

## Navigationsgeräte – Warum DIE männliche Navigation Frauen nicht auf den richtigen Weg bringt ...



**Es ist wissenschaftlich belegt, dass sich Frauen anders orientieren als Männer. Letztere richten sich nach Himmelsrichtungen und Entfernungen, erstere nach markanten Punkten wie einem auffällig blühenden Baum oder einem architektonisch auffallenden Gebäude. Das sei, sagen die Gelehrten, ein Erbe aus grauer Vorzeit, als der jagende Mann weite Jagdgebiete erkundete und ab und an von Raubtieren fliehen musste. Er entwickelte die Fähigkeit, Distanzen gut einzuschätzen und sich weiträumig zurecht zu finden. Die sammelnde Frau blieb in der Nähe der Höhle und sondierte das nahe Terrain. Ihr blieben die Details im Gedächtnis haften wie beispielsweise eine gute Stelle für Pilze.**

Mit diesen Informationen denkt man sich, wäre es keine Hexerei ein passendes Navigationsgerät für die Frauen zu entwickeln. Weit gefehlt! 2007 startete Garmin einen Versuch und „pinselte“ ein schon vorhandenes Gerät rosa an und versah es mit einer ebensolchen bunten Hülle und nannte es „pink nüvi“. Man legte keinen Wert auf eine einfachere Bedienung oder eine andere Benutzerführung. Den Vogel schoss man dann noch mit der falschen Werbekampagne ab, die sich kurz vor Weihnachten mit diesen Worten an Männer richtete: „Danke für das pink nüvi. Mein Geschenk wartet im Schlafzimmer auf Dich“. Nach etwas mehr als einem Jahr wurde das pink nüvi erfolglos vom Markt genommen.

TomTom versuchte es 2009 mit einem immerhin weißen Gerät, dessen Besonderheit für Frauen daraus bestand, dass alle Einkaufsmöglichkeiten einer Destination aufgeführt waren, weil Frauen in der Vorstellung der Produktmanager offensichtlich nur in anderen Städte einfallen, um H&M- und Armani-Shops zu besuchen. Dass Frauen den Großteil aller Städte- und Kulturreisenden ausmachen, ist den Herstellern offenbar noch immer entgangen.

Viele Frauen sind noch immer ohne Navigationsgerät in ihrem Auto unterwegs. Eigentlich wäre ein Navi das perfekte Gerät für Frauen, denn 90% aller Frauen orientieren sich schlechter als Männer, hier liegt ein riesiges Potenzial brach!

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 nimmt sich genau diesen Themen an. Wir beraten Werkstätten, Autohandel, Autozubehör- und autonome Betriebe. Wir machen auch gerne Ihre Unternehmen Frauen-Fit.

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



**Silvia Sverak (rechts) und  
Petra Marada-Seletzky**