

Vzgr Rb Amsterdam, 6 augustus 2009, Ushio v Philips



RECLAMERECHT

Vergelijkende reclame

- Nu sprake is van een specialistische markt met een beperkt aantal spelers, van welke markt Ushio een aanzienlijk aandeel vertegenwoordigt, is voldoende aannemelijk dat het relevante publiek de 'standaardlampen' waarmee Philips haar lampen in haar claims vergelijkt, zal herleiden tot de lampen van Ushio.

Onder vergelijkende reclame wordt verstaan elke vorm van reclame waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd. Niet in geschil is dat Ushio en Philips thans concurrenten zijn op het gebied van lampen bestemd voor het projecteren van (film-)beelden in de bioscoop. Nu sprake is van een specialistische markt met een beperkt aantal spelers, van welke markt Ushio een aanzienlijk aandeel vertegenwoordigt, is voldoende aannemelijk dat het relevante publiek de 'standaardlampen' waarmee Philips haar lampen in haar claims vergelijkt, zal herleiden tot de lampen van Ushio. Aldus bezien moet worden aangenomen dat in dit geval sprake is van vergelijkende reclame in de zin van artikel 6:194a BW.

Claim "up to 30% more light" misleidend

- Weliswaar kan vanwege de nuancering 'up to' worden aangenomen dat Philips niet hoeft aan te tonen dat in alle gevallen sprake is van 30% meer licht, maar wel dat dit percentage op zijn minst (eenmalig) moet voorkomen in de tests en dat daarnaast een percentage tussen de 20 en de 30 met een zekere regelmaat geconstateerd wordt.

De claim die Philips heeft gehanteerd houdt in dat haar lampen 'up to' 30% meer licht produceren dan de (voor hetzelfde doel, te weten licht voor projectie op bioscoopschermen bestemde) standaardlampen. Weliswaar kan vanwege de nuancering 'up to' worden aangenomen dat Philips niet hoeft aan te tonen dat in alle gevallen sprake is van 30% meer licht, maar wel dat dit percentage op zijn minst (eenmalig) moet voorkomen in de

tests en dat daarnaast een percentage tussen de 20 en de 30 met een zekere regelmaat geconstateerd wordt.

- aan interne tests komt in het kader van het onderhavige geschil geen betekenis toe, nu de testresultaten op één na dateren van jaren her, de tests intern (door LTI en Philips zelf) zijn uitgevoerd (en dus niet zijn gebaseerd op onafhankelijk onderzoek) en bovendien geen vergelijking bevatten met de huidige Ushio lampen

Philips heeft zich in de eerste plaats beroepen op de onder 2.10 genoemde testresultaten, waaruit zelfs hogere percentages naar voren komen. Ushio heeft echter terecht betoogd dat aan deze tests in het kader van het onderhavige geschil geen betekenis toekomt, nu de testresultaten op één na dateren van jaren her, de tests intern (door LTI en Philips zelf) zijn uitgevoerd (en dus niet zijn gebaseerd op onafhankelijk onderzoek) en bovendien geen vergelijking bevatten met de huidige Ushio lampen.

- Als ervan zou worden uitgegaan dat de onderzoeksresultaten van VSL juist zijn, wat ondanks de kritische kanttekeningen van Ushio op voorhand niet helemaal kan worden uitgesloten, dan nog rechtvaardigen deze niet de claim van Philips. Immers het maximale percentage extra licht dat de Philips Helios lamp produceert ten opzichte van de (Ushio) standaard lamp bedraagt volgens de omstreden lest van VSL 22. Weliswaar is een afwijkingspercentage mogelijk van 5%, maar dat kan net zo goed een negatieve afwijking inhouden als een afwijking naar boven. Het percentage van 30 wordt dus, ook volgens dit onderzoek, in geen enkel geval gehaald. Philips heeft de juistheid van de door haar gedane mededelingen dus niet kunnen aantonen.

