

Dagordningens punkt 19

**Namnbyte till Sveriges Allmännyttan**

Styrelsen föreslår efter en analys av hur SABO och namnet SABO uppfattas i omvärlden – bilaga 19.1 - att SABO byter namn till Sveriges Allmännyttan.

**Kongressen föreslås besluta**

- att föreningens namn ändras till Sveriges Allmännyttan,
- att uppdra till styrelsen att på bolagsstämman för SABO AB ändra firman till Sveriges Allmännyttan AB

## **Förslag att byta namn till Sveriges Allmännytta**

### ***Bakgrund***

Kongressen föreslås besluta om ett namnbyte av organisationerna. Bakom förslaget till namnbyte ligger flera centrala överväganden och en lång intern process.

SABO har två uppdrag. Det ena är att vara en branschorganisation som erbjuder medlemsföretagen medlemservice som förenklar företagets verksamhet. Det andra är att vara en intresseorganisation för allmännyttan och arbeta med påverkan av villkor som berör allmännyttan och medlemsföretagen samt att opinionsbilda för nyttan med allmännyttan.

Under 2017 genomfördes en intressentundersökning för att få svar på frågor om vilka utmaningar som SABO måste hantera för att bli framgångsrikt i sitt påverkanuppdrag.

Intressentundersökningen vars centrala delar redovisas under avsnittet *Omvärldsanalys*.

Under hösten 2018 har en omvärldsanalys gjorts för att ge SABO beslutsunderlag för operativt genomförande av arbetet med en tydligare position.

Frågan om SABOs namnbyte och positionsförflyttning har diskuterats i VD-rådet, på VD-träffarna under hösten samt i samband med Agendaarbetet, både i referensgruppen, styrelsen och i VD-gruppen.

### ***Omvärldsanalys***

De demografiska förändringarna i det svenska samhället är en stark drivkraft som påverkar bostadsmarknaden i allt högre utsträckning. Det är ett formativt läge i samhällsdebatten som på både kort och lång sikt påverkar vilka prioriteringar, värderingar, perspektiv och beslut som ska gälla för bostadsmarknaden. SABO som intresseorganisation och allmännyttan som idé berörs av förändringarna och dess konsekvenser.

Intressentundersökningen beskriver en omvärld av beslutsfattare och opinionsbildare som har vaga begrepp om nyttan med allmännyttan. Det finns ett stort behov av att sprida kännedom om nyttan med allmännyttan och göra den relevant. SABO uppfattas i intressentundersökningen som en saklig och försiktig intresseorganisation, men inte agendasättande.

SABO har en ”mittenposition” som uppfattas vara konturlöst och idélöst. Det anseendet innebär även att SABO blir mindre relevant som agendasättare och samtalspartner för policy- och politikutveckling.

För beslutsfattare och opinionsbildare som söker nya lösningar och perspektiv blir det då naturligt att söka sig till andra aktörer som ligger mer i framkant i policyutvecklingen.

Det innebär att SABO har sämre förutsättningar att påverka policy- och politikutvecklingen. Och det skapar inte optimala förutsättningar för att lyckas med insatser som gynnar medlemsföretagen och deras verksamhet. Som tidigare konstaterats är ett centralt motiv till ett namnbyte att SABO behöver stärka sin position på samhällsarenan och genomföra en kommunikativ förändringsresa.

SABO uppfattas av aktörer i omvärlden som en fakta-och forskningsorienterad intresseorganisation. Det har gett SABO en särskiljande position som trovärdiga experter. Det anseendet ger tyngd åt SABO som intresseorganisation. Styrkepositionen med ett anseende som fakta- och forskningsorienterade ger en plattform för att utveckla en effektivare opinionsbildning för nyttan med allmännyttan.

Det råder en allt högre konkurrens på ”påverkansmarknaden” och allt tuffare förutsättningar att nå fram till målgrupperna. Allmännyttans arbete och betydelse får idag inte tillräckligt utrymme i samhällsdebatten, vilket är ett ansvar för SABO. Det finns flera förklaringar till detta, enligt intressentundersökningen:

De allmännyttiga bostadsföretagens konkurrenter strävar efter att i allt högre grad ta ett samhällsansvar, även om det skiljer sig åt i omfattning och innebörden. Det innebär ett minskat kommunikativt utrymme för SABO att påvisa det särskiljande i allmännyttans uppdrag och roll.

Allmännyttan lider av en identitetskris och dess roll i bostadspolitikerna är otydlig. Medlemsföretagen har stora skillnader i sina lokala marknadsförutsättningar men det finns även mellan medlemsföretagen skillnader i hur affärsmässighet och ett allmännyttigt syfte balanseras och prioriteras. Det är primärt ett ansvar för ägarna, men en spretig allmännytta innebär ett kommunikativt hinder för SABO i strävan att lyfta nyttan med allmännyttan.

En slutsats från intressentundersökningen var att SABO på sikt riskerar marginalisering som intresseorganisation och en långsiktig försvagning av intresset, rollen och betydelsen av allmännyttan som idé.

