

Vzgr Rb Den Haag, 30 september 2005, Fatboy



AUTEURSRECHT

Geen oorspronkelijk werk
[niets meer of anders in dan een uitvergroting van een volstrekt bekend model, te weten een kussen met een dubbel gestikte rand](#)

Zoals uit waarneming van Fatboy the Original ter rechtzitting is gebleken, houdt de vormgeving van die zitzak niets meer of anders in dan een uitvergroting van een volstrekt bekend model, te weten een kussen met een dubbel gestikte rand. Anders dan Fatboy heeft gesteld kan een dergelijke uitvergroting (ook al mag dat, in de woorden van de raadsman van Fatboy, leiden tot een "overweldigende dimensie") niet op zich reeds worden beschouwd als een uiting van creatieve inspanning op basis van een keuze die subjectief (esthetisch) is bepaald en niet uitsluitend op objectieve vereisten van technische of praktische aard is gebaseerd. Ook overigens is aan Fatboy the Original niets te bespeuren dat als oorspronkelijk ontwerp kan worden beschouwd en dit een eigen karakter geeft. Het enige element waar Fatboy in dat verband nog op heeft gewezen, te weten het rechthoekige label dat "uitspringend" op één van de zijanten van de zak is aangebracht, is -naar ten processe voldoende is gebleken- sinds jaar en dag een veelvuldig -ook bij zitzakken- toegepaste wijze van identificatie en als zodanig geen voor auteursrechtelijke bescherming in aanmerking komende karaktertrek van Fatboy the Original. Aan het vereiste van het persoonlijk stempel van de maker wordt aldus niet (meer) toegekomen.

SLAAFSE NABOOTSIJNG

Geen onderscheidend vermogen
[Geen eigen plaats op de relevante markt](#)

In het kader van deze grondslag dient evenwel in de eerste plaats te worden onderzocht of de producten van Fatboy als geheel onderscheidend vermogen hebben, wat in concreto neerkomt op beantwoording van de

vraag of deze producten wat hun vormgeving betreft een eigen plaats op de relevante markt innemen. Die vraag wordt, voorshands oordelend, ontkennend beantwoord. Uit de vele producties die door beide partijen zijn overgelegd valt af te leiden dat binnen de "revival" die het fenomeen zitzak kennelijk thans doormaakt, het op de markt brengen van zitzakken in dimensies en kleuren als die van Fatboy geenszins als bijzonder kan worden gekenschetst. Wat de dimensies betreft geldt, dat de Fatboy Point en Fatboy Island variaties zijn op de alom bekende "poef" die zowel in verleden als heden op de markt verkrijgbaar was en is, en waarbij het bepaald niet bijzonder is dat deze tegenwoordig in modieuze(re) kleuren wordt uitgevoerd. Uit de door HMG overgelegde producties blijkt tenslotte, dat ook een zit-zak in of omstreeks de maat van Fatboy the Original door (vele) anderen dan Fatboy en HMG wordt verhandeld.

Vindplaatsen: AMI 2007, p. 158

Vzgr Rb Den Haag, 30 september 2005

(J.W. du Pon)

(...).

Rolnummer KG 05/1093

Datum vonnis: 30 september 2005 (bij vervroeging)

RECHTBANK 's-GRAVENHAGE

Sector Civiel Recht • Voorzieningenrechter

VONNIS IN KORT GEDING

gewezen in de zaak rolnummer KG 05/1093

van:

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid FATBOY THE ORIGINAL B.V.

gevestigd en kantoorhoudende te Oisterwijk,

2. Jukka Ilmari SETÄLÄ, wonende te Helsinki, Finland,

eisers,

procureur: [mr. K. Limperg](#),

tegen:

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid WOONBOULEVARD POORTVLIET B.V., gevestigd te Poortvliet,

2. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid BOUWMAN-POTTER B.V., gevestigd te Poortvliet,

3. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid H.M.G. BEDTEXTIEL B.V.

gevestigd te Eindhoven,

gedaagden,

procureur: mr. P.J.M. von Schmidt auf Altenstadt,

advocaat: mr. D.E. Stols te Amsterdam.

Overwegingen ten aanzien van het verloop van het geding:

Partijen zijn vrijwillig verschenen ter terechtzitting in kort geding van 22 september 2005. Ter zitting heeft de procureur van eisers -die hierna gezamenlijk ook "Fatboy" zullen worden genoemd- de vordering toegelicht aan de hand van pleitnotities en producties. Gedaagden -hierna ook gezamenlijk als "HMG" aan te duiden- hebben verweer gevoerd bij monde van hun raadsman,

die daarbij eveneens een pleitnota met producties heeft gehanteerd. Vervolgens hebben partijen vonnis gevraagd onder overlegging van de stukken, de pleitnota's daaronder begrepen.

