

# vonnis

---

## RECHTBANK DEN HAAG

Team handel - voorzieningenrechter

zaak- / rolnummer: C/09/575203 / KG ZA 19/535

### Vonnis in kort geding van 8 juli 2019

in de zaak van

1. **T-Mobile Netherlands B.V.** te Den Haag,  
2. **T-Mobile Thuis B.V.** te Den Haag  
eiseressen in conventie,  
verweersters in reconventie,  
advocaat mr. G.S.P. Vos en R.A.C. Stoop te Amsterdam,

tegen:

1. **KPN B.V.** te Rotterdam,  
2. **Koninklijke KPN N.V.** te Rotterdam,  
gedaagden in conventie,  
eiseressen in reconventie,  
advocaat mr. R.C. de Mol en J.J.E. Bremer te Den Haag.

Partijen worden hierna respectievelijk aangeduid als (in vrouwelijk enkelvoud) 'T-Mobile' en 'KPN'.

#### 1. De procedure

1.1. Het verloop van de procedure blijkt uit:

- de dagvaarding met daarbij en nadien overgelegde producties (totaal 32 producties);
- de akte houdende uitbreiding van eis van de zijde van T-Mobile;
- de door T-Mobile overgelegde specificatie proceskosten tot en met 18 juni 2019;
- de eis in reconventie met daarbij en nadien overgelegde producties (totaal 8 producties);
- de op 20 juni 2019 gehouden mondelinge behandeling, waarbij door beide partijen pleitnotities zijn overgelegd.

1.2. Tijdens de mondelinge behandeling is de zaak enkele dagen aangehouden om partijen in de gelegenheid te stellen het geschil (deels) in onderling overleg te beëindigen. Bij e-mailbericht van 25 juni 2019 heeft T-Mobile de voorzieningenrechter bericht dat partijen zijn overeengekomen bepaalde delen uit ieders respectievelijke processtukken in te trekken, waarbij is aangegeven welke specifieke onderdelen van ieder van partijen worden ingetrokken. Verder wordt de voorzieningenrechter in het e-mailbericht gevraagd voor het resterende deel vonnis te wijzen. Per e-mailbericht van dezelfde datum heeft KPN de voorzieningenrechter bericht dat zij akkoord is met het e-mailbericht van T-Mobile.

1.3. Vonnis is bepaald op heden.

## 2. De feiten in conventie en in reconventie

Op grond van de stukken en het verhandelde ter zitting wordt in dit geding van het volgende uitgegaan.

2.1. T-Mobile en KPN zijn aanbieders van mobiele en vaste telefoniediensten, mobiel en vast internet en interactieve televisie. T-Mobile en KPN zijn rechtstreekse concurrenten van elkaar.

2.2. T-Mobile voert sinds augustus 2018 een “Beloftes”-campagne. In deze campagne doet T-Mobile beloftes aan de Nederlandse consument. “Belofte #1” luidt als volgt:

*“NA DE FUSIE LANCEREN WIJ ALS EERSTE LANDELIJK 5G*

*5G is dichterbij dan u denkt. Daar zorgen wij voor. Door de integratie van onze netwerken bieden wij al in 2020 als eerste landelijk 5G*

*KPN en VodafoneZiggo, Snel hè?”*

Deze belofte is in augustus 2018 als advertentie in verschillende landelijke dagbladen verschenen en is nu nog op verschillende onderdelen van de website van T-Mobile terug te vinden.

2.3. KPN voert sinds een aantal weken in diverse media (televisie, radio, internet (waaronder social media), gedrukte media, openbare plaatsen (abri's en mupri's)) een landelijke reclamecampagne met als hoofdthema “Beter netwerk” (hierna ook: de “Beter netwerk”-campagne).

