

Neues von Nomen

Wie der VW Arteon und Tiguan Allspace zu ihren Namen kamen

Düsseldorf, 26.01.2017. Ob Namensentwicklung von Null oder Umbenennung – bei der Taufe von Automodellen sind Profis gefragt. Neue Markennamen müssen nicht nur juristisch und sprachlich in allen Absatzmärkten funktionieren, sondern dem Modell auch perfekt auf die Karosserie geschneidert sein. Die Düsseldorfer Namensagentur Nomen International ist seit fast 30 Jahren genau darauf spezialisiert. Mit dem VW Arteon und Tiguan Allspace werden nun zwei ihrer neuesten Kreationen auf dem Genfer Autosalon 2017 vorgestellt. Auch viele andere Automarken tragen einen Namen made by Nomen – von Automodellen, über Ausstattungsvarianten bis hin zu neuen intelligenten Services.

Was zeichnet eigentlich einen guten Markennamen aus? Diese Frage wird Nomen-Chefin Sybille Kircher oft gestellt. „Ein guter Name schafft das Fundament für die professionelle Markenführung und damit für eine erfolgreiche Produktvermarktung“, sagt die Markenexpertin. Dazu müsse er die Markenpositionierung auf den Punkt bringen und sich in die übergeordnete Namensstrategie einfügen. Was das konkret bedeutet, erläutert sie am Beispiel von zwei aktuellen Nomen-Namenskreationen, Arteon und Allspace. Beide entstanden im Auftrag von Volkswagen, jedoch mit komplett unterschiedlichen Vorgaben.

Progressive Formsprache: VW Arteon

Arteon – unter diesem „sprechenden“ Namen rollt zukünftig das neue avantgardistisch designte VW-Modell der oberen Mittelklasse vom Band. „Darin steckt das lateinische ‚ars, artis‘ für Kunst“, erläutert Sybille Kircher. „Der Name passt perfekt, weil er international überall gleich interpretiert wird. In allen europäischen Sprachen klingen darin Stil und Design an.“

Name ist Programm: Tiguan Allspace

Ein anderer Ansatz wurde hingegen beim Tiguan Allspace gewählt. Während mit Arteon bewusst ein eigenständiger Kunstname entwickelt wurde, handelt es sich bei „Allspace“, die Langversion des Volumenmodells Tiguan, um einen beschreibenden Namen. „Wir haben uns auf den Hauptvorteil „mehr Raum“ fokussiert“, berichtet Nomen-Chefin Sybille Kircher. „Der neue Name sollte sich deutlich vom Tiguan unterscheiden, ihn aber nicht in den Schatten stellen. Deshalb haben wir hier anders als bei Arteon einen beschreibenden Namen empfohlen.“ Auch Allspace, erklärt sie, werde international gut verstanden.

Sicherheit oberstes Gebot

Die Nomen International Deutschland GmbH in Düsseldorf zählt zu den führenden deutschen Namensagenturen und ist für Unternehmen aller Branchen tätig. Neben Volkswagen (auch Touran und Crafter entstanden bei Nomen in Düsseldorf) greifen zahlreiche andere Automobilhersteller, darunter Renault (Clio, Captur), Toyota (Yaris, Auris, Aygo), Mercedes-Benz Trucks (Atego, Antos, Citan, Arocs, Road Efficiency), smart („ready to“-Services u. a.), Skoda (Citigo) und Kia (Picanto), regelmäßig auf die professionelle Unterstützung des Spezialdienstleisters zurück. Kreativarbeit stellt im Übrigen nur einen Bruchteil des Naming-Prozesses dar. Neben strategischer Beratung sind die markenrechtliche und sprachliche Absicherung sowie Marktforschung unerlässlich, um kostspielige Namensflops zu verhindern.

Oft Liebe auf den zweiten Blick

Nicht immer kommen gute Namen bei ihrer ersten Marktvorstellung auch spontan gut an. Doch das, weiß die Namensgeberin, ist kein k.o.-Argument. Im Gegenteil, Namen die jedem sofort gefallen, sind in der Regel zu unauffällig und haben damit langfristig weniger gute Chancen, sich durchzusetzen. „Man braucht Zeit, sich an einen Namen zu gewöhnen. Wir wissen aus Erfahrung, dass sich Namen mit Ecken und Kanten langfristig am besten verankern. Entscheidend ist, dass er in keiner Sprache eine tatsächliche negative Bedeutung hat.“ So wie der chinesische Motorenhersteller Weichai Power, der im Deutschen nicht allzu schmeichelhaft klingt. Sybille Kircher: „Dieser Name wäre bei uns sofort aussortiert worden.“

Über Nomen:

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, Markensprache 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