

0263575700

vonnis

„In naam der Koningin!”

RECHTBANK ARNHEM

Sector civiel recht

zaaknummer / rolnummer: 142718 / KG ZA 06-433

Vonnis in kort geding van 16 augustus 2006

in de zaak van

1. de naamloze vennootschap
KONINKLIJKE KPN N.V.,
gevestigd te 's-Gravenhage,
2. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid
KPN TELECOM B.V.,
gevestigd te 's-Gravenhage,
eiseressen bij dagvaarding van 6 juli 2006,
procureur mr. L. Paulus,
advocaat mr. R.E. van Schaik te Amsterdam,

tegen

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid
UPC NEDERLAND B.V.,
gevestigd te Amsterdam,
gedaagde,
procureur mr. L. Paulus,
advocaat mr. P.L. Reeskamp te Amsterdam.

Eiseressen zullen hierna afzonderlijk respectievelijk KPN N.V. en KPN Telecom worden genoemd. Gezamenlijk zullen zij in enkelvoud KPN genoemd worden. Gedaagde zal hierna UPC worden genoemd.

1. De procedure

- 1.1. Het verloop van de procedure blijkt uit:
 - de dagvaarding
 - de mondelinge behandeling
 - de pleitnota van KPN
 - de pleitnota van UPC.

- 1.2. Ten slotte is vonnis bepaald.

2. De feiten

- 2.1. KPN is aanbieder van telefoon-, internet- en televisiediensten. Een van die diensten is 'Voice over Internet Protocol' ('VoIP'). Dat is telefoneren via een internetaansluiting.

0263575700

142718 / KG ZA 06-433

16 augustus 2006

2

2.2. KPN N.V. heeft op 2 maart 1993 onder inschrijfnummer 529431 het woordmerk 'KPN' laten registreren voor de Benelux in onder meer klasse 9 (apparatuur, rand-apparatuur, hulpapparatuur, componenten, netwerken en computerprogramma's in relatie tot (tele)communicatie en (kantoor)automatisering, alsmede in relatie tot de opslag, het transport en de verwerking van gegevens, documenten en goederen), klasse 12 (transportmiddelen), klasse 38 (transport, opslag en verwerking van licht-, geluid-, data-, informatie- en beeldsignalen, alsmede het beschikbaar houden van de daarvoor benodigde telecommunicatie-infrastructuur; elektronisch transport van documenten en berichten) en klasse 39 (verzamelen, transporteren en afleveren van documenten en goederen; opzetten en beheren van transportnetten en andere transportvoorzieningen; beheren van aan- en afleverpunten en verwerkings- en distributie-centra voor documenten en goederen; verhuur van transportmiddelen).

2.3. KPN N.V. heeft bij licentieverklaring van 21 juli 2006 aan KPN Telecom een onbeperkte licentie verleend tot het gebruik van het woordmerk KPN.

2.4. UPC is een kabelmaatschappij. Sinds 2004 biedt zij de mogelijkheid om via haar televisiekabelnetwerk te telefoneren en/of te internetten. UPC heeft voor die mogelijkheid reclame gemaakt op internet, in folders en kranten en in radio- en televisie-commercials. In de advertenties en commercials is onder meer de tekst gebezigd 'en KPN heb je dus helemaal niet meer nodig' dan wel 'en u heeft geen KPN meer nodig' of 'Geen KPN meer nodig' dan wel 'U heeft geen KPN-abonnement meer nodig'. Soms is ook de tekst 'KPN opzeggen' gebruikt. In de radio-commercials is tevens gezegd 'Dus, doe net als die 750.000 bellers en internetters die al zijn overgestapt'. Op internet heeft UPC de tekst gezet 'Al 750.000 bellers/internetters'.

