

Was drauf steht, ist auch drin

In der Krise erfinden Werbeleute vernünftige Produktnamen

von Jean Pierre Bassenge

BERLIN. Die Finanzkrise lässt vielleicht nicht nur Börsenspekulanten zur Raison kommen. Im besten Fall entfaltet sie ihre heilsame Wirkung auch in den Büros von Marketingexperten, die sich in den vergangenen Jahren immer abstrusere Produktnamen einfallen ließen.

Nach Einschätzung der Kölner Werbeagentur Nambos, deren Geschäft die Kreation von Marken- und Firmennamen ist, besteht Grund zur Hoffnung: "Anders als noch im vergangenen Jahr sind abstrakte Bezeichnungen nicht mehr gefragt", sagt Nambos-Geschäftsführer Markus Lindlar. "Unsere Kunden wollen vor allem verständliche Namen, die das Produkt gut beschreiben."

Abstrakte Namen galten lange als chic. Sie haben einen hohen Wiedererkennungswert - wenn der Verbraucher sie denn erst einmal mit dem Produkt verbindet. Der Weg dahin ist mühsam: "Bis ein abstrakter Name im Gedächtnis bleibt, bedarf es einer riesigen Einführungskampagne", sagt Lindlar. Und das Geld dafür sitze seit Beginn der Krise nicht mehr so locker wie noch im letzten Jahr.

Seit Ende 2008 beobachtet man bei Nambos eine Trendwende: "Die Firmen sagen von vornherein, dass sie Namen wie ‚E-on‘, ‚Evonik‘ oder ‚Arcandor‘ in keinem Fall möchten", sagt Lindlar. Und Arcandor gelte nicht erst als Negativbeispiel, seitdem die Kette von der Krise erfasst wurde. Griffige Namen wie "Flinkster" - so taufte Nambos das neue Auto-Angebot der

Deutschen Bahn - sind seitdem erwünscht, genau wie einleuchtende Begriffe, etwa "Eigenschutz Plus" des Versicherers R + V, bei denen jedoch die Gefahr einer Verwechslung groß ist. (...)

NAMBOS GmbH
Amsterdamer Str. 192
50735 Köln
0221-998855-0
stroell@nambos.de
www.nambos.de

Über NAMBOS:

Die in Köln ansässige Namensagentur NAMBOS kreiert, recherchiert und sichert Marken- und Firmennamen für Unternehmen sämtlicher Branchen. NAMBOS erstellt zudem umfassende Gesamtkonzepte für erfolgreiche Naming-Strategien – sowohl national als auch international. Darüber hinaus entwickelt NAMBOS Claims und Schlagworte, hilft beim Schutz von Namen und Namenssystemen und stellt sein Know-how in Workshops, Vorträgen und Expertisen zur Verfügung.