



Getting to equal

Schließt Digitalisierung die Geschlechterlücke?

Strategy | Consulting | Digital | Technology | Operations


accenture
High performance. Delivered.

Inhalt

Vorwort	3
Wie digitale Disruption berufliche Geschlechterrollen aufbricht	4
GLOBALE ERGEBNISSE	
Digitalisierung fördert Gleichstellung	6
ERGEBNISSE FÜR DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DIE SCHWEIZ	
Deutschsprachige Länder haben Aufholbedarf	10
EIN FAZIT	
Digital Fluency ist fundamental – aber nicht alles	14



Vorwort

Hilft digitale Kompetenz, die Genderlücke zu schließen?

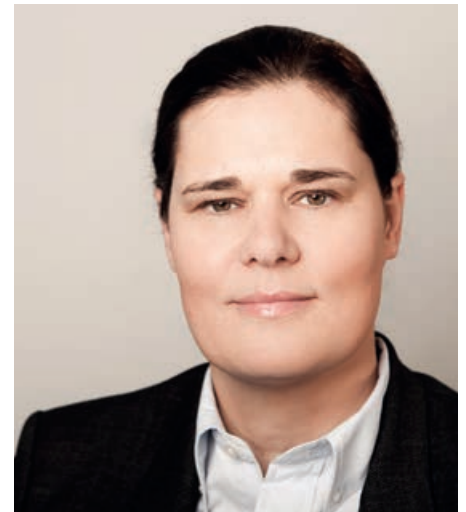
Seit über hundert Jahren arbeiten viele Frauen und Männer daran, dass alle Menschen den gleichen Zugang zu Bildung, Technologie und Wissen erhalten – unabhängig von wirtschaftlichen oder sozialen Rahmenbedingungen. In vieler Hinsicht ist die Digitalisierung im besten Sinne einer der globalen „Gleichmacher“: Information ist für fast jeden leicht verfügbar, Zugang zu unterschiedlichen Dienstleistungen nahezu ohne Hürden möglich.

Der bloße Zugang zu Informationen ändert nichts an der Ungleichheit der Ergebnisse. Ausbildung, Methodenkompetenz und die Befähigung komplexe Informationen zu bearbeiten, daraus einen Mehrwert zu generieren, bleiben weiterhin zentral. Der reine „Vergnügungseinsatz“ von Internet, Apps und Konsorten wird nicht ausreichen, um über Digitalisierung die Unterschiede in den Karriereperspektiven von Männern und Frauen in Österreich, der Schweiz oder Deutschland zu verringern. Doch ohne grundlegende digitale Kompetenzen werden sich viele Türen zukünftig schliessen – für Männer und Frauen.

Technologische Veränderungen führen zu neuen Berufswelten und unsere diesjährige Studie zeigt, dass Frauen sich durch sie leichter positionieren können. Auch neue Lösungen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglichen Frauen wie Männern ein sich veränderndes Bild von Partnerschaftlichkeit zu realisieren. Und dies in einem Umfang, der noch zu Beginn der 2000er nicht möglich war. Veränderte gesellschaftliche Werte – wie Gleichstellung von Mann und Frau in der Beziehung und dem Berufsleben – ist eine Grundvoraussetzung, um Frauen den Weg in das Top-Management zu ebnet.

An der geschlechtlichen Verteilung der Spitzenpositionen ändert die Digitalisierung unserer Gesellschaft immer noch wenig. In der Mehrzahl der untersuchten Branchen spielen Frauen weiterhin nur in geringer Zahl in den obersten Gremien mit. Wir sind der Auffassung, dass der souveräne Umgang mit digitalen Medien die Grundvoraussetzung schafft, dass Frauen auf allen Stufen der Unternehmen signifikant Einfluss nehmen können. In Österreich, der Schweiz wie in Deutschland ist die Ausbildung an und mit neuen Technologien elementar, um Gleichberechtigung auch im Ergebnis zu ermöglichen – nicht nur im Zugang.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und freuen uns von Ihnen zu hören oder zu lesen!



Susanne Maria Schmidt
Managing Director und Leiterin der
Accenture Women's Initiative für
Österreich, Deutschland und die Schweiz

Wie digitale Disruption berufliche Geschlechterrollen aufbricht

Neue Technologien sind omnipräsent, revolutionär und disruptiv. Sie bringen nie dagewesene Geschäftsmodelle hervor, führen dazu, dass Branchen konvergieren, sie zerstören Märkte und schaffen neue. Sie senken Markteintrittsschwellen, vernetzen Ideen, erzeugen unglaubliche Datenmengen und setzen Unternehmen unter Druck, die Fülle an Informationen sinnvoll zu nutzen.

Wenn Digitalisierung so viel umwälzt, was macht sie dann mit dem Arbeitsmarkt? Was geschieht, wenn wir orts- und zeitunabhängig arbeiten können? Wenn sich schwere Geräte auch mit dem kleinen Finger fernsteuern lassen und kraftverstärkende Anzüge fehlende Muskelmasse kompensieren? Wenn Technik intuitiv funktioniert und leicht zu begreifen ist? Wenn die Vermittlung digitaler Kompetenz so selbstverständlich zur Grundschulausbildung gehört wie Lesen, Schreiben und Rechnen lernen?

Wird Digitalisierung, wenn sie Arbeitswelten umwälzt, auch helfen, die berufliche Geschlechterlücke zu schließen?

Diese Frage beschäftigt uns schon seit einiger Zeit. Im vergangenen Jahr untersuchten wir im Rahmen der Accenture Frauenstudie, ob der vermehrte Einsatz digitaler Technologien am Arbeitsplatz den vermeintlich weiblichen Kompetenzen (Zuhören, Multitasking) und Anliegen (Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Work-Life-Balance) Vorschub leistet und Frauen auch karrieretechnisch in die Hände spielt.

Das Ergebnis hat gezeigt, dass Frauen überzeugt sind, dass sie die notwendigen Skills für eine Karriere im digitalen Zeitalter mitbringen, sie aber nicht an einen langfristigen Wandel an der Spitze der Unternehmen glauben. Sie gehen davon aus, dass auch weiterhin Männer die Top-Positionen einnehmen werden.

Dieses Jahr wollten wir wissen, wie sich die digitale Kompetenz von Frauen und Männern entwickelt und wie dies nicht nur die Beschäftigungsfähigkeit, sondern auch die Gleichstellung fördert. Dazu benötigten wir ein Modell, das uns ermöglicht, den Status quo und die Entwicklung der Digital Fluency, also der digitalen Kompetenz, sowie die Zusammenhänge mit Beschäftigungsfähigkeit und Karriere zu messen, zu vergleichen und sogar hochzurechnen – geschlechterspezifisch und international.

Über die Studie

Die Datenbasis

Die Studie „Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work“ von Accenture basiert auf einer Online-Befragung von 4.900 Frauen und Männern in 31 Industriestaaten und Schwellenländern weltweit im Zeitraum Dezember 2015 bis Januar 2016. Pro Land wurden mindestens 100 Personen befragt, je ein Drittel berufstätige Männer und Frauen aus kleinen, mittelgroßen und großen Unternehmen sowie ein Drittel nicht-berufstätige Frauen, die zusammen

möglichst gleichmäßig aus drei Generationen (Baby Boomer, Generation X und Millennials) stammen.

Die Umfrageergebnisse wurden für die Bereiche Bildung, Beschäftigung und Aufstieg in Führungspositionen zusätzlich um Datenmaterial von der Weltbank, der OECD, dem World Economic Forum und der ITU World Telecommunication ergänzt.

In Deutschland nahmen 208 Personen, in Österreich 106 und in der Schweiz 104 Personen an der Umfrage teil.

Accenture führt die Umfrage zu unterschiedlichen Themen rund um die Karriereentwicklung von Frauen jährlich durch und veröffentlicht die Ergebnisse zum Weltfrauentag. Hier sind neben einigen länderübergreifenden Trends die Ergebnisse für Deutschland, Österreich und die Schweiz dargestellt.

Digital Fluency-Modell: Berufliche Gleichheit erklärt und messbar gemacht

Um die Zusammenhänge zwischen dem beruflichen Vorankommen von Frauen und den Möglichkeiten der Digitalisierung näher zu beleuchten, entwickelte Accenture das Digital Fluency-Modell.

Zugrunde liegt die Frage, ob mehr digitale Kompetenz bessere Grundlagen für Lernen, Beschäftigungsfähigkeit und beruflichen Aufstieg schafft, wie Frauen davon profitieren – und ob dies ihnen erleichtert, beruflich mit männlichen Kollegen gleichzuziehen.

In dem Modell definiert Accenture „digitale Sprachfähigkeit“ als „den Umfang, in dem Frauen und Männer digitale Technologien im Alltag nutzen, um Wissen aufzubauen, sich zu vernetzen und aktiver zu agieren“. Es ermöglicht, den Grad der Digital Fluency anhand verschiedener Faktoren zu messen (z.B. Häufigkeit der Internet-Nutzung, Verfügbarkeit eines Smartphones, Intensität der Wahl von Online-Kanälen für die Job-Suche, Weiterbildung oder Abwicklung von Transaktionen (wie Online-Banking)).

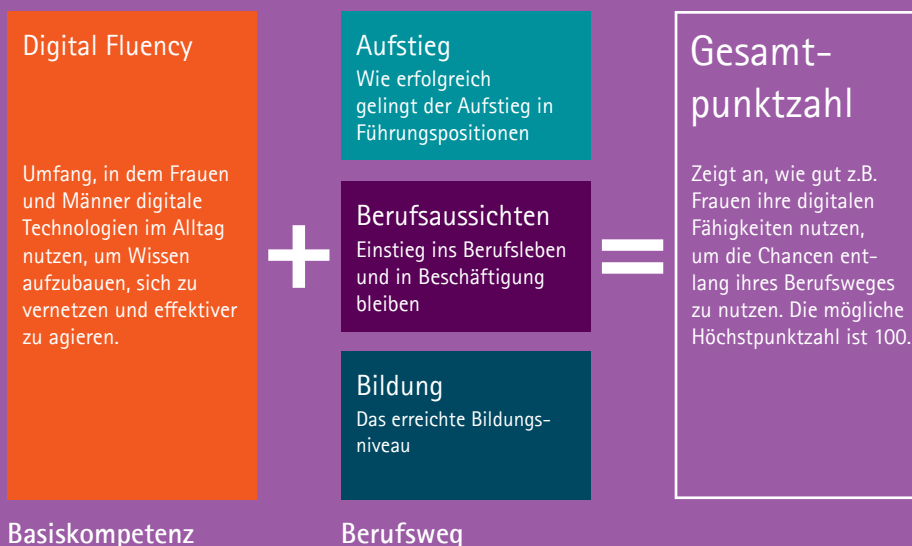
Das Modell misst ferner klassische Karriereindikatoren: das erreichte **Bildungsniveau**, die **Berufsaussichten** bzw. die Beschäftigungsfähigkeit (z.B. wie Frauen und Männer sich in Bewerbungssituationen durchsetzen, ob ihnen digitale Technologien erleichtern, einen Job zu finden und anzunehmen, und wie hoch der Anteil weiblicher Arbeitskräfte in einem Land ist) sowie die **Aufstiegschancen** (z.B. wie Frauen und Männer Führungspositionen übernehmen, ob ihnen digitale Technologien dabei helfen, und wie hoch der Anteil weiblicher Führungskräfte in einem Land ist). Die Ausprägung der Messgrößen wird mit Punkten bewertet, die zusammen maximal 100 ergeben.

Darüber hinaus definiert das Modell „**Gleichstellung**“ als den Fall, dass Frauen und Männer gleiche Punktzahlen in den einzelnen Bereichen oder insgesamt erreichen.

Mit diesem Modell lassen sich:

1. Der Zusammenhang zwischen digitaler Kompetenz und dem Berufsweg messen.
2. Unterschiede zwischen Frauen und Männern in allen vier Bereichen und insgesamt ermitteln.
3. Ländervergleiche anstellen.
4. Die Entwicklung der Einzelwerte und die Gesamtpunktzahl von Frauen und Männern hochrechnen, wenn sich die digitale Kompetenz verändert – und aufzeigen wann Gleichstellung erreicht ist.

