

Naming 2015: Unternehmen in der Zwickmühle

Düsseldorf, 10.02.2015. Zwei gegenläufige Branding-Trends stellen Unternehmen mit großem Markennamenbestand derzeit vor Herausforderungen: Wie gelangt man zu weniger Marken, wenn es gleichzeitig immer mehr Produktinnovationen zu kennzeichnen gilt? Die Lösung liegt in einer systematischen Überarbeitung bestehender Namensstrukturen.

Ob Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte oder Investitionsgüter: Potenzielle Kunden scheitern zunehmend an einem Überangebot an Produkten, an der dazugehörigen Namensvielfalt und der steigenden Informationsflut. Markenschärfung durch Vereinfachung und Fokussierung lautet daher das Gebot der Stunde, doch leichter gesagt als getan: Einerseits macht es Sinn, die gesamte Kommunikation auf eine (Dach-)Marke zu konzentrieren - nicht zuletzt wegen der zunehmenden Globalisierung und einer wachsenden Anzahl von Kommunikationskanälen. Andererseits werden immer neue Produkte und Technologien entwickelt, die zur Wertschöpfung innovativ inszeniert und wettbewerbsdifferenzierend positioniert werden müssen – und das zuallererst durch einen unverwechselbaren Markennamen.

Orientierung geben, aber wie?

Wenn es um die eigene Namensstrategie geht, stehen viele Unternehmen deshalb heute vor einem Dilemma. Wie bringt man Ordnung in bestehenden Namenswildwuchs und wie kommt man zu weniger Namen, ohne dass Produktinnovationen untergehen? Zu diesem Ergebnis kommt die Düsseldorfer Namensagentur NOMEN International (www.nomen.de) auf der Basis einer Auswertung von Fragestellungen aus Naming-Projekten der vergangenen drei Jahre. „Markennamen sollen neugierig machen, Orientierung geben und natürlich das Produkt verkaufen. Genau das wird immer schwieriger“, erläutert Nomen-Geschäftsführerin Sybille Kircher. „Heutzutage haben wir es mit Sortimenten zu tun, die hunderte oder tausende Produkte umfassen und die über Jahre hinweg unsystematisch benannt wurden.“

Weniger Marken für mehr Profil

Mercedes-Benz, Samsung, Henkel, Procter & Gamble, Sony und andere Unternehmen zeigen derzeit, wie es gehen kann: Markenportfolios werden ausgedünnt und weniger erfolgversprechende Markennamen aufgegeben, um die bekanntesten und erfolgreichsten Marken konsequent zu stärken und emotional aufzuladen. „Am Anfang einer solchen strategischen

Neuausrichtung steht immer die kritische Frage, wo überhaupt Markennamen gebraucht werden“, erläutert Markenexpertin Sybille Kircher. „Nicht jedes Standardprodukt muss einen herausragenden Namen haben. Stattdessen geht es darum, die echten Innovationen zu kennzeichnen.“ Weniger Komplexität für mehr Kundenorientierung, lautet die Devise. Deshalb ist es ratsam, alle verbleibenden Namen auf der Basis einer neuen Namensstrategie zu restrukturieren und – falls erforderlich – anzupassen. Der Vorteil: Unternehmen können dabei gleich mitfestlegen, welche Produkte in Zukunft Namen erhalten sollen und nach welchen Regeln diese zu entwickeln sind. Dies spart im Falle von Produkteinführungen Zeit und Kosten.

Über NOMEN:

Die NOMEN International Deutschland GmbH in Düsseldorf zählt zu den führenden deutschen Namensagenturen und ist für Unternehmen aller Branche tätig. NOMEN wurde 1989 gegründet und ist als Teil der Agenturgruppe NOMEN International S. A. in ein weltweit agierendes Netzwerk eingebunden. Neben der markenstrategischen Kreation von Namen und deren weltweiter sprachlicher und juristischer Absicherung bietet NOMEN auch zahlreiche weitere Dienstleistungen rund um Erfolgsmarken an, angefangen bei der strategischen Beratung (Aufbau von Namenssystematiken, emotionale Markenpositionierung, Brand Language etc.), über interkulturelle Analysen und Marktforschung zur Wirkung von Markennamen und Logos bis hin zur Übertragung von Markennamen in andere Schriftzeichen.

Absender:

NOMEN International Deutschland GmbH
Sybille Kircher (geschäftsführende Gesellschafterin)
Gartenstraße 41
40479 Düsseldorf

Telefon: 0211 5779060
Fax: 0211 57790677
E-Mail: info@nomen.de
www.nomen.de

Presse-Kontakt:

Pressestelle NOMEN International Deutschland GmbH
c/o Martinez-Haas Kommunikationsberatung

Brigitte Martinez-Haas
Spulerweg 10
42781 Haan

Telefon: 02129 377694
Fax: 02129 378631
E-Mail: mail@martinezhaas.de
www.martinezhaas.de