

Autonamen: Männer bevorzugen High-Tech, Frauen Lifestyle

Wenn es um Autonamen geht, gehen die Geschmäcker von Männern und Frauen auseinander. Auch Jung und Alt haben unterschiedliche Präferenzen. Zu diesem Ergebnis kommt die Düsseldorfer Namensagentur Nomen International in ihrer aktuellen Autonamenstudie.

Jedes Jahr kommen zahlreiche neue Automodelle und -varianten auf den Markt. Neben technischen Details und dem Design spielt auch der Name eine wichtige Rolle. Dieser muss auffallen und auch gefallen, schließlich wird er vergleichsweise häufig laut ausgesprochen. „Wer sich mit dem Namen nicht anfreunden kann, wird in den meisten Fällen auch das Auto ablehnen“, erklärt Sybille Kircher, Geschäftsführerin von Nomen International in Düsseldorf. Welche Namen die Deutschen ansprechen, hat die Namensagentur nun in einer repräsentativen Studie ermittelt. Dazu wurden 500 Verbraucher in Deutschland im Juni 2013 von Nomen Research mit Hilfe des Online-Panels „Research Now“ befragt.

Geschlechtertypische Präferenzen

Was Autonamen betrifft, gehen die Geschmäcker von Männern und Frauen deutlich auseinander. Inhaltlich geben Männer Namen den Vorzug, die auf Kraft, Technologie oder Selbstdarstellung abzielen. Im Unterschied dazu reagieren Frauen positiver auf Lifestyle-bezogene Themen wie Reisen („Sunbeat“) oder Geselligkeit („Friend-me“). Darüber hinaus bevorzugen Männer männlich klingende Namen wie „Venator“, „Polestar“, „Bugster“. Frauen mögen dagegen einen weiblichen Wortklang („Gloria“, „Kedra“).

Jüngere bevorzugen englische Namen

Namenspräferenzen hängen auch mit dem Alter der Zielgruppe zusammen. Die Befragten unter 44 Jahren finden englische Namen am attraktivsten („Surf“, „Rocks“, „Mighty“). Inhaltlich kommen die Themen

Entdecken, Sport und Musik gut an. Demgegenüber fühlen sich die älteren Befragten tendenziell von Namen lateinischen Ursprungs angezogen („Venator“, „Gloria“). Sie empfanden die lateinischen Namen als leichter aussprechbar und verbanden damit inhaltlich insbesondere Prestige, Qualität und Komfort.

Alle Autofans mögen High-Tech-Namen

Dennoch lassen sich Verbraucher nicht in Schubladen stecken. Unabhängig vom Geschlecht zeigte sich, dass autoaffine Personen Namen bevorzugen, die an High-Tech („Technospace“) und Fahrspaß („Crosslane“) denken lassen. Personen, die sich nicht für Autos interessieren, präferierten dagegen Namen, die elegant, entspannt und angenehm klingen („Taleo“, „Sunbeat“). Allen Befragten gemeinsam war die Abneigung gegen Namen, die sich nur schwer aussprechen lassen („MKT“, „Z-spec“).

In der Praxis lassen sich die Zielgruppen gerade bei Volumenmodellen jedoch nicht trennscharf abgrenzen. „In diesen Fällen entscheiden sich die Hersteller zumeist für offene Namen, deren Klang international als sympathisch empfunden wird und die inhaltlich übergreifende Themen wie Mobilität oder Lebensfreude bedienen“, erklärt Markenexpertin Sybille Kircher.

Nomen-Autonamenstudie: So wurde getestet

Untersucht wurde, wie Verbraucher auf neue Modellnamen reagieren. Befragt wurden jeweils etwa zur Hälfte Männer (49 Prozent) und Frauen (51 Prozent). 40 Prozent der Befragten waren im Alter zwischen 18 und 44 Jahren, die übrigen Teilnehmer waren älter. Weitere Kriterien waren Einkommen und Interessen. Es wurden 46 Namen vorgelegt, darunter eher unbekannte Prototyp-Namen sowie einige frei erfundene Namen. Die dazugehörigen Dachmarken wurden nicht mitgenannt, um die Namensbewertung nicht zu beeinflussen.

Über Nomen International

Die Namensagentur Nomen International Deutschland GmbH aus Düsseldorf ist auf die Entwicklung international einsetzbarer Markennamen spezialisiert. Die Agentur ist für viele große Autohersteller tätig und taufte bislang 15 Fahrzeugmodelle sowie zahlreiche Ausstattungsvarianten und Fahrzeugzubehör. Von Nomen stammen u. a. Renault Captur, VW Touran und Crafter, Toyota Yaris, Auris und Aygo, Škoda Citigo und Mercedes Citan.

Absender:

NOMEN International Deutschland GmbH
Sybille Kircher
Gartenstraße 41
D-40479 Düsseldorf

Fon: +49 211 5779060
Fax: + 49 211 57790677
Mail: info@nomen.de
www.nomen.de

Presse-Kontakt:

Martinez-Haas Kommunikationsberatung
Brigitte Martinez-Haas
Spulerweg 10
D-42781 Haan

Fon: +49 2129 377694
Fax: +49 2129 378631
Mail: mail@martinezhaas.de
www.martinezhaas.de