

Fra tannlegekontor til merkevare

– Au! Det gjør så vondt i tennene mine! Stakkars Jens trodde han gikk til velrennomerte Hauger Tannklinikk, som en venn hadde anbefalt ham. Ved en feil var han hos Hauger Tannlegesenter. Der skylder de bare på Karius og Baktus.

BERNT BOLDVIK, DIREKTØR, DESIGN- OG VAREMERKEAVDELINGEN, PATENTSTYRET.

Årsaker til tannpinen

Som tannlegepasient har jeg bare gode erfaringer med mine tannleger siste 30 årene. Men etter å ha jobbet med varemerker like lenge, har jeg lagt merke til at svært mange tannleger fremdeles bruker beskrivende navn på klinikkene sine. Det kan føre til en rekke utfordringer for både pasienter, leverandører og deg som tannlege.

Du utnytter heller ikke de mulighetene du har for å bygge et sterkere varemerke, som kan skape en større merverdi for virksomheten din. Med denne artikkelen ønsker jeg å bidra til at tannleger gjør mer bevisste valg når de bestemmer navnet på virksomheten sin.

Beskrivende navn på virksomheten

Svært mange tannleger bruker foretaksnavn som beskriver stedet virksomheten ligger, og innholdet eller egenskaper ved tjenesten de leverer. Typiske varianter er Hauger Tannlegekontor, Hauger Tannhelse, Hauger Tannlegesenter, Tannklinikken Hauger, Tann og kjeve Hauger, osv.

Det er i orden at du velger et beskrivende foretaksnavn, så lenge det *ikke* er identisk med en eksisterende virksomhet. Imidlertid skal du være oppmerksom på at slike navn da har liten beskyttelse mot konkurrenters bruk av liknende navn. Det er et *friholdelsesbehov* for ord som bare beskriver steder og tjenester, som betyr at andre aktører innen tannhelse også må kunne markedsføre hvor de har virksomhet og hva slags tjenester de leverer. Konsekvensen av å velge HAUGER TANNLEGEKONTOR som navn på virksomheten din, er at en konkurrent kan etablere seg i nabobygget med navnet HAUGER TANNLEGESENTER eller TANNLEGEKONTORET HAUGER.

Det kan av flere grunner være praktisk å velge et beskrivende foretaksnavn. Det kan for eksempel være tilfellet når det er flere tannleger som driver virksomhet i et kontorfellesskap. I så fall er det

kanskje pasientlisten som er din viktigste strategiske ressurs/verdi som tannlege. Likevel er det hensiktsmessig at tannlegen bygger seg selv som merkevare overfor pasientene sine, slik at kundene ikke foretrekker kontorfellesskapet hvis tannlegen flytter til et annet sted i nærheten. Hvis en tannlege i et kontorfellesskap kjøper en pasientliste til og ansetter en tannlege, blir spørsmålet om navn på virksomheten mer aktuelt. Hvis tannleger er ansatte i en virksomhet, er det i tannklinikkenes interesse at kundenes lojalitet knyttes til virksomheten. Og når en tannlege forlater et kontorfellesskap, bør en kontrakt regulere hvem som har retten til navnet.

Ønsker du å bygge et sterkt navn for virksomheten din, kan det være riktigere å velge en strategi der gamle og nye kunder kan assosiere kvaliteten de forventer med et mer unikt navn enn stedsnavnet.

Særpreget navn på virksomheten

Velger du et *særpreget* foretaksnavn, kan du hindre andre i å bruke navnet ditt og navn som er til forveksling like, for samme og liknende tjenester. Det betyr at du har mer enn bare et identitetsvern.

Dessuten er det to viktige fordeler ved å velge et særpreget navn. Den ene er at det blir lettere for kundene dine å oppfatte at tjenesten leveres av *din* virksomhet, noe som reduserer faren for forveksling med andres tannlegetjenester (opprinnelsesgarantien). Den andre fordelen er at kunden forbinder det gjenkjennbare navnet med en bestemt kvalitet (kvalitetsgarantien).

