

'Wie betaalt, bepaalt' en 'het grote geld regeert'. Nederlandse uitspraken met als strekking dat grote jongens altijd hun wil kunnen opleggen aan anderen. Echter steeds vaker moeten ook grote jongens door de knieën. Dikwijls omdat de zaken niet goed geregeld zijn, zelfs bij zaakjes die stinken. Alleen een grote zak geld is dan soms de oplossing.



Jatten mag, alleen niet altijd

Innovatie vindt overal plaats. Zowel in grote internationale bedrijven als bij ZZP-ers. Het uitvinden op zich is al een hele bevalling, maar dan start eigenlijk pas het echte spel. Want hoe claim je de rechten? Belangrijk is om te weten dat de wet zo is ingericht, dat het de maximale mededinging bevordert. De gedachtegang is namelijk, 'hoe meer concurrentie, des te minder de consument hoeft te betalen'. Ideeën zijn daarom vogelvrij en door iedereen te gebruiken. Voor nieuwe producten heeft de wetgever wel een uitzondering gemaakt. Innovatie moet namelijk lonen. Om te voorkomen dat een ander met jouw inspanningen aan de haal gaat, zijn er allerlei rechten te claimen. Dat geldt niet alleen voor een technische uitvinding (octrooien) maar ook voor nieuwe vormen van producten (modellen) of bij de lancering van een nieuw product/bedrijf onder een bepaalde naam (merkenrecht). Juist de meest briljante uitvindingen lijken vaak heel simpel (zoals bijvoorbeeld de paperclip of de inkeping in een beschuitje). Claim daarom tijdig de rechten, zodat je als bedenker mee kan delen in het succes.

Gebruik is niet zaligmakend

Op het vaste land in Europa ontstaan merkrechten door registratie en niet door gebruik. Vooral bij Amerikaanse bedrijven gaat dit nogal eens fout. Amerikaanse bedrijven 'vergeten' soms een merk te registreren met alle gevolgen van dien, zeker als ze gaan exporteren. Niet slim, vooral als je bedenkt dat een merkregistratie (inclusief de taksen van de overheid voor de komende tien jaar) maar een paar honderd euro kost.

Ik wil een hele grote zak geld!

Dit is niet alleen een probleem in onze huidige wereld. Zo was er sinds 1932 een klein schoenenbedrijfje in Spanje actief onder de naam NIKE. Toen Nike haar merk ging uitrollen in Europa zat er voor NIKE niet veel anders op, dan om de zaak af te kopen. Na Europa, Zuid-Amerika is China momenteel het land waar de klappen vallen. Nederlandse bedrijven registreren vaak wel keurig hun merken in de thuismarkt. Alleen vergeten zij dit soms ook te doen in productielanden zoals China, met alle gevolgen van dien. Zo kon Apple de lancering van de iPad nog even uitstellen. Niet omdat het product nog niet uitontwikkeld was, maar alleen omdat het merk inmiddels was geregistreerd door een Chinees bedrijf. Ook hier regeert uiteindelijk het grote geld en voor een kleine zestig miljoen dollar is Apple nu eigenaar. En dit is geen incident. Zo kon de Tesla showroom (elektrische auto's) gesloten blijven omdat een Chinees bedrijf het merk geregistreerd had. Tesla bood een kwart miljoen, het Chinese bedrijf zit nu op dertig miljoen, dus dat wordt nog wat praten.

Voor bedrijven die willen produceren in China daarom een tip. Investeer een klein beetje en claim de merkrechten. Niet alleen in de verkooplanden maar ook in de productielanden. Grote zakken geld weggeven is best leuk, maar dan liever aan je eigen kinderen, dan aan vreemden.

Theo-Willem van Leeuwen
Partner Abcor BV

Smijten met grote zakken geld blijft zonde



TEKST THEO-WILLEM VAN LEEUWEN
FOTOGRAFIE JOHN BRUSSEL

THEO-WILLEM IS PARTNER BIJ ABCOR BV

MERKENKANTOOR ABCOR IS GESPECIALISEERD IN DE BESCHERMING VAN HANDELSNAMEN, MERKEN, ONLINE (MERK)BRANDING EN VORMGEVING VAN PRODUCTEN.

REAGEREN?
VANLEEUVEN@ABCOR.NL
WWW.ABCOR.NL