Das Accenture Digital Fluency-Modell



Quelle: *Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work*, Accenture 2016

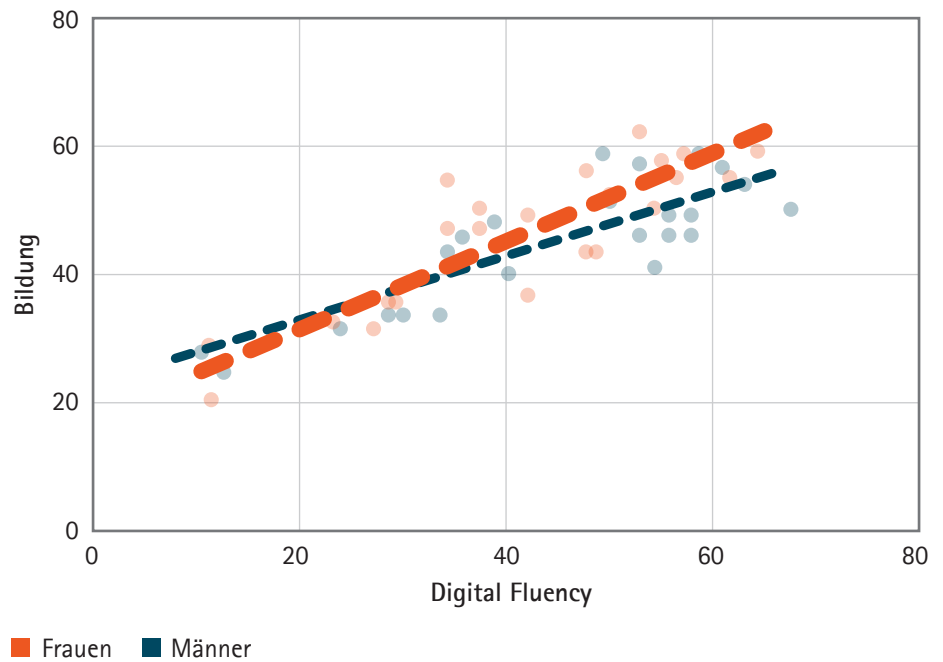
Digitalisierung fördert Gleichstellung

Die Untersuchung bestätigt: Digitale Kompetenz – die Häufigkeit und Selbstverständlichkeit, mit der ein Mensch digitale Technologien in Beruf und Alltag nutzt – trägt dazu bei, dass sich die beruflichen Unterschiede zwischen den Geschlechtern angleichen. Es gibt empirisch nachweisbare Zusammenhänge zwischen Digital Fluency und Bildung, Beschäftigungsfähigkeit sowie Aufstiegschancen, wobei Frauen von einem digitalen Kompetenzzuwachs stärker profitieren als Männer. Wer die Digital Fluency von Frauen gezielt steigert, kann also den ohnehin bestehenden Aufholeffekt weiter beflügeln.

Frauen können digitale Kompetenz besser in Bildungserfolg umsetzen.

In 16 der 31 untersuchten Länder erreichen Frauen ein höheres Bildungsniveau als Männer. Die Analyse über alle Länder zeigt einen deutlichen Zusammenhang zwischen der Digital Fluency und dem Bildungsniveau. Bei Frauen ist dieser sogar noch stärker als bei Männern: Schon mit wenig digitaler Kompetenz erreichen Frauen höhere Qualifikationen als Männer – und je bewanderter sie im Einsatz digitaler Hilfsmittel werden, desto schneller können sie sich bildungstechnisch von den Männern absetzen. Das spricht dafür, dass Frauen ein Mehr an digitaler Kompetenz besser oder konsequenter in zusätzlichen Bildungserfolg umsetzen können. Tatsächlich ist die Korrelation zwischen digitaler Kompetenz und Bildungsniveau die stärkste der drei untersuchten Zusammenhänge.

Das Bildungsniveau von Frauen liegt höher und steigt mit zunehmender digitaler Kompetenz stärker als das der Männer.



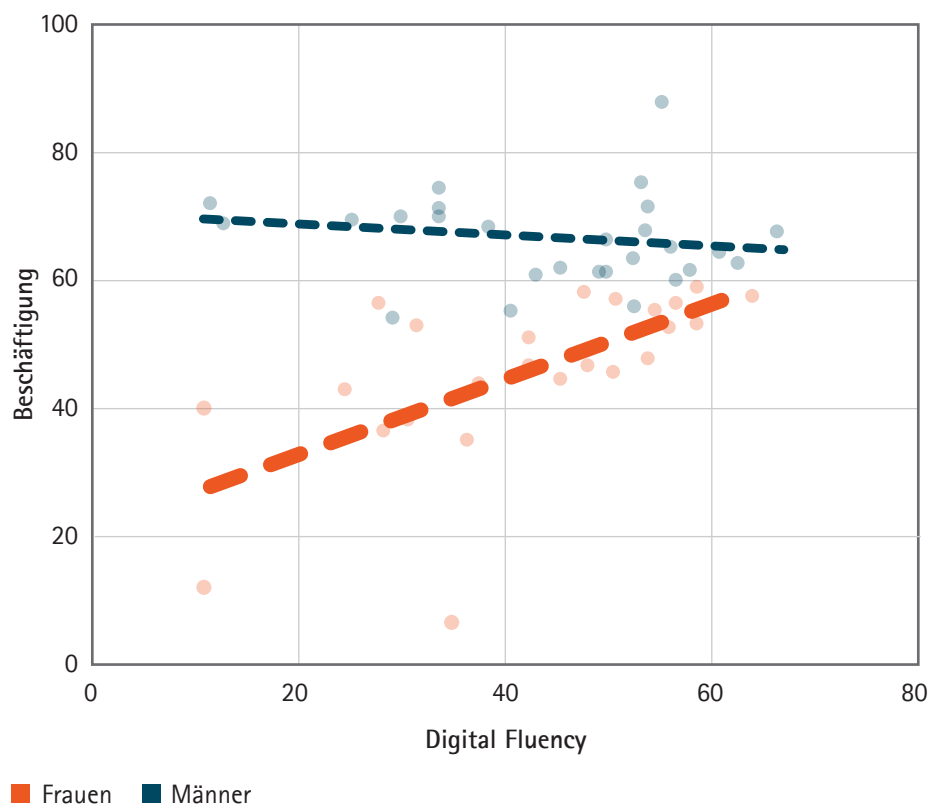
Quelle: *Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work*, Accenture 2016

Die Beschäftigungsfähigkeit von Frauen wächst mit digitaler Kompetenz schneller als die der Männer.

