

Daarom is een merk zo belangrijk

Kwekersrecht geeft de houder het alleenrecht op de verhandeling en telen van een ras. Zodra het kwekersrecht is toegekend, mag dat specifieke ras niet zonder toestemming van de rechthebbende door anderen worden verhandeld of gekweekt. Maar hoe zit dat met een merk?

Tekst: Flynth

Vaak wordt voor de handel van product ook een commerciële naam bedacht. Zo is bijvoorbeeld de merknaam Kanzi als merk geregistreerd voor het appelras Nicoter. En het merk Hovaria voor *Hydrangea macrophylla*. Er zijn steeds meer kwekers die behalve kwekersrecht ook een merk registreren voor het nieuwe ras vanwege de commerciële belangen die daaraan verbonden zijn.

Met het merkenrecht wordt een onderscheidingsteken met naam geregistreerd ter onderscheiding van producten of diensten in het commerciële verkeer. Merken geven aan producten een 'gezicht' in woord of beeld, of door klank of kleur. Een merk onderscheidt het product van andere aanbieders/concurrenten, zodat consumenten het product (eenvoudig) kunnen herkennen.

GOEDE REPUTATIE

Het merkenrecht biedt de houder het exclusieve recht om het merk te gebruiken voor de producten of diensten waarvoor het merk is ingeschreven. Dit is niet alleen om verwarring te voorkomen, maar ook om de reputatie of commerciële belangen die met een merk verbonden zijn te beschermen tegen meelifters. Zo mag een merkhouder optreden tegen concurrenten die de commerciële naam of het logo van het registreerde merk gebruiken om voordeel te trekken uit de goede reputatie van het merk.

Heeft een merkhouder een bekend merk, dan kan hij bovendien niet alleen optreden tegen het gebruik van precies gelijke tekens, maar ook tegen vergelijkbare tekens. Zo kan Flynth adviseurs en accountants in beginsel optreden tegen het gebruik door derden van het woord 'Flinth' voor advies- en accountantsdiensten. Het merkenrecht reikt dusdanig ver dat zelfs het noemen van de merknaam van de concurrent bij een Google-Ads-advertentie een inbreuk kan opleveren. Een merk ontstaat pas nadat het is geregistreerd in een merkenregister. Voor een geldend Benelux-merk is dit



COMPANY TULIPS

het register van het Benelux-Bureau voor de Intellectuele Eigendom (BOIP) en voor een Europees geldend merk is dit het register van het Bureau voor Intellectuele Eigendom van de Europese Unie (EUIPO). Voor een wereldwijde registratie moet het merk bij de Wereldorganisatie voor de Intellectuele Eigendom (WIPO) worden geregistreerd. Deze registratie verloopt via BOIP.

Een merkenregistratie heeft een geldigheidsduur van tien jaar. De registratie kan vervolgens onbepaald worden verlengd. Een merk kan bestaan uit tekst, cijfers, 3D-vormen, klank, kleur, logo en/of afbeelding.

LICENTIE

Naast de beschermings- en commerciële functie heeft een merk ook een financiële functie. Zo kan de waarde van een merk toenemen naarmate het merk meer bekendheid krijgt. Ook kan een merk worden gekocht en verkocht bij overdracht van het bedrijf, iets waar een koper vaak veel belang in stelt.

De merkhouder kan ook toestemming verlenen aan een ander om van zijn merk te mogen gebruiken door het in licentie te geven. Binnen een franchiseformule is het bijvoorbeeld gebruikelijk om een merk in licentie te geven aan de franchisenemers. Licenties worden in een licentieovereenkomst vastgelegd met daarin alle rechten en plichten en de financiële vergoeding (royalty).

Het is zelfs mogelijk om een merk te verpanden. Dit laatste kan interessant zijn bij financiering waarbij de kredietverstrekker zekerheid willen.

Een merk geniet mogelijk niet de hoogste prioriteit. Gezien de impact en de meerwaarde die een merk kan hebben, kan het echter raadzaam zijn om eens te overwegen de commerciële naam van een nieuw ras of het bedrijfslogo, de bedrijfsnaam of andere tekens die een bedrijf als onderscheidend gebruikt te registreren. ♦