

Frauen in IT- und Digitalberufen

Unternehmen zu Frauenanteil,
Fördermaßnahmen und internen Zielen

Frauen in IT- und Digitalberufen

Unternehmen zu Frauenanteil,
Fördermaßnahmen und internen Zielen

Bitkom-Dataverse

Diese und weitere Bitkom-Studien finden Sie in unserem Datenportal.



Executive Summary

Die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen in IT- und Digitalberufen ist zentraler Bestandteil einer modernen, vielfältigen und zukunftsfähigen Wirtschaft. Trotz zahlreicher Fortschritte sind Frauen in diesen Berufsfeldern weiterhin unterrepräsentiert. Dieser Studienbericht untersucht, wie Unternehmen in Deutschland das Thema Frauenförderung einordnen, welche Strategien sie zur Erhöhung des Frauenanteils verfolgen und auf welche Herausforderungen sie dabei stoßen. Zudem steht im Fokus, ob feste Zielvorgaben existieren, wie verbreitet Gleichstellungsbeauftragte sind und welche Maßnahmen sich Unternehmen von der Bundesregierung zur Förderung von Gleichstellung wünschen.

Grundlage der Analyse ist eine repräsentative Erhebung, die Bitkom Research mittels computergestützter telefonischer Interviews (CATI) durchgeführt hat. Befragt wurden 603 Unternehmen aller Branchen in Deutschland ab 20 Beschäftigten.

Zentrale Ergebnisse der Studie:

- **Frauenanteil in IT- und Digitalbereichen deutlich niedriger als im Unternehmen insgesamt**

89 Prozent der Unternehmen geben an, dass weniger als die Hälfte der Beschäftigten in IT- und Digitalfachbereichen weiblich ist. Im Gesamtunternehmen trifft dies auf 58 Prozent zu.

- **Diversity-Verantwortliche und Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte sind noch nicht flächendeckend etabliert**

32 Prozent der Unternehmen haben eine/n Diversity-Verantwortliche/n, 37 Prozent eine/n Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte/n.

- **Verantwortung für Frauenförderung liegt häufig bei der Geschäftsführung**

48 Prozent verorten die Verantwortung bei Geschäftsführung oder Vorstand, 29 Prozent im HR-Bereich. 25 Prozent geben an, dass niemand zuständig ist.

- **Vereinbarkeit und flexible Arbeit sind wichtigste Maßnahmen**

86 Prozent setzen auf mobiles Arbeiten, 78 Prozent auf familienfreundlichere Arbeitsbedingungen. Klassische Förderinstrumente im Job wie Mentoring nutzen 51 Prozent und Frauennetzwerke 43 Prozent.

- **Strukturelle und kulturelle Hürden bremsen Frauenanteil**

50 Prozent sehen Hürden beim Wiedereinstieg, 47 Prozent traditionelle Rollenbilder im Unternehmen, 46 Prozent ungünstige Arbeitszeiten als zentrale Gründe.

- **Deutschland gilt als Nachzügler beim Frauenanteil in IT**

67 Prozent der Unternehmen sehen die deutsche Wirtschaft im internationalen Vergleich unter den Nachzüglern.

- **Politik soll vor allem bei Betreuung und Bildung ansetzen**

71 Prozent fordern mehr Investitionen in Betreuungsinfrastruktur, 59 Prozent fordern, das Interesse von Mädchen an IT zu fördern.

- **Skepsis gegenüber Frauenförderung ist verbreitet**

38 Prozent sagen, Frauenförderung sei oft nur vorgeschoben, 34 Prozent halten sie für ungerecht gegenüber Männern, 28 Prozent für nicht mehr notwendig.

Inhalt

	Executive Summary	3
1	Status quo: Frauenanteil im Unternehmen	7
1.1	Ausgangslage: Frauenanteil im Unternehmen & in IT-Bereichen	7
1.2	Frauen in der Digitalisierung	8
2	Diversität und Frauenförderung: Strategien & Strukturen	10
2.1	Diversity-Verantwortliche im Unternehmen	10
2.2	Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte im Unternehmen	11
2.3	Verantwortlichkeit für Frauenförderung im Unternehmen	12
3	Maßnahmen der Unternehmen	14
3.1	Maßnahmen zur Frauenförderung im Unternehmen	14
3.2	Gewinnung von Frauen für IT- und Digitalberufe	15
4	Einstellung zu Frauen in IT-Berufen & Ziele	17
4.1	Einstellungen zu Frauenförderung	17
4.2	Einstellungen zur Rolle von Frauen & Gleichstellung in Unternehmen	18
4.3	Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils in IT- und Digitalfachbereichen	19
5	Hürden für mehr Frauen in IT- und Digitalberufen	21
5.1	Unternehmensseitige, gesellschaftliche und politische Gründe	21
5.2	Vorbehalte gegenüber Frauen in IT- und Digitalberufen	22
6	Deutschland im internationalen Vergleich	24
6.1	Frauenanteil im internationalen Vergleich	24
7	Erwartungen an die Politik	26
7.1	Politische Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils	26
8	Fazit & Handlungsempfehlungen	27
	#SheTransformsIT – Für mehr Frauen in der Digitalisierung	29
9	Methodik	30

Abbildungen

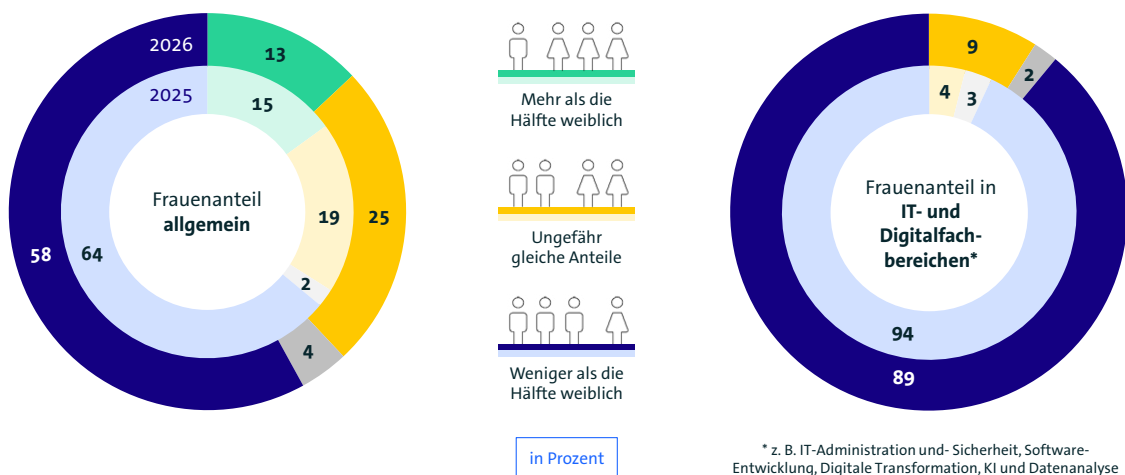
1	Abbildung 1: Frauenanteil insgesamt und Frauen in IT- und Digitalberufen im Unternehmen	7
2	Abbildung 2: Diversity-Verantwortliche im Unternehmen	10
3	Abbildung 3: Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte im Unternehmen	11
4	Abbildung 4: Verantwortung für Frauenförderung im Unternehmen	12
5	Abbildung 5: Maßnahmen zur Frauenförderung im Unternehmen	14
6	Abbildung 6: Gewinnung von Frauen für IT- und Digitalberufe	15
7	Abbildung 7: Einstellungen der befragten Unternehmen zu Frauenförderung	17
8	Abbildung 8: Einstellungen zur Rolle von Frauen und zu Gleichstellung im Unternehmen	18
9	Abbildung 9: Interne Ziele zur Erhöhung von Frauenanteilen speziell in IT- und Digitalfachbereichen	19
10	Abbildung 10: Hürden für mehr Frauen in IT- und Digitalberufen	21
11	Abbildung 11: Aussagen zu Frauen in IT- und Digitalberufen	22
12	Abbildung 11: Einschätzungen zum Frauenanteil im internationalen Vergleich	24
13	Abbildung 12: Politische Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils	26

