

# Een herkenbaar merk na 135 jaar



DESIGN

18 mei 2017 @ 11:23

10908 x gelezen

Nu reageren

Edwin Visser

Visual id

In 1882 schilderde Édouard Manet 'Un bar aux Folies Bergère', tegenwoordig te zien in London. Het schilderij toont de geliefde plek waar de kunstenaar graag met zijn kunstbroeders vertoefde. Achter de bar staat zijn model Suzon, die in zijn studio voor hem poseerde. Zo is ook het stilleven van flessen op de bar op de voorgrond ontstaan. De merken zijn niet meer te herleiden, op eentje na, het biermerk Bass.



Bass komt uit Engeland en bestaat sinds 1777. Honderd jaar later was het de grootste brouwer ter wereld en ook een geliefd merk in Franse etablissementen. In 1876 was de rode driehoek van Bass het eerste geregistreerde merk van Engeland en een paar jaar later een herkenbaar merk in de nachtclub Folies Bergère. Na 135 jaar, inmiddels eigendom van AB-InBev, is het nog even opvallend dankzij het grafische design.



Sterke merken moeten sterke vormen hebben. Een sterke vorm roept als het goed is de juiste associaties op en koppelt die, tezamen met de aangeleerde associaties tijdens het gebruik, aan de merknaam. Een sterke vorm is onderscheidend en merkenrechtelijk beschermbaar en kan zo decennia, zelfs door de eeuwen heen, meegaan en een kompas vormen voor de consument voor het maken en bevestigen van de juiste keuze.

Like 1 Share

Tweeten 0

in Share 11

G+



Edwin Visser

Werkt bij: SOGOOD

Functie: medeoprichter, directeur

Website: <http://www.sogooddesign.nl/>

Profiel »