

Konsten att använda rätt namn

Namnet på ett bolag eller en produkt behöver inte alltid vara en tråkig förkortning på tre bokstäver. Att ha ett bra namn är viktigare än många tror. Ett namn som inte krockar med andra namn, som inte ger fel associationer och som dessutom är lätt att komma ihåg är ganska svårt att ta fram.

Det vanliga är att man hittar på ett namn efter grundarens hustru, barn eller ett bostads-kvarter. Då och då stöter man på namn som betyder något helt annat än vad den som äger namnet vill associeras med. Detta förekommer alltför ofta, t.ex. när ett företag ska lansera sin produkt på en utländsk marknad. Företagen skulle både kunna spara och tjäna pengar på att sköta namnfrågan rätt från början. Det finns också riktiga skräckexempel på företags- och produktnamn.

– Många som startar nya företag idag väljer toknamn som de sedan måste försvara i tingsrätten eller som bara blir Svensson & Co, berättar Katarina Nilsson, som är namngivningskonsult. Hon äger och driver

Eqv a r i u m , som arbetar med att skapa nya namn som fungerar kommunikativt, språkligt och juridiskt.

– Jag har under sju år som namngivningskonsult sett behovet av att ta ett helhetsgrepp kring arbetet

i en namnutvecklingsprocess. Eqvarium erbjuder kunderna möjligheten att få hjälp med specialistkompetens inom varumärkesstrategi, visuell identitet, marknadsundersökningar och varumärkesjuridik – allt under ett och samma paraply, fortsätter Katarina Nilsson.

Namnfrågan är ibland ett komplett brandingsuppdrag som gränsar till närliggande områden som varumärkesstrategi, marknadsundersökningar, varumärkesjuridik och grafisk formgivning.

– Det är viktigt att företag och organisationer lär sig vikten av att arbeta med namnfrågor. Företag måste inse att namnet på företag eller produkter också är en viktig strategisk fråga. Att göra fel kan få ödesdigra konsekvenser, särskilt om man verkar på en internationell marknad, säger Katarina Nilsson.

Några exempel:

- När bolaget Kraftkommision ville bli av med sitt gamla namn så valde företagsledningen att döpa verksamheten efter den stålrule som sitter längst fram på en så kallad skötbåt, som främst används vid strömmingsfiske. Företagsledningen tyckte att "Stävrullen" var ett kul namn, symboliken var att företaget skulle dra in pengar på samma sätt som man drar upp strömming.

- Telefonbolaget Doro's första produkt, en telefonsvarare, döptes efter uppfinnarens två söner Donald och Ronald. Doro är ett exempel på ett lyckat namn. Det är kort, internationellt och är även lätt att komma ihåg.

- Investmentbolaget Havsfrun, noterat på Stockholmsbörsen, har döpts efter en fastighet i hörnet av Artillerigatan och Linnégatan på Östermalm i Stockholm som bolaget ägde på den tiden man var ett fastighetsbolag. Företagsnamnet har

sedan hängt med trots att bolaget flyttat till andra lokaler.

- Finska Raisio, som 2002 köpte Carlshamn Mejeri, har bestämt sig att skrota Carlshamn varumärke och i stället välja att satsa på det finska varumärket Keiju, som har en hälsoprofil. Det visade sig att kunderna gillade glassätande "gott, gotti, gott, gott" reklamen vilket medförde att omsättningen sjönk från runt 165 miljoner till 70 Mkr. Nu försöker Raisio rädda situationen genom att återintroducera Carlshamn som varumärke.

Domännamn

Idag är det mer regel än undantag att ett företags eller produktnamn ska användas också på nätet. De så kallade domännamnen, som delas ut enligt principen "först till kvarn", är en historia i sig.

Tidigare var det vanligt att en del domännamn registrerades av personer eller företag som inte hade laglig rätt till ett registrerat varumärke eller företagsnamn. I sådana fall har det utvecklats praxis för att lösa namntvister.

Stiftelsen för Internetinfrastruktur, (<http://www.iis.se>) publicerar de så kallade ATF, alternativt tvistlösningsförfarande. Sedan juli 2006 gäller lagen om nationella toppdomäner för Sverige på Internet, som bland annat ställer krav på att det skall finnas ett fungerande tvistlösningsystem.

ATF finns till för att på ett enkelt sätt kunna överklaga tilldelningen av ett domännamn i efterhand, utan att behöva gå till domstol. Redan 2003 skapades nya och enklare regler för tvistlösning. Samtidigt ändrades reglerna för domännamnstilldelning enligt principen "först till kvarn" m.a.o. den som först ansöker om en ledig domän får den utan förprövning.

*Text & bild
Franz Smidek*

