

Website kan met boodschappen van derden in de fout gaan

Het Financieele Dagblad 26 juni 2008

Maarten Haak

Websites met door derden aangeleverde 'content' kunnen medeverantwoordelijk zijn voor merk- of auteursrechtinbreuken. Goed nieuws voor de rechthebbenden!

Een Franse handelaar gebruikte als Google Adwords 'namaak Louis Vuitton' – een evidente inbreuk op het wereldbekende merk. Modehuis LVMH pakte echter niet de handelaar aan maar Google zelf. Want Google liet die inbreuk toe en deed zelfs suggesties voor zulke inbreukmakende Adwords. Ging Google hier vrijuit? Nee, vond de Franse rechter vooralsnog. Ook veilingssite Ebay moest in Frankrijk en Duitsland schadevergoedingen betalen aan Hermès en Rolex na verkopen van namaakproducten via Ebay. De sites werden medeverantwoordelijk gehouden voor uitingen van klanten.

Naast merkhouders zijn ook auteursrechthebbenden in beweging gekomen tegen internetsites met inbreukmakend materiaal van derden. Zo diende tv-concern Viacom in Amerika een miljardenclaim in tegen YouTube omdat filmmateriaal zonder haar toestemming via Youtube beschikbaar was gesteld. In Nederland is het structureel faciliteren van inbreuken via websites ook al meermalen onrechtmatig geacht.

De websitebeheerders verwijzen consequent naar de adverteerder of uploader ('die neemt het initiatief'). Zij geven slechts door en willen zich niet met de inhoud bemoeien. Geen controle vooraf dus, maar een 'notice & takedown procedure'. Na een klacht wordt een inbreukmakende advertentie of film verwijderd.

Er zijn sites die (aangemelde) merkhouders actief waarschuwen bij nieuwe advertenties waarin het merk voorkomt. De merkhouder kan deze dan goed- of afkeuren. Bij misbruik door de merkhouder houden de waarschuwingen op. Ebay en Google werken al zo, maar Google heeft het systeem in Engeland alweer gewijzigd. Daar komen advertenties met een concurrerend merk als keyword weer gewoon tevoorschijn.

Het wringt dat van de extra winst die de sites door inbreuken van derden genereren nog geen cent naar de rechthebbende gaat. Die moet maar een duur controlesysteem onderhouden om tijdig te kunnen ingrijpen. Hier past een controle aan de poort.

In de Louis Vuitton-zaak heeft de Franse rechter het Europese Hof van Justitie gevraagd hoe het merkenrecht zich verhoudt tot het e-commercerecht. Is Google medeverantwoordelijk voor inbreukmakende Adwords van klanten? Moet Google extra winst afdragen? Of fungeert het hier als 'doorgeefluik' van content van derden, zonder eigen positie? De uitkomst zal ook belangrijk zijn voor mogelijke claims tegen filmpjes-websites zoals YouTube en 123 Video. Sites met user generated content doen er goed aan de Louis Vuitton-zaak nauwlettend te volgen.

Maarten Haak is partner intellectuele eigendom bij Hoogenraad & Haak advocaten (advertising + IP) te Amsterdam.