3. Het geschil

3.1. KPN vordert om bij wege van voorlopige voorziening bij uitvoerbaar bij voorraad verklaard vonnis,

- a. UPC te bevelen om met onmiddellijke ingang na betekening van het vonnis te staken en gestaakt te houden het (doen) openbaar maken van de uitingen zoals weergegeven in de producties 4 tot en met 9;
- b. UPC te bevelen om met onmiddellijke ingang na betekening van het vonnis te staken en gestaakt te houden iedere inbreuk op de merkrechten van KPN, meer in het bijzonder door het gebruik van de slogan 'geen KPN meer nodig', alsmede varianten daarop, waaronder mede te verstaan 'Geen KPN nodig' 'KPN heb je helemaal niet meer nodig', 'U heeft geen KPN-abonnement meer nodig' en 'KPN opzeggen', op de wijze als zij dit thans in haar reclame-uitingen doet;
- c. UPC te bevelen om met onmiddellijke ingang na betekening van het vonnis te staken en gestaakt te houden het publiekelijk doen van mededelingen die stellen of suggereren dat UPC 750.000 abonnees voor internet en telefonie heeft indien UPC niet daadwerkelijk 750.000 verschillende abonnementen voor telefonie en internet heeft afgesloten;

0263575700

142718 / KG ZA 06-433
16 augustus 2006

3

- d. UPC te bevelen om binnen 24 uur na betekening van dit vonnis op de homepage van de websites www.upc.nl en www.adslinruilweken.nl een rectificatie op te nemen in blauwe letters ('UPC-blauw') tegen een witte achtergrond, zonder begeleidend schrijven, gedurende een periode van vier weken, met uitsluitend de volgende tekst:

"Rectificatie

Recentelijk hebben wij een advertentiecampaignede gevoerd voor het gebruik van internet en telefonie via de kabel. Daarbij hebben wij aangegeven dat u daarvoor geen KPN meer nodig heeft.

Daarnaast hebben wij gecommuniceerd dat reeds 750.000 internetters en bellers naar UPC zijn overgestapt.

De Voorzieningenrechter van de Rechtbank te Arnhem heeft geoordeeld dat onze mededelingen misleidend zijn en inbreuk maken op de merkrechten van KPN.

UPC Nederland B.V. "

of meteen andere door de voorzieningenrechter te bevelen tekst, waarbij deze tekst moet worden geplaatst in een kader dat even groot is als één zesde gedeelte van die homepage.

- e. UPC te bevelen om binnen 5 dagen na betekening van dit vonnis op eigen kosten een paginagrote advertentie te plaatsen in De Volkskrant, De Telegraaf, de NRC, het Parool, de Metro en de Spits, zonder enig commentaar of toevoeging in welke vorm dan ook, opgemaakt conform goed drukkersgebruik, in blauwe letters ('UPC blauw') tegen een witte achtergrond, met vermelding van het UPC logo, met de volgende tekst:

"Rectificatie

Recentelijk hebben wij een advertentiecampaignede gevoerd voor het gebruik van internet en telefonie via de kabel. Daarbij hebben wij aangegeven dat u daarvoor geen KPN meer nodig heeft.

Daarnaast hebben wij gecommuniceerd dat reeds 750.000 internetters en bellers naar UPC zijn overgestapt.

De Voorzieningenrechter van de Rechtbank te Arnhem heeft geoordeeld dat onze mededelingen misleidend zijn en inbreuk maken op de merkrechten van KPN.

UPC Nederland B.V. "

of met een andere door de voorzieningenrechter te bevelen tekst,

- f. UPC te bevelen om na betekening van het vonnis bij de eerst mogelijke gelegenheid op eigen kosten op alle televisiezenders waarop de in productie 4

0263575700

142718 / KG ZA 06-433

16 augustus 2006

4

weergegeven commercials zijn uitgezonden, eenmaal in het tijdvak tussen 19.00 en 22.30 uur, gedurende 30 seconden de volgende rectificatietekst in blauwe letters ('UPC blauw') tegen een witte achtergrondkleur te laten uitzenden, zonder begeleidend commentaar:

"Rectificatie

Recentelijk hebben wij een advertentiecampagne gevoerd voor het gebruik van internet en telefonie via de kabel. Daarbij hebben wij aangegeven dat u daarvoor geen KPN meer nodig heeft.