1 Status quo: Frauenanteil im Unternehmen

1 Status quo: Frauenanteil im Unternehmen

1.1 Frauenanteil im Unternehmen & in IT- und Digitalfachbereichen

Wie schätzen Sie den Frauenanteil unter den Beschäftigten Ihres Unternehmens ein?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | grau: Angaben für »Weiß nicht / k. A.« | Fragestellung rechts: Wie schätzen Sie den Frauenanteil in den IT- und Digital-Fachbereichen in Ihrem Unternehmen ein? | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 1: Frauenanteil insgesamt und Frauen in IT- und Digitalberufen im Unternehmen

Frauenanteil in IT- und Digitalberufen weiterhin gering

In der beruflichen Praxis bleiben Frauen allgemein weiterhin unterrepräsentiert: In 58 Prozent der deutschen Unternehmen sind weniger als die Hälfte der Beschäftigten weiblich. Ein Viertel der Unternehmen (25 Prozent) berichtet von einem annähernd ausgeglichenen Verhältnis von Frauen und Männern. 13 Prozent beschäftigen mehr Frauen als Männer.

Deutlich größer ist das Ungleichgewicht in IT- und Digitalfachbereichen. Bei diesen Tätigkeiten (wie der IT-Administration, Softwareentwicklung, aber auch in Abteilungen für digitale Transformation oder Künstliche Intelligenz) beschäftigt

keines der repräsentativ befragten Unternehmen (0 Prozent) mehr Frauen als Männer – so wie auch schon im Vorjahr [Bitkom-Dataverse](#).

In 89 Prozent der Unternehmen sind weniger als die Hälfte der Stellen in IT- und Digitalfachbereichen mit Frauen besetzt. Lediglich 9 Prozent berichten hier von einem annähernd ausgeglichenen Geschlechterverhältnis.



1.2 Frauen in der Digitalisierung

Der Anteil von Frauen in IT- und Digitalberufen liegt weiterhin deutlich unter dem Durchschnitt der Gesamtwirtschaft. Während insgesamt 47 Prozent der Beschäftigten in Deutschland weiblich sind (↗Statistisches Bundesamt 2026), zeigen sich in digitalen und technischen Berufsfeldern erhebliche Unterschiede.

Unter IT-Fachkräften beträgt der Frauenanteil aktuell 18 Prozent. Auch entlang der Qualifikationspipeline wird diese Unterrepräsentation sichtbar: Im Informatikstudium liegt der Frauenanteil bei 17 Prozent, in IT-Ausbildungen sogar nur bei 12 Prozent (Statistisches Bundesamt 2026; Bundesagentur für Arbeit 2024).

Weitere Markt- und Konjunkturdaten zur Situation von Frauen in der Digitalisierung, darunter Zeitreihen zur Entwicklung von Auszubildenden und Studierenden im IT-Bereich seit 2019, sind im ↗Bitkom-Dataverse verfügbar.

Deutlich höher sind die Anteile hingegen in interdisziplinären Studiengängen mit IT-Bezug, etwa in der medizinischen Informatik (45 Prozent) oder der Bioinformatik (44 Prozent) (↗Bitkom-Presseinformation).

Die Zahlen verdeutlichen, dass die geringe Präsenz von Frauen in der IT nicht erst im Berufsleben entsteht, sondern bereits in Ausbildung und Studium angelegt ist. Gleichzeitig zeigen die höheren Anteile in interdisziplinären Bereichen, dass sich durch inhaltliche Anschlussfähigkeit und breitere Anwendungsfelder Potenziale für eine stärkere Beteiligung von Frauen eröffnen.

»Viele Mädchen und Frauen entscheiden sich nicht gegen IT, weil sie es nicht können – sondern weil sie sich dort nicht sehen.«

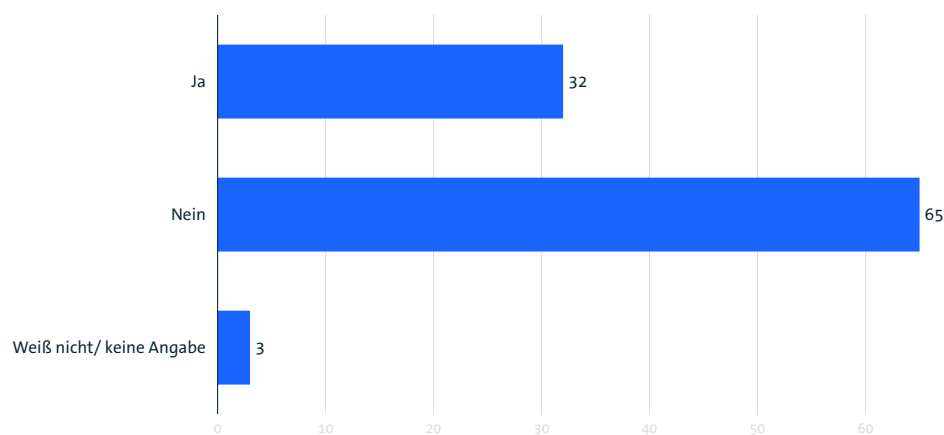
Susanne Dehmel, Mitglied der Bitkom-Geschäftsleitung

2 Diversität und Frauenförderung: Strategien & Strukturen

2 Diversität und Frauenförderung: Strategien & Strukturen

2.1 Diversity-Verantwortliche im Unternehmen

Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Diversity-Verantwortliche bzw. einen Diversity-Verantwortlichen?



in Prozent

Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 2: Diversity-Verantwortliche im Unternehmen

Rund ein Drittel der Unternehmen verfügt über eine zentrale Zuständigkeit für das Thema Diversity: 32 Prozent geben an, eine Diversity-Verantwortliche bzw. einen Diversity-Verantwortlichen zu haben.

Gleichzeitig zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang mit der Unternehmensgröße: Während in großen Unternehmen (ab 500 Beschäftigten) mit 61 Prozent bereits eine klare Mehrheit entsprechende Strukturen etabliert hat, liegt der Anteil bei kleinen Unternehmen (20 bis 99 Beschäftigte) mit 29 Prozent deutlich niedriger. Mittlere Unternehmen (100 bis 499 Beschäftigte) bewegen sich mit 45 Prozent dazwischen

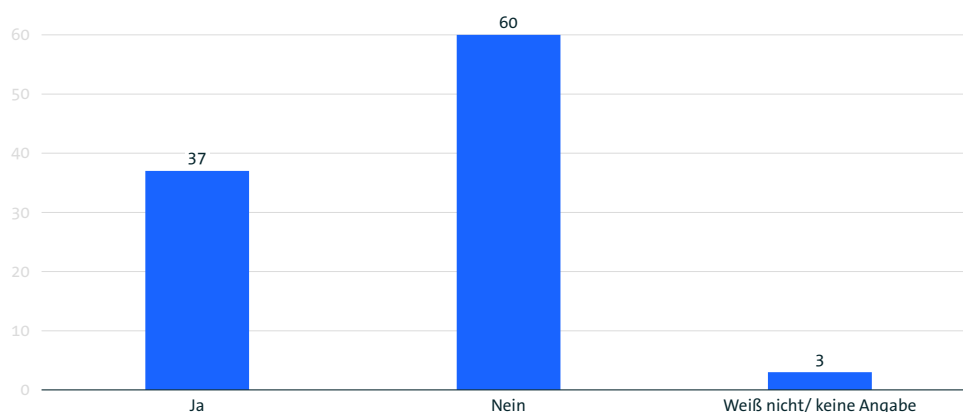
[↗Bitkom-Dataverse.](#)

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Diversity-Management bislang vor allem in größeren Organisationen systematisch verankert ist, während kleinere Unternehmen hier noch seltener über feste Zuständigkeiten verfügen.

