

**Den optimala guiden för
att förstå hur du skyddar
ditt varumärke**



Introduktion

Som marknadsförare känner du dig troligen tacksam för alla alternativ att exponera ditt varumärke på idag. Antalet plattformar är närmast oändligt, och endast kreativiteten sätter gränserna för vilka nya kanaler du kan testa. Det gäller dock att du tänker till. För även om den digitala sfären skapar fantastiska möjligheter för dig som marknadsförare, innebär den även ökade risker. Inte minst när det kommer till hot gentemot ditt varumärke. Jämfört med den goda tiden när du visade upp din logotyp i en tidningsannons, eller på en mäsas. Ibland kräver den ökande exponeringen att du skyddar varumärket på ett betydligt mer genomgripande sätt. Det är med andra ord viktigare än någonsin med varumärkessäkerhet och att du förstår vad det innebär.

Och det här kanske är lite skrämmande, men det är ni på marknadsavdelningen som bär ansvaret att skyddet upprättas och underhålls. Du behöver därför som marknadsförare sätta dig in i ämnet varumärkessäkerhet för att undvika (dyra) konsekvenser som kan uppstå. Det är inte bara bolagets plånbok som står på spel, utan även era kunders känsla och förtroende till er.

Men! Du kan känna dig helt lugn. Den här guiden finns så att du ska förstå dig på varumärkessäkerhet och dess komponenter. Se den som ett hjälpmedel så att du kan känna dig trygg i att du gör det arbete som krävs för att bevara varumärkets värde.

Låt oss sätta i gång!

Vad du kommer lära dig

För att ge dig en komplett bild av varumärkessäkerhet och vad du behöver göra, kommer vi djupdyka i följande områden:

- Vad varumärkessäkerhet är och vilka delar du behöver skydda
- Varför varumärket har stor betydelse
- Vilka potentiella hot du behöver skydda varumärket från
- Hur du ska agera om någon gör intrång i ditt varumärkesskydd

Vad är varumärkessäkerhet och vad behöver du skydda?

När man talar om varumärkessäkerhet, är det tre delar som måste hänga ihop – annars kan man inte kalla skyddet komplett. Dessa tre delar består utav det:

- Varumärkesskydd
- Domänhantering
- Cybersäkerhet

Det är viktigt att du förstår skillnaden mellan dessa, men framför allt hur de hänger ihop, vi kommer därför titta på dem individuellt.



Varumärkesskydd

För att säkerställa att du har ett intakt varumärkesskydd gäller det att skapa sig en övergripande koll på era patent, designrättigheter och varumärkesregistreringar. Dessa är alla olika sätt för att säkra ensamrätten till varumärket. Håll koll på varumärkesrätten som är det avsnitt inom immaterialrätten som specifikt behandlar de juridiska rättigheter som följer med ett skyddat varumärke.

Det finns dessvärre inte någon global myndighet som behandlar varumärkesregistreringar. Det är därför viktigt att ni som bolag avgör vilka marknader som är relevanta idag, samt vilka som kan komma att bli relevanta i framtiden.

Europeiska Unionen har däremot gjort procesen något mer lättsmält. För att registrera ditt varumärke inom EU behövs nämligen bara en ansökan.

En hel del pappersarbete som du märker. Men! Väl värt, för du säkrar din expansion när/om du går in på en ny marknad.

Följande är några myndigheter som hanterar varumärkesregistreringar inom Sverige och EU, och globalt.

- PRV (Sverige)
- EUIPO (EU)
- WIPO (Globalt)

Tänk på att

Du behöver registrera ditt varumärke på varje marknad separat!

Domänhantering

Precis som det låter är domänhantering kopplat till domännamn, appar, marknadsplatser och liknande. Det kan exempelvis vara en genomtänkt domännamnsstrategi, så det går att garantera ensamrätt till ditt varumärke på internet.

