
NAMBOS THEMA

naming | strategy | research

Namen 4.0 Fit für die digitale Zukunft

Mittlerweile läuft die vierte, nunmehr digitale, industrielle Revolution auf Hochtouren. Was lange ein abstrakter Begriff blieb, hat mittlerweile in Form der digitalen Transformation branchenübergreifend – aber auch bei der Namensentwicklung – Einzug gehalten: Die Industrie 4.0.

Diese Umwandlung von analog zu digital betrifft auch eines der deutschen Wirtschaftsstandbeine, die Maschinenbauindustrie. Denn diese neue Welt bietet viele Vorteile, etwa in Form von digitalen Zwillingen zur Prüfung von Innovationen auf ihre Chancen und potentielle Risiken. Produktionszeiten verringern sich, die Herstellung wird insgesamt effizienter und schneller, gleichzeitig jedoch auch flexibler und sicherer. Diese Vorzüge gelten für alle, sowohl für die Branchenriesen wie Siemens und GE als auch für die zahlreichen mittelständischen Unternehmen wie z.B. Dürr, Voith, Trumpf oder Phoenix Contact.

Von der Typenbezeichnung zum eigenen Namen

Der Weg vom klassischen Industrieunternehmen hin zur Industrie 4.0 ist jedoch ein elementarer Prozess und erfordert zahlreiche Umbrüche – sowohl im Handeln als auch im Denken. Neue digitale Plattformen bieten innovative Möglichkeiten für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder. Diese Plattformen sind für viele Unternehmen so bedeutend, dass sie oftmals einen eigenständigen und „anderen“ Namen erhalten. Dies ist nicht selten ein Novum, denn oftmals bekamen Produkte vorher nur differenzierende Typenbezeichnungen. Nun sollen diese Namen aber auch die digitale Transformation widerspiegeln, die Innovationskraft und Dynamik veranschaulichen. Das passt nicht immer zum altherwürdigen Firmennamen, sodass hier ein passender, neuer gefunden werden muss. „Unternehmen, die die digitale Transformation noch vor sich haben, sollten deshalb sorgfältig über bestehende und neue Marken nachdenken und sich beraten lassen, denn neue Wege benötigen auch innovative Denkanstöße von außen“, empfiehlt Markus Lindlar, Geschäftsführer und Sprachwissenschaftler bei NAMBOS.

Abstrakte Namen für starke Marken

So hat etwa Siemens die Digital Enterprise Suite eingeführt. Dieser Name beschreibt das Produkt und erschließt sich somit dem Nutzer sofort. Andererseits funktioniert er jedoch nur in Kombination mit dem Konzernnamen, alleine wirkt er nicht. Einen Schritt weiter ist der Mitbewerber GE gegangen, der seine Plattform Predix nennt. Der Name ist etwas abstrakter, obwohl man seine generische Ableitung vom Begriff „predict“ (engl. für voraussagen) noch gut erkennen kann. Zudem lässt er sich auch eher vom Konzernnamen losgelöst verwenden und emotional aufladen.

Eigenständig, selbstbewusst und stark präsentiert sich die digitale Lösung des Herstellers Dürr unter dem abstrakt anmutenden Namen Loxeo. Diese Kreation von NAMBOS ist frei und bildet eine eigene, unabhängige Marke, dennoch lässt sie sich aus Begriffen wie „Look“ oder „Access“ herleiten. Auch NAMBOS-Kunde Voith hat seiner Plattform einen eigenen Namen gegeben und dabei das Thema der digitalen Daten-Cloud aufgenommen. Ihr Plattform-Name OnCumulus leitet sich zum einen von der Datenwolke ab, zum anderen vom Kumulieren, dem Anhäufen (von Daten).

„Wichtig ist,“ so NAMBOS-Kreationsleiter Markus Lindlar „dass der neue Name die digitale Transformation des Unternehmens widerspiegelt und auch zur zukünftigen Strategie und Ausrichtung des Unternehmens passt. Diese Chance, auch disruptive Prozesse zu starten und im Namen zu verdeutlichen, sollte nicht ungenutzt bleiben.“

Rat und Hilfe beim neuen Namen

Ganz gleich, ob es in Richtung Digital Enterprise Suite, Predix, Loxeo oder OnCumulus geht – die Experten von NAMBOS helfen sowohl bei der Entwicklung eines passenden Namens als auch bei dessen anschließender Überprüfung. „Denn der Name soll nicht nur sprachlich in seiner Anmut und Aussage zum (neuen) Unternehmensbereich passen,“ so der Markenrechtler und NAMBOS-Geschäftsführer Peter Ströll, „sondern vor allem juristisch muss er einsatzfähig sein.“

NAMBOS Aktuell

Cornelsen startet mit NAMBOS-Titel „D wie Deutsch“

„D wie Deutsch“ ist das Arbeitsbuch für heterogene Lerngruppen im inklusiven Deutsch-Unterricht. Das Konzept mit konsequenter 4-fach-Differenzierung ermöglicht ab sofort differenziertes Arbeiten, Üben und Vertiefen auf vier Niveaus. Das umfassende Deutsch-Lehrwerk, das alle mitnimmt!



Diese NAMBOS-Marke schmeckt dem Tier

REAL NATURE Crafted Choice Trockennahrung wird unter einem aufwändigen, besonderen Backprozess schonend im Ofen gebacken. Die sorgfältig ausgewählten Zutaten und die getreidefreien Rezepturen sorgen dafür, dass REAL NATURE Crafted Choice auch für ernährungssensible Hunde ideal verträglich ist.