De Voorzieningenrechter van de Rechtbank te Arnhem heeft geoordeeld dat onze mededelingen misleidend zijn en inbreuk maken op de merkrechten van KPN.

UPC Nederland B.V.",

of met andere door de voorzieningenrechter te bevelen tekst;

- g. UPC te bevelen om binnen 2 dagen na betekening van dit vonnis aan de raadsman van KPN, mr. R.E. van Schaik, schriftelijk een juiste en volledige opgave te doen van alle tijdstippen en televisiezenders waarop de televisiecommercials en radiocommercials zoals weergegeven in producties 4 zijn uitgezonden, alsmede om binnen 2 dagen na uitzending van alle rectificaties zoals weergegeven onder sub f schriftelijk een juiste en volledige opgave te doen van alle tijdstippen en televisiezenders waarop deze rectificaties zijn uitgezonden;
 - h. UPC te veroordelen, voor iedere dag of een gedeelte daarvan, dat een overtreding van de conform het sub a, b, c, d, e, f en/of g gevorderde op te leggen bevelen, plaatsvindt, of voortduurt, aan KPN een dwangsom te betalen van € 50.000,00;
 - i. UPC te veroordelen in de kosten van dit geding.
- 3.2. KPN legt aan haar vorderingen ten grondslag dat UPC op grond van artikel 13.A lid 1 sub d van de Benelux-merkenwet (BMW) met de tekst 'geen KPN meer nodig' en de varianten daarop, inbreuk maakt op het woordmerk 'KPN'. Zij stelt daartoe dat UPC geen geldige reden heeft voor het gebruik van het teken 'KPN' zoals UPC dat heeft gedaan. Volgens KPN zijn de genoemde uitingen om die reden ook als ongeoorloofde vergelijkende reclame op grond van artikel 6:194a BW onrechtmatig. De mededeling 'Dus, doe net als die 750.000 bellers en internetters die al zijn overgestapt' en 'Al 750.000 bellers/internetters' is volgens KPN als misleidend onrechtmatig op grond van artikel 6:194 BW. KPN voert daarvoor aan dat UPC met die mededeling suggereert meer abonnees te hebben dan zij in werkelijkheid heeft. KPN stelt een spoedeisend belang bij de vorderingen te hebben. Volgens haar ontstaat er door de reclame-uitingen van UPC bij het publiek een negatief beeld van KPN. Die schade wil KPN met de gevraagde voorzieningen beperken.
- 3.3. UPC voert verweer. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

4. De beoordeling

Bevoegdheid

4.1. De voorzieningenrechter is op grond van artikel 37.A BMW bevoegd om kennis te nemen van de vorderingen, omdat de gestelde merkinbreuk door UPC in reclame-uitingen mede plaatsvindt in het arrondissement Arnhem. De voorzieningenrechter ontleent haar bevoegdheid voorts aan artikel 102 Rv, nu KPN haar vordering mede baseert op de artikelen 6:194 BW en 6:194a BW.

Inhoudelijke behandeling

4.2. In de kern kent dit kort geding twee vragen. Ten eerste of UPC in haar reclame-uitingen zoals weergegeven in de producties 4 tot en met 9 bij de dagvaarding de aanduiding 'KPN' mag gebruiken op de wijze zoals zij daar heeft gedaan en ten tweede of de mededeling dat reeds 750.000 bellers en internetters zijn overstapt naar UPC en de mededeling 'Al 750.000 bellers/internetters' misleidend zijn. Die vragen zullen hierna worden behandeld.

Gebruik 'KPN'

4.3 Op grond van artikel 13.A lid 1 sub d BMW kan de houder van een merk zich verzetten tegen het gebruik van zijn merkteken, wanneer dat teken gebruikt wordt anders dan ter onderscheiding van waren, indien door gebruik, zonder geldige reden, van dat teken ongerechtvaardigd voordeel wordt getrokken uit of afbreuk wordt gedaan aan het onderscheidend vermogen of de reputatie van het merk. Voor toepassing van dit artikel is dus eerst van belang of het merkteken 'KPN' in de tekst 'geen KPN meer nodig' en in varianten daarop, anders wordt gebruikt dan ter onderscheiding van waren. Dat is hier het geval. UPC gebruikt in die teksten het teken 'KPN' niet ter aanduiding van haar waren.

