

BV Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door BV Rendement

BV Rendement is het nieuws- en adviesmagazine voor directeuren-grotaandeelhouders en ondernemers in het MKB. In BV Rendement leest u maandelijks praktische artikelen over onder meer fiscale wet- en regelgeving, financiële zaken en arbeidsrechtelijke onderwerpen én alle overige actuele informatie met betrekking tot uw bedrijfsvoering.

BV Rendement biedt u onder andere:

- nieuws over veranderende wet- en regelgeving;
- rubrieken met concrete adviezen en tips die u direct in de praktijk kunt brengen;
- artikelen over ondernemerskwesties als het gebruikelijk loon, de auto van de zaak en ontslagrecht;
- marktanalyses over onder meer arbodienstverleners, tankpassen en incassobureaus;
- wekelijkse e-mailservice met het allerlaatste nieuws;
- een aanvulling op de inhoud van elke uitgave met praktische, online tools.

Kijk voor meer informatie of een proefabonnement op www.rendement.nl/bvblad

Wat een goed idee!

Creatievelingen die de ene na de andere innovatie opdissen zitten in deze tijd op rozen. Op het eerste gezicht simpele apps veroveren in korte tijd de wereld. Als u een idee ontwikkeld heeft voor zo'n app, wilt u niet dat anderen met dat succes aan de haal gaan. Uw idee moet dus beschermd worden. Er zijn goede methoden om intellectueel eigendom te beschermen. Maar helaas zijn er ook onzinnige methoden. Die leiden tot geldverspilling en een vals gevoel van veiligheid.

De creatieve industrie is een steeds belangrijker onderdeel van de economie. Het gaat daarbij al lang niet meer om een klein clubje vage kunstenaars. Iedere sector heeft behoefte aan ideeën, content, concepten. Innovatie vereist creativiteit. Maar als al die borrelende creativiteit eenmaal zichtbaar is voor de buitenwereld, is die ook simpel te kopiëren.

Waarde

U moet dus op zoek naar bescherming, maar niet alle methodes zijn even nuttig. Het bekendste voorbeeld van een zinloze methode is het 'copyright'-teken ©. Dat was vroeger in de Verenigde Staten noodzakelijk om het auteursrecht veilig te stellen. Maar in Nederland heeft het geen

enkele waarde. U heeft automatisch al het auteursrecht op door u geschreven teksten. Zelfs als u het zou willen, kunt u dat nergens registreren. Vermelding van het ©-teken heeft misschien wel een waarschuwend effect. U benadrukt daarmee dat het uw tekst is. Een rechter zal daar niet van onder de indruk zijn, maar iemand die overweegt met uw tekst aan de haal te gaan misschien wél.

Intellectueel eigendom is een verzamelbegrip. Sommige intellectuele eigendomsrechten, zoals auteursrecht, zijn automatisch beschermd. Voor bescherming van andere rechten, bijvoorbeeld een merk, is registratie nodig. De kern van het Nederlandse intellectuele eigendomsrecht is dat het 'creatieve prestaties' beschermt. Het moet ten eerste gaan om

iets creatiefs, iets oorspronkelijks. Zomaar wat letters achter elkaar zetten is niet creatief. De tekst op uw website waarin u beschrijft wat uw bv bijzonder maakt, is dat wel. Ten tweede moet het gaan om een prestatie. Alleen een idee is dus niet genoeg. U moet het idee uitwerken, bijvoorbeeld in de vorm van een tekst, een logo of een merknaam. De eis dat het moet gaan om een uitwerking, zorgt in de praktijk nogal eens voor frustratie. Als u de markt gaat veroveren met een briljant en origineel idee, mag ieder ander een onderneming starten die precies hetzelfde doet. Alleen de vorm waarin u het doet (uw merknaam, vormgeving, de teksten op uw website) zijn beschermd. Uw idee niet. De gedachte hierachter is dat ideeën vrij moeten zijn. Een exclusief eigendomsrecht op ideeën zou de concurrentie onnodig belemmeren.

