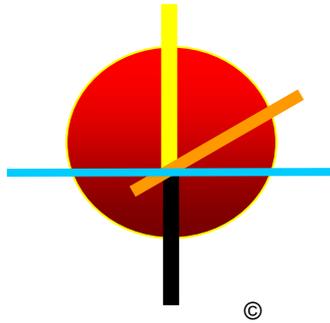


LivingLógos[©]



Eine innovative Methode der Erfindung von
neuen und freien authentischen Namen

Namen für Events, Konzepte, Produkte aller Art,
Erfindungen, Firmen, Gesellschaften

auf der Basis der neuen
interdisziplinären Metawissenschaft

Lautlogik[©]

inauguriert von Beatrix Thiel

Produktnamenerfindung.de

Die von der Künstlerin und Pädagogin Beatrix Thiel inaugurierte Metawissenschaft **Lautlogik[©]** erkennt in den weltweit gesprochenen Sprachlauten mehr als nur gewohnte Buchstaben oder Schriftzeichen, mehr als physiologisch bedingte Phone, mehr als zufällig gewählte Platzhalter, mehr als Kommunikationscodes und mehr als Energietransmitter. Sprachlaute sind keine Zufälle. Sie sind Sinntäger.

Die unbewusste Wirkung und Botschaft in den global gesprochenen Sprachlauten

Hinter jedem Buchstaben oder Schriftzeichen einer Sprache steht ein bestimmter unverwechselbarer Sprachlaut.

Langjährige unabhängige künstlerisch-wissenschaftliche Erforschung der spezifischen Anwendung der einzelnen Sprachlaute in mehr als 220 indigenen alten und modernen

Sprachen rund um den Globus evaluieren eine sensationelle Entdeckung und eine eklatante Tatsache:

Den global gesprochenen Sprachlauten liegt ein verborgenes, vergessenes Potenzial zugrunde, das dem komplexen Verstandesdenken in den modernen Industrienationen unbewusst geworden und in Vergessenheit geraten ist; es wird jedoch von allen Menschen dieser Erde unbewusst auf der Ebene des bildhaften Denkens verstanden.

Beatrix Thiel hat die Automatische Mustererkennung entschlüsselt und 21 kleinste Kategorien der erkennenden Wahrnehmung in den menschlichen Sprachlauten nachgewiesen.

Es handelt sich um die kleinsten abstrakten Gedanken, das sind kleinste Bild-Elemente, mit denen das Gehirn arbeitet und sich in weniger als einer tausendstel Sekunde ein Bild von der Welt mit allen Sinnesanteilen zusammensetzt.

Diese bilden die Grundlage bildhaften Denkens. Mit ihnen träumen wir, mit ihnen kreieren wir bildhafte Vorstellungen, Imaginationen, Visionen und unser Mindset.

Jeder Sprachlaut birgt ein systemisches, logisch geschlossenes, schöpferisches Denkprogramm.

Diese kleinsten Gedanken schaffen in unseren Köpfen komplexe systemisch und logisch vernetzte schöpferische Gedankenfelder. Menschen kommunizieren und sprechen diese kleinsten Gedanken seit Urzeiten wie eine gemeinsame Ursprache in einem Sprachlaut aus.

Diese kleinsten Gedanken werden in den Sprachlauten aller indigenen, antiken und jungen Sprachen ausgesprochen und kommuniziert.

Sprachlaute lügen nicht

Jeder Sprachlaut transportiert einen wahren, übertragbaren Wert.

Alle menschlichen Sprachen dieser Erde liefern mit ihrer treuen Anwendung und Sinnbotschaft der Sprachlaute den Beweis.

In jedem Sprachlaut wirkt ein künstlerisches Prinzip, das Geist und Sinne verbindet.

Diese kleinsten Gedanken tragen in sich kleinste Bild-Elemente, d. h. verschiedenste Bewegungs-, Form-, Gestalt- und Muster bildende Prinzipien wie auch komplexere Prinzipien, die eine bestimmte Bewusstseinsstufe der Wahrnehmung wie etwas Tiefschlaf-, Instinkt-, Gruppen- oder Verstandesbewusstsein vertreten.

Diese Prinzipien sind reine, abstrakte, wahre, nicht wertende, zeitlose und übertragbare Gedanken.

