

BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE

N° 2006128

van 22 maart 2012

Opposant: **AHLERS AG**
Elverdisser Str. 313
32052 Herford
Duitsland

Gemachtigde: **GEVERS**
Holidaystraat 5
1831 Diegem
België

Ingeroepen merk 1: **JUPITER**
(Europese inschrijving 4062411)

Ingeroepen merk 2: JUPITER
(Europese inschrijving 270207)

Ingeroepen merk 3: JUPITER
(Internationale inschrijving 518034)

tegen

Verweerder: **InBev Belgium S.A.**
Boulevard Industriel 21
1070 Brussel
België

Gemachtigde: **NOVAGRAAF BELGIUM N.V./S.A.**
Terhulpensesteenweg 187
1170 Brussel
België

Betwiste merk:



(Benelux depot 1216192)

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

1. Op 21 december 2010 heeft verweerder een merkaanvraag ingediend ter onderscheiding van waren en diensten in de klassen 25, 32 en 43 van het gecombineerde woord-/beeldmerk:



Deze merkaanvraag is onder depotnummer 1216192 in behandeling genomen en gepubliceerd op 23 december 2010.

2. Op 1 maart 2011 heeft opposant oppositie ingesteld tegen dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere inschrijvingen:

- Europese inschrijving met nummer 4062411, ingediend op 5 oktober 2004 en ingeschreven op 6 juni 2006 voor waren in klasse 25, van het gecombineerd woord-/beeldmerk:

J U P I T E R

- Europese inschrijving met nummer 270207, ingediend op 1 april 1996 en ingeschreven op 27 augustus 1998 voor waren in de klassen 3 en 25, van het woordmerk JUPITER;
- Internationale inschrijving met nummer 518034, van het woordmerk JUPITER, ingediend op 9 december 1987 voor waren in klasse 25.

3. De opposant is de houder van de ingeroepen rechten, zoals blijkt uit de registers.

4. De oppositie is ingesteld tegen de waren aangeduid in de klasse 25 van het betwiste depot en gebaseerd op de waren in klasse 25 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, partijen zijn overeengekomen de argumenten in het Engels uit te wisselen.

B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk en ter kennis gebracht van partijen op 3 maart 2011.

8. De contradictoire fase van de procedure is aangevangen op 4 mei 2011. Het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna "het Bureau") heeft dezelfde dag de mededeling van aanvang van de

procedure aan partijen gezonden, waarbij opposant een termijn kreeg tot en met 4 juli 2011 om de oppositie te onderbouwen met argumenten en eventuele stukken.

9. Op 1 juli 2011 heeft de opposant argumenten ter ondersteuning van de oppositie ingediend. Aangezien deze argumenten niet in tweevoud werden ingediend, heeft het Bureau op 6 juli 2011 opposant verzocht om een tweede identiek exemplaar van de argumenten in te dienen met een termijn tot en met 6 september 2011.

10. Het gevraagde tweede exemplaar van de argumenten werd op 8 juli 2011 door opposant ingediend en op 11 juli 2011 doorgezonden aan verweerder, waarbij deze laatste een termijn kreeg tot en met 11 september 2011 om hierop te reageren.

11. Op 9 september 2011 heeft de verweerder gereageerd op de argumenten van de opposant. Deze reactie is op 20 september 2011 door het Bureau aan opposant verzonden.

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

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

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

14. 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 van de merken in kwestie.

A. Argumenten van opposant

15. Volgens opposant zijn de tekens visueel sterk overeenstemmend, aangezien het dominerende en enige woordelement van het bestreden teken de eerste vier en de laatste twee letters identiek en in dezelfde positie heeft als bij de ingeroepen rechten. Het enige verschil is gelegen in de vijfde letter, waarbij hij nog opmerkt dat deze ook nog visuele overeenkomsten vertonen, daar zij beide opgemaakt worden uit een verticale streep.

16. Voor wat betreft de auditieve vergelijking stelt opposant dat het enige verschil zit in het begin van de derde lettergreep, die bovendien snel zal worden uitgesproken. Een groot deel van het publiek zal volgens opposant geneigd zijn de tekens in kwestie identiek uit te spreken door hun overeenstemmende totaalindruk. Hierdoor is er naar oordeel van opposant sprake van een sterke mate van auditieve overeenstemming tussen de tekens.

17. Begripsmatig heeft het bestreden teken geen betekenis voor het in aanmerking komend Benelux-publiek. Zelfs al kunnen de eerdere merken verwijzen naar de planeet Jupiter, dan nog kan er sprake zijn van verwarringsgevaar vanwege de sterke overeenstemmingen op visueel en auditief vlak, aldus nog opposant.

