

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 55 – Januar 2009

Ikea: Amüsanter Spiel mit Geschlechterklischees

Ikea bringt Unordnung ins fein austarierte Gefüge von Mann und Frau. Seit kurzem strahlt der Möbelhersteller im deutschen Fernsehen einen Werbespot aus, der für das Schranksystem Pax wirbt. Zwei junge Frauen begeben sich in ein Ankleidezimmer. Eine der beiden stellt ihr Ikea Pax vor: „Willkommen im Hobbyraum“. Betont cool, extra lässig – und in einem Tonfall, wie ihn Männer normalerweise anschlagen, wenn sie über Autos sprechen – führt sie ihre Kleiderschränke vor, die sie selbst aufgebaut hat. Dafür erntet sie mächtig Anerkennung von ihrer Freundin: „Boah, was für einen Bombenteil!“ oder „beißer Schlitten“ lauten die begeistertsten Kommentare, die wohl sonst eher von Männern zu erwarten sind. Der Slogan am Schluss bringt das Rollenspiel der Geschlechter auf den Punkt: „Männer haben Garagen. Frauen haben Pax.“ Auf witzige Art und Weise spielt Ikea mit gängigen Geschlechterklischees – und spricht damit erfolgreich Frauen und Männer an. Während der ein oder andere Mann sich vielleicht ertappt fühlt und schmunzelt, werden sich auch viele Frauen köstlich über den Rollenwechsel amüsieren.



Den TV-Spot finden Sie unter: http://de.youtube.com/watch?v=sCm8_ac7jfg