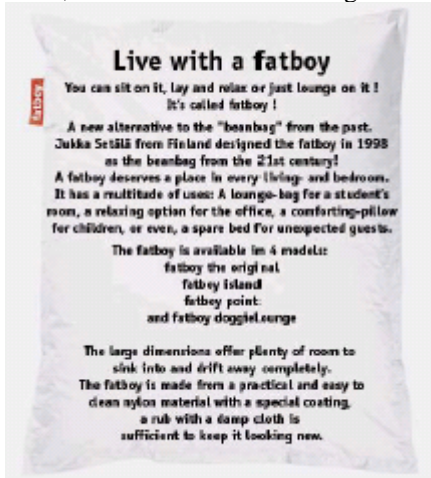
Overwegingen ten aanzien van het recht:

De feiten

1. In dit kort geding kan van de volgende feiten worden uitgegaan:

a. Fatboy brengt onder meer in Nederland een collectie zitzakken op de markt onder het merk Fatboy. Van die collectie maken -voorzover thans van belang- zitzakken deel uit, genaamd "Fatboy the Original", "Fatboy Point" en "Fatboy Island".

b. De zitzak "Fatboy the Original" heeft een afmeting van 1.80 bij 1.40 meter. In de "ruststand", zoals ter zitting getoond, ziet deze zitzak er als volgt uit¹:



c. De Fatboy Point vertoont het volgende uiterlijk:



d. De Fatboy Island ziet er als volgt uit:



e. Alle door Fatboy verhandelde zitzakken zijn verkrijgbaar in diverse (modieuze) kleuren en dessins.

¹ Van Fatboy the Original zijn geen duidelijke afbeeldingen in ruststand, waaraan Fatboy haar nader te bespreken rechten ontleent, overgelegd. De in dit vonnis opgenomen afbeeldingen van Fatboy the Original zijn afkomstig van de website van Fatboy. De op de zitzak voorkomende tekst dient uiteraard te worden weggelaten, nu niet aannemelijk is dat de zitzak daarmee wordt dan wel kan worden geleverd.

f. HMG brengt onder het merk Sit & Joy een collectie zitzakken op de markt, waaronder zitzakken in dezelfde dimensies en in soortgelijke kleuren als de voormelde zitzakken van Fatboy. HMG biedt deze zitzakken aan voor prijzen welke lager zijn dan die van Fatboy, onder meer als volgt:



De vordering, de grondslag daarvoor en het verweer

2. Fatboy vordert (samengevat) dat HMG zal worden verboden inbreuk te maken op de “ten processe bedoelde intellectuele eigendomsrechten” van Fatboy, zulks op straffe van een dwangsom en met nevenvorderingen.

3. Tegen de achtergrond van de vaststaande feiten legt Fatboy aan die vordering ten grondslag (samengevat) dat de door HMG in het verkeer gebrachte zitzak met een afmeting van 1.80 bij 1.40 meter inbreuk maakt op een aan Fatboy toekomend auteursrecht op Fatboy the Original, en dat het verhandelen van de collectie zitzakken van HMG, voorzover bestaande uit (i) genoemde zitzak van 1.80 bij 1.40 meter (ii) een vierkante zitzak en (iii) de zitzakken die overeenkomen met de dimensies van de Fatboy Point respectievelijk de Fatboy Island, als onrechtmatig jegens Fatboy heeft te gelden nu zulks een slaafse nabootsing inhoudt.

4. HMG heeft tegen de vordering van Fatboy gemotiveerd verweer gevoerd. Daarop zal, voorzover van belang, in het onderstaande nader worden ingegaan.

Beoordeling van het geschil

Auteursrecht?

