NAMBOS NEWS

naming | strategy | research

NAMING WIR SIND PRINZIPIENREITER!

NAMBOS hat das KreativSicher-Prinzip verinnerlicht

Prinzipienreiterei ist das unnachgiebige Beharren auf Prinzipien und wird oftmals als Kleinlichkeit empfunden. Man kann jemandem starres Festhalten vorwerfen und sagen: Das ist doch reine Prinzipienreiterei. Wir sind der Meinung: Unser KreativSicher-Prinzip ist die perfekte Kombination aus den wichtigsten Bestandteilen des professionellen Namings, und daher zwingend einzuhalten!

Da der kreativste und beste Name nicht einsatzfähig ist, wenn er aus markenrechtlichen oder sprachlichen Gründen nicht funktioniert, hat sich aus hunderten von Projekten unser Prinzip entwickelt. Dies ist eine Verbindung aus maximaler Kreation durch unsere internationalen Naming-Teams und höchster Sicherheit durch unsere globalen Überprüfungs-Standards. Aus diesem Grund vertrauen uns Unternehmen vom StartUp bis zum globalen Konzern, wenn es um Produkt- und Firmennamen geht.

Wir verfügen mit unserem erfahrenen Kreativnetzwerk über die nötige Naming-Kreativ-Kraft, ohne die man erst gar keine Namen hätte. Zusätzlich liefern wir mit unserer eigenen Marken-Rechercheabteilung, internem Markenanwalt und erfahrenen Linguisten die unbedingt nötige Namens-Sicherheit für den lokalen oder globalen Einsatz einer Bezeichnung.

Diese hochwertige Kombination ergibt für uns eine Alleinstellung bei den Kriterien, die für die Namensfindung unbedingt erforderlich sind. Klassische Werbeagenturen bieten zumeist nur Kreativität ohne rechtliche und linguistische Kompetenz, da sie nur selten Namensprojekte bearbeiten. Markenkanzleien hingegen erbringen oft nur rechtliche Einschätzungen, in der Regel fehlt es an Erfahrung in Marketing und Kommunikation. NAMBOS vereint alle erforderlichen Kompetenzen.

Wir haben die Kombination verinnerlicht und bieten daher kein Naming-Projekt ohne deren Bestandteile an. Manche mögen dies Prinzipienreiterei nennen, wir bezeichnen es als professionelles und nachhaltiges Naming!

NAMBOS-EXPERTEN-VORTRÄGE
MARKEN IN (NACH)-KRISEN-ZEITEN

Fachvorträge von NAMBOS-Geschäftsführer in Marketing Clubs

Die NAMBOS-Naming-Experten sind häufig auf Fachveranstaltungen zu den Themen Markenentwicklung und -überprüfung eingeladen. Im September und November 2022 wird Geschäftsführer Peter A. Ströll im Marketing Club Mittelhessen in Wetzlar und im Marketing Club Magdeburg einen aktuellen Vortrag unter dem Titel „Naming and Branding – Marken in (Nach)-Krisen-Zeiten“ halten.

Durch die letzten Krisen gab es für Unternehmen und ihre Marken viele Herausforderungen, aber auch wichtige Learnings. Früher war Corona primär ein bekanntes und beliebtes Bier, das „Z" ein ganz normaler Buchstabe und bei Brexit hat man eher an Brezel oder Katzenfutter gedacht als an eine „europäische Scheidung". Heute ist alles anders und wird sich auch in Zukunft weiter wandeln. Die Krisen haben viel zerstört, verändert - aber bieten auch gleichzeitig Chancen.

Was gab es für Marken-Fallen, und welche erfolgreichen Lösungsstrategien wurden umgesetzt? Was lässt sich daraus für die Zukunft lernen und umsetzen, damit Unternehmen – egal ob kleines StartUp, solider Mittelstand oder global agierender Konzern – für die Zukunft mehr Sicherheit erfahren und ihre Ziele nachhaltig umsetzen können? Was muss man beachten, wenn eine Marke nicht mehr „haltbar" ist und ersetzt werden muss und man einen neuen Namen benötigt?

Peter A. Ströll stellt in seinen Vorträgen konkrete Beispiele im Zusammenhang mit Markenproblemen dar, die durch äußere und innere Krisen entstehen können. Er stellt aber auch die sich daraus ergebenden Lösungsmöglichkeiten vor. Außerdem hebt er hervor, was beim Naming und Branding wichtig ist und wie man Markenrisiken durch Recherchen und diversifizierten Markenschutz reduziert. Denn nach der Krise ist vor der Krise!

Sie interessieren sich für die Vorträge und möchten dazu weitere Informationen? Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf!

NAMBOS Aktuell

Neuer Konzernname: Der Beginn einer neuen Ära

Aus Guardian Automotive - einem der weltweit führenden Anbieter von Autoglaslösungen - wird **Glavista**, denn wegen einer strategischen Neuausrichtung benötigte das Unternehmen einen neuen und natürlich passgenauen Namen. NAMBOS hat den neuen starken Konzernnamen gefunden.

GLAVISTA
Autoglass history and evolution

Sprechende Namen für Kärcher im Bereich der privaten Anwendungen

Für neue Akkustaubsauger wurden drei emotionale Submarken eingeführt, damit die Produkte zielgruppenadäquat zugeordnet werden können. Mit **myHome**, **ourFamily** und **yourMax** finden kleine Haushalte, Familien und Kunden mit Performance-Anspruch genau das richtige Produkt.

KÄRCHER
myHome
ourFamily
yourMax

Neue Sportnahrungs-Marke für EDEKA

MAXBalance bietet mit Eiweißriegeln, -drinks sowie Proteinpulvern ein hochwertiges Angebot. „Die Marke ist schnell verständlich und passt gut in den Bereich der Sportlernahrung, deren Zielgruppen auf Leistung und Ausgewogenheit achten," so NAMBOS-Kreationsleiter Markus Lindlar.

EDEKA
MAX BALANCE