

DIVERSITY MARKETING

Marktvielfalt bewusst nutzen

INTRO

Herzlich Willkommen auf den Informationsseiten zu Diversity Marketing.

Hier finden Sie Antworten auf die Fragen:

Konzept: Was ist Diversity Marketing?

Sinn: Warum ist Diversity Marketing wichtig?

Umsetzung: Wie kann Diversity Marketing realisiert werden?

Kampagnen: Welche Praxisbeispiele gibt es?

Da diese Informationsseiten keine überflüssigen Inhalte aufweisen, genügen 20 Minuten, um das Wesen von Diversity Marketing zu erfassen.

In diesem Bereich finden Sie Informationen zu den Dienstleistungen, die wir Ihnen im Zusammenhang mit Diversity Marketing anbieten.

Hinweis für die Druckversion: Alle Inhalte wurden für die Präsentation im Internet verfaßt und aufbereitet. Dies kann bewirken, dass Textteile verkürzt oder nicht flüssig erscheinen. Verwenden Sie daher wenn möglich die Online-Version im Word Wide Web. www.diversity-marketing.de

1. KONZEPT

Was ist Diversity Marketing?

Zahlreiche Veränderungen machen einen neuen Ansatz im Marketing notwendig, der sich entscheidend von bisherigen Konzepten unterscheidet. Sehen Sie selbst:

- Hintergründe
- Definition
- Abgrenzung

Ungleich Besser Diversity Consulting bietet Ihnen Unterstützung bei der Entwicklung Ihres Diversity Marketings, zum Beispiel durch Orientierungsworkshops.

1.1. Hintergründe

Vielfältige Veränderungen der Märkte führen zu neuen Anforderungen an das Marketing. Neben technologischen und internationalen Entwicklungen sind folgende fundamentale Neuerungen in der Gesellschaft Auslöser für ein neues Marktbearbeitungskonzept:

- Veränderte Geschlechterrollen
- Wachsende ethnisch-kulturelle Vielfalt
- Zunehmende Alterung der Bevölkerung
- Differenzierung der Lebensstile
- Zunehmende Akzeptanz von Homosexualität

Der [Business Case](#) für Diversity in Deutschland belegt die Bedeutung dieser Trends.

Zudem konfrontiert der globale Wettbewerb Unternehmen mit Produkten und Dienstleistungen hoher Qualität aus Übersee. „Made in Germany“ muss durch zeitgemäße Attribute ergänzt werden, um weiterhin einen Vorteil zu bieten.

Wir stellen Analysen und Daten der für Sie relevanten Veränderungen zusammen.

1.2. Definition

Diversity Marketing bedeutet die gezielte Berücksichtigung von Marktvielfalt und die bewusste Einbeziehung unterschiedlicher Marktteilnehmer zur besseren Abdeckung des Gesamtmarktes und zur Erlangung optimaler Kundennähe.

Als Marktbearbeitungskonzept nutzt Diversity die Vielfältigkeit der Gesellschaftsstrukturen, indem zuvor vernachlässigte KundInnensegmente erkannt und gezielt angesprochen werden. Voraussetzung hierfür ist das Vorhandensein eines effektiven Kommunikations-Mixes für komplexe Marktgegebenheiten.

Ungleich Besser Diversity Consulting unterstützt Sie in der Identifikation vielfältiger Marktpotenziale und bei der Erstellung entsprechender Marketing-Konzepte.

1.3. Abgrenzung

Angesichts komplexer Marktgegebenheiten zeigen traditionelle Marktbearbeitungsmethoden wie Massenmarketing oder Zielgruppenmarketing kaum noch Wirkung. Wie das Massenmarketing strebt das Diversity Marketing an, den Markt vollständig abzudecken, dabei verzichtet Diversity auf verbreitete Standardisierungen. Bei der gezielten Marktbearbeitung vermeidet Diversity die häufigen Stereotypisierungen des Zielgruppenmarketings.

Welche Marktbearbeitungsstrategie verfolgen Sie? Gestalten Sie gemeinsam mit uns ihr Marketing ohne verallgemeinernde Annahmen über Ihre KundInnen.

