



▲ Floris Hülsmann: „Reclame is iets wat snel voorbijgaat. Een naam blijft veel langer bestaan.“ © Rudi Hotman

Deze man bedenkt namen: 'Hans en Frietje' is alleen leuk voor een snackbar'

Een 'leuke' naamgrap of gewoon je eigen naam met je beroep erachter. Er wordt niet altijd goed nagedacht over een bedrijfsnaam, schrijft namenskundige Floris Hülsmann in zijn boek 'Maak je naam onvergetelijk'.

Alex van der Hulst 10-10-18, 14:00



Bol, Zalando, Duo Penotti, Albert Heijn, Blokker, Achmea, het zijn bekende namen, maar er zitten vindingen tussen die Floris Hülsmann nooit zelf bedacht zou hebben. Met zijn eigen bedrijf Namarama helpt hij bedrijven namen te verzinnen en schreef er een boek over.

NET BINNEN

07-00 Thuiswerkers bespied met gluurapparatuur: 'Je zou je mensen ook...

18-04 Romy vond ondanks epilepsie toch een baan: 'Het kan, durf te dromen'

18-04 Dankzij productowner Patrick hebben we geen omkijken meer naar onze...

17-04 Owen (20) handelt op de beurs: 'Mijn ouders betalen al lange tijd niks meer voor...

17-04 **PREMIUM** Rebecca (29) zag het leven niet meer zitten, maar op de biologische...

BEKIJK ALLE ARTIKELEN

MEEST GELEZEN



Thuiswerkers bespied met gluurapparatuur: 'Je zou je mensen ook gewoon kunne...

1



Owen (20) handelt op de beurs: 'Mijn ouders betalen al lange tijd niks meer voo...

2



Doodsbang voor je leidinggevende: 'Ik kreeg de ene paniekaanval na de...

3



Romy vond ondanks epilepsie toch een baan: 'Het kan, durf te dromen'

4



Rebecca (29) zag het leven niet meer zitten, maar op de biologische tuinderij van...

5

Wat is een goede naam?

„Een naam die past bij je klanten, die een gevoel oproept en betekenis heeft. KNAB vond ik heel goed. Een korte naam, voor een bank die het concept van een bank omkeert. Waar de klant, de K dus, voorop stond. Als je een prijsvechter bent dan kan 123schoenen een goede naam zijn, maar voor kopers van een dure telefoon vind ik iPhone X heel slim bedacht. Niet alleen hebben ze met het Romeinse cijfer X de 9 overgeslagen en zijn ze daarmee Samsung in typenummers voorbij, tegelijkertijd is de X mysterieus en slaat het op het tienjarig bestaan.”

Wat moet je niét doen bij het verzinnen van een naam?

„Humor is een valkuil. Hans en Frietje is leuk voor een snackbar, maar die grappen wil je niet bij een serieus bedrijf. Je eigen naam als bedrijfsnaam is vaak te borstklopperig en niet handig. Als het een grotere onderneming wordt, dan kun je ook niemand anders meer je werk laten doen, want alles gaat onder jouw naam. Veel jargon in de naam werkt ook niet.”

Hoe ben je namendeskundige geworden?

„Ik heb altijd gewerkt als copywriter bij een reclamebureau. Maar ik wilde flexibeler zijn en voor mezelf beginnen. In diezelfde tijd luisterde ik de podcast Start-Up. Dat gaat over een ondernemer die een podcast maakt over het opstarten van zijn eigen bedrijf. Het eerste wat hij nodig heeft is een naam en dat geldt natuurlijk voor heel veel bedrijven. Zo kwam ik op het idee. Het verzinnen van namen was in mijn vorige baan het werk waar mijn hart altijd sneller voor ging kloppen. Reclame is iets wat snel voorbijgaat. Een naam blijft veel langer bestaan.”



▲ Floris Hülsmann © Privé archief

Maakt een boek je werk niet overbodig?

„Er is heel veel vraag naar een goede naam. Kijk maar naar de negenhonderd inschrijvingen per dag bij de Kamer van Koophandel. Allemaal bedrijfjes die een naam nodig hebben. Tot nu toe is er heel weinig geschreven over hoe je een goede naam bedenkt. Ik heb het gevoel dat ik met het boek veel mensen kan helpen. Maar het is ook een visitekaartje hoe ik te werk ga.”

Moeten zelfstandigen ook een aparte naam?



Online cursus | Snel je vaarbewijs
Van €69,00 voor €17,95



The Harry Potter Symphony
Voor €49,00



Hotel New York
Voor €124,50



BEKIJK ONZE AANBIEDINGEN

MEEST GEDEELD



Owen (20) handelt op de beurs: 'Mijn ouders betalen al lange tijd niks meer voo...



Rebecca (29) zag het leven niet meer zitten, maar op de biologische tulinderij van...



Tanja werkt als heler: 'Net zo lang gebeld tot ik een keer mee mocht'



'We focussen op hele klein risico's, maar zien hele grote over het hoofd'



Doodsbang voor je leidinggevende: 'Ik kreeg de ene paniekaanval na de...

Moeten zelfstandigen ook een aparte naam?

„Eenpitters die hun werk zelfstandig doen, hebben misschien minder behoefte aan een bijzondere naam. Het is voor mensen die een onderneming opstarten en daarmee hun stempel willen zetten. Die naam dwingt je na te denken over jezelf, wat je wil en wat je klanten willen. Wat dat betreft was Uber een goede naam, dat ze echt het alternatief, iets beters dan de taxi wilden bieden. Het bedenken van een naam kan zo een variant worden op het maken van een bedrijfsplan.”

Best wel ergerlijk: radioreclames waar de ingewikkeld bedachte naam wordt gespeld.

„Meestal zijn dat bedrijven die een naam bedachten die al bezet was waarna ze een paar letters veranderen. Vaak vind ik dat zelf ook niks. Girav vond ik geslaagd omdat het echt anders is en bedacht is voor extra lange kleding. Het is dus toepasselijk. Maar als je iets als Cyntruzz verzint, dat werkt echt niet.”

En als afsplitsingen van bedrijven namen krijgen die heel erg op elkaar lijken? Denk aan NPO, NTR en NOS?

„Ik weet niet of dat zo slim is geweest. Nederland 1 was slecht te vinden op internet, maar nu is iedereen in de war wat NPO, NTR of NOS is. Je kunt je afvragen of vindbaarheid een goede reden is. Je moet secuur met namen omgaan.”

Namen als Albert Heijn, Blokker, Hema (Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam, Penotti (Peters Notenindustrie Tilburg) en Wibra (Wierdsma & Braam) voldoen niet aan sommige van je criteria maar zijn door hun geschiedenis wel iconen geworden.

„Sommige namen zijn zo sterk, die kunnen jaren weg zijn zonder dat iemand het doorheeft. Campina was bijvoorbeeld lange tijd niet op de Nederlandse markt, maar iedereen dacht dat het nog bestond. Toch zijn er ook namen die maar niet blijven hangen. Dat krijg je vaak als je geen associatie kunt maken. Dat kan wel als iets bij elkaar past. Bol is eigenlijk een saaie naam, Bertelsmann Online, maar de marketing van die naam met de reclames en het bolle mannetje was ontzettend slim.”



▲ Boek cover. © Haystack