

# vonnis

## **RECHTBANK HAARLEM**

Sector civiel recht

zaaknummer / rolnummer: 151694 / KG ZA 08-650

**Vonnis in kort geding van 17 december 2008**

in de zaak van

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid  
**FINE WINE MERCHANTS B.V. H.O.D.N. WIJNDOMEIN**,  
gevestigd te Utrecht,  
eiseres,  
advocaat mr. M. Middeldorp,

tegen

de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid  
**ALBERT HEIJN B.V.**,  
gevestigd te Zaandam,  
gedaagde,  
advocaat mr. K.Th.M. Stöpetie.

Partijen zullen hierna FWM en Albert Heijn genoemd worden.

### **1. De procedure**

1.1. Het verloop van de procedure blijkt uit:

- de dagvaarding
- de mondelinge behandeling
- de pleitnota van FWM
- de pleitnota van Albert Heijn.

1.2. Ten slotte is vonnis bepaald.

### **2. De feiten**

2.1. FWM exploiteert sinds medio 2006 een internet wijnwinkel onder de handelsnaam 'Wijndomein' via de domeinnaam [www.wijndomein.com](http://www.wijndomein.com). FWM richt zich op het hogere segment wijn (vanaf € 7 per fles) van klassieke Europese wijnen. FWM maakt voor haar internet wijnwinkel gebruik van het volgende logo:



2.2. Albert Heijn is een bekende supermarktketen die ook artikelen via internet verkoopt, waaronder wijn. Tot voor kort deed zij dat via haar internet wijnwinkel 'Vrienden van de Goede Wijn'. Op 4 november 2008 heeft Albert Heijn deze internet wijnwinkel opgeheven en vervangen door de internet wijnwinkel 'AH WijnDomein'. Albert Heijn gebruikt hiervoor de domeinnaam [ahwijnDomein.ah.nl](http://ahwijnDomein.ah.nl), waar ook de domeinnaam [ah.nl/wijnDomein](http://ah.nl/wijnDomein) naar doorlinkt. Albert Heijn maakt bij het exploiteren van haar internet wijnwinkel gebruik van het volgende logo:



Albert Heijn richt zich met AH WijnDomein op het segment van wijnen boven € 5.

### 3. Het geschil

3.1. FWM vordert Albert Heijn te veroordelen:

- I. binnen 48 uur na betekening van dit vonnis te staken en gestaakt te houden ieder gebruik op internet van de aanduiding (AH) WIJNDOMEIN als handelsnaam, domeinnaam of als merk alsmede ieder ander met de handelsnaam van FWM verwarringwekkend overeenstemmend onderscheidingsteken,
- II. binnen 14 dagen na betekening van dit vonnis te staken en gestaakt te houden ieder gebruik buiten internet van de aanduiding (AH) WIJNDOMEIN als handelsnaam, domeinnaam of als merk alsmede ieder ander met de handelsnaam van FWM verwarringwekkend overeenstemmend onderscheidingsteken,
- III. een dwangsom van EUR 50.000,00 aan FWM te voldoen voor iedere gehele of gedeeltelijke overtreding van (één van) de hiervoor onder I en II genoemde veroordelingen, dan wel, zulks naar keuze van FWM, voor iedere dag dat Albert Heijn in gebreke blijft aan (één van) de hiervoor onder I en II genoemde veroordelingen geheel of gedeeltelijk te voldoen,

met bepaling van de termijn waarbinnen FWM op grond van artikel 1019i Rv een bodemprocedure aanhangig dient te maken op zes maanden na betekening van dit vonnis en met veroordeling van Albert Heijn in de volledige kosten van de procedure.

3.2. Albert Heijn voert verweer. Op de stellingen van partijen wordt hierna, voor zover van belang, nader ingegaan.

### 4. De beoordeling

4.1. FWM heeft zich beroepen op bescherming op grond van de Handelsnaamwet (Hnw) en aan haar vorderingen ten grondslag gelegd dat de handelsnaam AH WijnDomein van Albert Heijn niet of slechts in geringe mate afwijkt van de handelsnaam WijnDomein van FWM en door het gebruik van de handelsnaam AH WijnDomein door Albert Heijn

verwarring bij het publiek is te duchten, nu er twee internet wijnwinkels in de Nederlandse markt actief zijn die Wijndomein als handelsnaam voeren.

*Handelsnaam en onderscheidend vermogen*

4.2. Op grond van artikel 5 Hnw is het verboden een handelsnaam te voeren, die, vóórdat de onderneming onder die naam werd gedreven, reeds door een ander rechtmatig gevoerd werd, of die van diens handelsnaam slechts in geringe mate afwijkt, een en ander voor zover dientengevolge, in verband met de aard der beide ondernemingen en de plaats, waar zij gevestigd zijn, bij het publiek verwarring tussen die ondernemingen te duchten is.