2.4. Onderdeel van de “Beter netwerk”-campagne is een televisiereclame, waarin “Beter netwerk” telkens gekoppeld wordt aan een handeling/activiteit die “beter” is, opvolgend:

<i>Beter netwerk – Beter wakker worden</i>	(verwijzing naar koffiezetapparaat dat gekoppeld is aan een app op een mobiele telefoon)
<i>Beter netwerk – Beter ritme</i>	(hardlopen, waarbij via een mobiele telefoon naar muziek wordt geluisterd)
<i>Beter netwerk – Beter mama blij maken</i>	(een kind dat op straat met iemand videobelt)
<i>Beter netwerk – Beter ondernemen</i>	(werken op een terras van een café op een laptop)
<i>Beter netwerk – Beter je weg vinden</i>	(navigatie via mobiele telefoon op de fiets)
<i>Beter netwerk – Beter tussenuur</i>	(tieners die bezig zijn met een smartphone)
<i>Beter netwerk – Beter service</i>	(digitale afwikkeling van pakketbezorging)
<i>Beter netwerk – Beter feesten</i>	(televisie kijken op een dakterras)
<i>Beter netwerk – Beter leven</i>	(eindconclusie)

2.5. Onderdeel van de “Beter netwerk”-campagne zijn tevens twee radiocommercials. In de ene radiocommercial is de volgende tekst te horen:

*“Voor een betere hardloopsessie, wil je overal muziek kunnen streamen.*

*Voor een betere werkdag, wil je niet alleen op kantoor hoeven werken.*

*En voor een betere voetbalavond op de bank, wil je natuurlijk ongestoord Oranje kunnen kijken.*

*Beter netwerk, betere mogelijkheden.  
Ontdek wat een beter netwerk voor jou kan doen.  
KPN*

In de andere radiocommercial (een zogenaamde “tag-on”/vervolgcommercial binnen hetzelfde reclameblok als voormelde radiocommercial) is de volgende tekst te horen:

*“Beter netwerk, betere deal.  
Internet en tv basis van KPN.  
Nu de eerste zes maanden geen 52,50 maar slecht 35 euro per maand.  
Ook voor klein zakelijk.  
Ga naar jouw KPN winkel of kijk op [KPN.com/beter](http://KPN.com/beter).”*

2.6. In voormelde televisie- en radiocommercials is op de achtergrond een nieuwe versie van het liedje “*Anything you can do (I can do better)*” (oorspronkelijk liedje uit 1946, gecomponeerd door Irving Berlin) te horen. In dit liedje is de volgende tekst te horen:

*“Anything you can do, I can do better; I can do anything better than you.  
No you can't; yes I can; no you can't; yes I can; no you can't; yes I can, yes I can,  
yes I can.”*

2.7. Op de website van KPN ([www.kpn.com](http://www.kpn.com)) komt de verwijzing naar de “Beter netwerk”-campagne ook op diverse plaatsen terug, evenals in gedrukte media en op openbare plaatsen, onder andere in de varianten:

*Beter netwerk, beter leven  
Beter netwerk, betere mogelijkheden  
Beter netwerk, betere deal  
Beter netwerk, beter overal Oranje kijken  
Beter netwerk, beter series kijken  
Beter netwerk, beter muziek luisteren  
Beter netwerk, beter werken  
Beter netwerk, beter ritme*

2.8. Bij e-mail van 24 mei 2019 heeft T-Mobile KPN gesommeerd reclame-uitingen in het kader van de “Beter netwerk”-campagne te staken. Vervolgens hebben partijen onderling gecorrespondeerd over de reclame-uitingen van KPN. Dit heeft er niet toe geleid dat KPN gestopt is met de door T-Mobile in deze communicatie benoemde reclame-uitingen. Naar aanleiding van de door T-Mobile uitgebrachte dagvaarding heeft KPN wel wijzigingen aangebracht in haar reclame-uitingen. KPN heeft bij brief van 18 juni 2019 hierover als volgt aan T-Mobile bericht, voor zover nu relevant:

*“KPN acht hetgeen T-Mobile naar voren brengt niet van dien orde dat KPN in actie zou moeten komen. Er was, en is, gewoonweg geen sprake van onrechtmatige reclame-uitingen door KPN in welke vorm dan ook. Wel heeft KPN – onverplicht, en zonder daarmee op enigerlei wijze af te doen aan het voorgaande – bekeken of haar reclame-uitingen verder kunnen worden geoptimaliseerd. Dit heeft geleid tot (onder meer) aanpassingen waardoor (in elk geval in de loop van vandaag):  
(...)”*

