

Wil de echte Kabouter Plop nu opstaan?	1
VvAA / ConQuaestor: zelf doorgaan met een gezamenlijk werk	2
RCC beslist katachtig snel: Lidl maakt het te bont met Formil	3
Pottertjes, the original	4
Ook problemen met Packshot Creator?	4
De een z'n dood is de ander z'n brood	5
Levensmiddel / geneesmiddel? The story continues...	6
... twijfel-criterium geen soelaas bij voedingssupplementen (?)	7
ICI Paris: nieuwe kansen in hoger beroep oppositie?	8
Google Spain en het recht om vergeten te worden	9
Downloaden uit illegale bron in Nederland nu verboden	10
Databescherming en privacy: nieuwe wetgeving in de maak	11
Uitingsvrijheid vs. privacyrecht: uitkomst kan verkeren	12
Samenwerking reputatiemanagement Hoogenraad & Haak / Porter Novelli	13
Verliefd en verloofd	13

Wil de echte Kabouter Plop nu opstaan?

Het Belgische Studio 100 exploiteert *characters* zoals K3, Kabouter Plop en Piet Piraat. Altijd in een combinatie van een televisieshow, optredens en



merchandising zoals boekjes en andere gadgets. De personages hebben een vaste combinatie van een groot aantal kenmerken en zijn daardoor goed herkenbaar. Twee acteurs haakten erop in met de kindershows *Pret Piraat* en *Vrolijke Kabouters*.

Maar Kabouter Plop (hier links) en Piet Piraat zijn een "eigen intellectuele schepping" en dus auteursrechtelijk beschermd. De [rechtbank Amsterdam oordeelde deze maand](#) dat de Vrolijke Kabouters (rechtsonder) en Pret Piraat bijna dezelfde serie kenmerken vertoonden, en dus inbreuk maakten op de characters van Studio 100. Wat maakt deze zaak dan interessant? Al in 2005 schreven de acteurs niet te zullen stoppen met Pret Piraat. Pas in 2012 kwam er een vervolgactie: er was ook een kaboutershow bij gekomen. Had Studio 100 toen een probleem vanwege de lange tijd? Neen. Enkel tijdsverloop maakt handhaving van IE rechten niet onmogelijk. Studio 100 procedeerde en haalde alsnog haar gelijk.



Maarten Haak

VvAA / ConQuaestor: zelf doorgaan met een gezamenlijk werk

Emma en Piet maken samen een tekening: tien dieren in een bos. Zij hebben nu een gezamenlijk auteursrecht. Maar Emma is nog niet tevreden en tekent er nog een vijver bij met wat goudvissen. En dan zet ze de tekening op Facebook: "Mijn nieuwste tekening". Piet vindt de vijver maar niks. En hij voelt zich bestolen – hij had toch ook aan de tekening meegewerkt? Hoe zit het als je samen met een ander een werk hebt gemaakt – mag je dat werk dan zonder diens medewerking veranderen en gebruiken? Geschillen over gezamenlijk auteursrecht komen maar zelden voor de rechter.

Deze keer wel. VvAA is de belangrijkste belangenorganisatie in het hart van de gezondheidszorg en uitgever van o.a. *Arts & Auto*. ConQuaestor is een adviesorganisatie op financieel gebied. In 2012 bundelden VvAA en ConQuaestor hun krachten om samen onderzoek te doen naar integraal risicomanagement in de gezondheidszorg. Dit onderzoek mondde in juni 2013 uit in een gezamenlijk rapport.



Begin 2014 kwam ConQuaestor ineens met een nieuwe versie van het eerste rapport met dezelfde onderzoeksopzet, dezelfde vraagstelling en tientallen stukken tekst die letterlijk uit het eerste rapport waren overgenomen. VvAA verzette zich tegen deze inbreuk op het gezamenlijk auteursrecht op het eerste rapport. De voorzieningenrechter kwam *eraan te pas*. ConQuaestor moest het tweede rapport snel terugroepen en rectificeren: "*ConQuaestor heeft inbreuk gemaakt op auteursrechten*". De media uit de zorgwereld pikten het bericht op en onderstreepten ook nog dat ConQuaestor een fors deel van de proceskosten moest vergoeden.

