Trademark Risk Management: Van Reactief naar Proactief

Playbook voor CMO's: Hoe we creatief blijven én juridisch veilig opereren in moderne brandactivaties.

frank.news

Zelfs de grootste merken maken misstappen

De Casus

Bol.com vs Spar ('Effe bollen')

Een grote, tijdelijke campagne stuitte op harde juridische bezwaren uit onverwachte hoek.

De Fout

Onderschatting van merkrechten

De overlap zat niet in directe concurrentie, maar in fonetische en conceptuele associatie in de markt.

Media Waste

Noodgedwongen stopzetting en aanpassing van actuele uitingen.

Negatieve PR

Publieke discussie over inbreuk op andermans merkidentiteit.

Verloren Tijd

Kostbare uren van marketing en legal om escalatie in te dammen.

frank.news

De kosten van ignoreren en de 3 aanjagers van risico

Snellere Launches

Agile marketing en real-time inhakers laten weinig tijd voor traditionele legal checks.

Kanaal Explosie

Platforms zoals TikTok en Reels vereisen hoge volumes en snelle trends, wat de kans op inbreuk vergroot.

Informele Tone of Voice

Het gebruik van slang en memes schuurt aanzienlijk sneller tegen de beschermde grenzen van andere merken aan.

frank.news

Van No Go naar Safe to Go – Het 5-Stappen Model

Vrijheid binnen een kader. Dit is hoe we juridische randvoorwaarden vertalen naar pragmatische marketingacties voor elke campagne.

Stap 1: De Pre-Launch Scan

Wat checken we?	Waar checken we?	Wanneer escaleren we naar Legal?
Woordmerken: Campagnenamen en hashtags.	BOIP (Benelux database)	**DIRECT:** Vóór de definitieve conceptkeuze. **NOOIT:** In de week voor livegang. Vroege signalering voorkomt dure re-shoots en re-edits.
Beeldmerken: Logo-adaptaties en specifieke kleurcombinaties.	EUIPO (Europese Unie)	
Slogans: Pay-offs en terugkerende catchphrases.	Lokale handelsregisters (KVK)	

frank.news

Stap 2: Similarity Assessment (Hoe dichtbij is 'te dichtbij'?)

Het gaat in het merkenrecht niet alleen om identiek zijn, maar om het voorkomen van verwarringsgevaar bij de consument.

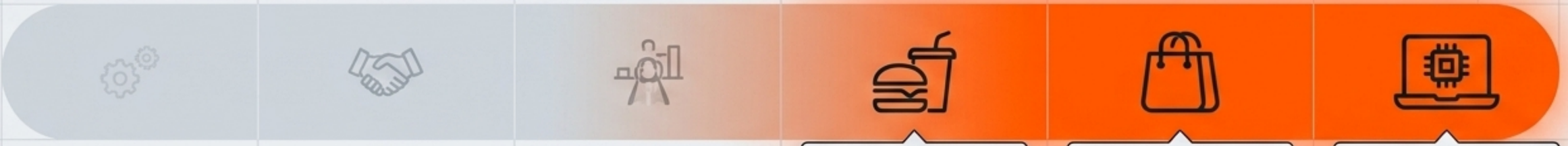
Drie Snelle Checks voor Creatie

1. **Klinkt het hetzelfde?** (Fonetische botsing, zelfs bij andere spelling).
2. **Ziet het er hetzelfde uit?** (Vormgeving, typografie, kleurvlakken).
3. **Roept het dezelfde associatie op?** (Zelfde conceptuele lading binnen dezelfde doelgroep).

frank.news

Stap 3: Welke sectoren zijn High-Risk?

Kerninzicht: Risico is niet absoluut; het is direct afhankelijk van de verzadiging in de productcategorie.



Food & Beverage: Extreem verzadigd, veel geregistreerde smaken, namen en verpakkingen.

Retail & FMCG: Hoge omloopsnelheid van sub-merken en actielabels.