18. Met betrekking tot de waren stelt opposant dat de waren deels identiek en deels sterk soortgelijk zijn.

19. Opposant meent dat aangezien de ingeroepen rechten niet refereren aan de aangeduide waren dat deze daardoor een sterk onderscheidend karakter hebben.

20. Gezien het bovenstaande is opposant van mening dat het publiek kan menen dat de waren afkomstig zijn van dezelfde of economisch verbonden ondernemingen en er aldus sprake is van gevaar voor verwarring. Hij verzoekt dan ook het Bureau de oppositie toe te wijzen, het depot in zijn geheel te weigeren en verweerder in de kosten te verwijzen.

B. Reactie van verweerder

21. Verweerder stelt voorop dat zijn merk bekend is en een reputatie heeft opgebouwd in de Benelux. Het is in het bijzonder bekend voor bier en heeft een marktaandeel van 50% en sponsort zowel de "pro league" van het Belgische en Nederlandse voetbal. Dergelijke bekendheid reikt verder dan de waren waarvoor het teken werd of zou worden ingeschreven.

22. Met betrekking tot de visuele vergelijking van de tekens meent verweerder dat er voldoende verschillen zijn op te merken, zoals het andere lettertype en het in het oog springende beeldelement van een stier. Bovendien zal de consument voor deze waren extra aandachtig zijn en zal de bekendheid van het teken een doorslaggevende rol spelen. Verweerder concludeert dan ook dat er voldoende visuele verschillen zijn.

23. Op auditief vlak zijn de tekens volgens verweerder verschillend. De tekens hebben hetzelfde ritme, waarbij de eerste twee lettergrepen zacht zullen worden uitgesproken en de klemtoon op de laatste lettergreep zal liggen. Hierdoor worden de verschillende beginletters van deze lettergreep harde letters en zorgen deze voor een andere klank. Ook hier speelt de bekendheid van het teken weer een rol, aldus nog verweerder.

24. Hoewel het wordelement JUPITER onderscheidend is voor de waren in klasse 25, kan deze zeer duidelijk refereren aan de planeet, dan wel aan de Romeinse mythologische figuur/god. Voor wat betreft het teken verwijst dit naar een bekend biermerk, afkomstig uit de gemeente Jupille in België. Door de verschillende betekenissen zijn de tekens begripsmatig niet overeenstemmend, aldus verweerder.

25. Verder verwijst verweerder naar de zaak Picasso/Picaro van het Europese Hof van Justitie, ter onderbouwing van de neutralisering, waarbij de begripsmatige verschillen opwegen tegen de overeenstemmingen op visueel en auditief vlak.

26. Voor wat betreft de waren stelt verweerder dat schoeisel en hoofddeksels niet in de eerdere inschrijvingen voorkomen. De waren in klasse 25 van de ingeroepen recht zijn volgens verweerder typische waren die commercieel worden verkocht door verschillende verkoopkanalen, terwijl de waren van verweerder het biermerk van verweerder zullen dragen voor sportevenementen en gesponsorde acties. Hierdoor is er volgens verweerder geen sprake van identiteit van de waren, maar slechts gedeeltelijke soortgelijkheid.

27. Verweerder stelt dat het aandachtsniveau voor de waren in kwestie hoog zal zijn.

28. Concluderend stelt verweerder dat er op grond van het bovenstaande geen sprake kan zijn van gevaar voor verwarring en dat het bestreden teken aanvaard dient te worden voor inschrijving met betrekking tot de waren in het geding. Hij verzoekt dan ook de oppositie af te wijzen en de opposant in de kosten te verwijzen.

III. **BESLISSING**

A.1. **Verwarringsgevaar**

29. 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.

30. 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."

31. 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 waren

32. Bij de beoordeling van de soortgelijkheid van de betrokken waren dient rekening te worden gehouden met alle relevante factoren die de verhouding tussen de waren kenmerken. Dat zijn onder meer hun aard, bestemming en gebruik, maar ook het concurrerend dan wel complementair karakter ervan (HvJEU, arrest Canon, reeds geciteerd).

33. Bij vergelijking van de waren worden de waren in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 25 Kostuums, vesten, colbertjes, anoraks, pantalons, mantels, jasjes, jeans, jeanswear, hemden, sweatshirts, t-shirts, sportkleding, hoofddeksels, beroepskleding, vrijetijdskleding.	KI 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddeksels.

34. De waren waarvoor het ingeroepen recht bescherming geniet zijn alle types kleding en zijn hierdoor dan ook identiek, of toch minstens sterk soortgelijk aan de "kledingstukken" waarvoor het bestreden teken bescherming vraagt. Immers delen deze alle dezelfde aard en bestemming. De waar "hoofddeksels" komt *expressis verbis* voor bij merk en teken en is hierdoor identiek.

