



# 5 juridische tips voor creatieve ondernemers

© Simply Legal Consultancy, 2023

Postbus 807, 6800 AV Arnhem

[www.simply-legal.nl](http://www.simply-legal.nl)



Alle rechten voorbehouden. Dit e-book mag niet zonder toestemming van Simply Legal Consultancy worden verveelvoudigd of openbaar worden gemaakt op welke wijze dan ook.

Disclaimer: Simply Legal Consultancy heeft haar best gedaan om op een praktische en laagdrempelige manier het huidige Nederlandse recht weer te geven. Het recht verandert echter continu. Dit e-book wordt dan ook zo vaak mogelijk bijgewerkt, zodat er geen fouten in staan. Deze versie is voor het laatst gewijzigd op 27 november 2023.

## Inhoudsopgave

<b>Over dit boek .....</b>	<b>3</b>
<b>Over mij .....</b>	<b>4</b>
<b>1. Leg het schriftelijk vast.....</b>	<b>5</b>
<i>Maak een risico-inventarisatie .....</i>	5
<i>Zorg voor een escape in het contract .....</i>	6
<i>Stel het contract in jouw voordeel op .....</i>	6
<i>Kies voor een lang of een kort contract.....</i>	7
<b>2. Verklaar je algemene voorwaarden van toepassing.....</b>	<b>8</b>
<b>3. Bedenk een goede handelsnaam .....</b>	<b>9</b>
<i>Check het handelsregister .....</i>	9
<i>Gebruik je handelsnaam.....</i>	11
<b>4. Schrijf je handelsnaam als merk in.....</b>	<b>12</b>
<i>Check het merkenregister.....</i>	12
<i>Maak gebruik van de voucher .....</i>	15
<i>Gebruik je merk .....</i>	16
<b>5. Zorg voor het behoud van je auteursrechten.....</b>	<b>17</b>
<i>Let op het verschil tussen opdrachtnemers en werknemers .....</i>	17
<i>Let op dat je klant niet alles bepaalt .....</i>	17
<i>Leg van tevoren de exploitatiebevoegdheden vast .....</i>	17
<i>Richt een holding op voor je intellectuele eigendom.....</i>	18
<b>Checklist – juridisch alles goed geregeld? .....</b>	<b>19</b>
<b>Handige links.....</b>	<b>20</b>

## Over dit boek

In mijn werk als jurist zie ik dat veel creatieve ondernemers worstelen met dezelfde juridische vragen. Wat kan ik doen voor het behoud van mijn intellectuele eigendomsrechten? Hoe kom ik onder het contract uit, wanneer ik 'ruzie' heb met mijn leverancier? Wat kan ik doen, als iemand inbreuk maakt op mijn intellectuele eigendomsrechten? Om creatieve ondernemers nóg beter te helpen bij dit soort vragen heb ik in dit e-book de meest voorkomende juridische vragen op een rijtje gezet, zodat creatieve ondernemers een betere uitgangsbasis hebben.

Scheer ik dan niet alle creatieve ondernemers over één kam? Misschien. Hier en daar kan het zijn dat je je niet herkent in de problemen waar andere creatieve ondernemers wél tegenaanlopen. Elke creatieve business is immers anders. Een schilder doet ander werk dan een journalist. Een grafisch ontwerper doet wederom ander werk dan een contentproducent. Zo komen er per soort beroep ook weer andere specifieke situaties kijken. Mijn doel is het echter om de overeenkomsten in kaart te brengen en een juridische leidraad te ontwikkelen voor álle creatieve ondernemers.

Ik heb het in dit boek weinig over de juridische theorie. In de kennisbank op [mijn website](#) heb ik namelijk al de belangrijkste theoretische vraagstukken opgenomen, zodat je alvast een beter beeld krijgt van de begrippen en de juridische basis van jouw situatie. Er zijn echter altijd uitzonderingen mogelijk. Daarom heb ik dit boek *praktisch* ingestoken, zodat het relevant is voor alle creatieve ondernemers en niet alleen degenen voor wie geen uitzondering geldt. Wil je meer weten over de juridische begrippen? Neem dan eens een kijkje in de [kennisbank](#). Daar heb ik namelijk alle informatie per rechtsgebied voor je op een rijtje gezet.

Misschien heb je al gemerkt dat ik in dit boek gebruik maak van hyperlinks. Omdat ik je in 10 hoofdstukken een hele boel informatie geef en praktische tips, vind ik het handig om alles op één plek te vergaren. Je vindt in dit boek links naar het merkenregister, het handelsregister van de KvK en andere handige links. Zo hoef jij het niet allemaal zelf te doen. Een overzicht van alle handige links die ik heb gebruikt tref je aan het einde van dit boek aan. Ook heb ik voor je een checklist toegevoegd waarin de 10 juridische tips nog eens zijn opgesomd. In deze checklist kun je de verschillende (juridische) dingen die in dit boek naar voren komen en die je zelf al hebt geregeld afvinken, zodat je precies weet hoe je ervoor staat.

## Over mij

### Ik ben Chiara, de creatieve jurist voor creatieve ondernemers



Ik help creatieve ondernemers bij juridische vragen over intellectuele eigendom, mediarecht, privacy en contracten. Met mijn idealistische instelling en mijn oplossingsgerichtheid help ik jou bij het voorkomen conflicten en het veiligstellen van jouw rechten. Ik heb affiniteit met de creatieve sector en ben zelf ook een creatieveling. Niet alleen in mijn werk als jurist, maar ook in mijn vrije tijd. Ik hou van kunst, schoonheid en natuur en wil er dus ook alles voor doen om creativiteit te beschermen. Vandaar ook de focus op de niche intellectuele eigendom, mediarecht en privacy.

Voordat ik Simply Legal oprichtte, heb ik als jurist in de advocatuur en bij een internationale tv- en media-producent gewerkt. Hierdoor kan ik me goed in jou als ondernemer verplaatsen en kan ik een zaak bekijken vanuit het perspectief van een jurist en vanuit het perspectief van een ondernemer. Vanuit Simply Legal help ik op dit moment vooral creatieve ondernemers, zoals illustratie- en designbureaus, schilders en galerieën. Maar ik heb ook cliënten die werkzaam zijn in andere sectoren, zoals de media- en entertainmentsector, de muziek- en sportsector.

