



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2011468
van 31 juli 2017

Opposant: **Home Box Office, Inc.**
1100 Avenue of the Americas, 9th floor
10036-6737 New York, New York
Verenigde Staten van Amerika

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

Ingeroepen recht 1: **Uniemerk 10656437**

KHALEESI

Ingeroepen recht 2: **Volgens opposant algemeen bekend merk in de zin van het Verdrag van Parijs**

KHALEESI

tegen

Verweerder: **CKL HOLDINGS N.V.**
Kaasrui 12
2000 Antwerpen
België

Gemachtigde: **Trademarkers Merkenbureau C.V.**
Amersfoortsestraatweg 33b
1401 CV Bussum
Nederland

Betwiste merk: **Benelux depot 1318481**

Khaleesi

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 8 oktober 2015 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het woordmerk Khaleesi voor waren en diensten in de klassen 16, 38 en 42. Het depot is onder nummer 1318481 in behandeling genomen en gepubliceerd op 12 oktober 2015.
2. Op 10 december 2015 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de volgende eerdere merken:
 - Uniemerkt inschrijving 10656437 van het woordmerk KHALEESI, ingediend op 19 februari 2012 en ingeschreven op 18 juli 2012 voor waren in de klassen 3, 21 en 25;
 - Het woordmerk KHALEESI, volgens opposant een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeschreven ingeroepen recht.
4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste depot en is gebaseerd op alle waren van het ingeschreven ingeroepen recht.
5. De gronden voor de oppositie zijn deze, neergelegd in artikel 2.14, lid 1, sub a en b van het Benelux-verdrag inzake de intellectuele eigendom (hierna: "BVIE").
6. De proceduretaal is het Nederlands.

B. Verloop van de procedure

7. De oppositie is ontvankelijk en door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 15 december 2015. In de loop van de administratieve fase van de procedure hebben beide partijen argumenten ingediend. De procedure verliep conform de daaraan gestelde eisen in het BVIE en het bijbehorende uitvoeringsreglement (hierna: "UR"). Daarnaast is de procedure op verzoek van partijen opgeschort. De administratieve fase is afgerond op 8 december 2016.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

8. De opposant dient met toepassing van artikel 2.14, lid 1, sub a en b 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

9. Opposant, genaamd Home Box Office (HBO), is een internationale tv-zender die, onder meer in Nederland en België, de serie 'Game of Thrones' uitzendt.
10. De oppositie is volgens opposant met name gebaseerd op artikel 2.14 lid 1 sub b BVIE. Opposant betoogt dat zijn ingeroepen recht een algemeen bekend merk is in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs en dat dit merk reeds voor de aanvraagdatum van het bestreden teken werd gebruikt voor soortgelijke waren. Verder verwijst opposant ook naar het ingeschreven ingeroepen recht, Uniemerkt 10656437.

11. De onderhavige tekens zijn volgens opposant identiek.
12. Opposant licht toe dat 'Khaleesi' een belangrijk personage is de serie Game of Thrones. Volgens opposant is de aanduiding KHALEESI een algemeen bekend merk, dat door opposant wordt verzilverd door onder de naam KHALEESI talrijke merchandisingartikelen, zoals drinkbekers, draagtassen, fantasiejuwelen en diverse kledingartikelen op de markt te brengen. Ter ondersteuning van deze stelling verwijst opposant naar verschillende documenten die betrekking hebben op de verkoop van deze producten, alsmede de populariteit van de serie Game of Thrones en het personage 'Khaleesi'.
13. Op grond hiervan concludeert opposant dat de inschrijving van het bestreden teken dient te worden geweigerd.

B. Reactie verweerder

14. Verweerder voert aan dat de waren van het ingeschreven ingeroepen recht niet soortgelijk zijn aan de waren en diensten van het bestreden teken. Om die reden is er volgens verweerder geen sprake van verwarringsgevaar. De door opposant gestelde bekendheid is dan ook niet relevant, aldus verweerder.
15. Daarnaast betoogt verweerder dat het door opposant ingediende bewijsmateriaal onvoldoende is om bekendheid aan te tonen. Volgens verweerder zijn deze documenten niet gericht op de Benelux. Daarnaast toont het materiaal geen gebruik aan van het ingeroepen recht voor een groot deel van de waren en diensten waarvoor het bestreden teken is gedeponeerd.
16. Verweerder concludeert dat de oppositie dient te worden afgewezen en dat de opposant de kosten hiervan dient te vergoeden.

