

## **Der Name des Rosa, oder aber: Wer hat sich das ausgedacht?**

„Don't Touch My TuTu“ ist der Name für einen weißlich-transparenten Nagellack. Wie ein Tutu liegt er um die damit bezeichnete Farbe, verhüllt sie ausladend, zieht damit zugleich die Blicke auf sich. Jemand, der sich mit solchen Begriffen auskennt, ist Werner Brandl, Marketing-Spezialist für Namensfindung. „Eine Farbe ist ein Produkt ohne realen Gegenstand“, erklärt er. Aufgrund ihrer Immaterialität seien der Phantasie keine Grenzen gesetzt. „Whipped Caviar“, heißt ein pinker Lippenstift von NYX. Geschlagener Kaviar – wie kommt man auf sowas? Am Anfang stehe eine Analyse der Zielgruppe. In welchen Wortwelten lebt sie? Spannend wird ein Farbname, wenn er – so Brandl – am Ende einer Assoziationskette stehe, die man nicht mehr nachvollziehen kann. Das Geheimnis, das sich darin verbirgt, fällt zurück auf die Trägerin. Deshalb schmieren wir uns „buy me a cameo“ von Essie auf die Nägel. Nur ein Name ist ganz sicher gelungen: „Truth“, ein pinker Lidschatten. Kein Wunder. Er ist Teil der Palette „Vice 3“ von Urban Decay. **PHILIPP BOVERMANN**

**Schwarz-Weiß war gestern**  
Süddeutsche Zeitung, 24./25.03.2016