Ik zie mezelf niet als de typische stoffige jurist die alleen maar in de wetboeken zit. Dit beeld over juristen dat vooral in de advocatuur nog steeds aanwezig is, past ook helemaal niet bij mij. Juridische theorie en wetboeken zijn een belangrijke basis, maar niet alles. Een goede jurist moet met jou meedenken en moet zich kunnen inleven in jou als cliënt. Ik probeer daarom ook altijd jouw creatieve belangen voor ogen te houden. Wat is nou praktisch gezien de beste oplossing en hoe bereiken we jouw gewenste eindresultaat? Met de theorie in het achterhoofd, kunnen we samen de volgende stap bepalen. Ik ben geen advocaat, maar jurist. Dat betekent ook dat ik altijd probeer om juridische conflicten te voorkomen en jou niet op kosten te jagen. Ik heb, anders dan een advocaat, geen baat bij een gerechtelijke procedure. Sterker nog, ik wil helemaal niet dat het zo ver komt! Ik sta oprecht achter mijn cliënten om het beste resultaat te bereiken en het conflict zo veel mogelijk te voorkomen of tegen te gaan.

# 1. Leg het schriftelijk vast

Het lijkt voor de hand liggend, maar dat maakt het juist zo belangrijk: leg alles wat je goed wilt regelen schriftelijk vast. Ook als je denkt “het komt wel goed” en juist als je met de andere contractspartij bevriend bent. Soms moet je afspraken op vertrouwensbasis maken, maar als je bepaalde scenario’s wilt voorkomen, dan is het altijd beter om ten minste de belangrijkste onderdelen schriftelijk vast te leggen. Je kunt beter van tevoren goede afspraken maken dan achteraf geschillen uit te vechten die je had kunnen voorkomen door een waterdicht contract.

Dat je alles goed vastlegt, betekent niet dat je je bij elk klein detail dat niet volgens het plan verloopt op het contract moet beroepen. Maar stel dat het nou echt een keer te ver gaat. Dan heb je extra steun doordat je je op de gemaakte afspraken kunt beroepen. Doordat je het allemaal op papier hebt gezet kun je de ander precies laten zien wat jullie hebben afgesproken en waar jij recht op hebt. Het is altijd goed om iets achter de hand te hebben voor het geval dat het wél nodig is. Zo kun je, als het misgaat, makkelijk onder het contract uitkomen, nakoming van je contractspartij vorderen en de intellectuele eigendomsrechten veiligstellen. Om maar een paar te noemen...

## *Maak een risico-inventarisatie*

Met een risico-inventarisatie kun je alvast onderzoeken wat er in het ergste geval mis kan gaan. Wat als je te laat levert? Wat als de samenwerking niet goed verloopt en met jouw werk ervandoor gaat? Daarnaast kun je alvast bedenken bij wie welke verantwoordelijkheden liggen, als het misgaat. Een risico-inventarisatie is weliswaar niet verplicht, maar kan als hulpmiddel dienen om ten minste de belangrijkste afspraken op papier te zetten.

Hoe maak je zo’n risico-inventarisatie? Er is geen goed of fout, maar je kunt bijvoorbeeld de belangrijkste onderdelen opschrijven van jullie samenwerking. Ik heb hiervoor een eerste opzet bedacht, die op de meeste creatieve diensten en samenwerkingen van toepassing zijn. Aan de hand van onderstaande vragen kun je je eigen risico-inventarisatie maken. Mocht er in jouw geval een specifiek onderdeel ontbreken, dan kun je deze natuurlijk toevoegen aan je eigen risico-inventarisatie.

### **Opzet risico-inventarisatie:**

1. Welke kosten heb jij gemaakt om het product op de markt te brengen of om de samenwerking aan te gaan?
2. Heeft iemand anders ook kosten gemaakt? Zo ja, gaan jullie de gemaakte kosten verrekenen met de winst, zodat ieder zijn deel terugkrijgt?
3. Indien er sprake is van een auteursrechtelijk beschermd werk: wie is de maker van dit werk? Blijft dat zo of gaan jullie de auteursrechten delen?
4. Wat gebeurt er als het product of de diensten (tijdelijk) niet geleverd kunnen worden? Wie is hier verantwoordelijk voor?
5. Wat als de samenwerking niet goed loopt of de klant niet betaalt?

Heb jij bloed, zweet en tranen ingebracht om jouw werk op de markt te brengen of de samenwerking met een andere creatieve ondernemer tot stand te brengen? Dan is het alleen maar eerlijk als jij ook een groot deel van de vruchten plukt en niet als enige de verantwoordelijkheden draagt. Maak hierover goede en duidelijke afspraken, zodat je er in het ergste geval niet alleen voorstaat en de kosten en baten in de goede verhouding met elkaar deelt.

### *Zorg voor een escape in het contract*

Het is altijd handig om een escape te hebben waar je op terug kunt vallen, wanneer de samenwerking niet meer zo goed loopt als verwacht of wanneer de andere partij zijn of haar verplichtingen niet nakomt. Niets is vervelender als je kosten en moeite hebt ingebracht en er niets voor terug krijgt. Wanneer een ander niet meewerkt, kun je je het contract meestal wel beëindigen door je op de wet beroepen. Echter kan een bepaling in het contract een extra steun in de rug bieden, wanneer je zo snel mogelijk onder het contract uit wilt komen.

Je kunt hiervoor een opzeggingstermijn stellen, zoals je die waarschijnlijk van huur- en arbeidsovereenkomsten kent, maar je kunt ook een bepaling opnemen waarin staat dat je onder bepaalde voorwaarden de samenwerking kunt beëindigen. Een voorbeeld voor zo'n voorwaarde is de situatie dat iemand de verplichtingen die hij of zij op grond van het contract heeft, niet nakomt. Denk hierbij aan het niet voldoen van betalingstermijnen, maar ook het schenden van de geheimhoudingsplicht of andere bepalingen van het contract.

