

Ein Buch
fürs Leben.

FREY
book

... fürs Leben.

Ein Buch *fürs Leben.*

Was ist das Buch fürs Leben?

Es ist die Geschichte von FREY: FREY als Unternehmen, als Kultur, als Marke und FREY als eine Haltung.

Die nächsten Seiten laden Sie ein, den Sinn und die Werte der Marke FREY zu erleben. Wir wollen Sie inspirieren. Wir wollen Sie begeistern. Und wir wollen Sie mit auf diese spannende Reise nehmen.

Das Buch fürs Leben zeigt den Charakter und die Identität von FREY und lädt Sie zum Mitmachen ein.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß!

Cham, 09. Februar 2019

Inhalts- verzeichnis

Wer sind wir?	12
Unsere Wurzeln	14
Unsere Vision	18
Unsere Ziele	20
Wofür stehen wir?	22
Unsere Werte	26
Unsere Erfolgsbausteine	50
Unsere Versprechen	54
Unser FREY-Erlebnis	60
Unser FREY-Design	78

Y Das Leben gestalten.

Liebe Mitarbeiterinnen,
liebe Mitarbeiter,

ab heute darf ich Sie mit auf eine gemeinsame Reise nehmen. Eine Reise, die durch unsere starken Wurzeln in die Vergangenheit möglich und durch die Herausforderungen der Zukunft notwendig geworden ist. FREY wurde durch viele mutige Entscheidungen, entschlossenes Handeln und tollen Menschen das, was es heute ist, ein gesundes, wachsendes und stolzes Unternehmen, das auf unterschiedlichen Säulen ruht.

Darauf ausruhen wollten wir uns allerdings nicht. So starteten wir ein Markenprojekt. FREY CASE war geboren. Mit einem externen und internen Markenteam von rund 50 Personen haben wir uns gefragt, welche Werte FREY geprägt haben und welche Werte uns in eine erfolgreiche Zukunft begleiten sollen.

Wir haben hinterfragt, wie wir künftig als Unternehmensgruppe auftreten und wahrgenommen werden wollen und wie wir unser daraus resultierendes Kundenversprechen mit der visuellen Identität unseres Unternehmens in Einklang bringen können. So einfach dieses Projekt klingen mag – in Wirklichkeit muss es vielfältige komplexe Ansprüche auf wenige Aussagen zuspitzen und sichtbar machen, wofür wir stehen.

FREY ist ein Unternehmen fürs Leben. Viele unserer Kunden kennen und schätzen uns seit sie Kinder waren. Der ein oder andere wuchs mit FREY auf und durchlebte mit uns viele Veränderungen. Wo er heute attraktive Mode bekommt, kaufte er früher Zeitschriften. Wo er online nur nach der Adresse suchen konnte, findet er heute unser vielfältige Produkt- und Servicewelt. Stationäre Exzellenz und die digitale Welt verzahnen sich auf organische Art. Ganze Familien begleiten wir über Generationen. Die Kinder mit Schulranzen und Kleidung, die Jugendlichen mit der ersten eigenen Wohnung und alle Menschen bei allen Gelegenheiten und Situationen, in die ein Mensch geraten kann, um dafür passende Outfits und Einrichtungen zu finden, die fast keine Wünsche offen lassen.

Aber auch unsere Mitarbeiter möchten wir mit unserer Haltung ein Arbeitsleben lang begleiten. FREY SEIN ist unser Anspruch, der beste Arbeitgeber fürs Leben für die besten Arbeitnehmer zu sein. Wir wollen Menschen ausbilden, ihnen bei ihrer fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung und Bewusstwerdung zur Seite stehen, Perspektivenwechsel, Auszeiten oder Familienplanung ermöglichen und damit den Sinn des Lebens auch in der Arbeit abbilden.

”
*FREY SEIN wird mehr
als ein Werbespruch.*

FREY fürs Leben soll uns nicht die nächsten Wochen als Werbeslogan dienen, sondern unsere Unternehmensphilosophie zum Ausdruck bringen und uns begleiten.

Dahinter steckt jedoch kein starrer IST-Zustand. Es ist eine Haltung, die es ab jetzt mit Leben zu füllen gilt. Dazu werden wir uns gemeinsam auf die Reise machen. Und wir werden uns die Fragen beantworten: Was bedeuten die Werte für meinen Alltag? Wie kann ich mich aktiv einbringen? Warum soll ich hier überhaupt mitmachen?

Diese und weitere Fragen werden wir immer wieder jeder für sich und dann gemeinsam beantworten. FREY wurde immer werteorientiert geführt und unser folgerichtiges Ziel ist es jetzt, dies strukturierter zu tun und gemeinsam jeden Tag daran zu arbeiten und besser zu werden.

