

RTE Adviesgroep

RTE

RTE Bedrijfsjuristen

RTE Subsidie Adviseurs

RTE Business &
Market Intelligence

Wat is een merk?

Inhoudsopgave

Inleiding	1
Verschijningsvormen van merken	1
De keuze van een merk	2
De kracht van een merk	2
Is een merk-depot noodzakelijk?	2
Contact	4

Inleiding

Een merk is het middel om een product of organisatie onderscheidend vermogen mee te geven. Vooral in de marketing en reclame is het belang van merken steeds verder toegenomen. Klanten en potentiële klanten nemen beslissingen op basis van herkenning van een merknaam of logo. Een merk is een onderscheidingsteken.

Een merk heeft een communicatiefunctie en identificatiefunctie en moet als zodanig ook beschermd worden tegen misbruik door derden.

Bescherming kan op verschillende manieren:

- registratie voor de Benelux (inschrijving bij het Benelux Merkenbureau)
- registratie van een Gemeenschapsmerk, voor de landen aangesloten bij de Europese Unie (OHIM)
- registreren van een internationaal depot via het Internationaal Merkenbureau (WIPO)



'Ook vormen worden als merk beschouwd'

Verschijningsvormen van merken

Een merk kan in vele vormen voorkomen. De Benelux Merkenwet geeft aan dat ieder teken dat in staat is om waren of diensten van een onderneming te onderscheiden een merk kan zijn. Het kan gaan om een woordmerk, een beeldmerk of een combinatie hiervan. Philips en Unilever zijn voorbeelden van woordmerken die als zodanig beschermd zijn. Een bekend beeldmerk is de Panda van het Wereld Natuur Fonds.

Het meest bekende voorbeeld van een gecombineerd beeld-woordmerk is wel Coca Cola met het bijbehorende specifieke lettertype.

Ook kleuren (bijvoorbeeld KPN-groen), cijfer- en lettercombinaties (bijvoorbeeld 4711, 3M of DSM) en tekeningen en vormen (bijvoorbeeld Lacoste-krokodil of het Hoegaarden-glas) worden als merk beschouwd.



'Misleidende merken
worden geweigerd'

De keuze van een merk

Het creëren van een merknaam moet weloverwogen gebeuren. Bij het deponeren van een merk zijn de onderstaande punten van belang:

- het onderscheidend vermogen
- mogelijk misleidend karakter
- strijdigheid met de goede zeden of openbare orde

Een merk heeft geen onderscheidend vermogen wanneer het de soortnaam van een product is. Een bekend voorbeeld hierbij is het woord 'Fiets'. Dit woord kan niet geclaimd worden als merk voor een tweewielig, niet gemotoriseerd voertuig. Het woord 'Fiets' is een soortnaam voor zo'n voorwerp en wordt als zodanig dan ook niet door het Benelux Merkenbureau geaccepteerd. Daarnaast heeft een merk ook geen onderscheidend vermogen als het alleen een hoedanigheid, hoeveelheid, bestemming van een product aangeeft. Een voorbeeld hiervan is de term 'smeerkaas' voor smeerbare kaas.

Een merk wordt ook geweigerd als het misleidend is: bijvoorbeeld de naam Live's voor spijkerbroeken vanwege de associatie met Levi's spijkerbroeken.

Een merk dat in strijd is met de goede zeden of openbare orde is nietig. Tevens kunnen er merken zijn die door een bijbetekenis of negatieve klank/associatie niet als merk vastgelegd kunnen worden. Dit kan bij internationale merken zeker een belangrijke rol spelen. Het is zinvol om dit vooraf te toetsen.

De kracht van een merk

Een merk is veelal gekoppeld aan een product of dienst. U wilt hieraan zoveel mogelijk herkenbare onderdelen meegeven, die als merk kunnen fungeren. Het beschermen van deze (ken)merken als merk is één, maar de mate waarin u zeker bent van uw recht wordt bepaald door de rechter.

De kracht van een merk wordt bepaald door: originaliteit, inburgering, deugdelijkheid, mate van beschrijving en verwording.

Is een merk-depot noodzakelijk?

Het recht op een merk in de Benelux wordt verkregen door depot van een merk bij het Benelux Merkenbureau. Internationaal gaat dit via de lokale registratie instanties. Alleen het gebruik van een naam of logo biedt in feite weinig tot geen bescherming. Een naam of logo mag gewoon gebruikt worden zonder dit te deponeren maar het is uitermate onverstandig.

Iemand die een naam of logo gebruikt heeft vanuit juridisch oogpunt een uitermate zwakke positie ten opzichte van iemand die deze naam of logo later als het merk deponereert.

Een merk kan, voordat u het openbaar maakt, reeds gedeponereerd worden. Sinds 1 januari 1996 zelfs vijf jaar voordat u gebruik gaat maken van het merk.

Registraties van merken zijn tien jaar geldig en kunnen daarna telkens voor een periode van tien jaar worden verlengd.

Contact

Wilt u meer informatie over merken of de dienstverlening van RTE Intellectual Property Intelligence neem dan direct contact op met een van onze adviseurs of maak gebruik van het formulier op de website.

Postadres:
Postbus 614
5000 AP Tilburg

Bezoek Adres:
Jan Asselbergsweg 84
5026 RR Tilburg

Tel: 013 - 467 04 00

Fax: 013 - 467 04 10

E-mail: info@rte.nl

Internet: www.rte.nl/marketintelligence/intellectualproperty.asp

RTE Bedrijfsjuristen

RTE Subsidie Adviseurs

RTE Market Intelligence