



BENELUX-BUREAU VOOR DE INTELLECTUELE EIGENDOM
BESLISSING inzake OPPOSITIE
N° 2012721
van 19 januari 2018

Opposant: **Radio 538 B.V.**
Bergweg 70
1217 SC Hilversum
Nederland

Gemachtigde: **Chiever BV**
Barbara Strozilaan 201
1083 HN Amsterdam
Nederland

Ingeroepen recht: **Benelux inschrijving 925343**

JINGLEBALL

tegen

Verweerder: **CKL Holdings N.V.**
Leeuwenstraat 4
2000 Antwerpen
België

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

Betwiste merk: **Benelux depot 1342960**

JINGLE

I. FEITEN EN PROCEDURE

A. Feiten

1. Op 16 november 2016 heeft verweerder een Benelux depot verricht van het woordmerk JINGLE voor waren en diensten in de klassen 3, 14, 25, 26 en 41. Het depot is onder nummer 1342960 in behandeling genomen en gepubliceerd op 17 november 2016.
2. Op 17 januari 2017 heeft de opposant oppositie ingesteld tegen de inschrijving van dit depot. De oppositie is gebaseerd op de eerdere Benelux inschrijving 925343 van het woordmerk JINGLEBALL, ingediend op 4 september 2012 en ingeschreven op 10 december 2012 voor waren en diensten in de klassen 9, 25 en 41.
3. Volgens het register is de opposant daadwerkelijk de houder van het ingeroepen recht.
4. De oppositie was aanvankelijk ingesteld tegen alle waren en diensten van het betwiste depot. Bij het indienen van zijn argumenten beperkt opposant de reikwijdte van de oppositie tot de klassen 25 en 41 van het betwiste teken (zie overweging 9). De oppositie is gebaseerd op alle waren en diensten 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 18 januari 2017. 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 verschillende keren op verzoek van partijen opgeschort. De administratieve fase is afgerond op 16 augustus 2017.

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. Bij het indienen van zijn argumenten beperkt de opposant de waren en diensten waartegen de oppositie is gericht tot de waren in klasse 25 en de diensten in klasse 41 van het betwiste teken (zie overweging 4).
10. Ten aanzien van de visuele vergelijking merkt opposant op dat het ingeroepen recht, dat uit tien letters bestaat, is samengesteld uit de woorden JINGLE en BALL. Het betwiste teken komt in zijn geheel terug in het oudere merk, waardoor de eerste zes letters identiek zijn. Het oog zal grotendeels op het element JINGLE vallen, waardoor er sprake is van visuele overeenstemming, aldus opposant.

11. Auditief, zo meent opposant, komen merk en teken zeer sterk overeen. Beide delen het element JINGLE, dat identiek zal worden uitgesproken. Vanwege de auditieve nadruk op het eerste gedeelte van een merk, is opposant van oordeel dat merk en teken auditief identiek, dan wel sterk overeenstemmend zijn.
12. Het ingeroepen recht heeft geen betekenis. Het is een fantasiewoord, aldus opposant. Het woord JINGLE heeft wel een betekenis, te weten een "herkenningsmelodie" over het algemeen te gebruiken voor reclamedoeleinden. Volgens opposant is er sprake van een zekere begripsmatige overeenstemming.
13. Opposant is van oordeel dat de waren en diensten grotendeels identiek, dan wel in hoge mate soortgelijk zijn.
14. Opposant meent dat het ingeroepen recht door bekendheid een verhoogd onderscheidend vermogen heeft. Volgens hem wordt het merk JINGLEBALL sinds 2012 intensief gebruikt en zijn er sindsdien ruim 65.000 tickets voor de JINGLEBALL evenementen verkocht. De evenementen worden 1 à 2 keer per jaar (rond Kerstmis) georganiseerd en omdat opposant een radiozender exploiteert, wordt er op de radio uitgebreid geadverteerd. De bekendheid verhoogt de onderscheidingskracht van het merk JINGLEBALL, dat daardoor een ruimere bescherming geniet, zo meent opposant.
15. Concluderend is opposant van oordeel dat er kans bestaat dat het in aanmerking komend publiek het ingeroepen merk en het betwiste teken met elkaar zal verwarren.
16. Opposant verzoekt het Bureau derhalve de oppositie geheel toe te wijzen en het betwiste teken niet in te schrijven voor alle waren in klasse 25 en alle diensten in klasse 41. Daarnaast verzoekt opposant de verweerder te verwijzen in de kosten.