Ich freue mich auf diesen wichtigen Meilenstein in unserer Unternehmensgeschichte.

Ihre Caroline Frey





”
*Gemeinsam gestalten
wir ein Unternehmen
fürs Leben.*

Y Gemeinsam Werte leben.

Liebe Mitarbeiterinnen,
liebe Mitarbeiter,

Gemeinsam Werte leben, steht in der Überschrift. Drei bedeutende Worte, die einzeln und zusammen ein starkes Statement abgeben.

Gemeinsam, das sind wir, das Unternehmen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gemeinsam sind wir seit jeher auf einer spannenden Reise, ohne es vielleicht immer zu wissen oder bewusst zu gestalten. Denn bei uns waren und sind Veränderungen und Weiterentwicklung Alltag. Als langjährige Mitarbeiterin oder Mitarbeiter oder auch als Kunde, konnte man bei Frey immer schon Veränderungen erleben und spüren.

Gemeinsam haben wir in den letzten Jahren erfahren, wie sich die Märkte verändern, und gemeinsam haben wir darauf reagiert und die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt.

Werte spiegeln die gelebte Marke wider. Eine Marke, das ist Frey. Aber wofür steht explizit die Marke Frey? Dies wollten wir genauer wissen und haben uns deshalb damit beschäftigt. Nicht mit der Konkurrenz, nicht mit dem Wettbewerb, sondern mit uns.

Denn nur wir selber können uns die Antwort darauf geben. So sind wir. Wo wollen oder müssen wir hin?

Während unseres Markenprozesses haben wir alles das, was wir schon mehr oder weniger sind, nochmals zusammengefaßt, geordnet und strukturiert. Damit jeder weiß, für welche Werte Frey steht, und welche Leitplanken diese Marke stützen und sichern.

Gemeinsam Werte leben. Werte können nur spürbar gemacht werden, wenn sie gelebt werden. Von jedem einzelnen und gemeinsam. Nur so erreichen wir unsere Ziele. Sie als MitarbeiterIn stehen für die Marke. Sie leben unsere Marke und durch Sie erleben diese unsere Gäste.

In diesem Sinne: Reisen wir weiter, in die Zukunft, die Weichen dafür sind gestellt.

Ihr Helmut Hagner

Wer sind wir?

Zu wissen, wer man ist, woher man kommt und wohin man will, ist für FREY von entscheidender Bedeutung. Ohne unsere Wurzeln zu vergessen, blicken wir immer nach vorne und möchten die Zukunft aktiv mit unseren Teams gestalten.



Unsere Wurzeln

Matthias Frey, Cham
Versandgeschäft in Cham
Mitglied der größten Einkaufsvereinigung U
Einkaufshäuser in Berlin und Chemnitz
Erstes Spezialgeschäft der Kur- u. W
branche am
Für den Weltnachts-Verkauf zu Vorzugspreisen
hochaparte Neuhe
in Damen- u. Kinderkonfektion * Pelzwaren * Hochf. Pe
The-Gelacke
Handtücher, abgepaßt und am Saub.
Überhandtücher, vorgeschirmt und gemitt.
Tischtücher,
Tischläufer in Leinen, Tüll und Spachtel,
Tischdecken, abdrückte u. wuschbar,
einreihige Schlafdecken
Auswahl Bettdecken

Sozialist. Eis- und Rode



Wir lieben das Leben.

DAS FREY-ERLEBNIS

Wir begeistern und inspirieren Menschen für die schönen Dinge im Leben. Mit unseren Mode- und Möbelerlebnishäusern schaffen wir Auszeiten und Erlebnisse in einer immer hektischer werdenden Welt. FREY heißt, sich Zeit nehmen für das Leben. Wir nennen das FREYZEIT.

DIE EMOTIONALEN OUTFIT- UND EINRICHTUNGSEXPERTEN

Durch die einmalige Outfit-, Einrichtungs- und Stil-Expertise stellen wir unseren Gästen ein konkretes Produkt und eine besondere Dienstleistung zur Verfügung. Wir machen Mode und Möbel erlebbar. Das gelingt uns durch unsere besonderen FREY-Flächen in unseren Erlebnishäusern, durch unsere kompetenten Mitarbeiter und einen gelebten Service- und Dienstleistungsgedanken.

FOKUSSIERUNG AUF DEN MENSCHEN

Mittelpunkt unseres Unternehmens war, ist und bleibt der Mensch: sowohl was unsere Mitarbeiter als auch unsere Gäste betrifft, die oftmals zu Stammkunden und Freunden werden. Wir kennen und schätzen unsere Gäste. Unsere Gäste schätzen und kennen uns.

