

What's in a name?

Een handelsnaam is de naam waarmee een onderneming deelneemt aan het handelsverkeer, bijvoorbeeld de naam OJW-Advocaten. Een handelsnaam is bedoeld om de ene onderneming van de andere te onderscheiden zodat een consument of afnemer weet met wie hij van doen heeft. Een merknaam daarentegen is in eerste instantie niet bedoeld om de ene onderneming van de andere te onderscheiden, maar om bepaalde producten of diensten te onderscheiden van de producten of diensten van een ander.

Meestal zal een merknaam tevens de handelsnaam van de fabrikant zijn maar dat hoeft niet per se het geval te zijn. Een bekend voorbeeld van een merknaam die tevens de handelsnaam van de producent is, is de naam "Coca Cola" die zowel verwijst naar het aangeboden product (merk) als ook naar de onderneming die het drankje op de markt brengt (handelsnaam). Onder de onderneming met de handelsnaam Coca Cola resideren echter ook merken als Fanta en Sprite, namen die natuurlijk niet direct geschikt zijn om Coca Cola als onderneming aan te duiden. Unilever is een onderneming die bij het grote publiek minder bekendheid geniet onder haar handelsnaam maar des te meer onder haar merken bijvoorbeeld "Calve", "Unox", "Robijn" en "Axe".

Dat een domeinnaam het adres is waaronder een website op Internet kan worden gevonden moge duidelijk zijn, maar een domeinnaam is veel meer dan dat. Nagenoeg iedere domeinnaam waarvan een ondernemer zich bedient zal naast een domeinnaam vrijwel automatisch ook een handels-, een merknaam, of beide zijn. De domeinnaam www.heineken.nl bijvoorbeeld is duidelijk een domeinnaam die valt onder de laatste categorie. Wat te denken van de domeinnaam www.biertje.nl die ook op de website van Heineken uitkomt?

Een duidelijk herkenbare en onderscheidende handels- of merknaam alsmede een goed te vinden website is voor een ondernemer, in een tijdperk waarin consumenten en afnemers zich meer en meer oriënteren via het Internet, van wezenlijk belang. Als (startende) ondernemer kunt u echter voor verrassingen en hoge kosten komen te staan als de door u zo lucratief bedachte handelsnaam te veel zou lijken op de merk- of handelsnaam van een andere onderneming waarvan u tot aan dat moment wellicht zelfs nog nooit had gehoord. Vervelend is ook als blijkt dat de domeinnaam behorend bij de handels- of merknaam die u had bedacht niet meer vrij blijkt te zijn, of u wordt gesommeerd om uw domeinnaam over te dragen aan de eigenaar van dezelfde naam als merk.

Het ingeven van de beoogde handelsnaam als zoekopdracht in Google of in het doorzoekbare handelsregister op de website van de Kamer van Koophandel voorafgaand aan de keuze van een handels- of merknaam kan al een hoop problemen en kosten voorkomen. Mocht u daarna nog twijfelen of een bepaalde naam wel of niet kan worden gebruikt, dan verdient het aanbeveling een deskundige te consulteren in plaats van het risico te nemen dat u een ander voor het hoofd stoot. Juridische geschillen over intellectuele eigendom (waartoe handels- en merknamen behoren) zijn namelijk kostbaar zeker als wordt bedacht dat de in het ongelijk gestelde partij (naast de door hem zelf gemaakte kosten, veroorzaakte schade en/of opgelegde dwangsommen) ook de werkelijke door de wederpartij gemaakte (advocaat)kosten dient te betalen.

Helaas worden succesvolle ondernemers steeds vaker ook geconfronteerd met inbreuken op hun handels- of merknamen door concurrenten die willen meeliften op het succes van hun namen. Weet u hoeveel omzet u verliest als een zoekopdracht in Google met uw handels- of merknaam in de lijst

met zoekresultaten (als eerste) een advertentie met link naar de website van een concurrent oplevert?

Deponeren, registreren, controleren en handhaven, it's all in the name.