Förändringarna på bostadsmarknaden har, enligt omvärldsanalysen från 2018, ökat betydelsen av aktörer som har ett långsiktigt perspektiv och som bidrar till att upprätthålla en jämn bostadsproduktion över tid. Det finns en förväntan att allmännyttan ska bidra till att bygga under lågkonjunktur. Den behövs för att se till att byggbranschen kan upprätthålla sin kapacitet och kompetens. Bostadsbyggandet är även viktigt för Sveriges ekonomiska utveckling. Denna förväntan innebär möjligheter för SABO att visa på nyttan med allmännyttan ur ett långsiktigt perspektiv, en allmännytta som gör skillnad på riktigt och betydelsen av att ge medlemsföretagen rätt förutsättningar för det.

### *Förslag till nytt namn*

Under processen har det blivit tydligt att namnet SABO inte fungerar tillräckligt väl när nyttan med allmännyttan behöver tydliggöras. Namnet SABO säger inget om vad SABO är och står för. Namnet och varumärket är för många intressenter oladdat. I en tid där antalet aktörer som vill påverka bostadspolitiken ökar riskerar SABO att få svårt att nå ut på påverkansarenan.

SABO har en strävan att få allmännyttan att uppfattas som samhällsnyttig. Därför bör SABO ännu tydligare knyta an till begreppet allmännyttan. Den allmännyttiga idén behöver en "ägare", någon som med självklarhet representerar och står upp för begreppet. Ett tydligare namn ger större möjligheter att berätta om allmännyttan.

Det föreslagna namnet knyter an till de kommunala bostadsbolagens allmännyttiga verksamhet. Det anknyter dessutom till idéprogrammet "Allmännyttan mot år 2030" som kongressen beslutade om i april 2017. Idéprogrammet beskriver vilken samhällsnytta som allmännyttan kan bidra med.

Ett namnbyte blir också ett startskott i arbetet att göra SABO tydligare och bli en starkare röst för allmännyttan. I en tid då många frågor på det bostadspolitiska området är uppe till diskussion måste organisationen säkerställa sin närvaro. Medlemmarna behöver organisationens närvaro i debatten för att inte inflytande och påverkan ska gå oss förbi.

### *Vi är vad vi heter - Sveriges Allmännytta*

Namnet Sveriges Allmännytta är analogt med medlemsföretagens uppdrag och minimerar risken för att en identitetslös förkortning används som försämrar möjligheterna att positionera SABO. Sveriges Allmännytta är ett kort och kärnfullt namn. Det är slagkraftigt, varumärkesstarkt och är inte förväxlingsbart med andra organisationer. Det förstärker en känsla av en sammanhållen och kraftfull organisation.

Varumärkesmätningar visar att begreppet allmännytta knyts till bostadsområdet och att det finns en positiv attityd till begreppet. Det föreslagna namnbytet till Sveriges Allmännytta kan även bli starten på ett långsiktigt varumärkesarbete under nytt namn.

### *Budget*

Kostnaden för ett eventuellt namnbyte ryms inom den föreslagna budgeten för verksamheten 2019. Processen att byta namn och implementera en ny logotyp och grafisk profil hanteras huvudsakligen med interna personalresurser. Befintliga produkter och trycksaker fasas ut över tid.

### *Juridik och varumärke*

SABO-koncernen består av tre juridiska personer: Sveriges Allmännyttiga Bostadsföretag SABO (org. nr. 802000-1189), SABO Aktiebolag (org. nr. 556439-7361) och SABO Förlags Aktiebolag (org. nr. 556225-3145).

SABO har låtit utreda frågan kring hur varumärket kan skyddas. Varumärkesskydd uppnås främst via registrering genom att man ändrar namn på befintliga firmor och på den ideella föreningen.

Det första steget som rekommenderas är att ansöka om varumärket *SABO – Sveriges Allmännytt*. Ett varumärke bedöms som en helhet och genom en registrering kan man hävda ett visst skydd för beståndsdelen ”Sveriges Allmännytt”.

I nästa steg ska man söka endast orden *Sveriges Allmännytt* som varumärke och även ansöka om namnändring från SABO Aktieföretag till Aktieföretaget Sveriges Allmännytt.

Det finns en relativt stor chans att Bolagsverket godkänner firmaändringen och en något mindre chans avseende godkännande från PRV.

Skyddet för namnet på en ideell förening gäller endast i det län där föreningen är registrerad men ett sådant skydd innebär givetvis en bra komplettering till helheten. Förslaget är att den ideella föreningen Sveriges Allmännyttiga Bostadsföretag SABO byter namn till Sveriges Allmännytt.

Ett tillfredsställande skydd för Sveriges Allmännytt går att uppnå genom åtgärder i ett par steg, där man initialt bör ansöka om varumärken med ordet Sveriges Allmännytt kompletterat med garanterat särskiljande moment (figur, ordet SABO). I nästa steg bör man ansöka om varumärke för orden Sveriges Allmännytt, firmaändring till Aktieföretaget Sveriges Allmännytt, samt en ändring av namnet på den ideella föreningen till Sveriges Allmännytt. Steg nummer två kan komma relativt tätt inpå steg nummer ett.