Unter **Diversität** versteht man die Betonung und Begrüßung der Vielfalt der Menschen, u.a. bezüglich Alter, Geschlecht, Ethnizität, sozialer Herkunft, sexueller Orientierung und physischer und psychischer Verfassung.

2.2 Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte im Unternehmen

Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte oder einen Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragten?



in Prozent

Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 3: Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte im Unternehmen

Gleichstellungs- bzw. Frauenbeauftragte sind in deutschen Unternehmen bislang eher die Ausnahme als die Regel: Insgesamt geben 37 Prozent der befragten Unternehmen an, eine entsprechende Position eingerichtet zu haben, während eine klare Mehrheit von 60 Prozent bisher darauf verzichtet.

Mit zunehmender Unternehmensgröße steigt auch hier die Verbreitung deutlich. In kleineren Unternehmen mit 20 bis 99 Beschäftigten liegt der Anteil bei lediglich 32 Prozent. Bei mittleren Unternehmen (100 bis 499 Beschäftigte) sind es bereits 55 Prozent, und in großen Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten verfügen sogar 65 Prozent über eine Gleichstellungs- oder Frauenbeauftragte bzw. einen entsprechenden Beauftragten. Entsprechend sinkt der Anteil der

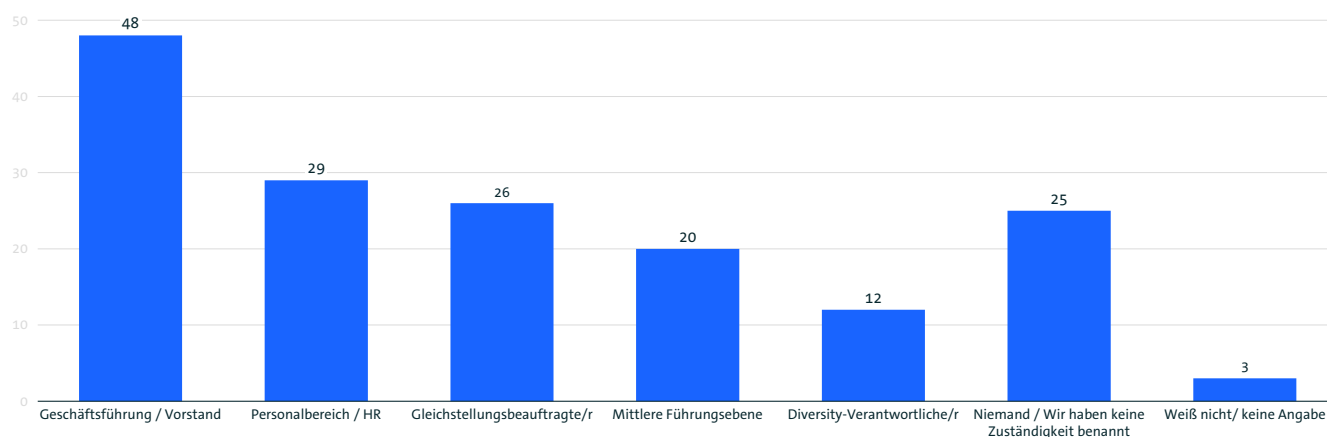
Unternehmen ohne eine solche Funktion mit wachsender Größe deutlich [↗Bitkom-Dataverse](#).

Auch zwischen den Branchengruppen zeigen sich Unterschiede, allerdings weniger ausgeprägt als nach Unternehmensgröße. In der Industrie haben 35 Prozent der Unternehmen eine entsprechende Stelle eingerichtet, in der Dienstleistungsbranche sind es 36 Prozent und im Handel 42 Prozent.

Insgesamt deutet das Bild darauf hin, dass Gleichstellungsstrukturen vor allem in größeren Organisationen etabliert sind, während kleinere Unternehmen hier noch deutlichen Nachholbedarf haben.

2.3 Verantwortlichkeit für Frauenförderung im Unternehmen

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



in Prozent

Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2026
*geänderte Abfrage zum Vorjahr

Abbildung 4: Verantwortung für Frauenförderung im Unternehmen

Verantwortung für Frauenförderung liegt überwiegend bei der Unternehmensführung

Die Verantwortung für Themen rund um die Förderung von Frauen und die Erhöhung des Frauenanteils ist in den Unternehmen vor allem auf oberster Führungsebene verankert: In 48 Prozent der Fälle liegt sie bei der Geschäftsführung bzw. dem Vorstand. Weitere 29 Prozent der Unternehmen ordnen diese Aufgaben dem Personalbereich bzw. HR zu.

Seltener sind spezialisierte Rollen etabliert:

Nur 12 Prozent benennen explizit Diversity-Verantwortliche. 26 Prozent verfügen über eine Gleichstellungsbeauftragte oder einen entsprechenden Beauftragten. Dort, wo diese Funktionen vorhanden sind, haben sie jedoch häufig einen klaren Fokus auf Frauenförderung: 71 Prozent der Gleichstel-

lungsbeauftragten und 37 Prozent der Diversity-Verantwortlichen kümmern sich gezielt um die Erhöhung des Frauenanteils bzw. die Förderung von Frauen.

In 20 Prozent der Unternehmen liegt die Zuständigkeit bei der mittleren Führungsebene.

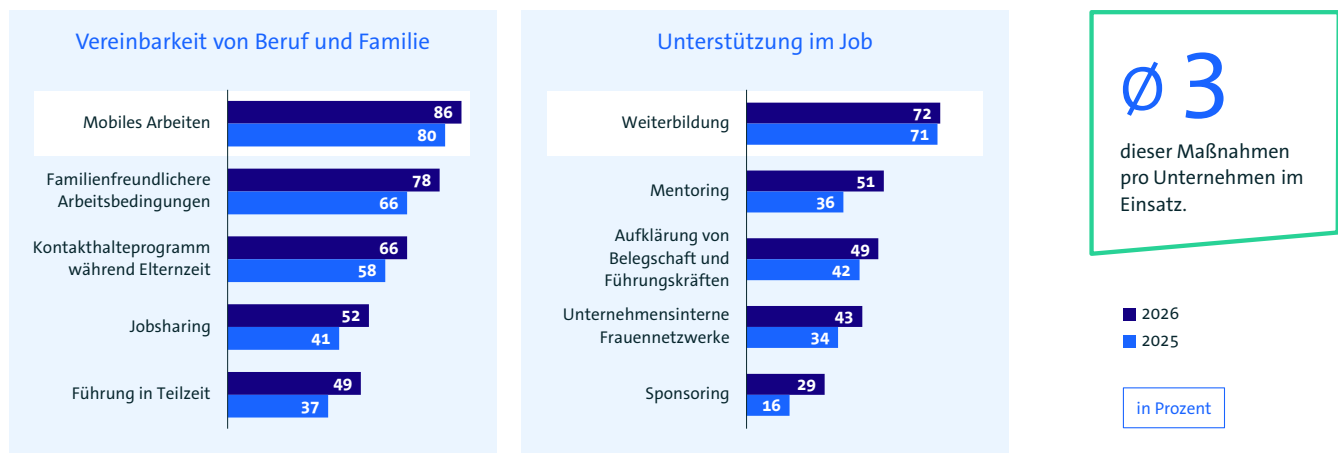
Auffällig ist zudem, dass ein Viertel der Unternehmen (25 Prozent) keine klare Zuständigkeit definiert hat. Dies deutet darauf hin, dass das Thema Frauenförderung in einem noch zu hohen Anteil an Organisationen bislang nicht strukturell verankert ist.

