

Zin en onzin van het beschermen van intellectueel eigendom



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 je een idee ontwikkeld hebt voor zo'n app, wil je niet dat anderen met dat succes aan de haal gaan. Jouw 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.

Copyright-teken heeft geen waarde

Je moet dus op zoek naar bescherming van [intellectueel eigendom](#), 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. Je hebt automatisch al het auteursrecht op door jou geschreven teksten. Er zijn in Nederland ook verschillende instanties voor [vergoedingen van auteursrechten \(infographic\)](#). Zelfs als je het zou willen, kun je dat nergens registreren. Vermelding van het ©-teken heeft misschien wel een waarschuwend effect. Je benadrukt daarmee dat het jouw tekst is.

Een rechter zal daar niet van onder de indruk zijn, maar iemand die overweegt met jouw 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.

Idee uitwerken in tekst, logo of merknaam

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 jouw website waarin je beschrijft wat je bv bijzonder maakt, is dat wel.

Ten tweede moet het gaan om een prestatie. Alleen een idee is dus niet genoeg. Je 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 je de markt gaat veroveren met een briljant en origineel idee, mag ieder ander een onderneming starten die precies hetzelfde doet. Alleen de vorm waarin je het doet (jouw merknaam, vormgeving, de teksten op je website) zijn beschermd. Je idee niet. De gedachte hierachter is dat ideeën vrij moeten zijn. Een exclusief eigendomsrecht op ideeën zou de concurrentie onnodig belemmeren.

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.

Letterlijk kopiëren mag niet

Registratie van een creatief idee biedt dus geen extra bescherming. Toch zijn er bureaus die aanbieden om jouw idee te registreren en vast te leggen op welke datum jij met dat idee kwam. Je kunt daarvoor ook bij iedere notaris terecht.

Toegevoegde waarde heeft het niet. Je bereikt er alleen mee dat je met de eer kunt strijken dat jij een bepaald idee als eerste had. Als je een app hebt 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 jouw app dus niet letterlijk kopiëren, maar ze mogen wel jouw idee gebruiken om zelf iets te maken. Over auteursrecht op apps is nog niet zo veel geprocedeerd, maar iets soortgelijks speelt bij televisieformats. Meestal is de uitkomst dat het format geen auteursrechtelijk beschermd werk is (zie het kader hierboven).

Vormen en kleuren beschermen

Als je een briljante app hebt ontwikkeld, kun je je het beste richten op het zo snel mogelijk veroveren van de markt. Maak gebruik van het feit dat jij de eerste bent. Zorg er bovendien voor dat de 'look and feel' (de uitwerking) van de app goed is. Daarmee verover je het publiek en dat is het deel van jouw idee dat beschermd is.

Je hebt het auteursrecht op allerlei aspecten van de lay-out. Ook op vormen en kleuren kun je auteursrecht of zelfs een merkenrecht registreren ('KLM-blauw' bijvoorbeeld). Als het maar gaat om een concrete uitwerking. De 'sfeer' die bij jouw stijl hoort, kun je niet beschermen.

Jouw bedrijfsgeheimen moet je uiteraard wel beschermen, ook als je daar geen intellectueel eigendomsrecht op kunt claimen. Als je speciale marketingtactieken hebt ontwikkeld of technische procedures, moet je ervoor zorgen dat die geheim blijven. Spreek dus met je werknemers en opdrachtnemers af dat zij dit soort informatie geheimhouden en koppel daar een afschrikwekkende boete aan. Die mag heel hoog zijn. Gebruik dit [intellectueel-eigendomsbeding \(tool\)](#) om te regelen dat de intellectuele-eigendomsrechten aan uw organisatie toekomen.

Merknaam registreren voor Benelux of Europa

Registratie van jouw merknaam is vaak wel zinvol. Je kunt kiezen uit het merkenregister voor de Benelux (het BBIE) of het Europese register (EUIPO). Een centraal register voor de hele wereld bestaat niet. Jouw eerste gedachte is misschien dat je 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 je 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 merkhouder in pakweg Bulgarije bezwaar maakt, krijg je 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 je 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 je het merk alleen in Nederland gebruikt, loop je dus het risico dat het vervallen wordt verklaard. Dit risico speelt niet bij een Benelux-registratie.

Producten in beslag laten nemen

Als iemand zonder toestemming jouw geregistreerde merk gebruikt, kun je hard toeslaan. Uiteraard kun je een verbod eisen op het gebruik, met een dwangsom. Maar je kunt de producten die inbreuk maken ook in beslag laten nemen en vernietigen.

Zo kreeg de producent van tijgernootjes het 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.

Overdrijven met merken registreren is ook een vak

Overdrijf niet met het registreren van merken. Als je een merk registreert dat je 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 categorieën 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.

Dit verdiepingsartikel is geschreven door Bert van Mieghem, advocaat bij Wybenga Advocaten, e-mail: vanmieghem@wybenga-advocaten.nl

Dit is een artikel van de redactie van BV Rendement

BV Rendement is dé informatiebron voor directeuren-grotaandeelhouders (dga's) en ondernemers in het mkb. Wat is er veranderd in de relevante wet- en regelgeving, en hoe kun je deze informatie direct in je onderneming en dagelijkse werk toepassen? Je weet het dankzij nieuws en praktische artikelen over onder meer bedrijfshuisvesting, belastingzaken, onderhandelingen en merkrecht.

De onafhankelijke en ervaren redactie van BV Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt jou als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat je de informatie direct kunt vertalen naar je eigen werksituatie. BV Rendement is daarnaast multimediaal. De voor jouw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar je onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot je beschikking hebt;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad BV Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl