

GENDER MARKETING

Wie Werbung dein Konsumverhalten beeinflussen will!





In dieser
Broschüre wollen
wir dir zeigen, wie
Gender-Marketing im
Produkt-Design dein
Konsumverhalten
beeinflusst!



! Vergleicht eure Smartphones oder vergleicht eure
• Schulranzen und Rucksäcke. Fällt euch etwas auf?

WAS IST GENDER-MARKETING?

Gender-Marketing bezeichnet die gängige Praxis (fast) identische Produkte unterschiedlich zu bewerben. Dazu werden häufig "männliche" und "weibliche" Varianten ein und desselben Produktes angeboten.



- ! Achte einmal beim Einkaufen darauf, ob dir solche "unterschiedliche" Produkte auffallen.

WIESO GIBT ES GENDER-MARKETING?

Zielgruppen-orientiertes Marketing ist ein wichtiges Instrument zur Absatzförderung von Unternehmen. Zum Beispiel haben Toms Eltern ihm ein neues Fahrrad gekauft, weil er doch nicht mit dem rosa Mädchenfahrrad seiner Schwester fahren kann, oder?



Hast du auch schon einmal Dinge abgelehnt, weil sie dir zu "mädchenhaft" oder zu "jungenhaft" waren?

WAS IST GENDER-PRICING?



Körperpflegeprodukte für Frauen kosten häufig deutlich mehr, als für Männer. In diesem Falle spricht man von Gender-Pricing. Es entsteht eine Benachteiligung, eine Diskriminierung, aufgrund des Geschlechts.



- Fallen dir weitere Beispiele ein?
- Sucht doch einmal in einem Spielzeugwarenladen, ob ihr ähnliche Produkte in verschiedener Verpackung oder mit unterschiedlichem Preis findet.

DAS PROBLEM MIT STEREOTYPEN!

Im Gender-Marketing werden häufig "typisch weibliche" oder "typisch männliche" Attribute verwendet. Beispielsweise die Farbe Blau für männliche Zielgruppen oder die Farbe Pink für weibliche Zielgruppen. Denken in Kategorien (Schubladendenken) wird dadurch gefördert und verstärkt. Die Werbung kann zu einer Verhärtung von Klischees beitragen.



- stark
- ordentlich
- ...



- schüchtern -
- gut in Mathe -
- ... -

Überlegt euch, was ihr für typisch männlich/weiblich haltet und diskutiert.



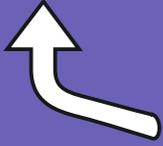
Der Anteil an Gender-Marketing nimmt zu



Es kommt zu einer Verhärtung von Klischees



Es entsteht die Vorstellung, dass Jungs und Mädchen verschiedene Bedürfnisse haben



Trennung der Produkte in „typisch“ männlich und „typisch“ weiblich



Durchbrich den Teufelskreis!

IMPRESSUM

Özlem Gürcan

Daniel Graf

Unterstützt durch das Ministerium
für Soziales und Integration
aus Mitteln des Landes
Baden-Württemberg

 HAUCHLER *studio*


Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR SOZIALES UND INTEGRATION


Für Akzeptanz & gleiche Rechte
Baden-Württemberg


Kreisjugendring
Biberach e.V.