

Nätverket Språkförsvaret
Per-Åke Lindblom
Spånga kyrkv. 616
16362 Spånga

Datum
2010-04-27
Handläggare
Ola Johansson

Sidnr
1 (2)

Ert datum
2010-03-21

Våra svar på era frågor till annonserande företag i Sverige

1. Har ert företag medvetet och systematiskt diskuterat språkfrågor, exempelvis förhållandet mellan svenskan och engelskan i reklamen? Eller gör ni uteslutande kommersiella överväganden?
SVAR: Vi väljer svenska som språk i all kommunikation, förutom de undantagsfall där målgruppen inte kan förväntas förstå svenska – exempelvis när material behöver tas fram där beslutsfattare är engelskspråkiga eller av annat skäl inte förstår svenska. För att säkerställa att vi använder ett tydligt språk har vi en intern arbetsgrupp som ser till att vi väljer svenska termer i största möjliga mån. Dessutom sätter vi svenska namn på alla våra produkter, utom det fåtal produkter där marknaden är internationell eller där samma produktnamn behöver fungera på flera marknader än den svenska.
2. a) På senare år tycks andelen reklam på engelska ökat markant i Sverige. Anser ni att denna observation stämmer?
SVAR: Vi har inte gjort någon särskild undersökning angående detta, men en viss ökning kan kanske konstateras.
b) Om denna observation stämmer, gäller den även för ert företag?
SVAR: Nej, det vill vi inte påstå. All vår marknadskommunikation är på svenska, utom i de ytterst sällsynta undantagsfall där svenska inte är det språk som bäst passar målgruppen.
3. Om ni anser att denna observation stämmer, vad beror i så fall denna utveckling på? Går det att analysera denna utveckling?
SVAR: En förklaring skulle kunna vara den allt mer internationaliserade marknaden, där några företag väljer att ha samma kommunikation i flera länder. På TeliaSonera strävar vi dock alltid efter att använda lokala språk i vårt material, vilket till exempel innebär att vi väljer svenska som språk för kommunikation när det gäller Telia-varumärket i Sverige.

4. a) Har ni en egen reklamavdelning eller utformas reklamen i samarbete med en reklambyrå?
SVAR: Vår reklam utformas tillsammans med reklambyråer.
- b) Om det kommer på tal att engelska ska användas som reklamspråk, kommer det slutgiltiga beslutet att vara avhängigt redan företagna marknadsundersökningar eller låter ni genomföra en ny sådan för den aktuella produkten eller den aktuella målgruppen?
SVAR: Svenska är alltid huvudspråk för vår kommunikation i Sverige. Om ett annat språk ska användas avgörs från fall till fall.
- c) Har ni vid något tillfälle beställt en dylik marknadsundersökning? När, vilken och med vilket resultat?
SVAR: Utan att nämna något specifikt fall så är det alltid målgruppen för reklamen som avgör vilket språk som väljs. Annat språk än svenska i Sverige hör till de sällsynta undantagen.
5. a) Om frågan om reklamspråk kommer upp i era diskussioner med reklambyrån, vem brukar i så fall resa den frågan först? Ni eller reklambyrån?
SVAR: Valet av reklamspråk är oftast en icke-fråga, eftersom vår reklam är på svenska i Sverige, annat än i de undantagsfall då ett annat språk passar bättre för målgruppen.
- b) Vem brukar vara mest mån om att föreslå engelska som reklamspråk, om en sådan tendens går att urskilja?
SVAR: Vi ser ingen sådan tendens inom vårt företag.
6. Skulle ni vilja tillägga något, som har betydelse för dessa frågeställningar?
SVAR: En tydlig kommunikation på det språk mottagaren förstår bäst är mycket viktig. Därför strävar vi alltid efter ett rakt, tydligt och lättillgängligt språk, där svenska har en självklar roll när vi kommunicerar på den svenska marknaden.

Med vänliga hälsningar,

Catharina Ljungberg
Marknadschef
Bredbandstjänster
TeliaSonera Sverige AB

Josefin Lundmark
Marknadschef
Mobilitetstjänster
TeliaSonera Sverige AB