



PRESSESERVICE

11.06.2012

Branding-Spezialist zur Umbenennung der GEZ: „Das ist völliger Schwachsinn“

Als weltweit erster Branding-Spezialist ist Manfred Gotta am 8. Juni beim 54. Jahreskongress des Club 55 - „European Community of Experts in Marketing and Sales“ - in Palma de Mallorca mit dem Award of Excellence ausgezeichnet worden. W&V hat den Experten, der Markennamen wie Megaperls, Smart, Cayenne und Panamera erdachte, gefragt, wie er die geplante Umbenennung der GEZ bewertet.

W&V:

Herr Gotta, Sie unterstützen mit Gotta Brands als Berater Unternehmen und Marken bei der Namensfindung. Nun will sich auch die als GEZ geläufige Gebühreneinzugszentrale im Zuge der Umstellung auf die neue Haushaltsgebühr ab 2013 einen neuen Anstrich verpassen und sich dabei in ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice umbenennen ...

Gotta:

... was ich für völligen Schwachsinn halte!

W&V:

Sie hätten also nicht zu diesem Namen geraten?

Gotta:

Ich hätte überhaupt nicht zu einer Namensänderung geraten. Den meisten dürfte hierzulande das Kürzel GEZ als dem Einzieher der Rundfunkgebühren

geläufig sein. Es wird genutzt, ähnlich wie BMW von niemandem als Bayerische Motoren Werke bezeichnet wird oder die BASF als Badische Anilin- und Soda-Fabrik. GEZ ist ein eingeführter kurzer Begriff, und man kann ihn aussprechen. Auch im Internet ist er von Vorteil, die Menge verfügbarer Web-Adressen dieser Länge dürfte überschaubar sein.

W&V:

Das Image der GEZ ist aber ziemlich angekratzt ...

Gotta:

... woran ein anderer Name nichts ändert. Ich würde das GEZ-Image als mehr oder weniger neutral sehen, viele erkennen mittlerweile, dass die Gebühren notwendig sind. Wenn die GEZ sich ändert und künftig neue Dienstleistungen anbietet, kann sie das auch unter diesem Namen tun – und vielleicht überlegen, an die Gestaltung und den Firmenauftritt Hand anzulegen.

W&V:

Der Beitragsservice gefällt Ihnen also nicht?

Gotta:

Noch einmal: Ich halte die Umbenennung für Schwachsinn und würde sie nicht empfehlen. Außerdem kostet es wieder unnötig viel Geld, das man sicher sparen könnte.

aus Werben & Verkaufen vom 11.06.2012