EMOTIONALES OMNI-CHANNEL-UNTERNEHMEN

Dabei machen wir keinen Unterschied, ob Menschen uns besuchen, mit uns telefonieren, lieber chatten, schreiben, ob sie online oder offline kaufen. Wir machen keinen Unterschied zwischen analogen, digitalen oder räumlichen Erlebnissen. Denn unser ganzheitliches Erlebnis macht den Unterschied.

So begeistern wir Menschen

... fürs Leben!

Unsere Vision

Unsere Ziele

Nur wer seine Ziele kennt, kann auch den richtigen Weg dorthin gehen. Gemeinsam arbeiten wir an der erfolgreichen Gegenwart und Zukunft unserer gesamten Unternehmensgruppe. Vier große Zielbereiche definieren wir bis 2030 und werden diese inhaltlich mit Spaß, Freude, Leidenschaft und Sorgfalt angehen. Wir wollen unsere Ziele mit Ihnen erreichen. Gemeinsam.

DIE EMOTIONALEN OUTFIT- UND EINRICHTUNGSEXPERTEN

Wir verbinden unsere Produkt-, Service- und Dienstleistungskompetenz zu einem emotionalen Gesamterlebnis. Der zentrale Produktfokus liegt auf unseren Outfit- und Einrichtungswelten. Das gelingt uns durch die komplette Vernetzung der FREY-Welten (App, Mode, Einrichtung, Sport, Küche, Restaurant und andere).

DAS EMOTIONALE OMNI-CHANNEL-UNTERNEHMEN

Wir vernetzen unser stationäres Expertenwissen mit den digitalen Strukturen und unseren Erlebnishäusern. Dadurch generieren wir ein überzeugendes Kundenerlebnis, das durch Einfachheit, Reaktionsschnelligkeit und Zuverlässigkeit überzeugt. FREY wird ein Omni-Channel-Unternehmen.

DAS FREY-MARKENERLEBNIS

Wir verstehen und leben unsere Werte und füllen unsere Erfolgsbausteine täglich. Jeden Tag wollen wir ein bisschen besser werden. FREY führt die Marke aktiv, bewusst und wertorientiert. Dabei emotionalisieren wir unsere FREY-Marke und verpflichten uns einem ganzheitlichen Markenerlebnis an allen Kontaktpunkten.

FOKUSSIERUNG AUF DEN MENSCHEN

Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt unseres Handelns. Dabei wollen wir Gastgeber für unsere Kunden sein und bessere Arbeitgeber *fürs Leben* werden. Wir übernehmen Verantwortung für unsere Region, gehen vertrauensvoll mit Daten, Wissen und Ressourcen um und sind für die Menschen da.

Wofür stehen wir?

Welche Werte wollen wir gemeinsam vertreten, und welche Versprechen geben wir unseren Gästen? Zu wissen, wofür wir täglich aufstehen und was den Unternehmenssinn von FREY ausmacht, hilft uns, gemeinsam an unseren Zielen zu arbeiten. FREY ist wert(e)voll!



DIE FREY-DNA

FREY STEHT FÜR DIE FOLGENDEN WERTE:
**FÜRS LEBEN . BODENSTÄNDIG .
BEGEISTERND . MENSCHLICH . DYNAMISCH**

Wir lieben das Leben und begeistern Menschen mit unseren Mode- und Einrichtungserlebnishäusern. Wir sind für unsere Gäste und Mitarbeiter da. Ein Leben lang.

Unsere Werte

„FREY ist das Unternehmen fürs Leben.“

Nummer-eins-Position



LEBENSFREUDE

FREY steht für Lebensfreude:

Als Gastgeber für unsere Kunden und
als Arbeitgeber für mehr Freiheit, Sinn und Weiterentwicklung.

Ein-Wort-Wert

Jeder Markenwert hilft uns, FREY zu steuern.
Mit folgenden Alltagsfragen aktivieren wir unsere Werte:

