Nieuwsbrief
Bedrijfsjuridische berichten

4 april 2011 / nr. 6

Aansprakelijkheidsrecht
11 Aansprakelijkheid van toezichthouders
(HR 9 juli 2010, *LJN* BL3262, Hof 's-Gravenhage 24 augustus 2010, *LJN* BN4316), HR 17 september 2010, *LJN* BM7678)
prof. mr. T.F.E. Tjong Tjin Tai / 39

Intellectuele eigendom
12 De territoriale aspecten van merkgebruik: een overzicht
(HR 7 mei 2010, *LJN* BL7042)
mr. R. Balk / 43

10164456

Kluwer
a Wolters Kluwer business

Mr. R. Balk[1]

De territoriale aspecten van merkgebruik: een overzicht

12

1. Inleiding

In het merkenrecht spelen territoriale aspecten een grote rol. Zo komt de vraag geregeld aan de orde of het gebruik van een merk binnen een bepaald territorium voldoende is voor een beroep op een bepaald merkenrechtelijk leerstuk. Hierbij wijs ik bijvoorbeeld op de leerstukken 'normaal gebruik', 'inburgering' en 'het bekende merk'.
Is gebruik in één lidstaat voldoende om normaal gebruik in de Europese Gemeenschap of de Benelux aan te nemen? Is veelvuldig gebruik in Nederland voldoende om inburgering in de Benelux aan te tonen? Is gebruik in één lidstaat voldoende om te worden aangemerkt als 'bekend merk' binnen de gehele Europese Gemeenschap of de gehele Benelux?
Voor een antwoord op deze vragen gelden verschillende – op zichzelf staande – criteria, die men goed van elkaar dient te onderscheiden. Dit artikel geeft een praktisch overzicht van deze criteria, de ratio hierachter, de laatste stand van zaken en een beschouwende blik op de onduidelijkheden die thans nog resteren.

2. Normaal gebruik

Indien een merk gedurende een tijdvak van vijf achtereenvolgende jaren zonder geldige reden niet normaal wordt gebruikt in het territorium waar het is ingeschreven, dan kan een derde de vervallenverklaring van dit merk vorderen. Dit volgt voor Beneluxmerken uit art. 2.26 lid 2 sub a Benelux Verdrag Intellectuele Eigendom (BVIE) en voor Gemeenschapsmerken uit art. 15 lid 1 Gemeenschapsmerkenverordening (GMVo). De ratio achter deze regel is om zowel het aantal in de Gemeenschap ingeschreven merken te verminderen als het aantal conflicten tussen deze merken. Voorts is het inroepen van merkenrechtelijke bescherming alleen gerechtvaardigd indien de merkhouder het merk daadwerkelijk heeft gebruikt (zie Richtlijn 2008/95/EG, 9e en 10e considerans (*Merkenrichtlijn*)). Merken die niet (meer) worden gebruikt mogen dus geen blokkade vormen voor derden om een met die merken overeenstemmend teken te gebruiken.
Van normaal gebruik van een merk is sprake wanneer de merkhouder daarmee afzet beoogt te vinden voor de waren en diensten waarvoor het merk is ingeschreven. Voor de beoordeling hiervan dient rekening te worden gehouden met alle omstandigheden van het geval, zoals de gebruiken in de betrokken economische sector die leiden tot het verkrijgen of behouden van een marktaandeel, de aard van de waren of diensten, de kenmerken van de waren of diensten, de kenmerken van de markt, de omvang en de frequentie van het gebruik (HvJ EG 11 maart 2003, Zaak C-40/01, *IER* 2003/31 (*Ansul/Ajax*)). Zo dient men vast te stellen of de commerciële exploitatie van het merk reëel is en er dus een rechtvaardiging bestaat voor de merkinschrijving.
Uit het *Ansul/Ajax*-arrest (r.o. 39) volgt dat het gebruik niet kwantitatief omvangrijk hoeft te zijn aangezien men rekening moet houden met de kenmerken van de betrokken waren of diensten op de overeenkomstige markt. In voornoemd beoordelingskader kan slechts gering gebruik al normaal gebruik opleveren (HvJ EG 27 januari 2004, Zaak C-259/02, NJ 2007/281, r.o. 25 en 27 (*La Mer / Goemar*). Zie ook HvJ EG 11 mei 2006, Zaak C-416/04, *BMMB*, 2006-3, p. 130 (*Sunrider/Vitafruit*)). Hieruit volgt dat het erg moeilijk is om – los van de omstandigheden van het geval – een kwantitatieve ondergrens te bepalen.