Daarnaast kan een overmachtsbepaling handig zijn om een contract vroegtijdig te kunnen beëindigen. Denk aan alle leveringen die niet doorgingen en onaangekondigde prijsstijgingen als gevolg van de oorlog in Oekraïne. In het geval van onvoorspelbare omstandigheden die buiten jouw controle zijn, zou je een beroep kunnen doen op overmacht en van het contract af kunnen komen.

### *Stel het contract in jouw voordeel op*

Als je een contract op laat stellen is het altijd handig om zelf een jurist in te schakelen, zodat het contract vanuit jouw perspectief wordt opgesteld. Als jij namelijk het contract van je wederpartij krijgt, is het contract meestal al in het voordeel van de wederpartij opgesteld. Wil je jouw rechten echt goed vastleggen, dan zou ik je altijd aanraden om zelf de overeenkomst te laten opstellen.

Gaat jouw wederpartij nou echt niet akkoord met het contract dat meer in jouw voordeel is opgesteld? Vraag dan welke bepalingen hij of zij precies problematisch vindt. Het is gebruikelijk dat de andere partij bij de overeenkomst ook iets van jouw contracten vindt en wellicht het een en ander nog wil laten aanpassen, voordat het contract wordt getekend. Dit is vooral aan de orde, wanneer het gaat om langdurige samenwerkingen of overeenkomsten waarbij grote belangen spelen, zoals de overdracht van intellectuele eigendomsrechten. Door zelf de eerste versie te sturen, heb je in ieder geval het

goede uitgangspunt. In het beste geval gaat je wederpartij meteen akkoord en in het slechtste geval moet je enkele aanpassingen doen.

### *Kies voor een lang of een kort contract*

Nou hoor ik je denken “ik wil niet voor elke kleine afspraak een lang ingewikkeld document (laten) opstellen”. En dat snap ik. Je moet je goed voor ogen houden hoeveel de zakelijke relatie met je klant, je business partner of je werknemers van je gaat vragen. Niet alleen qua tijd maar ook wat moeite en kosten betreft. Ga je een samenwerking aan waarbij je een hoog risico loopt als het misgaat? Stel dan een wat uitgebreider contract op zodat voor alle partijen duidelijk is waar zij recht op hebben en aan welke verplichtingen zij moeten voldoen. Loop je wat minder risico en heb je niet altijd de tijd om je wederpartij een uitgebreide overeenkomst voor de neus te leggen? In dat geval is het misschien voldoende om een korte overeenkomst op te stellen of zelfs alleen maar in de offerte of op de bestelpagina te verwijzen naar je algemene voorwaarden.



## 2. Verklaar je algemene voorwaarden van toepassing

Om op een later moment een beroep te kunnen doen op je algemene voorwaarden, moet je deze van toepassing hebben verklaard vóór het sluiten van de overeenkomst. Als je dit niet doet, kun je je dus niet op de bepalingen uit je algemene voorwaarden beroepen. Daarnaast kan het zijn dat je wederpartij achteraf beweert dat zijn of haar algemene voorwaarden van toepassing zijn.

Je kunt je algemene voorwaarden van toepassing verklaren door in de offerte of de begeleidende mail een zin op te nemen, zoals: “Op deze overeenkomst zijn de algemene voorwaarden van [jouw bedrijf] van toepassing.” Hierdoor maak je duidelijk dat in aanvulling van voor deze overeenkomst specifieke afspraken ook je standaardbepalingen uit je algemene voorwaarden van toepassing zijn en dat je daar een beroep op kunt doen. Het is handig om daarnaast ook de toepasselijkheid van de algemene voorwaarden van je wederpartij uit te sluiten door bijvoorbeeld de toevoeging “De algemene voorwaarden van [bedrijf wederpartij] worden uitdrukkelijk van de hand gewezen.” Hierdoor zorg je ervoor dat je wederpartij achteraf niet kan beweren dat zijn of haar algemene voorwaarden van toepassing zijn.

In principe moet de toepasselijkheid van de algemene voorwaarden ook door de andere partij worden aanvaard. Dit kan bijvoorbeeld door bovenstaande zin in de overeenkomst op te nemen. Zodra deze wordt getekend is de wederpartij dus ook akkoord gegaan met het feit dat je algemene voorwaarden van toepassing zijn. Heb je een webshop? Dan kun je gebruik maken van een vakje dat klanten van je webshop kunnen aanvinken, wanneer ze iets bestellen. Gaat een klant of wederpartij niet expliciet akkoord met je algemene voorwaarden? Dan kunnen deze alsnog van toepassing zijn, wanneer jullie allebei uitvoering hebben gegeven aan de overeenkomst door bijvoorbeeld de afgesproken goederen of diensten te leveren en betalingen te voldoen. In dat geval wordt er namelijk van uitgegaan dat de wederpartij jouw algemene voorwaarden stilzwijgend heeft aanvaard.

Wanneer je je algemene voorwaarden van toepassing verklaart, moet je je wederpartij ook de mogelijkheid bieden om van de inhoud van je voorwaarden kennis te nemen. Dit moet voor of tijdens het sluiten van de overeenkomst gebeuren. Je kunt je algemene voorwaarden bijvoorbeeld per e-mail aan je wederpartij sturen, een hyperlink opnemen in je offerte of webshop of verwijzen naar je website. In het geval dat je klant een consument is, ben je verplicht om de algemene voorwaarden *ter hand te stellen*. Dat betekent dat je deze aan je klant moet sturen of dat de klant je voorwaarden in ieder geval moet kunnen downloaden van de website.

### 3. Bedenk een goede handelsnaam

Een goede handelsnaam is belangrijk. Onder deze naam prijs je immers je producten of diensten aan en richt je je tot je klanten. Maar wat is een goede handelsnaam?