3 Maßnahmen der Unternehmen

3 Maßnahmen der Unternehmen

3.1 Maßnahmen zur Frauenförderung im Unternehmen

Welche der folgenden Maßnahmen haben Sie aktuell im Einsatz bzw. planen Sie, um Frauenkarrieren im Unternehmen allgemein zu fördern?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Angaben für »Im Einsatz« und »Geplant« | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 5: Maßnahmen zur Frauenförderung im Unternehmen

Maßnahmen zur Förderung von Frauen werden ausgebaut

Die Förderung von Frauenkarrieren ist für viele Unternehmen ein relevantes Thema, und die entsprechenden Maßnahmen werden weiter ausgebaut: Sowohl im Bereich der Vereinbarkeit von Beruf und Familie als auch bei der Unterstützung im Job greifen Unternehmen zunehmend auf konkrete Instrumente zurück.

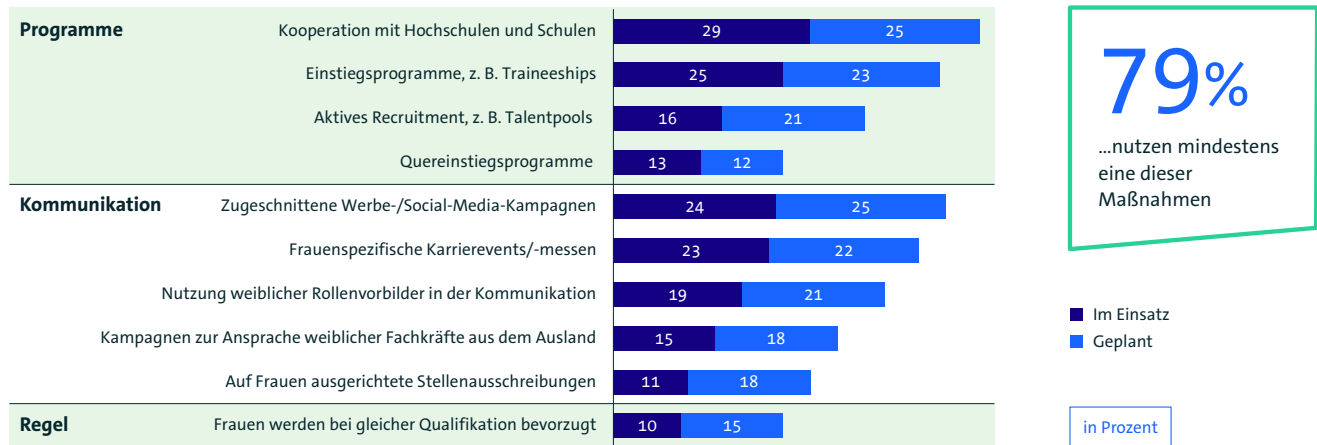
Am weitesten verbreitet ist mobiles Arbeiten: 86 Prozent der Unternehmen setzen entsprechende Angebote bereits um oder planen deren Einsatz. Auch familienfreundlichere Arbeitsbedingungen (78 Prozent), Kontaktprogramme während der Elternzeit (66 Prozent) sowie flexible Modelle wie Jobsharing (52 Prozent) und Führung in Teilzeit (49 Prozent) spielen eine wichtige Rolle.

Bei Maßnahmen zur direkten Karriereförderung bleibt Weiterbildung mit 72 Prozent auf einem konstant hohen Niveau und ist damit das zentrale Instrument. Ergänzend setzen Unternehmen auf Mentoring (51 Prozent), Aufklärung von Belegschaft und Führungskräften (49 Prozent) sowie interne Frauennetzwerke (43 Prozent). Sponsoring-Programme sind mit 29 Prozent bislang weniger verbreitet, gewinnen jedoch ebenfalls an Bedeutung.

Im Durchschnitt setzen Unternehmen Ø 3,4 Maßnahmen ein (2025: 2,6). Nur noch 2 Prozent der Unternehmen haben keine Maßnahmen im Einsatz (2025: 11 Prozent).

3.2 Gewinnung von Frauen für IT- und Digitalberufe

Welche Maßnahmen haben Sie aktuell im Einsatz bzw. planen Sie, **um Frauen speziell auf IT- und Digitalberufe** in Ihrem Unternehmen aufmerksam zu machen und zu rekrutieren?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 6: Gewinnung von Frauen für IT- und Digitalberufe

Um tatsächlich mehr Frauen speziell für IT- und Digitalberufe zu gewinnen, setzten 79 Prozent der Unternehmen mindestens eine Maßnahme zum gezielten Recruiting von Frauen ein. Am weitesten verbreitet sind Kooperationen mit Hochschulen und Schulen, die 29 Prozent der Unternehmen bereits pflegen, um Frauen für IT- und Digitalberufe zu gewinnen.

25 Prozent bieten spezielle Einstiegsprogramme wie Traineeships an. 24 Prozent nutzen auf Frauen zugeschnittene Werbe- beziehungsweise Social-Media-Kampagnen, 23 Prozent sind auf frauenspezifischen Karriereevents oder -messen aktiv.

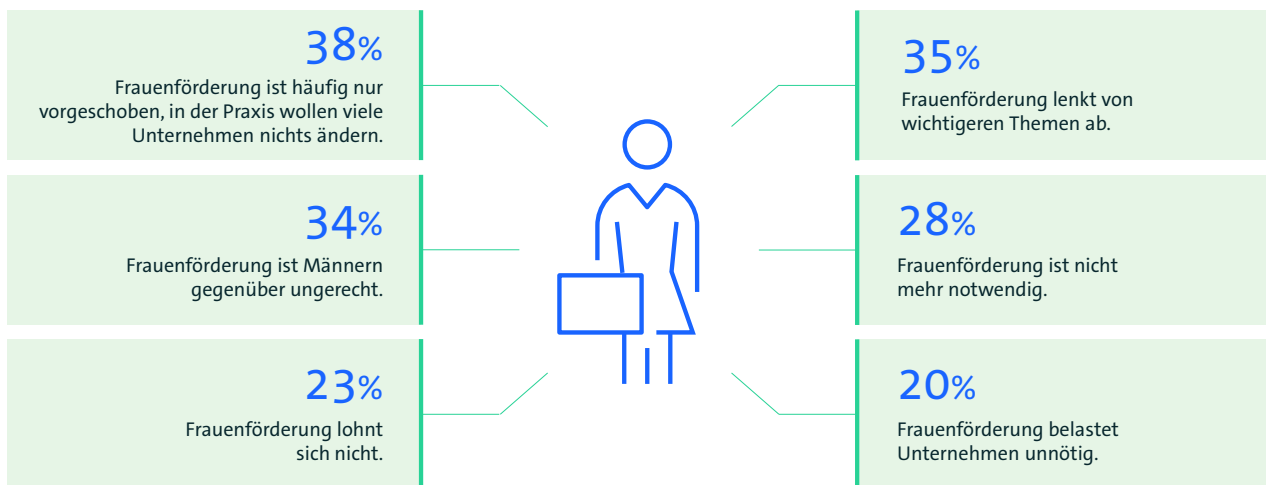
8 von 10 Unternehmen (**79 Prozent**) nutzen Maßnahmen zum Recruiting von Frauen speziell für IT- und Digitalberufe.

