

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	15
2	Mentoring als Instrument der Karriereförderung für Frauen	21
2.1	Theoretische Betrachtung einer neuen beruflichen Fördermaßnahme	21
2.1.1	Zur Herkunft des Begriffs Mentoring	22
2.1.2	Mentoringprogramm-Definitionen	24
2.1.3	Mentoringprogramme in Deutschland: Eine Maßnahme etabliert sich	27
2.1.4	Mentoring im Feld der Gleichstellungsmaßnahmen an Hochschulen und in der Privatwirtschaft	28
	<i>Frauenförderinstrumente und Gleichstellungsmaßnahmen an Hochschulen</i>	31
	<i>Frauenförderinstrumente und Gleichstellungsmaßnahmen in der Privatwirtschaft</i>	35
2.1.5	Mentoring als neue Maßnahme der Karriereförderung für Frauen – eine Zusammenfassung	40
2.2	Theoretische Betrachtung einer neuen gleichstellungspolitischen Maßnahme: Mentoring in der Personalentwicklung	42
2.2.1	Mentoringprogrammatisierung. Eine Annäherung	42
2.2.2	Neue Perspektiven in der beruflichen Frauenförderung	45
	<i>Frauen als potenzielle Führungskräfte</i>	46
	<i>Geschlecht als Ressource</i>	49
	<i>Gleichstellung als Strukturpolitik</i>	53
2.2.3	Mentoring als neue gleichstellungspolitische Maßnahme –eine Zusammenfassung	61
2.3	Zwischenfazit und Analyseperspektiven für die Empirie	62

3	Theoretische Perspektiven auf berufliche Integrations- und Ausgrenzungsmechanismen	65
3.1	Zur Vergeschlechtlichung des Arbeitsmarktes	65
3.1.1	Berufliche Aufstiegs- und Ausschlussmechanismen im Wissenschaftssystem – Eine Annäherung	66
3.1.2	Soziales Feld und Geschlecht	69
3.1.3	Habitus, soziale Praxis und Geschlecht	73
3.1.4	Situiertes Lernen in informellen Kontexten.....	82
3.2	Zusammenfassung und Forschungsfragen.....	90
4	Methodologischer Zugang und methodisches Vorgehen	95
4.1	Grounded Theory als methodologisches Rahmenkonzept.....	96
4.2	Das Sample.....	101
4.3	Datenerhebung.....	104
4.4	Datenauswertung	105
4.4.1	Aufbereitung der Daten für die Analyse.....	105
	<i>Inhaltsprotokoll des Interviews mit Melanie Seiters, Kreditinstitut vom 30.04.04 in der Cafeteria des Kreditinstituts.....</i>	<i>106</i>
4.4.2	Kernstellenanalyse.....	108
4.5	Darstellung der Ergebnisse und Forschungsprozess.....	109
5	Mentoring im Kontext beruflicher Felder: Deutungen eines Programms	111
5.1	Soziales Feld: Hochschule, Medizinische Fakultät	111
5.1.1	Beispiel I: Dermatologie, Christin Baumert	111
	<i>Selbstverwirklicher der anderen Welt</i>	<i>111</i>
	<i>Irgendwas mit Frauen und Equal.....</i>	<i>112</i>
	<i>Ein euphorisches Frauengruppgefühl.....</i>	<i>114</i>
5.1.2	Beispiel II: Gynäkologie, Tanja Hering.....	116
	<i>Privatfreunde vom Chef.....</i>	<i>116</i>
	<i>Zotige Sprüche und weibchen-augenzwinkernde Klischees</i>	<i>118</i>

