

Kontakt

CHINABRAND Consulting Limited

Registration Office:

39/40 Calthorpe Road, B15 1TS Birmingham,
Great Britain

Company No. 50 20 342

Managing Director: Dr. Hans Joachim Fuchs

CHINABRAND Consulting Limited

Niederlassung München

Am Blütenanger 55

D-80995 München, Germany

Telefon: 089 – 141 71 55

Telefax: 089 – 140 91 72

Handelsregister München HRB 152 151

CHINABRAND Consulting Limited

Shanghai Office

28C, No. 58 New Jinqiao Road, Pudong

Shanghai 201206, China

Phone: 0086 – 21 – 503 079 45

Fax: 0086 – 21 – 685 300 80

Mobiltelefon:

Europa: 0049 – 172 – 826 00 93

China: 0086 – 136 818 777 70

Internet:

www.chinabrand.de

info@chinabrand.de

CHINABRAND® ist eine international geschützte Dienstleistungsmarke.



Marketing in China

Marketing in der Kollektivgesellschaft

Während im Westen die Meinung vorherrscht, dass der Konsument ohne Kommunikation nichts von der Existenz eines Produktes oder einer Marke wissen kann und deshalb zuerst eine gewisse Markenbekanntheit geschaffen werden muss, denken Chinesen genau umgekehrt. In einer kollektivistischen Gesellschaft, in der persönliche Beziehungen und Mundpropaganda ein derart große Rolle spielen, geht man davon aus, dass sich ein Produkt auch ohne Werbung gut verkauft, wenn es bei akzeptabler Qualität zu einem vernünftigen Preis angeboten wird. Während der Europäer oder Amerikaner auf das Verhalten des Einzelnen setzt, baut der Chinese beim Absatz auf die Kräfte des Kollektivs.

In China sollte sich Markenkommunikation deshalb mehr auf Mundpropaganda und Dialoge konzentrieren und nicht nur auf gefällige, spektakuläre und persuasive Massenwerbung setzen. China ist eine ausgeprägte Printkultur und Erzählgesellschaft. Die Zeitung, das Kleingedruckte auf der Verpackung und die Meinung des Nachbarn haben dort einen deutlich höheren Stellenwert als in Europa. Presseartikel, Fachaufsätze, Vorankündigungen und emotionale Events können intensive Mundpropaganda auslösen und damit eine große Öffentlichkeit erzeugen. Public Relations, Konzepte des Word of Mouth und Lobbying gehören in China zu den wichtigsten Instrumenten der Markenkommunikation.

Der Aufbau und die Aufrechterhaltung eines künstlichen Images macht in der Volksrepublik immer weniger Sinn. Der schnelle und permanente Wandel der chinesischen Wirtschaft zerstört Images schneller als sie aufgebaut wurden – für viel Geld und mit viel Zeit. Sie sind bunte, aber kurzlebige Seifenblasen, die in einem turbulenten Umfeld schnell platzen. Marken sollten in China deshalb identitätsbasiert positioniert werden, d.h. auf der historisch gewachsenen Substanz des Unternehmens, seiner Herkunft, Geschichte, Tradition, auf Erfindungen oder berühmten Personen beruhen. Chinesen vertrauen Menschen eher als unbekanntem Unternehmen.

Identität und Persönlichkeit können durch Fakten jedoch nicht angemessen kommuniziert werden. Es sind Geschichten, die beides wirkungsstark transportieren. In China ist das Erzählen von Geschichten für Unternehmen oft die einzige noch wirksame Methode, um in einem informationsüberfluteten, wettbewerbsintensiven und turbulenten Umfeld Aufmerksamkeit zu erhalten.

Marken werden in China häufig inszeniert, auf der Bühne der Märkte wirksam in Szene gesetzt. Dieser Ansatz ist in der Volksrepublik fruchtbar, denn Theatralik, Dramatisierung und Inszenierung sind tief in der chinesischen Kultur und Gesellschaft verwurzelt. Beim visuellen Auftritt kombinieren erfolgreiche Unternehmen oft traditionelle chinesische und moderne westliche Inhalte und Formen. Der Grad der Anpassung oder das Mischungsverhältnis der Elemente hängen von den jeweiligen Märkten, Branchen und Regionen ab, in denen die Marke kommuniziert werden soll.

Kompetenz und Erfahrung

CHINABRAND ist eine deutsche Managementberatung für das Geschäft deutscher und europäischer Markenunternehmen (B2B und B2C) in China und Asien. Wir sind auf den Markt und den Wettbewerb ausgerichtet und konzentrieren uns auf die Beratungsfelder Competitive Intelligence und Wettbewerbsstrategie, internationaler Schutz von Know-how, Anti-Counterfeiting, innovative Vertriebsformen und strategische Markenführung.

CHINABRAND betreibt Büros in München, Shanghai und Guangzhou und beschäftigt hoch qualifizierte deutsche und chinesische Consultants mit mehrjähriger Berufserfahrung im Chinageschäft. Unsere Klienten sind namhafte europäische Markenunternehmen aus unterschiedlichen Branchen wie pharmazeutische Industrie, Maschinenbau, Elektrotechnik, Konsumgüter, Bauwirtschaft, Mode oder Medien.