4 Einstellung zu Frauen in IT- und Digitalberufen & Ziele

4 Einstellung zu Frauen in IT- und Digitalberufen & Ziele

4.1 Einstellungen zu Frauenförderung

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 7: Einstellungen der befragten Unternehmen zu Frauenförderung

Ein Teil der Unternehmen begegnet Frauenförderung weiterhin mit Vorbehalten – grundsätzlich, oder mit Blick auf die Umsetzung. So stimmen 20 Prozent der Befragten der Aussage zu, Frauenförderung belastet Unternehmen unnötig, 23 Prozent sagen, sie lohnt sich nicht. Mehr als ein Viertel (28 Prozent) hält Frauenförderung sogar für nicht mehr notwendig.

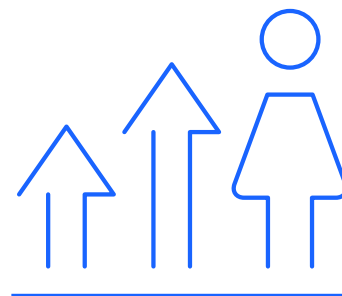
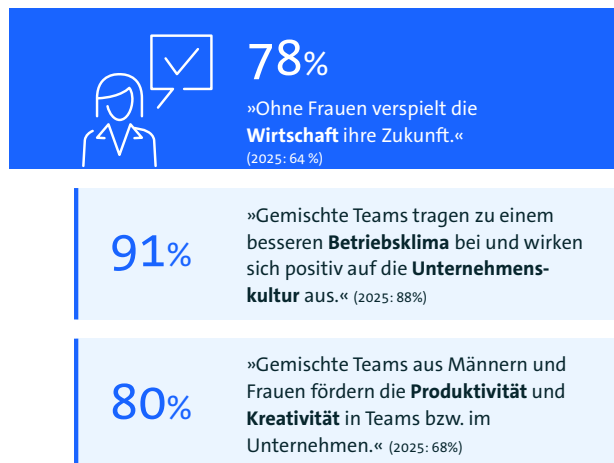
Die Skepsis gegenüber der Frauenförderung ist weit verbreitet: 34 Prozent der Unternehmen sind der Auffassung, Frauenförderung wäre Männern gegenüber ungerecht, 35 Prozent sehen darin eine Ablenkung von wichtigeren Themen. Auch der Zweifel an der Glaubwürdigkeit vieler Initiativen fällt ins Gewicht: 38 Prozent sind der Ansicht, Frauenförde-

rung werde häufig nur vorgeschoben – tatsächlich wollten viele Unternehmen in der Praxis nichts verändern.

Damit wird deutlich, dass nicht alle Unternehmen beim Thema Frauenförderung gleichermaßen mitziehen.

4.2 Einstellungen zur Rolle von Frauen & Gleichstellung in Unternehmen

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 8: Einstellungen zur Rolle von Frauen und zu Gleichstellung im Unternehmen

Gleichstellung als Chance für Unternehmen

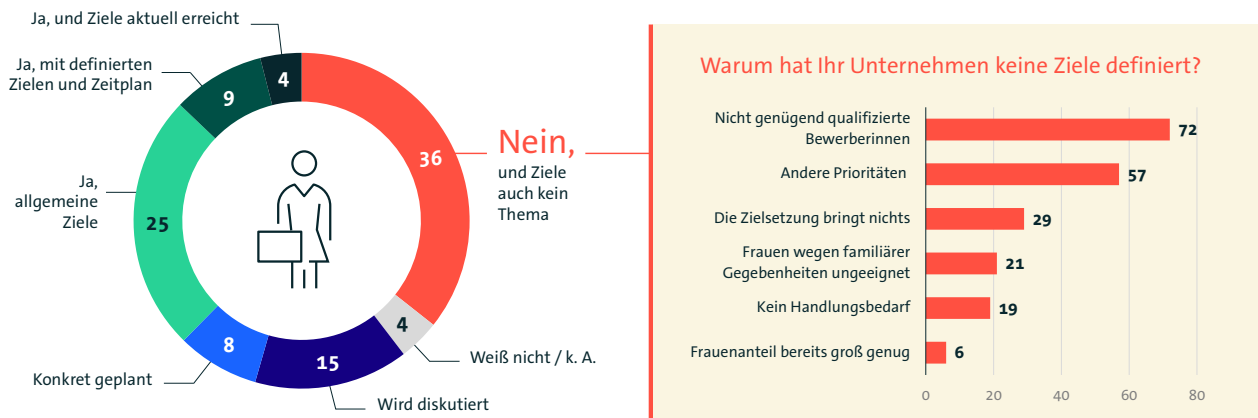
Deutsche Unternehmen bewerten Gleichstellung überwiegend positiv – und sehen in ihr auch einen Faktor für mehr Wettbewerbsfähigkeit: 78 Prozent der Unternehmen sagen, ohne Frauen verspiele die Wirtschaft ihre Zukunft.

Unternehmen wissen zudem die Vorteile gemischter Teams zu schätzen: 9 von 10 Unternehmen (91 Prozent) sind der Auffassung, dass Teams aus Frauen und Männern das Betriebsklima verbessern und sich positiv auf die Unternehmenskultur auswirken. 80 Prozent sind überzeugt, dass gemischte Teams Produktivität und Kreativität im Unternehmen steigern.

Gleichstellung wird von der großen Mehrheit der Unternehmen nicht nur als gesellschaftliche Aufgabe, sondern klar als wirtschaftlicher Erfolgsfaktor verstanden.

4.3 Ziele zur Erhöhung des Frauenanteils in IT- und Digitalfachbereichen

Hat sich Ihr Unternehmen interne Ziele gesteckt bezüglich der Erhöhung von Frauenanteilen **speziell in den IT- und Digitalfachbereichen**?



in Prozent

Basis: links: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt | Basis rechts: Befragte Unternehmen ab 20 Beschäftigten, für die Ziele aktuell kein Thema sind (n=215) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 9: Interne Ziele zur Erhöhung von Frauenanteilen speziell in IT- und Digitalfachbereichen

Nur 4 von 10 Unternehmen setzen sich Ziele

Grundsätzlich wünscht sich die deutsche Wirtschaft einen höheren Frauenanteil in IT- und Digitalfachbereichen, doch nur 4 Prozent der Unternehmen geben an, sich diesbezüglich interne Ziele gesteckt und diese schon erreicht zu haben. Fast jedes zehnte Unternehmen (9 Prozent) hat definierte Ziele mit einem Zeitplan. Ein Viertel der Unternehmen hat sich allgemeine Ziele gesteckt. 8 Prozent der Unternehmen planen Ziele, 15 Prozent diskutieren diese.

Allerdings gibt mehr als ein Drittel der Unternehmen (36 Prozent) an, keine Ziele zu haben und diese seien auch kein Thema.

Diese Unternehmen haben nach eigenen Angaben nicht genügend qualifizierte Bewerberinnen (72 Prozent) oder sie setzen schlicht andere Prioritäten (57 Prozent).