Eksempler på særpregede navn kan være fantasiord som BILBA, suggestive ord som LØVETANN og BLUTOOTH, og personnavn som BERNT BOLDVIK. Dette er sterke varemerker for tannlegetjenester, som det er vanskeligere for konkurrenter å etterligne uten at meningen også blir borte.

Har du registrert foretaksnavnet LØVETANN for tannhelsetjenester, og en konkurrent bruker navnet LØVETANNA eller LØVE-

TANNEN, kan du anføre at bruken er et inngrep etter varemerkeloven. Og bruker noen navnet LØVEBRØL eller TIGERTANN, så er det greit fordi det ikke er en umiddelbar fare for at kundene forveksler virksomhetene.

Navnet DENTALIS vil for eksempel gi et noe svakere vern. Det spiller på betydningen av ordet dental, som er et ord andre aktører også må kunne bruke om sin virksomhet.

Et enkeltpersonforetak må inneholde slektsnavnet ditt. Det er likevel mulig å registrere foretaket LØVETANN BERNT BOLDVIK og bruke LØVETANN som navn på klinikken i markedsføringen, på skilt, fakturaer osv.

Mange tenker at et beskrivende navn kan være fordelaktig fordi det er informativt og gir klare assosiasjoner til hva og hvem du er. Men et særpreget navn utelukker ikke at du i markedsføringen (nettsider, skilt, dokumenter) kan angi hvor du holder til og hva du driver med, slik at du dukker opp i søk på nettet når en kunde leter etter tannlege i Hauger. For eksempel på denne måten:

LØVETANN

Hauger Tannklinikk

Registrering av varemerke

Et foretaksnavn kan bare bestå av ord og skrifttegn. Hvis du søker om registrering av *varemerke* hos Patentstyret, har du flere muligheter. Et varemerke kan bestå av ord, figur eller en kombinasjon av ord og figur. Visuelle uttrykk kan forsterke identiteten til navnet og bidra til å styrke kundenes assosiasjoner knyttet til tjenestene du leverer. Her er et par eksempler som illustrerer hvordan du kan påvirke kundenes assosiasjoner:



Har du valgt et *beskrivendeforetaksnavn* der navnet ikke oppnår vern som kjennetegn, kan du registrere et kombinert *varemerke* (logo), for eksempel:



Konkurrenter kan fremdeles bruke ordene HAUGER og TANNKLINIKK, men du har eneretten til en logo som konkurrenter ikke kan bruke/etterligne for sine tannlegetjenester.

Alternativt kan du bare registrere figuren som varemerke for tannlegetjenester:



Da er det figuren som kjennetegner dine tannlegetjenester, og du kan knytte den til klinikker du har på flere steder, for eksempel Hauger og Sandvika. Ingen andre tannleger kan da bruke en figur som er til forveksling lik denne.

Hvis du velger en figur som beskriver den typen tjeneste du leverer, vil den ikke være egnet som et særlig kjennetegn for din virksomhet. En enkel, stilisert tann vil derfor ikke oppnå enerett som varemerke, fordi andre tannleger også må kunne vise bilder av en tann.

Ved å bruke et særpreget foretaksnavn og/eller varemerke, er det lettere å ekspandere geografisk uten at all den innsatsen som er investert i navnet, enten går tapt eller ikke kan nyttiggjøres. HAUGER TANNKLINIKK fungerer ikke så godt i Sandvika. Og hvis du velger et nytt navn i Sandvika, har du liten nytte av det rennommément du har bygget deg opp i Hauger. Derfor er det mange gode grunner til å tenke nøyer gjennom hvilket navn du ønsker å bruke allerede ved oppstarten av din virksomhet. Valget av navn kan dessuten være en viktig faktor hvis du søker etter investorer, finansiering eller samarbeidspartener.