35. De waar "schoeisel" komt niet voor in het ingeroepen recht. Echter het Bureau is van oordeel dat deze waar en de overige kledingstukken en hoofddeksels in klasse 25 van opposant complementair zijn. Beide worden gedragen door mensen met als doel het lichaam te bedekken en te beschermen. Bovendien worden deze waren veelal via dezelfde verkoopkanalen aangeboden en worden kledij, schoenen en accessoires vaak door dezelfde fabrikanten op de markt gebracht onder dezelfde merken. De consument weet dit en zal dergelijke waren dan ook een zelfde herkomst toedichten (zie tevens in deze zin BBIE, oppositiebeslissing Nano, 2002033, 29 mei 2009). Er is dan ook sprake van soortgelijkheid.

36. De waren in kwestie zijn identiek, dan wel (sterk) soortgelijk.


Vergelijking van de tekens

37. 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).

38. 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.

39. De totaalindruk die een samengesteld merk bij het relevante publiek nalaat, kan door een of meer bestanddelen ervan kan 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).

40. De te vergelijken tekens zijn de volgende :

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
JUPITER	

Visuele vergelijking

41. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk bestaande uit een woord van zeven letters, JUPITER. Het bestreden teken is een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit enerzijds in zwarte letters het woord JUIPLER. Onder en boven dit woord bevinden zich een rode en een iets dunnere zwarte streep. Boven het wordelement bevindt zich tevens een rode rechthoek met daarin de afbeelding van een schild met een zwarte stier.

42. 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. Hoewel door het kleurgebruik de figuratieve elementen opvallen, neemt het wordelement ongeveer de helft van het teken in beslag en springt het door het gebruik van dikke grote zwarte letters onmiddellijk in het oog. De aandacht van de consument zal dus minstens evenzeer naar dit wordelement worden getrokken.

43. Beide merken delen dezelfde vier identieke beginletters en twee identieke eindletters in dezelfde positie. Het enige verschil zit dus in de vijfde letter die verschillend is.

44. Dit verschil is samen met de bijkomende grafische elementen echter onvoldoende om een verschillende visuele totaalindruk op te roepen. Het Bureau is dan ook van oordeel dat de totaalindruk van merk en teken in sterke mate overeenstemt.

Auditieve vergelijking

45. 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 arresten GEU van 25 mei 2005, PC WORKS, T-352/02 en van 21 april 2010, Thai Silk, T-361/08).

46. Zowel merk als teken bestaan uit een woord van drie lettergrepen, waarvan de eerste twee lettergrepen identiek zijn. Ook de slotklank van de derde lettergreep is identiek. Enkel de beginklank van deze laatste lettergreep is verschillend, door het gebruik van de medeklinker “T” in het ingeroepen recht en de “L” in het bestreden teken. Zoals ook door verweerder werd onderkend is het ritme van beide tekens hetzelfde.

47. Het enkele verschil in het midden van de tekens kan er niet voor zorgen dat er geen sprake is van een sterke mate van auditieve overeenstemming tussen merk en teken.

Begripsmatige vergelijking

48. Op begripsmatig vlak zijn het wordelement "JUPITER" van het ingeroepen recht en het betwiste teken "JUIILER" niet overeenstemmend. Immers, "JUPITER" heeft in de Benelux-talen een duidelijke betekenis, die onmiddellijk door het publiek wordt begrepen. Het publiek zal onmiddellijk aan de planeet, dan wel aan de gelijknamige oppergod uit de Romeinse mythologie denken.

49. Het bestreden teken heeft geen dergelijke betekenis voor het in aanmerking komend Benelux publiek.

Conclusie

50. De totaalindruk van merk en teken stemt op visueel en auditief vlak in grote mate overeen. Begripsmatig heeft het ingeroepen recht een vaststaande betekenis, terwijl het bestreden teken dit niet heeft.

A.2. Globale beoordeling

51. 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.

52. 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, reeds geciteerd).

53. 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). De waren in kwestie maken deel uit van de regelmatige aankopen van de gemiddelde consument die niet noodzakelijk een belangrijke financiële investering vergen. Het aandachtsniveau voor deze waren mag dan ook als normaal worden geacht.

54. 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 (zie HvJEU, arresten Canon, Sabel en Lloyd, alle reeds aangehaald). Hoewel het ingeroepen recht een bestaand woord is, beschrijft het geen kenmerk van de aangeduide waren. Gezien bekendheid niet werd ingeroepen, kan het merk over niet meer dan een normaal onderscheidend vermogen beschikken (zie in die zin: Gerechtshof 's-Gravenhage, Sioux/You, 200.066.991/01, 30 november 2010).