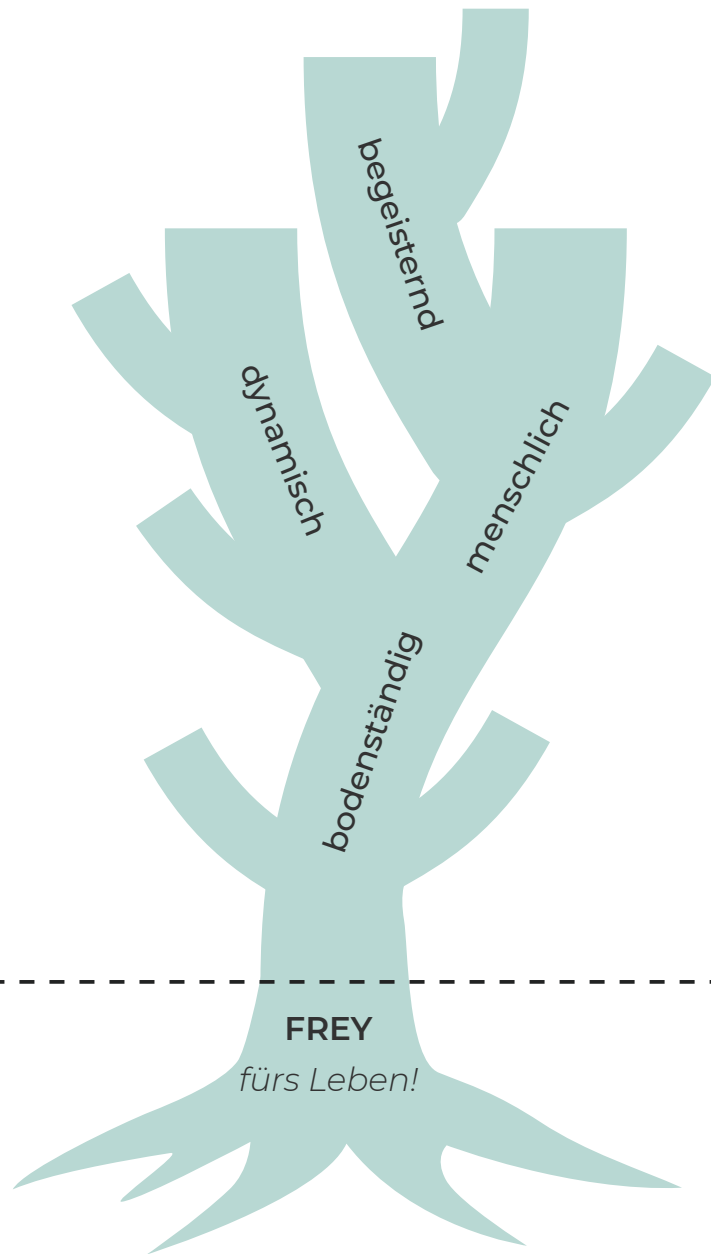
- Regel 1: Welche Freude kann ich meinem Gast/Kollegen machen?
- Regel 2: Kann ich meinem Gast/Kollegen helfen und ein Problem lösen?
- Regel 3: Was kann ich meinem Gegenüber versprechen und zu 100 % halten?
- Regel 4: Ist die Marke FREY bei meinem Handeln inhaltlich und visuell zu erkennen?

Diese Markenregeln und viele weitere Hilfen, um in Ihrem Alltag die Marke FREY zu leben, werden wir in unseren Schulungen, Workshops und Seminaren vermitteln.

Markenregeln

A large, teal-colored abstract graphic on the left side of the page, consisting of two thick, curved lines that meet at a point, forming a shape reminiscent of a stylized 'V' or a pair of arms.

Unsere Werte



Das FREY- Markenversprechen



FREY *fürs Leben* soll zum einen das Gefühl der Freiheit und zum anderen das besondere Erlebnis beim Unternehmen FREY beschreiben - die „Freyheit“ sozusagen. FREY ist für die Menschen da. Egal ob für Mitarbeiter, Gäste, Partner, Lieferanten oder Freunde. Und das am liebsten ein Leben lang. Zu allen Lebensereignissen bieten wir unsere Kompetenzen in einem besonderen Omni-Channel-Erlebnis.

... *fürs Leben*

... fürs Leben

Ein Unternehmen fürs Leben!

Wir sind Gastgeber und bieten unsere Gästen in allen Lebenslagen unsere Kompetenz aus dem Mode- und Einrichtungsbereich. Ein erstes Kinderzimmer? Die Mode für das erste Bewerbungsgespräch? Das erste Haus einrichten? Mit der besten Freundin shoppen gehen? Sich auf die neue Küche freuen? Den Lebensstil zum Ausdruck bringen? Wir begleiten unsere Mitarbeiter und Gäste auf Wunsch ein Leben lang.



Begeistert

Begeistern

Wir begeistern und lassen uns begeistern!

Wir definieren besondere Erlebnisse und möchten unsere Mitarbeiter und Gäste für FREY, Mode, Einrichtung, Küchen, Sport, Genuss und das Leben begeistern und inspirieren. Das gelingt uns mit echten, authentischen und einmaligen Momenten: digital, analog und räumlich! Wir begeistern mit FREY SEIN!