En Piet? Die had gelukkig een foto gemaakt van de tekening zonder vijver. Emma zet die snel op Facebook. Vindt Piet leuk.

VvAA werd in deze zaak bijgestaan door Maarten Haak en Daan van Eek.

RCC beslist katachtig snel: Lidl maakt het te bont met Formil

In februari 2014 testte de Consumentenbond witwasmiddelen. Het huismerk van Lidl kwam goed uit de test: Formil Ultra Plus werd tweede en verdiende daarmee het recht om het predicaat "Beste uit de test" te voeren. Formil Aktiv werd vierde, en mocht zich vanwege de goede prijs/kwaliteitverhouding "Beste koop" noemen.



De testresultaten vormden voor Lidl aanleiding om op grote schaal te adverteren met "FORMIL HET BESTE WASMIDDEL" boven afbeeldingen van verpakkingen Formil Ultra Plus en Formil Aktiv met daarbij de toegekende predicaten (zie hiernaast). Dat ging Unilever te ver. Dat Formil het goed had gedaan in een test van *witwasmiddelen* betekent immers nog niet dat Formil zich zonder meer "het beste wasmiddel" mag noemen. In de reclame-uitingen van Lidl stond niet duidelijk dat de

test van de Consumentenbond zich had beperkt tot witwasmiddelen, en ook uit de afbeeldingen van de verpakkingen bleek niet dat het om witwasmiddelen gaat. Daardoor kon – in combinatie met de heading "FORMIL HET BESTE WASMIDDEL" – de suggestie worden gewekt dat de afgebeelde wasmiddelen de beste zouden zijn van *alle* wasmiddelen, dus ook bontwasmiddelen en fijnwasmiddelen.

Omdat de huishoudbeurs voor de deur stond verzocht Unilever de Reclame Code Commissie om de zaak met uiterste spoed te behandelen. Ruim een week na het indienen van de klacht had de

Commissie de zaak al behandeld én uitspraak gedaan. Unilever kreeg gelijk, de reclames van Lidl werden door de RCC misleidend bevonden. Lidl ging in hoger beroep bij het College van Beroep van de RCC, maar kreeg daar **nul op het rekest**.

Lidl heeft de advertenties aangepast (zie hierboven).

Unilever werd in deze schone zaak bijgestaan door Daniël Haije



Pottertjes, the original

Wie kent ze niet? De halfharde, kussenvormige Potter's droppastilles met een mentholachtige smaak. In de volksmond 'potterjes'. Vorig jaar is de vorm gewijzigd: ronde kogeltjes in het bekende blikje. Qua smaak ongeveer hetzelfde, maar als je erop kauwt spatten ze als glas uiteen, aldus klager. Toen hij in de



winkel een blikje zag met daarop de tekst "Verbeterde formule Potter's verfrissende droppastilles Original" verwachtte klager weer die ouderwetse halfharde, kussenvormige pottertjes te proeven. Zijn 'teleurgestelde mondgevoel' was reden voor een klacht bij de RCC. De fabrikant vertelt dat Potter's al sinds

1932 op de markt zijn. 'Potter's original' staat vanaf 1960 op de verpakking, ter onderscheiding van de Mild-variant in een rood blikje. Opdat de pottertjes minder aan elkaar plakken is het productieproces gewijzigd. Vandaar de rondere vorm, iets harder en dus een ander 'mondgevoel'. De Reclame Code Commissie vindt daarom de claim 'Verbeterde formule' niet misleidend. Potter's *Original* verwijst naar de oorspronkelijke smaakvariant. De klacht wordt afgewezen.

De zachte, wat kleverige pottertjes zijn geschiedenis geworden.

Ook problemen met Packshot Creator?

