

■ Namensentwicklung – kreativ und strukturiert vorgehen

Produkt fertig, aber ...

Eine typische Situation: Das neue Produkt ist fertig und soll schnell auf den Markt gebracht werden. Im Vorfeld wurde an alles gedacht, nur nicht daran: Wie soll das Ding eigentlich heißen?

Nicht selten schafft es ein ursprünglich interner Arbeitstitel zu ungeahnter Ehre. Das kann gut gehen, aber es kann auch zu Problemen führen – und ein neuer Pajero ist unterwegs, oder alte Bekannte bringen sich per einstweiliger Verfügung in Erinnerung. Die Liste der möglichen Hürden ist lang.

■ Der Controller-Tipp:

Die Lösung ist die durchdachte, strukturierte und rechtzeitige Entwicklung eines neuen Produktnamens.

Ziel und Prozess festlegen

Die Entwicklung von Namen sollte wie die von Produkten in einem klar definierten Prozess vollzogen werden. Natürlich geht es dabei um einen kreativen Prozess, aber am effektivsten ist nicht ungelenkte, sondern zielorientierte Kreativität. Das hat auch den Vorteil, dass die Ergebnisse leichter zu bewerten sind. Wenn hier übrigens von Produkt die Rede ist: Für die Namensfindung für Dienstleistungen oder Unternehmen gilt genau das Gleiche.

So gehen Sie vor

Zunächst muss verstanden werden, was das Produkt auszeichnet und wo das Produkt steht – sowohl im Absenderportfolio wie auch im Verhältnis zu den Wettbewerbsprodukten. In dieser Analyse kommt es zur Rückkopplung auf das geplante Marketingkonzept.

Schwächen werden identifiziert und können so noch rechtzeitig korrigiert werden. Erst wenn die Positionierung steht, folgen die nächsten Schritte:

Die Definition der Namensanforderungen und die Entwicklung der Namensstrategie.

Der Name muss eine Botschaft enthalten

Der Name hat eine begrenzte Länge. Deshalb muss definiert werden, welche zentralen Aspekte er vermitteln soll. Im nächsten Schritt ist zu klären, wie der Name seine Botschaft übermitteln kann: durch Beschreibung oder durch unbewusste Vermittlung von Ideen und Gefühlen.

Auch formale Anforderungen sind wichtig

In welchen Ländern soll der Name eingesetzt werden, welchen rechtlichen Schutz braucht man?

Und natürlich sind Marketingfragen zu berücksichtigen, z.B.:

Welche zukünftigen Veränderungen im Produktsortiment könnte der Name mittragen?

Schritt-für-Schritt den Namen kreieren

Auf Grund dieser konzeptionellen Vorgaben kann die kreative Arbeit sehr fokussiert ablaufen. Ziel ist, möglichst viele Namen zu generieren, die den zuvor definierten Anforderungen genügen. Dies kann mit einer großen Bandbreite an Techniken erfolgen, vom Brainstorming bis zum Computerprogramm. In jedem Fall müssen die Kreativitätstechniken auf die Namensanforderungen abgestimmt werden.

Filtern Sie die Namen der engeren Kandidaten

Im nächsten, entscheidenden Schritt wird gnadenlos gefiltert – nach den Kriterien, die im Vorfeld der kreativen Arbeit definiert wurden: Kommuniziert der Name die richtigen Ideen, ist er international einsetzbar (z.B. keine negativen Assoziationen im Polnischen), hat er gute Aussichten auf die Eintragung als Marke?

Durch Messen an den ursprünglichen Zielen wird die Namensauswahl nachvollziehbar und die Effektivität des Prozesses klar erkennbar.

Dies kann auch noch durch einen Namenstest bei der Zielgruppe bestätigt werden.

Fünf Goldene Namensregeln

1. Denken Sie an die Zukunft!

Ob Internationalisierung oder Portfolioerweiterung – vieles verändert sich, und so manche Produktfamilie bekommt schneller Nachwuchs als man denkt.

2. Sichern Sie sich rechtlich und sprachlich ab!

Wer französischen Partnern auf seinem Internet-Marktplatz „collaboration“ anbietet, muss mit heftigen Reaktionen rechnen.

3. Es gibt nicht den richtigen Namen.

Man sollte immer offen für Alternativen sein, denn sehr viele, oft widerstrebende Faktoren bestimmen die Wahl eines Namens.

4. Konzentrieren Sie sich auf Kernbotschaften!

Der Name kann nicht Ihre gesamte Kommunikation übernehmen, aber für vieles kann er die Basis legen.

5. Man muss nicht alles selbst machen!

Arbeiten Sie mit erfahrenen Spezialisten zusammen, die Sie beraten und gemeinsam mit Ihnen den richtigen Weg finden.