B. Reactie verweerder

17. Verweerder is van mening dat de waren en diensten in de klassen 25 en 41 niet soortgelijk noch identiek zijn.
18. Ten aanzien van de visuele vergelijking stelt verweerder dat het merk en het teken significant verschillen. Slechts zes van de tien letters zijn dezelfde. Dit verschil zal de consument niet ontgaan, aldus verweerder.
19. Auditief zijn merk en teken niet overeenstemmend, volgens verweerder. Merk en teken worden vanwege het verschil in lettergrepen, vier versus twee, duidelijk anders uitgesproken.
20. In begripsmatig opzicht geldt volgens verweerder dat merk en teken vanwege hun verschillende betekenis niet verward zullen worden. Het ingeroepen recht bestaat uit de elementen JINGLE en BALL. Deze woorden hebben een duidelijke betekenis en zullen als zodanig herkend worden door het in aanmerking komend publiek.
21. Concluderend vindt verweerder dat er geen sprake kan zijn van verwarringsgevaar. Hij verzoekt het Bureau de oppositie af te wijzen, het betwiste teken in te schrijven en opposant de kosten te laten dragen.

III. BESLISSING

A. Verwarringsgevaar

22. 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.

23. 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."

24. 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

25. 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).

26. 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).

27. De te vergelijken tekens zijn de volgende:

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
JINGLEBALL	JINGLE

28. Het ingeroepen recht is een zuiver woordmerk van tien letters, JINGLEBALL. Het betwiste teken is eveneens een zuiver woordmerk. Het bestaat uit zes letters, JINGLE, welke identiek zijn aan de eerste zes letters van het ingeroepen recht.

Begripsmatige vergelijking

29. 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 echter 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).

30. Het ingeroepen recht is samengesteld uit de Engelse woorden JINGLE en BALL. Het Bureau is van oordeel dat het in aanmerking komend publiek in de Benelux de samentrekking van deze beide woorden zal herkennen en tevens zal beschouwen als een creatief woordspel gebaseerd op het wereldwijd bekende JINGLE BELLS.¹ De meest bekende betekenissen van het woord JINGLE zijn “een korte slogan, rijm of tune, meestal gebruikt in reclame” en “het geluid van metalen objecten die tegen elkaar aan geslagen worden” (vooral vanwege “jingle bells”).² Het woord BALL duidt onder meer op een “formele sociale dansbijeenkomst”.³ In relatie tot (een deel van) de diensten in klasse 41 is dit woord beschrijvend dan wel sterk verwijzend.

31. 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). Dit geldt evenzeer voor een woord dat verwijst naar de samenstelling van een product (zie GEU, Echinaid, T-202/04, 5 april 2006). Het betwiste teken bestaat uitsluitend uit het woord JINGLE. Dit is één van de twee woordelementen waaruit het ingeroepen recht is samengesteld en betreft naar oordeel van het Bureau ook het meer dominante van de beide elementen.

32. In begripsmatig opzicht is er daardoor op zijn minst sprake van een zekere mate van overeenstemming tussen merk en teken.

Visuele vergelijking

33. Het ingeroepen recht bestaat uit tien letters, het betwiste teken uit zes letters. In visueel opzicht geldt dat het betwiste teken identiek is aan de eerste zes letters van het ingeroepen recht. Zoals hiervoor opgemerkt betreft dit het dominante deel van het ingeroepen recht en is het tevens het eerste deel daarvan, waarvoor tevens geldt dat de consument daaraan in beginsel meer belang zal hechten (zie in deze zin GEU, Mundicor, T-183/02 en T-184/02, 17 maart 2004).

