

## PMS-konsult

Hey Honey

Orexo

Travel.se

Bik Bok

Skype

Pink Tornado

Köttbaren

Spotify

Google

Merriday

Kharisma



**Katarina Nilsson**  
Yrke Namnstrateg och grundare av namngivningsbyrå Eqvarium.  
Ålder 42 år.  
Familj Sonen Otto, 6 år.  
Bor i Hammarby sjöstad.

# Hon kan skapa dig ett namn

**VARUMÄRKE** Vill du heta något unikt? Tror du att bra företagsnamn kommer till av en slump? Katarina Nilsson vet hur man skapar namn som vinner i längden.

AV MARIA FRÖJDH FOTO JENNY HALLENGREN

I en tid då varumärket blir allt viktigare – både för företag och privatpersoner – kommer namnvalet i ett nytt ljus. För namnet är en stor del av berättelsen om vilka vi är och hur vi vill framstå. Att välja namn är att samtidigt välja identitet. Men hur gör man för att hitta det rätta namnet?

–Allt fler företag tar professionell hjälp, berättar Katarina Nilsson, namnstrateg på Eqvarium, en av de namngivningsbyråer som finns i Sverige.

–Även familjer har börjat höra av sig för att hitta efternamn som passar deras värdegrund.

Att Katarina Nilsson skulle bli namnstrateg var inget hon planerade.

–Jag har alltid haft en passion för ord och har en magisterexamen i spanska och engelska. 2001 såg jag en annons där en byrå sökte "namnskapare". Jag kände det i hela kroppen – det här är mitt jobb! Jag lärde mig mycket och stannade där i sju år, sedan var jag mogen att starta eget.

Att namn kan göra skillnad är hon övertygad om:

–Ett bra namn kan vara avgörande för om en produkt eller ett företag gör succé. På samma sätt kan ett dåligt namn vara ett hinder. Google,

Spotify och Skype är företag som snabbt blivit enormt framgångsrika – att alla har bra, unika namn är ingen tillfällighet, säger hon.

Trots det slarvas det fortfarande med namnvalet på många företag, menar hon:

–Ett klassiker är att köpa hämpizzor och lite vin för att spåna efter arbetsdagens slut. Det brukar inte bli så bra. Att välja namn som håller språkligt, kommunikativt och juridiskt är en komplicerad process som måste få ta tid.

Under sina 13 år i branschen har Katarina Nilsson namngivit allt från sprit, godis och mobiltelefoner till komjolk-

” Att välja namn är en komplicerad process som måste få ta tid.

ningsmaskiner, läkemedelsföretag och sovgungor för bebisar.

–Normalt tar processen ett par månader och många personer är inblandade. Bland annat har vi flera workshoppar där vi går igenom företagets önskemål och marknad och där vi "knådar igenom" alla namnförslag, säger hon.

Sedan görs en rad kontroller för att se om namnen är lediga, liknar någon konkurrent eller fungerar på andra språk. Eqvarium har ett nätverk med 55 språkgranskare. Att domännamnet är ledigt är också centralt. Priset varierar, men ett företagsnamn som

ska fungera globalt kan kosta cirka 275 000 kronor.

**Hur vet man att det är värt pengarna?**

–Det gäller att fundera på hur många år det ska fungera och ge inkomster till bolaget. Att lansera ett dåligt namn man sedan måste byta kan bli betydligt dyrare i längden, säger hon.

**"Bra att väcka känslor"**

Ett bra namn ska enligt Katarina Nilsson vara lätt att komma ihåg och ge en positiv bild av företaget, organisationen eller produkten. Det ska inte begränsa verksamheten vid en fortsättning på nästa sida ➔

Kort om...

3 starka namntrender

## Känslonamn

Att välja namn som väcker känslor och inte enbart beskriver produkten blir allt vanligare. De nya kaffekapslarna är bra exempel där sorterna heter Kharisma, Decaffeinato Intenso, Pink Tornado och The Proud One. Mellanrost, släng dig i väggen!

## Jordnära namn

Familjen, Stiftelsen och Postiljonen följer vägen med enkla, jordnära artist- och bandnamn. Även restauranger som Köttbaren och Djuret följer trenden, liksom den vegetariska foodtrucken Odjuret.

## Unika efternamn

Allt fler väljer bort Johansson, Andersson och Nilsson till förmån för något mer personligt och "varumärkesbyggande."



8 274

personer ville ändra sitt för- eller efternamn 2013. 5 921 ville ändra efternamnet och 2 353 förnamnet. På tio år har ansökningarna om namnändring ökat med 36 procent.

Källa Patent- och registreringsverket, PRV

”

Ett bra namn kan vara avgörande för om en produkt eller ett företag gör succé.

Katarina Nilsson, namnstrateg på Eqvarium

➔ särskild ort eller produkt och helst fungera internationellt.

–Det ska hellre väcka känslor än att beskriva vad företaget gör. Vilken hudkräm skulle du välja: den från Wackra eller Danatekt? Och vilken bebisgunga: Mawok – som betyder "att drömma" på inuitspråk – eller Sovgunga som den hette först?

Namnet ska även spegla företagets position på marknaden, anser hon:

–Är man etta får namnet gärna vara originellt, men står man längre ner på steget kan det vara okej att heta Rörspecialisten. Och ett företag som säljer dyra, exklusiva produkter kan inte ha ett lågprisnamn som Galne Gunnar. Det ger fel signaler till kunderna.

