

Vzgr Rb Zutphen, 3 mei 2006, Lips v M&C



VERGELIJKENDE RECLAME

'Beter dan huidige generatie cilindersloten' niet misleidend

[Het gemiddelde publiek zal zich ervan bewust zijn dat in deze aanprijzingen sprake is van overdrijving die normaal is bij het maken van reclame.](#)

De stelling van Lips Nederland dat deze eisen meebrengen dat het M&C niet moet worden toegestaan in haar reclame-uitingen te beweren dat M&C cilindersloten beter zijn dan de huidige generatie cilindersloten, zal worden gepasseerd. Het gemiddelde publiek zal zich ervan bewust zijn dat in deze aanprijzingen sprake is van overdrijving die normaal is bij het maken van reclame. Dat een substantieel deel van het publiek wellicht deze reclame-uitingen in het bijzonder ten nadele van de cilindersloten van Lips zal uitleggen, gezien de grote naamsbekendheid van deze sloten - zoals door Lips Nederland wordt aangevoerd - kan M&C niet worden tegengeworpen. M&C doet slechts mededelingen over haar eigen product en dat het publiek die opvat als tegen Lips Nederland gericht, is inherent aan het bezitten van de positie van marktleider. Bovendien speelt in deze reclame-uitingen het bestand zijn van de M&C sloten tegen de slagmethode geen rol, nu zij ook op andere gronden beter kunnen zijn dan de sloten van de overige aanbieders.

Bewijs eenvoudig werken met slagsleutel

[M&C heeft haar stelling dat het werken met slagsleutels eenvoudig is aannemelijk gemaakt met Duits onderzoek](#)

M&C heeft ter ondersteuning van haar stelling dat het werken met slagsleutels eenvoudig is, onder meer verwezen naar Duits onderzoek waaruit zou blijken dat 95% van de huidige generatie cilindersloten vrij eenvoudig te openen is door middel van de slagmethode. Dit percentage - zo vult M&C aan - wordt genoemd door drie toonaangevende onderzoekers, Klaus Noch, Werner Swamkrug en Peter Pafraath. Lips Nederland heeft dit argument niet bestreden, zodat wordt gecon-

cludeerd dat M&C haar stelling wat dit punt betreft, aannemelijk heeft gemaakt.

Niet alle relevante feiten inzake slagbestendigheid vermeld

[Indien M&C het aspect 'slagbestendigheid' aanvoert heeft zij ten onrechte daarover niet alle relevante eigenschappen vermeld](#)

Op zichzelf is dit juist, M&C kan bijvoorbeeld volstaan met het noemen van de prijs. Indien M&C in haar vergelijkende reclame-uitingen echter het aspect betreft van de slagbestendigheid van de sloten ter onderbouwing van haar bewering dat haar sloten beter zijn, dient zij omtrent deze eigenschap alle relevante feiten te vermelden. Nu M&C dit niet doet, vergelijkt zij volgens de voorzieningenrechter niet op objectieve wijze een relevant kenmerk van de sloten - de mate van veiligheid die deze sloten bieden - waardoor er sprake is van misleiding en waardoor zij onrechtmatig jegens Lips Nederland handelt. Ook het creëren van, althans inspelen op angstgevoelens bij het voor eigen veiligheid gevoelige publiek draagt aan deze onrechtmatigheid bij. M&C heeft immers niet weersproken dat zij de media-aandacht voor de slagmethode zelf heeft aangewakkerd.

MERKENRECHT

Geldige reden

[Bij gebrek aan gestelde strijd met richtlijn geldige reden aangenomen](#)

In het algemeen is het gebruik van een merk van een ander in vergelijkende reclame-uitingen toegestaan indien die reclame voldoet aan het gestelde in de Richtlijn (EG) nr. 97/55 van het Europees Parlement en de Raad van 6 oktober 1997 tot wijziging van Richtlijn nr. 84/450/EEG. In dat geval is er geen sprake van de afwezigheid van een geldige reden om het merk te gebruiken zodat artikel 13 A lid 1 onder d BMW toepassing mist. Nu Lips Nederland niet heeft aangevoerd dat voormeld gebruik in strijd is met het gestelde in deze Richtlijn, kan ervan uit worden gegaan dat het onderhavige gebruik door M&C geen merkinbreuk oplevert wegens een geldige reden voor dit gebruik