### 3. Het geschil

#### in conventie

3.1. T-Mobile vordert nu nog (naar de voorzieningenrechter begrijpt gezien het ingetrokken deel van de dagvaarding) – zakelijk weergegeven – KPN te:

- a) gebieden de reclame-uitingen die in het lichaam van de dagvaarding staan omschreven en die onderdeel uitmaken van de “Beter netwerk”-campagne met onmiddellijke ingang na betekening van dit vonnis te (doen) staken en gestaakt te (doen) houden;
  - b) gebieden binnen drie dagen na betekening van dit vonnis de in de akte houdende uitbreiding van eis weergegeven rectificatie gedurende zeven dagen bovenaan de homepage [www.kpn.com](http://www.kpn.com) en de subpagina [www.kpn.com/beter](http://www.kpn.com/beter) (althans de pagina waarnaar deze URL doorverwijst) te plaatsen, op de in de akte houdende uitbreiding van eis nader omschreven wijze;
  - c) bevelen, op eigen kosten, binnen drie dagen na betekening van dit vonnis voormelde rectificatie eenmalig in alle gedrukte media te plaatsen waarin zij en voor zover zij de onder a) bedoelde en door de voorzieningenrechter verboden reclame-uitingen heeft geplaatst, op de in de akte houdende uitbreiding van eis nader omschreven wijze, onder toezending aan de raadslieden van T-Mobile van bewijs van die plaatsingen;
  - d) bevelen, op eigen kosten, binnen drie dagen na betekening van dit vonnis voormelde rectificatie gedurende drie opeenvolgende werkdagen op of omstreeks 8.00 uur, 12.00 uur en 17.00 uur op alle radiozenders, via welke zij en voor zover zij de onder a) bedoelde reclame-uitingen aldaar heeft gepubliceerd, uit te laten zenden in een reclameblok, op de in de akte houdende uitbreiding van eis nader omschreven wijze, onder toezending aan de raadslieden van T-Mobile van bewijs van die uitzendingen;
  - e) bevelen, op eigen kosten, binnen drie dagen na betekening van dit vonnis voormelde rectificatie gedurende drie opeenvolgende werkdagen op of omstreeks 12.00 uur en 20.00 uur op alle televisiezenders, via welke zij en voor zover zij de onder a) bedoelde reclame-uitingen aldaar heeft gepubliceerd, uit te laten zenden in een reclameblok, op de in de akte houdende uitbreiding van eis nader omschreven wijze, onder toezending aan de raadslieden van T-Mobile van bewijs van die uitzendingen;
- alles op straffe van een dwangsom en met veroordeling van KPN in de kosten van dit geding, zoveel mogelijk op de voet van artikel 1019h van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering (hierna: Rv).

3.2. Daartoe voert T-Mobile – samengevat – het volgende aan. De claims van KPN zijn duidelijk (impliciet) vergelijkend met haar concurrentie op de Nederlandse markt, waaronder T-Mobile. De claims van KPN moeten worden opgevat in die zin dat zij stelt een “Beter Netwerk” te hebben dan haar concurrentie. Die claim kan KPN niet waarmaken. Bovendien gebruikt KPN geen feitelijke onderbouwing voor deze claim en verwijst zij niet naar een bron die als onderbouwing kan dienen dat zij daadwerkelijk een beter netwerk dan haar concurrentie zou hebben. Van objectiviteit en controleerbaarheid is daarom geen sprake. KPN misleidt de gemiddelde consument ten aanzien van de feiten en dat kan er toe leiden dat de gemiddelde consument (waaronder huidige klanten van T-Mobile) overstapt naar KPN. T-Mobile lijdt daardoor schade, althans dreigt schade te lijden.

