

## Frauen fühlen sich schlechter auf die Zukunft der Arbeit vorbereitet als Männer

- **Sechs von zehn Arbeitnehmerinnen erwarten negative Folgen durch Automatisierung, Robotik und künstliche Intelligenz für Arbeitswelt**
- **Flexible Arbeit, veränderte Kundenbedürfnisse und höherer Weiterbildungsbedarf sind dominierende Trends**
- **Zwei Drittel der weiblichen Führungskräfte wünschen sich bessere Frauenförderung in ihren Unternehmen**

**MÜNCHEN, 8. März 2019** – Frauen fühlen sich schlechter vorbereitet auf die Zukunft der Arbeit als ihre männlichen Kollegen. Zwar bewertet die Mehrheit der weiblichen und männlichen Arbeitnehmer (55 bzw. 59 Prozent) die neuen Trends der Arbeitswelt wie sich wandelnde Kundenbedürfnisse und veränderte Ansprüche an Arbeitgeber grundsätzlich positiv; jede zweite Frau (53 Prozent) ist jedoch skeptisch, dass sie sich auf diese Trends vorbereiten kann. Bei den männlichen Befragten sind es nur 40 Prozent. Das zeigt die Studie *(Em)Power Women. BCG Gender Diversity Index Deutschland – Wo Chefetagen in Sachen Vielfalt stehen* der Strategieberatung Boston Consulting Group (BCG) in Zusammenarbeit mit der Harvard Business School, dem Thinktank BCG Henderson Institute und der Technischen Universität München (TUM). Die Studie untersucht weibliche und männliche Sichtweisen auf die Arbeitswelt und hat dafür rund 1.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie 800 Managerinnen und Manager in Deutschland befragt.

„Die skeptische Haltung der Arbeitnehmerinnen hierzulande gegenüber der Zukunft der Arbeit lässt sich dadurch erklären, dass sie mitunter weniger Bezug zu Trends wie Automatisierung, Robotik und künstlicher Intelligenz haben“, erklärt Co-Studienautorin Judith Wallenstein, Senior Partnerin bei BCG und Leiterin des BCG Henderson Institute in Europa. „Schließlich fällt der Frauenanteil in MINT-Studiengängen und -Berufen in Deutschland nach wie vor gering aus.“ Gerade wenn es um Automatisierung, Robotik und künstliche Intelligenz geht, sind Frauen deutlich kritischer als Männer. Während 60 Prozent der männlichen Arbeitnehmer von einer positiven Wirkung ausgehen, erwarten knapp 58 Prozent der Frauen negative Folgen für die Arbeitswelt durch die neuen Technologien. Deutlich negativer bewerten Frauen auch das Outsourcing an externe Anbieter (74 Prozent) und ins Ausland (67 Prozent). Bei den Männern sind es jeweils 62 Prozent bzw. 57 Prozent.

The Boston Consulting Group  
**Alexander Gutmann**  
Media Relations

Tel. +49 211 3011 3531  
[gutmann.alexander@bcg.com](mailto:gutmann.alexander@bcg.com)  
Königsallee 2  
40212 Düsseldorf

### **Mehrheit der Arbeitnehmer sieht sich in der Pflicht zur Weiterbildung**

Um für die Arbeitswelt von morgen gerüstet zu sein, sehen Frauen wie Männer Aufholbedarf bei sich. Rund 71 Prozent der Arbeitnehmerinnen geben an, dass es wichtig ist, sich auf die Zukunft der Arbeit vorzubereiten. Bei den Männern sind es sogar 77 Prozent. Mehr als die Hälfte der Befragten (Frauen: 57 Prozent; Männer: 58 Prozent) sieht sich dabei selbst in der Pflicht zur Weiterbildung. Nur gut ein Viertel (Frauen: 27 Prozent; Männer: 29 Prozent) erwartet dabei Unterstützung vom Arbeitgeber, deutlich weniger vom Staat (Frauen: 17 Prozent; Männer: 13 Prozent).

„Weibliche wie männliche Arbeitnehmer in Deutschland sind durchaus motiviert, sich mit der Zukunft der Arbeit auseinanderzusetzen. Sie haben erkannt, dass sie sich weiterentwickeln müssen, wenn sie auf die Arbeitswelt von morgen vorbereitet sein wollen“, sagt Wallenstein. „Unternehmen und Politik dürfen die Arbeitnehmer dabei aber nicht allein lassen. Von Unternehmensseite braucht es Maßnahmen wie Trainings-, Mentoring- und Flexibilitätsangebote sowie Möglichkeiten zum lebenslangen Lernen. Zudem sind auf politischer Ebene Impulse nötig, die die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben möglich machen und Frauen in Spitzenpositionen fördern.“