	<i>Kein Weiterkommen</i>	119
5.1.3	Zusammenfassung	121
5.2	Soziales Feld: Bankwesen	123
5.2.1	Beispiel I: Vertrieb (Sales), Tatjana Teubner	123
	<i>Ältere Herren und jüngere Protégés</i>	123
	<i>Vorbehalte gegenüber Frauen</i>	125
	<i>Commitment zur Firma</i>	127
	<i>Karriereplanungen</i>	130
5.2.2	Beispiel II: Produktmanagement, Cordula Meissner	133
	<i>Ein Heidenakt</i>	133
	<i>Jobwechsel für die Beförderung</i>	134
	<i>Mentoring als billiger Trost?</i>	135
5.2.3	Zusammenfassung	137
5.3	Soziales Feld: Verkehrsunternehmen	142
5.3.1	Beispiel I: Mittelakquise (Fundraising), Margot Koch.....	142
	<i>Ein politischer Laden</i>	142
	<i>Angst, des Feminismus' verdächtigt zu werden</i>	146
	<i>Männerquote abschaffen</i>	149
5.3.2	Beispiel II: Interne Kommunikation, Mechthild Gause.....	152
	<i>Mentoring zur Weiterqualifizierung</i>	152
	<i>Männerlastige Strukturen</i>	154
	<i>Auch für Männer ist nicht alles rosig</i>	157
5.3.3	Zusammenfassung	159
5.4	Mentoring im Kontext beruflicher Felder. Theoretische Zusammenführung und Schlussfolgerungen	162
6	Mentoring als Lernarrangement: Die Gestaltung eines Programms	171
6.1	Soziales Feld: Hochschule, Medizinische Fakultät	172
6.1.1	Beispiel I: Dermatologie, Christin Baumert	172
	<i>Der Mentor als Gegenpol</i>	172
	<i>Aus Fehlern profitieren</i>	173
6.1.2	Beispiel II: Gynäkologie, Tanja Hering.....	175
	<i>Wirkliche Unterstützung</i>	175
	<i>Kleine Tipps</i>	177
6.1.3	Zusammenfassung	178

6.2	Soziales Feld: Bankwesen	181
6.2.1	Beispiel I: Vertrieb (Sales), Tatjana Teubner	181
	<i>Außenperspektive</i>	181
	<i>Denkanstöße</i>	183
6.2.2	Beispiel II: Informationstechnik (IT-Bereich), Claudia Reinke	184
	<i>Sounding-Board</i>	184
	<i>Verschiedene Welten</i>	186
	<i>Geringer Input</i>	187
	<i>Meinungsverschiedenheiten</i>	188
6.2.3	Beispiel III: Kreditrisiko-Prüfstelle (Credit Risk Management), Melanie Seitzers	191
	<i>Vogelperspektive</i>	191
	<i>An Sachen herumdoctorn</i>	194
	<i>Themensuche</i>	196
6.2.4	Zusammenfassung	197
6.3	Soziales Feld: Verkehrsunternehmen	202
6.3.1	Beispiel I: Mittelakquise (Fundraising), Margot Koch.....	202
	<i>Schwarz auf Weiß</i>	202
	<i>Ähnliche Erfahrungen</i>	205
	<i>Ein bisschen Trost</i>	206
6.3.2	Beispiel II: Interne Kommunikation, Mechthild Gause.....	209
	<i>Vorbereitungen</i>	209
	<i>Einblicke</i>	211
	<i>Begleitung</i>	213
6.3.3	Zusammenfassung	216
6.4	Mentoring als Lernarrangement. Theoretische Zusammenführung und Schlussfolgerungen.....	219
7	Mentoring im Spannungsfeld von Frauenförderung und Personalentwicklung	231
7.1	Ein Rückblick über die Anlage der Studie	231
7.2	Die Ergebnisse der Studie	235
7.2.1	Der Illusioeffekt auf die Deutung des Mentoringprogramms.....	235
7.2.2	Der Verhaltensregeleffekt auf die Deutung des Mentoringprogramms	238

7.2.3 Illusio und Verhaltensregeln im Lernarrangement und Lernprozess	242
7.3 Mentoring – ein Ort der „stillen Pädagogik“?!	247
7.3.1 Zum Zusammenhang von Feldlogik, Programm und Setting	247
7.3.2 Fazit und Ausblick	254
Literaturverzeichnis	259
Anhang.....	271