

Förderung von Frauen in IT- und Digitalberufen

Bitkom-Studie 2025

Förderung von Frauen in IT- und Digitalberufen

Wichtigste Erkenntnisse

Diese Studie analysiert die Frauenförderung in deutschen Unternehmen, mit einem speziellen Fokus auf IT- und Digitalberufe. Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 605 Unternehmen in Deutschland ab 20 Beschäftigten telefonisch befragt. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 51 2024 bis KW 6 2025 statt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Aktueller Stand und Ziele

- Den eigenen Frauenanteil schätzen deutsche Unternehmen überwiegend als gering ein. 64 Prozent geben an, dass weniger als die Hälfte aller Beschäftigten weiblich ist. Bei 19 Prozent sind die Stellen etwa paritätisch besetzt.
- Insbesondere in IT- und Digitalbereichen, wie der IT-Administration, der Datenanalyse oder der Software-Entwicklung, ist der Frauenanteil gering. In 94 Prozent der Unternehmen arbeiten weniger Frauen als Männer in diesen Berufen.
- Viele Unternehmen haben sich intern Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils gesetzt (52 Prozent), aber nur 9 Prozent aller Unternehmen haben ihre Ziele bereits erreicht.

Maßnahmen zur Frauenförderung

- Nur wenige Unternehmen setzen gezielt Maßnahmen ein, um Frauen zu fördern, darunter kommunikative Strategien wie speziell zugeschnittene Social Media-Kampagnen (15 Prozent) und spezielle Recruiting-Programme wie (Hoch-)Schulkooperationen (24 Prozent).
- 39 Prozent der Unternehmen haben keine klar für die Frauenförderung verantwortliche Person bzw. Stelle benannt.

Hürden und Herausforderungen

- Zahlreiche Hürden stehen einer höheren Repräsentanz von Frauen im IT- und Digitalbereich entgegen. Dazu gehören laut den Unternehmen vor allem eine mangelhafte Betreuungsinfrastruktur (55 Prozent), Hürden beim Wieder- bzw. Quereinstieg (59 bzw. 52 Prozent) und fehlende Frauennetzwerke im Unternehmen (52 Prozent).
- Herausforderungen stellen auch traditionelle Rollenbilder (53 Prozent), ungenügend qualifizierte Bewerberinnen (50 Prozent) und eine männlich geprägte Kultur im IT- und Digitalbereich (50 Prozent) dar.
- Positive Effekte der Frauenförderung erkennen die Unternehmen – 88 Prozent freuen sich über ein besseres Betriebsklima, 81 Prozent über neue Ideen im Team – jedoch gibt es auch kritische Stimmen, die die Frauenförderung für nicht mehr notwendig halten (23 Prozent) oder nur als temporären Trend sehen (17 Prozent).

Internationaler Vergleich

- Die Mehrheit sagt, Deutschland stehe im internationalen Vergleich hinsichtlich Frauenanteil in IT- und Digitalberufen schlecht da: 59 Prozent sehen das Land unter den Nachzüglern. 23 Prozent sagen, es habe den Anschluss verpasst.

Inhalt

Wichtigste Erkenntnisse	4
1 Status Quo und interne Ziele	7
1.1 Frauenanteil im eigenen Unternehmen	7
1.2 Interne Ziele für die Erhöhung des Frauenanteils	8
1.3 Gründe für fehlende Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils allgemein	9
1.4 Gründe für fehlende Ziele im IT- und Digitalbereich	10
2 Maßnahmen zur Frauenförderung	12
2.1 Zuständigkeit im Unternehmen	12
2.2 Programme zur Gewinnung von Frauen für IT- und Digitalberufe	13
2.3 Kommunikative Recruiting-Maßnahmen für IT- und Digitalberufe	14
2.4 Maßnahmen zur Unterstützung im Berufsalltag	15
3 Hürden bei der Frauenförderung	17
3.1 Hürden	17
3.2 Chancenperspektive in Unternehmen	18
3.3 Kritische Stimmen in den Unternehmen	19
3.4 Wirtschaftliche Aspekte der Frauenförderung	20
3.5 Politische Maßnahmen	21
4 Umfrage innerhalb der deutschen Digitalwirtschaft	23
4.1 Interne Ziele für die Erhöhung des Frauenanteils in der Digitalwirtschaft	24
4.2 Zuständigkeit und Maßnahmen zur Frauenförderung	25
4.3 Hürden bei der Frauenförderung	26
4.4 Politische Maßnahmen	27
4.5 Wirtschaftliche Aspekte für Digitalunternehmen	28
4.6 Maßnahmen zum Recruiting von Frauen in der Digitalwirtschaft	29
4.7 Chancenperspektive in Digitalunternehmen	30
4.8 Kritische Stimmen in den Digitalunternehmen	31
5 Fazit	32
6 Methodik	33

1 Status Quo und interne Ziele

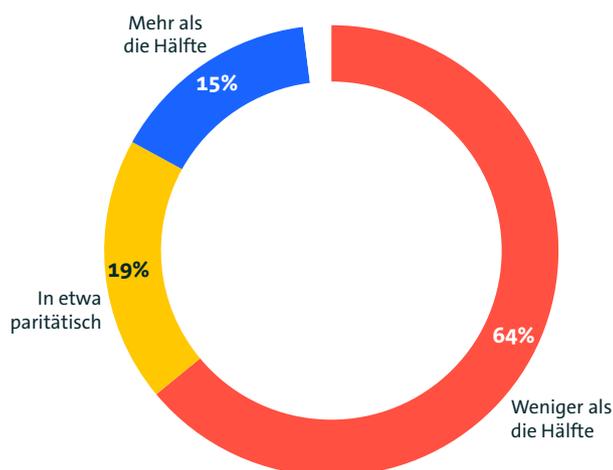
1 Status Quo und interne Ziele

Der Frauenanteil in IKT-Berufen war 2023 nach wie vor sehr gering: 18 Prozent. 10 Jahre zuvor, in 2013, lag dieser Wert bei 16 Prozent.¹ Zwar sagen 88 Prozent der Unternehmen, gemischte Teams aus Männern und Frauen tragen zu einem besseren Betriebsklima bei, und 81 Prozent sprechen Frauen zu, neue Sichtweisen einzubringen, doch hat nur etwas über ein Drittel (37 Prozent) Ziele verankert, den eigenen Frauenanteil im IT- und Digitalbereich zu erhöhen. In 39 Prozent der Unternehmen gibt es allgemein keine festen Zuständigkeiten für die Förderung von Frauen und die Steigerung des Frauenanteils.

¹ Bundesagentur für Arbeit, Statistik/Arbeitsmarktberichterstattung. (2024, Juni). *Der Arbeitsmarkt für IKT-Berufe im Kontext der Transformation*. Berichte: Arbeitsmarkt kompakt. Abgerufen von <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Statischer-Content/Statistiken/Themen-im-Fokus/Berufe/Generische-Publikationen/AM-kompakt-IKT.pdf>

1.1 Frauenanteil im eigenen Unternehmen

Wie schätzen Sie den Frauenanteil unter allen Beschäftigten in Ihrem Unternehmen ein?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Rest: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 1: Allgemeiner Frauenanteil im Unternehmen

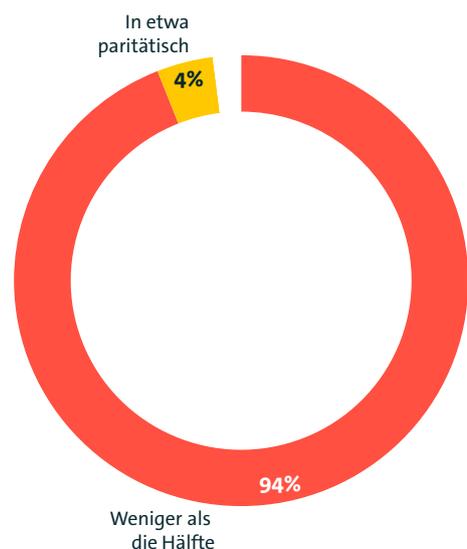
Ein großer Teil der befragten Unternehmen weist generell einen niedrigeren Anteil weiblicher Beschäftigter auf; 64 Prozent schätzen ihren allgemeinen Frauenanteil auf »weniger als die Hälfte«. Nur knapp jedes fünfte Unternehmen (19 Prozent) gibt an, in etwa paritätisch besetzt zu sein.

Noch kleiner ist der Anteil der Unternehmen, die allgemein mehr Frauen beschäftigen als Männer: 15 Prozent.

Speziell in den IT- und Digitalfachbereichen der Unternehmen sind die Zahlen noch eindeutiger. Hier geben 94 Prozent der Unternehmen an, mehrheitlich männlich besetzt zu sein, paritätisch sehen sich nur 4 Prozent. Kein einziges Unternehmen besetzt mehr als die Hälfte seiner IT- und Digitalstellen vornehmlich mit Frauen.

Zu den IT- und Digitalfachbereichen zählen unter anderem IT-Administration und -Sicherheit, Software-Entwicklung, KI & Datenanalyse sowie Digitale Transformation.

Wie schätzen Sie den Frauenanteil in den IT- und Digital-Fachbereichen* in Ihrem Unternehmen ein?



*z. B. IT-Administration und -Sicherheit, Software-Entwicklung, Digitale Transformation, KI & Datenanalyse. Basis: Alle Befragten (n=605) | Rest: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 2: Frauenanteil speziell in IT- und Digitalbereichen

1.2 Interne Ziele für die Erhöhung des Frauenanteils

Viele Unternehmen stecken sich interne Ziele für die Erhöhung ihres allgemeinen, bereichsübergreifenden Frauenanteils. Ein Zehntel (9 Prozent) der Unternehmen hat seine Ziele schon erreicht.