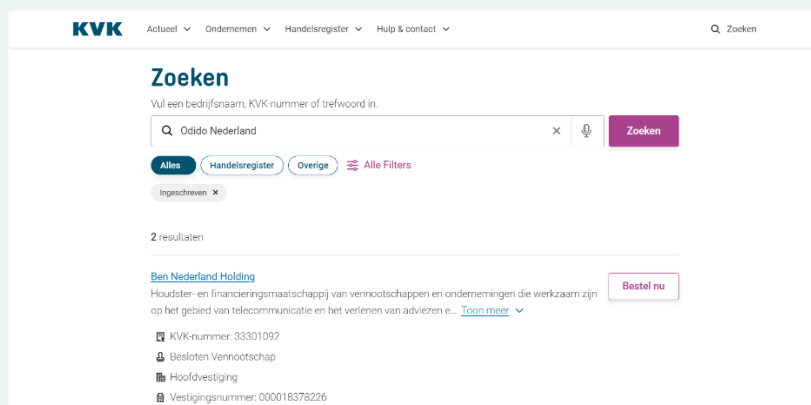
Een unieke handelsnaam geeft je juridisch gezien meer houvast dan een beschrijvende handelsnaam. In het algemeen geldt dat een unieke (en daarmee onderscheidende) handelsnaam het handigst is wat betreft de beschermingsomvang van de handelsnaam. Dit komt doordat [handelsnaaminbreuk](#) sneller wordt aangenomen dan in het geval van beschrijvende handelsnamen. Je kunt dus veel makkelijker optreden tegen concurrenten die dezelfde of een soortgelijke handelsnaam gebruiken.

Een unieke handelsnaam kun je ook als merk inschrijven, terwijl [beschrijvende handelsnaam](#) in de meeste gevallen niet als merk kunnen worden ingeschreven. De inschrijving als merk geeft nog extra bescherming aan de handelsnaam (hierover meer in hoofdstuk 4). Een beschrijvende handelsnaam is daarmee minder goed beschermd. Bij een beschrijvende handelsnaam kun je denken aan een kapper, een cateringservice of een bijlesdocent. Dit geldt alleen, wanneer de onderneming ook precies die activiteiten verricht. “Architect Amsterdam” is bijvoorbeeld een beschrijvende handelsnaam, wanneer het gaat om een architect, maar niet wanneer het gaat om een speelgoedwinkel. Stel jezelf dus de volgende vraag: kan iemand anders uit mijn bedrijfsnaam afleiden welke producten of diensten ik aanbied?

Een voordeel van een beschrijvende handelsnaam is wel het feit dat het makkelijker te vinden is op google. Je potentiële klanten (die nog niet bekend zijn met je onderneming) zullen vaak niet meteen een unieke bedrijfsnaam in google zoeken, maar een omschrijving van hetgeen ze zoeken. Zo vullen klanten bijvoorbeeld de zoekterm “Webdesign Utrecht” in. Stel dat jouw onderneming precies deze zoekterm als handelsnaam gebruikt, dan ben je makkelijker vindbaar voor klanten dan jouw concurrent met een hele unieke handelsnaam.

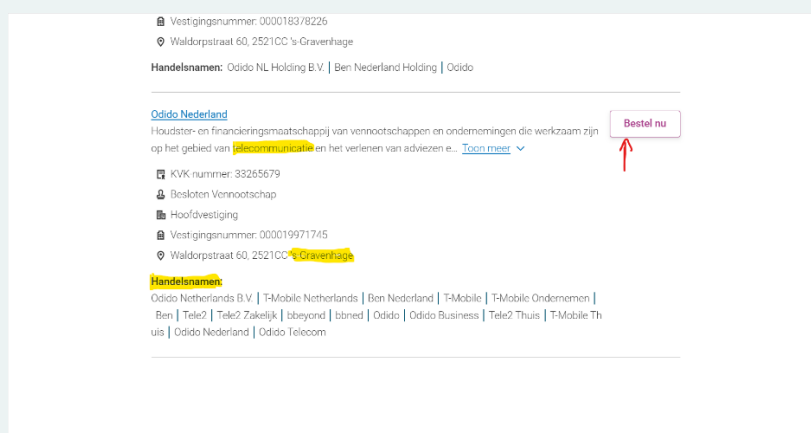
#### *Check het handelsregister*

Zodra je een handelsnaam hebt bedacht, moet je allereerst checken of deze al in gebruik is. Wanneer de handelsnaam namelijk al binnen dezelfde branche of regio in gebruik is, mag je niet dezelfde handelsnaam voor jouw onderneming gaan gebruiken. Anders wekt dit teveel verwarring tussen jouw onderneming en die andere onderneming bij potentiële klanten. Terwijl een inschrijving in het handelsregister niet zomaar betekent dat de handelsnaam ook daadwerkelijk wordt *gebruikt*, geeft het een eerste indicatie welke handelsnamen mogelijk al ‘bezet’ zijn. [Zoeken in het handelsregister](#) kan dus geen kwaad, ook al betekent dit nog niet dat de handelsnamen in het handelsregister niet meer beschikbaar zijn. Hoe zoek je dan in het handelsregister?



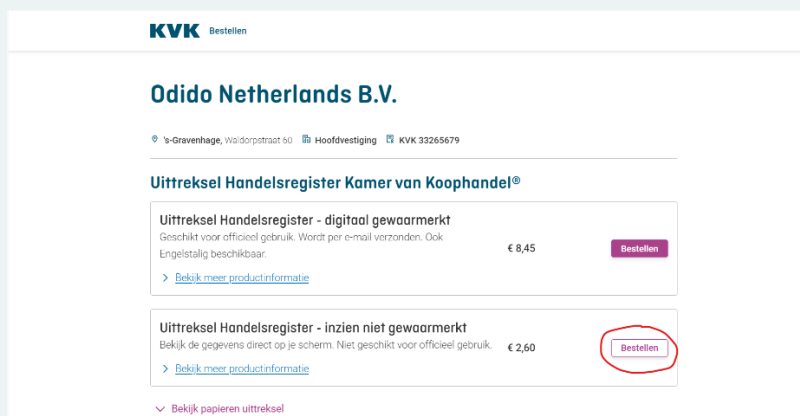
Afbeelding 1. Screenshot van de zoekpagina in het handelsregister.