4.5. De andere test waar Philips naar verwijst is de onder 2.11 vermelde test van VSL. Ushio heeft de deugdelijkheid van de onderzoeksmethodes waarop deze test is gebaseerd en diensentevolge van de uitkomsten daarvan, gemotiveerd betwist en de resultaten van het door haar ingeschakelde CST er tegenover gesteld (verkort weergegeven onder 2.9). Op haar beurt heeft Philips de uitkomsten van dit onderzoek en de kwaliteit van de gehanteerde methode in twijfel getrokken. Het gaat de grenzen van dit kort geding te buiten om op deze technische punten in te gaan, aangezien dat op zijn minst een onderzoek van een (onafhankelijke) derde deskundige zou vergen. Echter, ook als ervan zou worden uitgegaan dat de onderzoeksresultaten van VSL juist zijn, wat ondanks de kritische kanttekeningen van Ushio op voorhand niet helemaal kan worden uitgesloten, dan nog rechtvaardigen deze niet de claim van Philips. Immers het maximale percentage extra licht dat de Philips Helios lamp produceert ten opzichte van de (Ushio) standaard lamp bedraagt volgens de omstreden lest van VSL 22. Weliswaar is een afwijkingspercentage mogelijk van 5%, maar dat kan net zo goed een negatieve afwijking inhouden als een afwijking naar boven. Het percentage van 30 wordt dus, ook volgens dit onderzoek, in geen enkel geval gehaald. Philips

heeft de juistheid van de door haar gedane mededelingen dus niet kunnen aantonen.

4.6. Op grond van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat de onder 2.4 tot en met 2.6 weergegeven door Philips geuite mededelingen, die, zoals eerder werd overwogen, moeten worden aangemerkt als vergelijkende reclame, niet voldoen aan de in art. 6:194a BW vermelde eisen, zodat het uiten daarvan ongeoorloofd moet worden geacht en onrechtmatig jegens Ushio, die tengevolge van de misleidende mededelingen schade kan lijden.

Gevorderde rectificatie niet proportioneel

• [De gevorderde rectificatie in de vakbladen ScreenTrade en Cinema Technology zal eveneens worden afgewezen. Het voert te ver om Philips te verplichten om haar op Nederland gerichte mededelingen recht te zetten in buitenlandse bladen die slechts in beperkte mate in Nederland verkrijgbaar zijn.](#)

Toewijzing van die vordering kan niet als een proportionele maatregel worden beschouwd.

Vindplaatsen:

Vzgr Rb Amsterdam, 6 augustus 2009

(J.A.J. Peeters)

RECHTBANK AMSTERDAM

Sector civiel recht, voorzieningenrechter

Zaaknummer/rolnummer: 431976 / KG ZA 09-1404

Pee/MB

Vonnis in kort geding van 6 augustus 2009

in de zaak van

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid USHIO EUROPE B.V.,

gevestigd te Oude Meer,

eiseres bij dagvaarding van 14 juli 2009,

advocaat mr. [L. Bakers](#) te Amsterdam,

tegen

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid PHILIPS LIGHTING B.V.,

2. de naamloze vennootschap KONINKLIJKE PHILIPS ELECTRONICS N.V.,

beide gevestigd te Eindhoven,

gedaagden,

advocaten mr. J.C.H. van Manen en [mr. O.V. Lamme](#) te Amsterdam.

1. De procedure

Ter terechtzitting van 23 juli 2009 heeft eiseres, verder Ushio, gesteld en gevorderd overeenkomstig de in fotokopie aan dit vonnis gehechte dagvaarding. Gedaagden, hierna gezamenlijk Philips, hebben verweer gevoerd met conclusie tot weigering van de gevraagde voorziening. Beide partijen hebben producties en pleitnota's in het geding gebracht. Philips heeft bezwaar gemaakt tegen het bij de zaak betrekken van een aantal producties van Ushio, aangezien deze niet tenminste 24 uur voorafgaand aan de zitting in het geding waren gebracht. De voorzieningenrechter heeft de producties wel toelaatbaar geacht, met dien verstande dat hij heeft voorgesteld de behandeling van de zaak

aan te houden, zodat Philips de desbetreffende stukken nader zou kunnen bestuderen. Nadat Philips heeft meegedeeld van deze mogelijkheid geen gebruik te willen maken, heeft de behandeling alsnog plaatsgevonden op het vastgestelde tijdstip, met inachtneming van alle door beide partijen ingediende producties.