3.3. KPN voert verweer, dat hierna, voor zover nodig, zal worden besproken.

in reconventie

3.4. KPN vordert nu nog – zakelijk weergegeven – T-Mobile te veroordelen:

- 1) om de uitingen over het als eerste te zullen gaan uitrollen van een 5G netwerk in Nederland – inclusief uitingen die dezelfde strekking hebben – met onmiddellijke ingang te (doen) staken en gestaakt te houden, op/via alle media waarop deze uitingen zijn verspreid;
- 2) om op haar websites [www.t-mobile.nl](http://www.t-mobile.nl), [www.t-mobile.nl/BELOFTES](http://www.t-mobile.nl/BELOFTES), en op elke aan haar gelieerde website, de in de akte houdende eis in reconventie weergegeven rectificatie te plaatsen, op de in die akte vermelde wijze, en daar minimaal vier weken geplaatst te houden;

alles op straffe van een dwangsom en met veroordeling van T-Mobile in de kosten van dit geding, voor wat betreft het deel van de procedure dat betrekking heeft op de inbreuk op de merkrechten van KPN, de volledige redelijke en evenredige proceskosten te berekenen op de voet van artikel 1019h Rv.

3.5. Daartoe voert KPN – samengevat – het volgende aan. T-Mobile maakt zich in haar reclame-uiting schuldig aan onjuiste, misleidende en dus onrechtmatige (vergelijkende) reclame. Daarbij maakt T-Mobile bovendien inbreuk op merkrechten van KPN. Door het zeer bekende merk KPN op deze misleidende en voor KPN schadelijke manier te gebruiken, trekt T-Mobile ongerechtvaardigd voordeel uit de reputatie van het merk en doet zij daar afbreuk aan. Ten aanzien van de belofte dat T-Mobile als eerste landelijk 5G zal gaan lanceren, is volstrekt onduidelijk op basis waarvan T-Mobile die claim meent te kunnen pöneren. T-Mobile kan dat niet beloven, omdat zij helemaal niet weet of zij straks daadwerkelijk eerder dan alle andere aanbieders 5G lanceert. Dat is afhankelijk van verschillende factoren waarover T-Mobile geen controle heeft. De belofte is daarmee misleidende reclame en een misleidende handelspraktijk die concurrenten, waaronder uitdrukkelijk KPN, schade toebrengt. De belofte is ook misleidende vergelijkende reclame, nu T-Mobile belooft sneller 5G te lanceren dan in ieder geval KPN en VodafoneZiggo, die in de belofte uitdrukkelijk genoemd worden.

3.6. T-Mobile voert verweer, dat hierna, voor zover nodig, zal worden besproken.

**4. De beoordeling van het geschil**

in conventie

4.1. Bij de beoordeling van de vorderingen wordt het navolgende vooropgesteld. Reclame-uitingen kunnen, kort samengevat en voor zover in dit kort geding relevant, jegens een concurrent onrechtmatig zijn als de informatie in die reclame-uiting feitelijk onjuist is of de gemiddelde consument kan misleiden ten aanzien van de voornaamste kenmerken van een product en ook de concurrent daardoor geschaad wordt. Daarbij geldt wel dat de gangbare en rechtmatige reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk moeten worden genomen een reclame op zich niet oneerlijk maken. Daarnaast is vergelijkende reclame waarbij een concurrent wordt genoemd (slechts) geoorloofd als de reclame, wat de vergelijking betreft niet misleidend is en de vergelijking objectief en controleerbaar is.

4.2. Bij de beoordeling van de vraag of een reclame misleidend of onrechtmatig vergelijkend is, moet getoetst worden hoe de zogenaamde “maatman” de reclame zal

begrijpen. De maatman is het gemiddelde lid van het algemene, brede publiek en is gemiddeld geïnformeerd, omzichtig en oplettend.

4.3. Voorafgaand aan dit kort geding heeft KPN al enige wijzigingen aangebracht in de reclame-uitingen die in dit geding aan de orde zijn gesteld. De voorzieningenrechter neemt deze wijzigingen in aanmerking en gaat bij de beoordeling van de vordering van T-Mobile uit van de reclame-uitingen in gewijzigde versie. Gezien de door KPN al aangebrachte wijzigingen en de toezegging van KPN ter zitting dat zij hetgeen zij heeft gewijzigd niet weer opnieuw zal gaan gebruiken heeft T-Mobile geen (spoedeisend) belang meer bij de beoordeling van de reclame-uitingen zoals deze voor de wijzigingen werden gebruikt. De voorzieningenrechter gaat er daarbij uitdrukkelijk van uit dat KPN haar toezegging op dit punt gestand doet.

