

# INHALT

## Einleitung I.

Warum wir dieses Buch geschrieben haben.....	11
1. Weil wir beide eine Vision für die Zukunft haben.....	12
2. Weil eine Psychologin, die eigentlich ein Junge werden sollte, und eine Boulevard-Journalistin, die Green Janine geworden ist, für Diversity und Weltrettung brennen.....	14
3. Weil jetzt besser ist als zu spät. ....	20
4. Weil wir auf zwei Hochzeiten tanzen können und müssen. ....	23

## Einleitung II.

Warum wir dieses Buch geschrieben haben.....	25
Weil es auch eine richtige Einleitung braucht, die die Kapitel vorstellt.....	26

## Vorerkenntnisse und Recherche I.

Warum wir die Macht der Klischees rund um das Weibliche nutzen. ....	33
1. Weil Klischees unbeugsam und nahezu unveränderlich sind. ....	34
2. Weil Menschen sich nicht durch Aufklärung verändern. ....	36
3. Weil wir lieber umbegeistern als ständig zu kämpfen und zu verzichten. ....	37

## **Vorerkenntnisse und Recherche II.**

<b>Warum wir dringend zweierlei Maß brauchen.</b> .....	41
1. Weil sonst das männliche Maß das Weibliche entwertet. .....	42
2. Weil frau sonst immer falsch ist. .....	43
3. Weil sonst das männliche Maß selbst-verständlich das einzige bleibt. ....	44
4. Weil sonst der weibliche Körper eine Abnormität bleibt. ....	45
5. Weil sonst das Weibliche schambesetzt, irritierend und peinlich bleibt. ....	46
6. Weil sonst »like a girl« ein Schimpfwort wird. ....	49
7. Weil sonst »Rot wie Blut« und die Periode wieder in die Tabuzone rutschen. ....	50
8. Weil sonst die weibliche Stimme nicht gehört wird. ....	52
9. Weil sonst das Weibliche medial weniger wert bleibt. ....	53
10. Weil sonst das weibliche Können unsichtbar und ungenutzt bleibt. ....	54
11. Weil sonst das Weibliche unterbezahlt und abhängig bleibt. ....	58
12. Weil sonst das Weibliche politisch irrelevant bleibt. ....	60
13. Weil sonst dem Weiblichen die Führungskompetenz abgesprochen wird – und das Narrativ einer biologischen Festlegung fortgeschrieben wird. ....	61
14. Weil 13 Gründe genug sind, um mit zweierlei Maß zu messen. ....	64

## **Herzstück I.**

<b>Warum unsere Studie weibliche »Schwächen« zu Stärken machen kann und hilft, die Welt zu retten.</b> .....	67
1. Weil die Studie tiefenpsychologisch und repräsentativ ist. ....	68
2. Weil die Studie das weibliche Prinzip auf rationaler und emotionaler Ebene entschlüsselt. ....	72
3. Weil die Studie zeigt, dass Unterschiede zwischen Männlichem und Weiblichem nicht nivelliert werden sollten. ....	74
4. Weil die Studie zeigt, dass das weibliche Prinzip genau das ist, was wir jetzt brauchen. ....	81

## **These I.**

<b>Das Einbeziehen von komplexen Zusammenhängen ist eine weibliche Stärke, die hilft, die Welt zu retten.</b> .....	83
1. Weil das Weibliche auf ein intaktes Umfeld achtet. ....	86
2. Weil das Weibliche für das Männliche das Risiko minimiert. ....	87
3. Weil das Weibliche das ganze Leben als zusammenhängendes Netzwerk begreift. ....	91
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	94
Aus den Interviews .....	98

## **These II.**

<b>Das Kümmernde ist eine weibliche Stärke, die hilft, die Welt zu retten.</b> .....	107
1. Weil die Welt ohne die weibliche Care-Arbeit schon jetzt nicht mehr zu retten wäre. ....	109

2. Weil die Welt noch mehr Kummer ohne das Kümmern hätte. ....	111
3. Weil das Weibliche dem Männlichen so den Versorger-Druck nimmt und Balsam für die Seele liefert. ....	115
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	122
Aus den Interviews.....	124

### **These III.**

#### **Das Emotionale und das Empfindsame sind weibliche Stärken, die helfen, die Welt zu retten. ....**

1. Weil das Zyklische für das, was im Alltag übersehen wird, sensibilisieren kann. ....	135
2. Weil die weibliche Verletzlichkeit Achtsamkeit lehrt. ....	137
3. Weil diese Stärken das Männliche vom High-Performing-Druck entlasten. ....	139
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	141
Aus den Interviews.....	143

### **These IV.**

#### **Das Leidensfähige und das Zähe sind weibliche Stärken, die helfen, die Welt zu retten. ....**

1. Weil Leiden-Können viel mehr als nur Leid bedeutet. ....	150
2. Weil Leidenschaft Selbstwert und Wirkung schafft. ....	153
3. Weil sie Männlichem immer wieder Chancen eröffnen. ....	155
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	156
Aus den Interviews.....	158

## **These V.**

<b>Das Kreative und das Unkonventionelle sind weibliche Stärken, die helfen, die Welt zu retten.....</b>	<b>163</b>
1. Weil es das Leben vielfältiger und bunter macht. ....	165
2. Weil sie findige und positiv manipulative Lösungen erschaffen. ....	166
3. Weil sie dem Männlichen weiterhelfen, wenn mit Logik nichts mehr geht. ....	168
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	169
Aus den Interviews.....	171

## **These VI.**

<b>Das Strukturierte und das Planende sind weibliche Stärken, die helfen, die Welt zu retten.....</b>	<b>177</b>
1. Weil sie Eventualitäten frühzeitig in den Blick nehmen.....	179
2. Weil »Struktivität« Aktivität vergoldet.....	180
3. Weil sie den männlichen Aktivismus und Durchsetzungswunsch kongenial ergänzen.....	181
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	183
Aus den Interviews.....	184

## **Bonus I.**

<b>Genug davon, nicht genug zu sein. Weiblicher Selbstzweifel ist eine Stärke, die hilft, die Welt zu retten. ....</b>	<b>191</b>
1. Weil Selbstzweifel Motivation zur ständigen Weiterentwicklung ist. ....	193
2. Weil die Selbstzweifel zu Hilfe und Selbsthilfe herausfordern. ....	194

3. Weil der Zweifel der männlichen Sehnsucht nach Macht und dem Kompetitiven zusätzlichen Sinn geben kann. ....	199
4. Weil das Vorteile für den Klimaschutz, die Nachhaltigkeit und die Welt hat. ....	202

## **Fazit**

<b>Warum das weibliche Prinzip ein Mehrwert für die Rettung der Welt ist. ....</b>	205
--	-----

## **Herzstück II.**

<b>Utopie. Die Welt 2030 ....</b>	211
-----------------------------------	-----

## **Anhang**

Gemuh. Geschlechtergerechtigkeit ganz praktisch: Warum Sie alle mit dem Kauf dieses Buches dazu beitragen.....	220
Unsere Interviewpartner:innen.....	223
Dank an unsere Studienteilnehmer:innen & Unterstützer:innen .....	228