En tannklinikk kan eie flere varemerker, for eksempel hvis den tilbyr egne produkter eller leverer ulike typer tjenester som har andre navn enn foretaksnavnet. Det er særlig her at varemerkene kommer til sin selvstendige rett. Et eksempel kan være ORIS DENTAL HOLDING AS, som i tillegg til ordmerket ORIS, blant annet har registrert disse tre varemerkene for ulike varer og tjenester:



Reg.nr: 322750



Reg.nr: 333892



Reg.nr: 331857

Innarbeidelse av varemerker

Enerett til et varemerke kan etableres på to måter, enten ved *registrering* hos Patentstyret eller ved at varemerket *innarbeides* i markedet.

Hvis du kan dokumentere at et varemerke, som i utgangspunktet er beskrivende og/eller mangler særpreget, er godt kjent som noens

særlige kjennetegn i Norge, kan du *hevde enerett* til merket etter varemerkeloven.

For at Patentstyret skal kunne *registrere* et slikt varemerke, må merket være godt kjent *over hele Norge*. Dette må i så fall dokumenteres grundig, og vil sjelden være tilfellet for lokale tannklinikker. Grunnen til at innarbeidelsen av et beskrivende varemerke må være landsdekkende, er at en varemerkeregistrering gir enerett i hele Norge.

For tannleger vil det være mer vanlig at navnet er innarbeidet *lokalt*. Slik lokal enerett vil være tilstrekkelig når du ikke har ambisjoner om å ekspandere geografisk. Dette betyr at du *kan* hevde at du har lokal enerett til et beskrivende navn, selv om du ikke har registrert varemerket hos Patentstyret. Men ved en konflikt vil en opplyst motpart kunne kreve at du beviser dette med dokumentasjon. Dette kan du lese mer om på Patentstyrets nettsider. Det er domstolen som til syvende og sist bestemmer om vilkårene for innarbeidelse er oppfylt. Alternativt kan Næringslivets Konkurransetutvalg komme med en rådgivende uttalelse.

Oppsummert

Registrering av et beskrivende foretaksnavn hos Brønnøysundregistrene gir deg bare beskyttelse mot identiske foretaksnavn.

Hvis du velger et særpregt foretaksnavn, kan du hindre andre foretaksnavn som er til forveksling like. Et særpregt foretaksnavn

har samme type enerett/beskyttelse som ordmerker har etter varemerkeloven. Da er det ikke nødvendig å registrere det samme navnet som varemerke i tillegg.

Et varemerke gjør det mulig å få enerett til figurer og logoer, i tillegg til navnet på virksomheten. En tannklinikk kan også ha flere varemerker enn foretaksnavnet.

Fordelen med en varemerkeregistrering, er at Patentstyret under søknadsbehandlingen vurderer om det søkte varemerket er særpregt. Registreringen kan brukes som dokumentasjon hvis noen etterligner foretaksnavnet/varemerket ditt.

Har du spørsmål om varemerker, ta kontakt med Patentstyrets kundesenter på telefon 22 38 73 00. Patentstyret kan gi deg *generell veiledning*. Advokater og IP-rådgivere kan gi deg *konkrete råd*.

På nettsiden navnesok.no kan du undersøke om et foretaksnavn, domenenavn eller varemerke allerede finnes/er i bruk.

KILDER

1. Tannlegeforeningens Tidende 2025/3 om «Enerett på logo og klinikknavn».
2. Les mer om varemerker og hvordan du går frem for å registrere et varemerke på Patentstyrets nettsider.
3. Les mer om forskjellen på foretaksnavn, varemerker og domenenavn her.
4. Om vern for foretaksnavn, se foretaksnavneloven §§ 3-1 til 3-3. Se også varemerkeloven § 14.
5. Figurene i artikkelen er generert med bruk av ChatGPTs bildegenerator.

Klokka 0000 på utgivelsesdato
www.tannlegetidende.no