

Bist du so, wie du heißt?

Langzeitstudie zeigt Image von Vornamen

Vornamen rufen Bilder des sozialen Status, der Intelligenz, des Alters und der Herkunft ihrer Träger hervor. Diese Assoziationen haben Studien zufolge großen Einfluss: Kinder werden von Pädagogen, oft schon in eine Schublade gesteckt, bevor überhaupt ein persönlicher Kontakt stattfand. Um das Image eines Vornamens herauszubekommen, lässt das Familienmagazin babyclub.de in einer Online-Langzeitstudie seit 2007 über 15.000 Vornamen bewerten. Das Magazin zieht eine erste Zwischenbilanz.

„Wir möchten werdenden Eltern nach und nach repräsentative Imageprofile zu den Vornamen zur Verfügung stellen“ erklärt Bernd Eberle, Herausgeber von babyclub.de. Diese zeigen, welche allgemeinen Vorstellungen mit dem Träger eines Vornamens verbunden werden. „Eine Person, die Mia heißt, wird beispielsweise derzeit deutlich positiver gesehen als der Gesamtdurchschnitt aller Namen“ erklärt Eberle. „Von ihr denkt man, sie sei jung, attraktiv und sympathisch“.

Anhand von sieben Adjektiven können die User auf babyclub.de in fünf Stufen angeben, ob ein Name für sie beispielsweise „intelligent, nicht intelligent“, „introvertiert, extrovertiert“ oder „sportlich, nicht sportlich“ ist. Insgesamt gab es bisher um die 400.000 Stimmabgaben. „Wir freuen uns, wenn weiterhin viele Personen mitmachen – so werden unsere Ergebnisse immer aussagekräftiger“ sagt Eberle, „denn die Veränderung von Vornamentrends und Vornamen-Images brauchen Zeit“.

Warum ist das Image eines Namens so wichtig?

„Kinder mit bestimmten Vornamen haben bessere Bildungschancen als andere“ erklärt Prof. Dr. Jürgen Udolph vom Zentrum für Namensforschung in Leipzig, seit Anfang 2014 Kooperationspartner von babyclub.de.

„Werdende Eltern sollten sich gut über das Image eines Namens informieren, bevor sie ihn vergeben“ ergänzt Bernd Eberle, „sie sollten sich also fragen: Ist eine Lena schlau und sympathisch? Und was denken die Leute über einen Paul? Diese Fragen können sie mit den Imageprofilen auf babyclub.de beantworten.“

Images können sich ändern

Aus der umfangreichen Datensammlung lässt sich zudem auswerten, wie das Image eines Namens sich über die Jahre entwickelt hat. Schaut man z.B. auf Lena und ihren Sympathiefaktor, kann eine steigende Entwicklung nach oben festgestellt werden – 2007 war das Image von Lena noch nicht so gut wie 2010 bis heute. Und einem Träger des Namens Paul wird heute etwas weniger Intelligenz bescheinigt als noch in 2010.

babyclub.de: Mit mehr als 800.000 Besuchern pro Monat ist babyclub.de Deutschlands größtes ökologisch orientiertes Familienmagazin für werdende und junge Eltern mit Themen rund um Kinderwunsch, Schwangerschaft, Geburt und Baby's erstes Jahr. www.babyclub.de

Download Presstext, Hintergrundinfos und Grafiken auf babyclub.de/presse

Pressekontakt:

Mathilde Betti / Dominika Jasinski

E-Mail m.betti@eberle-werbeagentur.de ; d.jasinski@ecombetz.de

Tel. 07171/92529-0

www.babyclub.de