

# KEINE IDEE FÜR EINEN NAMEN?

**ECHT JETZT!**

Ihre Gründung nimmt immer weiter Form an – aus Ideen wurden Pläne, aus Plänen wurden Entscheidungen, aus Entscheidungen konkrete Schritte und aus diesen erste Ergebnisse. Wirtschaftlich haben Sie ebenfalls alles gut durchdacht und kalkuliert.

Doch was fehlt, ist die zündende Idee für einen Namen! Ihrem Unternehmen, einem innovativen Produkt oder einer neuen Dienstleistung den richtigen Namen zu geben, ist das Tüpfelchen auf dem i.

Damit Sie diesen kreativen Meilenstein meistern, möchten wir Ihnen einige Kreativtechniken vorstellen, um mit dem passenden Namen sich selbst, Ihren Bekanntenkreis und vor allem auch Ihre Kunden zu überzeugen.

## 1.

### **BRAINSTORMING – BEGINNEN WIR MIT EINEM KLASSIKER**

Keine Kreativtechnik ist so bekannt wie das Brainstorming. Und gerade weil es universell und häufig eingesetzt wird, wird es heutzutage unter den innovativen Methoden unterschätzt. Jedoch kann ein Brainstorming nicht nur beim Finden erster Ansätze helfen, es ist oftmals der Türöffner für neue Gedanken. Also: Nehmen Sie sich Ihren Laptop, gerne aber auch Stift und Papier. Gehen Sie an einen für Sie passenden Ort – manche mögen es besonders ruhig, andere lassen sich von dem Getümmel Ihres Umfeldes inspirieren. Bremsen Sie dabei nicht Ihre Gedanken,

egal ob sie in der ersten Bewertung durchfallen. Etwas aufzuschreiben bedeutet nicht nur, es festzuhalten, sondern auch, es aus dem Kopf zu bekommen. Gehen Sie von naheliegenden Begriffen über zu fremdländischen. Später können Sie die Begriffe anordnen und weitere verwandte suchen. Sie werden schnell merken, dass Sie eine ganze Bandbreite an Ideen in Ihrem Kopf haben – und vielleicht ist im Brainstorming schon die passende für einen Namen dabei.

## 2.

### **MINDMAPPING – WERDEN WIR VISUELL**

Direkt am Brainstorming schließt das Mindmapping an. Die beiden Techniken ähneln sich, unterscheiden sich aber auch – vor allem in ihrer Struktur. Beim Mindmapping schreiben Sie einen Kerngedanken, ein Stichwort oder eine Fragestellung in die Mitte Ihres Dokumentes oder Papiers. Um diesen Ausgangsgedanken herum sammeln Sie nun alles, was Ihnen dazu einfällt. Gerne können Sie ähnliche Ansätze in ein Feld schreiben und von dort ausgehend noch weitere Zweige abgehen lassen. Durch diese

Struktur starten Sie mit einem Hauptgedanken und enden in entfernten Zweigen, auf die Sie ohne diese Vorgehensweise möglicherweise nicht gekommen wären. Sie können Ihre Begriffe aus dem Brainstorming gerne auch mit Ihrer Mindmap kombinieren. Am Ende zeigt sich, in welchen Bereichen / bei welchen Begriffen Sie schon sehr kreativ waren und wo sich eventuell noch Potenzial verbirgt.



### 3.

#### NEUER BLICKWINKEL – KEHREN SIE IHRE FRAGESTELLUNG UM

Eine weitere Herangehensweise ist es, sich von der ganz anderen Seite an das Problem oder in diesem Fall den Namen für Ihre Gründung zu wagen. Kehren Sie Ihre Gedanken um. Fragen Sie sich nicht, wie ein guter Firmenname/Produktname für Ihre Zielgruppe lauten könnte, sondern fragen Sie sich: Wie darf er auf keinen Fall lauten? Was wird in keinem Fall Wirkung erzielen? Und was entspricht nicht Ihren Anforderungen? Mit dieser Technik werden Sie dem passenden Namen näherkommen, auch wenn es erst einmal so wirkt, dass Sie sich von ihm entfernen. Der große Vorteil ist: Sie prüfen ganz genau, was nicht

infrage kommt. Und können viele der Begriffe dann ins Gegenteil formulieren. Oder interessante Wortspiele kreieren, die dann wieder neue Ideenblitze auslösen. Außerdem werden Denkblockaden gelöst, damit Sie mit frischer Energie weiterdenken können. Besonders spannend ist hier, dass Sie dadurch auch auf sehr provokante Begriffe oder Namen kommen – und wenn Sie Eindruck hinterlassen wollen, ist etwas Polarisierung sicher nicht verkehrt. Am Ende muss es natürlich zu Ihnen und Ihrer Gründung passen.

### 4.

#### PING PONG – SPIELEN SIE DEN IDEENBALL ZURÜCK

An vielen kreativen Methoden versuchen Sie sich alleine. Ganz konzentriert und fokussiert suchen Sie nach dem Einfall. Das ist nicht immer ganz einfach und endet nicht selten in Frustration. Wenn Sie neue kreative Anregungen wünschen, können Sie die Ping-Pong-Methode ausprobieren. Gut funktioniert diese mit einem vertrauten Ansprechpartner, den Sie schätzen und der Sie gut kennt. Aber auch mit einer unbekannten Person funktioniert sie bestens – denn Ziel ist es, dass Sie sich kreative Ideen und Anregungen hin- und herschieben. Ihr Gegenüber nimmt Ihr

Schlagwort auf, verändert es, ergänzt es, kehrt es ins Gegenteil oder entwickelt es weiter. Wichtig ist, dass es keine kreativen Grenzen gibt, alles ist erlaubt. Denn nur so werden Sie auf ganz neue Namen kommen.

Genauso verhält es sich, wenn Sie dazu mehrere Personen aus unterschiedlichen Abteilungen zusammentrommeln, denn jeder bringt seine eigenen Kompetenzen und Einblicke mit. Das sorgt für einen bunten und sehr wirksamen Kompetenz-Mix.

**WIR WÜNSCHEN IHNEN VIEL ERFOLG UND  
STEHEN IHNEN VON DER VOLKSBANK IN  
SÜDWESTFALEN ALS PARTNERSCHAFTLICHER  
BERATER GERNE ZUR SEITE.**