

Birgit Riegraf

# **Frauenförderung - Alibi oder Aufbruch zur Chancengleichheit**

Eine empirische Untersuchung über Aufstiegsbarrieren  
von Frauen im Einzelhandel

unter Mitarbeit von  
Ellen Hilf

•••••,;



BERLIN VERLAG  
Arno Spitz GmbH

# GLIEDERUNG

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>11</b>
<b>2.</b>	<b>Geschlechtsspezifische Arbeitsteilung als Normalfall</b>	<b>16</b>
<b>3.</b>	<b>Betriebliche Frauenförderung - Instrumente zum Abbau von Aufstiegsbarrieren für Frauen?</b>	<b>20</b>
<b>4.</b>	<b>Frauen auf dem Westberliner Arbeitsmarkt</b>	<b>24</b>
<b>5.</b>	<b>Methodische Vorgehensweise</b>	<b>26</b>
5.1	Zur Erhebung	27
5.2	Die Auswahl des Untersuchungssamples	28
5.2.1	Die SubstitutInnen	29
5.2.2	Die Abteilungsleiterinnen/ Einkäuferinnen	30
5.2.3	Die oberen Führungskräfte	31
5.3	Zu den Interviews	32
5.3.1	Die Durchführung der Interviews	32
5.3.2	Der Interviewleitfaden	33
5.4	Zur Auswertung	34
5.4.1	Die Auswertungskategorien	36
<b>6.</b>	<b>Das Fallbeispiel</b>	<b>37</b>
6.1	Die Aufstiegswege im Konzern	40
6.2	Die Beschäftigungsstruktur im Konzern	43
6.3	Frauenfördermaßnahmen im Konzern	46
6.4	Der untersuchte Betrieb	52

6.4.1	Die Beschäftigtenstruktur im Betrieb	53
6.5	Die Aufstiegsweiterbildung im untersuchten-e,-; Konzern	54
6.6	Die Einschätzung der Aufstiegsmöglichkeiten,, für Frauen durch die Beschäftigten im Konzern	60
6.7	Resümeee *	62
<b>7.</b>	<b>Die organisationsinternen Aufstiegsbarrieren</b>	<b>64</b>
7.1	Die organisationsinternen Aufstiegsbarrieren in die mittlere Führungsebene *	64
7.L1	Die Position der Substituten	66
7.1.2	"Ich wollte mehrmals nur das Bild der doofen Verkäuferin abgeben"	67
7.1.3	"Ich wußte zu Beginn der Ausbildung nicht, was alles auf mich zukommt und was man da alles machen kann" *»;«-!; >L".	.69.
7.1.4	"Die Männer wollen aufgrund der; Bezahlung alle aufsteigen, die Frauen haben einen Mann,« der dann verdient"; .7,- ;<∞! . * . • • _ • < ;,,••.	70.
7.1.5	"Gute Leute mit eigeneruldeen werden im, Verkauf nicht gebraucht" . . . . ,• , :	72
lr. 1.6	"Die Arbeit, die ich hier mache, ist, total fw →, sinnlos" )•; ; v . <..-;..-	7*5 -
7.1.7	"Lieber Substitut in einem Kopfhäus, als, Leiter Verkauf in einem^Anhängenhaus" _ v, , .	7^
7.1.8	"Sehr viele Vorgesetzte sind autoritär und brüllen rum"	. 7 7
7.1.9	"Sobald man ein Kind hat, ist man gehand- "J capt" . . . . : • • • • • >•'... • " . . : -	7 9'
7.1.10	"Das viele Reisen ist'kaumnier mit einer ' Familie vereinbar" ••'••' :''••.. " • «	§2>
7 : L 1 1	Resümeee ...••,;•!-.,*•:.....-•"••	g3>

7.2	Die organisationsinternen, Aufstiegsbarrieren	• r
*!	in die obere Führungsebene	••• . • 84
7.2.1	Die Position der Abteilungsleitung	. , • 85
7.2.2	"Die Gestaltungsmöglichkeiten in Führungspositionen finde ich faszinierend"	.. ;, 85
7.2.3	"Nicht zu den geltenden Anforderungen an , räumliche Mobilität und zeitliche Flexibilität"	oo
7.2.4	"Geschäftsleiterinnen waren nicht üblich".	91
7.2.5	"Aufgrund der Altersgrenze ist der Aufstieg nicht mehr möglich"	92
7.2.6	"Frauen müssen sich auf diesen Positionen nach allen Seiten wehren"	93
7.2.7	"Wie das Unternehmen mit den oberen Führungskräften umgeht: So nicht"	94
7.2.8	Resümee	95
<b>8.</b>	<b>Die personalen Aufstiegsbarrieren</b>	<b>96</b>
8.1	Die Abteilungsleiterinnen/ Einkäuferinnen als personale Aufstiegsbarrieren	97
8.1.1	"Den jungen Männern muß man Aufstiegsperspektiven aufzeigen"	97
8.1.2	Resümee	/ 100
8.2	Die Geschäftsleiterinnen als personale Aufstiegsbarrieren	' 101
8.2.1	"Frauenförderung ist 'in', das muß man ja heute machen"	101
8.2.2	"Das Unternehmen kann sich nicht um soziale Belange kümmern"	102
8.2.3	"Das Privatleben muß beim Aufstieg zurückgestellt werden"	104
8.2.4	"Aufstiegskandidaten müssen berufliches Engagement und zeitlichen Einsatz zeigen"	106

8.2.5	"Wenn Frauen aufsteigen möchten, stehen ihnen doch alle Türen offen"	110
8.2.6	Resümee -" . '....	113
<b>9.</b>	<b>Chancengleichheit für weibliche Beschäftigte im Einzelhandel</b>	<b>114</b>
)		
<b>Literaturverzeichnis</b>		<b>118</b>