A black and white photograph showing two people holding hands. The person on the left is wearing a textured, knitted sweater. The person on the right is wearing a dark watch on their left wrist. The background is dark and out of focus, suggesting an outdoor setting with wooden planks. The word "Menschlich" is written in a white, elegant serif font across the center of the image.

Menschlich

Menschlich

Wir inspirieren, lieben und begleiten Menschen!

Bei aller Digitalisierung stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt unserer Denk- und Handlungsweise. Empathie, Verständnis, Respekt und Wertschätzung gegenüber Gästen und Mitarbeitern machen FREY zu einem emotionalen Unternehmen. Wir legen Wert auf persönliche Weiterentwicklung und fördern unsere Menschen im Unternehmen.



Dynamisch

Dynamisch

Wir gehen immer den nächsten Schritt!

Die Welt dreht sich schneller. Marktveränderungen, Kundenwünsche und die alltäglichen Herausforderungen an den Mode- und Einrichtungsmarkt wachsen und werden anspruchsvoller denn je. Ein dynamisches und fortschrittliches Handeln sichert uns hier Alleinstellungsmerkmale. Ein dynamisches Verhalten unseres Unternehmens ist Zukunftsgarant. Nur wer sich bewegt, hat eine Zukunft.



Bodenständig

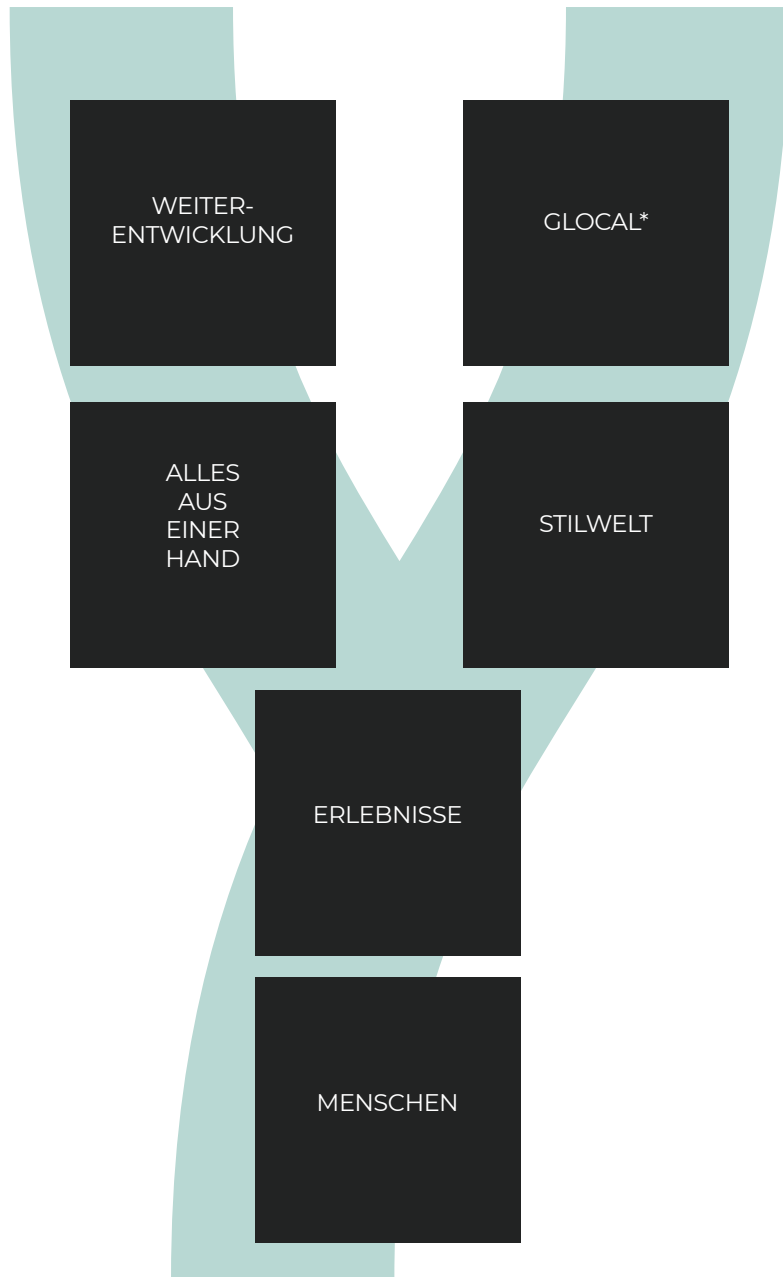
Bodenständig

Wir stehen mit beiden Beinen auf dem Boden!