2.1 *De Gemeenschap*

Is gebruik in één lidstaat voldoende om normaal gebruik in de Europese Gemeenschap aan te nemen? Op 15 januari 2010 kwam het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom tot een ontkennend antwoord op deze vraag (BBIE 15 januari 2010, *IER* 2010/29 (*Omel/Onel*)). Als hoofdargument noemt het BBIE dat gebruik in één lidstaat neerkomt op lokaal gebruik, hetgeen niet voldoende is om een omvangrijk recht als een Gemeenschapsmerk te rechtvaardigen. Het komt het BBIE zeer onrechtvaardig voor als een onderneming, die haar merk slechts lokaal gebruikt, wel andere ondernemingen kan belemmeren om een overeenstemmend merk in de *gehele* Europese Gemeenschap te gebruiken.
Past de beslissing van het BBIE in de lijn die het HvJ EG in het *Ansul/Ajax*-arrest heeft uitgezet? Inmiddels is er hoger beroep ingesteld tegen de beslissing van het BBIE en heeft Hof 's-Gravenhage prejudiciële vragen gesteld aan het HvJ EG (Hof 's-Gravenhage 1 februari 2011, *B9 9378 (Omel/Onel)*). Opvallend is, dat Hof 's-Gravenhage op grond van de arresten *Ansul/Ajax*, *La Mer/Goemar* en *Sunrider/Vitafruit* op voorhand een oordeel heeft. Hof 's-Gravenhage geeft aan dat 'normaal gebruik' een autonoom Europees begrip is en dat de territoriale omvang van het gebruik een van de aandachtspunten is waarmee rekening moet worden gehouden bij de beoordeling of een merk al dan niet normaal is gebruikt. Gebruik in slechts één lidstaat leidt volgens Hof 's-Gravenhage daarom niet noodzakelijkerwijs tot de gevolgtrekking dat van 'normaal gebruik' geen sprake is.

1. Mr. R. Balk is advocaat bij Ribbert Advocaten te Amsterdam.

Recentelijk heeft Rechtbank 's-Gravenhage vonnis in een bodemprocedure aangehouden in afwachting van het hoger beroep inzake *Omel/Onel* (Zie Rechtbank 's-Gravenhage 27 oktober 2010, *B9 9186* (*Euprax*)). Dit bevestigt dat de problematiek inzake Omel/Onel voor nogal wat rechtsonzekerheid zorgt.
Vooralsnog is het uitgangspunt dat gebruik van een merk in één lidstaat niet voldoende is om normaal gebruik in de Gemeenschap aan te nemen. Echter, Hof 's-Gravenhage lijkt hier genuanceerder tegenaan te kijken. Voor een definitief antwoord is het wachten op het arrest van het HvJ EG inzake *Omel/Onel*.

