

Inhalt

1	Was bedeuten Gender, Diversity & Co.?	7
	Diversity ist Vielfalt	8
	Diversity-Management	9
	Gender: Realität oder Fiktion?	12
	Der Nährboden des Gender-Marketing	14
	Innen und Außen spiegeln sich	16
2	Die Revolution des Marktes	19
	Emanzipationsbewegungen und Gender-Studien	20
	Von der Vergangenheit in die Zukunft	22
	Einflussfaktoren wirtschaftlicher Veränderung	28
	Arbeit: Chance zur Selbstverwirklichung	35
3	Gender-Marketing sells	41
	Der Einfluss von Gender auf Marketing	42
	Mit Gender-Marketing den Markt erobern	45
4	Blinde Flecken im Marketing	51
	Was beeinflusst Männlichkeit und Weiblichkeit?	52
	Marketing-Kommunikation: stereotyp oder spezifisch?	54
	Produktlandschaften: wohlsortiert und zugeordnet	57
	Androzentrische Sicht auf Produkte und ihre Vermarktung	60
	Männer und Frauen verändern sich	68
	Unsichtbare Käuferinnen	71
5	Die Ausdifferenzierung wird sichtbar	75
	Die Wegbereiter von Gender	76
	Kosmetik macht Männer schöner	77
	Mode ist Gender	80
	Wohnen als Rollenspiel	83
	Von Luxusmarken Gender-Marketing lernen	87
	Drei Beispiele globaler Luxusmarken	90
	Inszenierte Persönlichkeiten	92
6	Geschlechtersensibles Marketing umsetzen	95
	Gender: Quelle wirtschaftlicher Synergien	96
	Männliche und weibliche Entscheidungsprozesse	98

Marktforschung	102
Produktentwicklung	113
Vertrieb	118
Werbung	130
Personalentwicklung	139
7 Mit Gender neue Märkte erobern	141
Gender und Finanzdienstleistung	142
Gender und Mobilität	153
Gender und Informationstechnologie	162
Gender und Ernährung	171
Gender und Gesundheit	180
8 Gedacht und gemacht: das Handwerkszeug	187
Analyse und Handlungsempfehlungen	188
Gender-Diversity für den Corporate-Governance-Kodex	197
9 Zukunft im Zeichen von Gender	199
Das 21. Jahrhundert – Jahrhundert der Frauen?	200
Glossar	203
Literatur	207
Register	211
Autoreninformation	215