In afbeelding 1 hierboven zie je de zoekpagina van de KvK. Ik heb als voorbeeld Odido Nederland gezocht, zodat je ziet hoe de zoekresultaten worden weergegeven. Op deze pagina kun je bedrijven in het handelsregister zoeken. Je hoeft alleen maar een naam of KvK-nummer in te toetsen en krijgt meteen alle passende zoekresultaten. Wanneer je de lijst van zoekresultaten voor je hebt en je wilt weten of jij dezelfde naam zou kunnen gebruiken, moet je kijken naar de branche/sector(en), de vestigingsplaats(en) en de handelsnamen die het bedrijf gebruikt (zie in afbeelding 2 hieronder). Wanneer een handelsnaam al is ingeschreven in dezelfde branche en plaats als jij die wilt gaan gebruiken, kun je ervan uitgaan dat dit niet mag (mits de handelsnaam ook daadwerkelijk wordt gebruikt).



Afbeelding 2. Screenshot van de zoekpagina in het handelsregister.

Wil je meer informatie over een bepaald bedrijf? Wil je bijvoorbeeld weten wie er achter het bedrijf zit? Dan kun je op 'bestel nu' klikken en een uittreksel van de inschrijving van het bedrijf in het handelsregister bestellen. Zie als voorbeeld afbeelding 3 hieronder. Let hierbij op dat je het *niet* *gewaarmerkte* uittreksel besteld. Voor een handelsregistercheck heb je namelijk geen gewaarmerkt uittreksel nodig, dus dat scheelt je ook weer bijna €6.



Afbeelding 3. Screenshot van de bestelpagina in het handelsregister.

Naast het checken van het handelsregister zou ik je ook altijd aanraden om het merkenregister te checken. Je mag namelijk niet zomaar een handelsnaam gebruiken, die al als merk is ingeschreven. In hoofdstuk 4 leg ik uit hoe je in het merkenregister kunt zoeken.

## Gebruik je handelsnaam

Een inschrijving bij de KvK is niet genoeg om een beroep te kunnen doen op de ingeschreven handelsnaam. Hiervoor is het feitelijk voeren van de handelsnaam van belang. Het is dus van belang dat je de handelsnaam *gebruikt*.

Om aanspraak te maken op de bescherming van het handelsnaamrecht, moet er sprake zijn van gebruik “in het economisch verkeer”. Dit betekent dat je de handelsnaam daadwerkelijk moet gebruiken als naam voor je bedrijf, wil je een beroep kunnen doen op je handelsnaam. Enkele voorbeelden voor gebruik in het economisch verkeer:

- Gebruik van de handelsnaam op jouw website;
- Gebruik van de handelsnaam in reclame en advertenties;
- Gebruik van de handelsnaam op visitekaartjes en briefpapier.

Daarnaast is het mogelijk dat je onderneming meerdere handelsnamen heeft. Denk hierbij aan domeinnamen (een goed voorbeeld is bol.com) of gebruikte afkortingen van je handelsnaam of domeinnamen.

## 4. Schrijf je handelsnaam als merk in

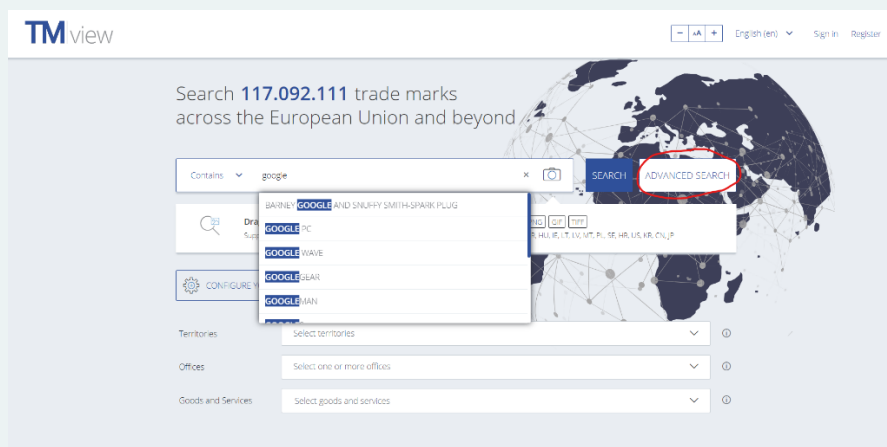
Een merk kun je inschrijven bij het lokale merkenbureau van het land waarin je de bescherming wilt kunnen inroepen. In de Benelux is dat [BOIP \(Benelux Office for Intellectual Property\)](#). Daarnaast is er ook een Europees merkenbureau: het [EUIPO \(European Intellectual Property Office\)](#). De territoriale beschermingsomvang van je inschrijving is afhankelijk van het merkenbureau waar je je merk hebt ingeschreven. Je moet bij een merkinschrijving altijd aangeven voor welke waren of diensten je het merk wilt inschrijven. De inschrijving is dan geldig voor 10 jaar, maar kan steeds weer worden verlengd met 10 jaar. Een merk schrijf je in voor bepaalde [waren en diensten](#) waarvoor je het merk als onderscheidingsteken gaat gebruiken. Voorbeelden hiervoor zijn muziekinstrumenten, tv-programma's, kleding en reclame- of telecommunicatiediensten.

Het betreffende merkenbureau waar je de merkinschrijving hebt aangevraagd, beoordeelt jouw aanvraag en beslist vervolgens tot goedkeuring of afwijzing. Een aanvraag kan geweigerd worden op grond van een van de weigeringsgronden. De aanvraag wordt onder andere afgewezen, wanneer het je handelsnaam of logo:

- Gebrek aan onderscheidend vermogen vertoont;
- Beschrijvend is;
- Een gebruikelijke aanduidingen bevat;
- Een vormmerk betreft dat de waar weergeeft;
- In strijd is met de openbare orde of goede zeden;
- Vlaggen, wapens en andere officiële emblemen van staten of internationale organisaties bevat;
- Misleitend is;
- In strijd is met rechten op beschermde oorsprongsbenamingen, beschermde geografische aanduidingen of gegarandeerde traditionele specialiteiten dan wel benamingen van beschermde plantenrassen.

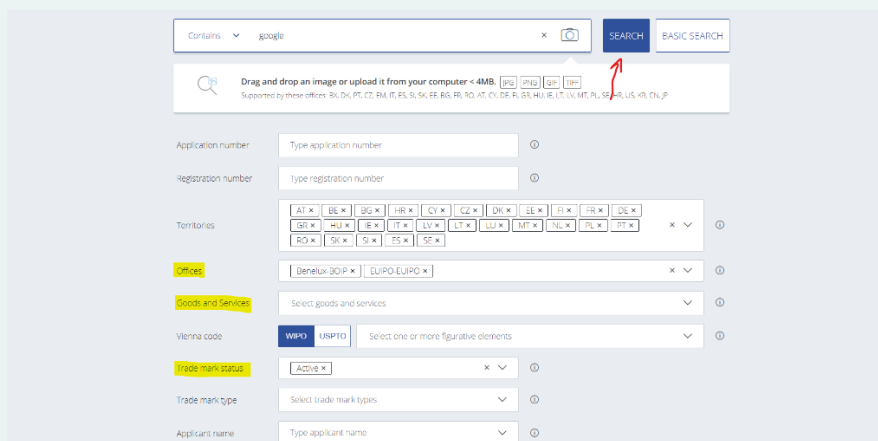
### *Check het merkenregister*

Om zeker te weten dat je je handelsnaam als merk kunt inschrijven moet je kijken of dezelfde naam binnen de EU of de Benelux al is ingeschreven voor de betreffende klasse(n). Daarnaast zal jouw aanvraag hoogstwaarschijnlijk niet worden goedgekeurd wanneer jouw handelsnaam te veel lijkt op het reeds ingeschreven merk. Daarnaast kun je hiermee ook checken of eenzelfde handelsnaam al wordt gebruikt (ook buiten Nederland). Je handelsnaam mag namelijk niet overeenstemmen met het merk van een ander.



Afbeelding 4. Zoekpagina op de website van TMview.

Welke tekens al zijn ingeschreven, kun je checken op [TMview](#). Op afbeelding 4 hierboven zie je de zoekpagina. Ik heb als voorbeeld alle overeenstemmende “google” opgezocht. Waren en diensten heb ik niet ingevuld om het wat makkelijker te houden en om je te laten zien dat een naam/teken vaker kan worden ingeschreven. Van belang is dus dat het merk niet voor dezelfde klasse is ingeschreven, anders wekt het verwarring bij klanten. Klik allereerst op “advanced search” om de goede zoekfilters te kunnen toepassen.



Afbeelding 5. Geavanceerde zoekpagina op de website van TMview.

Van belang zijn vooral de filters “Merkenbureaus”, “Waren en diensten” en “Merkstatus” (zie hierboven in afbeelding 5). Door de merkenbureaus (BOIP en EUIPO) in te vullen, worden overigens automatisch alle EU- en Benelux-landen ingevuld.

Graphic representation	Trade mark name	Application date	Goods and Services	Trade mark status	Trade mark office	Application number
	Google	25/01/2016	9, 25, 35, 36, 38, 42, 45	Registered	EU-PO-EU...	015053211
	Google	08/02/2016	9, 25, 35, 36, 38, 42, 45	Registered	EU-PO-EU...	015085152
	Google	28/08/2016	9, 25, 39, 41, 42, 43, 45	Registered	EU-PO-EU...	015775885
	GOOGLE	09/02/2018	9, 35, 36, 38, 42	Registered	EU-PO-EU...	017792571
	GOOGLE	29/09/2005	16, 25, 35	Registered	EU-PO-EU...	004316642

Afbeelding 6. Zoekresultaten o.b.v. zoekterm en filters op de website van TMview.

Door op “search” te klikken krijg je een lijst met zoekresultaten op basis van de toegepaste filters (zie afbeelding 6). In dit voorbeeld zijn er 73 zoekresultaten. In deze lijst staat onder andere of het gaat om een woord- of beeldmerk. Bij de eerste twee zie je dat afbeeldingen zijn toegevoegd onder ‘graphic representation’. Dat betekent dat het gaat om een beeldmerk. Je kunt hierbij dus denken aan het logo van Google. Een handelsnaam kun je ook als woordmerk inschrijven. Naast het soort merk kun je in deze lijst ook alvast de aanvraagdatum, de waren en diensten, de status, het merkenbureau en het aanvraagnummer bekijken.

Trade mark status	Registered
Status date	22/06/2016
Application number	015053211
App. trade mark type	Beeldmerk
Kind of mark	Individual
Application language code	en
Second language	de
Application reference	EW8883HGS05fe
Mark classification	9, 25, 35, 36, 42, 45
Coloured elements	Blue; Red; Orange; Green.
Show more	

**Dates**

120 Application date	25/01/2016
131 Registration date	22/06/2016
141 Priority date	25/01/2006

**Office**

EUIPO  
EUROPEAN UNION  
INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE

[View this trade mark in the office of origin](#)  
[Office of Origin case law](#)

Afbeelding 7.1. Uittreksel van het merk “Google” op de website van TMview

Je kunt bovendien van elk resultaat de details bekijken door erop te klikken. Deze overzichten kun je ook downloaden, bijvoorbeeld als je bewijs nodig hebt om aan te tonen dat je geen inbreuk maakt op een bepaald merk.

The screenshot shows a search result for the trademark 'GOOGLE'. The interface includes a language dropdown set to 'English (Original)'. The main content area lists several classes of goods and services, each with a yellow highlight:
 

- Class 09: Downloadable software for creating indexes of information, indexes of web sites, and indexes of other information resources; downloadable software for mobile phones and mobile devices for detecting a user's location and displaying relevant local information of general interest; downloadable software for mobile phones and mobile devices that allows the user to search the phone or device's content for information, contacts, and applications; downloadable software for mobile phones and mobile devices that allows the user to search the internet for information of general interest; computer hardware; battery chargers; power adapters.
- Class 25: Clothing, namely, shirts, t-shirts, hats, caps, children's clothing, namely, t-shirts.
- Class 35: Dissemination of advertising for others via the Internet; online retail store services featuring consumer goods of others; advertising and promoting the goods and services of others via a global computer network; promoting the goods and services of others by providing a website featuring coupons, offers, rebates, reward cards, consumer reviews, links to the user's website of others, online catalogs featuring a wide variety of consumer goods of others, comparison shopping, and discount information; providing commercial assistance to advertisers in creating, managing, and organizing online advertising and online product listings.
- Class 36: Charitable fundraising; providing grants to charitable organizations; financial services, namely, providing stocks, bonds, commodity, index, futures, options, securities, and currency prices and market information; financial services, namely, providing a web site with information concerning stocks, bonds, commodities, indexes, futures, options, securities, and currency prices, and where users can post ratings, reviews and recommendations on the same; financial transaction processing services, namely, clearing and recording financial transactions via a global computer network; bill payment services.