Letterlijk

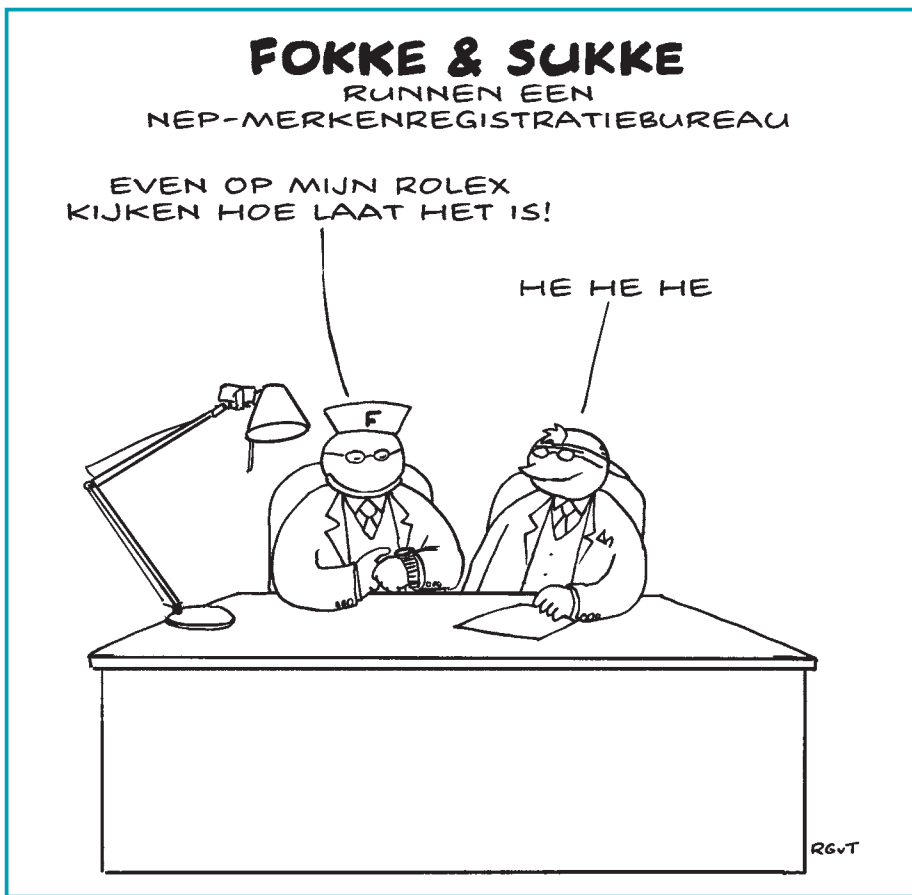
Registratie van een creatief idee biedt dus geen extra bescherming. Toch zijn er bureaus die aanbieden om uw idee te registreren en vast te leggen op welke datum u met dat idee kwam. U kunt daarvoor ook bij iedere notaris terecht. Toegevoegde waarde heeft het niet. U bereikt er alleen mee dat u met de eer kunt strijken dat u een bepaald idee als eerste had.

Als u een app heeft bedacht, heeft het geen zin om concurrenten te bestrijden die een app aanbieden met dezelfde functionaliteit. Dat mag namelijk. Op de uitwerking van de app rust auteursrecht, op het idee niet. Concurrenten mogen uw app dus niet letterlijk kopiëren, maar ze mogen wel uw idee gebruiken om zelf iets te maken. Over auteursrecht op apps is nog niet zo veel geprocedeerd, maar iets soortgelijks speelt bij televisiefor-

Flodder is beschermd, een willekeurige asociale familie niet

Een opzet voor een tv-programma levert nog geen auteursrecht op. Anderen mogen dus ook aan de slag met dat idee. Pas als het programma een heel eigen, oorspronkelijk karakter heeft en het persoonlijk stempel van de maker draagt, komt het auteursrecht in beeld. Zo oordeelde

de rechter dat op de uitwerking van de film- en televisieserie Flodder auteursrecht rust. Het gaat daarbij om specifieke elementen, kenmerkende personages, bijfiguren en steeds terugkerende situaties. Alleen maar het idee van een asociale familie is niet auteursrechtelijk beschermd.



mats. Meestal is de uitkomst dat het format geen auteursrechtelijk beschermd werk is (zie het kader links).