Denigrerend of niet? Fotografen die veel producten fotograferen (pack shot foto's) voor webshops en brochures zagen de vakbladadvertentie 'Ook problemen met Packshot Creator?' voor het product Alphashot. De Benelux-dealer van PackshotCreator maakte bezwaar tegen deze vorm van negatieve vergelijkende reclame.

De Reclame Code Commissie is het hiermee eens.

Het verweer dat packshot creator een beschrijvende term is helpt niet. In de vergelijkende reclame is de naam



geschreven met twee hoofdletters. Dat verwijst voor vakfotografen duidelijk, of in ieder geval impliciet, naar het (beeld)merk PackshotCreator. De advertentie geeft niet concreet aan wat de problemen zijn. Dus zijn de woorden 'ook problemen?' nodeloos denigrerend. Vergelijken mag wel, maar kies je woorden met zorg en maak het concreet.

Ebba Hoogenraad

De een z'n dood is de ander z'n brood

Een merk kan ten onder gaan aan zijn eigen succes. Een merk dat zo alomtegenwoordig is dat het een soortnaam wordt, kan vervallen worden verklaard wanneer de merkhouder zich onvoldoende heeft ingespannen om dit te voorkomen. Dit was het lot van bijvoorbeeld Hagelslag, Ranja en Asphalt. Over die inspanningsverplichting deed het Hof van Justitie een belangrijke **uitspraak**.



De Oostenrijkse onderneming Backaldrin produceert bakmengsels. Dit mengsel wordt onder de merknaam "Kornspitz" verkocht aan bakkers, die hier een kenmerkend langwerpige broodje (met spitse uiteinden) van maken. Backaldrin heeft de bakkers en distributeurs aan wie zij het mengsel leveren toegestaan het broodje onder de merknaam Kornspitz

te gebruiken en te verkopen. Deze afnemers weten dat Kornspitz een merk is. De broodjes die van het mengsel werden gemaakt, werden vervolgens verkocht als Kornspitz-broodjes. Phahnl, concurrent van Backaldrin, stelde dat de eindverbruikers van deze broodjes de naam Kornspitz gebruikten als aanduiding voor lange, spitse broodjes. De eindverbruikers en consumenten zien, zo vond Phahnl, de naam Kornspitz helemaal niet als merknaam, maar als een type broodje. Phahnl eist dat Kornspitz als merk uit het merkenregister wordt verwijderd. Het doel hiervan is evident: Phahnl wil ook de naam Kornspitz voor dit soort broodjes kunnen gebruiken.

De **Europese rechter oordeelt** dat Kornspitz zich onvoldoende heeft ingespannen om te voorkomen dat het merk een soortnaam wordt, nu zij niets heeft ondernomen tegen verkopers van Kornspitz-broodjes die de merknaam Kornspitz gebruikten als soort aanduiding. Een belangrijke uitspraak. Dit betekent namelijk een aanzienlijke uitbreiding van de inspanningsverplichting van de merkhouder. Niet alleen directe afnemers (in dit geval bakkers en distributeurs) moeten erop worden gewezen dat zij het merk niet als soort aanduiding mogen gebruiken: de inspanningsverplichting strekt zich volgens het hof uit over de *gehele* verkoopketen.

Sarah Arayess

Levensmiddel / geneesmiddel? The story continues...



Vorig jaar schreef ik in ons [NIEUWS 2013.01](#) vol verbazing over krill-olie dat als geneesmiddel werd gekwalificeerd en beboet. Inmiddels zet die ongelukkige trend zich voort: levensmiddelen worden steeds vaker beboet op grond van de Geneesmiddelenwet (Gmw). Het meest frappante geval tot nu toe: Becel – u weet

wel, van de kuipjes boter – werd [door de rechter beschouwd als geneesmiddel](#). Gevolg: tweemaal(!) een boete conform het geneesmiddelen-regime.