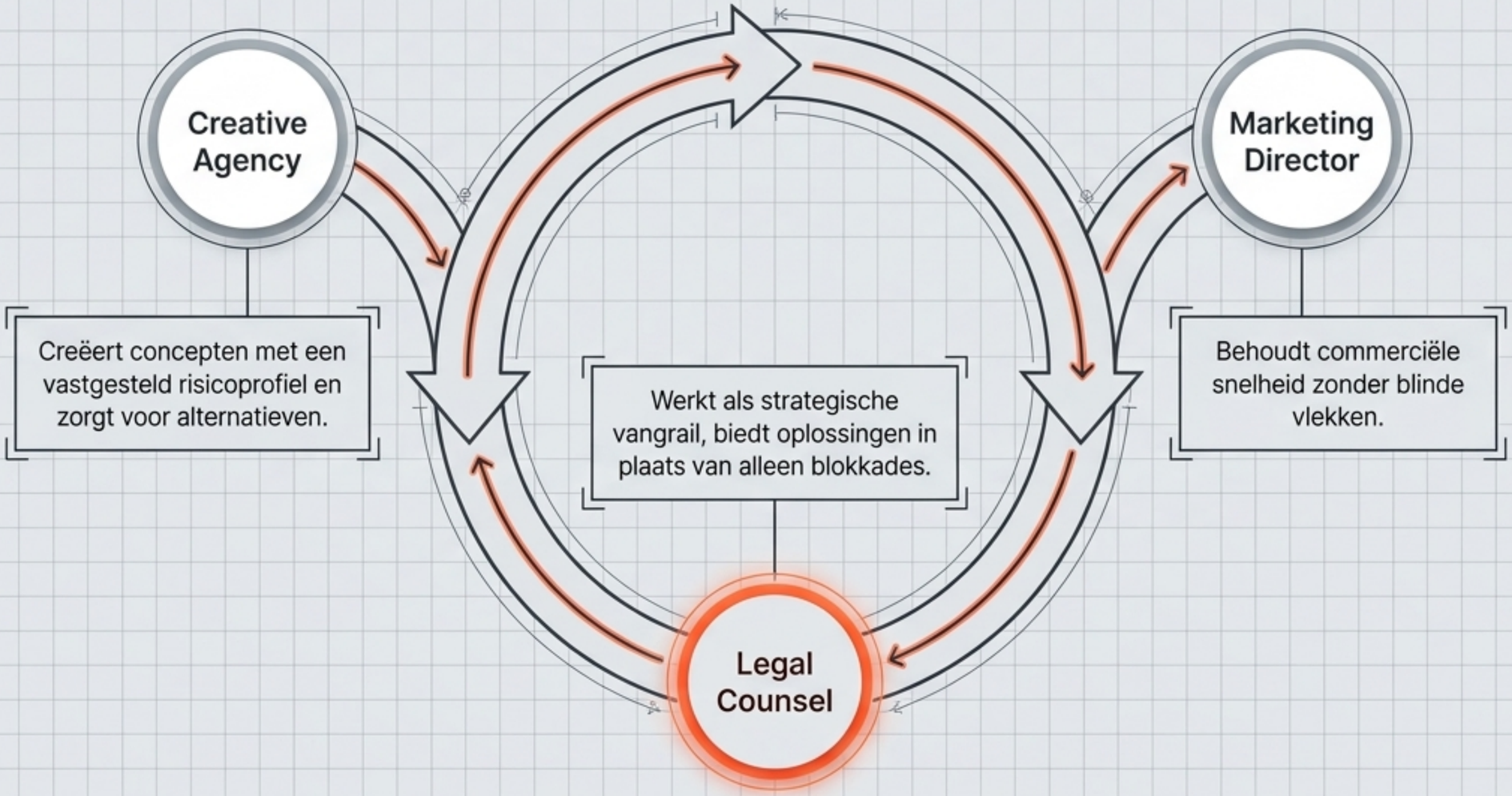
Tech & Software: Veel brede, beschrijvende termen die al geclaimd zijn.

