

## Frauen und ihr Humor!



„Wir Frauen mögen Humor immer dann, wenn wir dadurch amüsiert werden“. Klingt ganz einfach? Doch dahinter verbirgt sich mehr, als es im ersten Augenblick erscheint.

Frauen mögen Männer, die sie zum Lachen bringen. Dazu bedarf es Zuwendung, Aufmerksamkeit und Einfühlungsvermögen. Man beachte aber auch, wenn eine Frau, die über den Witz eines Mannes lacht, diesen nicht immer für komisch befinden muss. Denn es kann auch sein, dass sie den Mann signalisiert, mit seinen Bemühungen zufrieden zu sein. Sie sehen, es ist gar nicht so einfach mit uns Frauen.

Wie sieht das in der Wirtschaft aus? Wie bringt ein Unternehmen die Kundin zum Lachen und erzeugt dadurch das Wohlgefühl und die Authentizität einer Marke? Man muss bedenken, dass sich Frauen von einer anderen Werbung als Männer angesprochen fühlen. Entscheidend ist, dass sich die Kundin in einer gezeigten Situation wiederfinden sollte.

Eine geöffnete Heckklappe, aus der Packungen an Babywindeln herausfallen, wird keine Frau überzeugen ein Auto zu kaufen. Viel witziger ist das Thema Werbung der Automobilhersteller VW in seinem Werbespot für den neuen Tiguan angegangen.

1. Szene: Ein Mann sitzt in seinem VW Tiguan und wartet auf seine Frau und ihre beiden Freundinnen, die in der Stadt shoppen waren. Die Frauen steigen voll bepackt in das Fahrzeug ein, unterhalten sich aufgeregt über ihre Einkäufe, der Mann der am Steuer sitzt, wird nicht beachtet.

2. Szene: Der VW fährt los. Man sieht wie der Mann am Steuer die Nerven verliert und an der Ampel Vollgas gibt, mit dem Tiguan über Stock und Stein rauscht und über eine Bergkante springt. Den Mädels verschlägt es nun endlich die Sprache, verkrampft rutschen sie auf Sitzen hin und her, man sieht ihnen ihr Unwohlsein an.

3. Szene: Das Auto befindet sich wieder an der Ausgangsposition in der Stadt. Die letzte Szene war nur „Kopfkino“, der Wunschgedanke des Mannes. Das Auto rollt langsam davon. Im Abspann kann man lesen: Schön zu wissen, man könnte. Der neue Tiguan.

(Dieser Spot ist auf Youtube zu finden. Suchen Sie unter: TV Spot Volkswagen Tiguan.)

Über solche Werbespots können Frauen lachen, sich mit der Marke identifizieren und dadurch eine Beziehung aufbauen. Wichtig dabei ist, den schmalen Grad zwischen Klischee und Niveau nicht zu verlassen.

Ein weiteres gutes Beispiel hierfür sind die Printanzeigen der Uhrenmarke IWC – es wurde durch diverse Studien belegt, dass Frauen diese Werbungen besonders gut finden. Das Unternehmen hat es geschafft, Frauen niveau- und humorvoll anzusprechen. Hierfür einige Beispiele, man sieht immer die Uhr groß abgebildet und darunter steht ein Statement: „Viel zu schade zum Einkaufen, Waschen und Wickeln“. „Fast so schön wie eine Frau, tickt aber richtig“.

„Für Männer, die ihre Kronjuwelen am Handgelenk tragen“.

**Bedenken Sie auch in Ihrem Unternehmen, dass die Kundin auf richtig guten „Schmäh“ abfährt.**

Die Wirtschaftskraft Kundin wird in der Automobilbranche noch immer oft unterschätzt. Wenn man bedenkt, dass 80 % der Kaufentscheidungen täglich von Frauen gefällt werden.

Die Mobilistin als „Frauen und Automobil Expertin“ und Autorin berät Werkstätten, Autohandel, Autozubehör- und autonahe Betriebe. Gerne machen wir auch Ihr Unternehmen Frauen-fit.

[www.mobilistin.com](http://www.mobilistin.com)



Silvia Sverak (rechts) und  
Petra Marada-Seletzky