2. SINN

Warum ist Diversity Marketing wichtig?

Diversity Marketing verkörpert ein zeitgemäßes Marktbearbeitungskonzept, das die Entwicklungen von Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie aufgreift, mit denen sich Unternehmen heute konfrontiert sehen.

Doch wie begegnet das neue Marktbearbeitungskonzept einem vielfältigen Markt? Und welche Vorteile lassen sich realisieren?

- Marktpotenziale nutzen
- KundInnen gewinnen
- Umsatz & Erfolg steigern

Welchen konkreten Nutzen bietet Diversity Marketing für Ihr Unternehmen? Berechnen Sie mit uns Ihren Business Case.

2.1. Marktpotenziale nutzen

Die gezielte Berücksichtigung der Vielfältigkeit der MarktteilnehmerInnen deckt wertvolle Marktpotenziale auf und schöpft diese gewinnbringend aus. Der größte Teil des Marketings lässt wachsende Teilmärkte außer acht – dies zeigt eine [Analyse deutsche TV-Werbung](#) zur Prime-Time. Der gezielte Einsatz marktgerechter Kommunikationsmaßnahmen stellt den Schlüssel für die Eroberung vielfältiger Märkte dar.

Ungleich Besser Diversity Consulting analysiert für Sie die Vielfalt Ihrer Märkte und hilft, neue Potenziale zu identifizieren.

2.2. KundInnen gewinnen

Durch die Integration der Marktvielfalt in die Kommunikationspolitik erreicht das Diversity Marketing bisher [nicht einbezogene MarktteilnehmerInnen](#). Neue KundInnen wenden sich dem Unternehmen oder der Marke zu während die Nähe zu bestehenden KundInnen verbessert wird.

Welche Mechanismen haben bislang Ihre MarktteilnehmerInnen angesprochen? Finden Sie mit uns heraus, ob diese auch die neuen vielfältigen Märkte überzeugen.

2.3. Umsatz & Erfolg steigern

Diversity Marketing bietet eine effiziente Antwort auf die heutigen Markt- und Umfeldgegebenheiten. Die breitere Marktabdeckung und bessere Kundenbindung wirkt sich positiv auf Ihren Umsatz, Ihr Unternehmensimage und nachhaltig auf Ihren Erfolg aus.

Steigern auch Sie Ihren Unternehmenserfolg mit Diversity Marketing. Wir unterstützen Sie dabei.

3. UMSETZUNG

Wie kann Diversity Marketing realisiert werden?

Die Umsetzung von Diversity Marketing bietet verschiedenen Möglichkeiten. Wir stellen Ihnen folgend drei Ansätze vor. Da sich Unternehmen und Marken unterscheiden, dürften nicht alle Varianten gleichermaßen für Ihre Situation geeignet sein. Ausgangspunkt für Diversity Marketing Strategien bieten stets die bestehenden Markenwelten und –architektur.

- Vielfalt
- Einbeziehung
- Offenheit

Unsere Diversity Marketing Ansätze helfen Ihnen, Ihr Marketing so zu gestalten, dass vielfältige Marktsegmente erreicht werden.

3.1. Vielfalt

Der Diversity-Marketing-Ansatz „Vielfalt“ reflektiert den Facettenreichtum des Gesamtmarktes. Dies gelingt über die bewusste und gezielte Berücksichtigung der vorhandenen Vielfalt im gesamten Marketing-Konzept. Wird die Mannigfaltigkeit des Marktes in der Kommunikation abgebildet, spricht diese einen großen Teil des Gesamtmarktes an.

Mit uns entwickeln Sie Vielfalt aus einer neuen Sicht.

3.2. Einbeziehung

Der Diversity-Marketing-Ansatz „Einbeziehung“ zielt darauf ab, vielfältige Zielgruppen anzusprechen, ohne dabei Stereotype zu verwenden. Dies gelingt über die bewusste Vermeidung, durch das Spielen mit oder das Brechen von Stereotypen. Durch sympathische Botschaften in Richtung des Mainstreams und in Richtung thematisierter Zielgruppen entsteht eine positive Wahrnehmung im Gesamtmarkt.

