

Meten met verschillende maatmannen

Producten kunnen beschermd worden door rechten van intellectuele eigendom (IE). De ontwikkelaar van een origineel product kan verschillende IE-rechten hebben. Bijvoorbeeld een merkrecht, een octrooi (in spreektaal: patent) of een modelrecht. Voor de vraag of sprake is van voldoende originaliteit om juridische bescherming te genieten, wordt voor elk van deze rechten een andere maatstaf gehanteerd. IE-rechten zijn wat dat betreft net productlijnen: elk 'type' heeft zijn eigen 'publiek'.

mr. S.R. Hagen

Of het nu gaat om een nieuwe technische vinding, een originele merknaam of een revolutionair ontwerp, het octrooi-, merken- en modellenrecht gaan uit van hetzelfde principe: het creëren stimuleren door het kopiëren te sanctioneren. Bevordering van innovatie door bescherming van creatieven tegen copycats.

Maar elk IE-recht beschermt een ander onderdeel van een product. En voor elk onderdeel geldt een andere 'originaliteitstoets'. Elk IE-recht is geregeld in zijn eigen wetgeving en kent daarin ook zijn eigen jargon voor 'originaliteit'. Een merk moet bijvoorbeeld 'onderscheidend vermogen' hebben,

terwijl een uitvinding 'inventief' moet zijn. En een model moet een 'eigen karakter' hebben, wil men daarop rechten kunnen claimen. Om dit te beoordelen, hanteren rechters verschillende 'maatmannen'.

De vakman

Het octrooirecht beschermt de techniek die in een product is belichaamd. Een octrooi kan worden verleend voor een nieuwe uitvinding die 'inventief' is. Dat wil zeggen dat de vinding voor een deskundige niet voor de hand ligt. Volgens de rechtspraak is een deskundige de gemiddelde vakman die wordt geacht werkervaring en parate kennis te hebben op het relevante gebied waarop de uitvinding betrekking heeft. Kortom: de vakman aan wie je het probleem zou voorleggen waarvoor de uitvinding een oplossing biedt.

De consument

Behalve een octrooi op de 'binnenkant' wilt u voor uw product ook een beschermde merknaam. Om een merkrecht te verkrijgen, moet een naam 'onderscheidend vermogen' hebben. Dat wil zeggen: het moet in staat zijn om uw product als afkomstig van uw onderneming te onderscheiden van de producten van andere bedrijven. Een merk kan dus niet louter beschrijvend zijn voor de aard van het product ('rekenmachine' kan geen geldig merk voor een rekenmachine zijn).

Of een naam als merk kan dienen, hangt ervan af of het relevante publiek het teken zal opvatten als merk dat uw product onderscheidt van die van anderen. Het Europese Hof heeft herhaaldelijk beslist dat het 'relevante publiek' bestaat uit 'de normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende gemiddelde consument van de waren of diensten waarvoor het merk is aangevraagd'. Dus als kort gezegd de gemiddelde consument een naam 'als merk' opvat, kan het een geldig merk zijn.

De geïnformeerde gebruiker

Als u een geldig merk heeft bedacht en geregistreerd, wilt u als productontwikkelaar natuurlijk ook nog de buitenkant – de

vormgeving van uw product – beschermen. Daartoe dient het modellenrecht, dat – het zal u inmiddels niet verrassen – weer een andere toets kent. Om voor modelrechtelijke bescherming in aanmerking te komen, dient een nieuw 'model' – de uiterlijke vormgeving/design van een product – 'eigen karakter' te hebben. Daarvan is sprake wanneer de algemene indruk die het model bij 'de geïnformeerde gebruiker' wekt, verschilt van de algemene indruk die wordt gewekt door reeds bekende modellen.

Volgens het Europese Hof gaat het hierbij om een gebruiker die niet slechts gemiddeld, maar in hoge mate aandachtig is. Hetzij door persoonlijke ervaring, hetzij door zijn uitgebreide kennis van de betrokken sector. Het aandachtsniveau van de modelrechtelijke maatman zit daarmee dus ergens tussen dat van de gemiddelde consument uit het merkenrecht en dat van de gemiddelde vakman uit het octrooirecht. Of zoals het Haagse Hof het onlangs samenvatte: "Kort gezegd is de geïnformeerde gebruiker dus een gebruiker die tevens op de details zal letten, zonder echter minieme verschillen te kunnen onderscheiden."

Verschillende maten

Dat rechters in verschillende typen IE-zaken meten met verschillende maten is dus niet verrassend. Het ene IE-recht is het andere niet. Elk recht beschermt een ander onderdeel van een product. Of het nu gaat om de binnenkant (technische functionaliteit), de buitenkant (vormgeving) of de naam (merk): elk heeft zijn eigen publiek. En dus is in het intellectuele eigendomsrecht de ene maatman de andere niet. En dat is maar goed ook. Ieder zijn vak. «



Mr. S.R. Hagen is advocaat bij CMS Derks Star Busmann te Utrecht, sectie Intellectuele Eigendom, Technologie, Media & Telecommunicatie (e-mail: steffen.hagen@cms-dsb.com).