

Sally Helgesen, Julie Johnson

Die bessere Hälfte

Warum nur Frauen die Wirtschaft nach vorn bringen

Aus dem Englischen von Nicole Hölsken

2012, geb., ca. 192 Seiten; D 17,99 € / A 18,50 / CH 25,90 Fr.*

ISBN 978-3-593-39359-9

Erscheinungstermin/Sperrfrist: 16. Februar 2012

„Eines der charakteristischen Merkmale der Finanzkatastrophe war ... wie wenig Frauen damit zu tun hatten.“ (Michael Lewis, Finanzjournalist und Autor)

Frauen sehen die Welt anders – das gilt auch für die Wirtschaft. Frauen erkennen, worauf es in Unternehmen ankommt, und verstehen, was diese heute brauchen. Sally Helgesen und Julie Johnson belegen mit eindrucksvollen Ergebnissen eigener Studien, warum weibliche Stärken in der modernen Arbeitswelt so wertvoll sind.

In der Debatte um eine Frauenquote, um zu wenige Frauen in Spitzenpositionen und ihre schlechteren Karrierechancen geht es vor allem um Gleichstellung und Gleichberechtigung, und das zu Recht. Das Thema Frauen in der Wirtschaft hat aber nicht nur eine politische, sondern auch eine genuin ökonomische Dimension. Die Wirtschaft *braucht* Frauen. Unternehmen sind auf Frauen angewiesen, wenn sie erfolgreich sein wollen. Warum das so ist, das zeigen Sally Helgesen und Julie Johnson in ihrem Buch.

Die Autorinnen betrachten die unterschiedliche Wahrnehmung von Frauen und Männern aus ökonomischer Sicht. Ihre These: Das, was Frauen sehen – was sie wahrnehmen und für wichtig halten und wie sie den Lauf der Welt begreifen – gehört zu den großen, aber leider viel zu wenig genutzten Ressourcen von Unternehmen. In ihrem Buch vermitteln Helgesen und Johnson Unternehmen den Wert der weiblichen Sichtweise.

Auf der Grundlage eigener Studien und anhand vieler Beispielsituationen am Arbeitsplatz zeigen die Autorinnen, dass die weibliche Wahrnehmung breiter und weiter gefächert ist, während Männer eher zur Fokussierung neigen. Die ganzheitliche und beobachtende Perspektive der Frauen trägt der zunehmenden Komplexität der Wirtschaftswelt im Informationszeitalter und den immer flexibleren Märkten Rechnung. Sie ist darum von unschätzbarem Wert für die strategische Ausrichtung eines Unternehmens. Die weibliche Fähigkeit, Beziehungen aufzubauen, ist produktiv für Kundenbindung, Netzwerke und flache Hierarchien, und trägt nicht zuletzt zu einem kooperativen und guten Betriebsklima bei.

Die Autorinnen zeigen, wie Firmen die Einsichten ihrer Mitarbeiterinnen zu ihrem Vorteil nutzen und die weiblichen Stärken in ihre Unternehmensstrategie und -kultur einbetten können. Frauen erfahren, was sie selbst dafür tun können, damit ihre Wissens- und Arbeitsform im Unternehmen anerkannt und umgesetzt wird.

Die Autorinnen

Sally Helgesen ist Expertin für weibliche Führung und hat Lehraufträge an verschiedenen Universitäten, unter anderem in Harvard. Tom Peters bezeichnete ihr Buch *Frauen führen anders* als „den Klassiker über weibliche Führung“. Julie Johnson ist eine der Top-Coaches für weibliche Führungskräfte weltweit und arbeitete mit den erfolgreichsten Frauen der Fortune 500-Unternehmen.

Kontakt:

Margit Knauer, 069-976516-21, knauer@campus.de, Ute Hübel, 069 976 516-23, huebel@campus.de

Campus Verlag GmbH
Presseabteilung
Kurfürstenstraße 49
60486 Frankfurt/Main
Tel. 069 976516-20
Fax 069 976516-78
presse@campus.de
www.campus.de