



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2011791
van 27 februari 2017

Opposant: **Uhlisport GmbH**
Klingenbachstr. 3
72336 Balingen
Duitsland

Gemachtigde: **Algemeen Octrooi- en Merkenbureau B.V.**
John F. Kennedylaan 2
5612 AB Eindhoven
Nederland

Ingeroepen recht: **Uniemerken inschrijving 13649231**

uhlsport

tegen

Verweerder: **Medicc Sports International B.V.**
Rijksstraatweg 361
9752 CH Haren (GN)
Nederland

Gemachtigde: **Onel Trademarks**
Leeuwenveldseweg 12
1382 LX Weesp
Nederland

Betwiste merk: **Benelux depot 1322986**



FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 11 december 2015 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het gecombineerde woord-



/beeldmerk, voor waren en diensten in de klassen 3, 4, 5, 9, 10, 12, 14, 18, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 35, 41 en 44. Het depot is onder nummer 1322986 in behandeling genomen en gepubliceerd op 22 februari 2016.

2. Op 18 maart 2016 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de eerdere Uniemark inschrijving 13649231 van het gecombineerde woord-/beeldmerk **uhlsport**, ingediend op 16 januari 2015 en ingeschreven op 1 juni 2015 voor waren in de klassen 18, 25 en 28.

3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.

4. De oppositie is ingesteld tegen alle waren en diensten in de klassen 9, 10, 18, 25, 26, 27, 28 en 35 en een deel van de waren in klasse 21 van het betwiste depot. De oppositie is gebaseerd op alle waren van het ingeroepen recht.

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 door het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (hierna: "het Bureau") ter kennis gebracht van partijen op 23 maart 2016. 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"). De administratieve fase is afgerond op 7 oktober 2016.

II. MIDDELEN VAN DE PARTIJEN

8. 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

9. Ten aanzien van de visuele vergelijking van de tekens stelt opposant vast dat merk en teken bestaan uit twee lettergrepen en dat beide beginnen met de letter U en eindigen met het woord SPORT. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk, aldus opposant en het feit dat het betwiste teken nog een grafisch element bevat doet aan voornoemde constatering nauwelijks afbreuk. Het woorelement USPORT is het meest prominente en

dominante onderdeel van het betwiste teken. Volgens opposant zijn merk en teken op visueel vlak in hoge mate gelijkend.

10. Ook auditief is volgens opposant van belang dat merk en teken uit twee lettergrepen bestaan omdat zij daardoor in hetzelfde ritme worden uitgesproken. De identieke beginletter U en de tweede lettergreep SPORT worden met dezelfde klank uitgesproken. De letters HL in het ingeroepen recht zijn zachte letters en daardoor nauwelijks hoorbaar. Opposant meent dat de tekens auditief identiek, of in elk geval in hoge mate overeenstemmend zijn.

11. Ten aanzien van de begripsmatige vergelijking geldt dat merk en teken beide eindigen met het woord SPORT. Hoewel dit woord behoorlijk algemeen is en daardoor van huis uit minder onderscheidend vermogen heeft, impliceert dit niet noodzakelijkerwijs dat dit geen dominant bestanddeel kan vormen. Aangezien de elementen UHL in het ingeroepen recht en U in het betwiste teken geen directe betekenis toekomt, is het woord SPORT het meest dominante en onderscheidende onderdeel. Omdat SPORT een concrete betekenis heeft en substantieel deel vormt in zowel het merk als het teken, stemmen deze in hoge mate overeen, aldus opposant.

12. Opposant is voorts van mening dat de waren en diensten van het betwiste depot voor een deel identiek en voor een deel soortgelijk zijn aan die van het ingeroepen recht.

13. Het in aanmerking komend publiek bij zowel merk als teken bestaat uit consumenten van sportkleding en sportartikelen, aldus opposant.

14. Concluderend stelt opposant dat er sprake is van gevaar voor verwarring. Hij verzoekt het Bureau dan ook de oppositie toe te wijzen, het betwiste teken niet in te schrijven voor de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht en verweerder in de kosten te verwijzen.

B. Reactie verweerder

15. Voorafgaand merkt verweerder op dat het ingeroepen recht, in tegenstelling tot hetgeen opposant stelt (zie overweging 9), geen woordmerk betreft, maar een gecombineerd woord-/beeldmerk bestaande uit een woord in een dikgedrukt font en lager lettertype. Het betwiste teken is eveneens een gecombineerd woord-/beeldmerk, bestaande uit een figuratieve en onderscheidende U met daaronder, veel kleiner en in een speciale schrijfwijze het woord SPORT, aldus verweerder.