In allen untersuchten Ländern ist die Beschäftigungssituation für Männer erheblich besser als für Frauen. Selbst in der Schweiz, dem Spitzenreiter beim Thema Frauen im Job, erreichen Männer in unserem Modell deutlich höhere Werte für Beschäftigungsfähigkeit als ihre Kolleginnen.

Gleichwohl macht die Analyse Hoffnung: Während sich für Männer in den untersuchten Ländern aus zusätzlicher digitaler Kompetenz derzeit kein wesentlicher Beschäftigungseffekt ergibt, eröffnet höhere Digital Fluency den Frauen deutlich mehr neue berufliche Chancen. Dies möglicherweise, da Frauen dank der Digitalisierung flexibler arbeiten können und stärker von neuen Berufsbildern profitieren. Mit wachsender digitaler Kompetenz, insbesondere auf Seiten der Frauen, dürfte sich in diesem Feld die Geschlechterlücke über kurz oder lang schließen.

Die Beschäftigungsfähigkeit der Frauen liegt noch unter der der Männer, aber sie holen auf. Mit wachsender digitaler Kompetenz schließt sich die Lücke.



Quelle: *Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work*, Accenture 2016

Noch ist kein eindeutiger Effekt von digitaler Kompetenz auf Aufstiegschancen messbar.

Während wir in den ersten beiden Feldern – Bildung und Beschäftigungsfähigkeit – deutliche Korrelationen nachweisen konnten, bleiben die Zusammenhänge zwischen Digital Fluency und den Aufstiegschancen unklar. Dabei fallen insbesondere Daten zu zwei Messgrößen ins Gewicht, die sich offenbar (noch) unabhängig von digitaler Kompetenz entwickeln: das Gehalt sowie der Anteil von Frauen in Führungspositionen.

Anhaltende Ungleichheit bei Gehältern

Unsere Untersuchung zeigt, dass Männer im überwiegenden Teil der Haushalte nach wie vor die Besserverdienenden sind. Zwar können Frauen wie Männer mit digitaler Kompetenz tendenziell höhere Gehälter erzielen – sie verringert jedoch nicht den Einkommensunterschied zwischen den Geschlechtern.

Stattdessen zeichnet sich ab, dass sich bei den Millennials größere Einkommenslücken zwischen den Geschlechtern auftun, als sie die Baby Boomer verzeichneten – und das obwohl bei den Millennials von einer hohen Digital Fluency auszugehen ist. Immerhin scheinen Millennials gegenüber der Generation vor ihnen, der Generation X, Boden gut zu machen. Bei diesen gehen die Einkommen von Frauen und Männern derzeit am stärksten auseinander.

Denkbar ist, dass die Einkommensunterschiede ohne digitale Technologien noch größer ausgefallen wären. Ob und wie „Digital“ auf die Einkommenssituation wirkt, wird sich erst in den kommenden Jahren zeigen.

Anhaltend niedriger Frauenanteil in Führungspositionen

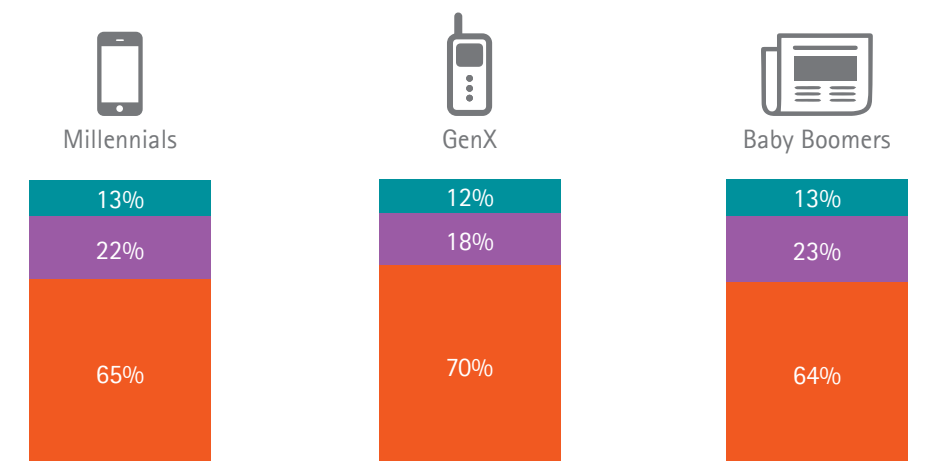
Der Anteil von Frauen in Top-Führungspositionen stagniert. Nur knapp 5 Prozent des globalen Führungspersonals der weltgrößten Unternehmen sind Frauen – je größer das Unternehmen, desto unwahrscheinlicher ist es, dass in der Top-Führungsebene eine Frau zu finden ist.¹ Auch in Deutschland ist nur jede vierte Chefposition mit einer Frau besetzt – genau wie vor zehn Jahren.² Verbessert haben sich über 20 Jahre lediglich die Chancen für Frauen auf den zweiten und mittleren Führungsebenen, hier erreichen sie heute Anteile zwischen 30 und 40 Prozent.³

Das Accenture Digital Fluency-Modell misst im Bereich Aufstiegschancen allerdings eine interessante Entwicklung, deren Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt noch nicht konkret absehbar sind: **Die Lust auf Führung wächst** – im Rest der Welt mehr noch als in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Während in der Accenture Frauenstudie 2013 nur 13 Prozent der Frauen und 16 Prozent der Männer eine C-Level-Position anstrebten, will heute etwa jede/r Zweite (49% Frauen, 56% Männer) eine Führungsrolle übernehmen – und weitere 30 Prozent wären gegebenenfalls bereit dazu. Dabei glauben Frauen, dass Digitalisierung Arbeit flexibler macht (72%), eine gute Work-Life-Balance ermöglicht (67%) und es so für sie einfacher wird, Führungsrollen zu übernehmen (63%).

Hauptgrund für die neuen Führungsambitionen ist somit laut Studie, dass Männer wie Frauen von der Digitalisierung vor allem eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf erwarten. Ob sich daraus reale Arbeitseffekte ergeben und wir in Zukunft Zusammenhänge zwischen digitaler Kompetenz und dem Aufstieg von Frauen messen werden, bleibt abzuwarten.

Wer ist in Ihrem Haushalt der Verdiener mit dem höchsten Einkommen?