2.2 *De Benelux*

Is gebruik van een Benelux-merk in één Benelux-land voldoende om normaal gebruik in de gehele Benelux aan te nemen? In 2008 heeft het Benelux Gerechtshof bepaald dat gebruik in één van de Benelux landen (België) op zichzelf voldoende is om normaal gebruik van een merk aan te nemen en dat het niet nodig is dat het merk normaal is gebruikt in alle Benelux-landen (Benelux Gerechtshof 3 april 2008, *B9 6254* (*Playboy/Laporte*)). Dit oordeel wordt voor wat betreft het territoriale aspect verder niet gemotiveerd.
Kan er een motivering voor dit oordeel worden gereconstrueerd? In het *Europolis*-arrest heeft het HvJ EG benadrukt dat de Benelux voor wat betreft de toepassing van bepalingen uit de Merkenrichtlijn moet worden beschouwd als één lidstaat (HvJ EG 7 september 2006, Zaak C-108/05, *NJ* 2007/238, r.o. 20 (*Europolis*)). In de literatuur is gesteld dat lokaal gebruik van een nationaal merk in een willekeurige Europese lidstaat (bijvoorbeeld gebruik in een paar bondsstaten van Duitsland) voldoende is om normaal gebruik in deze lidstaten aan te nemen (Ch. Gielen, 'Normaal gebruik gemeenschapsmerk: waar?', *IER*, 2010-5, p. 427). Indien men uitgaat van de Europese harmonisatie van het begrip 'normaal gebruik', dan ligt het voor de hand dat gebruik in slechts een deel van de Benelux – bijvoorbeeld één Benelux-land – ook voldoende is om normaal gebruik binnen de Benelux aan te nemen. In het verlengde van de Omel/Onel-beslissing zou men daarentegen ook kunnen betogen, dat het onrechtvaardig voorkomt dat lokaal gebruik van een merk in Nederland leidt tot een beperking van de mogelijkheid voor een Belgische of Luxemburgse onderneming om een overeenstemmend teken te gebruiken of als merk in te schrijven (vgl. Ch. Gielen, 'It can be argued', *B9 8554*). Echter, hierbij moet men zich wel afvragen of men dezelfde eisen mag stellen aan het normaal gebruik van een Gemeenschapsmerk als aan het normaal gebruik van een nationaal merk (vgl. W.A. Hoyng, 'Preken voor eigen parochie', *B9 8814*, p. 6). Het is weliswaar dezelfde toets, maar de territoriale omstandigheden zijn anders. Indien men kijkt naar een lidstaat als deel van de Benelux (1/3) en als deel van de Gemeenschap (1/27), dan is goed voorstelbaar dat gebruik van een merk in één lidstaat van de Benelux eerder commercieel reëel gebruik is dan gebruik van een merk in één lidstaat van de Gemeenschap. Hierdoor moet men zich tevens afvragen of men de uitkomst in de zaak Omel/Onel zomaar kan doortrekken naar de situatie in de Benelux.
Al met al zorgt de Omel/Onel-beslissing ook ten aanzien van het Benelux-merk voor onzekerheid. Hoewel het voor de hand lijkt te liggen dat gebruik in één Benelux-land voldoende is om normaal gebruik aan te nemen, dient men voor uitsluitsel over dit aspect de beantwoording van prejudiciële vragen inzake Omel/Onel af te wachten.

3. Inburgering

Inburgering duidt op het merkenrechtelijke fenomeen dat een merk onderscheidend vermogen verkrijgt door het gebruik dat van het merk wordt gemaakt. Inburgering heeft een wettelijke basis (vgl. art. 2.28 lid 2 BVIE voor Beneluxmerken en art. 7 lid 3 GMVo voor Gemeenschapsmerken). De ratio achter 'inburgering' is, dat het onderscheidend vermogen van een merk geen vaststaande grootheid is. Door het gebruik van het merk verandert de perceptie van de consument en kan het onderscheidend vermogen hiervan toenemen. Inburgering is niet alleen relevant voor een merk dat van huis uit ieder onderscheidend vermogen mist, maar ook voor een merk met een normaal onderscheidend vermogen. Inburgering van een merk met een normaal onderscheidend vermogen zal leiden tot een ruimere beschermingsomvang (T. Cohen Jehoram e.a., *Industriële Eigendom, Deel 2: Merkenrecht*, Deventer: Kluwer 2008, p. 187).
Om vast te stellen of een merk na gebruik onderscheidend vermogen heeft verkregen, dienen alle relevante factoren te worden onderzocht waaruit kan blijken dat het merk geschikt is geworden om de betrokken waar als afkomstig van een bepaalde onderneming te identificeren en om deze waar van die van andere ondernemingen te onderscheiden. Bij deze beoordeling kan rekening worden gehouden met het marktaandeel van het merk, de intensiteit, de geografische spreiding en de duur van het gebruik, de hoogte van de reclamekosten, het percentage van de betrokken kringen dat de waar op basis van het merk als afkomstig van een bepaalde onderneming identificeert en verklaringen van Kamers van Koophandel. Uit deze beoordeling moet blijken dat de betrokken kringen, althans een aanzienlijk gedeelte hiervan, het teken als merk opvat (HvJ EG 4 mei 1999, Zaak C-108/97, *NJ* 2000/269 (*Windsurfing Chiemsee*)). Hierbij dient tevens rekening te worden gehouden met de vermoedelijke perceptie van een normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende gemiddelde consument van de betrokken categorie waren of diensten (HvJ EG 18 juni 2002, Zaak C-299/99, *NJ* 2003/481 (*Philips/Remington*)).
Voor wat betreft het territoriale aspect van inburgering heeft het HvJ EG in het *Europolis*-arrest bepaald dat moet worden aangetoond dat het merk door gebruik onderscheidend vermogen heeft gekregen in het gehele grondgebied waar een weigeringsgrond bestaat (Zie ook HvJ EG 22