En domänstrategi handlar om att vara proaktiv genom att:

- Registrera relevanta domäner och bevaka där du inte registrerar
- Ha en plan på hur man agerar när ett intrång väl sker (vilka åtgärder som vidtas så går det snabbare innan det sker en allt för stor skada)
- Ha en långsiktig plan (tänk exempelvis 5 år framåt - hur kommer din verksamhet se ut då och att du täcker upp för det i förväg)

Vet du att du ska expandera till nya marknader, se till att även registrera dessa länders domäner (.se, .dk osv). Det är också viktigt att veta att du per automatik inte äger rätten till domänen bara för att ditt varumärke är registrerat.

Nu blir det kanske lite tekniskt, men domänhantering syftar även till att säkra upp DNSerna. Och med det sagt är det fördelaktigt att ha olika DNSer utspridda i olika delar av världen, att ha en s.k. redundans. Detta för att minimera skadan vid en eventuell överbelastningsattack (DDoS-attack).

Tänk på att

Kolla så ditt domännamn är ledigt innan du skickar in din varumärkesansökan! Glömmer du registrera domännamnet så riskerar du att någon annan tar det eftersom varumärkesansökningar publiceras online i samma sekund som de lämnas in. Alltså domännamn först sen lämna in varumärkesansökan!





Cybersäkerhet

Förutom att sätta upp ett intakt varumärkesskydd och stabil domänhantering, är det även viktigt att täppa igen eventuella hål i er IT-säkerhet.

Vad har IT-säkerhet med varumärkessäkerhet att göra, kanske du tänker? Jo, eventuella intrång i er kunddatabas, eller förfalskad e-post i ert bolagsnamn - kan påverka förtroendet såväl som anseendet av ert varumärke.

Du kanske har fått ett förfalskat SMS från en känd postverksamhet om att hämta ett paket och att du måste trycka på en (skadlig) länk. Inte speciellt bra marknadsföring för den postverksamheten.

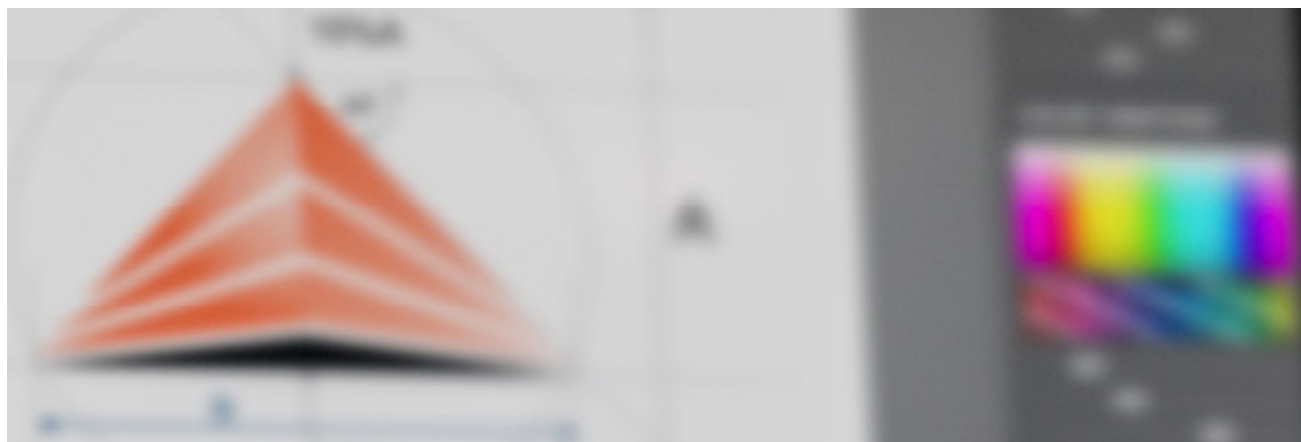
Den här typen av bedrägerier är svåra att helt komma ifrån - men man kan skydda sina system ifrån det!

Cybersäkerhet handlar även om att säkerställa att din hemsida och DNS är krypterade. Detta görs normalt vis genom certifikat som exempelvis SSL/TLS och DNSSEC.

Så för att svara på frågan:

Vad är varumärkessäkerhet?

Det är när du har en holistisk inställning kring ditt varumärke och upprättat ett skydd på alla ställen där det kan exponeras. Och det gör du genom ett starkt varumärkesskydd, en strategisk domänhantering och cybersäkerhet.