16. Aangezien het woord SPORT erg vaak voorkomt als onderdeel van merken, met name in klassen 18, 25 en 28, is het onderscheidend vermogen en daarmee de beschermingsomvang ervan geërodeerd, aldus verweerder. Het woord is beschrijvend voor sportartikelen of sport gerelateerde producten en dit geldt dus zowel voor merk als teken in onderhavige oppositie. Verweerder volgt opposant dan ook niet in de redenering dat dit element dominant zou zijn (zie overweging 11). De dominante elementen zijn UHL in het ingeroepen recht en U in het betwiste teken, aldus verweerder.

17. In visueel opzicht geldt dat het ingeroepen recht uit één woord bestaat, waarbij het dominante gedeelte het begin is, te weten UHL. Het betwiste teken bestaat uit een figuratieve U, die visueel afwijkt van het element UHL. Het ingeroepen recht is één geheel, terwijl het betwiste teken uit de losse elementen U en SPORT bestaat. Het beeldelement in het betwiste teken komt volgens verweerder wel degelijk zelfstandige betekenis toe, aangezien het anders niet als U gelezen zou kunnen worden. Verweerder meent dat merk en teken in visueel opzicht geenszins overeenstemmen.

18. Ten aanzien van de auditieve vergelijking betwist verweerder de stelling van opposant dat de letter U en het element SPORT in merk en teken met dezelfde klank worden uitgesproken. Volgens hem bestaat het merk uit één woord en het teken uit afzonderlijke elementen, waardoor het ingeroepen recht wordt uitgesproken als "uuuuuhlsport" en het betwiste teken als "YOU Sport". Het betwiste teken zal namelijk altijd in het Engels worden

uitgesproken, omdat de U nadrukkelijk bedoeld is als YOU. De marketinginspanningen van verweerder zijn daar ook op gericht. Verweerder betwist voorts dat de letters HL in het ingeroepen recht nauwelijks hoorbaar zijn. Zij worden wel degelijk uitgesproken in het woord UHLSPORT. Auditief stemmen merk en teken niet overeen, aldus verweerder.

19. In begripsmatig opzicht geldt volgens verweerder dat het element UHL in het ingeroepen recht de familienaam is van de oprichter, Karl Uhl. Het element heeft verder geen letterlijke betekenis. Het element U in het betwiste teken verwijst naar het Engelse YOU dat "jij" of "u" betekent. In begripsmatig opzicht zijn merk en teken verschillend, meent verweerder. Omdat het element SPORT niet onderscheidend is (zie overweging 16) kan dit ook niet zorgen voor een conceptuele overeenstemming. Het begripsmatige verschil neutraliseert een eventuele visuele en/of auditieve overeenstemming, aldus verweerder.

20. De waren in de klassen 18, 25 en 28 zijn gedeeltelijk soortgelijk. Voor het overige is er volgens verweerder geen sprake van soortgelijkheid of complementariteit omdat onder meer de distributiekkanalen verschillen en opposant zich ook op een specifiek publiek richt voor voetbalkleding en –accessoires.

21. Volgens verweerder is er geen sprake van gevaar van verwarring.

22. Concluderend verzoekt verweerder het Bureau de oppositie af te wijzen, het betwiste teken in te schrijven en opposant te verwijzen in de kosten.

III. BESLISSING

A.1 Verwarringsgevaar

23. 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.

24. 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."

25. 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



26. 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).

27. 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 (arresten Sabel en Lloyd, beide reeds aangehaald).

28. 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).

29. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	

30. Het ingeroepen recht is een gecombineerd woord-/beeldmerk dat bestaat uit het woord UHLSPORT in vetgedrukte letters. Het betwiste teken is eveneens een gecombineerd woord-/beeldmerk, dat bestaat uit een groot weergegeven gestileerde letter U in de kleur geel, die is opgebouwd uit horizontale lijnen. Aan de onderzijde van dit beeldelement is diagonaal het woord SPORT weergegeven in gestileerde letters/handschrift in de kleur grijsgroen, waarbij opvalt dat de bovenzijde van de letter S zich door het achter- en bovenliggend beeldelement (U) 'slingert'.

31. Merk en teken delen het element SPORT, dat beschrijvend is voor waren en diensten die met sportieve activiteiten te maken hebben, zoals sportkleding, sportdranken, sportaccessoires, de verkoop van dergelijke waren en het organiseren van sportieve activiteiten (zie in dit verband ook GEU, NLSPORT, T-117/03, 6 oktober 2004). Het Bureau is van oordeel dat het in aanmerking komend publiek in de Benelux dit woord herkent en het voor de relevante waren en diensten als louter beschrijvend zal opvatten. Het publiek zal over het algemeen een beschrijvend bestanddeel van een samengesteld merk niet beschouwen als het onderscheidende en dominerende bestanddeel van de door dit merk opgeroepen totaalindruk (zie GEU, Budmen, T-129/01, 3 juli 2003).