juni 2006, Zaak C-24/05, *NJ* 2007/237 (*Werthers Echte*)). Merken worden ingeschreven voor een bepaald territorium. Indien er voor dat territorium een weigeringsgrond bestaat – bijvoorbeeld omdat het teken uitsluitend beschrijvend is – dan dient de merkhouder aan te tonen dat het publiek dat beschrijvende teken in dat territorium inmiddels als onderscheidingsteken opvat en er dus voldoende grond bestaat voor de merkinschrijving.

3.1 *Inburgering in de Benelux*

Is veelvuldig gebruik in Nederland voldoende om inburgering in de gehele Benelux aan te tonen?

In de Benelux spelen twee complicerende factoren een rol. Ten eerste kent de Benelux twee officiële talen: Nederlands en Frans. Ten tweede bestaat de Benelux uit drie landen. Deze landsgrenzen doen toch vaak afgescheiden markten ontstaan, waardoor inburgering vaak of alleen in Nederland of alleen in België plaatsvindt.

In hetzelfde *Europolis*-arrest heeft het HvJ EG een uitspraak gedaan met betrekking tot het Benelux-territorium. De procedure had betrekking op de inschrijving van het woord(merk) 'Europolis' dat beschrijvend is volgens één van de officiële Benelux-talen. Voor inburgering moet komen vast te staan dat het merk door gebruik onderscheidend vermogen heeft gekregen in het gehele (Nederlandse) taalgebied. Voor dit taalgebied moet worden beoordeeld of de betrokken kringen, althans een aanzienlijk gedeelte daarvan, de betrokken waar of dienst op basis van het merk als van een bepaalde onderneming afkomstig identificeren (r.o. 28).

In de literatuur is betoogd dat het in aanmerking komende publiek vervolgens niet evenredig verspreid hoeft te zijn over het Nederlandse taalgebied (zie de noot van J.H. Spoor bij HvJ EG 7 september 2006, Zaak C-108/05, *NJ* 2007/238 (*Europolis*)) en dat Nederland alleen een aanzienlijk gedeelte is van het Nederlandse taalgebied (D.J.G. Visser, 'Moet het Benelux-merk worden afgeschaft?', *BIE*, 2007-4, p. 84 e.v.). Indien men kijkt naar het aantal Nederlandstalige inwoners van de Benelux (22 miljoen), dan lijken de 16 miljoen Nederlandse inwoners toch voldoende om een aanzienlijk gedeelte te vormen. Op grond hiervan is zonder meer verdedigbaar dat inburgering in alleen Nederland voldoende zou moeten zijn.

Echter, dit standpunt lijkt niet te worden omarmd in de Nederlandse rechtspraak. In het Nederlandse vervolg op het *Europolis*-arrest liet Hof 's-Gravenhage nog in het midden of Nederland alleen voldoende zou zijn om inburgering aan te nemen, omdat hiervoor überhaupt onvoldoende bewijs was geleverd (Hof 's-Gravenhage 26 mei 2009, *IER* 2009/82 (*Europolis*)). In de *Eurocommerce*-zaak ging het om de inburgering van een Engelstalige term, die dus ook in het Franstalige gebied van de Benelux zou moeten inburgeren. Echter, los daarvan en onder verwijzing naar het *Europolis*-arrest achtte Hof Amsterdam inburgering in alleen Nederland onvoldoende (Hof Amsterdam 18 augustus 2009, *B9 8106* (*Eurocommerce*)). In *ANWB/Buitenleven* achtte Hof Amsterdam inburgering in Nederland wederom onvoldoende, maar dit keer met een motivering. Volgens Hof Amsterdam dient een aanzienlijk deel van de betrokken kringen het merk als afkomstig van een bepaalde onderneming te identificeren. Omdat de betrokken kringen zijn verspreid over meer dan een lidstaat van de Benelux, kan het vereiste aanzienlijke deel van het publiek hiervan niet regionaal zijn beperkt tot Nederland of een andere lidstaat van de Benelux, aldus Hof Amsterdam (Hof Amsterdam 3 november 2009, *IER* 2010/25 (*ANWB/Buitenleven*)). Deze motivering lijkt te zijn ingegeven door het feit dat het HvJ EG heeft bepaald dat inburgering dient plaats te vinden binnen het gehele grondgebied waar een weigeringsgrond bestaat.