Na verder debat hebben partijen verzocht vonnis te wijzen.

Ter zitting waren aanwezig:

Aan de zijde van Ushio:

- de heer N. Bükér, de heer H. Wiesmann, en mr. [Bakers](#);

Aan de zijde van Philips:

- mevrouw C. Pesch, de heer M. Kleingeld, de heer H. van Wijngaarden en mrs. Van Manen en Lamme.

2. De feiten

2.1. Ushio is een Europese handelsonderneming en een 100% dochter van Ushio Inc., gevestigd te Japan. Ushio Inc. is een onderneming die zich richt op de ontwikkeling van lichttechnologie en professionele verlichting, onder meer in de bioscoopindustrie. Ushio brengt in Europa de producten van Ushio Inc. op de markt. Ushio Inc. Produceert onder meer xenon lampen voor toepassing in 'professional cinema projectors'. Ushio biedt onder meer xenon lampen aan van het type UXL die specifiek gericht zijn op toepassing in bioscopen. Deze lampen hebben een vermogen variërend van 500 tot 7000 watt. Naast de standaard UXL xenon lamp verkoopt Ushio onder meer 'high efficiency xenon lampen'.

2.2. Philips richt zich eveneens op (onder meer) de ontwikkeling van lichttechnologie en professionele verlichting.

2.3. In februari 2008 heeft Philips het Amerikaanse bedrijf Lighting Technologies International (LTI) overgenomen. Sindsdien heeft ook Philips xenon lampen in haar assortiment, waaronder de 'Helios Xenon' lamp, die wordt gebruikt in bioscopen.

2.4. Op haar website www.lighting.philips.com heeft Philips haar Helios Xenon lampen aangeprezen met de volgende teksten:

"Philips Helios technology makes brighter light possible. Up to 30% more light is produced compared to standard lamps of the same wattage which delivers bright pictures and vivid colors. The lamps are directly interchangeable with all standard Xenon lamps in existing equipment. (...)"

"Designed as direct replacements for standard xenon lamps in film cinema applications, Helios lamps can provide up to 30% more light on the screen with no reflector or lens changes and no lamp house modifications. Helios lamps are available in a wide range of wattages and configurations to fit all leading film projectors. (...)."

2.5. In de brochure "The Ultimate experience with Philips Cinema Xenon lamps", die ook te downloaden is van de eerdergenoemde website, staat onder meer het volgende:

"Philips Helios (.) Xenon Lamps produce up to 30% more light than standard designs of the same wattage. They are completely interchangeable with standard

lamp models, with no modification to equipment or special alignment required."

2.6. In de vakbladen Screen Trade (nummer: May/June 2009) en Cinema Technology (nummer: June 2009) heeft Philips reclame gemaakt voor haar Helios Xenon Lamp met onder meer de volgende mededeling:

"For projection applications requiring greater lamp efficiency and/or brightness, Philips offers Helios (...) Xenon Lamps, which produce up to 30% more light (screen lumens) than conventional lamps of the same wattage. This unparalleled performance results in lower power consumption, less required air conditioning and lower lamp cost of ownership. Because they are completely interchangeable with standard lamps, you can easily switch to Philips Helios (...) Xenon Lamps, without investing in new projection equipment."

2.7. Bij brief van 19 juni 2009 heeft Ushio Philips gesommeerd om haar claim dat de Philips Helios Xenon lamp 30% meer licht geeft dan de standaardlampen, waarmee volgens Ushio geduid wordt op de standaardlampen van Ushio, en andere misleidende reclames, niet meer te uiten, aangezien deze claim, zoals zou blijken uit in opdracht van Ushio verrichte metingen, niet juist is. Verder heeft Ushio Philips ondermeer gesommeerd tot het plaatsen van een rectificatie in de vakbladen Screen Trade en Cinema Technology, alsmede op haar website, van de genoemde claim.