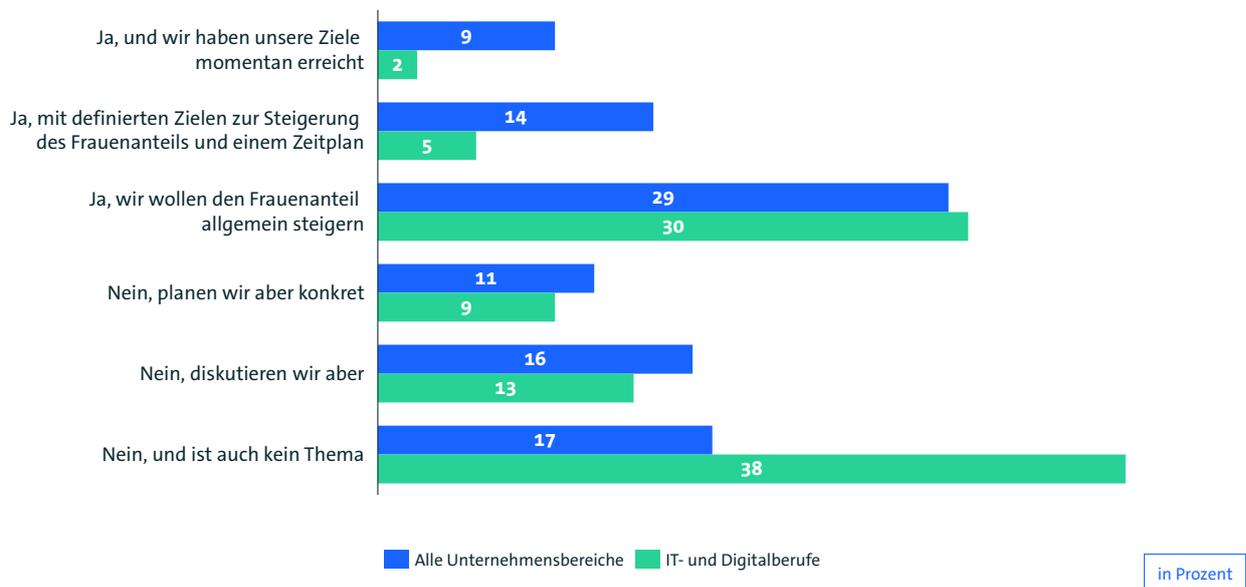
14 Prozent haben schon einen festen Zeitplan und genaue Zielsetzungen für einen höheren Frauenanteil definiert. 29 Prozent haben zumindest allgemeine Ziele für eine Steigerung des Frauenanteils.

Weitere 27 Prozent wollen zukünftig Ziele festlegen: 11 Prozent befinden sich in der konkreten Planung, 16 Prozent diskutieren zumindest die Einführung von Zielen.

Speziell im IT- und Digitalbereich haben nur 5 Prozent einen Zeitplan festgelegt und genaue Ziele für einen höheren Frauenanteil definiert, 2 Prozent haben ihre Ziele schon erreicht.

Für 17 Prozent ist die Erhöhung des Frauenanteils über die Abteilungen hinweg »kein Thema«. Für IT- und Digitalberufe liegt dieser Wert bei 38 Prozent.

Hat sich Ihr Unternehmen interne Ziele gesteckt in Bezug auf die Erhöhung des Frauenanteils?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Rest: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research

Abbildung 3: Interne Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils

1.3 Gründe für fehlende Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils allgemein

Unter den Unternehmen, die sich noch keine festen Ziele zur bereichsübergreifenden Erhöhung ihres Frauenanteils gesetzt haben (44 Prozent), sind die Gründe dafür unterschiedlich.

71 Prozent sagen, dass nicht genügend Bewerberinnen zur Verfügung stehen, um etwaige Ziele überhaupt zu erreichen. Kommt es im Rahmen des Recruitings zu einem Angebot, lehnen bei 21 Prozent der Unternehmen die Frauen die Positionen doch ab.

Jeweils 7 Prozent sehen schlicht »keinen Handlungsbedarf« oder finden ihren Frauenanteil »bereits groß genug«.

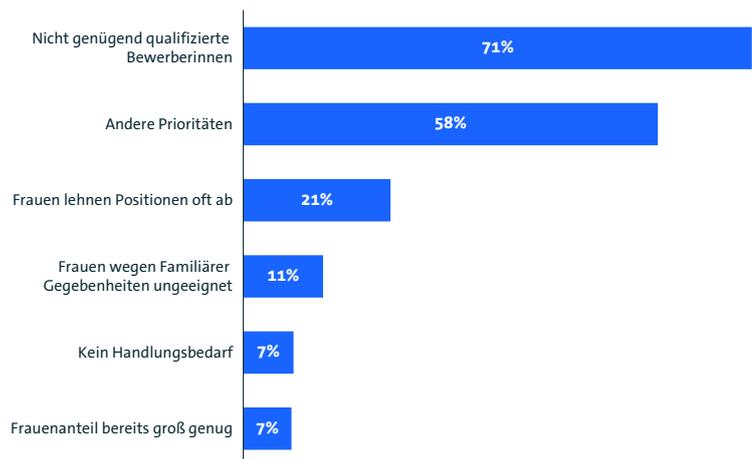
11 Prozent sehen familiäre Gegebenheiten als einen Grund, sich unternehmensintern keine Ziele zu setzen, 58 Prozent der Unternehmen haben »andere Prioritäten«.

Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils



- Nein, aber konkret geplant oder in Diskussion (27%)
- Nein, und ist auch kein Thema (17%)

Warum hat sich Ihr Unternehmen bisher keine internen Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils gesteckt?



Basis links: Alle Befragten (n=605) | Basis rechts: Unternehmen ohne Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils (n=263) | Rechts: Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 4: Gründe für fehlende Zielsetzung zur Erhöhung des Frauenanteils

1.4 Gründe für fehlende Ziele im IT- und Digitalbereich

Im IT- und Digitalbereich ist es für die Unternehmen noch schwieriger, eine ausreichende Anzahl qualifizierter Bewerberinnen zu finden. Unter den Unternehmen, die sich keine Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils gesteckt haben, geben 78 Prozent eine ungenügende Anzahl qualifizierter Bewerberinnen als Grund dafür an.

Speziell auf den IT- und Digitalbereich bezogen, sagt kein Unternehmen, sein Frauenanteil sei bereits groß genug.

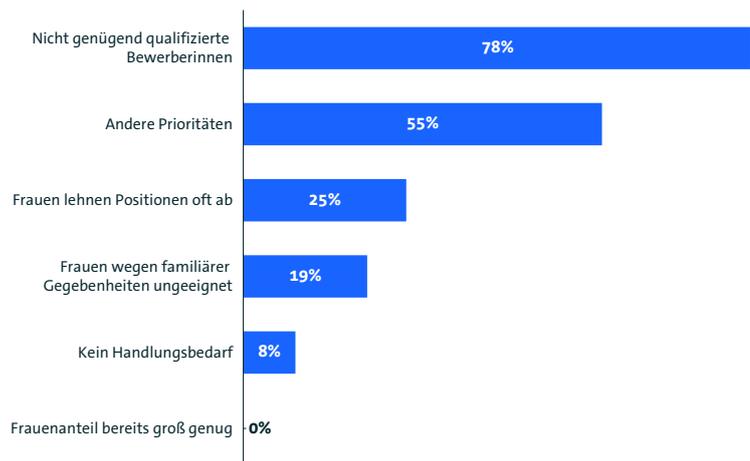
19 Prozent der Unternehmen ohne Ziele für einen höheren Frauenanteil geben an, Frauen seien **aufgrund familiärer Gegebenheiten** für IT- und Digitalberufe »oft ungeeignet«.

Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils im IT- und Digital-Bereich



- Nein, aber konkret geplant oder in Diskussion (22%)
- Nein, und ist auch kein Thema (38%)

Warum hat sich Ihr Unternehmen bisher keine internen Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils gesteckt?



Basis links: Alle Befragten (n=605) | Basis rechts: Unternehmen ohne Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils (n=362) | Rechts: Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 5: Gründe für fehlende Zielsetzung zur Erhöhung des Frauenanteils speziell in IT- und Digitalbereichen

2 Maßnahmen zur Frauenförderung

2 Maßnahmen zur Frauenförderung

2.1 Zuständigkeit im Unternehmen

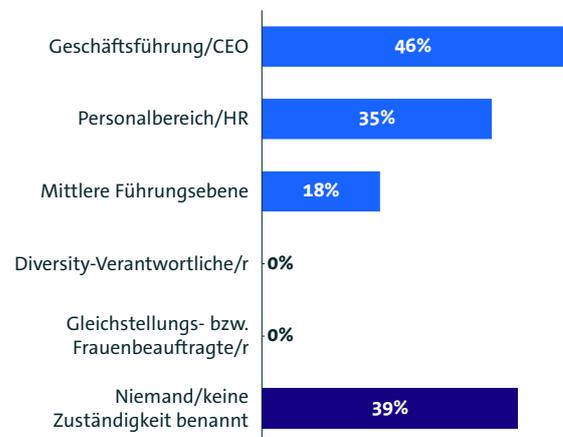
In etwa der Hälfte der Unternehmen (46 Prozent) wird die Geschäftsführung als verantwortlich für die Frauenförderung und die Erhöhung des Frauenanteils genannt. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen die HR-Abteilung mit 35 Prozent und Angestellte in der mittleren Führungsebene mit 18 Prozent.

39 Prozent haben keine Zuständigkeit benannt und damit niemanden, der für diese Themen hauptverantwortlich ist. Ebenso gab keins der befragten Unternehmen an, Gleichstellungsbeauftragte bzw. Diversity-Verantwortliche festgelegt zu haben.

Die geringe Frauenquote im IT- und Digitalbereich ist nicht nur auf fehlende Zuständigkeiten und die teilweise niedrige Priorität in Unternehmen zurückzuführen, auch strukturelle Faktoren sind denkbar.

Beispielsweise waren 2023 nur 21 Prozent der Informatik-Erstsemester (WS 22/23)² und nur rund 11 Prozent der Auszubildenden im MINT-Bereich weiblich.³

Wer ist in Ihrem Unternehmen für alle Themen rund um die Förderung von Frauen bzw. Erhöhung des Frauenanteils im Unternehmen verantwortlich?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 6: Zuständigkeit für die Frauenförderung im Unternehmen

2 Statistisches Bundesamt (Destatis). (2023). *Studienanfänger: Deutschland, Semester, Nationalität, Geschlecht, Studienfach*. Abgerufen von <https://www-genesis.destatis.de/datenbank/online/table/21311-0012>

3 Bundesagentur für Arbeit. (2024). *Der Arbeitsmarkt für IKT-Berufe im Kontext der Transformation*. Abgerufen von <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Statischer-Content/Statistiken/Themen-im-Fokus/Berufe/Generische-Publikationen/AM-kompakt-IKT.pdf>

2.2 Programme zur Gewinnung von Frauen für IT- und Digitalberufe

Viele Unternehmen wollen zur Gewinnung weiblicher Fachkräfte an speziellen Programmen teilnehmen oder diese selbst ins Leben rufen.