Vindplaatsen: [AW7379](#); BIE 2007, nr. 69, p. 401

Vzgr Rb Zutphen, 3 mei 2006

(G. Vrieze)

Rolnummer: 76765 / KG ZA 06-61

Uitspraak: 3 mei 2006

Vonnis in kort geding in de zaak van de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid

LIPS NEDERLAND B.V.,

gevestigd te Dordrecht,

eiseres,

procureur mr. C.B. Gaaf,

advocaat mr. A.W.G. Artz te Rotterdam,

tegen

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid OVERBEEKE HOLDING DIDAM B.V., gevestigd te Wehl, gemeente Montferland,
2. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid M&C PROTECT B.V., gevestigd te Wehl, gemeente Montferland,
3. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid COMARI HOLLAND B.V., gevestigd te Wehl, gemeente Montferland, gedaagden,
procureur mr. A.V.P.M. Gijssels,
advocaat mr. E.R. Looyen te Arnhem.
Eiseres zal hierna Lips Nederland genoemd worden. Gedaagden zullen respectievelijk Overbeeke Holding, M&C en Comari Holland genoemd worden.

1. De procedure

1.1. Het verloop van de procedure blijkt uit:

- de dagvaarding;
- het proces-verbaal van de mondelinge behandeling;
- de pleitnota van Lips Nederland;
- de pleitnota van M&C.

1.2. Ten slotte is vonnis bepaald.

2. De feiten

2.1. Lips Nederland is een bedrijf dat zich onder meer bezig houdt met het ontwerpen, vervaardigen, installeren, repareren en onderhouden van (cilinder)sloten, hang- en sluitwerk en andere veiligheidswerken, alsmede het verlenen van adviezen op dit gebied.

2.2. M&C exploiteert een groothandel in beveiligingsproducten en aanverwante artikelen. M&C brengt onder meer cilindersloten op de markt onder de naam "M&C Slag- en Veiligheidscilinders", hierna ook te noemen de M&C cilindersloten.

2.3. Lips Nederland en M&C zijn concurrenten van elkaar.

2.4. M&C is een reclamecampagne gestart met als onderwerp de M&C cilindersloten. Deze campagne bestaat onder meer uit een brochure, direct mailing, een introductievideo en informatie op haar website. Kern van deze campagne is de aanprijzing van M&C dat haar cilindersloten bestand zijn tegen de zogenaamde slagmethode. De slagmethode houdt in dat een op het cilinderslot toegesneden sleutel, de slagsleutel, in de cilinder wordt gebracht. Door vervolgens op deze sleutel te slaan, kan het slot worden geopend.

2.5. In haar brochure schrijft M&C hierover onder meer:

"Met een vrij verkrijgbare, aangepaste sleutel (een zgn. slagsleutel) is een veilig geachte cilinder eenvoudig te openen. Een klap met een houten hamer of schroevendraaier op de slagsleutel volstaat.

(...)

Op internet is de mogelijkheid om slagsleutels te kopen. Het fabriceren van de slagsleutel is erg eenvoudig en kan op meerdere manieren."

Voorts schrijft M&C in haar brochure en op haar website:

"Uit onderzoek is gebleken dat 95% van alle cilinders met de slagmethode te openen zijn."

De introductievideo van M&C luidt terzake:

"Iedereen kan inbreker zijn. De laatst bekende inbraakmethode die criminelen gebruiken is de slagmethode. Met eenvoudige gereedschappen en slagsleutels welke via het Internet te verkrijgen zijn kan iedereen met een of enkele slagen elke woning binnen en zijn uw eigendommen niet veilig.

Inbreken is erg eenvoudig met de slagmethode; ook uw huidige cilinder is er niet tegen bestand.

(...)

Huidige cilinders zijn eenvoudig en snel te openen; er zijn geen inbraaksporen en dit kan problemen met de verzekering opleveren

(...)