De Vuistregel: Hoe algemener de term die je wilt gebruiken voor je activatie, hoe groter de kans dat je in het vaarwater van een concurrent zit in een verzadigde markt.

frank.news

Stap 4: Creativiteit en Legal op één lijn

De Shift: Verschuif Legal van eind-controleur in de productiefase naar co-creator in de briefingfase.



Stap 5: Build your Audit Trail

Waarom?
Als er een geschil ontstaat, is het cruciaal om aan te tonen dat de organisatie ‘te goeder trouw’ heeft gehandeld. Dit vermindert de kans op hoge punitieve schadeclaims aanzienlijk.

1. Pre-Scan Resultaten
Uitdraai van de initiële check in de BOIP databases.

2. Legal Sign-off
Formele, gedocumenteerde risk-acceptance door de Legal Counsel.

3. Version History
Bewijs van aanpassingen die op advies van legal zijn doorgevoerd.

De 8 Grootste Valkuilen (En hoe ze te vermijden)

Don'ts (De Valkuilen)

- ✗ We gooien het wel op de parodie-exceptie.
- ✗ Generieke, beschrijvende termen als exclusief claimen.
- ✗ Nobody will notice, het is maar een inhaker.
- ✗ Pas inbellen met legal de dag vóór de persrelease.

Do's (De Oplossingen)

- ✓ Begrijp dat parodie zeer strikte juridische kaders heeft.
- ✓ Houd altijd 2 alternatieve campagnenamen achter de hand.
- ✓ Budgetteer tijd en geld voor ‘clearance’ bij elke tier-1 campagne.
- ✓ Deel deze legal guidelines actief met externe reclamebureaus.

Actieplan: Integratie in het Campagne Proces

Week 1: Audit & Align

Analyseer huidige goedkeuringsprocessen en update de standaard briefing templates voor bureaus met een ‘Legal Check’ sectie.

Week 2: Team Training

Train het senior marketingteam op de basics (hoe werkt de BOIP website, wat zijn risico-indicatoren).

Week 3: SLA’s Definiëren

Stel duidelijke Service Level Agreements op met het Legal team voor gegarandeerde responstijden.

Week 4: Pilot Launch

Draai een schaduw-test van dit protocol op de eerstvolgende grote tier-1 merkactivatie.

KPI Dashboard: Hoe meten we succes?

100%

% Campagnes met Pre-Launch Scan

Doel: 100% voor alle Tier-1 activaties.

< 48h

Average Response Time Legal

SLA Doel: Gegarandeerde snelheid zonder blokkades.

