

LEGAL UPDATE

Handelsnamen: hoe zit het ook alweer?

Datum: 7 juli 2016

Bedrijfsnamen zijn op verschillende manieren te beschermen. Een gebruikelijke manier is door de bedrijfsnaam als merk te registreren. Dat men door feitelijk gebruik van een naam voor (bepaalde) activiteiten van de onderneming ook automatisch – dus zonder enige registratie – rechten aan deze naam kan ontlenen, is men zich vaak niet of minder bewust. In deze Legal Update staat dit “gratis” recht, het zogenaamde handelsnaamrecht, in de spotlight.

De handelsnaam

Een handelsnaam is de naam waaronder een onderneming wordt gedreven. Bescherming van een handelsnaam kan worden ingeroepen op grond van de Handelsnaamwet. Het is als het ware een automatisch en gratis recht. In tegenstelling tot een merk hoeft men een handelsnaam niet te registreren, zelfs niet in het register van de Kamer van Koophandel.

Men verkrijgt een handelsnaamrecht door de handelsnaam feitelijk te gebruiken ter aanduiding van (onderdelen van) de onderneming. Bij gebruik van een handelsnaam moet men bijvoorbeeld denken aan vermelding daarvan op de gevel, het gebruik op briefpapier, visitekaartjes en andere (commerciële) documenten en de vermelding op de bedrijfswebsite.

Het (verbods)recht

Een handelsnaamrecht is in wezen een verbodsrecht, namelijk het recht om het gebruik van een jongere handelsnaam die identiek is aan of overeenstemt met jouw handelsnaam tegen te gaan voor zover er sprake is van verwarring. Omdat men alleen kan optreden tegen handelsnamen van derden van *latere* datum dan de eigen handelsnaam, is het van belang dat kan worden aangetoond vanaf welke datum een handelsnaam in gebruik is genomen. In dit kader kan vermelding van handelsnamen in het register van de KvK wel relevant zijn, nu dit een vermoeden van gebruik vanaf een bepaalde datum kan opleveren. Wel dient dan nog steeds te worden aangetoond dat de handelsnaam ook daadwerkelijk voor de onderneming is gebruikt, wil men aan de handelsnaam rechten kunnen ontlenen.

Indien is vastgesteld dat de handelsnaam van de derde jonger is, dient te worden beoordeeld of er ook sprake is van gevaar voor verwarring bij het relevante publiek. Dit publiek kan per geval verschillen en uiteenlopen van zeer kundig tot slechts beperkt oplettend. Bij de vaststelling van het verwarringsgevaar zijn ook de aard en de geografische locatie van de beide ondernemingen relevant. Bij de aard gaat het over de ondernemingsactiviteiten. Bij een autoschadeherstelbedrijf en een bloemist lopen deze bijvoorbeeld in grote mate uiteen. Bij een bakker en een lunchroom is dit al minder het geval. Bij de geografische locatie gaat het om het gebied waarop beide ondernemingen zich richten en (enige) bekendheid genieten. Zo zal de geografische reikwijdte van een lunchroom vaak beperkter zijn dan die van een taxicentrale.

Bij de inkleuring van het verwarringsgevaar geldt bovendien dat aan een (sterk) onderscheidende naam grotere bescherming toekomt dan namen die minder onderscheidend of zelfs grotendeels beschrijvend zijn. Denk ik het laatste geval bijvoorbeeld aan de handelsnaam de Frituur voor een snackbar. Dat echter ook aan sterk beschrijvende handelsnamen rechten kunnen worden ontleend, bewijst het hierna uit te werken voorbeeld uit de praktijk.

De praktijk

Een voorbeeld van een zaak waar een weinig originele handelsnaam met succes werd ingeroepen is een recente [uitspraak](#) van de rechtbank Den Haag. In die zaak ging het om twee ondernemingen die beide online parfums verkopen. Eiser doet dat sinds 2006 onder de naam parfumswinkel met daarbij de domeinnaam www.parfumswinkel.nl. De gedaagde partij, ANS, verkoopt sinds 2015 parfums via haar webwinkel www.parfumswebwinkel.nl. De eiser spreekt ANS aan op grond van haar handelsnaamrecht ten aanzien van haar handelsnaam parfumswinkel.

ANS verweert zich door te stellen dat eiser geen handelsnaamrecht toekomt omdat parfumswinkel voor een winkel die parfums verkoopt beschrijvend is. De rechter gaat niet mee in dit verweer want, zo redeneert de rechter, in de wereld van de parfums is gebruikelijk dat je aangeeft dat je een parfumswinkel bent, maar het is niet gebruikelijk dat je jezelf een parfumswinkel noemt. Parfumswinkel is in grote mate beschrijvend, maar toch komt het enige bescherming toe omdat het geen gebruikelijke benaming is voor een parfumerie. De rechter legt ANS een verbod op voor het gebruik van de domeinnaam www.parfumswebwinkel.nl omdat deze verwarring veroorzaakt met parfumswinkel.

Deze zaak laat zien dat het handelsnaamrecht juist ook bij verwarring tussen weinig originele handelsnamen uitkomst kan bieden. Ook in het geval een merkregistratie ontbreekt, bijvoorbeeld omdat deze te beschrijvend is om als merk te kunnen worden inschreven, kan de handelsnaam de ondernemer in bepaalde gevallen dus alsnog een effectief recht geven om zich te beschermen tegen concurrenten die zich van verwarringwekkende handelsnamen willen bedienen.

Dit is een Legal Update van de praktijkgroep Information Technology.

Voor meer informatie:

Jan Brölmann
+31 30 25 95 580
janbrolmann@vbk.nl