Die Schul- und Hochschul-Kooperationen werden aktuell von etwa jedem dritten Unternehmen (31 Prozent) geplant. Einstiegsprogramme speziell für Frauen erfreuen sich eines vergleichsweise hohen Zuspruchs: Jedes vierte Unternehmen (24 Prozent) will diese zukünftig anbieten.

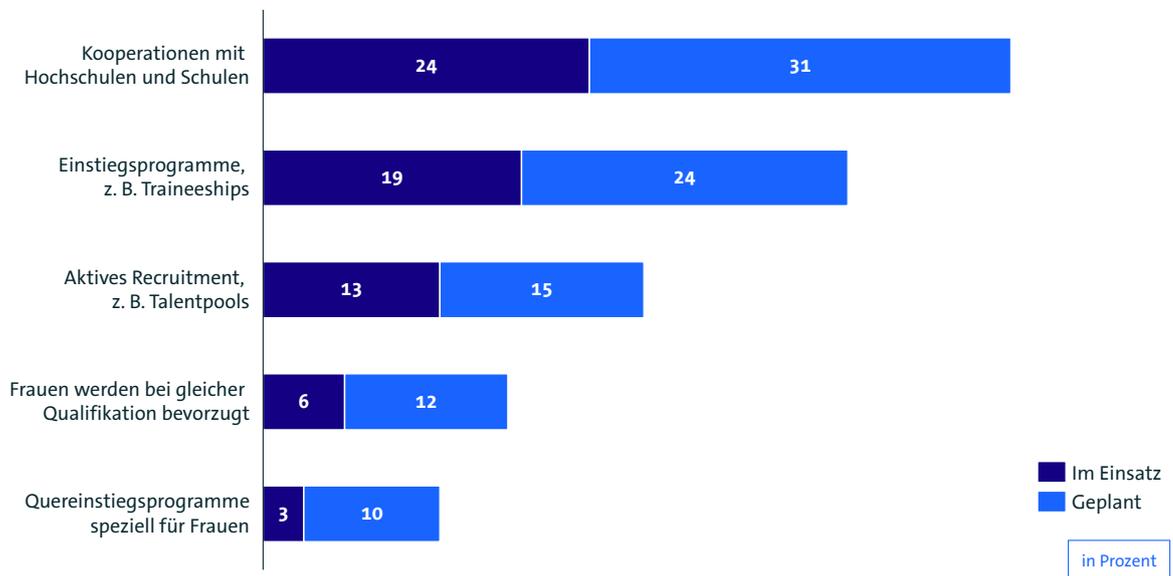
Andere Maßnahmen wie aktives Recruiting z. B. über Talentpools (15 Prozent) und Quereinstiegsprogramme (10 Prozent) planen weniger Unternehmen.

Auffällig ist die teils große Diskrepanz bei der Frage, ob die Unternehmen Maßnahmen nur planen, oder wirklich im Einsatz haben.

Zwar geben viele Unternehmen (31 Prozent) an, (Hoch-) Schul-Kooperationen in Planung zu haben, im Einsatz sind sie aber nur bei 24 Prozent. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Einstiegsprogrammen speziell für Frauen (24 Prozent in Planung, 19 Prozent im Einsatz) oder auch beim Thema Quereinstieg (10 Prozent in Planung, 3 Prozent im Einsatz).

Die feste Regel, Frauen bei gleicher Qualifikation zu bevorzugen, setzen nur 6 Prozent der Unternehmen wirklich um.

Programme und Regeln, um Frauen speziell für IT- und Digitalberufe aufmerksam zu machen und zu rekrutieren



Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 7: Einsatz von Programmen und Regeln bei der Anwerbung von Frauen in IT- und Digitalbereichen

2.3 Kommunikative Recruiting-Maßnahmen für IT- und Digitalberufe

Das Muster, dass viele Unternehmen spezielle Maßnahmen planen, aber nur wenige sie umsetzen, zeigt sich auch in der Kommunikation – obwohl sich diese Maßnahmen schnell und mit vergleichsweise wenig Aufwand umsetzen lassen.

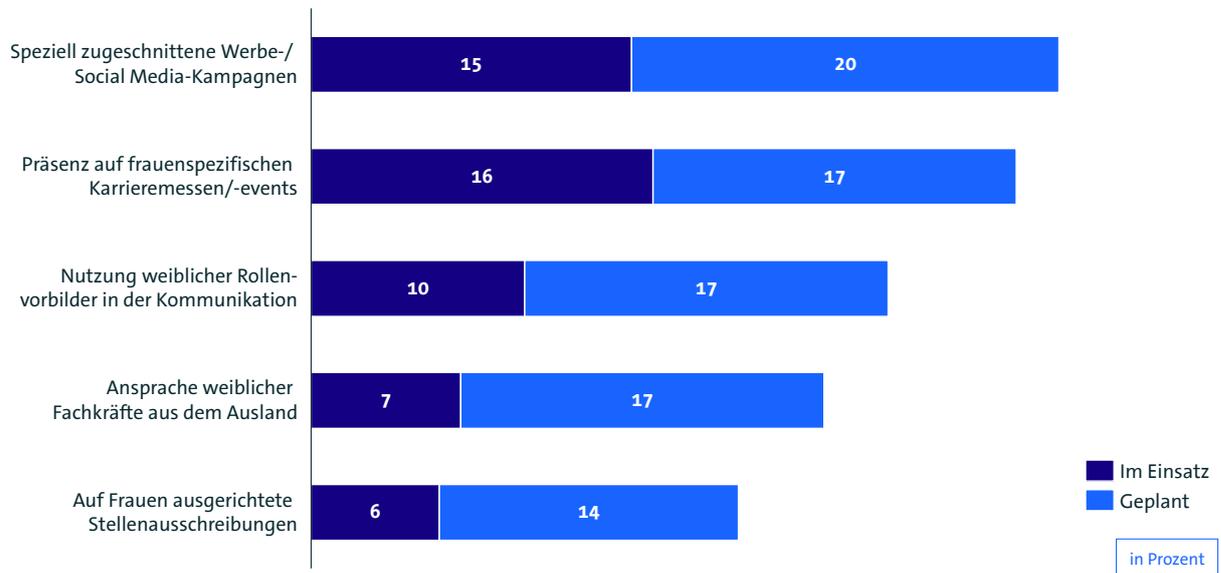
Speziell zugeschnittene Werbekampagnen sind nur bei 15 Prozent im Einsatz, und 20 Prozent planen, sie einzusetzen.

Die bewusste Nutzung weiblicher Rollenvorbilder in der Kommunikation planen 17 Prozent, 10 Prozent setzen die Maßnahme aktiv um.

Dem IT-Fachkräftemangel könnte zu beachtlichen Teilen mit verstärktem Recruiting aus dem Ausland begegnet werden. Etwa 321.000 zusätzliche Fachkräfte könnten bis 2040 aus dem Ausland kommen.⁴ Trotzdem werben nur 7 Prozent der Unternehmen gezielt weibliche Fachkräfte aus dem Ausland an.

4 Bitkom. (2024). *Mangel an IT-Fachkräften droht sich zu verschärfen*. Abgerufen von <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mangel-an-IT-Fachkraeften-droht-sich-zu-verschaerfen>

Kommunikative Maßnahmen, um Frauen speziell für IT- und Digitalberufe aufmerksam zu machen und zu rekrutieren



Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 8: Kommunikative Maßnahmen zur Anwerbung von Frauen in IT- und Digitalbereichen

2.4 Maßnahmen zur Unterstützung im Berufsalltag

Verglichen mit ihrem Anteil an der Gesamtbevölkerung sind in Deutschland Frauen im Berufsleben weiter unterrepräsentiert.

Auf Führungsebene war 2023 nur knapp jede dritte Person eine Frau.⁵

⁵ Statistisches Bundesamt (Destatis). (2023). *Teilhabe von Frauen am Erwerbsleben*. Abgerufen von <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Qualitaet-Arbeit/Dimension-1/teilhabe-frauen-erwerbsleben.html>

Viele Unternehmen ergreifen Maßnahmen, um ihren Frauenanteil allgemeinen zu steigern. Diese sollen sowohl im Job selbst unterstützen, als auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie stärken. Flexible Rahmenbedingungen wie mobiles Arbeiten (50 Prozent) und bewusst familienfreundliche Regelungen (39 Prozent) sind in den Unternehmen die beliebtesten Maßnahmen.

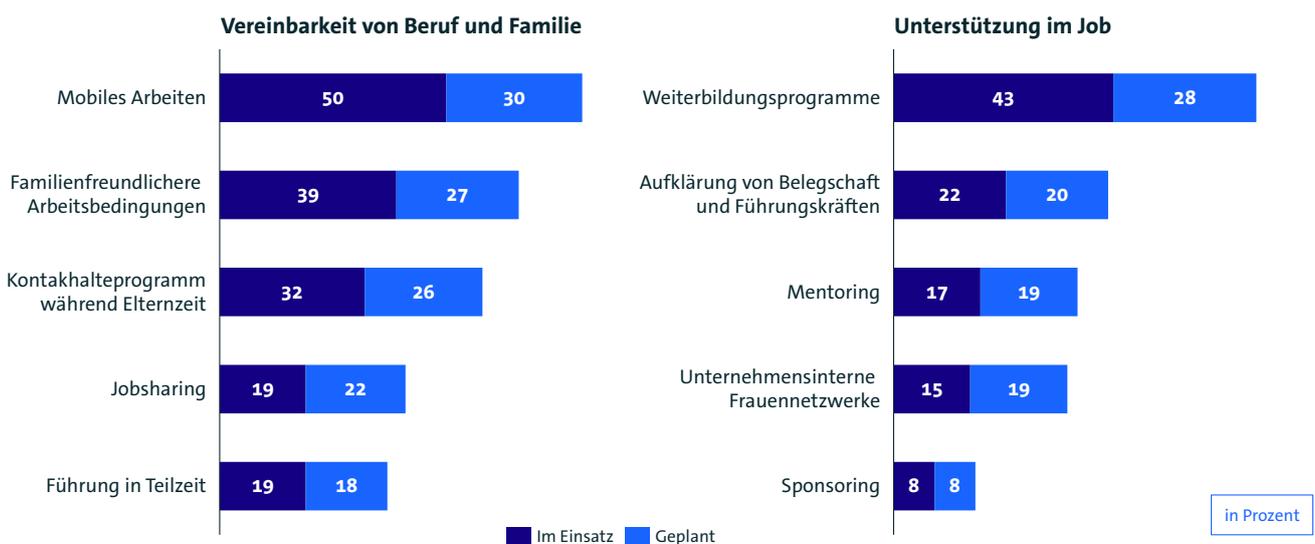
Auch Weiterbildungsangebote stehen mit 43 Prozent hoch im Kurs, Kontakthalteprogramme gibt es in jedem dritten Unternehmen (32 Prozent).