■ Mann ist Hauptverdiener ■ Frau ist Hauptverdienerin ■ Verdienst ist gleich hoch

Basis: berufstätige Männer und Frauen (ohne Alleinlebende/15 Alleinerziehende); 2.783 Teilnehmer
Quelle: *Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work*, Accenture 2016

¹ Internationale Arbeitsmarktorganisation (ILO): „Women in Business and Management: Gaining Momentum“, Januar 2015, www.ilo.org/berlin/presseinformationen/WCMS_225702/lang--de/index.htm

² Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAP), Januar 2016, <http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/frauen-in-fuehrungspositionen-anteil-ist-so-gering-wie-2004-a-1073221.html>

³ beide Quellen ebd.



Deutschsprachige Länder haben Aufholbedarf

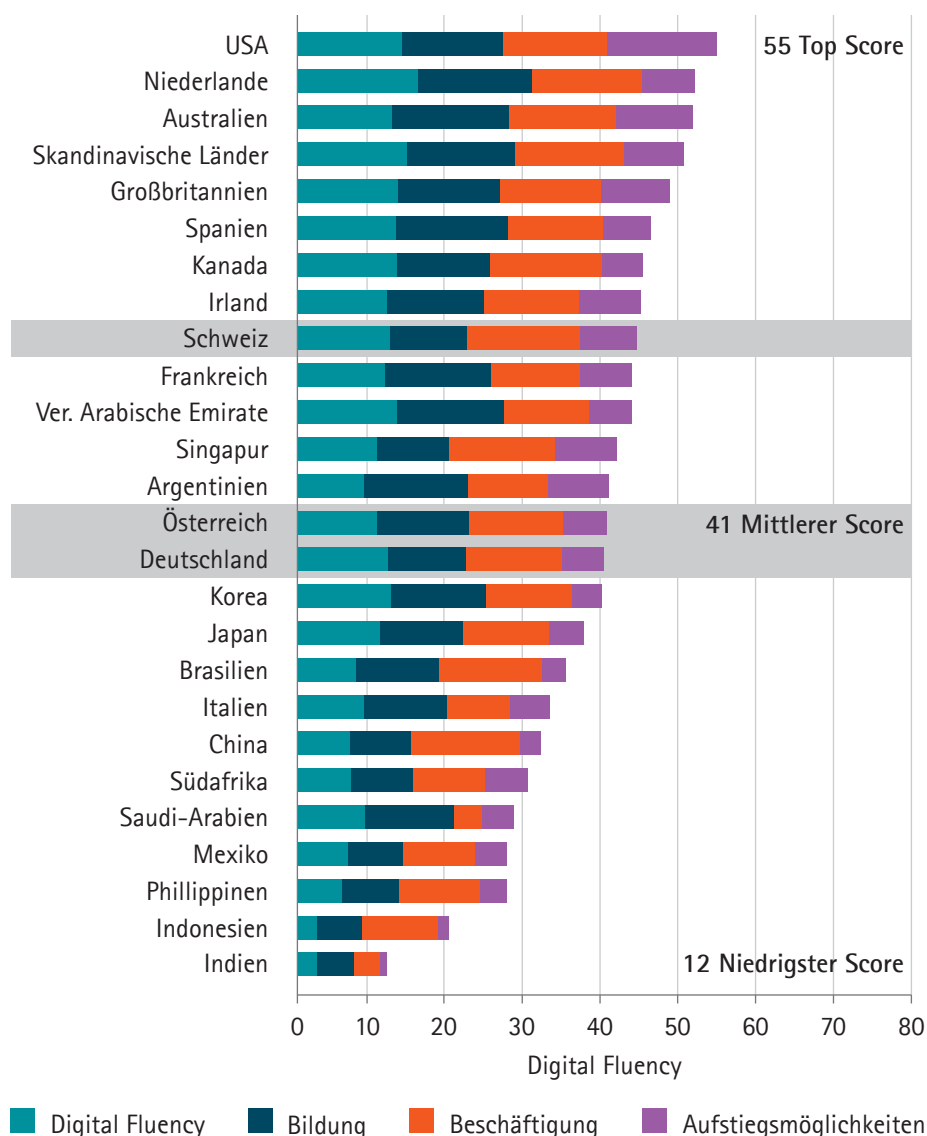
Es ist unbefriedigend, aber wahr: Den deutschsprachigen Ländern gelingt es bisher nicht, die Potenziale digitaler Kompetenz im Bildungswesen und am Arbeitsmarkt voll zu entfalten. Die Schweiz und mehr noch Deutschland sowie Österreich spielen im Digital Fluency-Index international nur im Mittelfeld – weit hinter den führenden Nationen USA, Niederlande und Australien. Zudem fällt es hierzulande nach wie vor schwer, bei den Beschäftigten und speziell bei Frauen Führungsambitionen zu wecken. Es gibt in der DACH-Region viel zu tun, um den Boden für Gleichstellung besser zu bereiten und international aufzuschließen.

Deutschland, Österreich und die Schweiz spielen nur im Mittelfeld

Im Vergleich aller untersuchten Länder belegen Deutschland und Österreich mittlere Plätze, sowohl was die Digital Fluency (Platz 11 bzw. 16) als auch das Bildungsniveau (Rang 18 bzw. 12), die Beschäftigungsfähigkeit (Platz 11 bzw. 14) und die beruflichen Aufstiegsmöglichkeiten (Rang 16 bzw. 16) von Frauen betrifft.

Allein die Schweiz schafft es mit einem Gesamtrang 9 unter die weltweiten Top 10, wobei dafür vor allem der Spitzenplatz im Bereich Beschäftigungsfähigkeit (Rang 1) verantwortlich ist. Dahinter verbirgt sich allerdings ein hoher Anteil an Teilzeitbeschäftigung – und so schützt selbst diese partielle Top-Platzierung nicht vor Ungleichheit: Der Abstand zwischen Männern und Frauen ist in der Schweiz so groß wie bei den deutschsprachigen Nachbarn, im Bereich digitale Kompetenz sogar deutlich größer.

Das Accenture Digital Fluency Modell – Ergebnisse für Frauen



Quelle: Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work, Accenture 2016

Gerade bei der – für die zukünftigen Karrierechancen von Frauen – so wichtigen Digital Fluency sind nicht die DACH-Länder führend, sondern die Niederlande, die skandinavischen Länder und die USA. Schwellenländer wie die Philippinen, Indien und Indonesien landen auf den letzten Plätzen.