4.4. De vraag rijst vervolgens of UPC een geldige reden heeft voor het gebruik van het teken 'KPN'. Van belang is daarvoor hoe 'geldige reden' moet worden uitgelegd. Volgens UPC hoeft de zinsnede 'geldige reden' in artikel 13.A lid 1 sub d BMW niet meer uitgelegd te worden als 'noodzaak' zoals het Benelux-Gerechtshof dat heeft gedaan (BenGH 1 maart 1975, NJ 1975, 472, BIE 1975) omdat artikel 13.A lid 1 sub d sindsdien is gewijzigd als gevolg van de Eerste Richtlijn van de Raad van 21 december 1988, betreffende de onderlinge aanpassing van het merkenrecht van lidstaten (89/104/EEG) (Pb. EG 1989, L 40/1, zodat voor de invulling van het begrip 'geldige reden' aansluiting moet worden gezocht bij artikel 6 lid 1 van richtlijn 89/104 (de Merkenrichtlijn).

4.5. In artikel 6 lid 1 van Merkenrichtlijn staat onder meer:

"Het aan het merk verbonden recht staat de houder niet toe een derde te verbieden om in het economische verkeer gebruik te maken:

0263575700

142718 / KG ZA 06-433

6

16 augustus 2006

voor zover er sprake is van gebruik volgens de eerlijke gebruiken in nijverheid en handel."

4.6. Het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen heeft in zijn arrest van 17 maart 2005, C-228/03 (Gillette/La-Laboratories) in r.ov. 31 opgemerkt dat artikel 6 lid 1 sub c van de richtlijn "alleen eist dat het gebruik van het merk nodig is om een dergelijke bestemming aan te geven". In r.ov. 39 van dat arrest heeft het hof overwogen dat de geoorloofdheid van het gebruik afhangt van het antwoord op de vraag of dit gebruik nodig is om de bestemming van een product aan te geven. Vervolgens wordt in r.ov. 49 aangegeven wanneer het gebruik niet in overeenstemming is met eerlijke gebruiken in nijverheid en handel. Volgens het hof is dat onder andere het geval als kleinerende uitlatingen over het merk worden gedaan. Naar het oordeel van de voorzieningenrechter volgt, anders dan UPC meent, hieruit niet dat als het gebruik in overeenstemming is met eerlijke gebruiken in nijverheid en handel, in casu als er geen kleinerende uitlatingen worden gedaan, wat volgens UPC het geval is, het merk wel mag worden gebruikt. De voorzieningenrechter is van oordeel dat uit het arrest volgt dat voor de geoorloofdheid van het gebruik van andermans merk er eerst een noodzaak moet zijn voor dat gebruik en dat het gebruik vervolgens in overeenstemming moet zijn met de eerlijke gebruiken in nijverheid en handel.

4.7. De vraag is daarom of het nodig is dat UPC in haar reclame-uitingen gebruik maakt van het merk 'KPN'. Van belang is daarvoor wat UPC beoogt met de uitlating 'geen KPN meer nodig' en varianten op die tekst. UPC wil daarmee overbrengen aan het publiek dat, volgens haar, telefoneren via de kabel als voordeel met zich meebrengt dat de consument geen eigen aansluiting meer hoeft te hebben op het telefoonlijnnennetwerk van KPN. Volgens UPC kan dat alleen gemeld worden op de manier zoals zij heeft gedaan, omdat vaste telefonie door het publiek nog steeds wordt geassocieerd met het telefoonlijnnennet van KPN.

