

## Marianne Friese Consulting GmbH (MFC)

### Marketing und Kommunikation in China: „Heiß und Laut“

„Re Nao“ – wörtlich übersetzt „heiß und laut“ – muss Marketing in China laut Marianne Friese sein. Tanzende Löwen und Drachen, Aufmerksamkeiten für Kunden und Journalisten sind da keine Seltenheit.

Die Pekinger Agentur Marianne Friese Consulting GmbH (MFC) unterstützt deutsche Unternehmen wie den Automobilzulieferer Hoerbiger, Jägermeister oder die Badische Staatsbrauerei Rothaus AG kommunikativ dabei, auf dem chinesischen Markt Fuß zu fassen. Von der chinesischen Namensfindung über Medienplatzierung bis zu Markteintrittsstudien und -positionierung sowie Kampagnenentwicklung deckt ihr internationales Team eine große Bandbreite an PR- und Marketingberatung ab.

### Kulturelle Unterschiede lösen

Ein 20 Meter langes rotes Band, gehalten von zehn hübschen, rot gekleideten Hostessen – auch auf dem Eröffnungs-Event der „Hoerbiger Orient Gear“ in Taizhou durfte es ein bisschen mehr sein. Mit der in europäischen Augen exotisch anmutenden Veranstaltung wurde der Öffentlichkeit und den Mitarbeitern gegenüber ein Zeichen gesetzt: Kultur und Arbeitsethos der Chinesen sollen mit deutschem Engineering-Know-how verschmelzen, um das Unternehmen langfristig auf dem chinesischen Markt zu etablieren.

Auch wenn die Show bei Events wie Eröffnungsfeiern einen großen Stellenwert einnimmt, dürfen andere Aspekte nicht vernachlässigt werden: Die chinesischen Adressaten achten nicht nur darauf, wie viel Geld ausgegeben wurde – sondern

auch auf Stilgefühl und die richtige Einschätzung von Rang und Einfluss der geladenen Persönlichkeiten.

Das Aufdecken und das Ausbalancieren kultureller Unterschiede zwischen China und Deutschland gehört für MFC somit zum Arbeitsalltag. „Wir verstehen uns als China Enabler“, so MFC-Geschäftsführerin Marianne Friese.

### **Emotionalisierung der Marken**

Was nach westlichem Urteil als übertrieben gelten mag, kann dem chinesischen Geschmack gerade angemessen erscheinen. Sogar bei rein technischen Produkten ist der Appell an große Gefühle gefragt. Der Name eines Produkts oder eines Unternehmens muss diesem Bedürfnis nach Emotionalität gerecht werden.

Dabei gilt es zu beachten, dass sich in den chinesischen Schriftzeichen zahlreiche Hintergrundbedeutungen verbergen, die neben dem vordergründigen Sinn der Wörter positive oder negative Assoziationen mitschwingen lassen.

### **Westliche Namen in chinesische Erfolgsmarken verwandeln**

Westliche Namen sinnvoll und zielführend ins Chinesische zu übertragen, erfordert deshalb großes Können und viel Erfahrung – dies wird anschaulich am Beispiel der Marke Jägermeister: Nach Wettbewerbs-Recherche, nach qualitativer Marktforschung und nach Gruppendiskussionen mit Vertretern der Verbraucher-Zielgruppe, mit Barkeepern und mit Journalisten empfahl MFC den Namen 野格 - Ye Ge - was soviel wie „wilder Typ“ bedeutet. Damit ist zweierlei gewährleistet: Phonetisch klingt die Marke immer noch nach Jägermeister und die chinesische Bedeutung trifft den Markenkern.

MFC entwickelte auch einen chinesischen Namen für die deutsche Kult-Biermarke Tannenzäpfle, die in Chinas Metropolen ausländische und chinesische

Nachtschwärmer ansprechen soll. Eine Aufgabe, in die Marianne Friese auch ihr privates Know-How einfließen lassen kann – es handelt sich um ihr Lieblingsbier, das sie in China bald als: 塔浓 - Ta Nong bestellen darf.

## Hintergrund zur MFC GmbH

Marianne Friese, Gründerin und Inhaberin von MFC Marianne Friese Consulting bietet basierend auf ihrer über 15-jährigen Tätigkeit auf 3 Kontinenten reichhaltige Erfahrung im Aufbau globaler Marken, deren Kommunikation, im Corporate Reputation Management und in der Markt-Analyse. Für eine amerikanische PR-Agentur leitete sie die weltweite Abteilung für Marken-Kommunikation, 7 Jahre auch deren deutsches Büro, bis sie deren Pekinger Büro aufbaute. Seit 6 Jahren ist sie nun in China. Zwischenzeitlich arbeitet sie mit Ihrem eigenen, internationalen Team bestehend aus Sinologen und chinesischen Marketingexperten für Unternehmen unterschiedlichster Branchen, z. B. den Spielzeughersteller Ravensburger und den Handelskonzern Metro, aber auch den VDMA (Verband Deutscher Maschinen und Anlagenbau) unterstützt sie in China.

[www.m-f-consulting.com](http://www.m-f-consulting.com)

[www.m-f-consulting.de](http://www.m-f-consulting.de)

Bildmaterial und weitere Informationen auf Anfrage.

Für Rückfragen:

Marianne Friese Consulting GmbH

Marianne Friese, +86 137 0110 1406 (China) +49 (0) 176 2323 0463 (Europa)

Martina Michel, PR Deutschland, Tel: +49 (0)179 455 9636