



Clipping für Profil M

<u>Medium</u>	<u>Datum</u>	<u>Headline</u>	<u>Frequenz</u>	<u>Auflage</u>
IT Director	29.03.2025	"Es braucht in Unternehmen ein Bewusstsein für Diversity"	monatlich	Bis zu 3.000 Leser:innen

www.springerprofessional.de

3 | 2025

IT-Director

Lösungen – Infrastruktur – Management

Management | Human Resources

„Es braucht in Unternehmen ein Bewusstsein für Diversity“

Bei der Frauenquote in IT-Berufen hat Deutschland noch Nachholbedarf. Marina Löwe, Senior Consultant bei Profil M, erläutert im Interview, warum Frauen als IT-Expertinnen bislang zu einer Minderheit gehören und welche Faktoren ihre generellen Aufstiegschancen in Unternehmen derzeit deutlich hemmen.



Marina Löwe ist eine erfahrene Change-Management-Beraterin und begleitet Führungskräfte sowie Teams bei der Entwicklung nachhaltiger, digitaler Hochleistungskulturen für zukunftsfähige Unternehmen. Dabei greift sie auf Wissen und Techniken aus verschiedenen Bereichen wie etwa Psychologie, Neurowissenschaften, Wirtschaft, Improvisationstheater, Atem- und Körperarbeit sowie Natur zurück. (© Sven Kämmerling / Profil M)

Frau Löwe, wie hoch ist die Frauenquote im Bereich „IT“ deutscher Unternehmen?

Laut Statistischem Bundesamt lag der Frauenanteil in der Informatik 2023 bei knapp 18 Prozent, während es 2013 14 Prozent waren. Doch ein Anstieg von gerade mal 4 Prozent ist äußerst gering. Dabei ist das Themenfeld durchaus für Frauen interessant. Nicht zu vergessen: Das erste Computerprogramm der Welt schrieb mit Ada Lovelace eine Frau. Aber wenn wir in die Gegenwart blicken, zeigt sich, dass die IT-Branche oftmals ein männlich geprägtes Umfeld ist, das Frauen nicht anzieht. Dabei lägen darin eine große Chance und absolute Superpower: Es gibt hier eine Masse an potenziellen weiblichen Fachkräften, die wir in Deutschland gerade nicht gezielt aktivieren und für die wir keinen Rahmen schaffen, in dem sie sich angesprochen fühlen und in dem sie auch wirksam sein könnten. Denn als Frau gehört man als IT-Expertin so offensichtlich zu einer Minderheit und das wirkt für viele abschreckend. Oftmals fehlen Rollenbilder und daher ist es umso wichtiger, erfolgreiche Frauen in IT-Berufen sichtbar zu machen.

Inwieweit gibt es hier Unterschiede zwischen Konzernen und Mittelstandsunternehmen?

Über alle Unternehmensgrößen hinweg gilt: Wir haben hierzulande bei der Frau-

enquote in IT-Berufen Nachholbedarf. Doch immerhin sehen laut einer Bitkom-Studie 90 Prozent der IT-Unternehmen in Deutschland eine Erhöhung des Frauenanteils in ihrem Unternehmen als Chance – aber zu wenige gehen dafür die Extrameile. Tendenziell sind Konzerne oftmals

schon einen Schritt weiter und haben ein höheres Bewusstsein für die Förderung von Frauen. Sie haben allerdings auch eher die Ressourcen, um Maßnahmen umzusetzen. Hierzu zählen beispielsweise etablierte Programme zur Frauenförderung oder Audits, die mögliche Schwachstellen in den Strukturen aufzeigen, die Diversität hemmen. Zudem sind auch die eingehenden Bewerbungen bei Konzernen oft diverser als bei Hidden Champions, was natürlich an der globalen Bekanntheit großer Marken liegt. Blickt man auf den deutschen Mittelstand, zeigt sich aber auch hier ein steigendes Bewusstsein für mehr weibliche Fach- und Führungskräfte

in der IT. Laut Bundesverband des IT-Mittelstands e.V. möchten 83 Prozent der mittelständischen Unternehmen mehr Frauen beschäftigen, doch 61 Prozent der Unternehmen geben an, ihnen fehlen weibliche Bewerberinnen. Hier sollte sich jedes Unternehmen kritisch hinterfragen: Wie gut bin ich als Arbeitgeber schon darin, Frauen anzusprechen und für sie sichtbar zu sein?

Woran liegt es, dass Chefs nach wie vor dominieren?

Wir haben gesellschaftlich weniger Fortschritte in der Gleichberechtigung gemacht, als wir manchmal denken. So existieren in vielen Köpfen noch traditionelle

„Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist in Deutschland nach wie vor eine große Herausforderung.“

Geschlechterrollen und stereotypisches Denken – beispielsweise wird dominantes Verhalten bei Männern positiver wahrgenommen als bei Frauen. Ebenso hemmt Teilzeitarbeit die Aufstiegschancen und statistisch gesehen sind deutlich mehr Frauen als Männer in Teilzeit tätig. Doch es findet auch eine gewisse Selbstselektion statt. Denn Frauen entscheiden sich oftmals bewusst gegen Führungspositionen. Dies liegt zum einen an ihrer bestehenden zeitlichen Belastung durch Care-Arbeit, zum anderen sind sie bei Stellenausschreibungen schneller abgeschreckt, wenn sie nicht alle dort geforderten Anforderungen erfüllen.