Tendenziell nutzen Männer in den deutschsprachigen Ländern digitale Technologien häufiger als Frauen. Sie eignen sich neue digitale Fähigkeiten stärker an, um sie vor allem beruflich zu nutzen. Die beschäftigten Frauen in Deutschland, Österreich und der Schweiz nutzen digitale Technologien in erster Linie noch für private Zwecke. Gleichwohl sind etwa zwei Drittel von ihnen überzeugt, dass digitale Kanäle Frauen auch helfen, berufliche Netzwerke aufzubauen. Etwa jede zweite Befragte vor allem aus Deutschland glaubt zudem, dass sich mit der Digitalisierung die beruflichen Möglichkeiten für Frauen verbessern und sie ihnen Wege ebnet. Männer teilen diese Zuversicht – insbesondere die Schweizer erwarten positive Effekte von Digitalisierung für die beruflichen Chancen von Frauen.

Interessant: Obwohl Männer in DACH digitale Technologien häufiger nutzen, haben mehr Frauen den Eindruck, dass „Digital“ ihr Leben verändert. Jeder vierte Mann aber nur jede fünfte Frau findet, dass digitale Technologien keinen relevanten Einfluss auf den persönlichen Alltag haben.

Bildung: Digitale Technologien sind erst dabei, hiesige Lernwelten zu verändern

In 16 der 31 untersuchten Länder erzielen Frauen im Messbereich Bildung bessere Werte als Männer, unter ihnen auch Österreich. Insgesamt hat etwa die Hälfte der befragten Frauen in DACH einen höheren Bildungsabschluss. Dass ihr Anteil an Führung dennoch deutlich hinter dem der Männer zurückbleibt, muss also anders erklärt werden.

Ganze 56 Prozent (in Deutschland und der Schweiz zwei Drittel) der Frauen geben übrigens an, sie hätten ihren Bildungsgrad ohne Zugang zu digitalen Quellen nicht erreicht. Die Männer bestätigen dies sogar zu 73 Prozent. Und etwa jede/r fünfte (17% der Frauen und 20% der Männer) meint, er oder sie hätte mit Zugang zu digitalen Medien einen höheren Abschluss erreichen können.

Letzteres unterstreicht, dass digitale Kanäle auch in Deutschland, Österreich und der Schweiz hohe Relevanz in der beruflichen Bildung haben. Ferner zeigt es, dass digitale Technologien für jene, die eine technische Laufbahn einschlagen (und das sind noch immer mehr Männer als Frauen), viel unverzichtbarer sind als für die, die soziale Schwerpunkte setzen. Es zeigt aber auch, dass der Bildungsmarkt und unsere Art zu lernen längst noch nicht so digitalisiert sind, wie sie es sein könnten. Viele Anbieter sind erst dabei, neue digital gestützte Lernwelten zu entwickeln und zu verbreiten.

Beschäftigungsfähigkeit: Digitalisierung soll Türen öffnen – vor allem durch Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort

Der Anteil von Frauen am Arbeitsmarkt in den DACH-Ländern war 2014 im Vergleich zu anderen Industrienationen recht hoch. Zwei Drittel der Schweizerinnen (62%) und gut die Hälfte der Deutschen (54%) und Österreicherinnen (55%) haben einen Job. Der weltweite Durchschnitt der berufstätigen Frauen über 15 Jahre in den einkommensstarken Nationen liegt bei 53 Prozent.

Hinter diesen überdurchschnittlichen Werten verbirgt sich allerdings ein hoher Anteil an Teilzeittätigkeiten. In der Schweiz war 2014 fast jede zweite Frau in Teilzeit beschäftigt (46%), in Deutschland und Österreich jede dritte (38% bzw. 35%).⁴

Vor allem Schweizer Kolleginnen und Kollegen sind überzeugt, dass digitale Technologien es für Frauen einfacher machen, eine Beschäftigung aufzunehmen und auf Dauer am Berufsleben teilzunehmen (70%). In Deutschland denken das 61 Prozent, in Österreich nur jede/r Zweite (52%).

⁴ World Bank Database, Part-time Work by Gender

Die größte Erleichterung auf dem Weg in eine Beschäftigung wäre die Möglichkeit, flexibel und von zu Hause arbeiten zu können, sagt die Hälfte der nicht-beschäftigten Frauen in DACH. Nur jede Zehnte (13%) glaubt allerdings, dass sie selbst dazu mehr digitale Fähigkeiten benötigt – halb so viele wie international (24%). Vielleicht spielt eine Rolle, dass viele annehmen, die Digitalisierung werde erst die Welt ihrer Töchter ändern (67% DACH, 72% weltweit), nicht schon die eigene.

Berufstätige DACH-Frauen sehen das anders: 59 Prozent von ihnen glauben, dass die neuen Arbeitszeitmodelle und Berufsbilder mit zunehmendem Einsatz digitaler Technologien entstehen und dafür schon heute entsprechende Kompetenzen erforderlich sind.

Mit dieser Einschätzung sind Frauen in der DACH-Region vergleichsweise zurückhaltend: International erwarten 70 Prozent der Befragten für sich deutliche Verbesserungen der Beschäftigungsmöglichkeiten durch die Digitalisierung.

Aufstiegschancen: „Digital“ allein hilft Frauen nicht aus der Teilzeitfalle

Weltweit messen wir: Die Lust auf Führung hat sich verdreifacht. Etwa die Hälfte der Frauen und etwas mehr noch der Männer strebt heute nach einer Führungsrolle, ein weiteres Drittel zieht sie in Erwägung. Am stärksten ist der Führungswunsch in neuen Märkten, den Philippinen (82%), Mexiko (81%) und Indonesien (75%), sowie in Europa in den Niederlanden (65%), Italien (63%) und Spanien (59%) – mit ähnlichen Ansprüchen bei Frauen und Männern. Das zeigt: Führungslust ist vor allem auch kulturell bedingt.

In Deutschland, Österreich und der Schweiz sind die Führungsambitionen wie in vielen anderen Industrienationen weniger ausgeprägt: Ein klares Bekenntnis zu Führung äußerte nur ein Drittel der Befragten (Frauen 28%, Männer 37%). Und dies obwohl die Hälfte der Frauen und Männer überzeugt ist, die nötigen Kompetenzen mitzubringen.