4.8. De voorzieningenrechter vindt het aannemelijk dat het publiek bij vaste telefonie nog steeds denkt aan KPN. Tot voor kort moest de consument voor vaste telefonie immers een aansluiting hebben op het telefoonlijnnennet van KPN. Maar in tegenstelling tot wat UPC vindt, kan UPC juist door dat beeld bij het publiek ook op diverse andere manieren aan het publiek laten weten dat bellen via de kabel betekent dat een (abonnement voor een) eigen aansluiting op het telefoonlijnnennet van KPN niet meer nodig is, zonder gebruik te maken van het merk 'KPN'.

4.9. Nu UPC, voorshands geoordeeld, geen geldige reden heeft voor het hiervoor weergegeven gebruik van het teken 'KPN' is de volgende vraag of UPC ongerechtvaardigd voordeel heeft getrokken uit het gebruik van 'KPN' of dat er door dat gebruik afbreuk is gedaan aan het onderscheidend vermogen of de reputatie van het woordmerk 'KPN'. Anders dan UPC stelt, draaien de onderhavige advertenties en commercials vooral om de boodschap dat de vaste telefonie van KPN niet langer nodig is. Met die boodschap wil UPC het publiek ertoe bewegen om over te stappen. Die boodschap is echter verpakt in ongenueanceerde zinnen zoals 'en u heeft geen KPN meer nodig'. Voor het radio-spotje dat, evenals de tv-commercial, ter zitting te horen is geweest, komt daar nog bij dat de zin 'en u heeft geen KPN meer nodig' op triomfantelijke wijze werd uitgesproken. De voorzieningenrechter is van oordeel dat daarmee afbreuk wordt gedaan aan de reputatie van het merk 'KPN'.

4.11. Tussen partijen is niet in geschil dat hier sprake is van vergelijkende reclame in de zin van artikel 6:194a lid 1 BW tussen de telefoniediensten van KPN en UPC. Uitgangspunt is dat vergelijkende reclame geoorloofd is, mits voldaan wordt aan de voorwaarden genoemd in artikel 6:194a lid 2 BW. In casu zijn de voorwaarden onder e. en g. genoemd van belang. De vergelijkende reclame mag niet de goede naam schaden van of zich kleinerend uitlaten over merken, handelsnamen, andere onderscheidende kenmerken, goederen, diensten, activiteiten of omstandigheden van een concurrent (sub e). Voorts mag de vergelijkende reclame geen oneerlijk voordeel opleveren ten gevolge van de bekendheid van een merk, handelsnaam of andere onderscheidende kenmerken van een concurrent dan wel van oorsprongsbenamingen van concurrerende goederen (sub g). Voor de uitleg van deze voorwaarden is maatgevend Richtlijn 97/55/EG van het Europese Parlement en de Raad van 6 oktober 1997 tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG inzake misleidende reclame teneinde ook vergelijkende reclame te regelen, omdat artikel 6:194a BW strekt tot implementatie van richtlijn 97/55. Waaraan het gebruik van de naam en het merk van de concurrent in vergelijkende reclame moet voldoen, staat in overweging 14 en 15 van de preambule van de richtlijn. Die luiden:

“(14) Overwegende dat het voor een doeltreffende vergelijkende reclame evenwel noodzakelijk kan zijn de producten of diensten van een concurrent aan te duiden door melding te maken van een merk waarvan deze laatste de houder is of van diens handelsnaam;

(15) Overwegende dat een dergelijk gebruik van het merk, de handelsnaam of een ander onderscheidingsteken van een derde, voorzover daarbij de in deze richtlijn vastgestelde voorwaarden worden nageleefd, geen inbreuk vormt op het exclusieve recht van die derde, aangezien er uitsluitend naar wordt gestreefd deze van elkaar te onderscheiden en aldus verschillen op objectieve wijze te doen uitkomen”.