Omdat de slagmethode kinderlijk eenvoudig is demonstreert onze sleutelmaker dit aan enkele verbaasde omstanders allereerst de gewone sleutel die bij het slot hoort, de deur gaat natuurlijk open. Hier ziet u naast de gewone sleutel de slagsleutel. Door de trillingen via de slagsleutel vallen de stiften in de cilinder op de juiste plaats zodat de cilinder simpelweg geopend wordt.

(...)

De huidige generatie cilinders zijn gemakkelijk te openen maar ook eenvoudig te sluiten zoals deze winkel bijvoorbeeld.

Zoals onze sleutelmaker demonstreerde is de slagmethode kinderspel.

(...)"

2.6. Op respectievelijk 27 april 2005, een onbekende datum en op 14 mei 2005 is in de televisieprogramma's "Nova", "Editie NL en "Kassa" aandacht besteed aan het openen van sloten door middel van de slagmethode.

2.7. De Consumentenbond heeft een onderzoek laten verrichten naar het openen van cilindersloten door middel van de slagmethode. Het rapport dat naar aanleiding van dit onderzoek is opgemaakt is half maart 2006 gepubliceerd. De inhoud van dit rapport is op 22 maart 2006 aan de orde geweest in het NOS journaal. Ook in RTL Nieuws is aandacht besteed aan dit rapport.

3. Het geschil

3.1. Lips Nederland vordert dat de rechtbank bij uitvoerbaar bij voorraad te verklaren vonnis gedaagden elk afzonderlijk

1. met onmiddellijke ingang na betekening van dit vonnis zal verbieden elke openbaarmaking en verveelvoudiging van de in het lichaam van de dagvaarding genoemde reclame-uitingen (brochure, introductievideo en direct mail) en van alle reclameclaims waarmee de "slagmethode" als een voor de beoordeling van de beveiligingskwaliteit van cilindersloten doorslaggevend, althans belangrijke inbraakmethode wordt gepresenteerd;

2. met onmiddellijke ingang na betekening van dit vonnis zal verbieden elke openbaarmaking en verveelvoudiging van reclameclaims waarmee haar cilindersloten worden gepresenteerd als beter en/of veiliger dan de cilindersloten van andere aanbieders (waaronder Lips);

3. met onmiddellijke ingang na betekening van dit vonnis zal verbieden elk gebruik van de merken van Lips,

waaronder doch daartoe niet beperkt de merken LIPS, OCTRO en KESO;
en voorts:

4. gedaagden gezamenlijk zal bevelen binnen vijf dagen na betekening van dit vonnis een rectificatie te doen plaatsen op hun websites van minstens een ½ webpagina groot en deze gedurende minstens twee maanden geplaatst te houden, alsmede een rectificatiebrief te verzenden op normaal briefpapier en in normale opmaak/lettergrootte aan al degenen die bekend zijn gemaakt met de in de dagvaarding genoemde reclameuitingen of daaraan soortgelijke uitingen, met de navolgende tekst en zonder toevoeging in woord en beeld of enigerlei begeleidend commentaar:

Rectificatie

Geachte heer, mevrouw,

Hierbij delen wij u mede dat de voorzieningenrechter van de rechtbank te Zutphen, bij vonnis van (datum) ons heeft bevolen het navolgende aan u mede te delen.

In onze reclame-uitingen hebben wij u een onjuist en misleidend beeld geschetst inzake de zogenaamde 'slagmethode'. Op basis van dat onjuiste en misleidende beeld hebben wij reclame gemaakt voor onze cilindersloten door te claimen dat deze cilindersloten de voorkeur verdienen boven andere cilindersloten die niet bestand (zouden) zijn tegen de slagmethode. In dat verband hebben wij gesteld dat 95% van alle cilindersloten die niet van M&C afkomstig zijn met de slagmethode te openen zouden zijn.

In werkelijkheid kunnen wij niet aantonen dat 95% van de cilindersloten geopend kunnen worden met de slagmethode. Wij kunnen ook niet aantonen dat onze cilindersloten een betere beveiliging zouden bieden dan cilindersloten van andere aanbieders op de markt.

Bovendien betreft de slagmethode een niet voor de praktijk relevante inbraakmethode en daarmee een voor de beoordeling van de beveiligingskwaliteit niet wezenlijke eigenschap van een cilinderslot.