III. BESLISSING

A.1 Het algemeen bekende merk

17. Opposant beroept zich op het teken KHALEESI, volgens hem een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.
18. 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.
19. Om te bepalen of een merk algemeen bekend is in de zin van het Verdrag van Parijs, kan de bevoegde instantie elke omstandigheid in aanmerking nemen waaruit de algemene bekendheid kan worden afgeleid, waaronder met name de mate waarin het relevante publiek het merk kent of herkent; de duur, de omvang en de geografische draagwijdte van het gebruik van het merk; de duur, de omvang en de geografische draagwijdte van de voor het merk gevoerde promotie, met inbegrip van reclame en de presentatie op beurzen en tentoonstellingen van de waren of diensten waarvoor het merk wordt gebruikt; de duur en de geografische draagwijdte van de inschrijving of aanvraag tot inschrijving van het merk, voor zover hieruit het gebruik of de erkenning van het merk blijkt; de doeltreffende handhaving van de merkrechten, in het bijzonder de mate waarin het merk door de bevoegde instanties als algemeen bekend wordt beschouwd; de waarde die aan het merk wordt verbonden (zie GEU, BOOMERANG, T-420/03, 17 juni 2008).

20. Bovengenoemde factoren zijn richtlijnen om de algemene bekendheid van een merk vast te stellen, maar geen voorwaarden en zijn dus niet limitatief. Per geval zal gekeken moeten worden naar de omstandigheden van het geval. In sommige gevallen zullen alle factoren van toepassing zijn en in sommige gevallen slechts een deel van de factoren.

21. Ten aanzien van de mate van bekendheid die vereist is voor bescherming als algemeen bekend merk geldt het volgende. Artikel 16 lid 2 van de Agreement on Trade-Related aspects of Intellectual Property Rights (hierna: het TRIPS-verdrag) bepaalt dat bij het vaststellen of een handelsmerk algemeen bekend is in de zin van artikel 6bis UvP, rekening wordt gehouden met de bekendheid van het handelsmerk bij de desbetreffende sector van het publiek. Uit deze bepaling volgt dat van een algemeen bekend merk al sprake is als een aanzienlijk deel van het relevante publiek van de betreffende waren of diensten het merk kent.

22. In zijn conclusie in de zaak CHEVY (HvJEU, C-375/97, conclusie d.d. 26 november 1998), die overigens geen betrekking had op een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs maar op bekendheid in de zin van artikel 5, lid 2 (artikel 2.3, sub c BVIE), van de toenmalige richtlijn 89/104/EEG (vervangen door richtlijn 2008/95/EG), merkt A-G Jacobs over algemeen bekende merken het volgende op (ov. 33): *“De door het Unieverdrag en het TRIPs aan algemeen bekende merken geboden bescherming is derhalve een heel bijzondere bescherming, die zelfs voor niet ingeschreven merken geldt. Het zou daarom niet moeten verbazen, indien de voorwaarde om voor deze bescherming in aanmerking te komen, de lat betrekkelijk hoog legt, in die zin dat het om een algemeen bekend merk moet gaan.”*

Beoordeling van de ingediende stukken

23. Het is aan opposant om aan te tonen dat het merk KHALEESI bij een aanzienlijk deel van het relevante publiek in de Benelux ten tijde van het depot van het bestreden teken dermate bekend was dat gesproken moet worden van “algemene bekendheid” in de zin van artikel 6bis VvP. Opposant dient de volgende stukken in ter staving van de algemene bekendheid van dit ingeroepen recht:

- Bijlage 1: Nieuwsbericht Wall Street Journal, gedateerd 14 april 2016;
- Bijlage 2: Tijdschrift artikelen in Belgische dag- en weekbladen, De Standaard, Het laatste Nieuws, Humo en Knack Focus over de serie Game of Thrones, waarbij een datum zonder jaartal wordt vermeld;
- Bijlage 3: Bericht ‘Guinness World of Records’ van 31 augustus 2015, record voor Largest TV drama simulcast;
- Bijlage 4: Nederlandstalige advertentie van televisiezender HBO met betrekking tot de uitzendingen van Game of Thrones, niet gedateerd;
- Bijlage 5: Bericht van Belgische aanbieder van televisie Telenet, over de beschikbaarheid van de serie Game of Thrones, gedateerd 19 september 2016;
- Bijlage 6: Informatie over “Game of Thrones, the Exhibition”, een rondreizende expositie, die onder andere op 18-27 mei 2013 in Amsterdam werd gehouden;
- Bijlage 7: Overzicht van het aantal Emmys (Amerikaanse televisieprijs) dat de serie Game of Thrones heeft gewonnen;
- Bijlage 8: Kopie van een bericht op de website van de Telegraaf over populariteit van de serie Game of Thrones, gedateerd 19 september 2016;
- Bijlage 9: Kopie van website www.gameofthrones.wikia.com met uitleg van de betekenis van het woord ‘Khaleesi’;
- Bijlage 10: Nieuwsbericht van de LA Times over een ‘Khaleesi look a like’ in de ‘Tonight Show’, gedateerd 30 april 2015;
- Bijlage 11: Interview met de Amerikaanse zangeres Beyoncé, geplaatst op een Engelstalige entertainment website, gedateerd 7 juni 2016;

- Bijlage 12: Kopieën van de webshop van HBO, www.hboshopeu.com, gericht op het Verenigd Koninkrijk, waarop afbeeldingen te zien zijn van T-shirts, een mok en een tas met de aanduiding 'Khaleesi' erop, niet gedateerd;
- Bijlage 13: Kopieën van webshop Amazon, www.amazon.com, waarop afbeeldingen te zien zijn van verschillende kledingstukken met de aanduiding 'Khaleesi' erop, alsmede andere accessoires die betrekking hebben op de serie 'Game of Thrones', gedateerd 23 september 2016;
- Bijlage 14: Kopieën van de webshop Ebay, www.ebay.com, waarop afbeeldingen te zien zijn van verschillende kledingstukken met de aanduiding 'Khaleesi' erop, alsmede andere accessoires die betrekking hebben op de serie 'Game of Thrones', gedateerd 23 september 2016.

24. In het licht van de stukken trekt het Bureau niet in twijfel dat de Amerikaanse serie 'Game of Thrones' op dit moment wereldwijde bekendheid geniet en dat één van de hoofdpersonages, genaamd Daenerys Targaryen, een zogenaamde 'Khaleesi' is. Hiermee wordt bedoeld dat dit personage de vrouw is van een 'Khal', een soort krijgsheer (Bijlage 9). Dit wil echter geenszins zeggen dat de term 'Khaleesi' door het publiek wordt opgevat als merk, laat staan als algemeen bekend merk, voor de waren en diensten waarvoor het bestreden teken is gedeponereerd.

25. Het valt het Bureau op dat uit geen enkel document volgt dat het teken KHALEESI als merk wordt gebruikt voor de waren en diensten waarvoor het bestreden teken is gedeponereerd. De documenten verwijzen immers enkel naar de populariteit van de serie 'Game of Thrones' (Bijlage 1-8). Het teken 'Khaleesi' komt in deze stukken niet voor. In andere stukken (Bijlage 9 – 11) wordt weliswaar verwezen naar het Khaleesi-personage in de serie, maar dit laat niet zien dat het publiek in de Benelux dit teken *als merk* opvat. Het teken wordt enkel gebruikt als aanduiding voor de status van het Daenerys Targaryen-personage en uit de stukken volgt dat dit personage een zekere onverschrokkenheid heeft. In die hoedanigheid wordt het woord Khaleesi ook gebruikt op T-shirts, tassen en andere accessoires. Naar het oordeel van het Bureau vat het publiek dit niet op als merkgebruik.

26. Daarnaast richt een groot deel van de ingediende stukken zich niet op het publiek in de Benelux, dan wel volgt uit de stukken niet dat het Benelux publiek daadwerkelijk in aanraking is gekomen met deze informatie. Evenmin is duidelijk of de merchandise-artikelen die worden aangeboden in de webshops bestemd zijn voor de Benelux en ook door het publiek in de Benelux zijn aangeschaft.