Att namnet ska hålla under lång tid är särskilt viktigt. Vem tänkte under 1980- och 1990-talen på att datorer inte skulle kännas lika exklusivt i dag? Nu har många företag med "data" och "IT" i namnet bytt.

Ibland inträffar händelser som företaget inte styr över. Under hösten har tidningarna rapporterat om flera företag, döpta efter den egyptiska gudinnan Isis, som bytt namn för att inte sammankopplas med terrororganisationen Isis, numera IS. Bland annat har

mobilbetalningsföretaget Isis Wallet bytt namn till Softcard.

Med andra ord säger namnen vi väljer mycket om vår kultur och tiden vi lever i.

### **Snor och snuskiga bilar** **Vad utmärker ett riktigt dåligt namn?**

–Att det är anonymt eller så likt något annat att folk blandar ihop dem. Förkortningar är sällan bra om man inte kan läsa ut dem, som Ikea. Därmed inte sagt att NCC borde byta när det är så välkänt.

Ett vanligt misstag är att namnet ger associationer man inte önskar. Att PMS-konsult är en redovisningsbyrå är säkert en överraskning för många, liksom att det spanska företaget Fittexport tillverkar metallvaror (som enligt hemsidan säljs i Sverige).

Just när det gäller språkkontroller är bilbranschen notoriskt slarvig, menar Katarina Nilsson. Mazda har en modell som heter Laputa (La Puta betyder "horan" på spanska) och Nissan en som kallas Moco ("snor" på spanska).

–Ford har en modell som heter Pinto, som är synonymt med "penis" på portugisiska. Listan kan göras lång. Men språket kan vara ett problem i andra branscher också. Loka känns inte lika fräscht i Fin-

## 5 bra företagsnamn enligt Katarina Nilsson...

### **Google**

"Ett runt, lekfullt ord som kommer från den matematiska termen googol. I dag vet människor över hela världen vad företaget står för."

### **Bik Bok**

"Ett rappt, roligt namn som dessutom ligger bra i munnen. Alliterationen är snygg och namnet signalerar att modekedjan har en ung målgrupp."

### **Merriday**

"Ett namn som bygger på värdet för kunden i stället på vad företaget gör. Merriday är en bröllopskoordinator och namnet ger

känslan att man får njuta av sin dag. Det leker med orden "merry" och "marriage". Jag har själv varit med och tagit fram det."

### **Hey Honey**

"Ett roligt namn som är lätt att komma ihåg. Så länge företaget enbart tillverkar honung funkar det jättebra, men skulle det börja sälja kola blir det begränsande."

### **Orexo**

"Ett snyggt namn från grekiskans "orégo", vilket betyder "att sträcka ut en hand". Det stärker läkemedelsbolaget i sin "storytelling" att hjälpa andra. Jag var med och tog fram namnet 2003."



land, då det betyder "smutsvatten" eller "lera" på finska.

### **Ordvitsar, då? Love is in the hair, Paj à la Pajala, Sax in the city?**

–Det här är roliga namn som signalerar "personligt, litet och lokalt." För större företag skulle jag inte rekommendera dem, säger hon.

### **Fler vill byta efternamn**

Jakten på det perfekta namnet pågår även i våra hem. Allt fler svenskar ansöker om att byta efternamn. En del återupplivar gamla släktnamn, andra byter ut sitt son-namn, så kallade patronymikon, mot något mer unikt. Än så länge vänder sig få privatpersoner till Eqvarium. Katarina Nils-

son tror att det är en marknad som kommer att växa.

–Jag har precis hjälpt en familj med tre efternamn att välja ett nytt som passar familjens kärnvärden.

### **Du heter ju Nilsson. Har du själv funderat på att byta ut det?**

–Nej, jag har gjort tvärtom (skratt). Jag hette Sverdrup som gift, men tog tillbaka Nilsson när jag skilde mig. Det där med identitet är viktigt – och olika för olika människor.

### **Till sist: vad betyder Eqvarium?**

–Det är ett ord sammansatt av EQ, emotionell intelligens, och akvarium. Det krävs lyhördhet och känsla för att utveckla namn – och det måste ske inom en liten grupp. □

## ... och 5 inte lika bra

### **PMS-konsult**

"Vem kunde tro att det här är en redovisningsbyrå och inte ett ställe där kvinnor får hjälp med nedstämdhet och humörsvingar? Namnet väcker fel associationer."

### **OBH Nordica**

"Hur tänkte de? OB och BH i samma förkortning – och så "Nordica" på det, vilket känns helt ointressant. För mig är det ett icke-namn som inte väcker några känslor."

### **3**

"Ett anonymt namn som lätt förväxlas med siffran 3 och som

leder tankarna till 3G, den tredje generationens mobiltelefoni. Problemet är att vi idag är inne på både 4G och 5G, så namnet känns lätt passé."

### **Skanstulls bil & däck**

"Namnet fungerade säkert jättebra så länge företaget låg vid Skanstull – men när det flyttade till Årsta öppnades dörren för en massa missförstånd."

### **Travel.se, Travel-link, Big travel...**

"Resesajternas namn är alldeles för lika. Hur ska någon kunna rekommendera dem om ingen minns vad de heter?"