Schweden beantragt als erstes Land Markenschutz für den eigenen Namen

Wer hätte gedacht, dass es weltweit acht Orte namens *Sweden* gibt? Damit internationale Touristen nicht versehentlich im falschen Schweden landen, will Visit Sweden den Landesnamen als Marke schützen lassen. Schließlich ist nur ein Schweden das Original!

2024 ist das Jahr der Dupes – von Handtaschen über Parfums bis hin zu Urlaubsorten. Auch Länder sind nicht vor Doppelgängern gefeit. Schweden, bekannt für seine weite Landschaft, das Jedermannsrecht und die charakteristischen roten Holzhäuser, geht nun einen Schritt weiter, um seinen Namen zu schützen. Die Tourismusorganisation Visit Sweden plant, Schweden als Marke eintragen zu lassen – eine Maßnahme, die sicherstellen soll, dass jeder, der von Schweden spricht, auch wirklich das Original meint und nicht einen der zahlreichen Namens-Doppelgänger. Während es für Unternehmen selbstverständlich ist, ihre Marken zu registrieren, war dies Ländern bisher verwehrt – doch Schweden will das jetzt ändern.

„Es ist schmeichelhaft, dass andere Schweden genannt werden wollen, aber wir würden es vorziehen, wenn es nur ein Schweden gäbe. Unser Schweden. Das mit den Seen, Inseln, Wäldern und den bekannten Möbeln zum Selbstaufbauen“, sagt Susanne Andersson, Geschäftsführerin von Visit Sweden. “*Wir möchten, dass sich alle uns anschließen, die Petition unterschreiben und Reisenden dabei helfen, das einzige und originale Schweden zu entdecken.“*

Wie man das originale Schweden erkennt? So: www.youtube.com/watch?v=eXSRXLzoRFM

Nicht nur Schweden fühlt sich von den Namensgleichheiten herausgefordert. Rund um den Globus finden sich 51 Berlins, 10 Amerikas, 34 Londons und fünf Rostocks – eines davon sogar in Schweden – sowie viele weitere geografische Doppelgänger.

Laut einer Umfrage1 findet es jeder zweite Befragte (48 %) verwirrend, wenn mehrere Orte den gleichen Namen tragen. Und während fast vier von zehn Reisenden (38 %) schon einmal von gleichnamigen Orten in die Irre geführt wurden, ist jeder Zehnte (9 %) sogar am falschen Ort gelandet. So fuhr einer der Befragten über die Landesgrenze hinweg ins „falsche“ Mühldorf, denn diesen Ort gibt es sowohl in Bayern als auch in Österreich. Auch Kurierfahrer haben es nicht leicht: Aus einer Fahrt nach Frankfurt (an der Oder) wurde ein unfreiwilliger Roadtrip nach Frankfurt (am Main). Und wer erinnert sich nicht an die englischen Fußballfans aus Liverpool, die statt im belgischen Lille im französischen Lille gelandet sind2.

Es ist also nicht nur ein schwedisches Problem, sondern eine globale Herausforderung. Ein großer Teil (36 %) der befragten Reisenden zwischen 20 und 32 Jahren spricht sich für den markenrechtlichen Schutz des eigenen Ortes bzw. des Heimatlandes aus. Schwedens Initiative könnte hier als Vorbild dienen und dazu beitragen, dass geografisches Rätselraten in Zukunft der Vergangenheit angehört.

Schweden als Marke schützen – ernsthaft?

Visit Sweden geht nun also den nächsten Schritt und beantragt bei der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) den Schutz des Landesnamens als Marke. Das Ziel? Sicherstellen, dass jeder, der „Schweden“ sagt, das originale Schweden meint - das Land, in dem man Nordlichter sehen, Fika genießen und vielleicht sogar ein oder zwei Elche treffen kann. Sogar 35 % der Schweden unterstützen diese Idee.