Teilzeitmodelle wie Jobsharing oder Führung in Teilzeit bietet etwa jedes fünfte Unternehmen (je 19 Prozent). Unternehmensinterne Frauennetzwerke betreiben 15 Prozent.

Speziell auf weibliche Angestellte zugeschnittene Mentoring-Angebote haben 17 Prozent im Einsatz.

»Sponsoring« ist in 8 Prozent der Unternehmen im Einsatz. Hier unterstützt eine erfahrene Führungskraft gezielt die Karriere einer Berufseinsteigerin. Anders als beim klassischen Mentoring geht es nicht nur um den fachlichen Austausch, sondern um eine aktive und strukturierte Förderung.

Welche Maßnahmen haben Sie aktuell im Einsatz bzw. planen Sie, um Frauenkarrieren im Unternehmen allgemein, d. h. in allen Unternehmensbereichen, zu fördern?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research

Abbildung 9: Maßnahmen zur Unterstützung von Frauenkarrieren im eigenen Unternehmen

3 Hürden bei der Frauenförderung

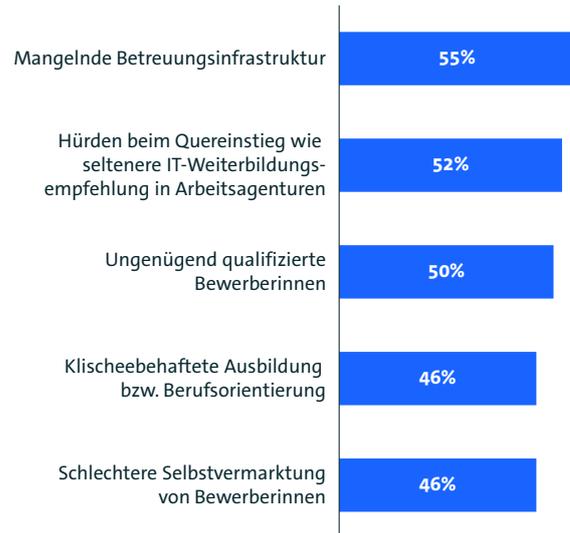
3 Hürden bei der Frauenförderung

3.1 Hürden

Die Unternehmen sehen die deutsche Wirtschaft im internationalen Vergleich eher »unter den Nachzüglern« (59 Prozent), oder sagen, sie habe »den Anschluss verpasst« (23 Prozent).

Gründe liegen sowohl in Gesellschaft und Politik, als auch in den Unternehmen selbst. So nennen die Unternehmen eine mangelnde Betreuungsinfrastruktur (55 Prozent) und zu wenige qualifizierte Bewerberinnen (50 Prozent) gleichermaßen als Probleme, wie traditionelle Rollenbilder (53 Prozent) oder zu hohe Hürden beim Wiedereinstieg (59 Prozent).

Hürden in Politik & Gesellschaft

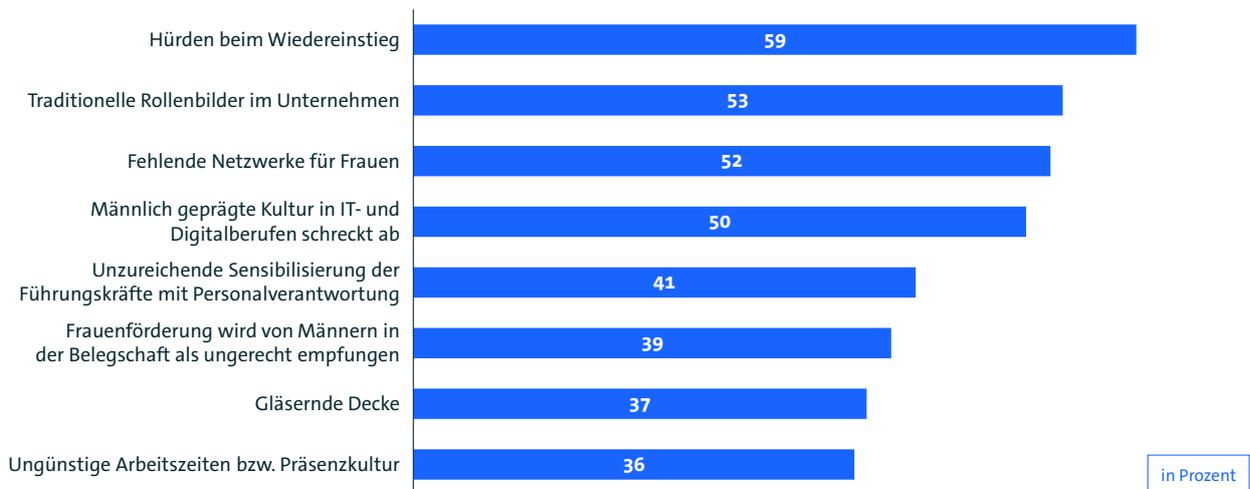


Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 10: Hürden in Politik und Gesellschaft

Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe, warum der Frauenanteil in den IT- und Digitalberufen in der deutschen Wirtschaft nicht höher ist?

Hürden innerhalb der Unternehmen



Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 11: Hürden innerhalb der Unternehmen

3.2 Chancenperspektive in Unternehmen

Das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Frauenförderung ist in deutschen Unternehmen durchaus vorhanden.

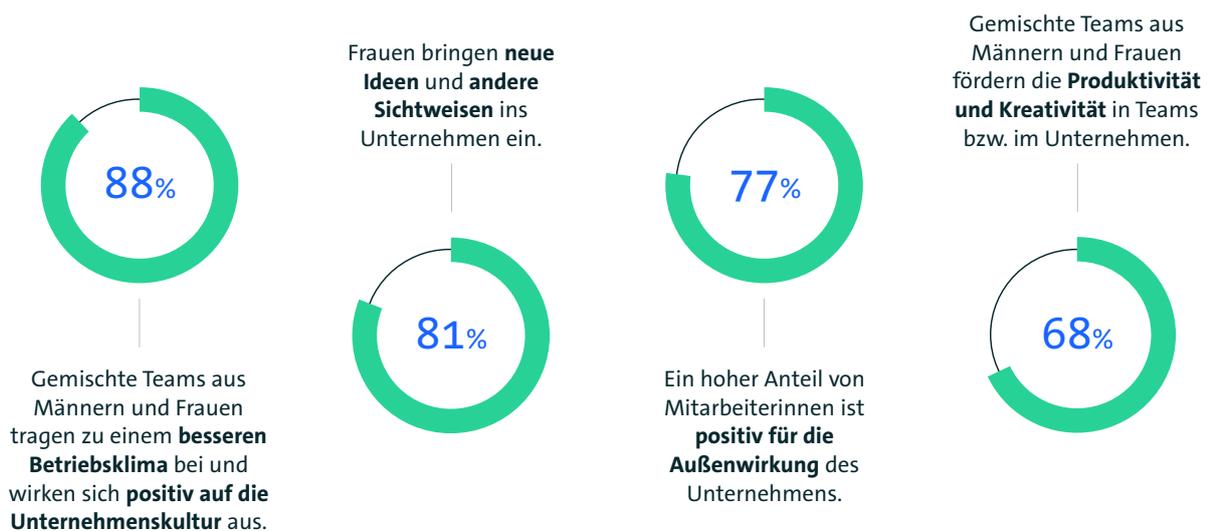
So sagen 88 Prozent, dass gemischte Teams zu einem besseren Betriebsklima beitragen und sich positiv auf die Unternehmenskultur auswirken.

81 Prozent freuen sich über neue Ideen und Sichtweisen durch weibliche Angestellte.

68 Prozent sagen zudem, gemischte Teams aus Männern und Frauen fördern sowohl die Produktivität als auch die Kreativität im Unternehmen.

Auch die Außenwahrnehmung wird laut den Unternehmen durch einen höheren Frauenteil verbessert: 77 Prozent stimmen zu, dass diese sich verbessert.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu bzw. nicht zu?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz« oder »eher« zu | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 12: Chancenperspektive bei der Frauenförderung

3.3 Kritische Stimmen in den Unternehmen

52 Prozent stimmen zu, dass sich bei gut qualifizierten Männern Frust breit macht, weil sie sich gegenüber weiblichen Konkurrentinnen benachteiligt fühlen. 30 Prozent stimmen zu, dass durch Maßnahmen zur Frauenförderung Frauen auch dann eingestellt werden, wenn sie geringer qualifiziert sind als männliche Bewerber.

17 Prozent halten Frauenförderung für einen Trend, der bald vorübergehen wird.

23 Prozent sehen Frauenförderung als »nicht mehr notwendig« an.

Und 36 Prozent sagen, diese Maßnahmen seien oft nur vorgeschoben, ohne wirkliche Änderungen in der Praxis.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu bzw. nicht zu?

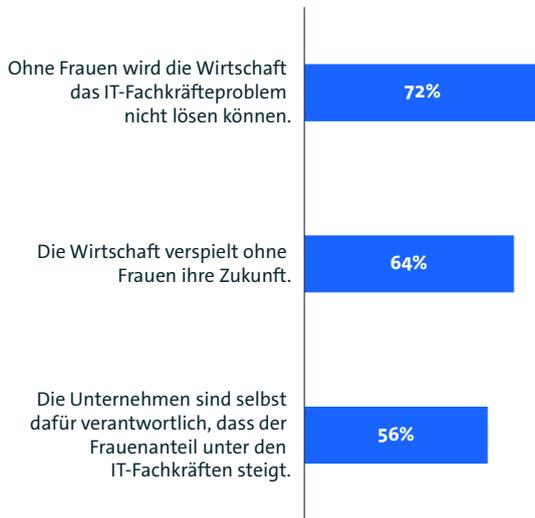


Basis: Alle Befragten (n=605) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz« oder »eher« zu | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 13: Kritische Stimmen zur Frauenförderung

3.4 Wirtschaftliche Aspekte der Frauenförderung

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Frauen in IT- und Digitalberufen Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Werte für »Trifft voll und ganz« oder »eher« zu. Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 14: Wirtschaftliche Aspekte der Frauenförderung

Zwei Drittel (64 Prozent) stimmen der Aussage zu, die Wirtschaft verspielt ohne Frauen ihre Zukunft. Dass das IT-Fachkräfteproblem ohne Frauen nicht lösbar ist, sagen 72 Prozent der Unternehmen.