4.4. Kern van de bezwaren van T-Mobile is dat KPN met haar “Beter netwerk”-campagne claimt een beter netwerk te hebben dan andere aanbieders, waaronder T-Mobile, van (mobiele) telefonie, internet en televisie, terwijl deze claim niet juist is en bovendien niet objectief en controleerbaar. In deze stellingen kan T-Mobile niet worden gevolgd. De voorzieningenrechter overweegt daartoe als volgt.

4.5. De claim “Beter netwerk” wordt in de reclame-uitingen van KPN grotendeels gecombineerd met handelingen en activiteiten, die – zoals KPN terecht stelt – “vroeger” niet mogelijk waren om met een “netwerk” ((mobiele) telefonie / internet) te realiseren. “Vroeger” was het niet, althans, minder goed, mogelijk om, bijvoorbeeld, een koffiezetapparaat zodanig te verbinden met een netwerk dat deze gekoppeld aan een wekker aangezet kon worden, op straat een route uitgestippeld te krijgen, te videobellen of op een dakterras televisie te kijken. Alle “Beter”-claims in de televisiecommercial en in de onder 2.5 als eerste genoemde radiocommercial houden verband met activiteiten die – als gevolg van de huidige netwerkmogelijkheden – tegenwoordig “beter” mogelijk zijn dan in het verleden. Met KPN is de voorzieningenrechter van oordeel dat de “Beter netwerk”-campagne in de televisiecommercial en de eerstgenoemde radiocommercial slechts de boodschap uitdraagt dat een “beter netwerk” bepaalde activiteiten beter mogelijk maakt, maar dat daarbij niet wordt geclaimd dat het netwerk van KPN “beter” is dan de netwerken van andere aanbieders. Dit is geen onjuiste of misleidende boodschap en is evenmin een vergelijking met een andere aanbieder van de in de commercials bedoelde netwerken. Van enig onrechtmatigheid is derhalve ten aanzien van deze reclame-uitingen geen sprake.

4.6. Het vorenstaande wordt niet anders door de in de televisie- en radiocommercial gebruikte muziek, waarmee volgens T-Mobile de boodschap van KPN “extra kracht” wordt bijgezet. Allereerst valt niet in te zien waarom het “extra kracht bijzetten” van een boodschap die – zoals al overwogen – niet onrechtmatig is, onrechtmatig zou zijn. Bovendien gaat het ook te ver om aan te nemen dat de gemiddelde consument, die tot uitgangspunt moet worden genomen, door die muziek denkt dat KPN als boodschap wil overbrengen dat het netwerk van KPN in het algemeen en op alle vlakken beter is. Voor zover dit al anders zou zijn, geldt – zoals KPN terecht stelt – dat de tekst van het liedje dan moet worden opgevat als een in de reclamewereld gebruikelijke vorm van overdrijving, die algemeen is en ook voor de gemiddelde consument als overdrijving herkenbaar is.

4.7. Voor zover in andere uitingen de claim “Beter netwerk” anders wordt gecombineerd dan in de hiervoor besproken televisie en radio-commercial levert dat evenmin onrechtmatig handelen van KPN op. Grotendeels zijn de andere combinaties vergelijkbaar met de

hiervoor besproken combinaties. Dit is slechts anders voor de uiting “Beter netwerk, betere deal”. In die uiting wordt immers niet verwezen naar een activiteit die nu, met de huidige netwerkmogelijkheden beter mogelijk is dan “vroeger”. Die uitingen met daarin de claim “Beter netwerk, betere deal” zijn echter evenmin onrechtmatig nu deze daadwerkelijk verwijzen naar een “betere deal” van KPN. In de door T-Mobile overgelegde uitingen in gedrukte media en op openbare plaatsen waarin de “betere deal”-claim voorkomt wordt immers verwezen naar een aanbieding waarbij bij een nieuwe mobiele telefoon een gratis horloge wordt aangeboden. Bij de uitingen op internet wordt – sinds de aanpassingen op 18 juni 2019 – verwezen naar een “van/voor” aanbieding van KPN zelf. Hetzelfde geldt voor de “Betere deal”-uiting in de “tag-on” radiocommercial. Nu de claim “Betere deal” derhalve verwijst naar een aanbieding van KPN is de uiting “Betere deal” in het licht van de volledige “Beter netwerk”-campagne niet onjuist, misleidend of onrechtmatig vergelijkend en dus niet onrechtmatig.