Deze reclame-uitingen zijn dan ook onjuist en misleidend.

Wij verzoeken u de eventueel in uw bezit zijnde reclame-uitingen te vernietigen.

Hoogachtend,

[Naam], namens

C. Overbeeke Holding Didam B.V.,

Comari Holland B.V. en

M&C Protect B.V.

5. het sub 1 t/m 4 gevorderde, op straffe van verbeurte van een dwangsom van € 50.000 (zegge vijftigduizend euro) per overtreding van het gegeven verbod c.q. niet nakoming van het gegeven bevel, waarbij iedere afzonderlijke reclame-uiting als een afzonderlijke overtreding heeft te gelden, of - zulks ter keuze van Lips - voor iedere dag of gedeelte van een dag dat de overtreding c.q. niet-nakoming voortduurt;

6. op voorwaarde dat het gevorderde sub 3 wordt toegewezen, de termijn waarbinnen eiseres op grond van artikel 260 van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering (Rv) een bodemprocedure aanhangig dient te maken, te stellen op 6 (zes) maanden te rekenen vanaf de dag van de betekening van dit vonnis en

7. gedaagden hoofdelijk zal veroordelen in de kosten van dit geding.

3.2. Aan deze vorderingen legt Lips Nederland in het licht van de feiten het volgende ten grondslag. In haar campagne suggereert M&C dat de M&C cilindersloten een betere beveiliging bieden dan cilindersloten van andere aanbieders waaronder Lips Nederland, omdat zij bestand zijn tegen de slagmethode. De bescherming tegen de slagmethode is niet relevant zoals vereist in artikel 6:194a, lid 2, aanhef en onder c van het Burgerlijk Wetboek (BW). De slagmethode is een inbraakmethode die al tientallen jaren bestaat. Het is een gecompliceerde methode om cilindersloten te openen.

De slagmethode behoort bovendien niet tot de modus operandi van de inbrekers in Nederland.

M&C handelt in strijd met artikel 6:194 en/of 6:194a BW. Bovendien handelt M&C in strijd met artikel 13 onder A lid 1 van de Eenvormige Beneluxwet op de merken (BMW) nu zij in haar reclame-uitingen zonder geldige reden de merken van Lips gebruikt.

Door voormeld handelen brengt M&C aan Lips Nederland aanzienlijke schade toe die door voortzetting van deze campagne dagelijks toeneemt.

3.3. M&C voert verweer. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

4. De beoordeling

4.1. Het verweer van M&C dat Overbeeke Holding en Comari Holland ten onrechte zijn gedagvaard, zal worden gehonoreerd nu Lips Nederland dit niet heeft weersproken. Er zijn geen gronden aangevoerd, anders dan hun bestuurderschap, voor hun betrokkenheid bij het door Lips Nederland gewraakte gedrag van M&C. Deze ontoereikende gronden rechtvaardigen een niet-ontvankelijk verklaring.

4.2. M&C heeft niet bestreden dat de in het geding zijnde reclame-uitingen kunnen worden gekwalificeerd als vergelijkende reclame in de zin van artikel 194a BW en dat deze uitingen dus dienen te voldoen aan de eisen zoals gesteld in het tweede lid van dit artikel.

4.3. De stelling van Lips Nederland dat deze eisen meebrengen dat het M&C niet moet worden toegestaan in haar reclame-uitingen te beweren dat M&C cilindersloten beter zijn dan de huidige generatie cilindersloten, zal worden gepasseerd. Het gemiddelde publiek zal zich ervan bewust zijn dat in deze aanprijzingen sprake is van overdrijving die normaal is bij het maken van reclame. Dat een substantieel deel van het publiek wellicht deze reclame-uitingen in het bijzonder ten nadele van de cilindersloten van Lips zal uitleggen, gezien de grote naamsbekendheid van deze sloten - zoals door Lips Nederland wordt aangevoerd - kan M&C niet worden tegengeworpen. M&C doet slechts mededelingen over haar eigen product en dat het publiek die opvat als tegen Lips Nederland gericht, is inherent aan het bezitten van de positie van marktleider. Bovendien speelt in deze reclame-uitingen het bestand zijn van de M&C sloten tegen de slagmethode geen rol, nu zij ook op andere gronden beter kunnen zijn dan de sloten van de overige aanbieders.

