

De kampeerindustrie

In de jaren zeventig was kamperen eenvoudig. De auto werd volgeladen met dat wat nodig was om op een camping te kunnen overnachten en men ging gewoon op weg. Hoe anders is dat nu. Een kampeervakantie wordt tegenwoordig geboekt. Met een eigen of in een gehuurde tent, en met alles erop en eraan. Kamperen is big business geworden.

Mr. M.C.H.I. van der Dussen

Ik herinner mij nog goed dat wij in de jaren zeventig in 'de grote vakantie' gingen rondtrekken door Europa in een 2CV (de beroemde lelijke, maar eigenlijk juist mooie Eend). Op de bonnefooi trokken wij van land naar land en van camping naar camping (met af en toe een overnachting in een hotel ter afwisseling). We waren met zijn vieren, twee ouders en twee kinderen. Het hele gezin en alles wat nodig was om te kunnen kamperen pasten in die Eend. Als kinderen zaten wij op de achterbank op de uitgerolde slaapzakken, met aan onze voeten, in de ruimte tussen de voorstoelen en de achterbank, de diverse kampeerbenodigdheden. Aan de tent werden summiere eisen gesteld. Hij moest iedereen droog houden en – net – groot genoeg zijn. We reden rond, bekeken veel en gingen tegen de avond op zoek naar een camping. Waren we in Frankrijk dan zochten we naar bordjes met daarop de tekst "Camping Municipal". Zelden kwam het voor dat er geen plaats was. Buiten de schoolvakanties is deze wijze van reizen, voorzover mensen er überhaupt nog zin in zouden hebben, misschien nog mogelijk. Maar in de schoolvakanties is het op de bonnefooi reizen in Europa nagenoeg onmogelijk geworden. Campings zijn bedrijven geworden, die vaak zijn aangesloten bij or-

ganisaties via welke op de camping een kampeervakantie kan worden geboekt. De plaats van bestemming, de duur van het verblijf, en zelfs de plaats op de camping en het aantal vierkante meters waarover men de beschikking wil hebben: alles wordt via die organisaties van tevoren vastgelegd. De producten die nodig zijn om te kunnen kamperen zijn daarbij modeartikelen geworden. Een tent moet niet langer alleen maar bescherming bieden tegen regen, een tent moet er hip en trendy uitzien, en hip is het ene jaar een koepeltent en het volgende jaar een tent met een 'punt-dak'. Zoals gezegd, kamperen is big business geworden. Een echte industrie, waarin de belangen groot zijn. Als gevolg daarvan zijn er nu regelmatig rechtszaken over (de vormgeving van) tenten, caravans en allerlei kampeerartikelen. Hoe groot de belangen in de kampeerindustrie zijn, illustreert ook een zaak die enige tijd geleden heeft gespeeld tussen Vacansoleil en Campingholidays-vvo Nederland.

De zaak over "Camping Holidays"

Vacansoleil is in Europa marktleider in kampeervakanties. Zij biedt kampeervakanties aan op ruim 325 campings in 16 landen in Europa. Vacansoleil gebruikt als handelsnaam "Vacansoleil Camping Holidays". Die naam is bij het kampeerpúblik heel bekend. Vacansoleil heeft veel reclame gemaakt om haar handelsnaam Vacansoleil Camping Holidays bekendheid bij het públik te geven. Op enig moment wordt Vacansoleil geconfronteerd met een organisatie die kampeervakanties aanbiedt onder de naam Campingholidays-vvo Nederland en als domeinnaam camping-holidays-vvo.nl gebruikt. Vacansoleil is niet blij met het gebruik van een deel van haar handelsnaam en maakt daartegen bezwaar.

Oordeel rechter

Duidelijk is dat campingholidays niet meer is dan een letterlijke vertaling van het woord kampeervakanties. Het Gerechtshof Arnhem overweegt dat Vacansoleil door in haar handelsnaam de woorden camping en holidays op te nemen, zélf het risico heeft genomen dat andere marktpartijen bij het aanbieden van hun kampeervakanties gebruikmaken van een deel van de handelsnaam van

Vacansoleil. Daarbij is, aldus het Hof, van belang dat het gebruik van Engelstalige aanduidingen voor aangeboden producten in Nederland bepaald niet ongebruikelijk is, zeker niet in de reisbranche. Dat Vacansoleil in haar handelsnaam niet de productaanduiding "kampeervakanties", maar het Engelse camping holidays gebruikt, kan geen alleenrecht op die term bewerkstelligen. Ook al heeft Vacansoleil zeer veel reclame gemaakt om de handelsnaam Vacansoleil Camping Holidays bij het públik de bekendheid te geven die deze bezit, Vacansoleil kan een concurrent het gebruik van de woorden camping holidays als (onderdeel van een) handelsnaam niet verbieden. De reclame-inspanningen hebben niet tot beschermingswaardige inburgering van de term "Camping Holidays" (zonder het voorvoegsel Vacansoleil) kunnen leiden.

Eventuele verwarring die zich voor kán doen bij het públik door het gebruik van de term camping holidays door Camping Holidays-vvo Nederland kan Vacansoleil haar concurrent niet verwijten, omdat de oorsprong van die verwarring schuilt in de keuze van Vacansoleil een – niet monopoliseerbare – productaanduiding in haar handelsnaam op te nemen.

Tot slot

Dat Vacansoleil over het gebruik van een deel van haar handelsnaam door haar concurrent uitvoerig is gaan procederen, dat geeft wel aan dat kamperen big business is geworden en de belangen in de kampeerindustrie groot zijn geworden. Er is veel veranderd in 30 jaar tijd. Kamperen is een écht product geworden. Maar voor wie terugverlangt naar vroeger: er worden ook kampeervakanties aangeboden waarbij ter plaatse gebruik kan worden gemaakt van een oude 2CV om over landweggetjes rond te rijden. Voor het échte ouderwetse vakantiegevoel.

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

