

Zufriedene Frauen sind extrem treue Kundinnen

VON LISS STEEGER

VOERDE „Im Wasserschloss kann man sich auch trauen“, meinte Monika Dräger-Seibel vom Unternehmerinnenforum Niederrhein. Es ging auch um das „Sich-Trauen“, aber nur für Frauen. Das Netzwerk hatte zur Veranstaltung „Der Kunde ist weiblich“ ins „Haus Voerde“ eingeladen und über 70 Unternehmerinnen und Gäste, darunter Vorstandssekretärinnen der Genossenschaftsbanken der Kreise Kleve und Wesel, waren gekommen. Geschäftsführerin Barbara Bause begrüßte als einzigen Mann den Wirtschaftsförderer der Stadt Voerde, Detlef Paradowski. Am Klavier musizierte die Dinslakenerin Gabriele Kortas-Zens.

„Entwickelt Euch weiter“, lautete die Botschaft von Architektin Petra Kormann aus Geldern, die als 70. Mitglied geehrt wurde und seit 22 Jahren selbstständig ist. Im Mittelpunkt des Abends stand der Vortrag von Diana Jaffé (Berlin) zu ihrem Buch „Der Kunde ist weiblich“. „Stellen Sie sich eine Kundschaft

vor, deren Geld immer mehr wird und die es mit Freuden ausgibt“, begann sie. Durch eine Präsentation unterstützt fand die Autorin im Laufe des Abends Antworten auf die Fragen: „Was ist Gender Marketing?“, „Welche Rollen spielen Biologie und Verhalten?“ und „Weshalb sind die Unternehmen noch so zurückhaltend?“. Wissenschaftliche Analysen mit Zielgruppenbetrachtung in Amerika haben ergeben, dass 83 bis 87 Prozent aller

Konsumentenscheidungen von Frauen getroffen werden. Sie sind im Besitz von 53 Prozent aller Aktien. 75 Prozent der Finanzentscheidungen werden von Frauen beeinflusst. Aus dem Beitrag der Autorin ging hervor, dass die weibliche Zielgruppe wichtig und attraktiv ist, weil sie für das gesamte Umfeld einkauft und bei Zufriedenheit extrem treu ist. „Das neue Verständnis, bei dem die Marktbedürfnisse im Fokus stehen, fördert täglich neue Erkenntnisse zutage“, meinte Jaffé. „Schmunzeln mussten die Zuhörerinnen bei der Aussage: „Männer nehmen Frauen nur einzeln wahr, niemals ‚im Rudel‘.“ Gelächter wegen Wiedererkennung gab es auch bei ihrer Aussage, dass Frauen mit Einkauf ein nettes „Shopping“ verbinden, Männer aber nur den schnellen Bedarfskauf oder den Luxuskauf kennen. Fazit des Abends: „Wenn Produkte gut sind, werden sie uns finden“. Beim anschließenden „come-together“ wurde noch lange über die unterschiedlichen Arten von Kunden, Jägern und Sammlern diskutiert.

INFO

Unternehmerinnen

Über die regelmäßigen Zusammenkünfte des **Netzwerks** kann man sich auf der Seite www.unternehmerinnenforum-niederrhein.de erkundigen. Das Buch **„Der Kunde ist weiblich – Was Frauen wünschen und wie sie bekommen, was sie wollen“** ist im Econ-Verlag erschienen und kostet **24,90 Euro**. ISBN-13: 978-3430150033