2.8. Philips heeft de onder punt 2.4 tot en met 2.6 genoemde passages inmiddels van haar website verwijderd.

2.9. Ushio heeft een 3 pagina's tellend stuk in het geding gebracht, afkomstig van De Commission Supérieure Technique de l'Image et du Son (CST). De eerste twee pagina's, gedateerd 18 juni 2009, bevatten een toelichting op de meetmethode van CST om de 'screen-brightness' vast te stellen van 'Light Sources dedicated for Projection in Cinemas'.

De derde (ongedateerde) pagina bevat de in kolommen geplaatste in cijfers en percentages weergegeven testresultaten. Onder deze kolommen staat het volgende:

"Conclusion: LTI (PHILIPS) lamps from HELIOS series do not achieve the claimed 30% more screen lumens compared to standard lamps. At same electrical lamp input power they achieve only similar screen lumen level as an USHIO standard lamp."

2.10. Philips heeft een overzicht in het geding gebracht van interne testresultaten waarin een aantal standaardlampen (afkomstig van LTI, Osram en Christie), worden vergeleken met (van LTI en (na de overname) Philips afkomstige) Helios lampen.

De vergelijkingen hebben, op één uitzondering van 2009 na, betrekking op de jaren 2004 en 2005. Er zijn 19 lampen getest. Als resultaat is vermeld dat alle Helios lampen op één na, die - 4% scoort, een aanzienlijk hogere 'screen lumen' produceren dan de Standaardlampen. De desbetreffende percentages, die in de laatste kolom van dit overzicht zijn vermeld onder het kopje 'Gain', bedragen: 28, 18, 33, 27, 31, 19, 39, - 4, 58, 44, 92, 68, 25, 30, 31, 19, 33, 27, 28.

2.11. Philips heeft een rapport in het geding gebracht, gedateerd 16 juli 2009 afkomstig van VSL, Dutch Me-

trology Institute, opgesteld door Dr. E.W.M. van der Ham, waarin testresultaten zijn opgenomen betreffende de vergelijking tussen Philips 4KW en Philips 3KW Helios lampen met Ushio 4KW en Ushio 3KW lampen. Volgens de samenvatting van dit rapport produceert de geteste Philips 4KW Helios lamp 19% meer 'illuminance averaged over the ANSI grid points', ten opzichte van de geteste Ushio 4KW lamp, de Philips 4KW standaard lamp 1% meer, en de geteste Philips Helios 3KW lamp 17% meer dan de geteste Ushio 3KW lamp.

Als uitgegaan wordt van de 'relative difference of center values' bedragen de verschillen met de Ushio standaard lamp respectievelijk 22% (4 kW lamp) en 14% (3kW). Deze percentages kunnen, volgens dit zelfde rapport, 5% naar beneden, of naar boven afwijken.

2.12. In, eveneens door Philips in het geding gebracht, reclamemateriaal van Ushio is vermeld dat de Ushio High-Efficiency Xenon lampen 14 tot 30% meer licht opleveren dan (Ushio en andere) standaardlampen.

3. Het geschil

3.1. Ushio vordert ~ samengevat - dat Philips, op straffe van dwangsommen en met veroordeling van Philips in de proceskosten, wordt bevolen om:

A - met onmiddellijke ingang reclameclaims waarmee impliciet of expliciet de Philips Helios xenon lamp wordt gepresenteerd als een lamp die tot 30% meer licht produceert dan standaardlampen zonder dat daarvoor enige aanpassing nodig is, te staken en gestaakt te houden;

B - het onrechtmatig handelen ten opzichte van Ushio door het uiten van voornoemde feitelijk onjuiste claims, waarmee zij Ushio oneerlijke concurrentie aandoet, te staken en gestaakt te houden;

C - al het promotiemateriaal waarin de claims als bedoeld onder A zijn geplaatst, waaronder de als productie 2 door Ushio overgelegde brochure, op eigen kosten van haar afnemers terug te halen en te (doen) vernietigen, samen met de nog bij Philips aanwezige voorraad daarvan;

