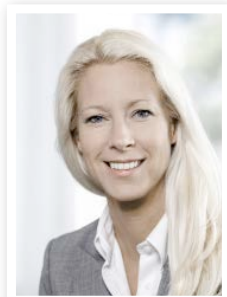


IDEEN „OUT OF THE BOX“

INTERVIEW Frauke Feess, Marketingexpertein und Unternehmensberaterin, über Imageaufbau ohne Budget, authentische Markenerlebnisse und Manager mit Mut zu neuen Wegen.

Ob in Wachstumsphasen, während der Eroberung neuer Märkte oder der Stärkung von Marken und dem Entwickeln von Innovationskraft – bei strategischen Geschäftsentscheidungen ist Expertenrat gefragt. Die FFEESS Consulting Group ist unter anderem spezialisiert auf die Kreation von Ideen, Marken- und Wachstumsstrategien sowie die Unterstützung bei Produkteinführungen. Im Interview verrät Unternehmensgründerin Frauke Feess am Beispiel YORK, wie eine Luxusmarke für Uhren und Schmuck etabliert werden kann.



MARKEN-MACHERIN

Frauke Feess startete ihre Karriere nach dem internationalen BWL-Diplomstudium in der Managementberatung. Nach acht Jahren im Stab des Vorstandsvorsitzenden sowie in der Leitung des Strategischen Marketings des Generali Deutschland-Konzerns wechselte Feess in die

Leitung der „Unit Insurance“ bei einer Frankfurter Managementberatung. 2009 folgte die Selbstständigkeit mit der FFEESS Consulting Group. Feess wurde mit dem Unternehmerinnenbrief des Landes Nordrhein-Westfalen ausgezeichnet.

I DUB UNTERNEHMER-Magazin: Sie beraten York Prinz zu Schaumburg-Lippe seit rund fünf Jahren beim Aufbau der Luxusuhrenmarke YORK. Wie schafft man es, eine Marke ohne großes Marketing-Budget aufzuladen?

» **Frauke Feess:** Zum Erfolgsrezept gehört eine Mischung aus Kreativität und Leidenschaft für die Marke. Tatsächlich verfügen wir über keinen klassischen Etat für Werbekampagnen. Ebenso verzichtet YORK weitgehend auf den Vertriebsweg Juwelier – und setzt stattdessen auf einen weltweiten, persönlichen Direktkontakt zur Zielgruppe.

I Wie geht das konkret? Rufen Sie wohlhabende Leute an, um Uhren anzubieten?

» **Feess:** Nein, das funktioniert nicht. Wichtig ist ein authentisches Markenerlebnis. Das vermittelt YORK unter anderem auf dem Stammsitz der Familie Schaumburg-Lippe auf Schloss Bückeberg in Niedersachsen im Rahmen sogenannter Uhrendinner. Als passionierte Oldtimer-Fans veranstaltet ‚die Marke‘ obendrein eine jährliche exklusive Oldtimer-Rallye für 30 Teams. Die YORK Concours Chrono fand 2016 zum vierten Mal statt – mit Gästen aus aller Welt. Das Event ist deshalb etwas besonderes, weil es die vollständige DNA der Marke YORK trägt. Dazu gehört auch die schon legendäre Küchenparty auf dem Schloss – das Highlight am Rallyeabend. Dort entwickelt sich Kundennähe und ein individueller Kontakt zu den Gästen, die von ihren Wünschen und Vorstellungen berichten. Sie lockt nicht zuletzt auch ein echtes ‚Money can’t buy-Erlebnis‘: Besitzer einer goldenen YORK Uhr können in den privaten Gästezimmern des Schlosses übernachten.



Passion für Oldtimer: Frauke Feess und Prinz York während des YORK Concours Chrono



Exklusiv und innovativ: Die „YORK Royal Black Caviar“ im edlen, silbernen Kaviarset

Was charakterisiert heute die Marke YORK?

» **Feess:** Zum einen Idee und Konzept. Prinz York wollte eine Uhr zum Thema Kaviar kreieren und diese zusammen mit einem edlen silbernen Kaviarset und frischem Kaviar servieren. FFEES Consulting gewann mit Robbe & Berking und Caviar House Prunier die passenden Partner und übernahm die internationale Vermarktung. Zum anderen steht die Marke YORK für Individualität, außergewöhnliche und hochwertige Materialien sowie eine strenge Limitierung und Einzelanfertigung. So gestaltete YORK als erste Marke ein Zifferblatt aus Blafluss-Gestein. Das wird inzwischen von anderen Herstellern kopiert. Auch die Rallye-Sonderedition mit einem aus dem Leder eines Oldtimers-Autositzes gefertigten Uhrarmbands – dieses Jahr von einem Ferrari 275 GTS – untermauert den exklusiven Charakter. Das kommt an. Die ‚YORK Royal Black Caviar‘-Uhr wurde auf der Uhrenmesse Baselworld 2013 vom US-Wirtschaftsmagazin ‚Forbes‘ zu einer der neun innovativsten Uhrenideen gekürt.

Sie beraten auch große Unternehmen. Was empfehlen Sie Ihren Auftraggebern?

» **Feess:** Ich rate meinen Kunden, mutiger zu sein. Seit vielen Jahren coache ich Vorstände und Führungskräfte zum Thema Unternehmensentwicklung, Wachstumsinitiativen und Markenstärkung. Ein Schwerpunkt liegt in der Finanzdienstleistungsbranche, insbesondere Versicherungen. Meine Beratung entspricht einer fachlichen Begleitung, einem Sparring von Führungskräften mit Mut zu neuen Wegen. Es hat schon zu sehr guten Ergebnissen geführt, wenn zu Beginn eines Projekts erlaubt wird, Ideen ‚Out of the Box‘ zu entwickeln. Erstaunlich ist, wie viel Potenzial und Ideenreichtum in Führungskräften und Mitarbeitern steckt, wenn es einen Freiraum zum Denken gibt. Man ist mit Spaß und Leidenschaft dabei und transportiert Identität. Daraus konkrete Marken- oder Wachstumsinitiativen und Umsetzungsmaßnahmen abzuleiten, die nachhaltig messbar sind, den Unternehmenserfolg steigern und die Marke stärken, ist der Fokus meiner Arbeit. Mein Motto lautet: ‚Gemeinsam zu Ihrem Erfolg‘. ■

„Ich rate meinen Kunden, mutiger zu sein.“



Frauke Feess
Geschäftsführerin FFEES Consulting Group

DAS WICHTIGSTE IM ÜBERBLICK

- Authentische Markenerlebnisse steigern Erfolgchancen.
- Führungskräfte brauchen Mut zu neuen Wegen.
- „Out of the Box“-Denken birgt viel Potenzial und Ideenreichtum.

 Mehr unter ffeess.de