Beispielhafte Einblicke in einen ausgewählten unverwechselbaren Sprachlaut zum Kennenlernen einer neuen und anderen Denkweise:

Der Sprachlaut L steht für das Prinzip Linie: „Linie“ ist ein kleinster, abstrakter Gedanke, der in allen linearen Erscheinungsweisen als ein lineares Bewegungs- und Gestaltprinzip, d. h. als das sog. L-Prinzip in Außen- und Innenwelt wahrgenommen und erkannt werden kann.

Das **L-Prinzip** ist erkennbar in allen linear verlaufenden Bewegungen von Lebewesen oder anderen Objekten in Luft, Wasser oder parallel an Oberflächen entlang wie z. B.: „*fliegen*“, „*laufen*“, „*rollen*“, „*segeln*“, „*fallen*“, „*rieseln*“, „*landen*“, „*entlang gleiten*“, „*fließen*“ (englisch: *flow*), „*schlüpfen*“, „*flutschen*“, „*lecken* (hethitisch: *lip*)“, „*streicheln*“, „*fühlen* (ungar: *éztel*)“, „*krabbeln*“, „*spielen*“, „*schlendern*“, „*malen*“, „*lesen*“, „*anleiten*“, „*lehren*“ usw.

Das **L-Prinzip** ist erkennbar in allen Gestaltbildungen, die sich linear bewegen oder die linear gebildet, d. h. geformt sind wie z. B.: „*Fluss*“, „*Lebewesen* (ungar: *élölény*)“, „*Schlange*“, „*Fliege*“, „*Vogel*“, „*Strahl*“, „*Seil*“, „*Leine*“, „*Kabel*“, „*Fußleiste*“, „*Leitplanke*“, „*Rinnsal*“, „*Laufspur*“, „*Trampelpfad*“, „*Leiter*“, „*Stromlinienform*“, „*Wasserfall*“, „*Melodie*“, „*Milchstraße*“, „*Labyrinth*“, „*Knäuel*“, „*Silhouette*“, „*Profil*“, „*Parallele*“, „*Vorbild*“, „*Vorläufer*“, „*Fläche* (englisch: *flat*)“ usw.

Das **L-Prinzip** ist erkennbar in der Art und Weise (türk.: *sekil, böylece*) bzw. in allen Eigenschaften und Zuständen linear verlaufender Bewegungen linearer Gestaltbildungen wie z. B.: „*beweglich* (Sanskrit: *cala*)“, „*flüssig*“, „*schnell*“, „*langsam*“, „auf der *Stelle*“, „am *Platz*“, „*alt*“, „*langweilig*“, „*leicht*“, „*locker*“, „*aalglatt*“, „*handlich*“, „*parallel*“, „*flach*“, „*stabil*“, „*labil*“, „*veränderlich*“, „*flink*“, „*fleißig*“, „*verspielt*“, „*verschnörkelt*“, „*verwickelt*“, „*unaufhörlich*“, „*lästig*“, „*fortlaufend*“, „*vergänglich*“, „*unendlich*“ usw.

Das **L-Prinzip** ist erkennbar in allen Zuständen der Psyche bzw. der Gefühle, die bildhaft als linear verlaufende Bewegung empfunden werden wie z. B.: „*Gefühl* (englisch: *feeling*)“, „*Flow*“ usw.

Das **L-Prinzip** ist erkennbar in allen Erscheinungsformen und Erscheinungsweisen, die sich wiederholt, fortlaufend linear bewegen, linear verlaufende Eigenschaften, Zustände oder Verhaltensweisen profilieren und auch in allen Utensilien, die wiederholt und fortlaufend benutzt werden wie z. B.: „*Ball*“, „*Kugel*“, „*Landstraße*“, „*Langläufer*“, „*Lebenslauf*“, „*Laufbahn*“, „*Leiter*“ (englisch: *leader*), „*Lift*“, „*Seilbahn*“, „*Flugbahn*“, „*Leckermäulchen*“, „*Schlendrian*“, „*Schlaumeier*“, „*Schüler*“, „*Kreislauf*“, „*Zentrale*“, „*Quelle*“, „*Schlüssel*“ (franz.: *clef*), „*Schlüsselloch*“, „*Mauseloch*“, „*Link*“ usw.