4.8. Op haar website vermeldt KPN in het kader van haar “Beter netwerk”-campagne ook nog dat haar netwerk één van de beste ter wereld is. Ook deze uiting levert, anders dan T-Mobile stelt, geen onrechtmatig handelen op. KPN stelt immers slechts dat haar netwerk één van de beste ter wereld is volgens het “P3 onderzoek”. Daarbij is de tekst “P3 onderzoek” een direct aanklikbare link naar het betreffende onderzoek. Dit onderzoek bespreekt mobiele netwerken in Nederland, van KPN, T-Mobile en VodafoneZiggo en er blijkt uit dat het netwerk van KPN – evenals overigens de netwerken van T-Mobile en VodafoneZiggo – goede resultaten boekt in het betreffende onderzoek. Deze uiting, in combinatie met de direct aanklikbare link naar het onderzoek waar deze op is gebaseerd, is niet onjuist of misleidend, is objectief en controleerbaar en is dus niet als onrechtmatig aan te merken.

4.9. In de dagvaarding verwijst T-Mobile nog naar de uiting (eveneens in het kader van de “Beter netwerk”-campagne) dat KPN al jarenlang “de meest gewaardeerde aanbieder van tv en internet is”. Deze uiting is inmiddels van de website verwijderd. Dat deze uiting elders nog gebruikt wordt is gesteld noch gebleken. Conform hetgeen onder 4.3 is overwogen, kan beoordeling van deze uiting verder achterwege blijven.

4.10. Slotsom is dat de reclame-uitingen in het kader van de “Beter netwerk”-campagne die in dit kort geding aan de orde zijn gesteld niet onrechtmatig zijn. Er is daarom geen grond om de door T-Mobile gevorderde ordemaatregelen te treffen. T-Mobile zal, als de in het ongelijk gestelde partij, hoofdelijk (zoals gevraagd door KPN) worden veroordeeld in de kosten van dit geding.

#### in reconventie

4.11. Het meest verstrekkende verweer van T-Mobile houdt in dat KPN geen spoedeisend belang heeft bij de door haar gevorderde ordemaatregelen. Dit verweer slaagt. De voorzieningenrechter overweegt daartoe als volgt.

4.12. T-Mobile heeft onweersproken gesteld dat zij al in augustus 2018 is begonnen met de zogenaamde “Beloftes”-campagne en dat zij in augustus 2018 paginagrote advertenties in landelijke dagbladen met “Belofte #1” heeft geplaatst. Hierop heeft KPN niet gereageerd. Uit de overgelegde stukken blijkt dat KPN zich niet eerder dan bij brief aan T-Mobile van 18 juni 2019 – verzonden in reactie op de dagvaarding in dit kort geding – op het standpunt stelt dat “Belofte #1” jegens haar onrechtmatig is. Dat KPN dit standpunt op enig moment

eerder heeft ingenomen blijkt niet uit de overgelegde stukken en is door KPN ook niet gesteld.

