

Vzgr Rb Arnhem, 13 november 2009, Magenta v Shophouse



## AUTEURSRECHT

### Inbreuk

- Vereist is een gekwalificeerde mate van overeenstemming: komt er op aan of het beweerdelijk inbreukmakende werk in zodanige mate de auteursrechtelijk beschermde trekken van het eerdere werk vertoont, dat de totaalindrucken die de beide werken maken sterk overeenstemmen, althans, té weinig verschillen voor het oordeel dat het beweerdelijk inbreukmakende werk als een zelfstandig werk kan worden aangemerkt.

Voor het vermoeden dat er auteursrechtelijk relevante elementen zijn overgenomen en dat er sprake is van bewuste of onbewuste ontlening, is het enkele feit dat er punten van overeenstemming bestaan tussen een werk waarvoor auteursrechtelijke bescherming wordt ingeroepen en een als inbreukmakend bestreden voortbrengsel onvoldoende (vgl. HR 29 november 2002, NJ 2003, 17, 'Una Voce Particolare'). Vereist is een gekwalificeerde mate van overeenstemming.

4.4. In 'Una Voce Particolare' heeft de HR verder overwogen dat het, bij de beantwoording van de vraag of er sprake is van een dergelijke overeenstemming, erop aan komt of het beweerdelijk inbreukmakende werk in zodanige mate de auteursrechtelijk beschermde trekken van het eerdere werk vertoont, dat de totaalindrucken die de beide werken maken sterk overeenstemmen, althans, té weinig verschillen voor het oordeel dat het beweerdelijk inbreukmakende werk als een zelfstandig werk kan worden aangemerkt. De beide logo's zullen hieronder nogmaals worden afgebeeld, maar dan naast elkaar.

### Geen overeenstemmende totaalindruk

- Het feit dat in het Shophouse-logo ook gebruik wordt gemaakt van om een centraal punt heen gesitueerde driehoekjes, terwijl het vierkant met de driehoekjes gezamenlijk een ruit vormen, is daarvoor onvoldoende.

Bij de vergelijking van alle elementen van het hierboven afgebeelde Magenta- logo met het hierboven afgebeelde Shophouse-logo is er, naar het voorlopige oordeel van de voorzieningenrechter, geen sprake van een overeenstemmende totaalindruk. Het feit dat in het Shophouse- logo ook gebruik wordt gemaakt van om een centraal punt heen gesitueerde driehoekjes, terwijl

het vierkant met de driehoekjes gezamenlijk een ruit vormen, is daarvoor onvoldoende. De auteursrechtelijk beschermde trekken van het Magenta- logo zitten naar het oordeel van de voorzieningenrechter vooral in de wijze waarop de drie driehoekjes en de ruit om de 'M' zijn gesitueerd, in combinatie met de dikke belijning, het kleurgebruik en de situering van bedrijfsnaam en logo. In het Shophouse-Logo wordt daarvan, door alle door Shop house onder 4.4 . opgesomde verschillen, voldoende afstand genomen. Het voorgaande maakt dat het Shophouse- logo een andere uitstraling heeft dan het Magenta-logo en een andere totaalindruk wekt. Naar het voorlopige oordeel van de voorzieningenrechter is het Shophouse-logo geen verveelvoudiging van het werk van Magenta, maar een nieuw, zelfstandig werk. Het Shophouse-logo maakt dus geen inbreuk op het auteursrecht van Magenta op het Magenta- logo. Dat Shophouse elders op haar website het vierkant met de driehoekjes ook in de kleur rood of magenta afbeeldt, maakt het voorgaande niet anders.

Vindplaatsen: LJN: [BK4041](#)

Vzgr Rb Arnhem, 13 november 2009

(N.W. Huijgen)

vonnis

RECHTBANK ARNHEM

Sector civiel recht

zaaknummer / rolnummer: 190625 / KG ZA 09-653

Vonnis in kort geding van 13 november 2009

in de zaak van

de vennootschap onder firma RECLAMEBUREAU MAGENTA V.O.F., gevestigd te Sittard,

eiseres,

advocaat mr. J.L.E. Marchal te Maastricht,

tegen

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid SHOPHOUSE B.V., gevestigd te Ede,

gedaagde,

advocaat [mr. E.J.C. van Gelderen](#) te Utrecht.

Partijen zullen hierna Magenta en Shophouse genoemd worden.

### 1. De procedure

1.1 . Het verloop van de procedure blijkt uit:

- de dagvaarding
- de mondelinge behandeling
- de pleitnota van Shophouse
- de pleitnota van Magenta,
- de wijziging van eis.