4.4. Lips Nederland heeft ook bezwaren ingebracht tegen de wijze waarop M&C specifieke eigenschappen van haar M&C cilindersloten in haar reclame-uitingen aanprijst. In haar reclames - zo heeft Lips Nederland uiteengezet - doet M&C het voorkomen dat de slagmethode een zeer eenvoudige methode is om sloten te openen. M&C suggereert hierbij dat voor de beoordeling van de kwaliteit van een cilinderslot bedacht moet worden dat de slagmethode een veel voorkomende methode van inbreken is. M&C doet het voorkomen dat, aangezien de M&C sloten niet door deze methode geopend kunnen worden, deze sloten op het gebied van beveiliging te verkiezen zijn boven de sloten van andere aanbieders waaronder Lips.

4.5. Ingevolge het bepaalde in art. 6:195 BW rust op M&C de bewijslast van de juistheid van deze beweringen nu die door Lips Nederland gemotiveerd bestreden worden. Dat betekent dat van M&C in beginsel mag worden verwacht dat zij tegenover de betwisting door Lips Nederland, de juistheid van haar gewraakte beweringen in kort geding aannemelijk maakt. Het verweer van M&C dat zij deze bewijslast nu niet hoeft te dragen, zal worden gepasseerd. Hoewel in een kort geding de beginselen van het bewijsrecht niet gelden, is het wel de bedoeling van de wetgever geweest dat dan op de speciale bewijslastverdeling van artikel 6:195 BW wordt geanticipeerd hetgeen dan ook de vaste lijn in de desbetreffende rechtspraak is.

4.6. M&C heeft ter ondersteuning van haar stelling dat het werken met slagsleutels eenvoudig is, onder meer verwezen naar Duits onderzoek waaruit zou blijken dat 95% van de huidige generatie cilindersloten vrij eenvoudig te openen is door middel van de slagmethode. Dit percentage - zo vult M&C aan - wordt genoemd door drie toonaangevende onderzoekers, Klaus Noch, Werner Swamkrug en Peter Pafrath. Lips Nederland heeft dit argument niet bestreden, zodat wordt geconcludeerd dat M&C haar stelling wat dit punt betreft, aannemelijk heeft gemaakt.

Tegen deze achtergrond gaat de vordering van Lips Nederland voorzover die inhoudt dat M&C een rectificatie moet laten uitgaan met als inhoud dat zij niet kan aantonen dat 95% van de cilindersloten geopend kan worden met de slagmethode en zich verder van het doen van deze bewering moet onthouden, te ver.

4.7. Vervolgens doet zich gelet op de reclame-uitingen van M&C, de vraag voor of het gemakkelijk kunnen openen van cilindersloten door middel van de slagmethode, ook een reëel gevaar is voor de doelgroep waarop M&C zich met haar reclame op richt. Met andere woorden: als M&C in haar reclame-uitingen het bestand zijn van haar sloten tegen de slagmethode als vergelijkingsfactor gebruikt ten opzichte van andere cilindersloten, vergelijkt zij dan de sloten op grond van een relevant kenmerk?

Lips Nederland heeft gesteld dat dit niet het geval is. M&C doet alsof de slagmethode een actueel en dreigend beveiligingsgevaar is voor cilindersloten van andere aanbieders. Deze voorstelling van zaken acht Lips Nederland onjuist en misleidend. Men dient over professionele vaardigheden te beschikken om deze me-

thode met succes te kunnen toepassen. Het vervaardigen en het aanschaffen van een doeltreffende slagsleutel is - anders dan M&C stelt - niet eenvoudig. Circa 80 tot 90% van de inbraken wordt gepleegd door gelegenhedsvievers die zich niet bedienen van de slagmethode.

M&C heeft deze stellingen niet bestreden doch heeft aangevoerd dat zij niet gehouden is om in haar vergelijkend reclamemateriaal alle relevante aspecten te vermelden die de consument mee moet wegen bij de aankoop van sloten.