A raison van EUR 150.000 per stuk. Zeer fikse bedragen. Natuurlijk kan de betreffende onderneming wel tegen een stootje, maar dat praat deze ontwikkeling absoluut niet goed. Waarom worden levensmiddelen opeens (beboet als)

geneesmiddelen? In de zaken die recent voor de rechter kwamen: omdat de producten als geneesmiddelen werden aangeprezen. Voorzien van medische claims die inspelen op het genezen van ziekten. In het jargon van de Gmw heet dit het *aandieningscriterium*. Een product wordt aangediend (aangeprezen) als geneesmiddel. Vóórdat je aan de toetsing naar aandiening toekomt, moet je echter kijken of er *twijfel* bestaat over de aard van het product (is het een geneesmiddel?). Althans, dat is onze mening. [Ons standpunt](#) is gebaseerd op de tekst uit de [Geneesmiddelenrichtlijn](#). Helaas is dit twijfelcriterium niet in de Gmw terecht gekomen. Maar de rechter behoort de Gmw uit te leggen in de geest van de Richtlijn. Voor voedingssupplementen is toepassing van het twijfel-criterium lastiger. Deze producten doen in essentie denken aan geneesmiddelen. Verderop in NIEUWS is te lezen dat de rechter het twijfel-criterium bij voedingssupplementen dan ook (nog) niet volgt. In de Becel-zaken is het twijfel-criterium niet aan de orde gekomen. Los van de regels is het volgens ons ook gewoon *common sense*: zou een product in potentie een geneesmiddel kunnen zijn? Nee? Dan kan de Gmw ook nooit van toepassing zijn. In de markt fluistert men dat de overheid Gmw boetes oplegt omdat die (veel) hoger zijn dan de Warenwetboetes. Een financiële kwestie dus. Maar de onafhankelijke rechter gaat erin mee, dus die geld-suggestie lijkt mij te kort door de bocht.

Hoog tijd voor een zaak waarin een einde aan de onduidelijkheid kan worden gemaakt. Ik pleit graag vóór Warenwetboetes.

Christine Fontaine

... twijfel-criterium geen soelaas bij voedingssupplementen (?)

De hiervoor genoemde juridische discussie pakte in een recente zaak slecht uit voor voedingssupplementen. Een website vermeldde medische claims bij verschillende supplementen, waaronder het kruid Rhodiola en krill olie (daar is ie weer).

Nieuwtjes over de voedingssupplementen legden o.a. een verband tussen Rhodiola en het voorkomen en behandelen van stress. Krill olie werd aanbevolen voor het behandelen van artritis. Volgens de NVWA maken deze aanprijzingen de producten tot geneesmiddelen in de zin van de Geneesmiddelenwet (Gmw). Dus volgde een boete voor verboden geneesmiddelenreclame: EUR 30.000.

Eiseres maakt bezwaar: op de website staat duidelijk vermeld dat de producten voedingssupplementen zijn. Dit is een interessant argument. Naar onze mening is immers alleen bij *twijfel* over de aard van het product de Gmw van toepassing. Door bijvoorbeeld een disclaimer toe te voegen ('geen geneesmiddel', of 'dit is een voedingssupplement') kan bij het publiek misschien voorkomen worden dat de claims het supplement toch tot een geneesmiddel maken.



De rechter gaat hier niet in mee en legt vooral de nadruk op de medische claims. Door die te noemen wordt het volgens de rechter eigenlijk hoe dan ook een geneesmiddel. Die redenering is volgens ons wat kort door de bocht. We doen er goed aan te realiseren dat deze uitspraak een specifieke situatie betrof, die hopelijk geen navolging krijgt.

Ander nieuws uit deze uitspraak: stress is geen ziekte. Reclame voor middelen tegen stress zijn dus niet door het enkel noemen van het woord stress een verboden medische claim. Wat een opluchting ...

Dorothee de Rooy

ICI Paris: nieuwe kansen in hoger beroep oppositie?

Vaste rechtspraak in de Benelux: in hoger beroep van een oppositie kunnen geen nieuwe argumenten worden opgeworpen. In Nederland is de beroepsinstantie het Gerechtshof Den Haag. Alle argumenten moeten in eerste aanleg voor het Bureau



voor de Intellectuele Eigendom (BBIE) worden gevoerd.

