

Kreative Fleischeslust

Die NAMBOS Top-Ten Namen für Burger-Restaurants

Was in den 90er Jahren bei Friseuren ein großer Trend war, wiederholt sich derzeit bei den angesagtesten Restaurants des Jahres: Wortspiele bei Namen für Burgerläden. Die Kölner Namingagentur NAMBOS hat sich deshalb auf die Suche gemacht und ausgefallene, spannende und witzige Namen von Burgerrestaurants gefunden.

Burger im Namen

„Wieso es gerade die Burgerbuden sind, ist uns auch unklar,“ so Markus Lindlar, Sprachwissenschaftler bei NAMBOS, „außer dass sich das Wort Burger leicht abwandeln und in einen anderen Kontext integrieren lässt“. Der Kontrast zwischen Fast-Food und Fremdbezug macht den Witz. Die Bandbreite hier ist mannigfaltig: Der eine gründet eine „Burgerinitiative“, gegen den Hunger kämpft die „Burgerwehr“, für alle scheint der „Burgersteig“ gedacht zu sein und integrativ gibt sich die „Einburgerung“.

Mit den klassischen Schnellrestaurants und Fast-Food-Ketten haben diese neuen Burger-Tempel aber nichts zu tun. Bei ihnen wird Fleischeslust zelebriert und Qualität steht an oberster Stelle. Auch hierzu gibt es zahlreiche Assoziationen: „To Beef Or Not To Beef“ zitiert Shakespeare sehr frei, „Grillin’ Me Softly“ (gleichet fast einer Liebeserklärung) und „Who’s that Burger“ erinnern an einen Songtitel und auch sonst steht das Fleisch im Vordergrund. „Meat us“ oder „Beef Brothers“ sind zwei Beispiele. Nur „Bunte Burger“ verzichtet komplett auf Fleisch und bietet ausnahmslos vegetarische und vegane Bratlinge im Brötchen.

Allerdings sind diese Namen – so schön sie auch einzeln klingen mögen – leicht verwechselbar: Sucht man den „Burgermeister“ wird man auf dem „Burgeramt“ nicht fündig. Und in Köln liegen die „Burgerbude“ und die „Burger Bud“ zwar gut 2 km auseinander, sind namentlich jedoch kaum zu unterscheiden, was in Zeiten von zunehmenden Konkurrenzdruck bedenklich ist. Dafür hat sich die Dresdner Bulettenbraterei namens „Besorgte Burger“ glücklicherweise als Fake News herausgestellt, auch Wutburger wird es vorerst nicht geben.

Offen für die Zukunft

Einen anderen Weg geht da die Konkurrenz: „Die fette Kuh“ überzeugt nicht nur mit ihren schmackhaften Produkten, sondern auch mit einem frechen und mutigen Namen. „Auch wenn hierzulande der Begriff ‚fett‘ eigentlich negativ besetzt ist, wirkt die Assoziation einer

fetten Kuh beim Burger in diesem Gesamtkontext positiv“, so Geschäftsführer Peter A. Ströll von NAMBOS. Ein weiteres gelungenes Beispiel ist „Hans im Glück“. Der Name ist positiv, prägnant und phantasievoll und hat zudem einen Bezug zum Produkt – denn auch im gleichnamigen Märchen fing alles mit einer Kuh an. Darüber hinaus ist hier ein weiterer Vorteil die Zukunftsfähigkeit des Namens, erläutert Namensexperte Ströll. „Wenn die Burgerwelle eines Tages abebbt, können Restaurants mit einem nicht einengenden Namen leichter andere Produkte ins Programm aufnehmen“.

NAMBOS Top-Ten Namen für Burgerrestaurants

1. Hans im Glück
2. Die fette Kuh
3. Grillin' Me Softly
4. Wiesenlust
5. To Beef Or Not To Beef
6. Burgermeister
7. Beef Brothers
8. Einburgerung
9. Faust Food
10. Gutburgerlich

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.