55. Het gebruik van de tekens zal door de aard van de waren vaak schriftelijk gebeuren, onder andere door opdruk op de desbetreffende artikelen, maar eveneens door middel van reclamebrochures, websites en dergelijke. Hieruit volgt dat het visuele element een grote rol speelt in de beoordeling. Ook een mondelinge referentie naar de tekens is zeer waarschijnlijk – bijvoorbeeld bij het vragen om inlichtingen bij een verkooppunt – de auditieve overeenstemming speelt hier dus ook een rol (o.a. BBIE, oppositiebeslissing LOTTE, 2000155, 20 juli 2007).

56. Het is vaste rechtspraak dat visuele en fonetische overeenkomsten door de semantische verschillen tussen de betrokken merken grotendeels kunnen worden geneutraliseerd. Om een dergelijke neutralisering te kunnen aannemen, moet ten minste een van de twee betrokken merken voor het relevante publiek een duidelijke en vaste betekenis hebben die dit publiek onmiddellijk kan begrijpen. Dit oordeel wordt niet weerlegd door het feit dat dit woord geen enkel kenmerk van de producten aanduidt waarvoor de betrokken merken zijn ingeschreven. Dit staat er namelijk niet aan in de weg dat het relevante publiek de betekenis van dit woord meteen kan begrijpen. Het is voldoende dat één van de betrokken merken een dergelijke betekenis heeft, ongeacht of het andere merk geen of een heel andere betekenis heeft, om de visuele en fonetische overeenstemming tussen merken in hoge mate te neutraliseren (zie o.a. GEU, arrest Bass, 14 oktober 2003, arrest ZIRH, 3 maart 2004 en HvJEU, arrest Picasso-Picaro, 12 januari 2006). Zoals hiervoor opgemerkt heeft het ingeroepen recht een dergelijke vaststaande betekenis.

57. Op grond van het bovenstaande en in het bijzonder het belang van de visuele en auditieve aspecten in relatie tot de waren in kwestie, is het Bureau van oordeel dat de tekens op visueel en auditief vlak dermate overeenstemmen dat het begripsmatige verschil onvoldoende is om de overige punten van overeenstemming te neutraliseren.

B. Overige factoren

58. De waren kunnen worden verkocht via dezelfde distributiekkanalen. Het argument van verweerder inzake de verschillen in commercialisering, kan niet weerhouden worden, aangezien dit geenszins blijkt uit de registergegevens waarop het Bureau zijn beslissing dient te baseren.

59. Verweerder beroept zich op zijn bekendheid, waardoor er geen sprake zou kunnen zijn van verwarringsgevaar (zie supra, punten 21 e.v.). Aangezien vaststaat dat het bestreden teken jonger is dan het ingeroepen merk, kan verweerder in casu de bekendheid van het bestreden teken niet aanvoeren voor zijn stelling dat er geen gevaar voor verwarring van de conflicterende merken bestaat (zie HvJEU, La Española, C-498/07 P, 3 september 2009 en BBIE, oppositiebeslissing Toro Rosso, 2004805, 30 mei 2011).

60. Opposant verzoekt het depot geheel te weigeren (zie supra, punt 20). Aangezien hij echter bij het indienen van de oppositie en zoals hij tevens in de argumenten nogmaals heeft vermeld de oppositie enkel richt tegen de waren in klasse 25, kan de draagwijdte niet meer worden uitgebreid en kan er enkel sprake zijn van een eventuele weigering voor de waren in deze klasse.

C. Conclusie

61. Het Bureau concludeert dat er op grond van het tweede ingeroepen recht sprake is van verwarringsgevaar met betrekking tot de waren in klasse 25 waartegen de oppositie is gericht en dat het publiek aldus kan menen dat de waren in kwestie afkomstig zijn van dezelfde, dan wel economisch verbonden ondernemingen.

62. Aangezien de oppositie reeds slaagt op basis van het tweede ingeroepen recht, hoeft aan de overige twee ingeroepen rechten niet te worden toegekomen.

IV. BESLUIT

63. De oppositie met nummer 2006128 wordt geheel toegewezen.
64. Het Benelux depot met nummer 1216192 wordt niet ingeschreven voor de waren waartegen de oppositie zich richtte, namelijk de waren in klasse 25.
65. Het Benelux depot met nummer 1216192 wordt wel ingeschreven voor de overige waren en diensten in de klassen 32 en 43, waartegen de oppositie niet was gericht.
66. De verweerder is 1.000 euro verschuldigd aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32 Uitvoeringsreglement, aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 22 maart 2012

Diter Wuytens
(*rapporteur*)

Camille Janssen

Pieter Veeze

Administratieve behandelaar: Etienne Colsoul