Maar hoe moet het dan als bewijsmateriaal niet op tijd boven water is – bijvoorbeeld bewijs van gebruik? Goed

nieuws: zo'n argument mag wel met nieuwe feiten worden onderbouwd. Nieuw bewijs kan dus ook voor het eerst in hoger beroep worden ingediend. Let wel: dan moet de aanspraak die door dat bewijs wordt onderbouwd wél in eerste aanleg zijn gemaakt. Deze zienswijze is in de zaak *ICI Paris* officieel bevestigd door het Benelux Gerechtshof dat de regels van het Beneluxverdrag inzake de Intellectuele Eigendom uitlegt. Publications France Monde mag alsnog bewijzen dat zij haar merk ICI PARIS normaal heeft gebruikt voor o.a. tijdschriften en reclame. In dat geval wordt een merkaanvraag van ICI Paris XL misschien alsnog afgewezen. Op internet vond ik verschillende covers, o.a. van een editie over de verikkelingen van de Franse president Hollande. Maar waarschijnlijk moet het om ouder gebruik van dit merk gaan, en deze cover dekt nog niet de dienstenklasse 'reclame'.

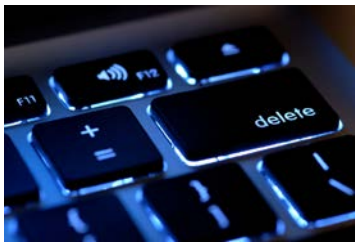


We zullen de komende jaren meer van het Benelux Gerechtshof gaan horen. Zeer waarschijnlijk wordt dat hof de enige beroepsinstantie voor beslissingen van het Beneluxbureau voor de Intellectuele Eigendom (BBIE). Denk aan merkweigeringen en opposities. Nu worden die beroepen nog beslist door gerechtshoven in Den Haag, Brussel en Luxemburg. Er kan nog wel eens een verschil van inzicht bestaan tussen die hoven. Door één bevoegde beroepsrechter aan te wijzen, wordt 'forumshopping' voorkomen. Nu kan een merkaanvraag wellicht zo worden opgetuigd dat deze (zo nodig) door de meest coulante beroepsrechter wordt getoetst. Maar voorlopig blijft het bij het oude: beroepen gaan naar de drie gerechtshoven. De procedure in Nederland is eenvoudig: een beroepschrift, een verweerschrift en desgewenst een mondelinge behandeling. De kosten van zo'n procedure zijn meestal ook beperkt. Laten we hopen dat het Benelux Gerechtshof de procedure net zo simpel houdt.

Maarten Haak

Google Spain en het recht om vergeten te worden

Google jij jezelf weleens? Vast wel. Hoe tevreden ben je met het beeld van jou dat uit de zoekresultaten naar voren komt? Ben je blij met jouw 'Google-identiteit'?



De Spanjaard Mario Costeja González was dat niet. Wanneer via Google werd gezocht op zijn naam kwam een akkefietje met de Spaanse sociale zekerheidsbank naar boven. Niet bepaald bevorderlijk voor zijn reputatie.

González wilde dat deze voortdurende verwijzing naar zijn twijfelachtige sociale-zekerheidsverleden zou ophouden. Hij diende een klacht in tegen (onder meer) Google bij het Spaanse agentschap voor gegevensbescherming (AEPD). De klacht werd gegrond verklaard. Google moest de persoonsgegevens van González uit haar index verwijderen. Google ging hiertegen in beroep bij het Audiencia Nacional, en die instantie stelde vragen aan het Hof van Justitie van de EU (HvJEU) over de uitleg van de gegevensbeschermingsrichtlijn. Het HvJEU stelt vast dat exploitanten van zoekmachines die persoonsgegevens verwerken, verantwoordelijk zijn voor die gegevensverwerking en zich moeten houden aan de privacyregelgeving. Als bepaalde informatie over een persoon privacy-schendend is (omdat die informatie ontoereikend, irrelevant of niet langer relevant is) kunnen de Googles van deze wereld verplicht zijn om links naar die informatie te verwijderen.