4.12. Uit die overwegingen volgt dat het gebruik van het merk en de handelsnaam ‘KPN’ in een vergelijkende reclame geoorloofd is als dat voor de vergelijking van de producten en diensten noodzakelijk is. De vergelijking moet daarom centraal staan en niet het vergeleken product of de vergeleken dienst. Zoals hiervoor is overwogen gaat het in de advertenties en de spotjes er vooral om dat de diensten van KPN overbodig zijn. Omdat die boodschap ongenuanceerd wordt gebracht staat niet de vergelijking tussen de telefonieproducten van UPC en KPN centraal, maar staat centraal dat (de diensten van) KPN overbodig is (zijn). Dat maakt de reclame-uitingen onrechtmatig op grond van artikel 6:194a BW. Verderop in dit vonnis zal worden ingegaan op de gevolgen hiervan voor de ingestelde vorderingen.

750.000 bellers en internetters

4.13. De tweede kernvraag in dit kort geding is de vraag of de mededeling in een radiospotje van UPC ‘Dus, doe net als die 750.000 bellers en internetters die zijn overgestapt’ en de mededeling op de website van UPC ‘Al 750.000 bellers/internetters gingen u voor’ misleidend zijn in de zin van artikel 6:194 BW.

0263575700

142718 / KG ZA 06-433
16 augustus 2006

8

4.14. Niet in geschil is dat UPC op 31 maart 2006 503.500 abonnees had voor internet en 325.000 voor telefonie. Volgens KPN heeft UPC die aantallen bij elkaar opgeteld om te kunnen suggereren dat zij ruim 750.000 abonnees heeft voor telefonie via de kabel. De voorzieningenrechter verwerpt die stelling van KPN. De boodschap in het overgelegde transcript van de radio-commercial van UPC, is dat je als consument niet de laatste wilt zijn die overstapt naar breedband internet van UPC. Hieruit volgt dat het spotje op meer ziet dan op telefonie alleen. De mededeling 'Dus, doe net als die 750.000 bellers en internetters die al zijn overgestapt' is daarom niet onjuist. Het genoemde aantal ziet immers op het totaal aantal internet- en telefonieabbonementen van UPC. Dat in het spotje niet verteld wordt hoeveel van het genoemde aantal abonnementen alleen telefonie betreft, maakt de mededeling niet onvolledig. Het gaat in dat spotje immers om breedband internet en niet specifiek over telefonie.

4.15. KPN heeft een afdruk van een website van UPC overgelegd over digitale telefonieabbonementen. Daarin staat onder meer 'Al 750.000 bellers/internetters'. Weliswaar wordt op die pagina specifiek reclame gemaakt voor digitale telefonie van UPC, maar de gewraakte mededeling is niet onjuist en ook niet onvolledig. Er wordt op die site uitgelegd dat de UPC kabel niet alleen geschikt is voor (digitale) televisie, maar ook 'de manier is om optimaal gebruik te maken van internet en extra voordelig te bellen'. UPC wil de surfer die op de bewuste pagina is terechtgekomen omdat hij meer informatie wil krijgen over digitale telefonie, er ook op wijzen dat je meer kunt met de kabel dan alleen digitaal telefoneren. De mededeling 'Al 750.000 bellers/internetters' is daarom niet misleidend. Het geeft aan dat UPC al 750.000 abonnees voor digitale telefonie en/of internet heeft en dat is, zoals hiervoor reeds is overwogen niet onjuist en het is ook in deze context niet onvolledig.

De vorderingen

4.16. Op grond van het hiervoor overwogene ten aanzien van het gebruik door UPC van 'KPN', zijn de vorderingen die betrekking hebben op dat gebruik in beginsel toewijsbaar. Voorwaarde voor toewijzing is nog dat KPN daar belang bij heeft. Dat belang is erin gelegen dat KPN schade wil beperken.

