



Diana Jaffé
Der Kunde ist weiblich
Econ 2005



Diana Jaffé über die heimliche Wirtschaftsmacht der Frauen

Stellen Sie sich vor, es gäbe eine riesige Zielgruppe, die über ein beträchtliches Vermögen verfügt und es mit größtem Vergnügen ausgibt. Das Problem ist nur: Diese Zielgruppe ist unsichtbar und keiner weiß, wie man sie erreicht. Nur Phantasie? Keineswegs.

Es gibt diese Zielgruppe wirklich. Sie kontrolliert in den USA fast vier Billionen US-Dollar der jährlichen Konsumausgaben im Privatbereich, kauft zwei von drei Autos und besitzt die Hälfte des Privatvermögens des Landes. Im Jahr 2003 gab sie in Westeuropa und den USA €405 Millionen für Computerspiele aus - das entspricht rund der Hälfte des Gesamtmarkts. In Deutschland kauft sie 60 % aller Bücher. Schnürt diese Zielgruppe ihre Geldbeutel zu, zittern ganze Branchen. Wir sprechen von den **Frauen**, die ohne Zweifel die heimliche Wirtschaftsmacht der westlichen Welt sind – **als Kundinnen**.

In *Der Kunde ist weiblich* zeigt **Diana Jaffé**, Berliner Unternehmensberaterin und Mitglied des Hochbegabtennetzwerks MENSA, warum die Zukunft vieler Unternehmen davon abhängt, ob sie sich auf Frauen als Kunden einstellen können. Sie hilft Managern, Produktentwicklern, Marketingstrategen und Vertriebsprofis anhand von Beispielen aus der Praxis und der neuesten Erkenntnisse der Hirnforschung, ihre Kundinnen zu verstehen, sie für sich zu gewinnen und dauerhaft zu binden

Diana Jaffé hat ein Buch geschrieben, das uns die Augen für die Wirtschaftsmacht der Frauen öffnet - und dafür, wie sich Märkte und Marketing in den nächsten Jahren verändern werden.