Auch auf den steinigsten Wegen ist es wichtig, die Bodenhaftung nicht zu verlieren. Bodenständigkeit gibt uns Halt und Stabilität. Es ist sinnvoll und zugleich notwendig, die richtigen Entscheidungen in Ruhe zu treffen. Und auch wenn wir einen neuen Gipfel anvisieren und besteigen, gehen wir diesen Weg Schritt für Schritt, überlegt und dennoch selbstbewusst und mutig.

A large, teal-colored abstract graphic element on the left side of the page, consisting of two curved, overlapping shapes that resemble a stylized 'V' or a large bracket. The text is overlaid on this graphic.

*Unsere
Erfolgs-
bausteine*



*Glocal = Verantwortung in der Region übernehmen, lokal begeistern und weltoffen sein.

Die FREY- Erfolgsbausteine

Die Bausteine für unsere erfolgreiche Zukunft.

Die FREY-Erfolgsbausteine dienen der Orientierung in einzelnen Handlungsfeldern, die es die nächsten Jahre zu bespielen, betonen und befeuern gilt.

Diese Erfolgsbausteine können sich weiter verändern. Dabei ist es wichtig, diese Erfolgsbausteine in den nächsten Jahren mit relevanten Inhalten zu füllen und erlebbar für Mitarbeiter und Gäste zu machen.

Neben den FREY-Markenwerten gehören die FREY-Erfolgsbausteine zu den wichtigen und zentralen Markenführungssäulen und sollen als „Leitplanken“ dienen.



Unsere Versprechen

*Wir halten
unsere Versprechen.*

*Wir interessieren
uns für unsere Gäste.*

*Wir suchen
immer nach
Lösungen.*

*Wir sind
Gastgeber.*

*Wir bleiben
in Bewegung.*

Work

Ein Unternehmen fürs Leben. Das klingt spannend und herausfordernd. Und ja, wir wissen, dass wir uns gemeinsam auf den Weg machen müssen und dass wir mit diesem Markenbuch keinen Ist-Stand zementieren, sondern unsere gewünschte Entwicklung beschreiben. Gemeinsam wollen wir täglich besser werden. Und hier fangen wir an. Hier fängst DU an. Für DICH. Für DEIN Leben. Wir wünschen Dir viel Spaß damit!

Was bedeutet für Dich ...

... begeisternd?

... menschlich?

... dynamisch?

... bodenständig?

Was bedeutet „... fürs Leben“ für Dich?

Was würde Dich glücklicher machen?

Was wolltest Du schon immer einmal machen?

Was kannst Du Deinem Lieblingskollegen Gutes tun? Tu es.

Warum bist Du bei FREY?

Unser Frey- Erlebnis

Wenn wir von einem FREY-Erlebnis sprechen, möchten wir künftig eine klare Haltung vorgeben. Auf welchen Säulen stehen diese Erlebnisse und welche möchten wir unseren Mitarbeitern und Gästen bieten? Diese Struktur haben wir festgelegt und freuen uns auf echte Erlebnisse.



Frey-Erlebnisse auf drei Säulen

Das FREY-Erlebnis basiert auf drei zentralen
Erlebnissäulen innerhalb der FREY-Welt:

- **Menschen**
- **Räume**
- **Digitalwelt**

Auf den kommenden Seiten zeigen wir die konkreten
Inhalte dieser Erlebnisse - teilweise schon vorhanden,
teilweise noch zu entwickeln und zu zelebrieren.

#freyerleben

Frey Menschen- Erlebnisse



Frey Raum- Erlebnisse

Frey Digital- Erlebnisse



Frey-Berater



Frey
Menschen-
Erlebnisse
fürs
Leben.

Ein Gastgeber sein.

Als FREY-Berater bzw. FREY-Gastgeber haben wir keine Kunden, sondern wir kümmern uns um die Gäste unserer Erlebnishäuser. Die Einrichtungs-, Liefer-, Backstage- und Outfit-Experten begrüßen, beraten, betreuen und verabschieden unsere Gäste und kümmern sich um die Einhaltung unserer Markenversprechen.

Unsere FREY-Gastgeber überzeugen durch einmalige Expertise, besondere Stil- und Materialkompetenz und sind die wichtigsten Markenbotschafter unseres Unternehmens.

Sie stehen im ständigen Kundenkontakt und präsentieren unsere gesamte Unternehmensgruppe. Eine Aufgabe fürs Leben!

Work

Das Markenteam von FREY CASE hat sich Gedanken gemacht, was ein grundsätzlicher Denk- und Arbeitsansatz gegenüber unseren Kunden sein kann. Und hier lag auch schon eine erste Lösung. Wir wollen nicht einfach nur Kunden bei FREY - wir wollen Gäste und wir wollen als Gastgeber auftreten. Wir finden, Gastgeber sein ist eine ehrenvolle Aufgabe! Herzlich willkommen!