 Below the classes, there is a 'Show more' link and a 'Vienna code' section with three entries:
 

- 73.03.09: Other backgrounds in WORDS or NUMERALS divided into two, three or four
- 29.07.01: Red
- 29.01.08: Brown

 On the right side, there is a 'Trade mark office' section with 'USPTO - USPTO' and '190 Registration office' and 'BM'. Below that is an 'Owner' section with the following details:
 

- Organization name: Google LLC
- Applicant incorporation country code: US
- Applicant identifier: 190282
- 841 Applicant nationality code: US
- 843 Applicant legal entity: Legal Entity
- 812-812 Incorporation state: Delaware
- Address: 1600 Amphitheatre Parkway
- City: Mountain View
- State: California
- Postcode: 94043
- Address country: US

 A blue button labeled 'Back to top' is located at the bottom right of the owner information.

Afbeelding 7.2. Uittreksel van het merk "Google" op de website van TMview

Hierbij zijn vooral de geel gearceerde gegevens relevant, waaronder de eigenaar (merkhouders) en de ingeschreven klassen, maar ook de inschrijfdatum en het soort merk (zie afbeeldingen 7.1 en 7.2). Deze gegevens zijn van belang als je zeker wilt zijn dat je jouw handelsnaam kunt inschrijven of dat je een inbreuk op je merk kunt aantonen.

Ik begrijp het helemaal als je nu denkt "dit is wel heel veel informatie, ik zie door de bomen het bos niet meer". Zeker wanneer je als creatieve ondernemer nog niet in aanraking bent gekomen met het merkenrecht en het merkenregister, kan ik me voorstellen dat je het checken van het register lastig vindt. Mocht je er na het lezen van dit hoofdstuk niet uitkomen en hulp nodig hebben bij het zoeken van in het merkenregister, dan help ik je graag verder tijdens een gratis gesprek. Dit geldt overigens ook voor alle andere onderwerpen in dit e-book.

## Maak gebruik van de voucher

Merkaanvragen zijn vaak best prijzig en veel ondernemers zien daarom in het begin van hun ondernemerschap af van de registratie van hun handelsnaam en logo. Daarom is er een voucher. Deze wordt verstrekt vanuit een initiatief van de Europese Commissie, Europees merkenbureau en de bevoegde nationale instanties.

Met de [voucher](#) krijg je tot 75% van de inschrijfkosten van een Benelux-merk of Europese merkaanvraag terug. Je betaalt dus wel eerst het volledige bedrag van de inschrijving, maar krijgt driekwart weer terug.

Je kunt hiervan gebruik maken, als je:

1. Minder dan 250 medewerkers hebt;
2. Je jaarmzet lager is dan 50 miljoen euro; en
3. Het balanstotaal van je onderneming niet de 43 miljoen euro overschrijdt.



Op de [website van het BOIP](#) kun je alle informatie nalezen over hoe je de voucher kunt aanvragen. Werkt de link niet of is de voucher voor dit jaar al verlopen? Google dan “SME Voucher”, er is elk jaar weer een nieuwe voucher.

### *Gebruik je merk*

Wanneer je je merk niet gebruikt, dan kan een ander het merk ongeldig verklaren. Op die manier wordt voorkomen dat je allemaal merken gaat blokkeren die anderen hadden kunnen en willen gebruiken. Ook hierbij geldt het criterium dat je het merk in het *economisch verkeer* moet gebruiken voor de waren en diensten waarvoor je het hebt ingeschreven. Voor het ongeldig verklaren van het merk geldt wel een termijn van 5 jaar. Je hoeft het merk dus niet meteen te gebruiken, zodra je het hebt ingeschreven, maar kunt er ook even mee wachten.

## 5. Zorg voor het behoud van je auteursrechten

### *Let op het verschil tussen opdrachtnemers en werknemers*

Er is een groot verschil tussen opdrachtnemers en werknemers als het gaat om [auteursrechtelijk beschermde werken](#). Werkgevers worden voor de Auteurswet automatisch [als maker beschouwd](#), wanneer een werk in het kader van de arbeidsrelatie tussen werknemer en werkgever is gemaakt door werknemer. Wel moet het maken van auteursrechtelijke werken behoren tot de gebruikelijke werkzaamheden van de werkgever.

Je kunt hierbij denken aan een illustrator die in loondienst is bij een illustratiebureau en in het kader van dit werk illustraties heeft gemaakt waarop auteursrechten rusten. Die auteursrechten komen in dat geval toe aan de werkgever, ondanks dat hij of zij het werk niet zelf heeft gemaakt. Dit maakt het doorgaans makkelijker voor creatieve ondernemers om de werken die binnen het bedrijf zijn gemaakt te exploiteren, zonder elke keer de auteursrechten te moeten overdragen.

Bij opdrachtnemers krijgt de opdrachtgever niet automatisch de auteursrechten. Opdrachtnemers houden dus in principe de auteursrechten van de door hen gemaakte werken. Je kunt in dit geval denken aan een freelance-fotograaf die door een bedrijf wordt ingehuurd om zakelijke foto's van het personeel te maken. De fotograaf behoudt in dit geval de auteursrechten, tenzij hij de auteursrechten aan het bedrijf heeft overgedragen.

### *Let op dat je klant niet alles bepaalt*

Lever je maatwerk waarbij je klanten enige mate van inspraak hebben met betrekking tot het eindresultaat? Dan moet je opletten dat je klant niet teveel bepaalt. Dit kan namelijk ertoe leiden dat je klant als maker moet worden beschouwd, ondanks dat jij het potlood, de kwast of een ander hulpmiddel in je handen hield. Je klant zou in dat geval de auteursrechten krijgen, waardoor jij je werk zelf niet meer zou mogen [exploiteren](#).

