



Foto: Markus Schmidt

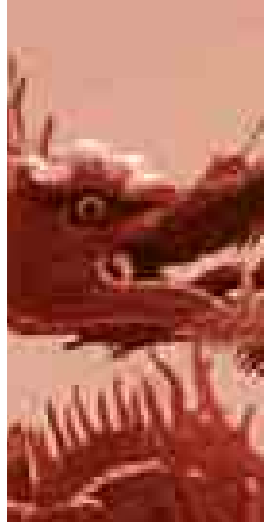


Foto: Markus Schmidt

Marianne Friese beim 1. China-Tag der IHK Darmstadt

„Wilder Typ“ statt „Medizinalkohol“

VERANSTALTUNG. Mehr als 120 Vertreter von Unternehmen, Städten, Gemeinden, Universitäten und anderen Institutionen besuchten Ende September den 1. China-Tag der IHK Darmstadt. China-Experten aus Deutschland und Fernost gaben Einblicke in Wirtschaft, Kultur, Politik und Umgangsformen im Reich der Mitte.

SEIT ACHT JAHREN lebt und arbeitet sie in China. Beim 1. China-Tag der IHK Darmstadt hat sie über ihre Arbeit und ihre Erfahrungen mit der asiatischen Wirtschaft berichtet. Marianne Friese, die Gründerin und Geschäftsführerin der Marianne Friese Consulting GmbH mit Sitz in Beijing, hat einen der 19 Kurzvorträge gehalten und ihren mehr als 50 Zuhörern Marketing in China nähergebracht. Wichtigster Knackpunkt sei es, so Friese, die Zielgruppen in China genau zu kennen. Außerdem gelte es, deren unterschiedliche Erwartungen zu erfüllen – so sei in China beispielsweise ein einprägsamer und bedeutungsvoller Marken- und Firmenname ein absolutes Muss.

Bei der Marktanalyse müssten Unternehmen bedenken, dass das Rollenverständnis von Männern und Frauen von dem in Europa abweiche. Auch legten die Chinesen andere Maßstäbe bei der Unterscheidung von Stadt und Land. So bezeichne eine ihrer chinesischen Mitarbeiterinnen ihren Herkunftsort als „Dorf“. Leicht missverständlich, denn die Einwohnerzahl des „Dorfes“ beträgt 600.000. Zudem, sagt Friese, müsse man beim Marketing in China berücksichtigen, dass der Chinese „ein hoch vernetztes Individuum ist“. Guerilla Marketing sei deshalb eine beliebte Strategie im Land der Mitte.

Marke wird umgetauft

Am Beispiel des Kräuterlikörs „Jägermeister“ erläuterte Friese, wie wichtig ein eigener chinesischer Markenname für Produkte sei, auch wenn sie sich im Westen schon mit einem anderen Namen etabliert hätten. Jägermeister sei schon einige Jahre unter seinem bewährten deutschen Namen auf dem chinesischen Markt gewesen. Doch die europäische Bezeichnung habe sich kein Chinese merken können. Die Konsumenten erfanden Namen wie „Heiliger Hirsch“ oder „Medizinalkohol“. Ein eigener chinesischer Name musste her. Man entschied sich nach Befragungen und Analyse der Zielgruppe, das heißt junge Männer zwischen 21 und 35 Jahren, für „ye gé“. Übersetzt bedeutet der Name „wilder Typ“.

Bei der Namensgebung wurden viele Aspekte bedacht: „Der Vorteil an ‚ye gé‘ ist nicht nur, dass er ähnlich klingt wie das Original und den richtigen Inhalt transportiert. Er ist auch so kurz, dass er am gängigen Konsumort, einer lauten Disko, auch zu späterer Stunde noch ausgesprochen werden kann und vom Barkeeper verstanden wird“, sagte Marianne Friese.

Dr. Uwe Vetterlein, Hauptgeschäftsführer der IHK Darmstadt, hatte die Veranstaltung am frühen Nachmittag eröffnet. In seiner Rede hob er die Bedeutung Chinas für die Region Darmstadt Rhein Main Neckar hervor: Fast ein Fünftel aller hessischen Unternehmen seien bereits im China-Geschäft engagiert – Tendenz steigend. Auch die Politik in Darmstadt zeigte Interesse am Thema: Walter Hoffmann, Oberbürgermeister der Stadt Darmstadt (SPD), sprach ein Grußwort.

Rudolf Scharping, ehemaliger Verteidigungsminister und geschäftsführender Gesellschafter der Beratungsgesellschaft „RSBK“ hielt das Einstiegsreferat. Er reist seit mehr als 20 Jahren regelmäßig nach China und ist als Strategieberater für deutsche und chinesische Firmen sowie für Provinzen und Städte tätig. In seiner Rede sprach er über die großen Veränderungen Chinas in den vergangenen 30 Jahren – ideologisch wie wirtschaftlich.

Anschließend ging es für die 120 Besucher in Kurzvorträge zu Wirtschaft & Recht, Sprache, Gesundheit & Kultur sowie Politik & Leben. • asc

► **INFORMATION:** Sonja Müller, Leiterin China Competence Center der IHKs Darmstadt und Frankfurt, Telefon: 06151 871-250, E-Mail: sonja.mueller@darmstadt.ihk.de

► Informationen über die Marianne Friese Consulting GmbH: www.m-f-consulting.com



Den TV-Beitrag über den China-Tag finden Sie unter :

► www.darmstadt.ihk24.de: Dok.-Nr. 13545