32. In begripsmatig opzicht geldt dat het element SPORT het in aanmerking komend publiek wijst op een kenmerk van de waren en diensten in kwestie. Omdat ook rekening gehouden moet worden met het feit dat de consument gewend is om samengestelde woorden te splitsen in voor hem kenbare delen, zal het ingeroepen recht opgevat worden als een samentrekking van de elementen UHL en SPORT, waarbij het element UHL derhalve het dominante element is. Dit woord heeft als zodanig geen betekenis. Door de opeenvolging van de letters U, H en L zal het mogelijks opgevat worden als een Duits (fantasie)woord of Duitse (achter)naam. Het

dominante element van het betwiste teken betreft de gestileerde letter U, die als zodanig geen betekenis heeft. Verweerder geeft aan dat het element U in het betwiste teken nadrukkelijk bedoeld is om gelezen te worden als het Engelse YOU (zie overwegingen 18 en 19). Het Bureau acht dit evenwel niet erg voor de hand liggend in het licht van de gekozen grafische weergave van het betwiste teken. Een begripsmatige vergelijking is niet aan de orde, omdat het merk en het teken in hun geheel bezien geen vaststaande betekenis hebben.

33. 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). Het Bureau stelt vast dat de enige visuele overeenkomst tussen merk en teken gelegen is in het beschrijvende wordelement SPORT. Het merk UHLSPORT begint weliswaar met de letter U, maar die springt er niet op bijzondere wijze uit. Het is simpelweg de beginletter van een woord van acht letters. Het betwiste teken is in zijn geheel opvallend gestileerd, waarbij de U het dominante element is. In visueel opzicht stemmen merk en teken niet overeen.

34. 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 Gerecht EU van 25 mei 2005, PC WORKS, T-352/02 en van 21 april 2010, Thai Silk, T-361/08). Het Bureau is van oordeel dat voor de auditieve vergelijking (vooral) moet worden gekeken naar de uitspraak van het dominerende wordelement. Het dominante en aanvangselement van het ingeroepen recht zal vanwege de opvallende opeenvolging van de letters UHL herkend worden als een element met Duitse herkomst. Het ingeroepen recht zal worden uitgesproken als [u:lsport]¹ of als [ylsport]. Het betwiste teken zal worden uitgesproken als [y-sport]² of, minder voor de hand liggend, als [ju-sport] (zie overweging 32). De overeenstemming in klank tussen merk en teken is gelegen in de aanvangsletter en met name in de tweede lettergreep, het identieke en beschrijvende slotelement SPORT.

35. In het licht van het hiervoor overwogene en met inachtneming van het feit dat het gemeenschappelijke element (SPORT) in merk en teken beschrijvend is, is het Bureau van oordeel dat de verschillen tussen het merk en het teken groter zijn dan de punten van overeenstemming. Het Bureau is derhalve van oordeel dat merk en teken in hun totaalindruk niet overeenstemmen of in ieder geval onvoldoende om tot (gevaar voor) verwarring te kunnen leiden.

Vergelijking van de waren en diensten

36. Aangezien reeds is vastgesteld dat de tekens niet overeenstemmen, zal het Bureau de vergelijking van de waren en diensten om proceseconomische redenen achterwege laten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring indien er geen overeenstemming is tussen de tekens (zie artikel 2.3, sub b BVIE).

37. Om de leesbaarheid van deze beslissing te bevorderen, worden de waren en diensten in bijlage weergegeven.

B. Conclusie

38. De tekens stemmen in hun totaalindruk niet overeen. Daarom is het Bureau niet meer toegekomen aan een vergelijking van de waren en diensten. Er kan immers geen sprake zijn van gevaar voor verwarring als de tekens in hun totaalindruk niet overeenstemmen, zelfs al zouden de waren en diensten identiek zijn (zie in die zin: GEU, easyHotel, T-316/07, 22 januari 2009 en YOKANA, T-103/06, 13 april 2010).

¹ u: is de fonetische schrijfwijze voor de –ue klank als in bijv. blues.

² y is de fonetische schrijfwijze voor de –uu klank als in bijv. in uur.

IV. BESLUIT

39. De oppositie met nummer 2011791 wordt afgewezen.

40. Het Benelux depot met nummer 1322986 wordt ingeschreven voor alle waren en diensten waarvoor het teken werd gedeponeed.

