

De modieuze zitzak

Een rage is het geworden. De zitzakken die onder de naam Fatboy op de markt zijn gebracht. Sexy, hippe en trendy zakken verkrijgbaar in allerlei modieuze kleuren en dessins. Niet aan te slepen en daardoor interessant voor namakers. En bang voor problemen zijn die namakers niet. Terecht of niet?

mevr. mr. M.C.H.I. van der Dussen

Jukka Ilmari Setälä en Fatboy The Original B.V. (verder gezamenlijk: 'Fatboy') brengen onder andere in Nederland onder de naam Fatboy een collectie zitzakken op de markt. Tot die collectie behoren de zitzakken met de namen 'Fatboy the Original' (zie afbeelding), 'Fatboy Point' en 'Fatboy Island' (zie www.fatboy.nl). Fatboy wordt op enig moment geconfronteerd met een drietal bedrijven (gezamenlijk: HMG) die onder de naam Sit & Joy een collectie zitzakken op de markt brengen met dezelfde afmetingen en in dezelfde kleuren als de zitzakken van Fatboy. Deze Sit & Joy-zitzakken zijn goedkoper dan de Fatboy-zitzakken.

De Fatboy/HMG-zaak

Fatboy spreekt HMG in rechte aan. Volgens Fatboy maakt HMG met de zitzak die correspondeert met de zitzak Fatboy the Original (een zitzak van 1,80 bij 1,40 meter) inbreuk op auteursrechten die Fatboy zou hebben op die zitzak. Tevens stelt Fatboy dat HMG onrechtmatig handelt jegens Fatboy omdat alle zitzakken van HMG slaafse nabootsing zouden zijn van de Fatboy-zitzakken.

Het oordeel

De Haagse Voorzieningenrechter aan wie de zaak wordt voorgelegd onderzoekt eerst of de zitzak Fatboy the Original een werk is dat voor auteursrechtelijke bescherming in aanmerking komt. Voor bescherming is nodig dat de zitzak 'een eigen oorspronkelijk karakter heeft en het persoonlijk stempel van de maker draagt'. De totaalindruk is daarbij doorslaggevend. De rechter vindt het allemaal niet zo spannend en bijzonder. De zitzak is volgens de rechter niets meer dan een groot kussen met een dubbel gestikte rand. De enkele uitvergroting van een gewoon kussen kan niet op zich worden beschouwd als een uiting



Hoe origineel is Fatboy the Original?

van creatieve inspanning op basis van een keuze die subjectief (esthetisch) is bepaald. Aan de zitzak van Fatboy is, aldus de rechter, in harde bewoordingen "niets te bespeuren dat als een oorspronkelijk ontwerp kan worden beschouwd en dit een eigen karakter geeft". Ook de stelling van Fatboy dat de zitzak een enorm succes is, wordt naar de prullenmand verwezen. Fatboy heeft namelijk niet aannemelijk gemaakt dat het succes uitsluitend te danken is aan de vormgeving van de zitzak. Dat succes lijkt volgens de rechter eerder verband te houden met het sterke merk Fatboy en een goede marketing. Ook het beroep van Fatboy op de slaafse nabootsing faalt. Voor onrechtmatig handelen wegens slaafse nabootsing is onder meer vereist dat de nagebootste producten (de Fatboy-zitzakken) wat hun vormgeving betreft een eigen plaats op de relevante

markt innemen. Die eigen plaats ziet de rechter niet. Zitzakken blijken weer 'in' te zijn. Het zijn trendy mode-artikelen. De rechter spreekt van "de revival die het fenomeen zitzak kennelijk thans doormaakt". Het op de markt brengen door Fatboy van haar zitzakken (in haar dimensies en kleuren) kan dan niet als bijzonder worden gekenschetst. Werd de zitzak Fatboy the Original door de rechter beschouwd als een gewoon kussen, de zitzakken Fatboy Point en Fatboy Island vindt de rechter gewoon variaties op de aloude poef "waarbij het bepaald niet bijzonder is dat deze tegenwoordig in modieuze(re) kleuren wordt uitgevoerd". Kortom: Fatboy moet van de Haagse Voorzieningenrechter alle nabootsing van haar populaire en modieuze zitzakken dulden. Rechtvaardig?

Tot slot

Al sinds jaar en dag geldt dat datgene wat bepaald wordt door een stijl, de mode, of een trend, en eisen van functionaliteit (die niet geotrooieerd is), niet gemonopoliseerd kan worden. De Fatboy-uitspraak past in de heersende leer, hoewel daaraan in de uitspraak niet specifiek wordt gerefereerd. In de Fatboy-zaak is de rechter niet toegekomen aan een vergelijking van de producten van Fatboy en HMG omdat de zitzakken van Fatboy geen enkele vorm van bescherming genieten en dus iedere concurrerende zitzak is toegestaan. Vindt er in een dergelijke zaak wél een vergelijking plaats dan moet - uitgaande van vergelijking van de totaalindrukken - steeds de vraag worden beantwoord of Y binnen de grenzen die getrokken worden door stijl, de mode of een trend enerzijds en door de eisen van functionaliteit anderzijds voldoende afstand heeft genomen van X. «



Mw. mr. M.C.H.I. van der Dussen (foto) is als advocaat werkzaam bij CMS Derks Star Busmann te Utrecht, sectie Intellectuele Eigendom en Informatietechnologie (email: marcoline.vanderdussen@cms-dsb.com).