Vad behöver du skydda?

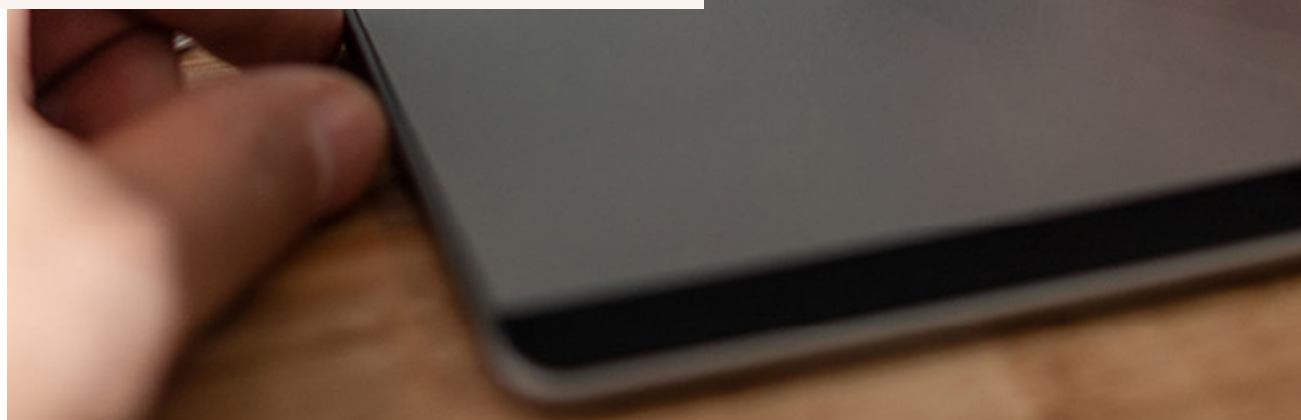
Genom att skydda ditt varumärke kan du skaffa dig ensamrätt till dina logotyper, patent, slogans, ljudslingor och så vidare. Du säkerställer också att du inte gör intrång på någon annans varumärke.

Sen så är det ju det här med budget. Det kan bli dyrt att skydda precis alla delar av ditt varumärke. Så hur ska du välja?

För att göra det enkelt

Svarar du ja på någon av följande 2 frågor är det nödvändigt att upprätta ett skydd:

1. Hade det uppstått ett problem om en annan aktör dykt upp och exempelvis kallat sig för ditt bolagsnamn, eller haft samma slogan?
2. Hade det varit ett problem om en annan aktör dök upp och exempelvis sa, - Nej, nu får ni inte längre använda den här ljudslingan eller logotypen, för det är vi som har den?



Varför har varumärket så stor betydelse?

Det här kanske du redan har koll på, men varumärkets funktion har förändrats. Idag gör varumärken så mycket mer än att berätta vilket bolag som står bakom en viss produkt.

Ett varumärke är en immateriell tillgång som används för att särskilja dina varor och/eller tjänster från andra på marknaden.

Skapar mervärde

Rätt typ av marknadsföring av varumärken kan göra att konsumenter upplever ett enormt mervärde kring din produkt. Detta mervärde är inte kopplat till produktens egenskaper eller hur den ska användas, utan känslor den väcker.

Praktexempel här är exempelvis Apple och Chanel. En reklamfilm av dessa varumärken skapar en stark känsla att personer som använder deras produkter har en viss status. Mervärdet blir då, att om jag köper denna produkt, får jag också samma status som dem.

Ger trygghet

Förutom att varumärket skapar mervärde, skiljer sig varumärken från ditt bolags andra immaterialrätter.

Vanligtvis syftar immaterialrätter till att skydda prestationer (patent). Men varumärken, går snarare hand i hand med konsumentskydd. Det är ju faktiskt så, att varumärken gör att konsumenterna kan säkerställa att de får varor eller tjänster, de faktiskt är ute efter.