Beispiele aus der deutschen Sprache ohne L-Laut, die in anderen Sprachen den Sinn der linearen Bewegung oder linearen Formbildung durch **L-Laut** verlaublich sind:

Weg (lat.: *limes, platea*; gäl.: *bealach*; bask.: *kale*; pln.: *ulica*; russ.: *úlitza*; usbek.: *jôl*;
türk.: *yol*; chin.: *lù, dào lù, gonglù*; tibet.: *lamkàh*; jav.: *dalan*; Lingala: *nzela*),

Fahrspur (engl.: *lane*),

Mond (lat.: *luna*; franz.: *lune*; bask.: *ilargia*; portug.: *lua*; litau.: *mėnulis*; armen.: *lusin*;
arab.: *hilal*; Sesotho.: *khoeli*; tibet.: *zla ba*; chines.: *yuèliàng*; indones.: *bulan*;
Warlpiri.: *pirli pirli*; Quechua.: *killa*),

Hand (tatarisch.: *kul*; jakut.: *ilu*; turkmen.: *eli*; tibet.: *lag pa*; balines.: *lima*; sisswati.: *sandlar*),

Penis (hethitisch: *lalu*; Sanskrit: *lingam*)

Weitere Beispiele aus einer anderen Sprache, die den Sinn der linearen Bewegung durch **L-Laut** verlaublich sind:

„*filum*“ (lat.: Faden, Staubfaden, Lebensfaden, Gewebe, Saite; Art, Manier)

Tipp: Malen sie ein großes Blatt Papier mit einer einzigen ununterbrochenen Linie voll, laufen Sie an der einen Seite ein und schließlich irgendwo an anderer Stelle wieder aus und denken Sie sich am Anfang und am Schluss ein Unendlichkeitszeichen! Viel Vergnügen!

Alle Worte aller jener Sprachen, die den Sprachlaut L verlaublich sind, vermitteln u. a. den Sinn der linearen Bewegung, Gestaltbildung und deren Eigenschaften.

Jedem Sprachgenius, der den Sprachlaut L verlaublich, war es in seiner Genese und seinem Habitat überlebenswichtig dieses Prinzip Linie zu kommunizieren.

Jeder Sprachlaut steht für ein Ja-Prinzip, d. h.: Er verlaublich stets ein „Ja“! Will sagen: „Ja ich nehme das lineare Prinzip wahr!“

Die Sprachlaut-Prinzipien bilden die Schnittstelle zwischen Geist und Gegenstand der Wahrnehmung. Sie sind übertragbar und können überall wahrgenommen und erkannt werden.

Wir nehmen sie wahr und erkennen sie als kleinste Prinzipien in der terrestrischen Natur, in unserem alltäglichen Leben, im Universum. Diese Prinzipien sind zugleich auch Kunstprinzipien bzw. Prinzipien des schöpferischen und künstlerischen Wahrnehmens, Denkens und Kreierens.

Schon unsere frühesten sprechenden Vorfahren haben diese Prinzipien des bildhaften Denkens für ihre Wortbildung und Kommunikation überlebensnotwendig ausgewählt, um ihre Wahrnehmungen und Belange in einem bestimmten Habitat in ihrer Überlebensgruppe notwendig zu kommunizieren.

Unsere Vorfahren mussten sich auf die Wahrheit des Sprachlautes im Wort ihrer Kommunikation überlebensnotwendig verlassen können in dem Sinne: *Wir sprechen aus und kommunizieren in unseren Sprachlauten, was wir erkannt haben und als gemeinsamen Gedanken, als gemeinsamen Geist unserer Überlebensgruppe kommunizieren wollen.*

Die alte Information und Sinnbotschaft in den Sprachlauten wirkt heute noch unbewusst weiter.

Sie spricht mit uns und beeinflusst uns durch Wort und Bildgebung. Sie ist unserem modernen Verstand völlig unbewusst geworden.

Sinn und Zweck des Benannten in der Namenfindung

Der Sinn des verborgenen Programms der einzelnen Sprachlaute und Sinn und Zweck des Benannten (Produkte, Event, Firma usw.) können – je nach Fokus - bei der Kreation neuer Namen übereinstimmen und authentisch.

Eine Einladung für innovative und kreative Köpfe, die Sprachlaute als schöpferische und inspirierende Quelle nutzen wollen.

Auf der Basis der Metawissenschaft **Lautlogik**® können Sprachlaute ausgewählt werden, die Eigenschaften, Funktionen, Zweck, Wirkung und Ästhetik des Produktes oder des zu benennenden Sujet authentisch und wahr benennen, ohne an gewohnten komplexen Begriffen anzuhaften.