56 Prozent sehen die Unternehmen selbst in der Pflicht, den Frauenanteil unter den IT-Fachkräften zu steigern (gleichzeitig sagen 54 Prozent, auch die neue Bundesregierung müsse mehr für dieses Ziel tun; ↗ s. Kapitel 3.5).

Je etwa die Hälfte der Unternehmen sagt, IT- und Digitalberufe würden Frauen abschrecken (47 Prozent) oder bei ihnen zu wenig bekannt sein (46 Prozent). Laut 69 Prozent der Unternehmen müssen IT- und Digitalberufe für Frauen generell attraktiver werden.

Auffällig: 4 von 10 Unternehmen (39 Prozent) stimmen der Aussage zu, dass Männer für diese Berufe einfach besser geeignet seien.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Frauen in IT- und Digitalberufen Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Werte für »Trifft voll und ganz« oder »eher« zu. Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 15: Meinungsbild zu Frauen in IT- und Digitalberufen

3.5 Politische Maßnahmen

Deutsche Unternehmen wünschen sich aus der Politik vor allem mehr Investitionen in die Betreuungsinfrastruktur (74 Prozent). Auch eine Bildungspolitik, die gezielt das Interesse von jungen Frauen an IT-Themen fördert, will ein Großteil der Unternehmen (63 Prozent).

Attraktivere Curricula in Ausbildungen und Studiengängen fordern 43 Prozent, und eine Förderung für IT-Quereinsteige wollen 49 Prozent.

26 Prozent der Unternehmen wünschen sich eine verbindliche Frauenquote im mittleren und oberen Management. 5 Prozent sagen, es seien keine weiteren politischen Maßnahmen zur Frauenförderung in IT- und Digitalberufen notwendig.



Basis: Alle Befragten (n=605) | Werte für »Trifft voll und ganz« oder »eher« zu | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 16: Rolle der Politik für den IT- und Digitalbereich

Welche der folgenden Maßnahmen, die auch im Zusammenhang mit der Erhöhung des Frauenanteils in IT- und Digitalberufen diskutiert werden, sollte die neue Bundesregierung aus Ihrer Sicht angehen?



Basis: Alle Befragten (n=605) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

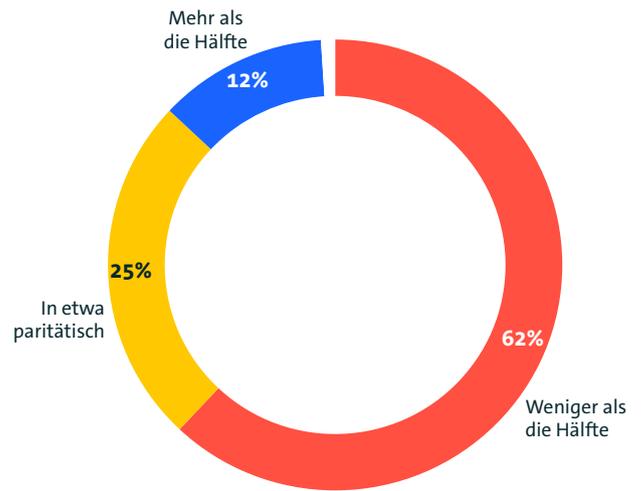
Abbildung 17: Politische Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils in IT- und Digitalberufen

4 Umfrage innerhalb der Digitalwirtschaft

4 Umfrage innerhalb der deutschen Digitalwirtschaft

Innerhalb der Befragten aus der deutschen Digitalwirtschaft sieht der unternehmensweite Frauenanteil ähnlich aus wie in der Gesamtwirtschaft (↗s. Kapitel 1.1). Unterschiede gibt es allerdings in der Frage, ob die Unternehmen ihre Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils bereits erreicht haben. Innerhalb der Digitalwirtschaft sagt etwa ein Viertel (24 Prozent), dass es die internen Ziele schon erreicht hat. Auf die Gesamtwirtschaft bezogen, liegt der Wert bei 9 Prozent. Der Anteil der Unternehmen, die schon Ziele definiert haben, diese aber noch nicht erreicht haben, unterscheidet sich im Vergleich nur minimal, ebenso wie der Anteil derjenigen Unternehmen, für die Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils »kein Thema« sind.

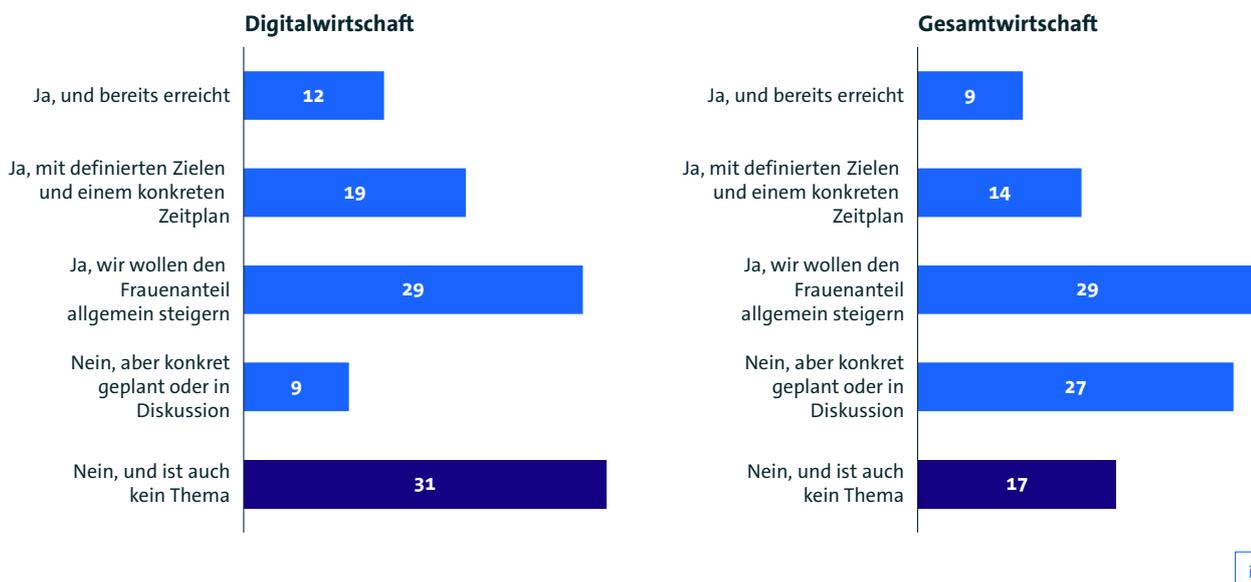
Wie schätzen Sie den Frauenanteil unter allen Beschäftigten in Ihrem Unternehmen ein?



Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Rest: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025 | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

Abbildung 18: Frauenanteil in Unternehmen der Digitalwirtschaft

Hat sich Ihr Unternehmen interne Ziele in Bezug auf die Erhöhung des Frauenanteils gesteckt?



Basis Digitalwirtschaft: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Basis Gesamtwirtschaft: Alle Befragten (n=605) | Rest: »Weiß nicht/keine Angabe« | Quelle: Bitkom Research 2025 | Die Umfrage für die Digitalwirtschaft ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

Abbildung 19: Interne Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils im Vergleich zwischen Digital- und Gesamtwirtschaft

4.1 Interne Ziele für die Erhöhung des Frauenanteils in der Digitalwirtschaft

Innerhalb der deutschen Digitalwirtschaft ist der Anteil der Unternehmen, die keine internen Ziele zur Erhöhung ihres Frauenanteils haben (40 Prozent), ähnlich hoch wie in der Gesamtwirtschaft (44 Prozent, s. Kapitel 1.3).

Der Anteil derjenigen Unternehmen, die ihre internen Ziele bereits erreicht haben, ist ähnlich (12 Prozent in der Digital- und 9 Prozent in der Gesamtwirtschaft); der Anteil derer, die das Ziel schon allgemein definiert haben, sogar gleich (jeweils 29 Prozent).

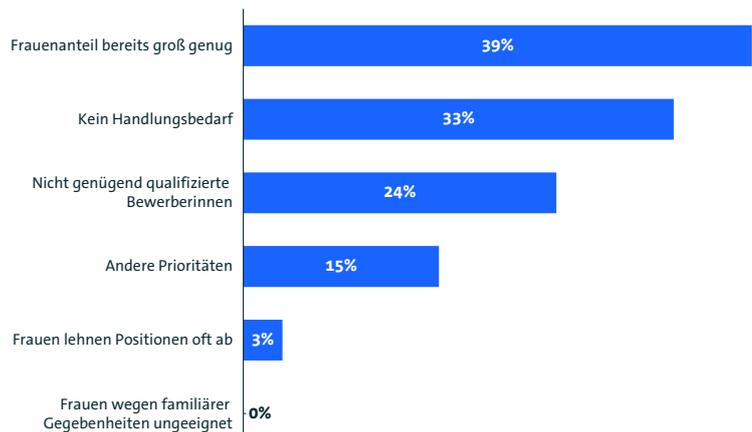
Einzig die Verteilung der »Nein«-Stimmen unterscheidet sich auffällig. So sagen nur 9 Prozent der Unternehmen aus der Digitalwirtschaft, dass sie zwar keine Ziele haben, dies aber schon konkret geplant oder zumindest diskutiert wird. In der Gesamtwirtschaft liegt ihr Anteil bei 27 Prozent.

Umgekehrt ist der Anteil der Unternehmen, bei denen die Erhöhung des Frauenanteils kein Thema ist, in der Gesamtwirtschaft deutlich niedriger: 17 Prozent, wohingegen der Wert für die Digitalwirtschaft bei ganzen 31 Prozent liegt.

Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils



Warum hat sich Ihr Unternehmen bisher keine internen Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils gesteckt?



Basis links: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Basis rechts: Unternehmen ohne Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils (n=78) | Rechts: Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025
Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

Abbildung 20: Gründe für fehlende Zielsetzung zur Erhöhung des Frauenanteils in Unternehmen der Digitalwirtschaft

4.2 Zuständigkeit und Maßnahmen zur Frauenförderung

Der Anteil der Unternehmen, die klare Zuständigkeiten für die Frauenförderung haben, ist in den Unternehmen der Digitalwirtschaft deutlich größer (87 Prozent vs. 61 Prozent in der Gesamtwirtschaft). 21 Prozent haben sogar eigene Diversity- oder Gleichstellungsverantwortliche benannt.

