

# Gender Marketing -Der Einbezug von Lebensstilen-

Abgabedatum: 01.02.2011

## **Executive Summary**

Gender Marketing zielt auf eine geschlechtsspezifische Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen. In Zeiten gesättigter Märkte können Unternehmen durch den Einsatz von Gender Marketing in neue Geschäftsfelder vordringen und neue Kunden und Kundinnen für sich gewinnen. Nebst dem Fakt, dass ein gezieltes Gender Marketing bereits bei der Entwicklung der Dienstleistung beziehungsweise dem Produkt beginnt, kommt es darauf an die weiblichen und männlichen Zielgruppen durchdacht anzusprechen. Der Werbung kommt dabei eine besondere Rolle zu, denn sie ist allgegenwärtig. Werbetechnisch haben sich einige Unternehmen bereits auf diesen Trend eingestellt und es sind Umbrüche bemerkbar.

In Vorbereitung auf den Analyseteil wird die Wichtigkeit des Aufgreifens von geschlechtsspezifischen Lebensstilen für Unternehmen, die auf Gender Marketing setzen, herausgestellt. In der Literatur zum Thema Gender Marketing wird der Einsatz von typisch weiblichen und männlichen Lebensstilen noch nicht sehr oft behandelt, weshalb diese Arbeit neue Erkenntnisse in dieser Hinsicht liefert.

Diese Arbeit gibt weiterhin neue Einsichten über den Einsatz von geschlechtsspezifischen Lebensstilen in der Lifestyle-Fernsehwerbung, insbesondere in den Werbespots von Automobil- und Beautyprodukteherstellern. Zudem zeigt die Arbeit, dass es einige wenige Unternehmen gibt, die genderspezifische Lebensstile in ihren Spots einbauen. Mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse werden diese Werbespots vorgestellt und analysiert, bevor Implikationen für Unternehmen, die auf Gender Marketing setzen, vorgestellt werden. Um ein Ergebnis vorwegzunehmen: Werbefachleute setzen auf geschlechtsspezifische Lebensstile in ihren Spots, sprechen die Geschlechter somit unterschiedlich an.