Management | Human Resources



© Jacob Lund / Stock.adobe.com

> Female Leadership: Unternehmen müssen ein Umfeld schaffen, in dem auch Frauen sich wohlfühlen, weil ihre Werte gelebt werden.

Welche konkreten Stolpersteine gibt es bei den Bestrebungen, die Frauenquote zu erhöhen?

Die Kultur und das System müssen sich ändern, damit sich in der Führungsebene etwas ändert. Einer der größten Stolpersteine ist der Wiedereinstieg nach der Elternzeit: Viele Frauen trauen sich nicht, bei ihrem Wiedereintritt in Führung zu gehen. Ebenso ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Deutschland nach wie vor eine große Herausforderung. Das liegt zum einen an der Betreuungsinfrastruktur, die vielerorts eine Katastrophe ist. Zum anderen gibt es in Deutschland oftmals sehr traditionelle gesellschaftliche Erwartungen an die Mutterrolle: Wenn ein Vater beispielsweise häufiger auf Dienstreisen ist, wird das anders bewertet als bei einer Frau. Doch hier könnten wir von europäischen Nachbarländern lernen. In den Niederlanden gibt es beispielsweise standardmäßig Stillräume in den Unternehmen, die Frauen ganz selbstverständlich nutzen. Es gibt also einen gesellschaftlichen Kontext, in dem es normal ist, dass Frauen Kinder bekommen und schnell wieder arbeiten – Familie und Karriere ergänzen sich. Mein Tipp für jedes Unternehmen, das die Frauenquote erhöhen will: Fragt die Frauen, was sie davon abhält, in die IT-Branche zu gehen oder eine Führungsrolle zu übernehmen! Basierend auf den Antworten lassen sich wirkungsvolle Maßnahmen ableiten.

Welche organisatorischen Faktoren würden Frauen heute helfen, eine Führungsposition zu erlangen – und das nachhaltig?

Eine Quotenregelung kann sinnvoll sein, da es manchmal eben genau diesen Rahmen braucht, damit sich Verhalten ändert. Doch wenn dann in einem Unternehmen eine Kultur verankert ist, die nach dem Motto „Jetzt haben wir eine Frau nur eingestellt, um die Quote zu erfüllen“ agiert, wird die Mitarbeiterin scheitern. Vielmehr braucht es ein Umfeld, in dem Frauen sich wohlfühlen. Hierzu gehört auch, dass Arbeitgeber ihnen einen Raum geben, wo sie sich gesehen und gehört fühlen – Frauen verlassen Unternehmen schneller, wenn dort ihre Werte nicht gelebt werden. Es braucht in Unternehmen ein Bewusstsein für Diversity gepaart mit einem echten Interesse, Vielfalt zu fördern. Ein guter Ausgangspunkt ist ein Audit, das als ehrliche Bestandsaufnahme aufzeigt, wo Firmen mit Blick auf bunt gemischte Teams stehen. Denn es ändert sich wenig, wenn eine Frau in einer ansonsten reinen Männerabteilung arbeitet – das ist keine Vielfalt. Vielmehr muss aus einer Minderheit eine solide Zielgruppe werden, damit sich auch die positiven Aspekte entfalten können. Sonst kehrt es sich eher ins Gegenteil um: Wenn eine Frau die Einzige in einem ansonsten männlichen Team ist, hat sie noch stärker das Gefühl, sich beweisen zu müssen, was zu einem zusätzlichen Druck führt.

Welche konkreten Tipps können Unternehmen direkt umsetzen, um Female Leadership zu fördern?

Es gibt vielfältige Möglichkeiten, um Female Leadership zu fördern, wie folgende drei Tipps beispielhaft verdeutlichen.

Recruiting-Prozess zielgruppengerecht gestalten: So sollten Stellenanzeigen hinsichtlich des Wordings auf Frauen ausgerichtet sein und es gilt, auf Kanälen präsent zu sein, auf denen Arbeitgeber Bewerberinnen erreichen.

Offenheit für Quereinsteigerinnen: Auch wenn jemand nicht Informatik studiert hat, aber Interesse daran und Freude am Lernen hat, sollten Arbeitgeber entsprechende Fortbildungsangebote anbieten. Denn wir haben einen Arbeitnehmermarkt und zugleich viele neue Stellenbereiche, die es früher noch nicht gab. Hier besteht eine große Chance, Menschen speziell dafür auszubilden.

Netzwerke pflegen: Frauennetzwerke wie „Women in AI“ verbinden Unternehmen mit Expertinnen. Kooperationen und nachhaltiges Networking zählen sich aus: Arbeitgeber steigern ihre Bekanntheit und erreichen auf direktem Weg potenzielle Mitarbeiterinnen. ■

Interview: Lea Sommerhäuser