Für ein neues Bewusstsein bedarf es einer neuen und zugleich uralten Kunst der Wortkreierung; es bedarf eines verantworteten Wortes, das hält, was es verspricht.

Die Metawissenschaft Lautlogik® kann hier inspirieren und Rat geben.

Fachleute und Produktnamenfinder leisten Großartiges

Alles was Produktnamenfinder bisher berücksichtigen, soll hier nicht thematisiert werden. Zum bisherigen Weg der Produktnamenfindung soll hier nichts hinzugefügt werden.

Exklusives Spezialwissen für Fachleute

Beatrix Thiel möchte mit ihrer Entdeckung eine neue Erkenntnis und eine zusätzliche Schulung zum Potenzial der Sprachlaute und zur Auswahl von Sprachlauten für eine Namengebung anbieten.

Ein neuer Weg der Produktnamenerfindung

Wollen wir bestimmte Eigenschaften in einem Produkt herausstellen, benennen und verkaufen, so können wir im Namen des Produktes oder der Dienstleistung bestimmte Prinzipien zusammenstellen und die dazugehörigen Sprachlaute verlaublich, unabhängig davon, welche Sprache wir sprechen. Die Botschaft der Sprachlaute ist in allen Sprachen gleich.

Auswahl bestimmter Sprachlaute – Kreieren sie Produktnamen mit Seele

Beabsichtigt ein Produktnamenfinder einen vollkommen neuen Namen für ein Produkt, ein Unternehmen, eine Firma, eine Dienstleistung oder einen Event zu kreieren, zu bewerben und zu verkaufen, ohne auf althergebrachte Anknüpfungen an bekannte und gewohnte Begriffe bzw. „Schubladen“ zurückzugreifen, ist die Auswahl der Sprachlaute eines neu zu kreierenden Produktnamens, Firmennamens oder Eventnamens usw. äußerst wichtig und sinnstiftend.

Dieselben ausgewählten Prinzipien können in der bildgebenden Gestaltung des Designs der Werbung berücksichtigt werden.

Denn die reinen Prinzipien in den Sprachlauten sind zugleich Bild-Elemente der erkennenden Wahrnehmung und der vorgestellten, imaginierten und konkret geschaffenen Bilder.

Die Bild-Elemente sind künstlerische Bewegungs-, Gestalt- und Musterprinzipien. Sie geben exakt Bild-Elemente wie Linie, Fläche, Profilveränderung, Winkel usw. an.

Eigenschaften des Produktes und Bedürfnisse der Kunden

Für die gezielte Auswahl von Sprachlauten für einen Markennamen, Firmennamen, Eventnamen gilt es, sich zu fragen:

Welche herausragenden Eigenschaften, welches Aussehen, welches Verhalten des Gegenstandes, welche Art von Ereignis sollen durch das immanente Potenzial der Sprachlaute zum Ausdruck gebracht und benannt werden und welche Bedürfnisse des potenziellen Kunden sollen sie ansprechen und befriedigen.

Welche Sinne sollen besonders angesprochen werden? Der Tastsinn und die Haptik, der Gleichgewichtssinn und der Eigenbewegungssinn, der Geruchsinn, der Augensinn, der Geschmack?

Welche Bewusstseinsstufe soll angesprochen und welcher Sinn soll vermittelt werden?

Geht es um Instinkt und Bauchgefühl, um den Sinn für eine Gruppenzugehörigkeit oder um den Sinn für Entwicklung und Erkenntnis im Rahmen einer Fortbildung, Therapie oder spirituellen Transformation?

Arbeitsmaterial

Zu einer Schulung in Ihrem Unternehmen erhalten Sie praktische Roll-Ups und Plakate mit Übersichten zur Beschreibung aller Sprachlaut-Prinzipien mit Beispiel-Wortsammlungen.

Kontakt

Kontaktieren Sie Beatrix Thiel für eine umfassende Fortbildung Ihrer firmeneigenen Fachleute zum Thema Bedeutung und Anwendung des immanenten Potenzials der Sprachlaute für Ihre Produktnamenfindung.

Kontakten Sie Beatrix Thiel für die Auswahl der wichtigsten Sprachlaute für Ihren selbst kreierten Markennamen.

www.Produktnamenerfindung.de

info@Produktnamenerfindung.de

+49 170 3545 111