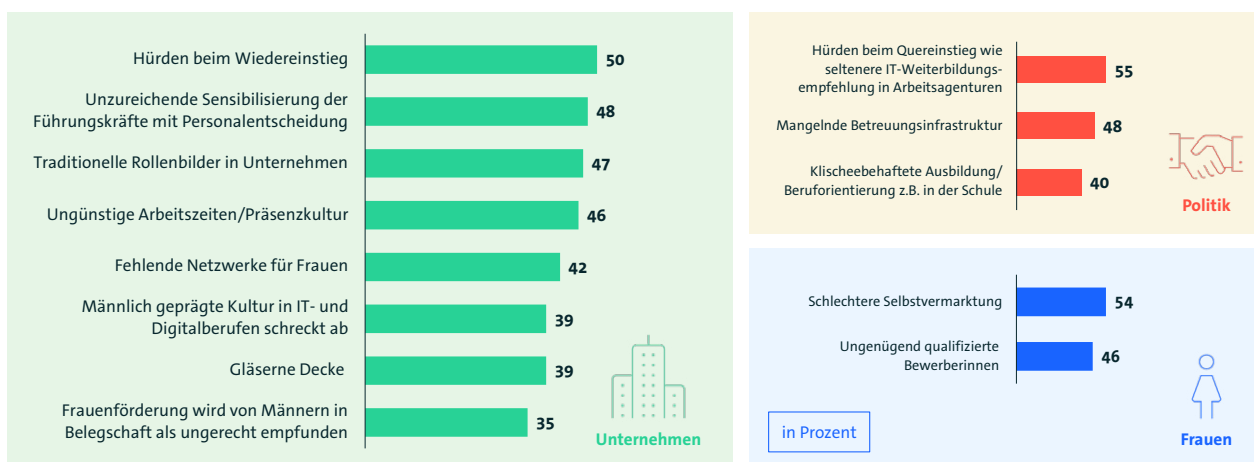
Insgesamt zeigt sich damit, dass konkrete Zielsetzungen zur Erhöhung des Frauenanteils speziell in den IT- und Digitalfachbereichen bislang nur in einem Teil der Unternehmen systematisch verfolgt werden.

5 Hürden für mehr Frauen in IT- und Digitalberufen

5 Hürden für mehr Frauen in IT- und Digitalberufen

5.1 Unternehmensseitige, gesellschaftliche und politische Gründe

Warum ist der Frauenanteil in den IT- und Digitalberufen in der deutschen Wirtschaft nicht höher?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 10: Hürden für mehr Frauen in IT- und Digitalberufen

Aus Sicht der Wirtschaft sind die Gründe für den niedrigen Frauenanteil in IT- und Digitalberufen vielfältig – und liegen häufig auch bei den Unternehmen selbst: 50 Prozent der Unternehmen sehen Hürden beim Wiedereinstieg, etwa fehlende Weiterbildungen während der Elternzeit, als zentralen Faktor.

Zudem spielen Stereotype innerhalb der Unternehmen eine Rolle: 47 Prozent sehen männlich geprägte Rollenbilder als Hemmnis. 39 Prozent sprechen von einer »gläsernen Decke«, also einer strukturellen Benachteiligung von Frauen bei gleicher Qualifikation und Leistung.

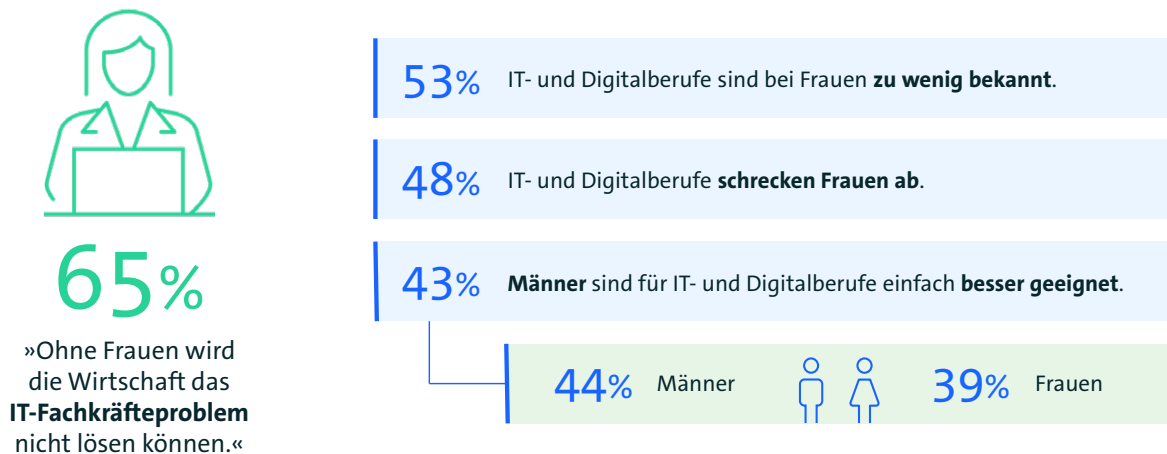
Auch politische Faktoren werden als Ursache genannt. Über die Hälfte der Unternehmen (55 Prozent) sieht Hürden beim

Quereinstieg, 48 Prozent Defizite bei der Betreuungsinfrastruktur.

Strukturelle Hürden, stereotype Rollenbilder und eine weiterhin bestehende »gläserne Decke« – also unsichtbare Barrieren, die Frauen trotz gleicher Qualifikation am beruflichen Aufstieg hindern – bremsen Frauen in IT- und Digitalberufen, und sind vielfach auch in den Strukturen und Prozessen der Unternehmen verankert.

5.2 Vorbehalte gegenüber Frauen in IT- und Digitalberufen

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen Ihrer Meinung nach zu?



Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Prozentwerte für »Trifft voll und ganz zu« und »Trifft eher zu« | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 11: Aussagen zu Frauen in IT- und Digitalberufen

Veraltetes Rollenbild: IT gilt noch immer als Männerberuf

Die Wirtschaft sieht Frauen als zentralen Teil der Lösung – und hält gleichzeitig an Vorbehalten fest: 65 Prozent der Unternehmen sind überzeugt, dass sich das IT-Fachkräfteproblem ohne Frauen nicht lösen lässt. Zugleich meint weiterhin eine große Minderheit, Männer seien für IT- und Digitalberufe besser geeignet (43 Prozent, 2025: 39 Prozent).

Auch strukturelle Hürden bleiben präsent: 53 Prozent sagen, IT- und Digitalberufe seien Frauen zu wenig bekannt (2025: 46 Prozent), und 48 Prozent sehen abschreckende Wirkung (2025: 47 Prozent) [↗Bitkom-Dataverse](#).

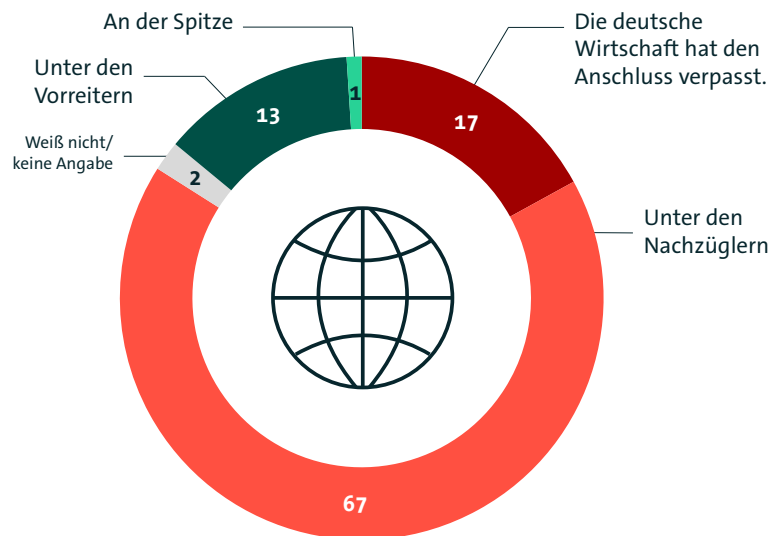
Damit zeigt sich ein deutlicher Widerspruch: Obwohl die Notwendigkeit weiblicher Fachkräfte breit anerkannt ist, bestehen stereotype Zuschreibungen, Wahrnehmungsbarrieren und ein Imageproblem fort – und könnten genau die Potenziale blockieren, die zur Entschärfung des Fachkräftemangels gebraucht werden.

