

## DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 12 – März 2005

### Für echte Männer: Der Golf GTI

Schaut her! So cool sind wir Männer als Kind schon gewesen: Mit gierigen Blicken haben wir Frauen in Miniröcken hinterher geschaut, den Vater beim Fußball gefoult und unser Haustier mit Pfeil und Bogen gejagt. Wer damals noch nicht hart genug war, kann jetzt seine ganze Männlichkeit durch den Kauf eines Golf GTI unter Beweis stellen! Vorbei die Zeiten als Mutti befahl, im Sitzen zu Pinkeln und nett zu Mädchen zu sein. Endlich kann Mann sich ungestört der Lektüre anspruchsvollster Automagazine nebst blondhaariger Motorhaubenverzierung hingeben. VW bewirbt seinen neuen Sport-Golf im 70er Jahre Flair mit kleinen Jungs, in die sich künftige GTI-Fahrer hineinprojizieren sollen: Im Kinderwagen sitzend hängt der Junge seinen Ellbogen so lässig raus, wie es ein echter Kerl bei geöffneter Seitenscheibe nicht besser kann. Schon von frühen Kindesbeinen an sind GTI-Fahrer eben „richtige Männer“. VW rückt mit seinem Spot die komplexe Geschlechterwelt wieder ein Stück weit gerade und zeigt, wie schön einfach, oder sagen wir primitiv, die klassische Rollenverteilung doch sein kann, Sexismus und Machotum inklusive. Der Wolfsburger Autobauer samt seiner Werbestrategen scheint nicht nur vergessen zu haben, dass es Frauen geben soll, die sportliche Autos fahren, und auch Männer, die sich nicht in ein abgedroschenes Männlichkeitsklischee pressen lassen wollen. Der intelligente Hintergedanke, die „Generation Golf“ anzusprechen, wäre durch das gezielte Brechen von Klischees sicher besser angekommen ...

Dennoch: Gute Fahrt!

Den Werbespot finden Sie unter:

[http://showrooms.volkswagen.de/vwcms\\_publish/vwcms/master\\_public/showrooms/de/golf.frames\\_et\\_outer.html?TCK=UT0JPnc=>](http://showrooms.volkswagen.de/vwcms_publish/vwcms/master_public/showrooms/de/golf.frames_et_outer.html?TCK=UT0JPnc=>) Golf TV Spots