D - in de eerstvolgende uitgave van de (vak)bladen ScreenTrade en Cinema Technology een rectificatie te doen plaatsen als vermeld onder D in het petitum van de dagvaarding, althans met een door de voorzieningenrechter vast te stellen tekst;

E - de hiervoor bedoelde rectificatie gedurende drie maanden te plaatsen op de startpagina van de websites www.philips.nl en www.lighting.philips.nl ;

F - er zorg voor te dragen dat de raadsman van Ushio binnen 48 uur na de betekening van dit vonnis in het bezit is van (kopieën van) alle gegevens met betrekking tot inhoud, omvang en wijze van openbaarmaking van de te verbieden reclameclaim(s), dan wel van reclames met een overeenkomende strekking.

3.2. Ushio heeft haar vordering, samengevat, als volgt toegelicht. De markt voor xenon lampen is zeer specifiek en er is maar een gering aantal spelers op die markt. Ushio en Osram hebben ieder een marktaandeel van 45%. Philips heeft zich, na de overname van LTI, dus vrij recent, ook op deze markt begeven. Met het uiten van haar reclameclaims maakt Philips een vergelijking met andere lampen. Hoewel USHIO niet

specifiek wordt genoemd, zal deze vergelijking, vanwege het specialistische karakter van de branche en het aanzienlijke marktaandeel van Ushio, herleid worden tot producten van Ushio. Er is dus sprake van vergelijkende reclame in de zin van artikel 6:194a BW. Dergelijke reclame mag niet misleidend zijn en is alleen geoorloofd als sprake is van het op objectieve wijze vergelijken van één of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken. Als de reclame onjuist of onvolledig is, is deze misleidend. Degene die de inhoud van de claim bepaalt, dient de juistheid daarvan te bewijzen. De claim van Philips is onjuist.

Philips claimt immers dat haar lampen, zonder enige aanpassing, tot 30% meer licht produceren dan standaard lampen van hetzelfde wattage. Dat heeft zij echter in het geheel niet aangetoond. Uit het onafhankelijke onderzoek dat Ushio heeft laten uitvoeren blijkt dat de Ushio High Efficiency lamp 20% meer licht produceert dan de Philips Helios Xenon lamp met hetzelfde wattage. Deze Ushio lamp heeft Philips echter in de vergelijking buiten beschouwing gelaten, zodat het publiek geen volledig beeld krijgt. Philips probeert met haar onterechte claims klanten van Ushio te bewegen hun producten voortaan van Philips te betrekken. Dat is oneerlijke mededinging en onrechtmatig jegens Ushio. Ushio lijdt daardoor schade in de vorm van omzetverlies. Ushio heeft er een spoedeisend belang bij dat de onjuiste claims van Philips worden gecorrigeerd en gerectificeerd. Philips heeft de claim pas recentelijk in Europa onder de aandacht van het publiek gebracht. Vóór de overname door Philips was LTI met name gericht op de Verenigde Staten.

De tests waarmee Philips tracht haar claims te onderbouwen, deugen van geen kant.

De onder 2.10 vermelde testresultaten zijn gebaseerd op door LTI zelf uitgevoerde, gedateerde onderzoeken. Verder zijn de metingen onnauwkeurig, en is een aantal zaken oncontroleerbaar. Ook de metingen van VSL, waarop overigens de juistheid van de claim niet kan worden gebaseerd, aangezien daarin maximaal tot 22% meer licht wordt gemeten, zijn niet betrouwbaar, omdat dit niet op de juiste manier is gedaan. Daarnaast kunnen vragen worden gesteld bij de onafhankelijkheid van het VSL rapport, aangezien Philips bij de verrichte metingen zelf aanwezig was en invloed heeft kunnen uitoefenen.

3.3. Philips heeft verweer gevoerd, waarbij zij onder meer kritische kanttekeningen heeft geplaatst bij de door Ushio naar voren gebrachte onderzoeksresultaten van CST. Op het verweer van Philips zal hierna verder worden ingegaan.

