



Meinungen / Umfrage

Frontseite

Aktuelle Ausgabe

- Politik/Wirtschaft
- Familie/Gesellschaft
- Ferien/Reisen
- Kultur/Unterhaltung
- Coop/Produkte
- Essen/Trinken
- Leben/Beratung
- Meinungen/Umfrage**
- Begegnung/Persönlich
- Medien/Internet
- Rätsel/Spiele
- Trends/Mode
- Links

PDF-Version

Archiv

Ihre Meinung

Angebote

Beratung

Marktplatz

Unterhaltung

Abonnement

Kontakt Coopzeitung

Impressum Coopzeitung



Regula Stämpfli ist Politikwissenschaftlerin, Buchautorin und Dozentin am Medienausbildungszentrum.

Coopzeitung Nr. 45
7. November 2006

Suche

in der aktuellen
Ausgabe
im gesamten Archiv

Erweiterte Suche →

Unterhosen häufiger wechseln als Frauen

Zwei von drei Frauen fühlen sich von Werbung nicht angesprochen. Doch gleichzeitig werden rund 80 Prozent aller Einkäufe von Frauen getätigt. Was widersprüchlich ist, könnte für die Werber als spannende Herausforderung gelten.

Doch Pustekuchen! Ausser «Sex sells» kommt den Marketingheinis und -hannas nicht viel Originelles in den Sinn. Muss es ihnen gemäss dieser Studie ja auch nicht. Denn die Frauen shoppen unbesehen.

Ob sie sich nun von nackten Frauenhintern, überdimensionierten Silikonbusen oder an Pädoperversion mahrender Werbung «beworben» fühlen, sie kaufen. Offenbar funktioniert bei Frauen die Kunst der Werbung, den gesunden Menschenverstand auszuschalten und die Brieftasche zu treffen, besonders gut. Und so werden die Marketingheinis und -hannas nie wirklich dazu gezwungen, Frauen in der PR und in der Werbung nicht nur als Ware, sondern als Menschen zu behandeln.

Solange es ein Hersteller beispielsweise nicht finanziell oder via lauten Protest spürt, dass die Plakatwerbung «Jetzt können Sie Ihre Unterhosen häufiger wechseln als Ihre Frau» echt daneben ist, amüsieren sich die Werber auch in Zukunft mit so viel Sexismus, wie ihnen in den Sinn kommt.

Dass dies eine ganze Menge sein kann, sehen wir an der Firma Axe, die mit Pornopuppen und expliziten Gruppensexszenen Deos für Möchtegern-Potenzbrocken-Männer verkauft, die wahrscheinlich auch noch von deren Frauen in den Einkaufskorb gelegt werden. Die Deos wohlverstanden, nicht die Frauen, die Männer oder die Pornopuppen. Wobei für einen Werber wohl alle vier nicht mehr wirklich zu unterscheiden sind.

Alle Bilder zu diesem Artikel finden Sie in der PDF-Version

Druckversion → **PDF-Version** →

← **Übersicht**

Ihre Meinung →

Gratis-Kreditkarte



Fotowettbewerb



Acrobat Reader für PDF-Version

Hier finden Sie den Acrobat Reader, den Sie benötigen, um die Coopzeitung im Format PDF anzusehen.

Leser-Forum