5. Het beroep van Fatboy op een auteursrecht met betrekking tot Fatboy the Original gaat, voorshands oordelend, niet op. Van een dergelijk recht kan slechts sprake zijn indien het uiterlijk van die zitzak zou kunnen gelden als een werk met een eigen, oorspronkelijk karakter, dat het persoonlijk stempel van de maker draagt, waarbij de totaalindruk doorslaggevend is. Zoals uit waarneming van Fatboy the Original ter terechtzitting is gebleken, houdt de vormgeving van die zitzak niets meer of anders in dan een uitvergroting van een volstrekt bekend model, te weten een kussen met een dubbel gestikte rand. Anders dan Fatboy heeft gesteld kan een dergelijke uitvergroting (ook al mag dat, in de woorden van de raadsman van Fatboy, leiden tot een “overweldigende dimensie”) niet op zich reeds worden beschouwd als een uiting van creatieve inspanning op basis van een keuze die subjectief (esthetisch) is bepaald en niet uitsluitend op objectieve vereisten van technische of praktische aard is gebaseerd. Ook overigens is aan Fatboy the Original niets te bespeuren dat als oorspronkelijk ontwerp kan worden beschouwd

en dit een eigen karakter geeft. Het enige element waar Fatboy in dat verband nog op heeft gewezen, te weten het rechthoekige label dat “uitspringend” op één van de zijanten van de zak is aangebracht, is -naar ten processe voldoende is gebleken- sinds jaar en dag een veelvuldig -ook bij zitzakken- toegepaste wijze van identificatie en als zodanig geen voor auteursrechtelijke bescherming in aanmerking komende karaktertrek van Fatboy the Original. Aan het vereiste van het persoonlijk stempel van de maker wordt aldus niet (meer) toegekomen.

6. Fatboy heeft ter ondersteuning van haar beroep op auteursrecht nog gewezen op het grote succes van haar producten, doch zij heeft niet op voorhand aannemelijk kunnen maken dat dit succes uitsluitend te danken is aan de vormgeving van Fatboy the Original. Het lijkt er eerder op dat het succes van de betreffende (gehele) collectie verband houdt met het sterke merk Fatboy en een goede marketing van de onder dat merk verhandelde producten.

Slaafse nabootsing?

7. Fatboy heeft deze grondslag van haar vordering onderbouwd door te stellen dat de door haar gewraakte producten van HMG zowel wat dimensionering en kleurstelling als wat plaatsing van het rechthoekige etiket betreft vrijwel volledige kopieën zijn van de dienovereenkomstige producten van Fatboy, waardoor bij het publiek verwarring kan ontstaan. Die verwarring is, aldus Fatboy, nodeloos, aangezien HMG zonder aan de deugdelijkheid en bruikbaarheid van haar producten afbreuk te doen, op bepaalde punten evengoed een andere weg had kunnen inslaan en door dit na te laten het gevaar voor verwarring veroorzaakt of doet toenemen.

8. In het kader van deze grondslag dient evenwel in de eerste plaats te worden onderzocht of de producten van Fatboy als geheel onderscheidend vermogen hebben, wat in concreto neerkomt op beantwoording van de vraag of deze producten wat hun vormgeving betreft een eigen plaats op de relevante markt innemen.

9. Die vraag wordt, voorshands oordelend, ontkennend beantwoord. Uit de vele producties die door beide partijen zijn overgelegd valt af te leiden dat binnen de “revival” die het fenomeen zitzak kennelijk thans doormaakt, het op de markt brengen van zitzakken in dimensies en kleuren als die van Fatboy geenszins als bijzonder kan worden gekenschetst. Wat de dimensies betreft geldt, dat de Fatboy Point en Fatboy Island variaties zijn op de alom bekende “poef” die zowel in verleden als heden op de markt verkrijgbaar was en is, en waarbij het bepaald niet bijzonder is dat deze tegenwoordig in modieuze(re) kleuren wordt uitgevoerd. Uit de door HMG overgelegde producties blijkt tenslotte, dat ook een zitzak in of omstreeks de maat van Fatboy the Original door (vele) anderen dan Fatboy en HMG wordt verhandeld.

10. Een en ander betekent dat reeds wegens het ontbreken van onderscheidend vermogen van de producten van Fatboy geen sprake kan zijn van de door Fatboy gestelde slaafse nabootsing, zodat aan beantwoording van de vraag naar mogelijke verwarring bij het publiek

door het op de markt zijn van de producten van HMG niet wordt toegekomen.

Slotsom

11. Nu geen van de aan de vordering van Fatboy meegegeven grondslagen genoegzaam is bevonden, zal die vordering worden afgewezen. Fatboy zal, als de in het ongelijk gestelde partij, worden veroordeeld in de kosten van deze procedure.

BESLISSING:

De voorzieningenrechter:

WIJST de vordering AF;

VEROORDEELT eisers in de op deze procedure vallende kosten, tot aan deze uitspraak aan de zijde van gedaagden begroot op € 244,- aan verschotten en €841,- aan procureurssalaris.