41. 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, 27 februari 2017

Tomas Westenbroek

Camille Janssen

Diter Wuytens

Administratieve behandelaar:

Gerda Veltman

Bijlage:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
	KI 9 Duikerpakken, wet- en drysuits, duikkleding, duikmaskers, duikbrillen, zwembrillen, chloorbrillen, zwemvesten en reddingsvesten, neusklemmen, riemen met gewichten voor duikers, reddingsmiddelen; brillen met inbegrip van zwem-, duik-, veiligheids- en skibrillen; mond- en kaakbeschermers; beschermende maskers; helmen en andere soorten hoofddeksels voor

	<p>veiligheidsdoeleinden; signaal- en reddingsboeien; hulpmiddelen te gebruiken bij het zwemmen, duiken en drijven voor zover niet begrepen in andere klassen; duikbrillen; tijdopname-apparatuur; combinaties van meetinstrumenten, rekenmachines, dataverwerkingsapparatuur, tijdopname-apparatuur met multifunctionele functies al dan niet te gebruiken in samenhang met sportartikelen; software waaronder applicaties; sensoren.</p>
	<p>KI 10 Sportbandages voor het omwikkelen of voor het ondersteunen van bijvoorbeeld scheenbenen, elleboog-, knie- en handgewrichten; korsetten voor sport-orthopedische toepassingen; thermobandages mede voor gebruik bij warmtetherapieën; sporttape voor het fixeren (het zogenaamde intapen, omwikkelen) van lichaamsdelen om beschadigingen, blessures en overbelastingen van gewrichten, spieren en pezen te voorkomen; orthopedisch verband ten behoeve van sportbeoefenaars (sporttape); zolen voor schoeisel; sporttape.</p>
<p>KI 18 Sportassen, rugzakken.</p>	<p>KI 18 Leder en kunstleder; reiskoffers en koffers; zwepen en zademakerwaren; paardenzadels, paardentuigen; paardenbitten; zadeldekken voor paarden; paardendekens; paraplu's en parasols.</p>
	<p>KI 21 Bidons; fietsbidons; sportbidons.</p>
<p>KI 25 Kledingstukken, schoeisel, handschoenen, hoofddeksels, breigoederen, sportkleding, sportschoenen en onderdelen hiervan, waaronder spikes en noppen; hoofddeksels voor sportdoeleinden, sporthandschoenen, te weten handschoenen voor fietsers; kousen voor de sport.</p>	<p>KI 25 Zolen; hoofddeksels waaronder golfpetjes; handschoenen; sokken.</p>
	<p>KI 26 Rugnummers; emblemen, ook in de vorm van logo's.</p>
	<p>KI 27 Gymnastiekmaten.</p>
<p>KI 28 Gymnastiek- en sportartikelen (voor zover begrepen in klasse 28); sporthandschoenen, te weten handschoenen voor sportspellen, voor racketsporten, voor het boksen, voor gewichtheffen alsmede voor bowling; handschoenen voor doelverdedigers, met name voor voetbal en handbal; scheenbeschermers, knie- en elleboog-, pols-, scheen-, enkelbeschermers voor het sporten.</p>	<p>KI 28 Sport-, fitness- en gymnastiekartikelen en -uitrustingen, voor zover begrepen in deze klassen; zwemartikelen; zwemuitrusting, waaronder startblokken, kickboards, peddels voor bevestiging aan de arm of hand, zwemvliezen, opblaasbare armbanden; artikelen voor lichaams oefening waaronder elastieken, steps, handgewichten, halters, fitnessapparatuur; tennisrackets en tennisballen, badmintonrackets en shuttles, golfclubs en golfballen;</p>

	<p>scheenbeschermers [sportartikelen]; knie- en polsbeschermers [sportartikelen]; sporttassen voor zover niet begrepen in andere klassen; hometrainers; skates, skateboards, skeelers en schaatsen; alsmede onderdelen van voornoemde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; speelballen; ballen voor spellen; baseball-handschoenen; scheenbeschermers (sportartikelen); binnenballen voor speelballen; body boards; boksballen; bokshandschoenen; materiaal voor het boogschieten; darts; elleboogbeschermers (sportartikelen); handschoenen (speeltoebehoren); hoezen speciaal ontworpen voor ski's en surfplanken; ruitersportartikelen voor zover niet begrepen in andere klassen; springtouwen; golfhandschoenen; tape voor hockeysticks; band voor scheenbeschermers; trainingsband met zinkoxide; sportartikelen voor zover niet begrepen in andere klassen; golf-, honkbal- en bokshandschoenen.</p>
	<p>KI 35 Reclame en publiciteit; advertentiebemiddeling en verkooppromotie; verspreiding van reclame- en promotiemateriaal, ook via Internet, op het gebied van sportartikelen; promotie van sportartikelen en sportevenementen; zakelijke bemiddeling bij de inkoop, verkoop, import en export van sportartikelen alsmede de producten vermeld in de klassen 3, 4, 5, 9, 10, 12, 18, 21, 24, 25, 27, 28 en 32; organisatie van beurzen en tentoonstellingen voor commerciële en/ of publicitaire doeleinden; handelsinformatie; public relations; het voeren van reclamecampagnes met betrekking tot beurzen, tentoonstellingen en congressen; merchandising; beheer van commerciële zaken; zakelijke administratie; administratieve diensten; voornoemde diensten al dan niet verricht via internet.</p>