Auch konkrete Maßnahmen zur Förderung von Frauenkarrieren im Unternehmen (s. Kapitel 2.4) sind in der Digitalwirtschaft umfangreicher vorhanden. So bieten beispielsweise 90 Prozent die Möglichkeit für mobiles Arbeiten (Gesamtwirtschaft: 50 Prozent), Führung in Teilzeit 54 Prozent (Gesamtwirtschaft: 19 Prozent), und spezielle Mentoringprogramme haben 64 Prozent im Angebot (Gesamtwirtschaft: 17 Prozent).

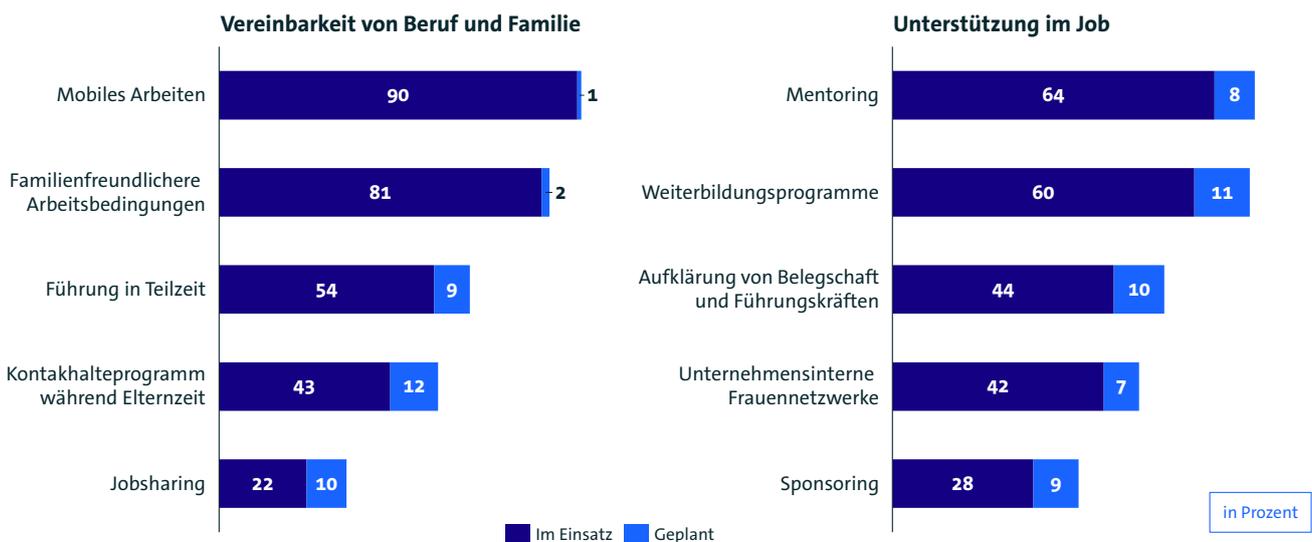
Wer ist in Ihrem Unternehmen für alle Themen rund um die Förderung von Frauen bzw. Erhöhung des Frauenanteils verantwortlich?



Basis Digitalwirtschaft: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Basis Gesamtwirtschaft: Alle Befragten (n=605)
 Quelle: Bitkom Research 2025 | Die Umfrage für die Digitalwirtschaft ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

Abbildung 21: Zuständigkeit für die Frauenförderung im Vergleich

Welche Maßnahmen haben Sie aktuell im Einsatz bzw. planen Sie, um Frauenkarrieren im Unternehmen allgemein, d. h. in allen Unternehmensbereichen, zu fördern?



Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Mehrfachnennungen möglich | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 22: Maßnahmen zur Unterstützung von Frauenkarrieren in Unternehmen der Digitalwirtschaft

4.3 Hürden bei der Frauenförderung

Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe, warum der Frauenanteil in den IT- und Digitalberufen in der deutschen Wirtschaft nicht höher ist?

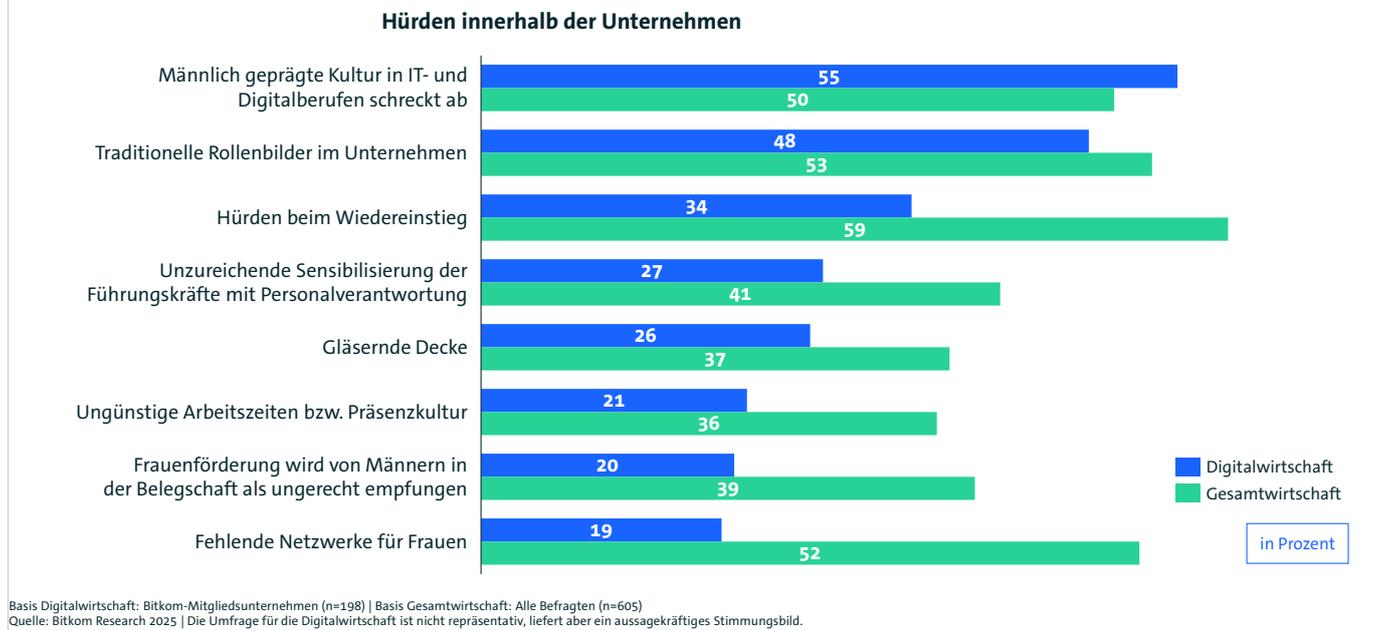


Abbildung 23: Hürden innerhalb der Unternehmen

Geht es um mögliche Gründe, warum der Frauenanteil in IT- und Digitalberufen nicht höher ist, sind die Antworten aus der Digital- und Gesamtwirtschaft zweigeteilt.

Einerseits: Bei den Hürden, die aus politischen bzw. gesellschaftlichen Gründen entstehen, überschneiden sich die Antworten zu großen Teilen.

Andererseits: Viel weniger Digitalunternehmen identifizieren potenzielle Gründe innerhalb der Organisationen selbst.

Das überschneidet sich mit den Erkenntnissen aus Kapitel 4.2, nach denen Unternehmen in der Digitalwirtschaft eher Maßnahmen zur Förderung weiblicher Angestellter treffen.

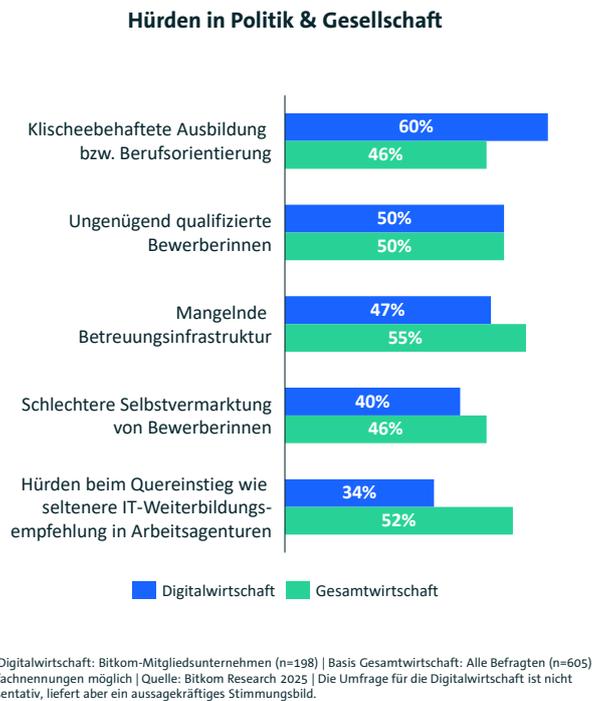


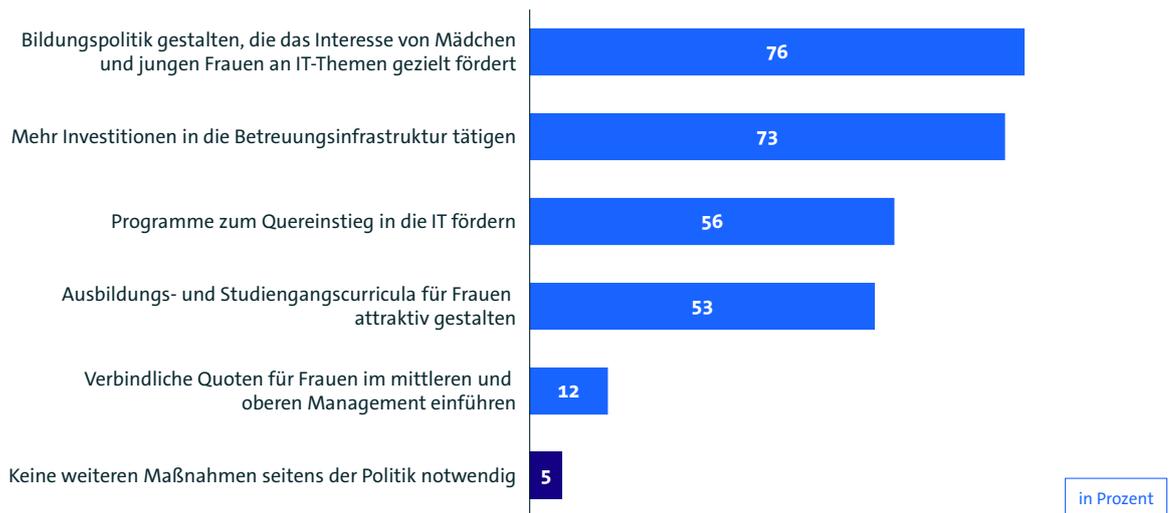
Abbildung 24: Hürden in Politik und Gesellschaft

4.4 Politische Maßnahmen

Die Digitalwirtschaft wünscht sich politisch vor allem zwei Maßnahmen für ein paritätisches Verhältnis von Mann und Frau: Eine Bildungspolitik, die das Interesse von Mädchen und jungen Frauen an IT-Themen fördert (76 Prozent) sowie mehr Investitionen in die Betreuungsinfrastruktur (73 Prozent). Auch in der Gesamtwirtschaft (7s. Kapitel 3.5) sind das die populärsten Themen. Verbindliche Quoten hingegen befürworten deutlich weniger Digitalunternehmen (12 Prozent vs. 26 Prozent).

