

## DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 65 – Winter 2010

### Flop: Frauenautohaus Köln

*Gerade im Autovertrieb werden Frauen allzu häufig mit Stereotypen konfrontiert. Damit mutet ein zielgruppenorientiertes Konzept in dieser Branche durchaus positiv an. Wir kläglich die Umsetzung jedoch scheitern kann, zeigt das „Frauenautohaus“ in Köln besonders deutlich. Wer sich darunter ein Autohaus vorstellt, welches ein auf Frauen abgestimmtes Ambiente und individuelle Beratung bietet, wird allein mit einem Blick auf die Homepage dramatisch enttäuscht. Zwar schmeichelt die abgebildete Aussicht auf den Rhein und den Dom, doch das bleibt das einzig Positive. Die Aufmachung der Homepage wirkt unprofessionell und wenig vertrauenswürdig. Der Text unter der Rubrik frauenautohaus.de bekräftigt diesen Eindruck. „Ihrer Verunsicherung durch ‚ratgebende gute Bekannte‘ die alle ‚Ahnung‘ von Autos und Gebrauchtwagen haben, sonstigen Stammbekenntschaften und teilweise gefährlichem Halbwissen steht bei frauenautohaus.de die sachbezogene Aufklärung entgegen, zufällig vom männlichen Profi mit Fünfundzwanzigjähriger Automobilerfahrung. (...) Die hier angebotenen JUNG + JAHRESWAGEN sind ‚Gerätschaften‘ aus dem Leben sowie zum Leben und nicht nur eitle Modemobile“. Dieser sprachliche Eindruck bedarf wohl keiner weiteren Kommentierung. Wer durch dieses Statement noch nicht genug abgeschreckt wurde, möge per Google Streetview einen Blick auf die Frontansicht des sogenannten Autohauses werfen*

*. Ein abgerissenes, geteertes, eingezäuntes Eckgrundstück – allerdings mit zauberhaftem Rhein- und Domblick.*