4.17. UPC heeft onweersproken gesteld dat het gebruik van 'KPN' in de genoemde teksten is geschied in een reclamecampagne die dit jaar heeft gelopen van week 4 tot en met week 28. De commercials en advertenties van die campagne zijn weergegeven in de producties 4 tot en met 9 bij de dagvaarding. KPN heeft ook niet betwist dat in de huidige reclamecampagne van UPC 'KPN' niet meer wordt gebruikt, althans niet op voor KPN bezwaarlijke wijze. UPC heeft evenwel niet aangegeven dat zij ook in de toekomst geen, althans geen bezwaarlijk, gebruik zal maken van 'KPN'. Dit is voor de voorzieningenrechter aanleiding om de vorderingen sub a. en b. toe te wijzen, zoals hierna vermeld, omdat het voorkomen dat de eerdere of een vergelijkbare reclame-campagne van UPC weer wordt uitgezonden/gepubliceerd, het belang dient dat KPN bij de gevraagde voorzieningen heeft.

4.18. Ten aanzien van de gevorderde dwangsommen overweegt de voorzieningenrechter dat ter zitting is besproken dat het gevorderde bedrag van € 50.000,00 per overtreding met name ziet op de situatie dat UPC in strijd met een toewijzend vonnis in een reclamecampagne identieke of vergelijkbare uitingen over KPN doet als hiervoor besproken. KPN heeft zich op het standpunt gesteld dat deze hoge dwangsom niet bedoeld

maanden na datum van dit vonnis.

4.20. Ten aanzien van het gebruik van 'KPN' zullen de vorderingen sub d. e. en f. worden geweigerd. Bij die vergaande vorderingen tot rectificatie heeft KPN geen belang meer, omdat de gewraakte boodschap al enige tijd niet meer wordt uitgedragen in de media. Voor de vordering onder g. heeft te gelden dat KPN haar belang bij die vordering niet, althans onvoldoende, heeft onderbouwd.

4.21. Voor zover de vorderingen betrekking hebben op de genoemde mededelingen over het aantal abonnees van UPC, zullen die worden afgewezen op grond van het hiervóór onder r.ov. 4.14 en 4.15 overwogene.

4.22. Nu partijen over en weer in het ongelijk zijn gesteld, zullen de proceskosten worden gecompenseerd, in die zin dat iedere partij haar eigen kosten draagt.

5. De beslissing

De voorzieningenrechter

5.1. beveelt UPC om met onmiddellijke ingang na betekening van het vonnis gestaakt te houden het (doen) openbaar maken van de uitingen zoals weergegeven in de producties 4 tot en met 9 bij de dagvaarding;

5.2. beveelt UPC om met onmiddellijke ingang na betekening van dit vonnis gestaakt te houden iedere inbreuk op de merkrechten van KPN, met name in het bijzonder door het gebruik van de slogan 'geen KPN meer nodig', alsmede varianten daarop, waaronder mede verstaan 'Geen KPN nodig' 'KPN heb je helemaal niet nodig', 'U heeft geen KPN-abonnement meer nodig' en 'KPN opzeggen', op de wijze als zij dat heeft gedaan in de reclame-uitingen die zijn weergegeven in de producties 4 tot en met 9 van de dagvaarding;

5.3. bepaalt dat UPC aan KPN een dwangsom verbeurt van € 100,00 voor iedere verspreide "oude" folder of advertentie waarin zij handelt in strijd met het onder 5.1 en/of 5.2. bepaalde en een dwangsom van € 50.000,00 voor iedere keer dat een radio- of tv-commercial wordt uitgezonden, dan wel een nieuwe advertentie wordt gepubliceerd waarin in strijd wordt gehandeld met het bepaalde onder 5.1 en/of 5.2, een en ander tot een maximum van in totaal € 500.000,00;

5.4. bepaalt de termijn in de zin van artikel 260 Rv op zes maanden na de datum van dit vonnis;

5.5. verklaart dit vonnis tot zover uitvoerbaar bij voorraad,

142718 / KG ZA 06-433
16 augustus 2006

10

5.6. wijst het meer of anders gevorderde af.

Dit vonnis is gewezen door mr. I.D. Jacobs en in het openbaar uitgesproken in tegenwoordigheid van de griffier mr. M.J. Daggenvoorde op 16 augustus 2006.



Voor eerste grosse

De Griffier van de
Rechtbank Arnhem