34. Merk en teken stemmen in visueel opzicht in zekere mate overeen.

Auditieve vergelijking

35. Ten aanzien van de auditieve vergelijking geldt dat het ingeroepen recht uit drie lettergrepen bestaat, te weten JIN-GLE-BALL. Het betwiste teken bestaat uit twee lettergrepen, JIN-GLE, welke identiek zijn aan de eerste twee lettergrepen van het ingeroepen recht. Het ingeroepen recht zal worden uitgesproken als [dʒɪŋgəl-bəl], het betwiste teken als [dʒɪŋgəl]. Ook bij de auditieve vergelijking geldt dat het de consument in beginsel meer belang zal hechten aan het eerste deel van een teken (zie overweging 33).

36. In auditief opzicht stemmen merk en teken in zekere mate overeen.

Conclusie

37. Merk en teken stemmen begripsmatig, visueel en auditief in zekere mate overeen.

¹ zie o.m. https://en.wikipedia.org/wiki/Jingle_Bells.

² <https://en.oxforddictionaries.com/definition/jingle> - 1) a light ringing sound such as that made by metal objects being shaken together; 2) a short slogan, verse, or tune designed to be easily remembered, especially as used in advertising.

³ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/ball> - a formal social gathering for dancing.

Vergelijking van de waren en diensten

38. 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).

39. Bij vergelijking van de waren en diensten 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.

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

Oppositie gebaseerd op:	Oppositie gericht tegen:
KI 9 Elektrische en elektronische apparaten en instrumenten, voor zover niet begrepen in andere klassen; apparaten en instrumenten voor het opnemen, overbrengen en/of weergeven van tekst, geluid en/of beeld; audiovisuele apparaten; elektronische, optische en magnetische gegevensdragers, schijfvormige beeld- en/of geluidsdragers, grammofoonplaten, cassettes, compact discs, videobanden, video compact discs, beeldplaten, minidisks, dvd's en andere digitale gegevensdragers; elektronische en digitale publicaties, al dan niet op dragers; apparatuur voor het verwerken van gegevens; computers, computerrandapparatuur; televisieapparatuur; telefoonapparatuur; software; spelcomputers; computerspellen; elektronische spellen en elektronische spelprogramma's; elektronische spelprogramma's, te downloaden van internet; brillen; zonnebrillen; computer software applicaties voor mobile telefoons, smartphones, notebooks, computers en mediaplayers.	
KI 25 Kledingstukken, schoeisel, hoofddekseis.	CI 25 Clothing; footwear; headgear; swimwear; sportswear; leisurewear. <i>KI 25 Kleding; schoeisel; hoofddekseis; zwemkleding; sportkleding; vrijetijdskleding.</i>
KI 41 Opvoeding; ontspanning; schoolradio en -televisie; produceren van films, videofilms en radioprogramma's; film- en videoverhuur; organisatie van (toneel)voorstellingen (impresariaat); uitvoeren van muziek en amusementsprogramma's, ook via radio en televisie; uitvoeren van theatervoorstellingen; organiseren van sportieve,	CI 41 Teaching; education; training; entertainment services; production of television programs; film distribution; production of shows; production of films; provision of non- downloadable films and television programs via a video-on-demand service; arranging, conducting and organisation of workshops; conducting of seminars and congresses; arranging of