Betekent dit nu dat iedereen zijn Google-profiel naar believen kan opschonen? Nee. Het recht op privacy en het "recht om te worden vergeten" van de betrokkene zijn niet absoluut. Er moet wel sprake zijn van een serieuze inmenging in het privéleven van de betrokkene. De inbreuk op de privacy van de betrokkene kan ook worden gerechtvaardigd door het publieke belang om toegang te hebben tot de informatie – bijvoorbeeld als de betrokken persoon een bijzondere rol speelt in het openbare leven.

Inmiddels heeft Google een formulier gepubliceerd waarmee verzoeken om verwijdering van informatie kunnen worden gedaan. Wil je al jaren van die onhandige foto af? Succes toegewenst, maar verwacht niet teveel.

Daniël Haije

Downloaden uit illegale bron in Nederland nu verboden

Nederland was altijd een buitenbeentje als het gaat om kopiëren van materiaal uit illegale bron. Een *legale* bron is bijvoorbeeld gekochte cd. Bij een *illegale* bron kun je denken aan een torrentsite waarvandaan illegaal gekopieerde bioscoopfilms zijn te downloaden. De Nederlandse Auteurswet staat het downloaden van bijvoorbeeld muziek, films en boeken (geen software of games) onder voorwaarden toe via de 'eigen-gebruik exceptie': kopiëren (waaronder downloaden) voor eigen gebruik maakt geen inbreuk op de auteursrechten van de rechthebbende. Daarbij maakt het niet uit of is gekopieerd uit illegale of legale bron. Rechthebbenden worden hiervoor wel gecompenseerd. Daar is de thuishopieregeling voor in het leven geroepen: over dragers die kunnen worden gebruikt om 'eigen-gebruik-downloads' (oftewel: thuishopieën) te maken, wordt een heffing berekend. Een gedeelte van de verkoopprijs van lege cd's,



smartphones, mp3-spelers en tablets gaat via deze regeling naar de rechthebbenden. In de hoogte van de heffing wordt ook rekening gehouden met downloads uit illegale bron. Dat maakt de heffing hoger. ACI, de brancheorganisatie van importeurs en producenten van blanco cd's kwam daartegen in het geweer. Heffen over illegale downloads staat volgens

ACI haaks op de Europese regels. **Het Hof van Justitie**, de hoogste Europese rechter, volgt ACI en stelt vast dat de thuishopieregeling geen betrekking kan hebben op downloads uit *illegale* bron. Dat is strijdig met Europese regels, aldus het hof. Downloaden uit *illegale* bron toestaan moedigt volgens het hof bovendien de verspreiding van illegaal materiaal aan en dat belemmert een goede werking van de interne Europese markt.

De uitspraak van het hof betekent het einde van de Nederlandse thuishopieregeling voor downloads uit illegale bron. Nederland loopt dus weer in de (Europese) pas. Moet de illegaal downloadende consument zich nu zorgen maken? Niet als het aan Brein ligt. Het is voor Brein eenvoudiger om aanbieders van diensten die het illegaal downloaden faciliteren aan te pakken. Dat heeft (voorlopig) prioriteit.

Daan van Eek

Databescherming en privacy: nieuwe wetgeving in de maak

Uit **onderzoek** blijkt dat 7 op de 10 personen zich zorgen maken over wat bedrijven met hun persoonlijke gegevens kunnen doen. Ook op Europees niveau bestaan zorgen over databescherming. Op 12 maart van dit jaar heeft het Europees Parlement daarom een 118 pagina's tellend **voorstel** voor het instellen van de Privacyverordening aangenomen.