Legal Risk Score

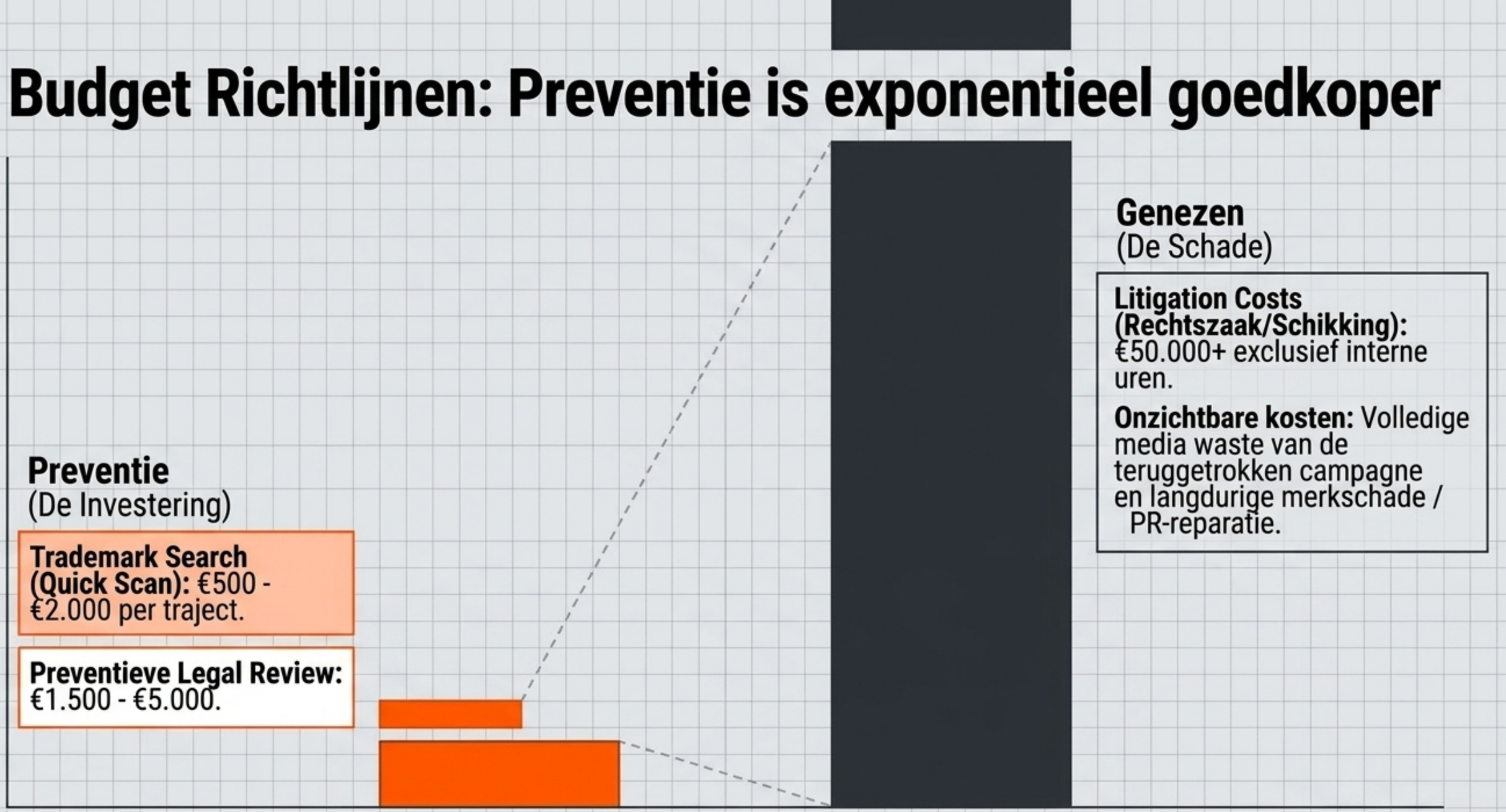
Gemiddelde risicobeoordeling per kwartaal over de gehele marketing output.

Escalation Rate

Percentage concepten dat doorgestuurd moet worden naar dure externe IP-advocaten.

frank.news

Budget Richtlijnen: Preventie is exponentieel goedkoper



frank.news

De 15-Punten Pre-Flight Checklist

Fase 1: Ideation (Conceptfase)
☐ Zijn er 2+ alternatieve namen beschikbaar?
☐ Is het beoogde concept getoetst op verwarringsgevaar in onze sector?
☐ Vermijden we generieke termen of claims?

Fase 2: Creation (Productiefase)
☐ Is er een BOIP check gedaan op de specifieke pay-off/slogan?
☐ Heeft visual design de kleuren/typografie afstand laten nemen van concurrenten?
☐ Voldoet de humor/parodie aan de strikte juridische exceptie-eisen?

Fase 3: Finalization (Approval)					
☐ Is het audit-trail document aangemaakt in de mappenstructuur?					
☐ Heeft Legal de definitieve sign-off gegeven op de laatste versie?					
☐	☐	☐	☐	☐	☐

Van We lossen het later wel op naar Legal by Design

Legal is geen drempel voor innovatie. Het is de vangrail die ons in staat stelt om om op volle sflheid creatief te zijn.

Actieplan voor komende maandag

1. **Scan het heden:** Bekijk direct alle lopende en geplande kwartaal-campagnes op potentiële high-risk overlap.
2. **Plan de Alignment:** Plan een 30-minuten sessie tussen de CMO en de General Counsel om de nieuwe SLA's te bespreken.
3. **Update het Proces:** Voeg de Pre-Flight Checklist toe aan de standaard bureau-briefing template.