<p>culturele, muzikale en/of educatieve evenementen en manifestaties; verhuur van toneeldecors; verhuur van radio- en televisietoestellen; publiceren, uitgeven, uitlenen en verspreiden van muziekwerken, boeken, kranten, tijdschriften, gidsen, programmabladen, agenda's, kalenders en andere periodieken; samenstellen, produceren, regisseren, presenteren en uitvoeren van radio-, televisie-, audiovisuele, muziek-, amusements- en theaterprogramma's; onderwijs, opleidingen, cursussen en trainingen; het organiseren en verzorgen van congressen, seminars, lezingen en andere educatieve activiteiten; het verstrekken van informatie op het gebied van showbusiness, entertainment, radio- en televisieprogramma's (inhoud), speelfilms, cultuur, educatie, ontspanning en sport; film- en videofilmverhuur; verhuur van toneeldecors; verhuur van radio- en televisietoestellen; diensten van een uitgeverij; het maken van foto-, film- en videoreportages; produceren van films en videofilms; fotografie; het organiseren en houden van muziekevenementen, concerten, festivals, optredens en feesten; diensten van musici en overige uitvoerende artiesten; uitvoeren en componeren van muziek; verhuur van geluidsopnamen, geluidsapparatuur en muziekinstrumenten; opname, productie, postproductie, uitgeven, uitlenen en/of verhuren van muziekwerken, films, geregistreerde beeld- en/of geluidsopnamen; het verstrekken van informatie op het gebied van showbusiness, entertainment, radio- en televisieprogramma's (inhoud), speelfilms, cultuur, educatie, ontspanning en sport; loterijen; voornoemde diensten al dan niet te verrichten via radio, televisie, teletekst, Internet of andere (elektronische) netwerken; diensten van redactie bureaus (niet-publicitair); organisatie van voorstellingen [impresariodiensten].</p>	<p>exhibitions for cultural purposes; organizing and arranging exhibitions for entertainment purposes; organizing and presenting displays of entertainment [relating to style and fashion]; organization of [fashion] shows for entertainment purposes.</p> <p><i>KI 41 Onderwijs; opleiding; training; ontspanning; productie van televisieprogramma's; film distributie; productie van shows; productie van films; ter beschikking stellen van niet-downloadbare films en televisieprogramma's via een video-on-demand service; voorbereiden, uitvoeren en organiseren van workshops; houden van seminars en congressen; organisatie van tentoonstelling voor culturele doeleinden; organiseren en houden van tentoonstellingen voor ontspanningsdoeleinden; organiseren en aanbieden van ontspannende evenementen (met betrekking tot stijl en mode); organiseren van (mode) shows voor ontspannende doeleinden.</i></p>
	<p><i>NB: aangezien het Nederlands niet de originele taal is van de waren- en dienstenopgave, werd voor de leesbaarheid van de beslissing een Nederlandse, niet-officiële, vertaling toegevoegd.</i></p>

Klasse 25

41. De waren "*kleding; schoeisel; hoofddekzels*" van het betwiste teken komen *expressis verbis* voor in de warenopgave van het ingeroepen recht. De waren zijn identiek.

42. De waren "*zwemkleding; sportkleding; vrijetijdskleding*" van het betwiste teken vormen een species van het genus "*kleding*" van het ingeroepen recht en zijn derhalve identiek daaraan.

Klasse 41

43. De diensten “*onderwijs; opleiding; training; ontspanning; productie van televisieprogramma’s; productie van films; organisatie van tentoonstelling voor culturele doeleinden*” van het betwiste teken komen *expressis verbis* voor in de dienstenopgave van het ingeroepen recht en zijn derhalve identiek.

44. De dienst “*distributie van films*” van het betwiste teken valt onder de diensten “*opname, productie, postproductie, uitgeven, uitlenen en/of verhuren van films*” van het ingeroepen recht en is derhalve identiek daaraan.

45. De dienst “*productie van shows*” van het betwiste teken kan ook de diensten “*produceren van muziek-, amusements- en theaterprogramma’s*” van het ingeroepen recht omvatten. Dat de diensten van het ingeroepen recht meer specifiek zijn gedefinieerd doet niet af aan de mate van soortgelijkheid (zie in die lijn ook GEU, Metabiomax, T-281/13, 11 juni 2014). De diensten zijn identiek.