27. Tot slot merkt het Bureau nog op dat moet worden vastgesteld of er sprake was van een algemeen bekend merk op het moment van indiening van het geopponereerde merk (BBIE oppositiebeslissing 2000061, CAMPINA, 6 december 2006). Het bestreden teken werd op 8 oktober 2015 gedeponereerd. Het Bureau constateert dat een groot deel van de stukken die zijn ingediend dateren van na deze datum, dan wel niet gedateerd zijn (Bijlage 1, 2, 4, 5, 8, 9, 11, 12, 13 en 14). Ook om deze reden kan uit deze stukken niet worden geconcludeerd dat het teken KHALEESI algemeen bekend was ten tijde van het depot.

Conclusie

28. Opposant heeft niet aangetoond dat zijn tweede ingeroepen recht een algemeen bekend merk is in de zin van het Verdrag van Parijs. Dit ingeroepen recht dient derhalve buiten beschouwing te worden gelaten en de oppositie zal worden geacht alleen nog gebaseerd te zijn op het ingeschreven ingeroepen recht.

A.2 Verwarringsgevaar

29. Overeenkomstig artikel 2.14, lid 1 BVIE kan de deposant of houder van een ouder merk, binnen een termijn van twee maanden vanaf 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.

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 en diensten

32. 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).

33. Bij vergelijking van de waren van het ingeroepen recht en de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht, worden de waren en diensten in overweging genomen in de bewoordingen zoals opgenomen in het register, respectievelijk zoals aangeduid in de merkaanvraag.

34. De te vergelijken waren en diensten zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 3 Bleekmiddelen en andere wasmiddelen; Reinigings-, polijst-, ontvettings- en schuurmiddelen; Zepen; Parfumerieën, etherische oliën, cosmetische middelen, haarlotions; Tandreinigingsmiddelen, lippenbalsem, Lippenglans, Lipliner, Lippenstift; Oogmake-up, Eyeliner, Oogpotloden, Oogschaduw, Mascara, Sjablonen en gel voor de wenkbrauwen, Wenkbrauwpoeders, Wenkbrauwpotloden; Rouge; Lichaamspoeder, Gezichtspoeders, Make-uppoeder, Parfumpoeder; Camouflagemiddelen voor het gezicht; Nagellak, Nagellakremovers, Correctiepenen voor nagellak; Cosmetische gezichtsdoekjes; Geurtjes en parfums, Eau de cologne, Geparfumeerde oliën, Eau de parfum; Gezichts- en lichaamszepen, Badparels, Badkristallen, Schuimbadd, Vloeibare badzepen, Douche- en badschuim, Bad- en douchegel, Douche en Scrubs voor in bad; Lichaamsscrub, Scrubs voor	

<p>het gezicht, Lichaamsmaskers, Gezichtsmaskers; Massageolie; Gezichts- en lichaamsglitter, Bodylotions, Lichaamsolie, Geurende lichaamssprays; Deodorantia voor het lichaam; Sprays voor het parfumeren van ruimten; Wasstroken voor het verwijderen van lichaamshaar; Scheerbalsems, Scheerschuur, Scheergel, Scheerlotions, Rozenolie, Aftershave, Crèmes voor gebruik vóór het scheren; Valse wimpers, kleefmiddelen voor valse wimpers.</p>	
	<p>KI 16 Printed publications; books; music sheets; music scores; periodical magazines; printed matter; photographs; stationery.</p> <p><i>Gedrukte publicaties; boeken; bladmuziek; bladmuziek in gedrukte vorm; tijdschriften; drukwerken; foto's; kantoorbehoeften.</i></p>
<p>KI 21 Gerei en vaatwerk voor de huishouding of de keuken; Kammen en sponzen; Borstels (uitgezonderd penselen); Materialen voor de borstelfabricage; Reinigingsmateriaal; Staalwol; Ruw of halfbewerkt glas (uitgezonderd glas voor bouwdoeleinden); Glas-, porselein- en aardewerk voor zover niet begrepen in andere klassen; Drinkgerei; Gerei voor bars; Serviezen; Serveergerei; Bekers; Huishoudelijke artikelen van glas, Porselein, Keramiek, aardewerk; Beeldjes; Cosmetische borstels; Cosmetische borstels en Cosmetisch gerei; Gerei voor de huishouding; Gerei voor de keuken; Kaarshouders, Kaarsendovers, Kandelaars, Bobèches, Kandelaars; Wasbakken; Prullenmanden; Badaccessoires, Te weten, Badborstels, Houders voor kopjes, Natuurlijke zeesponzen, Sponzen voor het lichaam; Bierpullen; Flesopeners; Catering in kantines; Karaffen; Flacons; Cocktailshakers; Cocktailroerders; Kooien voor huisdieren.</p>	
<p>KI 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddeksels; Kledingstukken, te weten comfortabele kleding, bovenkleding, nachtkleding, onderkleding, breigoederen, lange japonnen, T-shirts, sportkleding, sweatshirts, trainingsbroeken, overhemden, zwemkleding, badmantels; Hoofddeksels; Schoeisel; Kostuums.</p>	
	<p>KI 38 Telecommunication services; communication services for the electronic transmission of voices; transmission of data; electronic transmission of images, photographs, graphic images and illustrations over a global computer network; transmission of data, audio, video and multimedia files; simulcasting broadcast television over global communication networks, the Internet and wireless networks; provision</p>