6 Deutschland im internationalen Vergleich

6 Deutschland im internationalen Vergleich

6.1 Frauenanteil im internationalen Vergleich

Wo steht aus Ihrer Sicht die deutsche Wirtschaft beim Thema Frauenanteil in IT- und Digitalberufen im internationalen Vergleich?



in Prozent

Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 11: Einschätzungen zum Frauenanteil im internationalen Vergleich

Gleichstellung: Deutschland ist unter den Nachzüglern

Die Unternehmen bewerten die internationale Position der deutschen Wirtschaft beim Thema Gleichstellung in IT- und Digitalberufen überwiegend kritisch. Zwei Drittel (67 Prozent) sehen Deutschland unter den Nachzüglern (2025: 59 Prozent), weitere 17 Prozent sind sogar der Ansicht, dass der Anschluss bereits verpasst wurde (2025: 23 Prozent).

Demgegenüber nimmt nur eine Minderheit eine positive Perspektive ein: 13 Prozent der Unternehmen zählen die deutsche Wirtschaft zu den Vorreitern (2025: 15 Prozent), lediglich 1 Prozent sieht sie an der Spitze (2025: 1 Prozent).

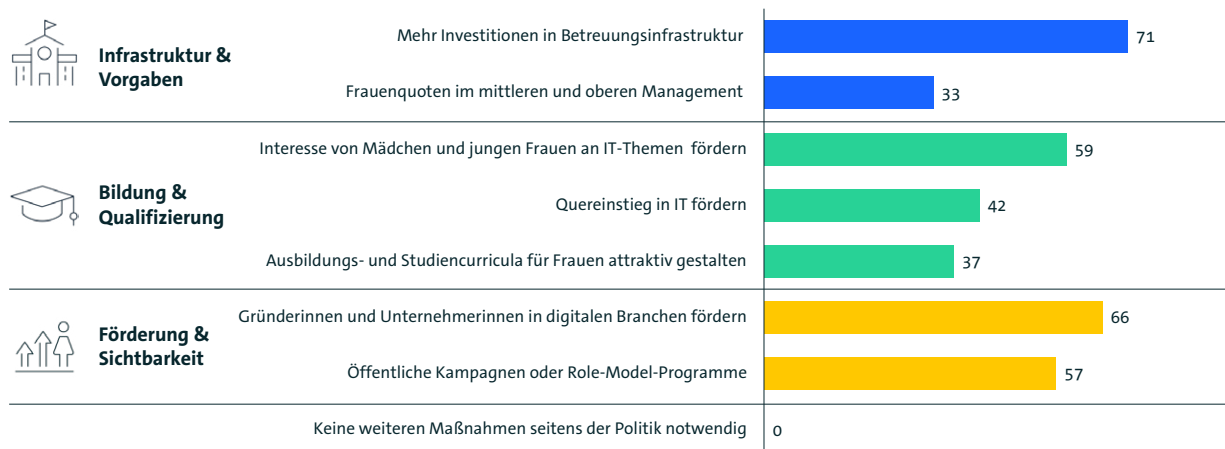
Insgesamt entsteht damit das Bild, dass Deutschland im internationalen Vergleich mehrheitlich als deutlich zurückliegend wahrgenommen wird [Bitkom-Dataverse](#).

7 Erwartungen an die Politik

7 Erwartungen an die Politik

7.1 Politische Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils

Welche der folgenden Maßnahmen für Gleichstellung allgemein sowie mehr Frauen in IT- und Digitalberufen sollte die Bundesregierung angehen?



in Prozent

Basis: Alle befragten Unternehmen ab 20 Beschäftigten (n=603) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2026

Abbildung 12: Politische Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils

Auch die Politik ist aus Unternehmenssicht in der Pflicht: Besonders häufig von den befragten Unternehmen gefordert werden mehr Investitionen in Betreuungsinfrastruktur (71 Prozent) sowie Maßnahmen entlang der Bildungskette – etwa die Förderung des IT-Interesses von Mädchen und jungen Frauen (59 Prozent).

Auch öffentlichen Kampagnen bzw. Role-Model-Programme sehen 57 Prozent der Unternehmen als Maßnahme, die die Bundesregierung angehen sollte.

Keines der befragten Unternehmen sagt, es bedürfe keiner weiteren Maßnahmen der Politik, 2025 teilten noch 5 Prozent diese Meinung [↗Bitkom-Dataverse](#).

Die Politik ist gefordert: Aus Sicht der Unternehmen braucht es gezielte Maßnahmen entlang der gesamten Bildungskette und bessere Rahmenbedingungen, um mehr Frauen für IT- und Digitalberufe zu gewinnen.

