevensbestanden; systematiseren van informatie in gegevensbestanden; overzetten van gegevensbestanden; al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer; bedrijfsorganisatorische planning en advisering.

Klasse 38 Verschaffen van toegangstijd voor het gebruik van software; al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer en programmatuur ten behoeve daarvan.

Klasse 42 Ontwerpen, ontwikkelen, implementeren, onderhouden en updaten van software; advisering inzake voornoemde diensten; softwareadviezen; technische advisering en ondersteuning met betrekking tot automatisering; al het voorgaande op het gebied van klantenbeheer en programmatuur ten behoeve daarvan; bewerken van software; implementatie van software; al het voorgaande op het gebied van gratis te downloaden en onbepert te gebruiken opensource software.

96. Benelux depot met nummer 1201713 wordt wel ingeschreven voor de volgende waren:

Klasse 9 Schijfvormige geluidsdragers; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines.

97. Geen van de partijen wordt verwezen in de kosten op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie gedeeltelijk wordt toegewezen.

Den Haag, 17 augustus 2012

Willy Neys
(*rapporteur*)

Diter Wuytens

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar:

Gerda Veltman