„Obwohl die derzeitige Gesetzgebung die Registrierung von Ländernamen als Marke nicht erlaubt, wissen wir, dass es möglich ist, Reiseziele markenrechtlich zu schützen. Da Schweden tatsächlich als Reiseziel wahrgenommen wird, sollte das kein Problem darstellen“, fährt Susanne Andersson schmunzelnd fort.

So können (original) Schwedenfans mithelfen

Auf der Website von Visit Sweden gibt es einePetition, die Reisende unterzeichnen können, um diese Initiative zu unterstützen. Dort findet sich auch ein nützlicher Leitfaden, der erklärt, wie man zwischen dem nordeuropäischen Land und seinen anderen Namensvettern unterscheiden kann.

Anzeichen dafür, im richtigen Schweden zu sein:

- Stiller Luxus - mehr Natur, weniger Bling
- Kostenfreie blaue Juwelen - die Rede ist von Blaubeeren, nicht von Saphiren
- Hotels für Acht Jahreszeiten - statt Four Seasons
- Private Chauffeure - niedlich, haarig und auf vier Pfoten
- Eine eigene Insel - ja, wirklich!
- Rund um die Uhr offen - progressiv, bunt und frei

Schweden will damit sicherstellen, dass Reisende, die sich für das Land der Ruhe, Weite und Freiheit entscheiden, wissen, dass sie an den richtigen Ort kommen: dem *Original Sweden™.*

Webseite samt Petition: https://visitsweden.de/original-schweden/
Video: https://www.youtube.com/watch?v=eXSRXLzoRFM
Pressebilder: https://contentbank.visitsweden.com/selection/44cec483711828170d0596ab24262334
Hashtags: #TheOriginalSweden #ofadifferentnature #visitsweden

1Quelle: Die Umfrage1 wurde von dem Meinungs- und Marktforschungsunternehmen YouGov im Auftrag von Visit Sweden durchgeführt. Im Zeitraum vom 3. bis 18. Oktober 2024 wurden insgesamt 1.000 Online-Interviews pro Markt mit Männern und Frauen im Alter von 20 bis 70 Jahren geführt.

2Quelle: https://www.mirror.co.uk/sport/football/kop-fans-get-lille-bit-lost-1683906

Visit Sweden ist ein Marketingunternehmen im Besitz der schwedischen Regierung. Es handelt sich um eine nationale Tourismusorganisation, die das Reiseziel Schweden fördert, um die Attraktivität des Landes zu steigern, was zum Tourismusverbrauch, zu Exporterlösen und zur Beschäftigung beiträgt. Visit Sweden arbeitet eng mit der schwedischen Tourismusbranche zusammen, um die gewünschten Zielgruppen für einen langfristig nachhaltigen Tourismus effektiv zu erreichen. Der Hauptsitz von Visit Sweden befindet sich in Stockholm, mit Vertretungen in mehreren ausländischen Märkten. www.visitsweden.com/corporate Willkommen in Schweden - von Natur aus anders.

Visit Sweden GmbH
Sabine Klautzsch
Senior PR Manager
Große Bäckerstr. 10
20095 Hamburg

sabine.klautzsch@visitsweden.com
www.visitsweden.de

Visit Sweden ist ein Marketingunternehmen im Besitz der schwedischen Regierung. Es handelt sich um eine nationale Tourismusorganisation, die das Reiseziel Schweden fördert, um die Attraktivität des Landes zu steigern, was zum Tourismusverbrauch, zu Exporterlösen und zur Beschäftigung beiträgt. Visit Sweden arbeitet eng mit der schwedischen Tourismusbranche zusammen, um die gewünschten Zielgruppen für einen langfristig nachhaltigen Tourismus effektiv zu erreichen. Der Hauptsitz von Visit Sweden befindet sich in Stockholm, mit Vertretungen in mehreren ausländischen Märkten. www.visitsweden.com/corporate

Willkommen in Schweden - von Natur aus anders.

Additional assets available online: Photos (2)

https://press.visitsweden.com/2024-11-12-Schweden-beantragt-als-erstes-Land-Markenschutz-fur-den-eigenen-Namen