



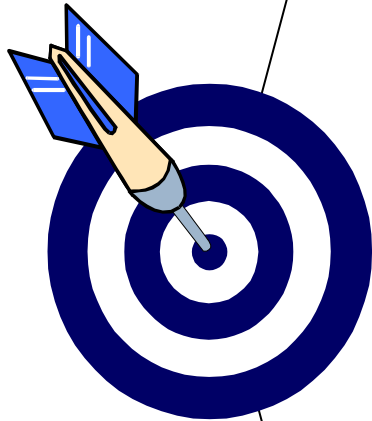
Zielgruppe: Frauen

2. überarbeitete Auflage

August 2007

Siegfried Vögele Institut, Königstein/Ts.,  
im August 2007

## Gegenstand der Studie



### ■ Ziel:

Frauen als Werbe-Zielgruppe im sich wandelnden gesellschaftlichen, wirtschaftlichen sowie werblichen Kontext analysieren.

### ■ Inhaltliche Basis:

Sekundärstudie basierend auf bestehenden Quellen.

### ■ Erkenntnisse:

Ansätze zur werblichen Ansprache von Frauen durch Informationen zu den Bereichen

- Gesellschaft
- Konsumverhalten (FMCG, Technik, Finanzen)
- Mediennutzung
- Ansprache von und Darstellung in der Werbung
- Besondere Fokusgruppen (Typologien)

- **Management Summary**
- **Frauen in der Gesellschaft**
- **Die Konsumentin**
  - **Frauen und Konsumgüter**
  - **Frauen und Finanzen**
  - **Frauen und Technik**
- **Mediennutzung von Frauen**
- **Frauen und Werbung**
- **Die Rolle der Frau in der Werbung**
- **Besondere Fokusgruppen**
- **Kontakt**