Wenig Lust auf Führung ist in Österreich festzustellen: Nur jede vierte Frau (und nur 27% der Männer!) will hier „nach oben“. Deutsche und Schweizerinnen sind in diesem Punkt mit 28 Prozent und 31 Prozent etwas leidenschaftlicher – wobei gerade deutsche Frauen vergleichsweise wenig Vertrauen in ihre Führungskompetenzen haben. Nur 40 Prozent gehen dort davon aus, ausreichend fürs Management gerüstet zu sein.

Dabei sind es offenbar nicht unbedingt digitale Kompetenzen, die sie vermissen: Zwar findet etwa die Hälfte der Befragten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, digitale Technologien erleichtern Frauen, in gehobenen Positionen zu arbeiten (weil die Vereinbarkeit von Familie und Beruf steigt). Doch nur 16 Prozent der Frauen und 24 Prozent der Männer glauben, dass „Digital“ ihnen hilft, die Führungsrolle besser auszufüllen. Weltweit liegt der Wert höher, nämlich bei 30 Prozent.

Deutlich wird, dass gerade der berufliche Aufstieg in vielen Teilen von digitaler Kompetenz gefördert werden kann, dass aber viele weitere Aspekte – das Zwischenmenschliche, das Ansehen oder schlicht der Wunsch, sich nicht Vollzeit einzubringen – durch gesellschaftliche und organisatorische Faktoren bestimmt werden.

Weil die Idee von Karriere und Führung in Teilzeit bisher fremd ist und flexible Übergänge von Teil- zu Vollzeit (und umgekehrt) in den Unternehmen noch fehlen, wird die gerade in den DACH-Ländern verbreitete Teilzeittätigkeit unter Frauen zum Karrierehindernis.



Digital Fluency ist fundamental – aber nicht alles

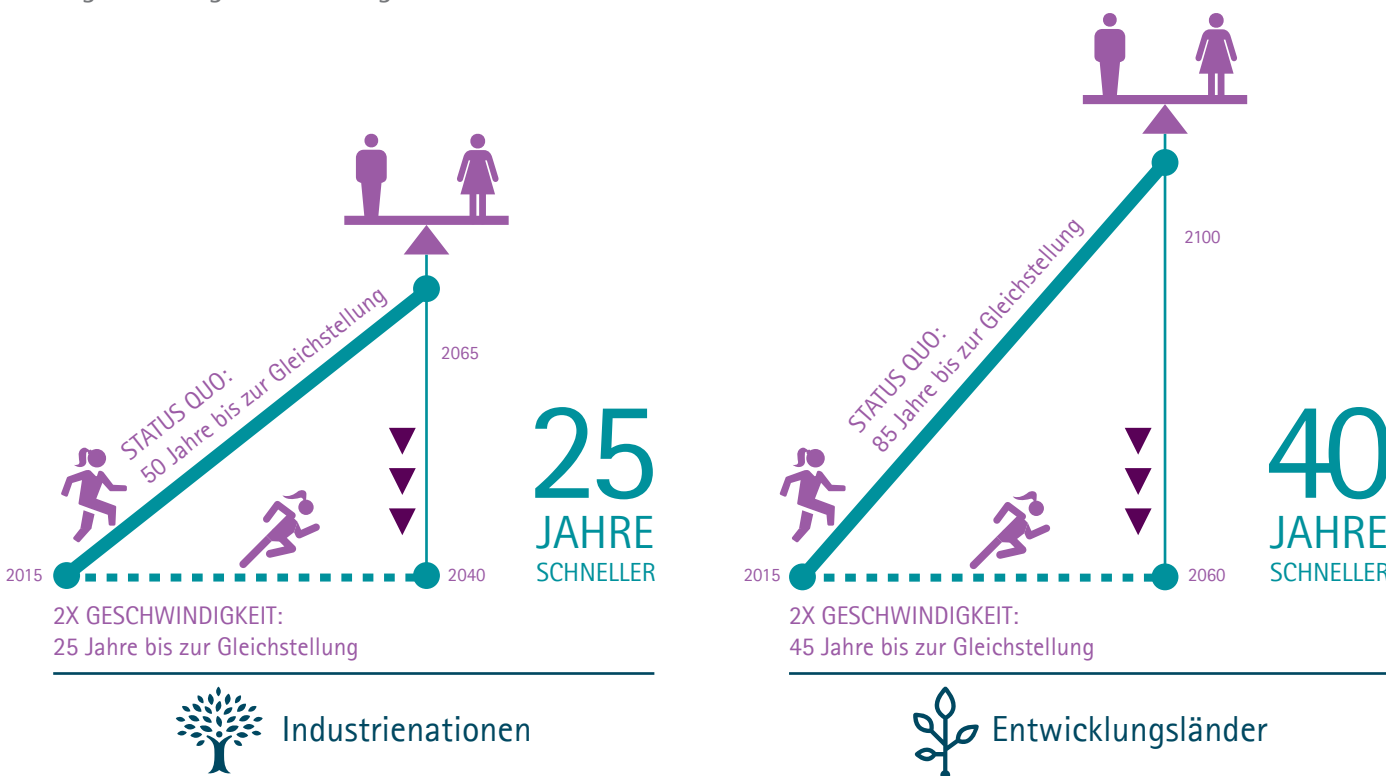
Die ersten Ergebnisse des Accenture Digital Fluency-Modells zeigen, dass digitale Technologien und Kompetenzen bereits jetzt zu mehr Chancengleichheit und Wettbewerbsfähigkeit in der Arbeitswelt beitragen. Mit der Digital Fluency steigen nachweislich Bildungsniveau und Beschäftigungsfähigkeit, wobei Frauen stärker profitieren als Männer. Wäre allein dies wirksam, würde jede Förderung der digitalen Kompetenz von Frauen ihre Aufholjagd beflügeln und Gleichstellung zuverlässig beschleunigen. Das Modell zeigt aber auch: Es braucht noch mehr.