1.2. Ten slotte is vonnis bepaald.

### 2. De feiten

2.1. Magenta is een reclamebureau dat werkzaamheden verricht op het gebied van, onder meer, public relations, promotie, communicatie- en marketingadvies, grafisch ontwerp, OTP en reclame. Zij gebruikt het hieronder afgebeelde logo:



Dit logo is op 12 oktober 2009 onder nummer 0868350 als merk ingeschreven bij het Benelux Bureau voor de Intellectuele Eigendom.

2.2. Shophouse is - via haar internetwinkel - leverancier van displaymaterialen, onder meer te gebruiken in winkels, showrooms, wachtruimtes en op beursstands.

2.3. Op of omstreeks 20 maart 2009 heeft Shophouse Magenta verzocht om een offerte voor het maken van een nieuw logo en een nieuwe huisstijl voor Shophouse. De offerte van Magenta heeft eind maart 2009 geresulteerd in een opdracht van Shophouse aan Magenta. De door Magenta te ontwikkelen nieuwe huisstijl met logo voor Shophouse moest aansluiten bij het communicatieadvies dat het bureau Adversa Communicatie in opdracht van Shophouse voor Shophouse zou opstellen.

2.4. Nadat Magenta op 21 april 2009 het van Adversa Communicatie afkomstige communicatieadvies via Shophouse had ontvangen, heeft zij op 24 april 2009 meerdere ontwerpen voor een logo aan Shophouse gepresenteerd. Diezelfde dag heeft Shophouse aan Magenta telefonisch medegedeeld dat hetgeen gepresenteerd was niet was wat zij verwachtte en dat zij én Adversa Communicatie, naar wie Shophouse de ontwerpen had doorgestuurd, van mening waren dat deze voorstellen niet pasten bij het communicatieadvies. Aan het eind van die dag is er, na nog enkele nieuwe ontwerpen van Magenta, een eind gekomen aan de opdracht van Shophouse aan Magenta.

2.5. Shophouse heeft meteen daarna op 24 april 2009 Adversa Communicatie ingeschakeld voor het met spoed ontwikkelen van een nieuwe huisstijl en een nieuw logo voor Shophouse. Adversa Communicatie heeft op 25 april 2009 een voorstel voor een huisstijl aan Shophouse gezonden, met twee verschillende schetsmatig uitgewerkte logo's, één met als basisvorm een cirkel en één met als basisvorm een vierkant. Het daaromheen driehoekjes. Shophouse heeft gekozen voor de variant met een vierkant als basisvorm. Het nieuwe Shophouse-logo, dat zij medio juli 2009 is gaan gebruiken, ziet er als volgt uit:



2.6. Bij brief van 17 juli 2009 heeft de advocaat van Magenta Shophouse gesommeerd om, onder meer, binnen één week elk gebruik van hun nieuwe logo, dan wel van de auteursrechtelijk beschermde trekken daarvan, te staken en gestaakt te houden.

2.7. De heer R. de Jong, commercieel directeur van Shophouse, heeft daarop bij brief van 27 juli 2009 on-

der meer geantwoord dat er naar zijn mening geen juridische of andere rechtsgronden aanwezig zijn voor de claim van Magenta. Ook heeft hij geantwoord bereid te zijn met Magenta te praten. Hij heeft ten slotte aangekondigd alle gemaakte kosten, onder andere voor juridische bijstand, op Magenta te gaan verhalen indien zij er voor zou kiezen haar claim aan de rechter voor te leggen.

2.8. Bij brief van 24 augustus 2009 heeft de advocaat van Magenta onder meer verzocht om een juridisch inhoudelijke reactie van Shophouse. Deze is uitgebleven. Nadat Magenta deze zaak aanhangig had gemaakt, heeft de advocaat van Shophouse gepoogd in gesprek te komen met Magenta teneinde dit kort geding te voorkomen.

### 3. Het geschil

3.1. Magenta vordert, na wijziging van eis, Shophouse op straffe van een dwangsom te veroordelen om te staken en gestaakt te houden elke openbaarmaking en/of verveelvoudiging van een logo dat een inbreuk vormt op de auteursrechten van Magenta, althans elke openbaarmaking en/of verveelvoudiging van een logo met een beeldbepalende ruit, opgebouwd uit driehoekjes en/of een of meer vierkantjes, met veroordeling van Shophouse in de kosten.