Was macht für Dich einen guten Gastgeber aus?

Wo wurdest Du einmal so begrüßt, wie du es dir immer wünschst/vorstellst?

Wo wurdest Du einmal so richtig als Gast enttäuscht?

Kannst Du Dir Dich als Gastgeber vorstellen?

Wie würdest Du Deinem Kollegen den Begriff „Gastgeber“ erklären?

Möchtest Du ein guter Gastgeber sein?

Frey-Räume



**Frey
Raum-
Erlebnisse**
*fürs
Leben.*

Ein (T)raum

Die FREY-Räume, die FREY-Modeerlebnishäuser und FREY-Einrichtungserlebnishäuser, stehen für ein besonderes Erlebnis.

Kunden, egal ob regional oder überregional, sollen ein besonderes Raumkonzept gepaart mit einmaligen Erlebnissen erfahren und sich immer wieder von FREY überraschen lassen dürfen.

Sinne, Haptik und Einrichtungskonzepte treffen auf digitale Services. Ein Kunde kann sich inspirieren oder beraten lassen, die Ware gleich mitnehmen oder nach Hause liefern lassen, Ware erfühlen und mit allen Sinnen erleben...

Übrigens:

In den FREY-Räumen begrüßen wir ab sofort keine Kunden mehr, sondern Gäste.

Work

Wir sind stolzer Einzelhändler und wir legen viel Wert auf unsere Erlebnishäuser. Egal ob in unseren Einrichtungshäusern, Küchenausstellungen oder Mode- und Sporthäusern: Wir setzen das Erlebnis in den Fokus für unsere Gäste. Exzellente Beratung und ein starker Servicegedanke sind für uns die Basis. Dazu bieten wir unseren Gästen echte Erlebnisse für alle Sinne. Wir wollen nicht nur irgendein Erlebnis bieten, sondern ein FREY-Erlebnis.

Was bedeutet für Dich „Erlebnis“?

Was war Dein schönstes Erlebnis bei FREY?

Welches Erlebnis könntest Du Deinem Gast bieten?

Die FREY-Erlebnishäuser sind für DICH ...

Was könntest Du in Deinem FREY-Erlebnishaus besser machen?

Warum ist ein FREY-Erlebnis so wichtig?

Frey-Digital



**Frey
Digital-
Erlebnisse**
*fürs
Leben.*

Ein Gastgeber sein, egal an welchem Ort und zu welcher Zeit

FREY sieht in der digitalen Revolution die große Chance, den Service und den Nutzen für den Gast zu erhöhen und zu perfektionieren. Mit den digitalen Erlebnissen verlängern und verbessern wir das Kundenerlebnis.

Dieses Kundenerlebnis ist geprägt durch kundenspezifische Angebote und Mehrwerte. Dabei nutzt FREY den Hebel der Individualisierung, lernt seine Kunden mehr und mehr kennen und kann so Produkte, Services und Angebote besser und aktiver gestalten und entwickeln.

Eines der Hauptziele von FREY ist die Weiterentwicklung zum emotionalen Omni-Channel-Unternehmen. Daher ist und bleibt die zentrale Plattform

www.freyerleben.de

Work

Unser Umfeld wird digitaler. Aber das wird es schon seit Jahren und wir haben gemeinsam bereits viele digitale Maßnahmen gestartet und erfolgreich umgesetzt. Wir sehen in der digitalen Infrastruktur und den vielen neuen Möglichkeiten eine echte Chance, unseren Gäste ein perfektes Einkaufserlebnis zu bieten - und das zu jeder Zeit und an jedem Ort.

Welche Gedanken hast Du zum Thema Digitalisierung?

Wo würde Dir ein digitales Tool helfen?

Wie viele Stunden am Tag verbringst Du am Smartphone?

Warum sollte FREY die Digitalisierung aktiv mitgestalten?

Glaubst Du, dass uns Daten unserer Gäste den Service verbessern lassen?

Was ist für Dich wichtiger? Ein digitales oder ein echtes Erlebnis?

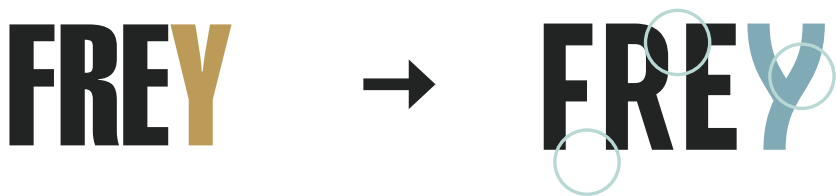
Unser Frey- Design

Unsere Identität, unsere Werte und die gesamte Unternehmensgruppe FREY stellen sich visuell neu auf und entwickeln sich auch hier weiter. Unser Markenzeichen wurde mit Werten wie „menschlich“ und „dynamisch“ in Einklang gebracht. Dazu möchten wir uns wortwörtlich *freyer* im Design aufstellen: Farbvielfalt, Designelemente und eine starke Flexibilität und Anpassungsfähigkeit garantieren uns eine langfristig moderne und frische Marke.

