

Umdenken: Gigaset auf der Woman Buy Conference 2015

Zahlreiche Studien belegen, dass Frauen über 80 Prozent aller Kaufentscheidungen treffen. Dabei geht es auch um hochpreisige Dinge wie Autos und Immobilien. Insgesamt werden 90 Prozent aller Konsumgüter unter weiblichem Einfluss erworben. Die europäische Industrie beginnt zögerlich dieses Potenzial zu erkennen, lässt bislang jedoch zahlreiche Möglichkeiten ungenutzt. Die 2015 in München stattfindende Women Buy Conference widmet sich dieser Thematik und soll Unternehmen helfen, die Kaufbereitschaft von Frauen zu verstehen und zu nutzen. Im Rahmen der Konferenz wird Gigaset seine Erfahrung bezüglich Entwicklung und Vermarktung von Konsumelektronik für eine weibliche Zielgruppe teilen.

„Frauen verfügen nicht nur über eine immense Kaufkraft: Sie betreiben auch eine hochwirksame Mundpropaganda – zu Gunsten oder zu Ungunsten eines Angebots – und üben so auf das Kaufverhalten Dritter einen starken Einfluss aus“, erklärt Tatiana Butovitsch Temm, Geschäftsführerin von Ampersand und Veranstaltungsleiterin der Women Buy Conference 2015. „Zudem nimmt die Kaufkraft von Frauen Jahr für Jahr zu – sogar in traditionell männlich dominierten Sektoren“, so Butovitsch Temm weiter.

Weibliches Kaufpotenzial erkennen

Die Women Buy Conference 2015 wird am 26. und 27. Februar im Münchner Oskar-von-Miller Forum stattfinden. Die Konferenz bemüht sich um Antworten auf vier Kernfragen:

1. Was spricht Frauen an, was veranlasst sie zum Kauf und wie können Unternehmen ihren Erwartungen gerecht werden?
2. Warum fühlen sich Frauen in Sachen Konsum oftmals missverstanden und wie lässt sich das vermeiden?
3. Wo kaufen Frauen am liebsten ein und wie kann sie der Vertrieb dort erreichen?
4. Was sagt die Forschung und welchen Nutzen können wir daraus ziehen?

„Wir haben die Women Buy Conference ins Leben gerufen, weil wir die Notwendigkeit sahen, Rentabilität auch aus der weiblichen Konsumentenperspektive zu diskutieren. Gewöhnlich dreht sich die Debatte eher um organisatorische Fragen und den Anteil von Frauen auf bestimmten Ebenen“, erläutert Tatiana Butovitsch Temm. „Wir wollen deutlich machen, dass Frauen die größte und einflussreichste Kundengruppe der Welt sind – kluge Unternehmen werden sich daran orientieren.“

Gigaset Dune: der neue Weg in der Verbraucherelektronik

Gigaset, der Europäische Marktführer für DECT-Telefone, hat den Megatrend „Female Shift“ rechtzeitig erkannt und beschlossen, im Sinne des Gender-Mainstreaming ein Telefon zu entwickeln, das Frauen und Männer gleichermaßen anspricht. Im Mai 2014 erfolgte die Markteinführung des Gigaset Dune (CL540). „Die Forschung zeigt, dass es gerade im Elektronikbereich sinnvoll ist, Produkte auf die weibliche Zielgruppe abzustimmen, die an die Geräte erheblich höhere Ansprüche in puncto Design, Funktionalität und Bedienfreundlichkeit stellt. Wenn Sie die Erwartungen der Frauen erfüllen, übertreffen Sie die der Männer. Hier ist eine Erweiterung des Horizonts gefragt. Doch die Arbeit endet nicht mit der Produktentwicklung: Auch das Marketing muss Frauen ansprechen“, so Renée Obermeir, Manager Sales Development & Strategy der Gigaset AG, die bei der Women Buy Conference 2015 einen Vortrag zum Thema halten wird.

Informationen zur Women Buy Conference

Women Buy ist eine jährlich stattfindende, europäische Konferenz, auf der Erkenntnisse über die Nachfragemacht von Frauen sowie über die Möglichkeiten ausgetauscht werden, die Rentabilität durch Berücksichtigung dieser weltweit stärksten Konsumentengruppe zu steigern. Die Referenten der Konferenz nähern sich der Thematik aus vier grundlegenden Perspektiven: Produktinnovation, Marketing, Vertrieb & Service sowie wissenschaftliche Forschung. Weitere Informationen finden Sie unter www.womenbuyingpower.com

Die **Gigaset AG** München ist ein international agierendes Unternehmen im Bereich der Kommunikationstechnologie. Die Gesellschaft ist Europas Marktführer bei DECT-Telefonen. Weltweit rangiert der Premiumanbieter mit etwa 1.400 Mitarbeitern und Vertriebsaktivitäten in circa 70 Ländern ebenfalls an führender Stelle. Unter der Bezeichnung Gigaset pro entwickelt und vertreibt das Unternehmen weiterhin innovative Businessstelefonielösungen für kleine und mittelständische Unternehmen. Die Gesellschaft ist auch im Bereich Smart Home aktiv. Unter 'Gigaset elements' werden zukunftsweisende, Cloud-basierte Produkte und Lösungen für intelligentes Wohnen entwickelt und vertrieben.

Die Gigaset AG ist im Prime Standard der Deutschen Börse notiert und unterliegt damit den höchsten Transparenzanforderungen. Die Aktien werden an der Frankfurter Wertpapierbörse unter dem Symbol GGS (ISIN: DE0005156004) gehandelt.

Gigaset Social Media: 

Gigaset Corporate Blog: <http://blog.gigaset.com>

Gigaset Homepage: <http://www.gigaset.com/de>