

FRAU ist Mobil

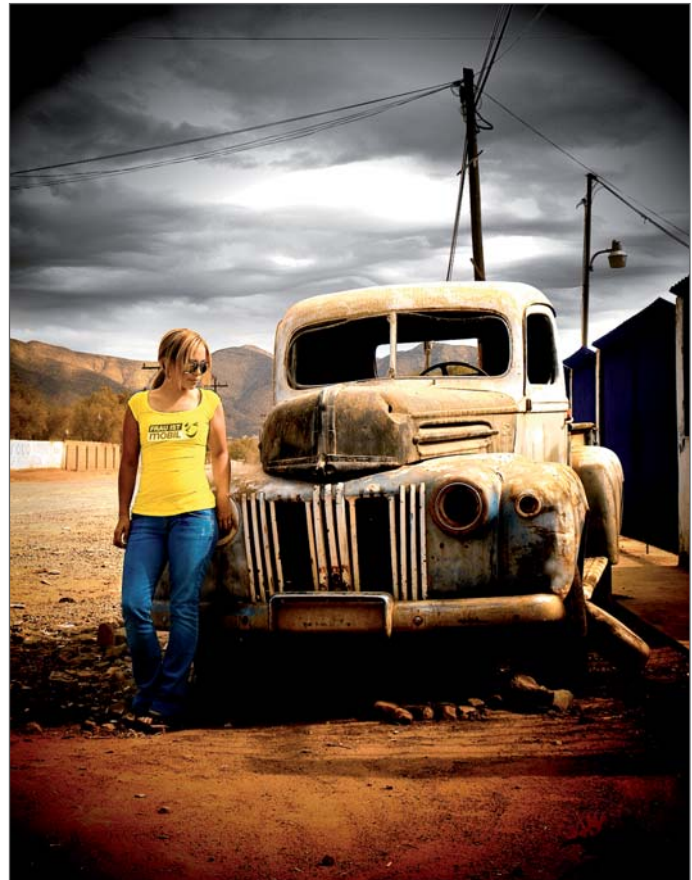
Sinn, Zweck und Ziel:

Frau und Auto: Von Vorurteilen belastet ist Service in deutschen Werkstätten nicht auf die Bedürfnisse von Frauen ausgerichtet. Frau ist Mobil soll als Navigationsportal die Lücke schliessen.

Funktion

Bei Frau ist Mobil handelt es sich um ein Internet-Navigationsportal fokussiert auf Frauen und Mobilität. Zusammen mit einem auf Beziehung und Vernetzung angelegtem Portalansatz hat Frau ist Mobil eine klare Strategie: Inhalt vor Reichweite.

Nahezu unbemerkt hat sich die Zielgruppe Frau als Wirtschaftsfaktor etabliert. So wie sich Vorurteile auflösen hat sich auch die Art der Informationskanäle aufgelöst. Mit dem Erfolg des Internets hat sich die Information von ihrem Medium gelöst und steht überall und jederzeit zur Verfügung. Reichweite bedeutet jedoch nicht Inhalt und Inhalt nicht, dass er auch gefunden wird. Sind Informationen über Autos im Übermaß zu finden, finden Frauen mit ihren Bedürfnissen rund um Auto und Mobilität nichts oder nur wenig. Frau ist Mobil hat sich zum Ziel gesetzt, den Bedürfnissen von Frauen in Bezug auf Mobilität den Einsprungpunkt in der Informationsflut des WWW's zu geben.



Was macht die Einreichung zur Innovation?

Die Innovation von Frau ist Mobil besteht in der Kombination verschiedener Elemente des Internets mit den bereits in Gang befindlichen gesellschaftlichen Trends und mit den persönlichen Erfahrungen der Initiatorin. Die Innovation ergibt sich aus den aus der Hauptstrategie „Inhalt vor Reichweite“ abgeleiteten Schlüsselstrategien:

- Männer sind anders – Frauen aber auch
- Das Geschäft mit den Nichtkunden – Service als Innovation
- Navigation als „Trusted Advice“
- Internetcommunity als weiterer Megatrend neben dem Megatrend Frau