	<p>of telecommunication access to video and audio content provided via an online video- on-demand service.</p> <p><i>Telecommunicatiediensten; communicatie diensten met betrekking tot elektronische spraakoverdracht; datatransmissiediensten; elektronische verzending van beelden, foto's, grafische afbeeldingen, en illustraties via een wereldwijd computernetwerk; transmissie van data, audio, video en multimediatebestanden; simultane uitzending van televisie via wereldwijde communicatienetwerken, het internet en draadloze netwerken; verschaffen van telecommunicatietoegang tot video- en audio-inhoud beschikbaar via een online video-on-demand dienst.</i></p>
	<p>KI 42 Technical design and planning of telecommunications equipment; computer software technical support services; technical consultancy relating to the application and use of computer software.</p> <p><i>Technisch ontwerp en ontwikkeling van telecommunicatieapparatuur; technische ondersteuning met betrekking tot software; technische advisering met betrekking tot de toepassing en het gebruik van computer software.</i></p>
	<p><i>NB: De warenlijst van dit depot is in het Engels. De Nederlandse vertaling is uitsluitend ten behoeve van de leesbaarheid van deze beslissing toegevoegd.</i></p>

35. De waren in klasse 16 zijn niet soortgelijk aan de waren van opposant, ze verschillen wezenlijk qua aard, bestemming en gebruik.

36. De diensten in klasse 38 en 42 van verweerder zijn niet soortgelijk aan de waren van opposant. Ze zijn naar hun aard en bestemming verschillend en worden door andere ondernemingen aangeboden. Geen van de waren van opposant bevinden zich in dezelfde sfeer of vertonen een voldoende duidelijke band met deze diensten van verweerder om soortgelijk te worden geacht.

Conclusie

37. De waren en diensten van het bestreden teken zijn niet soortgelijk aan de waren van het ingeroepen recht.

B. Overige factoren

38. In het kader van de oppositieprocedure is er geen sprake van een veroordeling in de gemaakte kosten (zie alinea 16). Er is enkel voorzien in een kostenverwijzing, die is vastgesteld op het vaststaande bedrag van de oppositietaks, indien de oppositie volledig wordt afgewezen (of toegewezen).

C. Conclusie

39. Het Bureau is van oordeel dat opposant niet heeft aangetoond dat er sprake is van een algemeen bekend merk in de zin van artikel 6bis van het Verdrag van Parijs.

40. De waren van het ingeschreven ingeroepen recht zijn niet soortgelijk aan de waren en diensten van het bestreden teken. Daarom komt het Bureau niet meer toe aan een vergelijking van de tekens. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring als de waren en diensten niet soortgelijk zijn, zelfs al zouden de tekens identiek zijn (zie in die zin: GEU, easyHotel, T-316/07, 22 januari 2009 en YOKANA, T-103/06, 13 april 2010).

41. Het Bureau komt evenmin toe aan een beoordeling van eventuele bekendheid van het ingeschreven ingeroepen recht. Immers, overeenstemming van de waren en diensten is een vereiste om tot verwarringsgevaar te kunnen concluderen, ook voor bekende merken (zie in die zin ook BOIP, oppositiebeslissing 2000149, Formula 1, 27 februari 2009).

IV. BESLUIT

42. De oppositie met nummer 2011468 wordt afgewezen.

43. Het Benelux depot met nummer 1318481 wordt ingeschreven.

44. De opposant is 1.000 euro verschuldigd aan de 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, 31 juli 2017

Eline Schiebroek
(rapporteur)

Saskia Smits

Camille Janssen

Administratieve behandelaar: Rudolf Wiersinga