64 Prozent der Unternehmen aus der deutschen Digitalwirtschaft sagen, die neue Bundesregierung müsse mehr tun, um Frauen in IT- und Digitalberufen zu fördern.

Welche der folgenden Maßnahmen, die auch im Zusammenhang mit der Gleichstellung von Mann und Frau diskutiert werden, sollte die neue Bundesregierung aus Ihrer Sicht angehen?

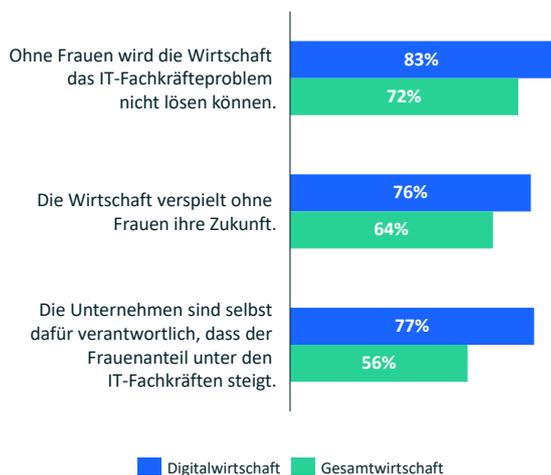


Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Mehrfachnennungen möglich | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 25: Politische Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils in IT- und Digitalberufen aus Sicht der deutschen Digitalwirtschaft

4.5 Wirtschaftliche Aspekte für Digitalunternehmen

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Frauen im IT- und Digitalbereich Ihrer Meinung nach zu?



Basis Digitalwirtschaft: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Basis Gesamtwirtschaft: Alle Befragten (n=605)
 Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025 | Die Umfrage für die Digitalwirtschaft ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

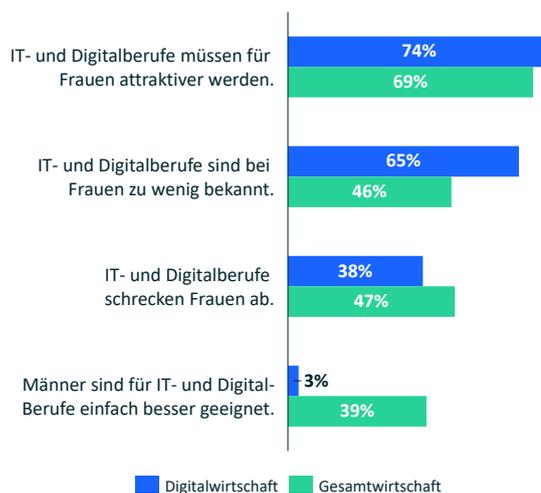
Abbildung 26: Wirtschaftliche Aspekte der Frauenförderung

Innerhalb der Digitalwirtschaft herrscht beinahe Einigkeit (83 Prozent Zustimmung) beim Punkt, dass die Wirtschaft das IT-Fachkräfteproblem ohne Frauen nicht lösen kann.

Dass Unternehmen selbst dafür verantwortlich sind, den Frauenanteil unter den IT-Fachkräften zu steigern, trifft bei 77 Prozent auf Zustimmung. Auch das deutet darauf hin, dass Digitalunternehmen sich im Vergleich eher selbst in der Verantwortung sehen, für paritätische Verhältnisse zu sorgen (↗s. Kapitel 4.5).

Auffällig im Vergleich ist auch: Unternehmen der Digitalwirtschaft monieren eher, dass IT- und Digitalberufe bei Frauen nicht bekannt genug sind (65 Prozent vs. 46 Prozent in der Gesamtwirtschaft). Und während in der Gesamtwirtschaft 39 Prozent angeben, Männer seien für diese Berufe »einfach besser geeignet«, sagen das nur 3 Prozent der befragten Digitalunternehmen.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Frauen im IT- und Digitalbereich Ihrer Meinung nach zu?



Basis Digitalwirtschaft: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Basis Gesamtwirtschaft: Alle Befragten (n=605)
 Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025 | Die Umfrage für die Digitalwirtschaft ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

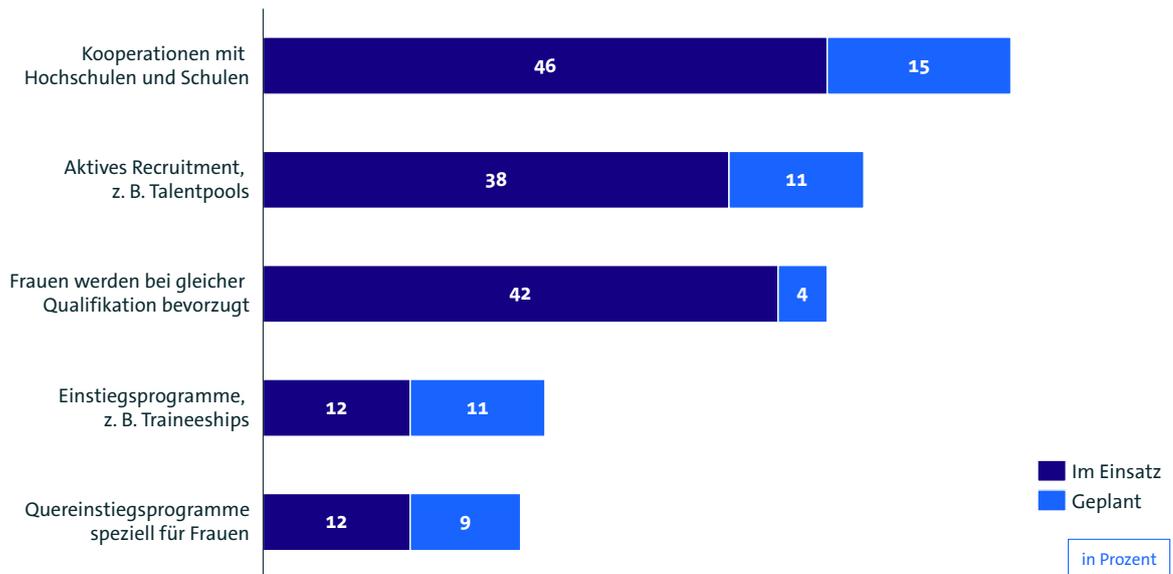
Abbildung 27: Meinungsbild zu Frauen im IT- und Digitalbereich

4.6 Maßnahmen zum Recruiting von Frauen in der Digitalwirtschaft

Viele Programme und Regelungen, die innerhalb der deutschen Wirtschaft (→s. Kapitel 2.2 und 2.3) eine eher untergeordnete Rolle spielen, sind in einem größeren Teil der Digitalunternehmen bereits im Einsatz.

Dazu gehören (Hoch-)Schulkooperationen (46 Prozent) ebenso wie aktives Recruiting (38 Prozent), die Bevorzugung von Frauen bei gleicher Qualifikation (42 Prozent), oder auch der gezielte Einsatz weiblicher Rollenvorbilder (57 Prozent).

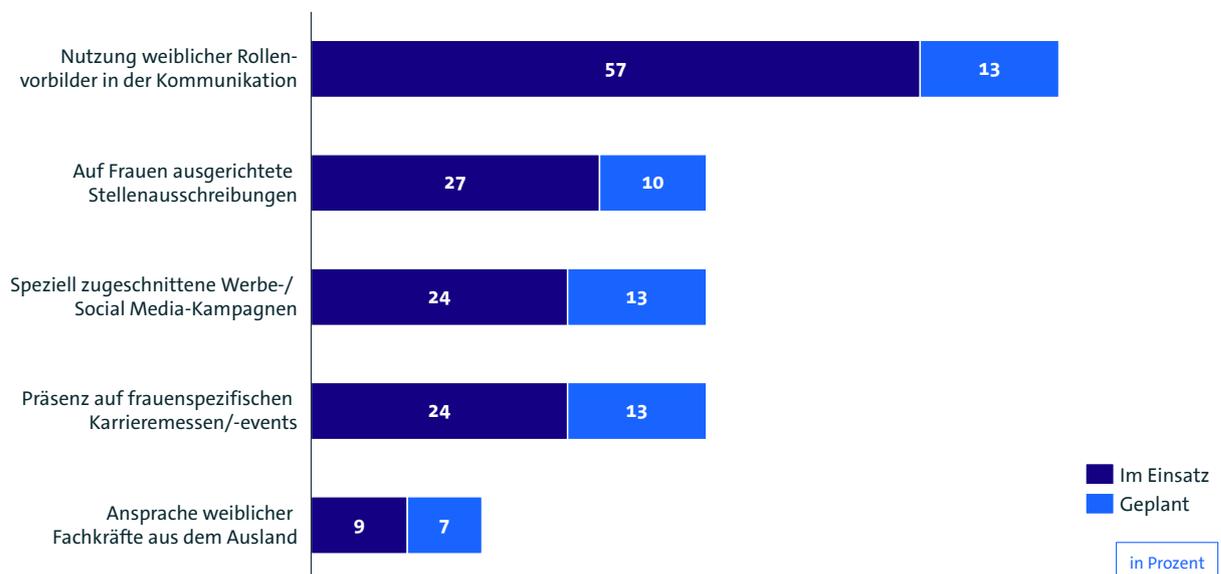
Programme und Regeln, um Frauen auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen und zu rekrutieren



Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Mehrfachnennungen möglich | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 28: Einsatz von Programmen und Regeln bei der Anwerbung von Frauen für Unternehmen in der Digitalwirtschaft

Kommunikative Maßnahmen, um Frauen auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen und zu rekrutieren



Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Mehrfachnennungen möglich | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 29: Kommunikative Maßnahmen zur Anwerbung von Frauen für Unternehmen in der Digitalwirtschaft

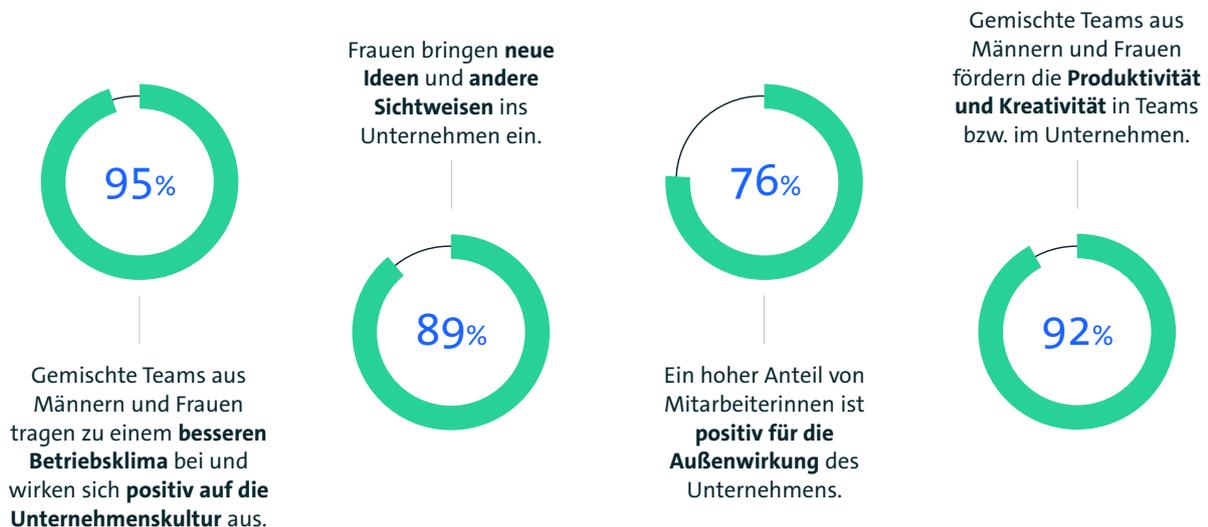
4.7 Chancenperspektive in Digitalunternehmen

95 Prozent stimmen zu, dass gemischte Teams zu einem besseren Betriebsklima beitragen und sich positiv auf die Unternehmenskultur auswirken.

Dass Frauen neue Ideen und Perspektiven in Unternehmen einbringen, sagen 89 Prozent, und 76 Prozent glauben, dass ein hoher Anteil weiblicher Angestellter positiv für die Außenwirkung des eigenen Unternehmens ist.

Während diese Werte vergleichbar sind mit den Antworten aus der Gesamtwirtschaft (→s. Kapitel 3.2), ist die Zustimmung, gemischte Teams würden die Produktivität und Kreativität im Unternehmen fördern, in Digitalunternehmen deutlich höher – 92 Prozent der Unternehmen aus der Digitalwirtschaft stimmen dieser Aussage zu (vs. 68 Prozent in der Gesamtwirtschaft).

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu bzw. nicht zu?



Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Mehrfachnennungen möglich | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 30: Chancenperspektive bei der Frauenförderung innerhalb der Digitalunternehmen

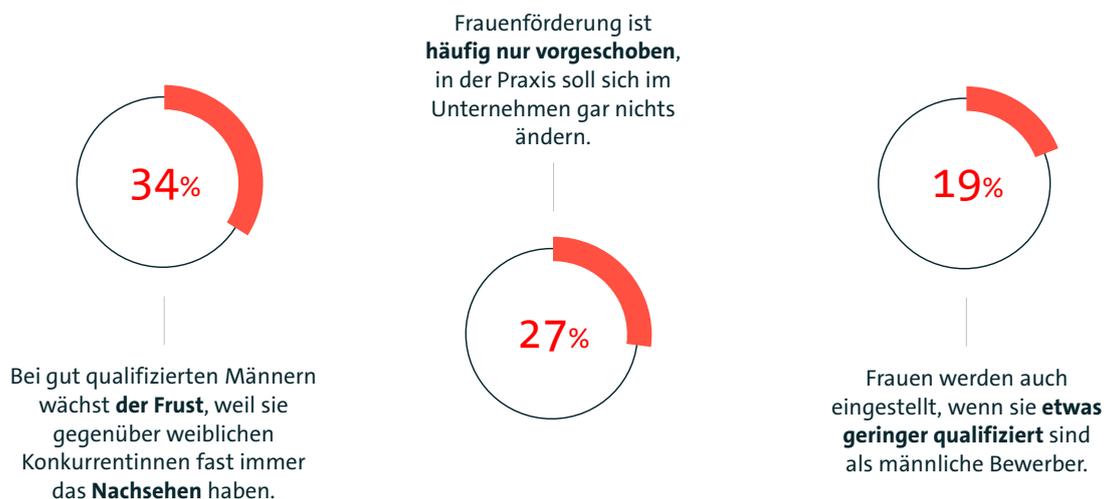
4.8 Kritische Stimmen in den Digitalunternehmen

Innerhalb der Digitalwirtschaft ist die Zustimmung zu kritischen Statements zur Frauenförderung niedrig. Ein Drittel (34 Prozent) bestätigt Frust unter gut qualifizierten Männern. 19 Prozent stimmen zu, dass Frauen auch dann eingestellt werden, wenn sie etwas geringer qualifiziert sind als männliche Bewerber. Gut ein Viertel (27 Prozent) sagt, Frauenförderung sei häufig nur vorgeschoben.

7 Prozent der Digitalunternehmen halten Frauenförderung für einen Trend, der bald vorübergehen wird.

19 Prozent der Digitalunternehmen sehen Frauenförderung als »nicht mehr notwendig« an.

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu bzw. nicht zu?



Basis: Bitkom-Mitgliedsunternehmen (n=198) | Mehrfachnennungen möglich | Die Umfrage ist nicht repräsentativ, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 31: Kritische Stimmen zur Frauenförderung innerhalb der Digitalunternehmen

5 Fazit

Frauen bringen neue Perspektiven und andere Erfahrungen in Unternehmen ein. Diese Vielfalt stärkt die technologische Innovationskraft und die Wettbewerbsfähigkeit. Unternehmen, die sich nicht aktiv um die Anwerbung und Förderung weiblicher Arbeitskräfte bemühen, werden gerade im IT-Bereich stärker vom Fachkräftemangel betroffen sein. Frauenförderung ist also nicht nur eine Frage von gesellschaftlicher Verantwortung. Gerade um sich zukunftsfähig und resilient aufzustellen, müssen Unternehmen die Gewinnung von Frauen strategisch angehen.

Gute Absichten reichen dabei nicht aus. Erst klar definierte Ziele und Verantwortlichkeiten sorgen für Effekte. Neben dem Elternhaus spielen Schulen und Hochschulen eine wichtige Rolle für die spätere Berufswahl. Umso wichtiger ist es, gerade dort die Neugier von Mädchen und jungen Frauen auf Technik und Digitalisierung zu fördern.

Es braucht außerdem:

1. Einen verpflichtenden und gendersensiblen Informatik-Unterricht an den Schulen.
2. Eine Stärkung der Praxisnähe und Interdisziplinarität in Ausbildung und Studium, sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme für Frauen in IT-Berufen.
3. Einen Ausbau der Betreuungsinfrastruktur, um berufstätige Frauen besser zu unterstützen oder einen Wiedereintritt in die Berufstätigkeit zu erleichtern.

Unternehmen, die Gleichstellung und Frauenförderung nur als kurzfristigen Hype verstehen, verkennen nicht nur das eigentliche Problem, sondern schaden der eigenen Organisation. Darüber hinaus ist es auch eine Frage der Teilhabe und der gleichberechtigten Mitgestaltung der Digitalisierung, Frauen für IT- und Digitalberufe zu begeistern und zu gewinnen.

6 Methodik

Befragung der Gesamtwirtschaft

Auftraggeber	Bitkom
Methodik	Computergestützte telefonische Befragung/Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
Grundgesamtheit	Unternehmen in Deutschland mit mindestens 20 Beschäftigten
Zielpersonen	Geschäftsführer/CEO; Vorstand/Geschäftsführung Personal/HR; Führungsposition im Personalbereich (z.B. Leiter*in in der HR-Abteilung)
Stichprobengröße	n=605
Befragungszeitraum	KW 51 2024 bis KW 6 2025
Gewichtung	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage des aktuellen Unternehmensregisters des Statistischen Bundesamtes
Statistische Fehlertoleranz	+/- 4 Prozent

Befragung der Digitalwirtschaft

Auftraggeber	Bitkom
Methodik	Online-Befragung
Zielgruppe	Digitalwirtschaft in Deutschland (Bitkom-Mitgliedsunternehmen)
Zielpersonen	CEO; Mitglied von Vorstand/ Geschäftsführung; Führungsposition
Stichprobengröße	n=198
Befragungszeitraum	KW 2 bis KW 4 2025
Hinweis zur Repräsentativität	Die Studie ist nicht repräsentativ für die Digitalwirtschaft in Deutschland, liefert aber ein aussagekräftiges Stimmungsbild.

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

Fachliche Leitung

Cornelia Crucean

Wissenschaftliche Leitung

Dr. Anja Weber

Redaktion

Lennart Glamann

Copyright

Bitkom 2025
CC BY 4.0

DOI

10.64022/2025-frauen-it-digitalberufe

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt, jedoch besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung der Leserin bzw. des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen.

Diese Studie bietet einen umfassenden Einblick in die aktuelle Situation und die Herausforderungen der Frauenförderung in deutschen Unternehmen. Basierend auf einer repräsentativen Umfrage unter 605 Unternehmen untersucht sie den Frauenanteil in IT- und Digitalberufen und zeigt Maßnahmen und Hürden bei der Förderung von Frauen auf. Die Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit gezielter Strategien und politischer Maßnahmen, um den Frauenanteil nicht nur in IT- und Digitalberufen, sondern ganz allgemein, zu erhöhen und die Chancengleichheit in einer zunehmend digitalisierten Arbeitswelt zu fördern.

Ergänzend ist eine Befragung unter 198 Bitkom-Mitgliedsunternehmen enthalten, die ein aussagekräftiges Stimmungsbild speziell für die deutsche Digitalwirtschaft liefert.

DOI

10.64022/2025-frauen-it-digitalberufe

bitkom