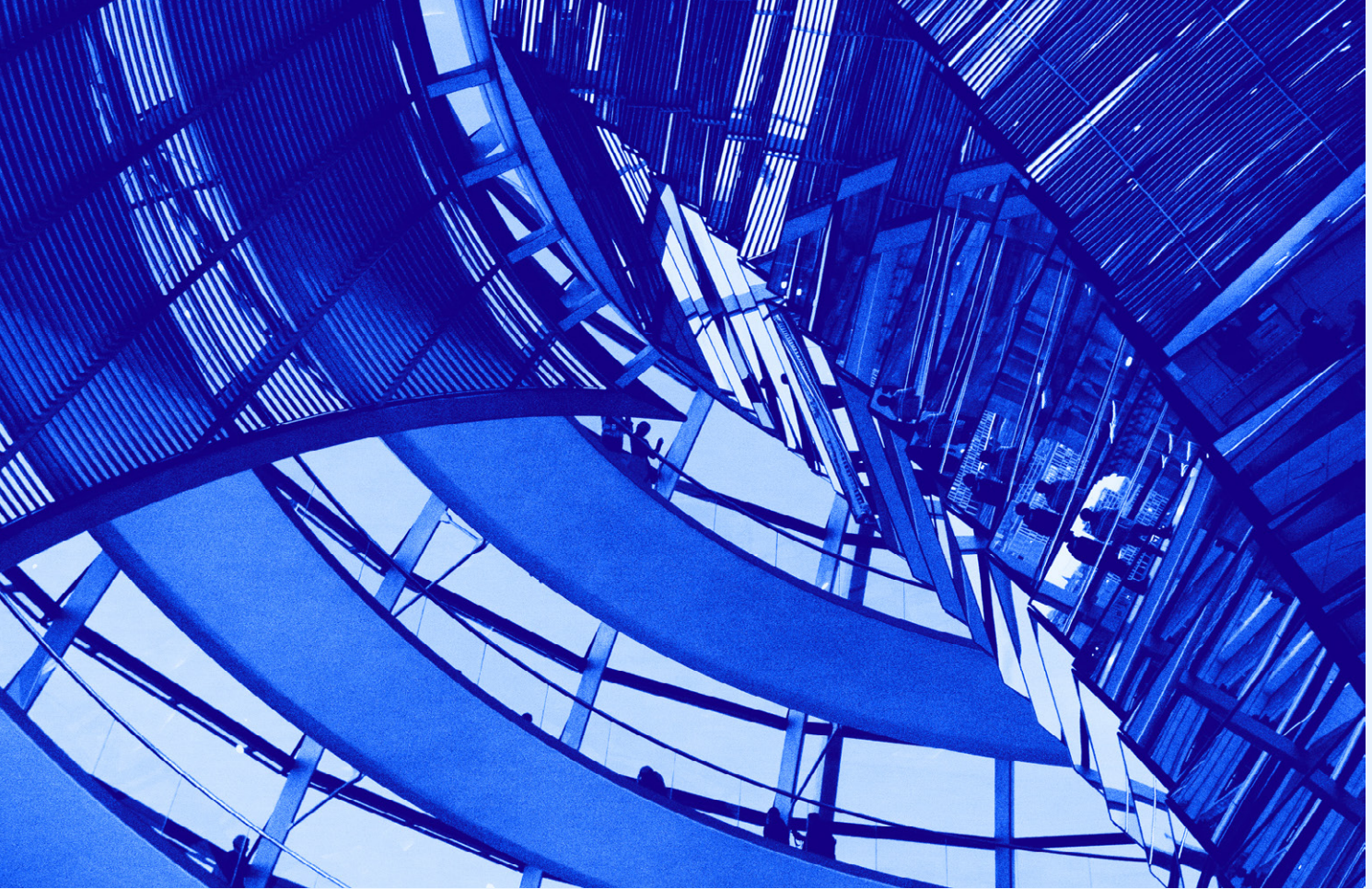
8 Fazit & Handlungsempfehlungen

Die Ergebnisse des Studienberichts zeigen ein widersprüchliches Bild: Einerseits erkennen Unternehmen den hohen Wert von Gleichstellung klar an und verstehen sie zunehmend als Wettbewerbsfaktor. Die große Mehrheit sieht in gemischten Teams Chancen für mehr Innovation, Produktivität und Unternehmenskultur – und auch die Verantwortung wird vielfach bei den Unternehmen selbst verortet. Entsprechend werden Maßnahmen ausgebaut und erste Fortschritte sind erkennbar.

Gleichzeitig bleibt der Frauenanteil insbesondere in IT- und Digitalberufen weiterhin deutlich zu niedrig. Strukturelle Hürden wie Wiedereinstiegsbarrieren, Defizite in der Betreuungsinfrastruktur und eingeschränkte Quereinsteigsmöglichkeiten treffen auf tief verankerte stereotype Rollenbilder und eine fortbestehende »gläserne Decke«. Dass noch immer ein erheblicher Teil der Unternehmen IT-Berufe eher Männern zuschreibt oder Frauenförderung skeptisch bewertet, verdeutlicht den kulturellen Handlungsbedarf.

Hinzu kommt, dass viele Unternehmen zwar grundsätzlich mehr Frauen gewinnen wollen, dies jedoch nicht konsequent in verbindliche Ziele übersetzen. Maßnahmen werden zwar zunehmend umgesetzt, bleiben aber teilweise unsystematisch oder ohne klare strategische Verankerung.

Der Fachkräftemangel in der digitalen Wirtschaft lässt sich ohne Frauen nicht lösen – gleichzeitig wird ihr Potenzial noch nicht ausreichend genutzt. Frauenförderung ist damit kein Selbstzweck, sondern eine zentrale Voraussetzung für Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit. Um Fortschritte zu erzielen, müssen Wirtschaft und Politik gemeinsam handeln, Bildung stärken, strukturelle Barrieren abbauen, stereotype Rollenbilder aufbrechen und mehr Frauen für IT- und Digitalberufe gewinnen.



Handlungsempfehlungen an die **Politik**

- **Informatik-Unterricht** verpflichtend einführen, gendersensibel gestalten.
- Verpflichtende Richtlinien für **gendersensible Bildungsinhalte** und **Lehrmaterialien** einführen.
- **Praxisnähe und Interdisziplinarität** in Ausbildung und Studium stärken.
- **Aus- und Weiterbildungsprogramme** für Frauen in IT-Berufen fördern.
- **Betreuungsinfrastruktur** ausbauen.
- **Fördermodelle für Betriebs-Kitas** entwickeln, die insbesondere die Bedürfnisse von KMUs in den Blick nehmen.

Handlungsempfehlungen an **Unternehmen**

- **Messbare Ziele** zum Frauenanteil in der Belegschaft und Verweildauer im Unternehmen setzen.
- **Personelle Zuständigkeit für Gleichstellungsthemen** festlegen.
- **Stellenausschreibungen auf Frauen zuschneiden** und **Quereinstieg ermöglichen**.
- **Neue Wege bei der Akquise** von Bewerberinnen gehen.
- **Qualifizierungs- und Unterstützungsangebote** für Frauen im eigenen Unternehmen schaffen.
- **Rolemodels** im Unternehmen sichtbar machen.

Um Frauen für Karrieren in der digitalen Wirtschaft zu begeistern und Politik und Unternehmen bei der Förderung weiblicher Fach- und Führungskräfte zu unterstützen, engagiert sich der Bitkom in der Initiative **#SheTransformsIT**.

Das interdisziplinäre Bündnis aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft setzt sich dafür ein, Mädchen und Frauen in der digitalen Welt zu stärken.

#SheTransformsIT – Für mehr Frauen in der Digitalisierung

#SheTransformsIT ist ein interdisziplinäres Bündnis aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Zivilgesellschaft. Die Initiative wurde ins Leben gerufen, um mehr Frauen in gestaltende Positionen der Digitalisierung zu bringen.

Die Initiative wirkt dabei auf unterschiedlichen Ebenen: wissenschaftlich durch Studien, Umfragen und Leitfäden, interaktiv durch Veranstaltungen und Austauschformate sowie kommunikativ durch Kampagnen und Öffentlichkeitsarbeit.

#SheTransformsIT bedeutet...

Bewusstsein & Sichtbarkeit schaffen

Frauen für Digitalisierung begeistern

Initiativen für Empowerment & Wandel stärken



SheTransformsIT

info@shetransformsit.org

➤ www.shetransformsit.org

9 Methodik

Befragung 2025/2026 | Gesamtwirtschaft

Auftraggeber	Bitkom
Methodik	Computergestützte telefonische Befragung/ Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
Grundgesamtheit	Unternehmen in Deutschland mit mindestens 20 Beschäftigten
Zielpersonen	Geschäftsführung/CEOs; Vorstand/Geschäftsführung Personal/HR; Führungsposition im Personalbereich (z.B. Leiter oder Leiterin der HR-Abteilung)
Stichprobengröße	n=603
Befragungszeitraum	KW 50 2025 bis KW 06 2026
Gewichtung	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage des aktuellen Unternehmensregisters des Statistischen Bundesamtes
Statistische Fehlertoleranz	+/- 4 Prozent

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin
bitkom.org

Wissenschaftliche Leitung

Bettina Lange

Ansprechpartner

Pauline Meimberg

Redaktion

Alissa Geffert

Copyright

Bitkom 2026
Lizenziert unter [CC BY 4.0](#)

DOI

10.64022/2026-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. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom oder den jeweiligen Rechteinhabern.

Wie steht es um die Gleichstellung von Frauen in der digitalen Wirtschaft? Der vorliegende Studienbericht gibt einen fundierten Einblick in den Status quo der Frauenförderung in deutschen Unternehmen. Er zeigt, welche Strategien zur Erhöhung des Frauenanteils verfolgt werden, wo strukturelle Hürden bestehen und welche Erwartungen die Wirtschaft an die Politik richtet. Grundlage ist eine repräsentative Befragung von 603 Unternehmen aller Branchen in Deutschland ab 20 Beschäftigten.

DOI

10.64022/2026-frauen-it-digitalberufe

bitkom