Vi alla tar nog detta som en självklarhet: Är vi i affären och handlar en Marabouchoklad, eller köper ett par Adidasskor online, så vill vi ju ha varorna vi förväntar oss? Varumärket hjälper till att garantera denna typ av trygghet.

Varumärket skapar alltså en länk mellan bolaget och era kunder. Att skydda ditt varumärke, är att skydda den här länken.



Är en potentiell guldgruva

Om du tycker att mervärde och trygghet känns lite luddigt, kanske denna funktion känns mer övertygande. Varumärket i sig är nämligen en enorm tillgång och kan stå för en stor del av bolagets värde.

Det finns därmed alla anledningar att ta immateriella tillgångar på allvar. Immateriella tillgångar är ett samlingsnamn på tillgångar man inte kan ta på (logotyper, patent, ljudslingor osv).

Immateriella tillgångar och Goodwill stod för **80%** av köpeskillingen när det handlade om förvärvade tillgångar på Stockholmsbörsen. Och den här siffran ökar varje år.

Potentiella hot du behöver skydda varumärket från

Så varumärket har alltså en hel del viktiga funktioner. Och det är viktigt att du får med dig att ansvaret för att skydda dessa varumärkesfunktioner, ligger hos dig, varumärkesinnehavaren. Det finns alltså inget externt organ som automatiskt skyddar från yttre påverkan. Det krävs ett aktivt arbete från marknadsavdelningen på ditt bolag för att säkerställa att varumärket inte tappar sitt värde. Exempel på hot:

1

Förväxling

Varumärket hotas av exempelvis imitationer av varor eller tjänster. Detta riskerar att förvirra konsumenten vart produkten kommer ifrån.

2

Snyltning

Syftar till snålshuts på ett varumärkes renommé. Framför allt hög risk för inarbetade varumärken. Lockande för andra parter att utnyttja ett inarbetat varumärkes framgång genom att spilla över på sig själv.

3

Nedsvärtning

Sker när annan part på ett otillåtet sätt använder ett registrerat varumärke så att detta varumärke blir mindre attraktivt för konsumenterna. Bolagets renommé kan skadas.

4

Urvattning

Innebär att varumärket blir svårare att urskilja och att det därmed tappar sin mening. Kanske lite mer abstrakt sätt att skada någons varumärke på. Men det får faktiskt som effekt att bolag tappar väldigt mycket goodwill, samt att ett varumärke inte kan garantera att det avser en viss vara eller tjänst.

5

Omedvetet intrång

När man pratar om intrång är det lätt att tolka som något man gör medvetet, vilket i många fall inte är fallet. Snyltning, nedsvärtning osv är såklart en medveten handling. Men i många fall är andra parten inte medveten om att man gör intrång.

Man tänker att man i godan ro har en varumärkesregistrering. Men så upptäcker man att marknaden expanderat utanför Sverige, och så finns det exempelvis ett tyskt varumärkesskydd som är väldigt likt ens eget. Helt plötsligt begår man intrång - utan att man har en aning om det.

6

Förfalskad e-post

Det är det som i folkmun kallas för VD-bedrägeri. Kanske har du varit med om att du får "fake-mail" från VDn där du ombeds klicka på en länk eller göra en betalning? Detta har pågått sen länge. Vad du bör vara uppmärksam på är dock dessa bedrägerier har börjat ändra karaktär.

Det vanliga är nu nämligen att dessa typer av mail i stället skickas till kunder och leverantörer. Ofta handlar det om att få betalningen insatt på ett annat bankgiro.

Känns det läskigt? Som tur är finns det arbetssätt för att proaktivt förhindra intrång, samt åtgärder du kan ta om det skulle ske.

Hur du säkerställer att ditt varumärke är skyddat

Efter att ha läst majoriteten av den här guiden, kanske du har lagt märke till ett genomgående mönster. För att undvika problem med det varumärke, måste du arbeta proaktivt.

Vi ska nu kika närmre på hur du upprättar ett varumärkesskydd och vilka kanaler du behöver bevaka. Men ibland räcker inte det proaktiva arbetet till, så vi ska även ge tips på vad du ska göra om du skulle få svårigheter.