4.13. Gezien het lange tijdsverloop sinds de start van de campagne had het op de weg van KPN gelegen te motiveren wat nu nog haar spoedeisende belang is bij de gevorderde ordemaatregel, te meer omdat er sinds de start van de “Beloftes”-campagne veelvuldig contact is geweest tussen partijen en KPN zich in die contacten ten aanzien van een andere reclamecampagne wél op het standpunt heeft gesteld dat T-Mobile jegens haar onrechtmatig handelde. Immers, uit de overgelegde stukken blijkt dat KPN op 26 april 2019 aan T-Mobile een sommatie heeft verstuurd om uitingen in het kader van de “Beter-stap-je-over-weken”-campagne van T-Mobile te staken. Hierover hebben partijen vervolgens tot eind mei 2019 per e-mail gecorrespondeerd. In al deze correspondentie heeft KPN geen bezwaren geuit tegen de Belofte-campagne van T-Mobile. Per e-mail van 24 mei 2019 heeft T-Mobile daarna KPN voor het eerst bericht dat zij de “Beter netwerk”-campagne van KPN onjuist, misleidend en onrechtmatig vindt en heeft zij KPN gesommeerd die reclame-uitingen te staken. Vervolgens hebben partijen ook over deze reclame-uitingen per e-mail verder gecorrespondeerd. Ook in deze e-mailberichten komt de Beloftes-campagne niet aan de orde.

4.14. Omdat KPN op geen enkele wijze heeft onderbouwd waarom zij tot 18 juni 2019 nooit aanleiding heeft gezien haar bezwaren over de “Beloftes”-campagne kenbaar te maken en evenmin wat nu – ruime tijd na de start van de reclamecampagne – nog haar spoedeisende belang is bij het gevorderde verbod, terwijl die campagne bovendien over haar hoogtepunt heen is (alleen nog reclame-uitingen op de website van T-Mobile en niet in andere media), zal de voorzieningenrechter de door KPN gevorderde ordemaatregelen bij gebrek aan spoedeisend belang weigeren.

4.15. KPN zal, als de in het ongelijk gestelde partij, worden veroordeeld in de kosten van dit geding, conform het liquidatietarief. De voorzieningenrechter ziet geen aanleiding voor een proceskostenveroordeling op de voet van artikel 1019h van het Wetboek van Burgerlijke Rechtsvordering, alleen al omdat onvoldoende gebleken is dat, en zo ja in welke omvang, specifieke kosten zijn gemaakt vanwege het beroep van KPN op de merkrechtinbreuk.

## 5. De beslissing

De voorzieningenrechter:

### in conventie

- 5.1. weigert de gevraagde ordemaatregelen
- 5.2. veroordeelt T-Mobile hoofdelijk in de kosten van dit geding, tot dusverre aan de zijde van KPN begroot op € 1.619,--, waarvan € 980,-- aan salaris advocaat en € 639,-- aan griffierecht;
- 5.3. verklaart deze kostenveroordeling uitvoerbaar bij voorraad;



in reconventie

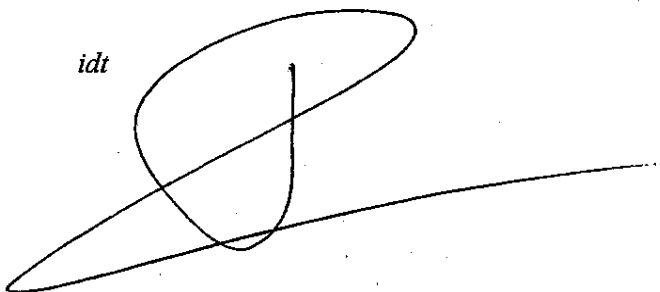
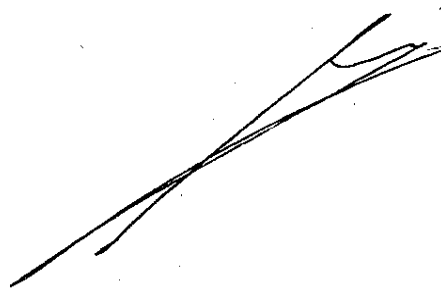
5.4. weigert de gevraagde ordemaatregelen

5.5. veroordeelt KPN in de kosten van dit geding, tot dusverre aan de zijde van T-Mobile begroot op € 1.619,--, waarvan € 980,-- aan salaris advocaat en € 639,-- aan griffierecht;

5.6. verklaart dit vonnis deze kostenveroordeling uitvoerbaar bij voorraad.

Dit vonnis is gewezen door mr. G.P. van Ham en in het openbaar uitgesproken op 8 juli 2019.

*idt*

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of a large loop and a long horizontal stroke.A smaller, more compact handwritten signature in black ink, with several overlapping strokes.