Wäre digitale Kompetenz der einzige Faktor für Verbesserungen in Bildung, Beschäftigungsfähigkeit und beruflichem Aufstieg – und damit für das Erreichen von Gleichstellung, ließe sich im Rahmen des Digital Fluency-Modells folgende Hochrechnung anstellen:

Wenn Regierungen und Unternehmen die Geschwindigkeit verdoppeln, mit der Frauen digital kompetent werden, könnte Geschlechtergleichheit am Arbeitsplatz in den Industriestaaten bereits im Jahr 2040 und in Entwicklungsländern im Jahr 2060 erreicht werden, also 25 bzw. 40 Jahre schneller als bei der jetzigen Entwicklung.

Tatsächlich zeigt sich aber, dass Digital Fluency Frauen zwar dabei hilft, in ihrer Karriere schneller voranzukommen, aber nicht, den Abstand zu Männern in Führungspositionen deutlich zu verringern oder den Gehaltsunterschied zwischen den Geschlechtern auszugleichen. Auf dem Weg zu Gleichstellung braucht es also mehr als das.

Wie Digitalisierung Gleichstellung in der Arbeitswelt fördert



Quelle: *Getting to Equal: How Digital is Helping Close the Gender Gap at Work*, Accenture 2016

Gleichstellung fordert Einsatz

Die Ergebnisse zeigen vor allem zweierlei:

1. **Frauen** müssen lernen, ihren Bildungserfolg noch stärker in beruflichen Erfolg zu übersetzen. Dabei könnte helfen zu erkennen, wie sehr digitale Kompetenzen am Arbeitsplatz und bei Arbeitgebern gefragt sind – und zu verstehen, wie sie noch besser für flexibles Arbeiten und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf genutzt werden können.
2. **Organisationen** speziell in DACH sind im nächsten Schritt gefordert, Karriere und Führung noch stärker als bisher auch in Teilzeit- oder Job-Sharing-Modellen zu denken und zu ermöglichen. Dazu gehört, die wachsende technologische Vielfalt aktiv zu nutzen, um vollständig orts- und zeitflexible digitale Arbeitsumfelder zu schaffen – die idealerweise einen stufenlosen Übergang von Teil- zu Vollzeit (und umgekehrt) ermöglichen. Damit Frauen (und Männer) nahtlos reduzieren und wieder mehr arbeiten können, wenn sie es wollen.

Weitere Empfehlungen:

- Die aktive Förderung von Gleichstellung in Unternehmen bleibt ein wichtiges Thema: Klare Ziele für Frauenanteile zu beschließen, unbewusste Benachteiligung (Unconscious Bias) in alle Richtungen abzubauen und dazu beizutragen, dass Karriereaspirationen von Frauen und Männern die gleiche Anerkennung erfahren, gehören in diesen Bereich.
- Aufgabe von **Politik und Gesellschaft** bleibt vor allem, zum Abbau kultureller Hürden beizutragen und einmal mehr familienfreundliche Strukturen zu schaffen (z. B. verbesserte Kinderbetreuung).

Accenture sensibilisiert beispielsweise in einer eigenen Unconscious-Bias-Trainingsreihe Führungskräfte und Personal-expertInnen dafür, die eigenen „blinden Flecken“ bewusst zu machen, Vorurteile abzubauen und so den Auswahl- und Beurteilungsprozess noch objektiver zu gestalten. Denn die Diversität und die Leistungsfähigkeit aller Talente sind es, die unsere Innovationskraft stärken und den Erfolg begünstigen. Ein wichtiger Bestandteil auf dem Weg zum Ziel ist hier, bis 2017 den weltweiten Anteil der Neueinsteigerinnen auf 40 Prozent zu erhöhen.

- Auch **Männer** sollten beim Thema Diversität stärker Verantwortung übernehmen. Das umfasst nicht allein den Einsatz für die berufliche Förderung von Frauen in Form von Initiativen oder einer klaren Selbstverpflichtung zu entsprechenden Kennzahlen. Wenn es um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf oder Work-Life-Balance geht, rückt auch das Engagement für gesetzliche Initiativen wie Väterkarenz oder Kinderbetreuungszeiten, die mit der Partnerin geteilt werden können, in den Blick. Dann geht es um einen Kulturwandel, der auch männliche Vorbilder unterstützt und mit entsprechenden Angeboten der Arbeitgeberseite Hand in Hand gehen muss.

Ferner dürfen Nachwuchsinitiativen für Mädchen und Jungen nicht ruhen: „Digital“ ist kein Fach für Erwachsene oder Männer – es gehört zur Grundbildung für alle. Initiativen wie „Girls Who Code“ oder das weltweite #HourOfCode-Programm arbeiten bereits seit mehreren Jahren darauf hin, junge Menschen mit dem in Berührung zu bringen, was unsere digitale Welt bewegt: der Einfachheit weniger Programmzeilen, der Faszination, die von dem ausgeht, was sie erzeugen – und dem Spaß, Technologie zu verstehen und Nützliches damit anzustellen. Solches Engagement darf keine alleinige Aufgabe der Unternehmen bleiben – es ist eine gesamtgesellschaftliche Herausforderung.

Letztlich muss der Trend zur Einbettung digitaler Befähigung in die Lehrpläne von Schulen und Universitäten gehen (was Entscheidungen des Bildungssektors erfordert) – um den Abstand zu jenen Ländern weiter zu verringern, die im Digital Fluency-Index an der Spitze rangieren.

Über Accenture

Accenture ist ein weltweit führendes Dienstleistungsunternehmen, das eine breite Palette von Services und Lösungen in den Bereichen Strategie, Consulting, Digital, Technologie und Operations anbietet. Mit umfassender Erfahrung und spezialisierten Fähigkeiten über mehr als 40 Branchen und alle Unternehmensfunktionen hinweg – gestützt auf das weltweit größte Delivery-Netzwerk – arbeitet Accenture an der Schnittstelle von Business und Technologie, um Kunden dabei zu unterstützen, ihre Leistungsfähigkeit zu verbessern und nachhaltigen Wert für ihre Stakeholder zu schaffen. Mit rund 373.000 Mitarbeitern, die für Kunden in über 120 Ländern tätig sind, treibt Accenture Innovationen voran, um die Art und Weise, wie die Welt lebt und arbeitet, zu verbessern. Besuchen Sie uns unter www.accenture.de.

Copyright © 2016 Accenture
All rights reserved.

Accenture, its logo, and
High Performance Delivered
are trademarks of Accenture.

