

Een nieuw product bedenken is vaak een zware bevalling. Een bijpassende naam leidt veelal ook tot slapeloze nachten. Bij gebrek aan inspiratie, besluiten ondernemers soms aan te haken bij de naam van een bekend persoon. Maar gebruik van andermans naam of aanhaken bij de bekendheid van iemand anders is niet zonder gevaar.



Baby Gaga Moedermelkijs



Faam van historische personen

Menig fabrikant gebruikt de naam van een historisch persoon om aan te geven hoe briljant zijn producten wel niet zijn. Zo is bijvoorbeeld de naam van onze grote schilder Rembrandt alleen al in de Benelux 93 keer geclaimd. De naam wordt voor van alles gebruikt; van bloembollen tot aan verzekeringen en hoteldiensten. Rembrandt is niet de enige VIP in het bestand. Het register kent een heel leger aan namen van bekende personen die als merk gebruikt worden, zoals Van Gogh (67 keer), Wilhelmina (12x) en Churchill (32x). De naam van zo'n historisch persoon kan prima als herkomstaanduiding dienen. Maar, bedenk wel dat je vaak niet de enige bent met dit briljante idee. De kans is groot dat anderen ook die naam gebruiken, dus controleer eerst of de naam al niet eerder geclaimd is.

Je naam ten gelde maken

Sinds pakweg 30 jaar laten bekende mensen zoals voetballers, muzikanten en artiesten hun naam registreren als merk. Reden: deze mensen zijn zo bekend dat zij uit het gebruik van hun naam een financieel slaatje kunnen slaan. Zo heeft André Rieu niet alleen zijn naam als merk geregistreerd maar ook een foto van zijn hoofd. Ook onze meest succesvolle Leidse muzikant Armin van Buuren heeft zijn naam en de naam van zijn radioprogramma "A State of Trance" als merk laten vastleggen. Binnenkort verschijnt onder deze naam een nieuwe kleding- en schoenenlijn. De hele Nederlandse showbizz is inmiddels in het register te vinden; van Jan Smit, Carice van Houten, Wesley Sneijder tot Bob en Annie de Rooy. Aanhaken zonder ervoor te betalen, is dan ook levensgevaarlijk.

Lady Gaga en Baby Gaga

Lady Gaga's opkomst in de popmuziek is niet onopgemerkt gebleven, net zo min als de lancering van BABY GAGA Moedermelkijs. De nieuwste sensatie in Londen is: ijs -gemaakt van moedermelk- voor slechts 23 euro per portie. Lady Gaga levert de melk niet zelf. De ijssalon gebruikt hiervoor moedermelk van vijftien jonge Engelse moeders. Victoria Hiley was de eerste leverancier, 3 liter- goed voor de eerste 50 porties. Op de eerste dag was het ijs uitverkocht en de reacties waren fantastisch. Het succes is zo groot, dat de bedenker direct Europese bescherming heeft geclaimd op de naam. Maar is het aanhakend gebruik wel zo handig? Lady Gaga heeft namelijk ook haar naam als merk laten vastleggen in Europa. Grote kans dat zij deze free-riding niet kan waarden en dat de ijssalon een vergoeding per portie moet gaan betalen of een andere naam moet verzinnen. Echter dat is niet het enige gevaar. Van Lady Gaga is namelijk ook bekend dat zij graag de randjes van het toelaatbare op zoekt. Negatieve publiciteit kan zo op het product afstralen en dan is het maar te hopen dat ze niet iets doet met poep of pics in haar komende videoclip, want dan krijgt het ijsje wel een erge aparte bijsmaak. Daarom, mocht je in Londen zijn, proef het dan snel. Voordat je het weet, is Baby Gaga verboden of smaakt het toch heel anders.

Theo-Willem van Leeuwen

TEKST THEO-WILLEM VAN LEEUWEN
FOTOGRAFIE JOHN BRUSSEL

THEO-WILLEM IS PARTNER BIJ ABCOR BV

MERKEN- EN MODELLENBUREAU
ABCOR IS GESPECIALISEERD
IN GOODWILL BESCHERMING