Drie keer is scheepsrecht? Hoewel de Hoge Raad zich nog niet over deze vraag heeft uitgelaten en het nog steeds mogelijk is dat andere gerechtelijke instanties anders oordelen, lijkt het verstandig om voorlopig te concluderen dat inburgering in alleen Nederland onvoldoende is om inburgering in de gehele Benelux aan te nemen. De landsgrenzen binnen de Benelux gooien kennelijk roet in het eten van het Benelux-merk.

4. Het bekende merk

'Bekende merken' hebben niet alleen een ruimere beschermingsomvang, maar ook een extra beschermingsgrond. Zo kan de houder van een bekend merk het gebruik van een teken verbieden, wanneer dat teken gelijk is aan of overeenstemt met het merk en in het economisch verkeer gebruikt wordt voor waren en diensten, die niet soortgelijk zijn aan die waarvoor het merk is ingeschreven en er hierdoor zonder geldige reden ongerechtvaardigd voordeel wordt getrokken uit of afbreuk wordt gedaan aan het onderscheidend vermogen of de reputatie van het merk (vgl. art. 2.20 lid 1 sub c BVIE/ art. 9 lid 1 sub c GMVo). Deze grond biedt het 'bekende merk' bescherming tegen het ongerechtvaardigd profiteren en het afbreuk doen aan het onderscheidend vermogen en de reputatie hiervan.

Voor deze bescherming dient het merk een bepaalde mate van bekendheid hebben. De vereiste mate van bekendheid wordt geacht te zijn bereikt wanneer het oudere merk bekend is bij een aanmerkelijk deel van het publiek waarvoor de onder dat merk aangeboden waren of diensten bestemd zijn. Hierbij dient de nationale rechter alle relevante omstandigheden in aanmerking te nemen, zoals het marktaandeel van het merk, de intensiteit, de geografische omvang en de duur van het gebruik ervan. Onder publiek wordt verstaan: het publiek waarop het merk is gericht. Aan de hand van de aangeboden waar of dienst is dit het grote publiek of een meer specifiek publiek, zoals een bepaalde beroepsgroep (HvJ EG 14 september 1999, *NJ* 2000/376, r.o. 24-27 (*Chevy*)). Hieruit volgt dat de bekendheid niet zozeer wordt bepaald aan de hand van (een overtreffende trap van) onderscheidend vermogen van het merk, maar aan de hand van het verband dat

het publiek legt tussen het bekende oudere merk en het overeenstemmende jongere merk. Wat zal er bijvoorbeeld gebeuren met het imago van een bekend merk voor jenever, indien een derde hetzelfde merk gaat gebruiken voor afwasmiddel? In het verband dat de consument legt tussen de betrokken merken, schuilt een afbreukrisico voor het bekende merk.

Is gebruik in één lidstaat voldoende om te worden aangemerkt als bekend merk? Voor wat betreft het territoriale aspect overweegt het HvJ EG in het *Chevy*-arrest dat uit de bewoording van art. 5 lid 2 Merkenrichtlijn blijkt, dat het merk bekend dient te zijn 'in de lidstaat'. Omdat een exacte precisering in deze richtlijn ontbreekt, wordt een aanmerkelijk gedeelte van het grondgebied van die lidstaat voldoende geacht. Aangezien de Benelux gezien moet worden als één lidstaat, mag volgens het HvJ EG niet worden verlangd dat het merk in het gehele Beneluxgebied bekend is. Een aanmerkelijk gedeelte hiervan is voldoende, hetgeen in voorkomend geval een gedeelte van één van de Benelux-landen kan zijn (*Chevy*-arrest r.o. 28 en 29). De territoriale ondergrens om een beroep te kunnen doen op de bescherming van het bekende merk is dus relatief laag.