Mit uns entwickeln Sie umfassende Ansätze der Marktbearbeitung.

3.3. Offenheit

Der Diversity-Marketing-Ansatz „Offenheit“ zielt darauf ab, den Gesamtmarkt über werte-orientierte Attribute wie Aufgeschlossenheit, Modernität, Multikulturalität oder Unkonventionalität zu erreichen. Dies gelingt häufig auf eine neutrale Art und Weise und kann sich dadurch für eine breite Masse eignen. Dieser Ansatz verzichtet wenn möglich auf eine Abbildung von Menschen, da er Werte über Atmosphären vermittelt.

Mit uns bauen Sie Ihre Marken und Ihr Marketing werteorientiert aus.

4. KAMPAGNEN

Welche Praxisbeispiele gibt es?

Vielfältige Ansprache.

Einige Marketingmacher greifen bereits die Trends auf den Märkten und in der Gesellschaft auf und beenden das Kommunizieren mit Schubladen, Klischees und traditionellen Mustern oder Rollen. Von der Finanzdienstleistungsbranche bis zur Konsumgüterindustrie, innovative Marketingansätze sind wegweisend für zukünftige Erfolge:

- Deutsche Bank
- Dove
- Netcologne
- Volkswagen

Unsere Diversity Marketing Ansätze helfen Ihnen, Ihr Marketing so zu gestalten, dass vielfältige Marktsegmente erreicht werden.

4.1. Deutsche Bank

Mit der bewussten Thematisierung von Vielfalt gelingt es der Deutschen Bank, unterschiedliche Gruppen anzusprechen und die Botschaft von Diversity gezielt zu nutzen. Unter dem Titel „Vielfalt ist der Weg“ unterstreicht das Finanzinstitut in ganzseitigen Anzeigen in der deutschen Tages- und Wochenpresse das Commitment, Unterschiede intern und extern anzuerkennen und zu nutzen. Neben der ersten Diversity-Image-Werbung setzt die Deutsche Bank ähnliche Anzeigen im Zielgruppen-Marketing erfolgreich ein.



Unsere Diversity Marketing Ansätze helfen Ihnen, Ihr Marketing so zu gestalten, dass vielfältige Marktsegmente erreicht werden.

4.2. Dove

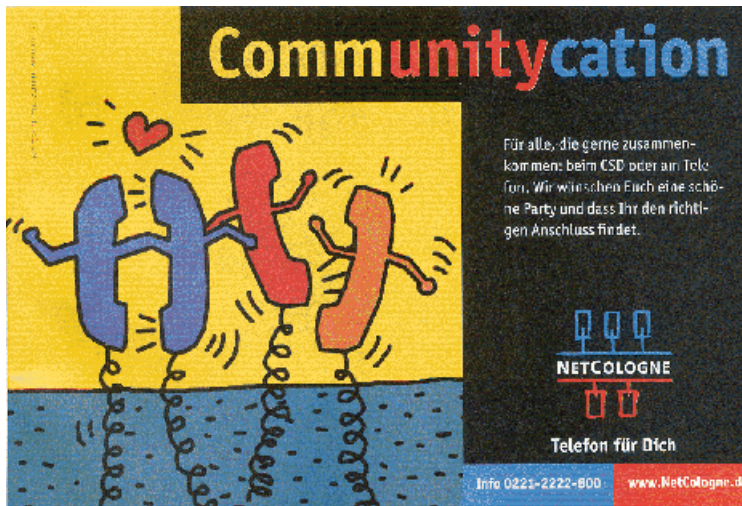
Dove traut sich und zeigt authentische Frauen, die das stereotype Schönheitsideal in Frage stellen. Unter dem Motto „Immer noch keine Models, aber straffe Kurven“ zeigen die WerberInnen von Dove elf fröhliche Damen als Botschafterinnen für weibliche Formen und den selbstbewussten Umgang damit. Ob groß oder klein, dick oder dünn, hell oder dunkel – jede Frau ist schön, so die Devise. Die Werbung ist nicht nur individueller als die Präsentation immergleicher Modeschönheiten, sie spricht Kundinnen direkter an, weil die gezeigten Frauen glaubwürdig und real sind. Vorhandene Stereotype werden hinterfragt und Konsumentinnen können sich mit ihnen eher identifizieren, als mit künstlich wirkenden Models.



