

---

## Missglückte Modellnamen: Wer will schon solche Autos fahren?

Von Guido Borck, ceni

Ein Sportwagen, der nach Toilettengang klingt oder ein Geländewagen der einen selbst befriedigenden Mann bezeichnet – das geht sprichwörtlich in die Hose. So manches Mal haben die Autohersteller bei der Namensfindung eines neuen Modells kein geschicktes Händchen bewiesen. Fehlritte, die in anderssprachigen Ländern höchst peinlich überkommen: Die Namen-Flops der Autoindustrie.

Ein guter Name ist wichtig – das gilt nicht nur für den eigenen Nachwuchs, sondern auch für die Automobilindustrie. Er sollte klangvoll und einprägsam sein, besonders wenn das neue Fahrzeug von den Marketingstrategen als sportlich und modern angepriesen werden soll. In einigen Sprachen funktioniert die Benennung eines neuen Fahrzeugmodells. In anderen Ländern wiederum nicht, dort bekommt er eine ganz andere Bedeutung. Das kann ziemlich peinlich werden, wenn die gewählte Modellbezeichnung ganz und gar nicht zum anvisierten Image passt. Was bei uns funktioniert, kann weltweit für ein Misserfolg sorgen.

### Markenagenturen liefern den Namen

Bevor ein Automobilhersteller einen neuen Wagen auf den Markt bringt, möchte er ihm möglichst eine einzigartige Modellbezeichnung mit auf den Weg geben. Die sollte sowohl zur Markenphilosophie passen, wohlwollend klingen, einfach auszusprechen und auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe zugeschnitten sein. Oftmals setzen Autobauer zur passenden Namensfindung Marketingagenturen ein, die sich darüber den Kopf zerbrechen. Ein gelungenes Beispiel liefert Toyota mit seinem Stadtfliker Aygo. Der Name klingt frisch, spricht vor allem eine junge Zielgruppe an und drückt Individualität sowie Freiheit aus. Zudem ist die Modellbezeichnung auch international mit „I go“ eindrucksvoll verständlich.

### Der MR2 entpuppte sich als Griff ins Klo

Weniger Glück hatten die Japaner mit ihrem Sportwagen MR2. Das Kürzel MR2 steht eigentlich für Mittelmotor, Heckantrieb (Rearwheel-Drive) und Zweisitzer – so gesehen leicht verständlich und einprägsam. Bei unseren französischen Nachbarn kam das überhaupt nicht gut an, denn MR2 bedeutet für sie schlichtweg „merde“, also Sch... . Als Toyota das Missgeschick bemerkte, änderten sie für den französischen Markt die Modellbezeichnung einfach in MR um. Aus aktuellem Anlass ist zudem gerade wieder ein Oldtimer der Japaner in aller Munde: der Corona. Die Limousine war Anfang der 1970er Jahre eines der ersten Modelle von Toyota in Europa. Corona bedeutet auf Spanisch „Krone“. Niemand hätte damals jemals an einen Virus oder geschweige denn an eine weltweite Krise gedacht.

### Nichts für Spanier: der Mitsubishi Pajero

Auch ein weiterer japanischer Hersteller machte mit seiner Namenswahl schlechte Erfahrungen. Mitsubishi wunderte sich bei seinem Offroader Pajero über den schleppenden Absatz in Spanien. Pajero bezeichnet eigentlich eine südamerikanische Raubkatze. Dieses Modell wollte aber keiner im sonnigen Südeuropa fahren, denn der Name ging völlig daneben. Umgangssprachlich steht „el pajero“ nämlich – drücken wir es einmal nett aus – für einen Mann, der an sein Geschlechtsteil selbst Hand anlegt. Seitdem heißt der Pajero dort Montero, was übersetzt schlichtweg „Jäger“ heißt. Verglichen mit

---

dem Pajero, traf es den russischen Hersteller Lada mit dem Geländewagen Nova noch recht harmlos. In der Sprache der Iberianer heißt „no va“ nämlich „geht nicht“.

Ford mit einem Ausflug ins horizontale Gewerbe

Andere Autobauer waren genauso wenig gegen Fehlgriffe gewappnet. Nissan traf mit dem Kompaktvan Serena in Deutschland eine unglückliche Wahl, denn er wurde bei uns als „die schnellste Damenbinde“ verspottet. Einen Schnitzer lieferte sich auch der US-Hersteller Ford mit seinem Pinto in Brasilien, womit im Portugiesischen ein überaus kleiner Penis gemeint ist. Ein europäisches Missgeschick unterlief Ford auch beim Kuga, dessen Bezeichnung in slawischen Ländern soviel wie die Pest bedeutet. Glücklicherweise durfte sich dagegen Mazda schätzen, denn der Kleinwagen Laputa war ausschließlich für den japanischen Markt bestimmt. Für den Vertrieb in spanisch sprechende Länder wäre die Bezeichnung ohnehin völlig ungeeignet gewesen: Steht doch „la puta“ gemeinhin für eine Prostituierte.

Audis e-Tron geht in Frankreich mächtig in die Hose

Audi leistet sich in Frankreich wiederum einen Lapsus und das sogar in mehrfacher Hinsicht. Die alternativen Plug-in-Hybride sowie das erste Elektro-SUV der Ingolstädter tragen nämlich die Bezeichnung e-tron. Während der Name bei uns nach modernster Technologie klingt, verstehen die Franzosen etwas völlig anderes darunter und rümpfen dabei noch ihre Nasen: Dort versteht man unter „étron“ nichts anderes als einen Haufen Kot. Aus verständlichen Gründen zieht die Grande Nation daher einen großen Bogen um die alternativen Antriebe von Audi.

Volkswagen lustlos

Die Amerikaner haben Probleme mit dem Fließheck. Sie ziehen den klassischen Kofferraum vor. Deswegen durfte Volkswagen bei seinem Modell Bora mit größeren Erfolgen rechnen als beim kofferraumlosen Golf, schon wegen des Namens, der für einen strammen Wind am Mittelmeer steht. Niemand hatte bedacht, dass im Amerikanerischen der „borer“ ein Langweiler ist. Später hieß das Modell in den USA Jetta.

Dem Genießer bleibt die Schadenfreude

Eigentlich dürften solche Fehlgriffe heutzutage nicht mehr vorkommen, schon gar nicht im Multimediazeitalter, wo die ganze Welt miteinander vernetzt ist. Schließlich kassieren professionelle Marketing-Agenturen für ihre neu geschaffenen Namenskreationen enorm viel Geld von den Automobilherstellern. Die überprüfen normalerweise im Vorfeld ihre neu geschaffenen Modellbezeichnungen weltweit sowohl auf rechtliche Belange wie auch auf eventuelle Anstößigkeit. Zudem finden anschließend noch internationale Marktforschungstests statt. Aber wie man sieht, kann so manches bei der Namensfindung auch schon mal schief gehen. Dafür haben wir im Nachhinein etwas zum Schmunzeln. (ampnet/gb)

---

## Bilder zum Artikel



Mitsubishi Pajero.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Mitsubishi/Thomas Starck



Toyota Corona.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Toyota



Ford Kuga.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Manfred Zimmermann



Toyota MR2, Generation 3.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Toyota



Audi e-Tron 50 Quattro.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Audi



Nissan Serena.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Nissan

---