46. De dienst “*ter beschikking stellen van niet-downloadbare films en televisieprogramma’s via een video-on-demand service*” van het betwiste teken vertoont grote overeenkomsten met de dienst “*uitvoeren van muziek en amusementsprogramma’s, ook via radio en televisie*”. Amusementsprogramma’s, waaronder films – en televisieprogramma’s kunnen vallen, worden “live” uitgezonden en bekeken via televisie, maar kunnen tegenwoordig ook vrijwel allemaal via een video-on-demand service (opnieuw) worden bekeken. Bovendien vallen de genoemde diensten van het betwiste teken onder de bredere noemer “*ontspanning*” van het ingeroepen recht. De diensten zijn daarmee sowieso identiek.

47. De diensten “*voorbereiden, uitvoeren en organiseren van workshops; houden van seminars en congressen*” van het betwiste teken zijn dezelfde als, of vallen onder, de diensten “*het organiseren en verzorgen van congressen, seminars, lezingen en andere educatieve activiteiten*” van het ingeroepen recht. De diensten zijn derhalve identiek.

48. De diensten “*organiseren en houden van tentoonstellingen voor ontspanningsdoeleinden; organiseren en aanbieden van ontspannende evenementen (met betrekking tot stijl en mode); organiseren van (mode) shows voor ontspannende doeleinden*” vallen alle onder de noemer “*ontspanning*” van het ingeroepen recht en zijn bijgevolg identiek.

Conclusie

49. De waren en diensten zijn identiek.

A.2 Globale beoordeling

50. 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.

51. De gemiddelde consument wordt geacht redelijk oplettend, geïnformeerd en omzichtig te zijn. Het aandachtsniveau van de gemiddelde consument kan variëren naar gelang van de soort waren of diensten waarom het gaat (arrest Lloyd Schuhfabrik Meyer, reeds geciteerd). De waren en diensten zijn gericht op een breed publiek, bestaande uit gemiddelde consumenten. Daarbij moet worden uitgegaan van een normaal aandachtsniveau.

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 Schuhfabrik Meyer, beide reeds geciteerd).

53. 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 Schuhfabrik Meyer, alle reeds geciteerd). Het ingeroepen recht beschikt van huis uit, minimaal, over een normaal onderscheidend vermogen, aangezien het in zijn geheel geen kenmerk beschrijft van de waren en diensten in kwestie. Hoewel de opposant vanwege de bekendheid van zijn ingeroepen recht een verruimde beschermingsomvang inroept (zie overweging 14), hoeft deze stelling niet nader onderzocht te worden, omdat zij niet van invloed zal zijn op de uitslag van deze procedure.

54. In casu zijn de tekens in zekere mate overeenstemmend en zijn de waren en diensten identiek. In het licht van de voorgaande overwegingen is het Bureau van oordeel dat het publiek, wanneer het met beide tekens geconfronteerd wordt, kan menen, dat de waren en diensten afkomstig zijn van dezelfde of van economisch verbonden ondernemingen.

B. Conclusie

55. Op grond van het bovenstaande is het Bureau van oordeel dat er sprake is van gevaar voor verwarring.

IV. BESLUIT

56. De oppositie met nummer 2012721 wordt geheel toegewezen.

57. Het Benelux depot met nummer 1342960 wordt niet ingeschreven voor de waren en diensten waartegen de oppositie werd gericht, te weten:

- Klasse 25: (*alle waren*)
- Klasse 41: (*alle diensten*)

58. Het Benelux depot met nummer 1342960 wordt wel ingeschreven voor de volgende waren, waartegen de oppositie niet was gericht, te weten:

- Klasse 3: (*alle waren*)
- Klasse 14: (*alle waren*)
- Klasse 26: (*alle waren*)

59. De verweerder is 1.030 euro verschuldigd aan de opposant op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE juncto regel 1.32, lid 3 UR, aangezien de oppositie geheel toegewezen wordt. Deze beslissing vormt executoriale titel op grond van artikel 2.16, lid 5 BVIE.

Den Haag, 19 januari 2018

Tomas Westenbroek
(rapporteur)

Diter Wuytens

Tineke van Hoey

Administratieve behandelaar:
Jeanette Scheerhoorn