De Privacyverordening zal alle oudere regelgeving op dit gebied vervangen en rechtstreeks gelden in alle lidstaten, waaronder Nederland. De consument krijgt het recht om vergeten te worden (zie ons artikel over Google Spain in deze nieuwsbrief), gemakkelijker toegang tot zijn eigen data en wanneer toestemming van de consument noodzakelijk is om persoonlijke gegevens te mogen verwerken, moet deze *expliciet* worden gegeven. Daarnaast moet de consument meteen op de hoogte worden gesteld wanneer sprake is van een datalek dat gevolgen kan hebben voor zijn gegevens.



Met deze en andere maatregelen wil de Europese Commissie zorgen voor heldere regelgeving die in elk Europees land gelijk is. De regels zullen gelden voor alle ondernemingen die in Europa actief zijn. De boetes voor overtreding van de regels kunnen ook flink oplopen: tot wel 2% van de wereldwijde omzet van een onderneming. Of en wanneer het voorstel in werking zal treden hangt af van de Raad van Ministers: die laat in juni van zich horen.

Ook Nederland zit niet stil. Een wetsvoorstel om de Wet bescherming persoonsgegevens te wijzigen ligt nu bij de Tweede Kamer. Een van de wijzigingen is dat elk datalek direct aan de toezichthouder gemeld moeten worden. En in sommige gevallen ook aan de consument zelf. De op te leggen boetes zullen hoger worden, de controles strenger.

De bescherming van privacygevoelige informatie wordt steeds belangrijker, en de sancties worden serieuzer. Het is aan te raden nu alvast in te spelen op deze aanstaande veranderingen.

Sarah Arayess

Uitingsvrijheid vs. privacyrecht: uitkomst kan verkeren

RTL zendt de programma's 'Ontvoerd' en 'Project P' uit. Het eerste programma helpt mensen hun ontvoerde kind terug te halen naar Nederland. Het tweede stelt pesten aan de kaak door middel van het tonen van verborgen-camerabeelden. Verschillende procedures speelden recent om uitzendingen van deze programma's tegen te houden. Steeds speelde dezelfde belangenafweging. Wat gaat voor: de uitingsvrijheid van RTL, of het recht op privacy van de gefilmde personen?

Een aflevering van 'Ontvoerd' behandelde een precare gezinssituatie: een kind ging met zijn ouders op vakantie bij de grootouders in Suriname. Vader ging terug naar Nederland, de moeder overleed kort daarna. Het kind bleef achter in Suriname. Gevolg: touwtrekkerij over de voogdij, waarbij de vader in eerste instantie de voogdij kreeg toegewezen. De vader wilde de uitkomst van alle rechtszaken niet afwachten en haalde het kind met hulp van het programma 'Ontvoerd' naar Nederland. De grootouders wilden voorkomen dat hiervan beelden werden vertoond door RTL. De voorzieningenrechter woog de vrijheid van meningsuiting van RTL af tegen de (privacy)rechten van de grootouders. **De rechter liet** in dit geval de uitingsvrijheid het zwaarst wegen. RTL had namelijk al enkele toezeggingen gedaan: zij zou in de uitzending vermelden dat het om een atypische situatie ging en de grootouders werden niet beschuldigd van (kinder)ontvoering. Bovendien zouden zij niet herkenbaar in beeld komen en had de grootmoeder zelf al breeduit in de media verslag gedaan. De uitzending van Ontvoerd zou dus niet extra belastend zijn, aldus de rechter.

De zaak over RTL's 'Project P' had een andere uitkomst: heimelijk gemaakte camerabeelden van pesters in de school van een pestslachtoffer **maakten volgens de(zelfde!) rechter** onevenredige inbreuk op de persoonlijke levenssfeer van de leerlingen, omdat de school een veilige, niet-openbare ruimte is. Leerlingen moeten erop kunnen vertrouwen dat daar geen camerabeelden worden gemaakt. RTL mocht deze beelden niet uitzenden en paste het programma aan. Een mooie balans denk ik: de veilige omgeving van de school blijft voor de leerlingen gewaarborgd, terwijl het pesten stevig op de kaart is gezet. Ik hoop dat het helpt.