3.2. Magenta legt auteursrechtinbreuk in de zin van artikel 13 van de Auteurswet (hierna: Aw) aan haar vorderingen ten grondslag. In de dagvaarding heeft Magenta ook merkinbreuk ten grondslag gelegd aan haar vorderingen. Deze grondslag heeft zij echter ter zitting, bij gelegenheid van repliek, laten vallen. Magenta is van mening dat in het nieuwe logo van Shophouse de auteursrechtelijk beschermde trekken van haar eigen logo zijn overgenomen dan wel dat er sprake is van ontlening. Het nieuwe Shophouse logo zou een ongeoorloofde verveelvoudiging zijn van haar eigen logo. In beide logo's is volgens haar het beeldbepalende element een ruit en drie driehoeken, links van de ondernemingsnaam, met onder de ondernemingsnaam een zogenaamde onliner of 'pay-off'. Zij stelt ten slotte een spoedeisend belang te hebben bij haar vordering omdat een dergelijk parasiteren op haar creativiteit het bestaan en de reputatie van Magenta in gevaar brengen.

3.3. Shophouse voert gemotiveerd verweer. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

### 4. De beoordeling

4.1. Het spoedeisend belang vloeit voldoende voort uit de aard van het gevorderde en stellingen van Magenta daarover.

4.2. Niet in geschil is dat Magenta het onder 2.1. getoonde logo al in maart 2009 gebruikte en dat Shophouse kennis heeft kunnen nemen van dit logo, in elk geval via het van Magenta verkregen visitekaartje. Ook is niet in geschil dat er auteursrecht rust op dit logo van Magenta in de zin van artikel 1 juncto artikel 10 Aw.

4.3. Wel is in geschil of Shophouse met haar nieuwe logo inbreuk maakt op dit auteursrecht van Magenta. Voor het antwoord op de vraag of dat het geval is, moet

word en beoordeeld of het nieuwe logo van Shophouse is te beschouwen als een verveelvoudiging in de zin van artikel 13 Aw van het logo van Magenta. Daarvan is slechts sprake indien er in het nieuwe logo van Shophouse auteursrechtelijk relevante elementen zijn overgenomen van het Magenta-logo oftewel zijn 'ontleend' aan het Magenta-logo. Voor het vermoeden dat er auteursrechtelijk relevante elementen zijn overgenomen en dat er sprake is van bewuste of onbewuste ontlening, is het enkele feit dat er punten van overeenstemming bestaan tussen een werk waarvoor auteursrechtelijke bescherming wordt ingeroepen en een als inbreukmakend bestreden voortbrengsel onvoldoende (vgl. **HR 29 november 2002, NJ 2003, 17, 'Una Voce Particolare'**). Vereist is een gekwalificeerde mate van overeenstemming.

4.4. In 'Una Voce Particolare' heeft de HR verder overwogen dat het, bij de beantwoording van de vraag of er sprake is van een dergelijke overeenstemming, erop aan komt of het beweerdelijk inbreukmakende werk in zodanige mate de auteursrechtelijk beschermde trekken van het eerdere werk vertoont, dat de totaalindrukken die de beide werken maken sterk overeenstemmen, althans, té weinig verschillen voor het oordeel dat het beweerdelijk inbreukmakende werk als een zelfstandig werk kan worden aangemerkt. De beide logo's zullen hieronder nogmaals worden afgebeeld, maar dan naast elkaar:



4.5. Shophouse heeft ten aanzien van de inbreukvraag, samengevat, het volgende verweer gevoerd. De auteursrechtelijk beschermde elementen in het Magenta-logo zijn volgens haar de rangschikking van de dik omliggende ruit en de driehoekjes ten opzichte van de 'M', in combinatie met de situering van de teksten en het kleurgebruik. Vierkanten, ruiten en driehoeken zijn op zichzelf niet auteursrechtelijk beschermd. Shophouse heeft de auteursrechtelijk relevante trekken van het Magenta-logo niet in overwegende mate overgenomen. In haar logo is geen gebruik gemaakt van de centraal geplaatste grote 'M', maar van een vierkant. Anders dan Magenta heeft zij juist haar bedrijfsnaam centraal geplaatst en dienen het vierkant en de driehoekjes alleen ter versiering. Anders dan Magenta gebruikt zij de kleur geel in haar logo, en niet de kleur magenta. Er is een kleurverloop van licht naar donker. Shophouse heeft de driehoekjes rondom haar bedrijfsnaam geplaatst en gebruikt vier in plaats van drie driehoekjes. De driehoekjes en het vierkant in het Shophouse-logo zijn niet dik omliggend, zoals bij het Magenta-logo. De

situering van handelsnaam en slogan ten opzichte van vierkant en driehoekjes is anders. Ten slotte is ook het gebruikte lettertype anders.