### **Zwei Drittel der Managerinnen zeigen sich unzufrieden mit Frauenförderung**

Knapp zwei Drittel der deutschen Managerinnen (62 Prozent) wünschen sich eine bessere Frauenförderung in ihren Unternehmen. Auch die Mehrheit der männlichen Führungskräfte zeigt sich damit unzufrieden (57 Prozent). Dass die Frauenförderung in deutschen Unternehmen bislang zu kurz kommt, belegt der [BCG Gender Diversity Index](#), der das Geschlechterverhältnis in Deutschlands 100 größten börsennotierten Unternehmen analysiert. Demnach dauert es bei gleichbleibender Geschwindigkeit noch beinahe neun Jahre bis zu einer ausgeglichenen Verteilung von Männern und Frauen in deutschen Aufsichtsräten, in Vorständen sogar vier Jahrzehnte.

Einig sind sich Managerinnen und Manager bei der Zukunftsfähigkeit ihrer Unternehmen: Jeweils knapp 90 Prozent geben an, dass sie ihr Unternehmen als gut bzw. teilweise vorbereitet auf die Zukunft der Arbeit sehen. Für weibliche Führungskräfte ist flexibles Arbeiten, also die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, der prägendste Trend am Arbeitsplatz. Zudem bewerten die Managerinnen sich ändernde Kundenbedürfnisse und Geschäftsmodelle sowie einen höheren Qualifikationsbedarf am Arbeitsplatz als bedeutend. Ihre männlichen Kollegen erachten dieselben Trends als wichtig – wenn auch in anderer Reihenfolge: Auf einen höheren Qualifikationsbedarf folgen bei ihnen flexible Arbeit sowie veränderte Kundenbedürfnisse und Geschäftsmodelle.

The Boston Consulting Group  
**Alexander Gutmann**  
Media Relations

Tel. +49 211 3011 3531  
[gutmann.alexander@bcg.com](mailto:gutmann.alexander@bcg.com)  
Königsallee 2  
40212 Düsseldorf

„Managerinnen und Manager haben erkannt, welche Zukunftsthemen die Arbeitnehmer in Deutschland bewegen und in welchen Bereichen noch Verbesserungen nötig sind“, erklärt Wallenstein. „Es liegt nun in ihren Händen, die richtigen Maßnahmen in ihren Unternehmen einzuführen, um unabhängig von Geschlecht, Herkunft und Werdegang alle Arbeitnehmer mitzunehmen auf dem Weg in die Zukunft der Arbeit.“

### Über die Studie

Für die Studie *(Em)Power Women. BCG Gender Diversity Index Deutschland – Wo Chefetagen in Sachen Vielfalt stehen* haben die Boston Consulting Group (BCG), die Harvard Business School, das BCG Henderson Institute (BHI) und die Technische Universität München (TUM) etwa 1.000 weibliche und männliche Arbeitnehmer sowie rund 800 weibliche und männliche Manager in Deutschland zu 17 Trends befragt, die die Zukunft der Arbeit beeinflussen. In einem weiteren Teil der Studie werden die 100 größten deutschen börsennotierten Unternehmen untersucht im Hinblick auf ihren Anteil an Männern und Frauen in Vorstand und Aufsichtsrat sowie auf die Verteilung der Vergütung in den beiden Gremien nach Ausweis des letzten vollständigen Jahresberichts. Die Ergebnisse finden Sie [hier](#).

Die **Boston Consulting Group (BCG)** ist eine internationale Managementberatung und weltweit führend auf dem Gebiet der Unternehmensstrategie. BCG unterstützt Unternehmen aus allen Branchen und Regionen dabei, Wachstumschancen zu nutzen und ihr Geschäftsmodell an neue Gegebenheiten anzupassen. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Kunden entwickelt BCG individuelle Lösungen. Gemeinsames Ziel ist es, nachhaltige Wettbewerbsvorteile zu schaffen, die Leistungsfähigkeit der Unternehmen zu steigern und das Geschäftsergebnis dauerhaft zu verbessern. BCG wurde 1963 von Bruce D. Henderson gegründet. Das Unternehmen mit Büros in mehr als 90 Städten in 50 Ländern befindet sich im alleinigen Besitz seiner Geschäftsführer. Weltweit erwirtschaftete BCG im Jahr 2017 mit 16.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 6,3 Milliarden US-Dollar. Weitere Informationen: [www.bcg.de](http://www.bcg.de)

The Boston Consulting Group  
**Alexander Gutmann**  
Media Relations

Tel. +49 211 3011 3531  
[gutmann.alexander@bcg.com](mailto:gutmann.alexander@bcg.com)  
Königsallee 2  
40212 Düsseldorf