Daan van Eek



Samenwerking reputatiemanagement Hoogenraad & Haak / Porter Novelli



Hoogenraad & Haak advertising + IP advocaten en het leidende wereldwijde PR-bureau Porter Novelli zijn een samenwerking gestart om bedrijven en bestuurders die negatief in de publiciteit (dreigen te) komen gezamenlijk ondersteuning te bieden. Vaak worden een communicatieve en juridische aanpak gezien als twee gescheiden strategieën. Hoogenraad & Haak en Porter Novelli zien juist voordelen in een geïntegreerde benadering. Klanten met mogelijke issues op het gebied van merken of consumenteninformatie kunnen gebruikmaken van een ervaren issues- en crisisteam waarin beide kantoren vertegenwoordigd zijn. Neem voor meer informatie contact op met Daniël Haije.

Verliefd en verloofd

Heugelijk nieuws: vanaf 1 juli 2014 is Marga Verwoert op vaste basis als advocaat aan ons kantoor verbonden. Voor een aantal cliënten is Marga geen onbekende. Zij werkt al sinds augustus 2013 freelance bij Hoogenraad & Haak. Dat smaakte naar meer. Marga gaat bij ons haar praktijk verder uitbouwen met de bedoeling om op termijn tot de maatschap toe te treden. Verliefd, verloofd, getrouwd!



Marga heeft meer dan 14 jaar werkervaring. De afgelopen jaren deed zij een schat aan ervaring op als zelfstandig advocaat bij verschillende IE-gedreven middelgrote tot beursgenoteerde bedrijven en internationale advocatenkantoren, waar zij de functies van bedrijfsjuristen en advocaten in leidinggevende posities waarnam. Ze versterkt nu ons kantoor met haar kennis van het auteurs- en merkenrecht en alle aanverwante contracten voor de exploitatie van content zoals licentieovereenkomsten en distributieovereenkomsten.

Marga is actief lid van verschillende vakverenigingen, zoals de Beneluxvereniging voor Merken- en Modellenrecht (BMM), de Vereniging voor Auteursrecht (VvA). Daarnaast is ze bestuurslid van de Stichting Entertainment Groep (STEG).

Hoogenraad & Haak, advertising + IP advocaten is een onafhankelijk advocatenkantoor met specialisten op het gebied van reclamerecht, intellectuele eigendom, levensmiddelenrecht en reputatiemanagement. Wij procederen en adviseren creatief, en denken met u mee. Met juridische diepgang én menselijk inzicht. We komen graag in een vroeg stadium met een creatieve oplossing (*hoe kan het wél?*).

Het NIEUWS verschijnt driemaal per jaar. Hierin wordt een aantal ontwikkelingen gesignaleerd; het bevat geen advies. Indien u vragen heeft over een specifiek onderwerp, raden wij u aan gericht juridisch advies te vragen. U heeft onze toestemming het NIEUWS in deze vorm verder te verspreiden. Wie het NIEUWS automatisch wil ontvangen, kan zich op www.hoogenhaak.nl/nieuwsbrief inschrijven. Persoonsgegevens worden uitsluitend gebruikt voor verzending van het NIEUWS. © Hoogenraad & Haak, advertising + IP advocaten 2014.

Eindredactie: Daniël Haije

Hoogenraad & Haak, advertising + IP advocaten
Ebba Hoogenraad, partner (reclamerecht + productinformatie)
Maarten Haak, partner (intellectuele eigendom)
Daniël Haije, partner (reclamerecht, IE en reputatiemanagement)
Marga Verwoert, counsel
Daan van Eek, advocaat
Christine Fontaine, advocaat
Dorothee de Rooy, advocaat
Sarah Arayess, juridisch medewerker

kantoor
Emerald House
Jozef Israëlskade 48-G
Amsterdam
t 020 – 305 3066
www.hoogenhaak.nl

post
postbus 76780
1070 KB Amsterdam
e info@hoogenhaak.nl
f 020 – 305 3069
kvk 34314579