

Nomen-Presseinformation

Naming 2019: Digitalisierung war das beherrschende Thema

Düsseldorf, 19.12.2019. Die Nomen International Deutschland GmbH (www.nomen.de) blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 zurück. Im Jahr ihres 30-jährigen Bestehens entwickelte die Düsseldorfer Namensagentur rund 30 international einsatzfähige Markennamen für Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen. Die meisten Aufträge kamen aus dem B2B-Sektor. Digitalisierung bleibt das dominierende Thema, besonders gefragt waren Markennamen für Plattformen.

Die Vernetzung von Produkten und Know-how gilt aktuell als größter Wachstumstreiber überhaupt. Daher entstehen derzeit in vielen Branchen sogenannte digitale Ökosysteme: Florierende Netzwerke aus Partnern, Kunden, Entwicklern und anderen Akteuren, in denen alle auf einer einzigen Plattform auf ein gemeinsames und für alle profitables Ziel hinarbeiten. „Die Nachfrage nach griffigen Dachmarken, die die Vorteile solcher technologisch komplexen Anwenderlösungen repräsentieren, ist seit einigen Jahren sehr hoch“, berichtet Nomen-Geschäftsführerin Sybille Kircher. Für den Essener Hochtief-Konzern entwickelte Nomen zum Beispiel den Plattform-Namen Nexplore. Dieser zielt auf die Möglichkeiten ab, die sich aus der Digitalisierung für das Baugeschäft ergeben. Eine weitere Nomen-Kreation ist Nevonex, ein Plattform-Name von Bosch für smarte und digitale Landwirtschaft.

Gefragt: strategische Beratung und Guidelines

Da heutige Plattformen die Basis für neue digitale Geschäftsfelder und Applikationen sein werden, müssen Markennamen einen schwierigen Spagat meistern. Einerseits sollen sie global funktionieren und prägnant sein, andererseits Raum für langfristige Weiterentwicklungen bieten. Deshalb wurden die Namensentwicklungen wie bereits in den Vorjahren intensiv von strategischen Fragestellungen geleitet. Namenssysteme und deren

Dokumentation mit Hilfe von Naming Guidelines bildeten somit einen weiteren Schwerpunkt der Projektarbeit. Sybille Kircher: „Solche Corporate-Naming-Systeme zielen darauf ab, langfristig eine einheitliche und wiedererkennbare Namens- und Sprachwelt aufzubauen. Über die bessere Wiedererkennbarkeit werden Marken weiter gestärkt und lassen sich noch effizienter einsetzen.“

Produkte und Services von A bis Z getauft

Auch 2019 wurde Nomen wieder mit Namensfindungen für sehr unterschiedliche Produkte und Services betraut. Von A wie Automobilindustrie oder Agrarindustrie bis Z wie Zahntechnik war alles dabei. Spannende Aufträge kamen auch aus dem Bereich der neuen Technologien, darunter Künstliche Intelligenz, Additive Manufacturing (3-D-Druck) und Voice Control. „Gerade bei den Voice-Control-Projekten geht es darum, Namen zu finden, die sprachlich weltweit einheitlich gut gesprochen und verstanden werden“, erklärt Sybille Kircher.

Ausblick: Markennamen als Leuchttürme

Die Digitalisierung wird die Anforderungen im Naming steigen lassen und Nomen auch 2020 intensiv beschäftigen. Neben den Basis-Anforderungen wie internationale juristische Verfügbarkeit und sprachliche Eignung müssen Markennamen innerhalb des Sortiments gut strukturiert sein, um den Kunden in einem komplexen Umfeld die notwendige Orientierung zu geben. Darüber hinaus sollen sie sich leicht und eindeutig aussprechen lassen und emotional so attraktiv sein, dass sie mögliche Vorbehalte oder Ängste vor hochtechnologischen Produkten und Services ausräumen. Faustregel: Je intelligenter das Produkt, desto menschlicher sollte der Name sein. Dies gelingt über bildhafte, assoziative Namen, die das Fundament legen für ein ansprechendes, den Kunden langfristig überzeugendes Storytelling.

Seit 30 Jahren: Marken aus der Düsseldorfer Namensschmiede

Nomen Deutschland 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, 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