Unsere Diversity Marketing Ansätze helfen Ihnen, Ihr Marketing so zu gestalten, dass vielfältige Marktsegmente erreicht werden.

4.3. NetCologne

Der mittelständische Telekommunikationsdienstleister NetCologne versteht es auf subtile Weise,



vielfältige Marktsegmente und den Gesamtmarkt anzusprechen. In ihrer Kampagne „CommUnityCation“ verwenden die WerberInnen Motive und Zeichenstil des amerikanischen Künstlers Keith Haring. Mit der Wahl des provokanten, schwulen Pop-Artisten spricht NetCologne homosexuelle KundInnen und den aufgeschlossenen Teil des Massenmarktes an.

Unsere Diversity Marketing Ansätze helfen Ihnen, Ihr Marketing so zu gestalten, dass vielfältige Marktsegmente erreicht werden.

4.4. Volkswagen

Durch das gezielte Brechen von Stereotypen gelingt es Volkswagen, KundInnen vielfältiger Lebensstile anzusprechen. Eine Reihe von TV-Werbespots und parallel geschaltete Anzeigen für das Modell Touran spielen mit Vorstellungen und Wahrnehmungen von Familien. Überraschende Auflösungen der Spots bewirken eine zielgruppenübergreifende, einbeziehende Kundenansprache. Die Botschaft der Kampagne: Jede Menge Platz. Der Touran ist (mehr als) ein Familienwagen.



Unsere Diversity Marketing Ansätze helfen Ihnen, Ihr Marketing so zu gestalten, dass vielfältige Marktsegmente erreicht werden.

4.5. Aktuelle Motive

Jeden Monat stellt das Team von Ungleich Besser Diversity Consulting im Rahmen des Diversity Newsletters ein aktuelles Motiv aus der Werbung vor, das aus Sicht von Diversity interpretiert und kommentiert wird. Klicken Sie [hier](#), um aus der Liste ein Motiv auszuwählen. (nur online verfügbar)

5. ERSTE SCHRITTE

Ihr Einstieg in ein erfolgreiches Diversity Marketing:

1. Entdecken Sie die Vielfältigkeit Ihrer Märkte neu. Eröffnen Sie sich Ungleich Bessere Perspektiven durch das gezielte Erweitern Ihrer Marktforschungshorizonte.
2. Identifizieren Sie die Potenziale einer Diversity-orientierten Marktbearbeitung. Quantifizieren Sie die Ungleich Besseren Chancen, die eine vielfältige, umfassende oder offene Marketing-Konzeption und – Kommunikation für Sie bringt.
3. Untersuchen Sie Ihre Markenarchitektur und –werte sowie Ihr Marketing in Hinblick auf Diversity. Erweitern Sie Ihre bisherigen Ansätze, so dass sie künftig den Markt Ungleich Besser abdecken.

Sprechen Sie uns an, wenn Sie weitere Anregungen benötigen: Telefon 0221-22212-50 Fax –51 Email: buero@ungleichbesser.de

Ungleich Besser Diversity Consulting hat sich darauf spezialisiert, Diversity Marketing ganzheitlich und umfassend zu bearbeiten. Hiervon profitiert Ihre Implementierungsplanung.

Impressum

www.diversity-marketing.de wird betrieben von:

Ungleich Besser Diversity Consulting

Michael Stuber (ViSdP)

Richard-Wagner-Strasse 25

D-50674 Köln

eMail: buero@ungleichbesser.de

Telefon: +49 - (0)221 - 2 22 12 - 50

Telefax: +49 - (0)221 - 2 22 12 - 51

© 2002-2005 Ungleich Besser Diversity Consulting