Omfanget af 3D-printning – Anders

Mærkevarehandel

• Hvad er et mærkevar?

Når man har et produkt som ligger under et brand kaldes det for et mærkevarer. Det behøves ikke nødvendigvis være et tøjmærke da det dækker over et meget stører marked. En stol fra IKEA eller bil fra Skoda er begge kategoriseret som et mærkevare.

Ofte kan et mærke genkendes med et tegn eller ikon og ifølge varemærkeloven: § 2 "bestå af alle arter tegn, der er egnet til at adskille en virksomheds varer eller tjenesteydelser fra andre virksomheders, og som kan gengives grafisk". På den måde kan man genkende kvalitet eller prisniveau fra et produkt.

Kan denne samme form for identitet opnås ved en 3D-printer, når produktet bliver lavet af forbrugeren fra sit hjem?

• Hvis en forbruger printer et design af et mærkevare, er det printede objekt så et mærkevare?

Man kan sige at hvis producenten selv laver designet som printeren skal følge må produktet printeren printede vel være en del mærket. Eksempelvis: IKEA sælger et schematic til en dugholder. Det bliver købt af en forbruger der med det samme sætter sin printer til at lave en kopi. Ved at forbrugeren nu bruger IKEA’s opskrift på at lave det produkt kunne man argumentere for at det er under samme varemærke.  
Man kunne også argumentere for at det ikke hænger sådan sammen. Hvis NOVA designer en ny sweater til deres efterårskollektion og bestemmer sig for at udgive deres opskrift og lader derved andre lave deres NOVA sweater. Hvis en privat person så bestemmer sig for at strikke denne sweater og følger opskriften vil den stadigvæk ikke anses som at være en del af mærket. Selvom at sweateren er lavet ud fra samme opskrift som den virksomheden bruger er den ikke lavet med samme standarder som kan findes på virksomheden. At den heller ikke er lavet af en ansat eller er med i en handelsaftale med i en firmaet gør også at det ikke kan anses som at være en del af branded.

• IKEA – printning af dugholder