

AUTHENTISCH BLEIBEN

ZUM ARTIKEL „Karriere durch Sex-Appeal?“ von Gill Corkindale, HBM Online

Sollen Frauen ihre Schönheit, ihr erotisches Kapital und ihren Charme einsetzen, um im Beruf voranzukommen? Catherine Hakim, Soziologieprofessorin an der London School of Economics, meint ja – und bricht damit eines der letzten großen Tabus der Arbeitswelt.

Nun, ich spreche ein klares Ja aus. Da Männer bekanntlich mehr mit den Augen denken als mit dem Kopf, liegt es an den Männern, wie sie das entsprechend im beruflichen Umfeld zuordnen. Die Schönheit einer Frau ist immer eine Sache des Betrachters. Wer sich nur von Äußerlichkeiten verführen lässt, darf sich nicht wundern, wenn er die Katze im Sack kauft.

Männer können ebenso ihre Attribute zur Geltung bringen und ihr natürliches Kapital einsetzen. Sie tun es nur zu selten! Eines ist dabei sehr wichtig, und das gilt sowohl für die Spezies Mann als auch für die wunderbaren Geschöpfe der Natur, die Damen: Bleiben Sie bitte authentisch und kongruent auf allen Ebenen.

RAINER P. ROMETSCH, VIA HBM ONLINE

LESERSERVICE

Kommentare erreichen uns unter:

Internet:

www.harvardbusinessmanager.de

E-Mail:

forum@harvardbusinessmanager.de

Xing:

xing.com/net/harvardbusinessmanager

Facebook:

facebook.com/harvardbusinessmanager

Twitter:

twitter.com/HBM_Online

Die Redaktion behält sich vor, Leserzuschriften zu kürzen.



FOTO: PICTOPIA

SCHWERPUNKT TALENTMANAGEMENT

High Potentials zu entwickeln ist eine der wichtigsten Aufgaben von Führungskräften. Unsere Autoren erklären, worauf es dabei ankommt. Plus: Selbstmanagement – so machen Sie sich unentbehrlich.

WEITERE THEMEN

NACHHALTIGKEIT

Yvon Chouinard, Gründer der Bekleidungsmarke Patagonia, beschreibt am Beispiel der Textilbranche, wie Firmen ihre Lieferkette möglichst umweltverträglich ausrichten.

INFORMATIONSTECHNIK

Erschreckend viele IT-Projekte laufen aus dem Ruder und werden erheblich teurer als gedacht. So beugen Sie vor.

MARKETING

Für den US-Ketchupkonzern Heinz war es nicht leicht, sich an Geschmack und Bedürfnisse der Verbraucher in Schwellenländern anzupassen. Heute sind Märkte wie China, Indien und Russland die Wachstumstreiber.

DIE NÄCHSTE AUSGABE ERSCHEINT AM 22. NOVEMBER 2011.