

KENNISBANK 2014

EEN MERK IN DE BOUW IS NOG VER WEG

Auteur: Martin Liebrechts, 6 mei 2014

Tijdelijke constructies als risicodrager

Bij de projectontwikkeling en de bouw van nieuwbouw wordt vaak gebruik gemaakt van de tijdelijke juridische constructie, die een contract afsluit met de koper en de bouwer. Het initiatief gaat hierbij uit van de bouwer/projectontwikkelaar. Ook andere partijen kunnen dan eventueel participeren. Het resultaat van dergelijke constructies is, als het werkelijk tot een claim komt, dat de constructie leeg is. Weg borging, weg merk. Niemand is meer aan te spreken. Dergelijke constructies gaan volledig in tegen het idee van bouwen met een merk, waarbij de aanbieder (op de voor- of achtergrond) zijn 'goede' naam verbindt aan de realisatie van een product en de condities waaronder het gebeurt. Elke andere industrie zou morgen de deuren kunnen sluiten als het zich verschuilt tussen dergelijke constructies. In die zin heeft de bouw nog te veel het karakter van een inkoop- en verkooporganisatie, en alle partijen doen hieraan mee.



Het merk uit het verleden: de systeemwoningen

In het recente verleden, met de introductie en toepassing van systeemwoningen (periode 1945-1975), kreeg een systeem een naam, waaraan bouwers en andere participanten zich verbonden naar de buitenwereld en de vrager op de markt.

Problemen in de praktijk hadden dan direct gevolgen voor de positie en marktkansen van een systeem.

Juist in andere takken van de industrie, zeker de consumentgerichte sector, is het merk de garantie voor het bestaan op de lange(re) termijn. Een aardig voorbeeld is Miele, met de slogan: 'Miele, er is geen betere' (1). De grote aanbieders op de markt zullen veelal alles doen om hun naam en faam te beschermen. Niet de juridische afdeling is hun contact met de klant, maar de serviceafdeling. Zo gebeurt het wel bijna elk jaar dat een autoleverancier een model terugroept voor inspectie.

Een merk gaat uit van de lange termijn

Een merk verdient zijn sporen op de lange termijn. Juist die zekerheid voor kwaliteit is de basis voor het vertrouwen van de markt in het product en de diensten.

Nu beginnen opdrachtgevers (corporaties/beleggers) bij nieuwbouw en verbouw ook steeds meer te denken aan merken, die de samenhangende kwaliteit moeten garanderen. De vraag is dan of het een merk wordt van de opdrachtgever (huismerk) (2), of iets van de al of niet nieuwe partij die het aanbiedt (3).

Bronnen/verwijzingen

- (1) 'Miele, er is geen betere'. Miele staat voor langetermijndenken en -handelen, continuïteit in waarden en doelen, samenwerken als partners, met klanten en leveranciers, en een op medewerkers gerichte bedrijfs- en managementcultuur en wil het meest gewilde product in de markt zijn
- (2) Een huismerk is een merk dat gevoerd wordt door een handelaar of keten. Het wordt gebruikt voor producten, die in opdracht van een handelaar of keten geproduceerd zijn. Huismerk is een vorm van private label
- (3) 'Het merk Alliantie+', Yuri van Bergen, Hollands-Ontwerp.nl, 30 april 2014