Op zichzelf is dit juist, M&C kan bijvoorbeeld volstaan met het noemen van de prijs. Indien M&C in haar vergelijkende reclame-uitingen echter het aspect betreft van de slagbestendigheid van de sloten ter onderbouwing van haar bewering dat haar sloten beter zijn, dient zij omtrent deze eigenschap alle relevante feiten te vermelden.

Nu M&C dit niet doet, vergelijkt zij volgens de voorzieningenrechter niet op objectieve wijze een relevant kenmerk van de sloten - de mate van veiligheid die deze sloten bieden - waardoor er sprake is van misleiding en waardoor zij onrechtmatig jegens Lips Nederland handelt.

Ook het creëren van, althans inspelen op angstgevoelens bij het voor eigen veiligheid gevoelige publiek draagt aan deze onrechtmatigheid bij. M&C heeft immers niet weersproken dat zij de media-aandacht voor de slagmethode zelf heeft aangewakkerd.

4.8. M&C heeft bestreden dat zij in haar reclame de merken van Lips, waaronder OCTRO en KESO heeft gebruikt. Uit de door partijen in het geding gebrachte stukken kan terzake het volgende worden opgemaakt. In de tekst van de brochure wordt het merk Lips niet genoemd. Voorzover in de brochure sleutels van Lips worden afgebeeld, zijn ze als zodanig voor het gewone publiek niet herkenbaar. Het enige stuk waarin expliciet wordt verwezen naar het merk Lips en een Lips sleutel wordt afgebeeld, is het rapport van TOOOL dat M&C als bijlage achter haar brochure heeft gevoegd. Nu M&C dit rapport tot onderdeel van haar brochure heeft gemaakt, kan gesteld worden dat M&C gebruik heeft gemaakt van het merk Lips. Ook staat vast dat M&C op haar webpagina een directe link naar het rapport van TOOOL heeft waarmee zij de inhoud van dit rapport onderdeel maakt van haar website en zich op die wijze bedient van het merk Lips. Onbestreden is dat in het rapport van TOOOL het merk wordt genoemd in vergelijking met andere merken.

In het algemeen is het gebruik van een merk van een ander in vergelijkende reclame-uitingen toegestaan indien die reclame voldoet aan het gestelde in de Richtlijn (EG) nr. 97/55 van het Europees Parlement en de Raad van 6 oktober 1997 tot wijziging van Richtlijn nr. 84/450/EEG. In dat geval is er geen sprake van de afwezigheid van een geldige reden om het merk te gebruiken zodat artikel 13 A lid 1 onder d BMW toepassing mist. Nu Lips Nederland niet heeft aangevoerd dat voormeld gebruik in strijd is met het gestelde in deze Richtlijn, kan ervan uit worden gegaan dat het

onderhavige gebruik door M&C geen merkinbreuk oplevert wegens een geldige reden voor dit gebruik.

4.9. Gelet op het voorgaande luidt de beslissing als hierna vermeld.

Ter voorkoming van een executiegeschil zal aan de veroordeling met als inhoud het schrijven van rectificatiebrieven "aan al degenen die bekend zijn gemaakt met de in de dagvaarding genoemde reclame-uitingen" geen dwangsom worden verbonden, nu Lips Nederland geen lijst van geadresseerden heeft overgelegd noch gesteld heeft dat M&C nog over zo'n lijst beschikt, zodat de vordering op dit punt te weinig concreet is om voor afdwinging door middel van een dwangsom in aanmerking te komen.

4.10. Aan de te verbeuren dwangsommen zal een maximum worden verbonden. Dit laat uiteraard onverlet, dat bij voortgaande overtreding van dit vonnis oplegging van hogere dwangsommen kan worden gevorderd dan wel hernieuwde oplegging van dezelfde dwangsommen. Het bedrag van zowel de dwangsom als het maximum staat in een redelijke verhouding tot de zwaarte van het geschonden belang en de beoogde prikkelende werking van de dwangsomoplegging.

4.11. Nu partijen over en weer op onderdelen in het (on)gelijk zijn gesteld, zullen de proceskosten worden gecompenseerd, in die zin dat iedere partij de eigen kosten draagt.