Das FREY- Markenzeichen

Im Rahmen unseres Projekts FREY CASE haben wir uns auch um unser langjähriges Markenzeichen gekümmert. Dabei haben wir uns nicht mit einem „schön“ oder „passt doch“ begnügt, sondern das Zeichen mit unseren Markenwerten „dynamisch“ und „menschlich“ hinterfragt. So entstand der Wunsch, das Logo weiterzuentwickeln, es emotionaler, dynamischer und moderner wirken zu lassen.

Das „Y“ stand dabei schon immer im Fokus. Das wollten wir noch stärker betonen, und so bietet das „Y“ mehr denn je die Möglichkeit, sich farblich anzupassen. Mehr dazu lesen Sie auf der folgenden Seite zum Thema Farben.



Das „Y“ stand schon immer für das besondere Markenzeichen bei FREY. Wie in unserem Wertebaum steht das „Y“ künftig für die Verbindung: Verwurzelt in unseren Werten und zugleich ein charakterstarkes Markenzeichen.



Die FREY- Farbwelten fürs Leben.

Wir geben im wahrsten Sinne des Wortes die Farben „frey“.

Wir werden (dabei) jedoch nicht kunterbunt!

Eher passen sich unsere Farben mal sanft, mal fröhlich, mal frisch oder mal frech der Umgebung an: Wir tauchen unser „Y“ in die Töne der aktuellen Trendfarbe, nutzen die Strahlkraft bei Abverkaufsmaßnahmen, widmen die Farbwahl den Jahreszeiten und freuen uns, dass unser Logo stets stilsicher und harmonisch in der jeweiligen Umgebung wirkt.

Das macht uns nicht nur modern, sondern zeitlos.

Dabei finden wir, dass mehr Farbe im Leben gut tut; sie bereichert uns und lässt nichts langweilig erscheinen. Wir lieben das bunte Leben. Deshalb wollen wir uns nicht für eine Farbe entscheiden, sondern legen fest, dass wir eben nichts festlegen. Das ist echte Freiheit ...

... fürs Leben.

Wie passen sich die Farben an?

Beispiel: Bildwelten

Beispiel: Frühling, Herbst

Beispiel: Weihnachten

Beispiel: Gefühlswelten

Beispiel: Aktionen



FREY

**Zeit
für die
*schönen
Dinge im
Leben.***

FREY

Outfits fürs Leben.

Familien . Einschulung . Hochzeiten .
Sommer . Private-Shopping . Sportoutfit .
Erstes Date . Curvy . Winter . Party .
Karriere . Herbst . Trendsetter . Anlass .
Männerwelt . Business . Shoppen mit
der besten Freundin . Frühjahr

www.freyerleben.de

FREY

Wohn(t)räume fürs Leben.

**Kinderzimmer . Die erste eigene
Wohnung . Meine neue Küche .
Jugendzimmer .Eigenheim einrichten
. Einrichten in meinem Stil . Deko-
ration und Trends . Ein gemütliches
Schlafzimmer . Tappenwechsel . Das
WG-Zimmer . Bürowelt**

www.freyerleben.de



FREY

Sommer, Sonne und Genuss

www.freyerleben.de

FREY

**Eleganz
fürs Leben.**

www.freyerleben.de



FREY

**Zeit
für die
*schönen
Dinge im
Leben.***

FREY

Frey fürs Leben bedeutet:
**seine Wohn(t)räume
zu leben.**
- freyerleben

www.freyerleben.de

inter living **FREY**

STROER



Frey fürs Leben bedeutet:

**Kleidung suchen
und Outfits
finden.**

#freyerleben

www.freyerleben.de



*erleben
Sie die
Frey-
Outfits*

FREY

**Frey
fürs
Leben.**

#freyerleben

FREY

FREY

Impressum

Mathias Frey GmbH & Co. KG
Marktplatz 11
93413 Cham

Tel. +49 (0) 99 71 / 4 08 – 0
Fax: +49 (0) 99 71 / 22 02
E-Mail info@frey-centrum.de

Konzept, Design & Fotografie

Mathias Frey GmbH & Co. KG
Schmid+Kreative
Adobe Stock

Ein Buch
fürs Leben.

FREY