4. De beoordeling

4.1. Philips heeft in de eerste plaats betwist dat Ushio bij haar vorderingen een spoedeisend belang heeft, aangezien de bewuste claim al ongeveer 5 jaar, met name door LTI, zou zijn gevoerd, zonder dat Ushio eerder actie heeft ondernomen. De vraag naar het spoedeisend belang dient echter te worden beoordeeld naar de toestand ten tijde van de zitting, respectievelijk het vonnis. De omstandigheid dat Ushio niet terstond een procedu-

re aanhangig heeft gemaakt, brengt niet mee dat zij geen spoedeisend belang meer heeft bij de gevraagde voorziening. Daar komt bij dat, naar Philips heeft erkend, Philips pas na de overname van LTI een speler op de markt voor de in het geding zijnde lampen is geworden en dat de reclames van LTI hoofdzakelijk waren gericht op de Verenigde Staten.

4.2. Onder vergelijkende reclame wordt verstaan elke vorm van reclame waarbij een concurrent dan wel door een concurrent aangeboden goederen of diensten uitdrukkelijk of impliciet worden genoemd. Niet in geschil is dat Ushio en Philips thans concurrenten zijn op het gebied van lampen bestemd voor het projecteren van (film-)beelden in de bioscoop. Nu sprake is van een specialistische markt met een beperkt aantal spelers, van welke markt Ushio een aanzienlijk aandeel vertegenwoordigt, is voldoende aannemelijk dat het relevante publiek de 'standaardlampen' waarmee Philips haar lampen in haar claims vergelijkt, zal herleiden tot de lampen van Ushio. Aldus bezien moet worden aangenomen dat in dit geval sprake is van vergelijkende reclame in de zin van artikel 6:194a BW.

4.3. Vergelijkende reclame is, wat de vergelijking betreft, ingevolge art. 6:194a BW geoorloofd als deze (in ieder geval):

- niet misleidend is;
- als goederen of diensten worden vergeleken die in dezelfde behoefte voorzien of voor hetzelfde doel zijn bestemd;
- op objectieve wijze een of meer wezenlijke, relevante, controleerbare en representatieve kenmerken van deze goederen en diensten met elkaar vergelijkt.

Uitgangspunt daarbij is, ingevolge artikel 6:195 BW, dat degene die de inhoud en inkleding van de mededeling (reclame) heeft bepaald of doen bepalen de bewijslast draagt ter zake van de juistheid of volledigheid van de feiten die in de mededeling zijn vervat. Het ligt dus op de weg van Philips om te beschikken over het vereiste onderzoeksmateriaal, waarmee haar claim kan worden onderbouwd.

4.4. De claim die Philips heeft gehanteerd houdt in dat haar lampen 'up to' 30% meer licht produceren dan de (voor hetzelfde doel, te weten licht voor projectie op bioscoopschermen bestemde) standaardlampen. Weliswaar kan vanwege de nuancering 'up to' worden aangenomen dat Philips niet hoeft aan te tonen dat in alle gevallen sprake is van 30% meer licht, maar wel dat dit percentage op zijn minst (eenmalig) moet voorkomen in de tests en dat daarnaast een percentage tussen de 20 en de 30 met een zekere regelmaat geconstateerd wordt. Philips heeft zich in de eerste plaats beroepen op de onder 2.10 genoemde testresultaten, waaruit zelfs hogere percentages naar voren komen. Ushio heeft echter terecht betoogd dat aan deze tests in het kader van het onderhavige geschil geen betekenis toekomt, nu de testresultaten op één na dateren van jaren her, de tests intern (door LTI en Philips zelf) zijn uitgevoerd (en dus niet zijn gebaseerd op onafhankelijk onderzoek) en bovendien geen vergelijking bevatten met de huidige Ushio lampen.