1 Upprätta ett skydd

När du upprättar ditt varumärkesskydd, är det viktigt att ha ett helhetstänk kring varumärken och se till att skydda sig där varumärket exponeras.

Tänk på följande:



Täpp igen eventuella hål i IT-säkerheten



Säkra upp varumärket på ALLA relevanta marknader med varumärkesansökningar för ord och logotyp



Kolla så ditt domännamn är ledigt innan du skickar in din varumärkesansökan



Ha en genomtänkt domännamnsstrategi där även val av partner som registrerar dina domäner, kan göra stor skillnad



Avgöra vilka varumärken som ska skyddas (produktnamn, bolagsnamn, slogans, färger etc.)

2

Bevaka kontinuerligt

Ha minst en varumärkes- och domänbevakning som grundskydd för att skydda varumärken och domännamn. Därefter kan du utöka skyddet beroende på vad för typ av verksamhet du har.

Tänk på att:

Bevaka varumärkesansökningar som kommer in till varumärkesmyndigheter (exempelvis PRV och IPO). Då får du reda på om någon försöker registrera ett identiskt eller närliggande varumärke.

Ha koll på ditt digitala varumärke för att upptäcka bedragare som använder förväxlingsbara eller identiska domännamn för e-postbedrägeri, intrångsförsök eller renommésnyltning. Detta gör du genom en [domännamnsbevakning](#).

Om du säljer produkter online, ha koll på alla marknadsplatser (Alibaba, eBay osv) för att upptäcka ev piratkopierade produkter.

Skanna av Sociala Medier för att upptäcka om någon försöker ge sken av att företräda varumärket.

Har du en app, ha koll på att bedragare inte speglar din app för att försöka missbruka känslig information (bilder, platsdelning osv).

Här kan du få mer detaljer kring hur du praktiskt upprättar en [bevakning av ditt varumärke](#).

3

Agera vid intrång

Som du nu förhoppningsvis lärt dig, så ligger det alltså på varumärkesinnehavarens ansvar att både säkra upp varumärket och att bevaka det. Men skulle det (mot förmodan) ske ett intrång - ligger det även på er att åtgärda det.

Att agera på intrång kan bli ganska krånglig och övermäktigt att göra på egen hand. Du behöver med största sannolikhet få hjälp av en extern partner (hint - det här kan Ports Group).

Dessa verktyg har du till ditt förfogande:

- Du har rätt att invända mot andra bolags varumärkesansökningar. Varje myndighet har sitt eget förfarande, och det gäller att du ser till att invända innan ansökningarna går igenom.
- Sociala Medier och digitala marknadsplatser har ofta egna processer för intrång som är betydligt billigare än domstol. Upptäcker du ett intrång få exempelvis Facebook eller Amazon, ta reda på respektives kanals processer för att åtgärda intrånget.
- Ovanstående åtgärder behöver kombineras med ett varningsbrev. I allvarliga varumärkesintrång där ditt varumärke tagit skada, kan det även vara nödvändigt att du kräver kompensation.
- Har någon speglat din hemsida? Begär en "take down" genom att anmäla varumärkes- och/eller upphovsrättsintrånget till de tekniska leverantörerna.
- Fungerar inget av ovanstående? Ta det till domstol!

Sammanfattning

I och med digitaliseringen, är det viktigare än någonsin med varumärkessäkerhet och att du förstår vad det innebär.

När man talar om varumärkessäkerhet, är det tre delar som måste hänga ihop: varumärkesskydd, domänhantering och cybersäkerhet.

Varumärket har viktiga funktioner och skapar en länk mellan bolaget och era kunder. Att skydda ditt varumärke, är att skydda den här länken.

Marknadsavdelningen bär ansvaret att skydda varumärket. Det finns inget externt organ som gör det åt er.

För att undvika problem med ditt varumärke, måste du arbeta proaktivt. Detta gör du genom att först och främst upprätta ett komplett skydd, att du sedan bevakar varumärket, samt att du agerar om det sker ett intrång.

Hur skyddat är ditt varumärke och vad kan förbättras?

Få en gratis varumärkeskoll >



Din helhetspartner för varumärkssäkerhet