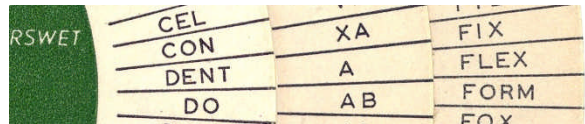


In deze tijd van het globale bereik van Internet, zijn nationale "verkoopgrenzen" of zelfs die binnen de Benelux vaak niet meer relevant of actueel. Maar er is een tijd geweest, dat de keuze van een handelsmerk of merknaam in het Nederlands een belangrijk deel van de verkoopstrategie was. Een bewijs daarvoor is deze kartonnen schuifkaart (Ø 15cm) van Nederlandse bodem uit, vermoed ik, de zestigerjaren. Hij is uitgegeven door Van der Graaf & Co. N.V. te Amsterdam- een bedrijf dat als Internationaal Merkenbureau niet meer bestaat.



MERK-o-GRAAF MERKENZOEKER
(fabrikant onbekend)

Door middel van de drie draaibare ronde schijven zijn meer dan 1.000.000 mogelijke combinaties van merknamen in te stellen. Bijvoorbeeld zoals **"DENT A FLEX"**, dat op de afgebeelde schuifkaart ingesteld is.



Volgens de informatie op de achterkant van de schuifkaart was er toen een aantal vuistregels met betrekking tot het opstellen van een handelsmerk van kracht:

1. *Het merk moet sterk afwijken van reeds in de branche bestaande merken.*
2. *Vermijd beschrijvende merken (merken die bijvoorbeeld iets zeggen omtrent aard, samenstelling, hoedanigheid of herkomst van de artikelen).*
3. *Kies iets apart (zon, maan en leeuw zijn bijvoorbeeld veelal reeds lang geblokkeerd).*
4. *Losse letters zijn in Nederland wèl, doch in het buitenland in de regel niet te beschermen (A.B.C., K.K.K., ...).*
5. *Familienamen zijn in Nederland deponeerbaar, in tal van andere landen echter pas na inburgering.*
6. *Kies geen merk dat de handelsnaam vormt van een ander.*
7. *Houd rekening met de betekenis van woordmerken in andere talen (slang!), en met gevoelsreacties van andere volken op bepaalde afbeeldingen (Koe = heilig dier in India; hond = onrein dier voor Mohammedanen; e.d.).*
8. *Het woordmerk kan men uitstekend combineren met een beeldmerk.*
9. *Bedenk voor een nieuw produkt eerst een soortnaam, daarna pas een merk.*

Helaas ligt de tijd, dat een handelsmerk of merknaam een nationale betekenis diende te hebben en bovendien in het Nederlands makkelijk in het gehoor moest liggen, al weer ver achter ons. Zou dit ook de reden zijn, waarom tegenwoordig bedrijven een andere merknaam voor hun buitenlands vestigingen kiezen - zoals **Albert Heijn** - of de reden waarom **Hennes & Mauritz** meer en meer de afkorting **H.M** voor zijn winkelketen gebruikt?

KRETOLOGIEMIXER

Kolom 1	Kolom 2	Kolom 3
0. geïntegreerde	0. begeleiding van	0. veranderingsprocessen
1. systematische	1. organisatorische	1. model-ontwikkeling
2. functionele	2. ontwikkeling van	2. gedragalternatieven
3. multi-disciplinaire	3. benadering van	3. management-technieken
4. cybernetische	4. technologische	4. organisatievormen
5. normatieve	5. relationele	5. spanningsvelden
6. sociaal-psychologische	6. coördinatie van	6. machts-aspekten
7. dynamische	7. bureaucratische	7. informatiesystemen
8. geobjektiveerde	8. prognose van	8. communicatie-methoden
9. structurele	9. conservatieve	9. strategie-bepaling

Het gebruik is heel eenvoudig:

- Kies een willekeurig getal van drie cijfers. Ieder van deze cijfers correspondeert met een kolom.
- Kies als voorbeeld het getal 330:
 - neem woord 3 uit kolom 1
 - neem woord 3 uit kolom 2
 - neem woord 0 uit kolom 3

Het resultaat is "multi-disciplinaire benadering van veranderingsprocessen".

Een uitdrukking, die iedereen zal bevredigen. Het doet er niet toe, dat u niet weet wat het betekent; dat weet uw partner ook niet en hij zal er wel voor waken ernaar te vragen.

Misschien geeft u de voorkeur aan "normatieve begeleiding van managements-technieken" (nr. 503) of "geïntegreerde technologische machts-aspekten" (046). Zeer duidelijk is ook "geobjektiveerde relationele gedragalternatieven" (nr. 852). Op deze manier ontstaan waardevolle bijdragen aan een zinvolle discussie.

De KRETOLOGIEMIXER verschaft de gebruiker duizend verschillende termen, die aan uw conversatie juist die klank weten te geven van autoriteit, die uitsluitend wordt voortgebracht door kennis en diep inzicht.

Noot van de redactie

David vroeg zich af uit welke tijd de besproken schijf zou stammen. Hij veronderstelde uit begin jaren 70 van de vorige eeuw. Dat is met grote waarschijnlijkheid het geval. Zelf bezit ik als schema op papier een tweede voorbeeld van de toenmalige manier van denken, de zogenaamde "Kretologiemixer". Wat hier in kolommen staat had evengoed op 3 ten opzichte van elkaar draaiende schijven kunnen staan, of op een lat met twee lopers. Ook in de gepresenteerde vorm echter is het schema een nuttige hulp voor gesprekken op niveau. (HP)