4.6. Bij de vergelijking van alle elementen van het hierboven afgebeelde Magenta-logo met het hierboven afgebeelde Shophouse-logo is er, naar het voorlopige oordeel van de voorzieningenrechter, geen sprake van een overeenstemmende totaalindruk. Het feit dat in het Shophouse-logo ook gebruik wordt gemaakt van om een centraal punt heen gesitueerde driehoekjes, terwijl het vierkant met de driehoekjes gezamenlijk een ruit vormen, is daarvoor onvoldoende. De auteursrechtelijk beschermde trekken van het Magenta-logo zitten naar het oordeel van de voorzieningenrechter vooral in de wijze waarop de drie driehoekjes en de ruit om de 'M' zijn gesitueerd, in combinatie met de dikke belijning, het kleurgebruik en de situering van bedrijfsnaam en logo. In het Shophouse-Logo wordt daarvan, door alle door Shop house onder 4.4. opgesomde verschillen, voldoende afstand genomen. Het voorgaande maakt dat het Shophouse-logo een andere uitstraling heeft dan het Magenta-logo en een andere totaalindruk wekt. Naar het voorlopige oordeel van de voorzieningenrechter is het Shophouse-logo geen verveelvoudiging van het werk van Magenta, maar een nieuw, zelfstandig werk. Het Shophouse-logo maakt dus geen inbreuk op het auteursrecht van Magenta op het Magenta-logo. Dat Shophouse elders op haar website het vierkant met de driehoekjes ook in de kleur rood of magenta afbeeldt, maakt het voorgaande niet anders.

4.7. Tussen partij en stond verder ter discussie of Ad-versa Communicatie al dan niet kennis heeft genomen van het Magenta-logo via een banner onder de mails van Magenta, door Shophouse doorgestuurd aan Ad-versa Communicatie. In het licht van het voorgaande is het antwoord op deze vraag niet meer relevant. Zelfs al zou Ad-versa Communicatie dit logo en, en zelfs al zou zij zich hierdoor hebben laten inspireren - hetgeen zij overigens ten zeerste ontkent - dan maakt het Shophouse-logo nog steeds geen inbreuk op het auteursrecht op het Magenta-logo. De stellingen van Magenta omtrent het achteraf door Ad-versa Communicatie beschreven ontwikkelproces van het Shophouse-logo behoeven daarom geen bespreking.

4.8. Ook het feit dat de samenwerking tussen partij en is verbroken op een wijze die door Magenta als verveelend is ervaren, is niet relevant voor het oordeel of het Shophouselogo inbreuk maakt op het auteursrecht van Magenta op het Magenta-logo.

4.9. Magenta zal als de in het ongelijk gestelde partij in de proceskosten van Shophouse worden veroordeeld. Shophouse heeft een volledige proceskostenveroordeling van Magenta gevorderd op grond van artikel 10 1911 Rv., stellende dat zij zich ten onrechte bij de rechtbank heeft moeten verantwoorden voor zowel een beweerdelijke merkinbreuk als een beweerdelijke auteursrechtinbreuk, terwijl zij Magenta al in een vroegtijdig stadium had gewaarschuwd dat zij haar eventuele proceskosten op Magenta zou verhalen. Deze kosten belopen volgens haar in ieder geval €10.493,10, exclusief btw en inclusief kantoorkosten.

Zij heeft daartoe een gedetailleerde kostenspecificatie overgelegd. Shophouse heeft betoogd dat de kosten van Shophouse geen redelijke en evenredige proceskosten zijn. De voorzieningenrechter acht de gevorderde kostenveroordeling niet onredelijk of onevenredig in het licht van de per 1 augustus 2008 in werking getreden Indicatie-tarieven in IE-zaken, waarbij voor eenvoudige kort gedingen een maximum van €6000,- wordt aangehouden en bij overige kort gedingen een maximum van €15.000,-. De kosten aan de zijde van Shophouse worden begroot op:

- vast recht €262,00

- salaris advocaat 10.493,10 (excl btw)

Totaal E 10.755, 10

#### **5. De beslissing**

De voorzieningenrechter

5. 1. wijst de vorderingen af,

5.2 . veroordeelt Magenta in de proceskosten, aan de zijde van Shophouse tot op heden begroot op €10.755,10, te vermeerderen met de btw over het salaris van de advocaat.

Dit vonnis is gewezen door mr. N.W. Huijgen en in het openbaar uitgesproken in tegenwoordigheid van de griffier mr. E.A. Satijn .

---