**Opdracht: maak een investeringsbegroting voor de organisatie!!**

## Stap 2

Je hebt voor je organisatie reeds een naam bedacht, maar om in aanmerking te komen voor de gelden, moet je een goede en degelijke naam voor de organisatie hebben.

Koppel deze stap nog eens terug in je eigen organisatie en bedenk goed wat een “naam: met je doet.

U wilt een passende naam voor uw bedrijf. Want een goede bedrijfsnaam kan bijdragen aan het succes van uw onderneming. Dat maakt het kiezen van uw bedrijfsnaam één van de belangrijkste beslissingen die u neemt.

## Bedenk een goede bedrijfsnaam

Als u een bedrijfsnaam kiest en deze gebruikt als aanduiding voor uw onderneming, dan heet dat officieel een 'handelsnaam'. Er zijn dan bepaalde regels waar u aan moet voldoen.

### Wek geen verkeerde indruk

U mag zich niet groter of anders voordoen dan u bent. Heeft u bijvoorbeeld een eenmanszaak, dan mag u niet de naam Jansen & partners voeren. Daarmee wekt u immers de indruk dat er meerdere eigenaren zijn. U mag alleen het woord ‘bank’, ‘architect’ of ‘accountant’ in uw bedrijfsnaam gebruiken als u dat ook echt bent. Ook mag u geen persoonsnaam van iemand anders gebruiken, ook niet als degene daar toestemming voor geeft. Alleen uw eigen naam mag u gebruiken in uw bedrijfsnaam. Maar heet u toevallig Albert Heijn, dan mag dit weer niet.

### Gebruik geen merknamen van anderen

Kies geen bedrijfsnaam met een merknaam van een ander bedrijf (of namen die daarop lijken). Een klant of leverancier kan dan in verwarring raken. Ze kunnen denken dat de producten met dat merk afkomstig zijn van de onderneming die de merknaam in zijn bedrijfsnaam gebruikt. Zo kunt u ten onrechte meeliften op de naamsbekendheid van een bestaand merk.

### Voorkom verwarring met bestaande handelsnamen

U mag geen bedrijfsnaam gebruiken die bij het publiek (bijvoorbeeld bij klanten of leveranciers) verwarring kan veroorzaken omdat de naam lijkt op een al bestaande handelsnaam. Of er verwarring kan ontstaan, hangt onder andere af van:

* + de gelijkenis in naam; hoe meer de namen op elkaar lijken, hoe eerder er verwarring mogelijk is;
	+ de mate waarin de activiteiten op elkaar lijken;
	+ de overlap van het werkgebied, dus het gebied waar de onderneming actief is.

**Wanneer je besluit met jouw organisatie om je naam te veranderen zoals deze nu is, dan moet je met een goede onderbouwing komen om dit te wijzigen, dus op basis waarvan ga je wijzigen.**

**Wanneer jullie naam van de organisatie goed is, beschrijf je op basis waarvan deze naam is gekozen en welke lading de naam dekt.**