Als u een briljante app heeft ontwikkeld, kunt u zich het beste richten op het zo snel mogelijk veroveren van de markt. Maak gebruik van het feit dat u de eerste bent. Zorg er bovendien voor dat de 'look and feel' (de uitwerking) van de app goed is. Daarmee veroverd u het publiek en dat is het deel van uw idee dat beschermd is. U heeft het auteursrecht op allerlei aspecten van de lay-out. Ook op vormen en kleuren kunt u auteursrecht of zelfs een merkenrecht registreren ('KLM-blauw' bijvoorbeeld). Als het maar gaat om een concrete uitwerking. De 'sfeer' die bij uw stijl hoort, kunt u niet beschermen.

Uw bedrijfsgeheimen moet u uiteraard wel beschermen, ook als u daar geen intellectueel eigendomsrecht op kunt claimen. Als u speciale marketingtactieken heeft ontwikkeld of technische procedures, moet u ervoor zorgen dat die geheim blijven. Spreek dus met uw werknemers en opdrachtnemers af dat zij dit soort in-

formatie geheimhouden en koppel daar een afschrikwekkende boete aan. Die mag heel hoog zijn.

Registratie van uw merknaam is vaak wel zinvol. U kunt kiezen uit het merkenregister voor de Benelux (het BBIE) of het Europese register (EUIPO). Een centraal register voor de hele wereld bestaat niet. Uw eerste gedachte is misschien dat uw merk ten minste in heel Europa geregistreerd moet zijn. Alleen de Benelux geeft geen blijk van geweldige ambities. Toch kan dit juist een handige keuze zijn. Als u het merk Europees wilt registreren, is

de kans veel groter dat de naam, of een naam die erop lijkt, al gebruikt wordt. Als zo'n merkhouders in pakweg Bulgarije bezwaar maakt, krijgt u geen bescherming. Ook niet in Nederland.

Bovendien moet voor Europese registratie het merk in iedere taal creatief zijn en niet 'beschrijvend' voor het product waar het bij hoort. Als u kleding op de markt wilt brengen onder de ronkende merknaam Calzoncillos, is registratie in het BBIE geen probleem. In het EUIPO zal het geweigerd worden omdat dit gewoon Spaans is voor 'onderbroek'. Ook geldt bij Europese merken de eis dat het merk echt in meerdere landen gebruikt wordt. Als u het merk alleen in Nederland gebruikt, loopt u dus het risico dat het vervallen wordt verklaard. Dit risico speelt niet bij een Benelux-registratie.

Toeslaan

Als iemand zonder toestemming uw geregistreerde merk gebruikt, kunt u hard toeslaan. Uiteraard kunt u een verbod eisen op het gebruik, met een dwangsom. Maar u kunt de producten die inbreuk maken ook in beslag laten nemen en vernietigen. Zo kreeg de producent van tijgernootjes het onlangs voor elkaar dat de maker van girafnootjes gedwongen moest stoppen met de verkoop. Alle girafnootjes moesten binnen tien dagen uit de winkels worden gehaald en vernietigd worden. Voor elk girafnootje dat daarna nog verkocht werd, moest € 10.000 betaald worden. Vrij afschrikwekkend dus.

Bert van Mieghem, advocaat bij Wybenga Advocaten, e-mail: vanmieghem@wybenga-advocaten.nl

Overdrijven met merken registreren is ook een vak

Overdrijf niet met het registreren van merken. Als u een merk registreert dat u vervolgens niet gebruikt in de markt, kan het na vijf jaar vervallen worden verklaard. De koninklijke familie registreerde uit voorzorg de namen van hun pasgeboren kinderen voor een groot aantal catego-

rieën producten en diensten. Juist ook in categorieën waarin zij de merknaam zelf zeer zeker niet zouden gaan gebruiken. Door de registratie kon in ieder geval in de eerste vijf jaar niemand gebruikmaken van de namen als merknaam. Maar daarna verviel de bescherming.