

**Unternehmen im Wandel: Den kleinen Unterschied nutzen**  
**Impulstagung 24. September 2002 im Dienstleistungszentrum Erin (DIEZE)**

**Workshop 4**

Frauen sind zahlungskräftige Kundinnen,  
Claudia Masuch,  
BBDO Consulting, Düsseldorf

**Zusammenfassung durch Heli Ihlefeld-Bolesch:**

In Workshop 4 ging es ums Marketing, um die kaufkräftige Kundin, die berufstätige Frau als Kundin. Die Analyse, die wir gehört haben, war sehr interessant. Die Berufstätige gibt noch kein einheitliches Bild, es ist sehr schwierig, sich für die Werbung darauf einzustellen. Für die berufstätige Frau ist einmal die Perfektion ein wichtiges Kriterium, zum anderen das Ideal, einen eigenen Weg zu finden. Das hängt auch damit zusammen, was sie von sich selbst erwartet, und was die anderen von ihr erwarten. Sie ist auf der Suche nach neuen Leitbildern. Das führt dazu, dass sie sich alle Möglichkeiten offen hält, was dann sicherlich auch für die Werbung schwierig ist. Im Übrigen ist sie auf Qualität aus und auch auf Marken, die sie überzeugen. In diesem Zusammenhang wurde dann diskutiert, was ein Unternehmen aus dieser Erfahrung lernen kann in Bezug auf die Personalpolitik. Es erschien wichtig für ein Unternehmen, das sich die qualifizierten, berufstätigen Frauen als Mitarbeiterinnen erhalten will bzw. sie gewinnen will, ein sympathisches Image zu erwerben. Denn die Frauen achten eben auf eine gute Marke, auf eine gute Ausstrahlung – in diesem Falle ist es auch wichtig für sie, dass die Firma ein sympathisches Image hat und ein gutes Umfeld für sie bietet. Und das muss diese Firma nach außen auch kommunizieren.