

»Næste gang bliver vores lakrids svær at kopiere«

De fleste danskere kender i dag **LAKRIDS by Johan Bülow**. Alligevel forveksler mange forbrugere Bülows gourmetlakrids med de mange konkurrerende produkter, der bliver solgt i lignende dåser. At skabe og sikre unikke kendetegn var nemlig i første omgang ikke tænkt ind i virksomhedens strategi.

Nævner du "Bülow", når snakken falder på lakrids? Hvis du gør, er det et tegn på, det er lykkedes for iværksætteren Johan Bülow at få opfyldt en ambitiøs målsætning, han udformede sammen med sin kæreste Sarah ved køkkenbordet i Svaneke på Bornholm i 2004.

»Vores mål var, at tre ud af fem danskere skulle nævne Bülow, hvis samtalen faldt på lakrids,« siger Johan Bülow, der efterhånden har fået slået sit navn fast med syvtommersøm og i dag eksporterer sin lakrids til tolv lande i primært Norden og det øvrige Europa.

Eftersom lakrids og Bülow gerne skulle hænge uløseligt sammen, blev navnet på den kommende eksportsucces: 'LAKRIDS by Johan Bülow'. Navnet klingede godt og eksklusivt. Ingen af dem tænkte dog dengang over, at 'lakrids' mangler det særpræg, der skal til for at opnå varemærkebeskyttelse. Heller ikke de runde dåser med låg, som Bülow valgte at pakke sine lakridser i, var unikke, selv om den type ikke tidligere havde været brugt til slik.



Andet at tænke på end varemærker

»Når man som 23-årig ønsker at åbne en butik og vil starte en forretning er der rigeligt andet at tænke på end varemærkebeskyttelse og særlige kendetegn. Jeg var jo lallende amatør, da jeg gik i gang,« siger Johan Bülow, der ellers forinden havde læst med stor interesse, hvordan cola-flasken var så unik, at man kunne genkende den, selv hvis flasken skulle gå i tusinde stykker.

»Vi prøvede at gøre dåserne unikke ved at give vores labels særlige farver og ved at give hver smagsvariant et nummer.«

De mange bornholmske turister tog både navn, dåser og lakrids til sig, så forretningen voksede hurtigt ud over Bornholms kystlinje – helt uden nogen form for beskyttelse af det stadigt mere populære brand.

Kopister fik frit spil

»To-tre år efter vi var åbnet, kunne vi pludselig se, at det væltede frem med billige kopier af vores produkter i supermarkederne. En producent kaldte endda sin lakrids for bornholmerlakrids, selv om den var fremstillet i Finland. Ni ud af ti af vores kunder troede, at det var os, der havde lavet en billig udgave af vores slik,« siger Johan Bülow.

Selv om Johan Bülow og kæresten Sarah var de første til at sælge gourmetlakrids i de særlige dåser med særlige farver, kunne de ikke retsforfølge de mange kopister. For hverken i Danmark eller i udlandet ejede LAKRIDS by Johan Bülow en eneste rettighed til sine produktnavne eller sit design.

Først små fem år efter at virksomheden havde slået dørene op for sin første butik, hyrede Bülow en advokat til at sikre sig beskyttelse af seks figurmærker og det vigtige Bülow-navn. Men fordi de enkelte dele i navne og design ikke er unikke nok til selvstændige registreringer, er det stadig svært at komme efter mange af kopisterne.

Ville sikre sig bedre i dag

»I dag havde jeg klart gået ud langt tidligere og allerede i udviklingsfasen sikret min forretning bedre. Det havde da været vidunderligt, hvis jeg havde fået lavet min egen form til nogle helt unikke plastikkopper, som jeg kunne have totalbeskyttet. Men dengang var jeg presset på pengepungen – og overvejede slet ikke at sikre min forretning på den måde,« siger Johan Bülow.

Lige nu undersøger Johan Bülow muligheden for at få beskyttet sine figurmærker i Europa gennem OHIM, som behandler og registrerer EU-varemærker og -designs i alle EU-lande. Og når næste produktserie skal udvikles, vil der denne gang være et helt andet fokus på at skabe en serie, som vil være langt sværere for

konkurrenterne at kopiere uden at risikere at blive retsforfulgt. På den måde slipper Bülows sælgere måske også for at have en oversigt med over de 12-14 produkter, som de små specialbutikker skal tage sig i agt for ikke at importere i den tro, at det har noget med 'LAKRIDS by Johan Bülow' at gøre.

Det afgørende i forretningen er dog stadig kærligheden til at udvikle de bedst mulige smagsvarianter af den lakrids, Johan Bülow altid har elsket så højt.

»Jeg har en klar filosofi om, at så længe vi hele tiden laver det bedste produkt, vil vi være foran vores konkurrenter. Men næste gang bliver vi sværere at efterligne på udseendet.«



Johan Bülows råd til iværksættere:

Sørg for, at varemærkeansøgningen ikke står nederst på din sikkert i forvejen alt for lange to-do-liste. Når succesen kommer, er det surt ikke at kunne beskytte sig mod billige efterligninger. Forventer du at kunne sælge dine produkter i udlandet, så husk også at søge om varemærkebeskyttelse i de lande, du vil eksportere til.

Patent- og
Varemærkestyrelsen

Helgeshøj Allé 81
2630 Taastrup

Tlf: 43 50 80 00
Fax: 43 50 80 81

pvs@dkpto.dk
www.dkpto.dk