4.3. Partijen hebben vrij uitgebreid het debat gevoerd over (onder meer) de vraag of Albert Heijn de naam AH Wijndomein als handelsnaam gebruikt en vervolgens de vraag of de handelsnaam Wijndomein voldoende onderscheidend vermogen heeft om voor bescherming in aanmerking te komen. Voor zover zou komen vast te staan dat AH Wijndomein als handelsnaam dient te worden aangemerkt en dat de handelsnaam Wijndomein voldoende onderscheidend vermogen heeft, komt het ter beoordeling van de door FWM gestelde inbreuk op haar handelsnaamrechten aan op de vraag of sprake is van een gevaar van verwarring tussen Wijndomein en AH Wijndomein als bedoeld in artikel 5 Hnw. Indien van verwarringsgevaar geen sprake is, is het Albert Heijn reeds daarom niet verboden de naam AH Wijndomein te voeren. De voorzieningenrechter zal daarom nu eerst laatstgenoemde vraag beoordelen.

*Verwarringsgevaar*

4.4. Gelet op het bepaalde in artikel 5 Hnw dient bij de beoordeling of sprake is van verwarringsgevaar de aard der beide ondernemingen en de plaats waar zij gevestigd zijn in aanmerking te worden genomen. Tussen partijen is niet in geschil dat Wijndomein en AH Wijndomein zich richten op dezelfde markt: verkoop (uitsluitend) via internet van wijnen uit het duurdere segment. Voorts is niet in geschil dat, nu het om verkoop via internet gaat in de Nederlandse taal, geheel Nederland als plaats van vestiging van beide ondernemingen heeft te gelden. Uitgaande van de aard van beide ondernemingen en hun plaats van vestiging is daarom verwarringsgevaar in beginsel niet uitgesloten. Het verwarringsgevaar tussen beide – zo is tussen partijen evenmin in geschil – op elkaar gelijkende (handels)namen, zal echter verder dienen te blijken uit bijkomende omstandigheden.

4.5. FWM heeft betoogd dat het verwarringsgevaar voorts daarin is gelegen dat in de ogen en oren van het publiek sprake zal zijn van twee identieke handelsnamen Wijndomein. In de naam AH Wijndomein zal het voorvoegsel AH door het publiek al snel weggelaten worden. In de door FWM overgelegde perspublicaties over de introductie van AH Wijndomein blijkt daarvan al sprake te zijn. Ook in het logo en de domeinnaam neemt het onderdeel AH een ondergeschikte plaats in.

4.6. Het betoog van FWM slaagt naar het oordeel van de voorzieningenrechter niet. Veleer is er sprake van, zoals door Albert Heijn terecht naar voren is gebracht, dat de toevoeging AH in de naam AH Wijndomein die naam juist sterk onderscheidend maakt van de reeds door FWM gevoerde naam Wijndomein. AH is immers – en zo is door FWM ook niet betwist – in Nederland een zeer bekend merk en handelsnaam. Door toevoeging van de merknaam AH aan het woord Wijndomein, is voor het gemiddelde publiek daarmee

onmiddellijk duidelijk dat de naam en de onderneming behoren tot Albert Heijn en dus niet de onderneming is van FWM. Dat effect wordt bovendien versterkt door het sterk onderscheidende AH-logo in het logo van AH Wijndomein, zodat ook zichtbaar is dat het gaat om Wijndomein van Albert Heijn. Daarnaast presenteert AH Wijndomein zich hoofdzakelijk op internet, geheel in de bekende huisstijl van Albert Heijn, met op elke pagina duidelijk zichtbaar de in dit verband veelzeggende slogan *Het nieuwe AH Wijndomein. Gewoon bij ah.nl*. Ook in de door AH Wijndomein gebruikte domeinnamen *ahwijndomein.ah.nl* en *ah.nl/wijndomein* komt duidelijk de onderscheidende naam AH naar voren, net als in het door FWM ter zitting getoonde (papieren) promotiemateriaal en de antwoordkaart van AH Wijndomein. Aan de andere kant zullen bezoekers van de website van FWM niet snel de internet wijnwinkel Wijndomein verwarren met die van AH Wijndomein, nu reeds door het uiterlijk van het logo en de website direct zichtbaar is dat het niet gaat om de internet wijnwinkel van Albert Heijn.

4.7. Het door FWM in dit verband gevoerde betoog dat in de gehanteerde domeinnamen en in het logo van AH Wijndomein het woord Wijndomein een apart in het oogspringend en daardoor zelfstandig element vormt, overtuigt naar het oordeel van de voorzieningenrechter niet, juist omdat de (al dan niet visueel sterke) verbinding van het woord Wijndomein met de naam AH en/of het AH-logo door hun grote bekendheid de naam AH Wijndomein duidelijk onderscheidt van Wijndomein van FWM.