Voorkom dus allereerst dat je klant, op dit gebied, teveel inspraak heeft. Zeg je nou “maar dit is precies de service die ik klanten aanbied”? Dan kun je ook ervoor kiezen om een overdrachtsbepaling in het contract met je klant op te nemen, waarmee je de auteursrechten krijgt, die eventueel bij je klant zouden kunnen liggen.

### *Leg van tevoren de exploitatiebevoegdheden vast*

Wanneer je samen met een andere maker één auteursrechtelijk beschermd werk maakt, kan het zijn dat jullie altijd toestemming van de ander nodig hebben om het werk te exploiteren. Dit kan in de praktijk onhandig zijn. Daarnaast kan het zijn dat één van jullie wil exploiteren en de ander niet, waardoor je beter

de bevoegdheden bij die ene partij kunt leggen. Dit kun je opnemen in een samenwerkings- of licentieovereenkomst tussen jou en de andere partij.

Wanneer het gaat om een werk dat bestaat uit meerdere andere werken, dan kan meestal wel iedere maker zijn eigen werk exploiteren. Dit komt doordat je de afzonderlijke werken beter kunt scheiden. Je kunt hierbij denken aan een film, waarbij het verhaal, de muziek en de opnamen afzonderlijke werken vormen. De film zelf (als overkoepelend werk) kan alleen met toestemming van alle makers worden geëxploiteerd, tenzij er iets anders is afgesproken tussen de makers.

### *Richt een holding op voor je intellectuele eigendom*

Je kunt je intellectuele eigendom het best veiligstellen door een holding op te richten en de rechten aan de holding over te dragen. Door het oprichten van een holding naast je B.V. of N.V. kun je je intellectuele eigendomsrechten allemaal in één hand houden. Dit zorgt voor meer overzicht en je rechten zijn veilig in het geval van fusies en overnames of faillissement.

Hoe werkt het precies? Jij bent eigenaar van de holding en de holding is eigenaar van je bedrijf. De intellectuele eigendomsrechten van jouw bedrijf draag je over aan de holding, waarbij je bedrijf een licentie krijgt voor die rechten. Op die manier kan het bedrijf de merkrechten, handelsnamen en auteursrechten blijven exploiteren, maar is de holding – en daarmee jij – eigenaar van de rechten. Terwijl jij als vertegenwoordiger van de holding de teugels van je bedrijf in handen houdt, ben jij de enige die aan de rechten binnen jouw holding kan komen.

Wanneer je bedrijf wordt overgenomen of met een ander bedrijf fuseert, blijf jij door middel van de holding rechthebbende van de intellectuele eigendom. Ook in geval van faillissement kan een curator die alle bedrijfsgoederen gaat verkopen om de schulden af te lossen, niet bij je intellectuele eigendomsrechten.

## Checklist – juridisch alles goed geregeld?

Je hoeft als ondernemer niet alles meteen perfect te doen. Ondernemen is een proces waarbij je idealiter steeds een trede hoger gaat. Focus je bij deze checklist dan ook niet op de dingen waar je nog niet aan toe bent gekomen. Je hebt nog genoeg tijd om het allemaal dicht te timmeren. Je kunt deze checklist beter zien als leidraad voor (het juridische gedeelte van) het proces van ondernemer zijn. En – wat ook heel belangrijk is – sta stil bij wat je al hebt bereikt.

- Leg het schriftelijk vast**
- Maak een risico-inventarisatie
- Zorg voor een escape in het contract
- Stel het contract in jouw voordeel op
- Kies voor een lang of een kort contract
- Verklaar je algemene voorwaarden van toepassing**
- Bedenk een goede handelsnaam**
- Check het handelsregister (en merkenregister)
- Gebruik je handelsnaam
- Schrijf je handelsnaam in als merk**
- Check het merkenregister
- Maak gebruik van de voucher
- Gebruik je merk (binnen 5 jaar na inschrijving)
- Zorg voor het behoud van je auteursrechten**
- Let op het verschil tussen werknemers en opdrachtnemers
- Let op dat je klant niet alles bepaalt
- Leg van tevoren de exploitatiebevoegdheden vast
- Richt een holding op voor je intellectuele eigendom

## Handige links

### Handelsregister Kamer van Koophandel

In het [handelsregister](#) kun jij alvast een eerste check doen of de bedrijfsnaam die jij voor ogen had al in gebruik is. In hoofdstuk 3 heb ik al uitgelegd dat je de bedrijfsnaam ook economisch moet gebruiken om een beroep op het handelsnaamrecht te doen. Toch is het handelsregister een belangrijke basis. Wil je weten welke persoon achter het bedrijf zit? Dan kun je een uittreksel (niet gewaarmerkt) aanvragen voor €2,60.

### Merkenregister van TMview

In hoofdstuk 4 heb ik je al laten zien hoe je het merkenregister kunt checken. Je kun dit doen op de [website van TMview](#), als je twijfelt of jouw logo of bedrijfsnaam al door iemand anders als merk is ingeschreven. Hierbij geldt namelijk: wie het eerst maalt... Het is dus handig om te kijken of het merk nog beschikbaar is.

### De SME-voucher

Met de [SME-voucher](#) kun je o.a. 75% van de kosten van je merkaanvraag terugkrijgen. De merkinschrijving is vervolgens 10 jaar lang geldig en kan daarna weer met 10 jaar worden verlengd. Door de voucher bespaar je dus een groot deel van de kosten van je inschrijving voor de eerste 10 jaar.

### Mijn kennisbank

Hierin heb ik de basis van de verschillende leerstukken per rechtsgebied opgeschreven. Ik werk de kennisbank regelmatig bij, zodat alle informatie actueel is. Hieronder een lijst van de rechtsgebieden (met links):

- [Auteursrecht](#)
- [Handelsnaamrecht](#)
- [Merkenrecht](#)
- [Mediarecht](#)
- [Reclamerecht](#)
- [Privacy](#)
- [Contracten](#)

### Mijn instagram-account

Wil je meer weten over de juridische ontwikkelingen binnen het intellectuele eigendomsrecht, mediarecht, privacy en contractenrecht? Volg dan het [instagram-account van Simply Legal](#). Hierop plaats ik regelmatig handige juridische tips en de laatste ontwikkelingen.