5. De beslissing

De voorzieningenrechter

1. verklaart Lips Nederland niet-ontvankelijk in haar vorderingen tegen Overbeeke Holding en Comari Holland;

2. verbiedt M&C vanaf de negende dag na betekening van dit vonnis in openbaarmakingen van welke aard dan ook te stellen dan wel te suggereren dat haar sloten beter en/of veiliger zijn op de grond dat zij niet geopend kunnen worden met een slagsleutel;

3. beveelt M&C om binnen acht dagen na betekening van dit vonnis een rectificatie te plaatsen op haar website van minsten een ½ webpagina groot en die gedurende twee maanden geplaatst te houden met de volgende tekst en zonder daaraan in woord of beeld enigerlei begeleidend commentaar toe te voegen:

Rectificatie

Hierbij delen wij u mede dat de voorzieningenrechter van de rechtbank te Zutphen bij vonnis van 3 mei 2006 ons heeft bevolen het volgende aan u mede te delen.

Wij hebben in reclame-uitingen gesteld dat onze cilindersloten de voorkeur verdienen boven andere cilindersloten omdat onze cilindersloten bestand zijn tegen de slagmethode en cilindersloten van andere afnemers niet.

Wat daarvan zij, volgens de voorzieningenrechter hebben wij niet kunnen aantonen dat onze cilindersloten om die reden ook een betere beveiliging zouden bieden dan cilindersloten van andere aanbieders op de markt.

Wij hebben namelijk niet kunnen aantonen dat het openen van cilindersloten met behulp van een slagsleutel een voor de praktijk relevante inbraakmethode is; dat het voor de beoordeling van de beveiligingskwaliteit van een cilinderslot er toe doet of het nu wel of niet be-

stand is tegen de slagmethode, is daarmee dus ook niet aangetoond.

Deze reclame-uitingen zijn dan ook misleidend geacht door de voorzieningenrechter.

Wij verzoeken u de eventueel in uw bezit zijnde reclame-uitingen te vernietigen.

Hoogachtend,

M&C Protect B.V.

4. beveelt M&C om binnen vijf dagen na betekening van dit vonnis een rectificatiebrief te verzenden op normaal briefpapier en in normale opmaak/lettergrootte aan al degenen die bekend zijn gemaakt met de in de dagvaarding genoemde brochure, introductievideo en direct mail, met de navolgende tekst zonder daaraan in woord of beeld enigerlei begeleidend commentaar toe te voegen:

Rectificatie

Geachte heer, mevrouw,

Hierbij delen wij u mede dat de voorzieningenrechter van de rechtbank te Zutphen bij vonnis van 3 mei 2006 ons heeft bevolen het volgende aan u mede te delen.

Wij hebben in reclame-uitingen gesteld dat onze cilindersloten de voorkeur verdienen boven andere cilindersloten omdat onze cilindersloten bestand zijn tegen de slagmethode en cilindersloten van andere afnemers niet.

Wat daarvan zij, volgens de voorzieningenrechter hebben wij niet kunnen aantonen dat onze cilindersloten om die reden een betere beveiliging zouden bieden dan cilindersloten van andere aanbieders op de markt.

Wij hebben namelijk niet kunnen aantonen dat het openen van cilindersloten met behulp van een slagsleutel een voor de praktijk relevante inbraakmethode is; dat het voor de beoordeling van de beveiligingskwaliteit van een cilinderslot er toe doet of het nu wel of niet bestand is tegen de slagmethode, is daarmee dus ook niet aangetoond.

Deze reclame-uitingen zijn dan ook misleidend geacht door de voorzieningenrechter.

Wij verzoeken u de eventueel in uw bezit zijnde reclame-uitingen te vernietigen.

Hoogachtend,

M&C Protect B.V.

5. bepaalt dat M&C een dwangsom verbeurt van € 5.000,- tot een maximum van € 500.000,- voor iedere dag dat zij met de naleving van het onder 2 gegeven verbod en het onder 3. gegeven bevel in gebreke is;

6. verklaart dit vonnis onder 2, 3, 4 en 5 uitvoerbaar bij voorraad;

7. compenseert de proceskosten in die zin dat elk der partijen de eigen kosten draagt;

8. wijst de vorderingen voor het overige af.

Dit vonnis is gewezen door mr. G. Vrieze en in het openbaar uitgesproken op 3 mei 2006.