4.8. Het gebruik door derden van kortweg de naam Wijndomein wanneer zij AH Wijndomein bedoelen, zoals in de door FWM aangehaalde perspresentaties, doet aan het voorgaande evenmin af. In de overgelegde perspublicaties is immers uit de context van de presentatie van de nieuwe internet wijnwinkel van Albert Heijn direct duidelijk dat het gaat om Wijndomein van Albert Heijn. Uit de publicaties blijkt ook niet van enige verwarring met Wijndomein van FWM. Ook het gemiddelde publiek dat AH Wijndomein mogelijk zal afkorten tot Wijndomein, zoals door FWM gesteld, zal desalniettemin snel geneigd zijn het verband te leggen (en te noemen) met Albert Heijn gelet op de sterke verbinding met de bekende handels- en merknaam van Albert Heijn.

4.9. Gelet op het voorgaande is de voorzieningenrechter van oordeel dat FWM het gevaar van verwarring van haar handelsnaam Wijndomein met de handelsnaam AH Wijndomein van Albert Heijn onvoldoende aannemelijk heeft gemaakt. FWM heeft daarnaast niet met concrete voorbeelden onderbouwd dat het verwarringsgevaar zich daadwerkelijk heeft verwezenlijkt. Zij heeft weliswaar gesteld dat er klanten zijn die vragen of Wijndomein is overgenomen door Albert Heijn, maar dat is onvoldoende voor de conclusie dat Wijndomein wordt verward met AH Wijndomein. Voor zover deze stelling van FWM als juist kan worden aangenomen, zijn deze klanten zich er immers kennelijk wel van bewust dat AH Wijndomein van Albert Heijn is en zullen bij een bezoek van de website van Wijndomein van FWM reeds door de uiterlijke vormgeving kunnen constateren dat die internet wijnwinkel geen onderneming van Albert Heijn betreft.

4.10. Nu onvoldoende is gebleken van verwarringsgevaar, is om die reden onvoldoende grond voor de conclusie dat Albert Heijn in strijd met artikel 5 Hnw de handelsnaam AH Wijndomein voert, zodat daarin geen grondslag is gelegen voor toewijzing van de vorderingen van FWM.

*Onrechtmatige daad*

4.11. FWM heeft haar vorderingen daarnaast gegrond op onrechtmatig handelen van Albert Heijn, omdat Albert Heijn volgens FWM met gebruik van de naam AH Wijdomein heeft willen aanhaken bij het succes van Wijdomein. FWM heeft in dit verband echter geen andere feiten en omstandigheden aangevoerd dan reeds in het voorgaande besproken. De voorzieningenrechter zal daarom ook deze stelling onder verwijzing naar hetgeen in het voorgaande is overwogen, verwerpen.

*Conclusie*

4.12. Nu de voorzieningenrechter van oordeel is dat geen sprake is van inbreuk op de handelsnaamrechten van FWM en evenmin sprake is van onrechtmatig handelen door Albert Heijn, zal de voorzieningenrechter de door FWM gevraagde voorzieningen weigeren.

*Proceskosten*

4.13. FWM zal als de in het ongelijk te stellen partij in de proceskosten worden veroordeeld. Albert Heijn heeft op grond van artikel 1019h Rv de werkelijk gemaakte kosten gevorderd. Nu FWM zich daartegen niet heeft verzet, nu de vorderingen van FWM op grond van gestelde inbreuk op haar handelsnaamrechten zullen worden geweigerd, en de door de advocaat van Albert Heijn overgelegde kostenspecificatie niet onredelijk voorkomt, zal de voorzieningenrechter de proceskosten aan de zijde van Albert Heijn vast stellen als volgt:

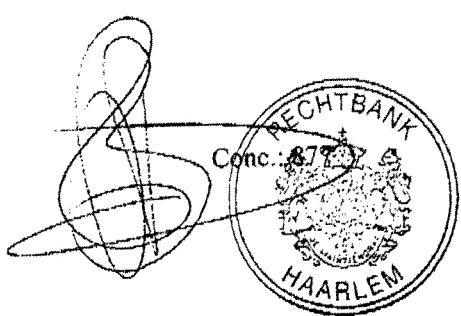
- vast recht	EUR 254,00
- werkelijk gemaakte kosten advocaat	9.621,64
Totaal	EUR 9.875,64

**5. De beslissing**

De voorzieningenrechter

- 5.1. weigert de voorzieningen,
- 5.2. veroordeelt FWM in de proceskosten, aan de zijde van Albert Heijn tot op heden begroot op EUR 9.875,64,
- 5.3. verklaart dit vonnis wat betreft de kostenveroordeling uitvoerbaar bij voorraad.

Dit vonnis is gewezen door mr. A.J. van der Meer en in het openbaar uitgesproken op 17 december 2008.



VOOR GROSSE  
afgegeven aan mr. k.Th. M. Stöpetz

de griffier