Ten aanzien van het Gemeenschapsmerk heeft het HvJ EG in het *PAGO*-arrest bepaald dat aan de territoriale voorwaarde is voldaan, indien het merk bekend is in een aanmerkelijk deel van het grondgebied van de Gemeenschap. Omdat in het *Chevy*-arrest al was bepaald dat een gedeelte van een Benelux-land voldoende kan zijn voor de Benelux, bepaalde het HvJ EG dat bekendheid in het gehele grondgebied van één lidstaat van de Gemeenschap – Oostenrijk – voldoende was om aan de territoriale voorwaarde te voldoen (HvJ EG 6 oktober 2009, *IER* 2009/86 (*PAGO*)). Indien men kijkt naar Oostenrijk als gedeelte van het grondgebied van de Gemeenschap (84/4325 = 1,9%) dan blijkt uit het *PAGO*-arrest – nog duidelijker dan uit het *Chevy*-arrest – dat de territoriale ondergrens om een beroep te kunnen doen op de bescherming van het bekende merk relatief laag is. Het *PAGO*-arrest is met enthousiasme ontvangen door de houders van bekende merken.

4.1 *Vordering territoriaal beperkt?*

Naar aanleiding van het *PAGO*-arrest bestaat er nog onduidelijkheid over de volgende vraag: 'kan de houder van een Gemeenschapsmerk, dat bekend is in één lidstaat, dit bekende merk ook inroepen tegen een derde in een andere lidstaat waar deze bekendheid niet bestaat?'. Hoewel dit minder goed voorstelbaar is, rijst deze vraag *mutatis mutandis* ten aanzien van een nationaal merk dat bekendheid geniet in een lidstaat. Met andere woorden: is de vordering op grond van het bekende merk territoriaal beperkt? Deze vraag lag in het *PAGO*-arrest wel voor, maar het HvJ EG heeft hem niet beantwoord (r.o. 31).

Verdedigbaar is dat de houder van een bekend merk hierop alleen een beroep kan doen in het territorium waar het merk daadwerkelijk bekendheid geniet, omdat de houder van het bekende merk in het territorium waar het merk *geen* bekendheid geniet, moeilijk het vereiste verband tussen het oudere bekende merk en het jongere aangevallen merk kan aantonen (zie de noot van Ch. Gielen bij HvJ EG 6 oktober 2009, *IER* 2009/86 (*PAGO*)). Aan de andere kant steunt het *PAGO*-arrest zeer op het *Chevy*-arrest. In het *Chevy*-arrest ging het HvJ EG uit van de bewoording van de Merkenrichtlijn ('in de lidstaat') en werd de Benelux als één lidstaat beschouwd. Ook is verdedigbaar dat de Gemeenschap op grond van de bewoording van de GMVo ('in de Gemeenschap') moet worden gezien als één gemeenschappelijke markt en dat de aangenomen bekendheid dient te gelden voor de gehele Gemeenschap. Over dit aspect blijft voorlopig onduidelijkheid bestaan.

5. Conclusies

Vooralsnog is het uitgangspunt dat gebruik van een merk in één lidstaat niet voldoende is om normaal gebruik in de Gemeenschap aan te nemen. Echter, Hof 's-Gravenhage kijkt hier genuanceerder tegenaan en stelt prejudiciële vragen aan het HvJ EG. Voor wat betreft de Benelux lijkt het voor de hand te liggen dat gebruik in één Beneluxland wel voldoende is om normaal gebruik aan te nemen. Voor een definitief antwoord is het wachten op het arrest van het HvJ EG inzake *Omel/Onel*.

Hoewel de Hoge Raad zich nog niet over het inburgeringsvraagstuk heeft uitgelaten en het nog steeds mogelijk is dat andere gerechtelijke instanties anders oordelen, lijkt het verstandig om voorlopig te concluderen dat inburgering in alleen Nederland niet voldoende is om inburgering in de gehele Benelux aan te nemen.

Bekendheid in een gedeelte van één van de Benelux-landen wordt voldoende geacht om bekendheid in de Benelux aan te nemen. Bekendheid in slechts één lidstaat is voldoende om bekendheid in de Gemeenschap aan te nemen. Het is echter nog onduidelijk of een vordering op grond van het bekende merk territoriaal beperkt is.

De discussie over de territoriale aspecten van merkgebruik – met name die over normaal gebruik – zal na het verschijnen van het *Omel/Onel*-arrest ongetwijfeld verder oplaaien. Voor deze discussie heeft u de verschillende criteria die hierbij een rol spelen in ieder geval scherp op uw netvlies.