4.5. De andere test waar Philips naar verwijst is de onder 2.11 vermelde test van VSL. Ushio heeft de deugdelijkheid van de onderzoeksmethodes waarop deze test is gebaseerd en dientengevolge van de uitkomsten daarvan, gemotiveerd betwist en de resultaten van het door haar ingeschakelde CST er tegenover gesteld (verkort weergegeven onder 2.9). Op haar beurt heeft Philips de uitkomsten van dit onderzoek en de kwaliteit van de gehanteerde methode in twijfel getrokken. Het gaat de grenzen van dit kort geding te buiten om op deze technische punten in te gaan, aangezien dat op zijn minst een onderzoek van een (onafhankelijke) derde deskundige zou vergen. Echter, ook als ervan zou worden uitgegaan dat de onderzoeksresultaten van VSL juist zijn, wat ondanks de kritische kanttekeningen van Ushio op voorhand niet helemaal kan worden uitgesloten, dan nog rechtvaardigen deze niet de claim van Philips. Immers het maximale percentage extra licht dat de Philips Helios lamp produceert ten opzichte van de (Ushio) standaard lamp bedraagt volgens de omstrede test van VSL 22. Weliswaar is een afwijkingpercentage mogelijk van 5%, maar dat kan net zo goed een negatieve afwijking inhouden als een afwijking naar boven. Het percentage van 30 wordt dus, ook volgens dit onderzoek, in geen enkel geval gehaald. Philips heeft de juistheid van de door haar gedane mededelingen dus niet kunnen aantonen.

4.6. Op grond van het voorgaande kan worden geconcludeerd dat de onder 2.4 tot en met 2.6 weergegeven door Philips geuite mededelingen, die, zoals eerder werd overwogen, moeten worden aangemerkt als vergelijkende reclame, niet voldoen aan de in art. 6:194a BW vermelde eisen, zodat het uiten daarvan ongeoorloofd moet worden geacht en onrechtmatig jegens Ushio, die tengevolge van de misleidende mededelingen schade kan lijden.

4.7. Philips heeft betoogd dat de vordering om het doen van voornoemde uitingen te staken en gestaakt te houden niettemin dient te worden afgewezen, aangezien zij de desbetreffende claims reeds van haar website heeft verwijderd. Nu Philips evenwel geen onvoorwaardelijke toezeggingen heeft gedaan in dat verband en daarnaast niet uitgesloten moet worden geacht dat de claims nog in door haar verspreide brochures circuleren, heeft Ushio, anders dan Philips heeft betoogd, nog een voldoende (spoedeisend) belang bij het door haar gevraagde verbod.

4.8. Tenslotte heeft Philips nog aangevoerd dat Ushio zich niet op de bepalingen inzake misleidende reclame kan beroepen, omdat zij zelf ook een gelijksoortige uiting (weergegeven onder 2.12) heeft gedaan. Hier gaat het echter om andere percentages en om een vergelijking tussen de Ushio High Efficiency Xenon lampen met onder meer de eigen Ushio standaardlampen. Philips heeft onvoldoende gesteld om aan te nemen dat het ook hier sprake is van een vergelijkende reclame in die zin dat het publiek de standaardlampen zal herleiden tot de producten van Philips.

4.9. Uit het voorgaande vloeit voort dat het door Ushio gevorderde verbod tot het nog langer uiten door Philips van de in het geding zijnde reclameclaims toewijsbaar

is, als na te melden. Dit geldt ook voor de vordering om het promotiemateriaal waarin de misleidende mededelingen zijn gedaan terug te vragen en tezamen met de nog bij Philips zelf aanwezige voorraad, te (laten) vernietigen, alsook met betrekking tot de vordering als vermeld onder 3.1 bij F inzake het ter beschikking stellen van een overzicht van het omstreden reclamemateriaal. De dwangsom zal worden gematigd en gemaximeerd, zoals hierna vermeld en de termijnen waarbinnen Philips aan deze geboden zal moeten voldoen, zullen worden gesteld op vier weken, respectievelijk 14 dagen, aangezien dat redelijk voorkomt.

4.10. De vordering van Ushio om Philips naast het voornoemde verbod te bevelen het onrechtmatig handelen jegens Ushio als nader omschreven in punt 28 in het lichaam van de dagvaarding, te staken en gestaakt te houden, zal worden afgewezen.

