

■ Opgave 1

Het succes van een merk staat of valt met een creatieve, originele naam. Wie zo'n naam bedacht heeft, wil die uiteraard ook graag beschermen door het merk te laten registreren en deponeren. Is dát eenmaal goed geregeld, dan heeft u een stevig fundament gelegd voor een onbezorgde toekomst.

De spelregels: niet alles is toegestaan

Om een merk te mogen deponeren moet u aan bepaalde voorwaarden voldoen:
* Het merk moet nog 'vrij' zijn. Dit wordt onderzocht door het Benelux-Merkenbureau in een zogenaamd nieuwheidsonderzoek. Blijkt daaruit dat uw merk al door een ander is gedeponeerd, of lijkt het sterk op iets dat al bestaat, dan vangt u bot.
* Onderscheid is gewenst. 'Verse melk' voor melkproducten komt bijvoorbeeld niet door de keuring.

De beoordeling van dat onderscheid gebeurt altijd subjectief. Zo mocht *Kid Cool* niet geregistreerd worden, omdat het te veel leek op *Cool Cat*. *Videoketen Filmland* daarentegen mocht weer wel. Dat was onderscheidend genoeg van *Videoland*.

* Soortnamen zijn verboden. Een koeriersdienst die kiest voor het merk *Sneldienst* kan het vergeten.

bron: De ZAAK, maart 2000

- 1p **1** Tot welk marketinginstrument behoort het merk?
2p **2** Leg uit dat "het laten registreren en het deponeren van een merk" van essentieel belang is voor een onderneming.

In 2001 veranderde de merknaam Smiths (chips- en nootjesproducten) in Lay's. De naam Smiths werd in Nederland gebruikt. In de rest van de wereld kende men dezelfde producten onder de naam Lay's.

Een verandering van de merknaam kan leiden tot een afzetdaling van het product.

- 1p **3** Leg uit dat een verandering van de merknaam kan leiden tot een daling van de afzet van het product.