Deze vordering is onvoldoende concreet om, naast het onder 4.9 besproken verbod, voor toewijzing in aanmerking te komen.

4.11. De gevorderde rectificatie in de vakbladen ScreenTrade en Cinema Technology zal eveneens worden afgewezen. Het voert te ver om Philips te verplichten om haar op Nederland gerichte mededelingen recht te zetten in buitenlandse bladen die slechts in beperkte mate in Nederland verkrijgbaar zijn.

Toewijzing van die vordering kan niet als een proportionele maatregel worden beschouwd.

4.12. Een vordering van Ushio met betrekking tot de rectificatie op de website waarop de gewraakte uiting is gedaan, zou in beginsel wel toewijsbaar zijn, nu die website vanuit Nederland voor een ieder (gemakkelijk) toegankelijk is.

Aangezien de gewraakte uitingen volgens Ushio zelf alleen zijn voorgekomen op de website www.lightning.philips.com en alleen in het gedeelte dat betrekking heeft op bioscooplampen zou het in de rede liggen dat de rectificatie ook op dezelfde pagina, althans op een vergelijkbare pagina wordt geplaatst. Voor plaatsing op de startpagina van www.philips.nl en www.lightning.philips.nl als gevorderd is echter geen grond nu niet is gesteld of gebleken dat de bestreden reclame op die websites is gepubliceerd.

4.13. Als de op een belangrijk punt in het ongelijk gestelde partij zal Philips worden veroordeeld in de kosten van dit geding.

5. De beslissing

De voorzieningenrechter

5.1. Beveelt Philips om met onmiddellijke ingang na de betekening van dit vonnis, totdat zij de juistheid van die bewering kan aantonen, ieder openbaar (doen) maken van de reclameclaims waarmee de Philips Helios Xenon lamp wordt gepresenteerd als een lamp die tot 30% meer licht produceert dan standaard xenon lampen zonder dat daarvoor enige aanpassing aan de reflector, lens en/of lamphuis of een andere technische modificatie nodig is, te staken en gestaakt te houden, daaronder begrepen, maar daartoe niet beperkt het uiten van de in dit vonnis onder 2.4 tot en met 2.6 weergegeven claims.

5.2. Beveelt Philips om binnen vier weken na de betekening van dit vonnis al het promotiemateriaal waarin de onder 5.1 genoemde reclameclaims zijn geplaatst, waaronder de als Productie 2 door Ushio overgelegde brochure, op eigen kosten van haar afnemers, terug te vragen en deze tezamen met haar voorraad te vernietigen en hiervan door een deurwaarder proces-verbaal te laten opmaken.

5.3. Beveelt Philips om er voor zorg te dragen dat de raadsman van Ushio binnen 14 dagen na de betekening van dit vonnis in bezit is van (kopieën van) alle gegevens met betrekking tot inhoud, omvang en wijze van openbaarmaking van de te verbieden reclameclaim (s), dan wel van reclames met een overeenkomende strekking.

5.4. Bepaalt dat Philips een dwangsom verbeurt van € 10.000,- voor iedere keer dat zij geheel of gedeeltelijk in strijd handelt met het onder 5.1. genoemde gebod, en voor iedere dag dat zij nalaat aan de onder 5.2 en/of 5.3 genoemde geboden te voldoen, met een maximum van in totaal €500.000,-.

5.5. Veroordeelt Philips hoofdelijk in de kosten van dit geding, tot heden aan de zijde van Ushio begroot op: € 72,25 aan explootkosten, € 262,- aan vastrecht en € 816,- aan salaris advocaat.

5.6. Verklaart dit vonnis tot zover uitvoerbaar bij voorraad.

5.7. Wijst het meer of anders gevorderde af.

Dit vonnis is gewezen door mr. J.A.J. Peeters, voorzieningenrechter, bijgestaan door mr. M. Balk, griffier, en in het openbaar uitgesproken op 6 augustus 2009.