

Das Vertrauen in weibliche Führung wächst, doch bei Zukunftskompetenzen wie KI halten sich stereotype Vorurteile

Berlin, 8. Oktober 2025 – Die neue Studie des [Capgemini Research Institute](#) „[Gender und Leadership: Zwischen Vorurteilen, Chancen und Wandel](#)“ zeigt: Weibliche und männliche Führungskräfte schätzen ihre eigenen Fähigkeiten und Leistungen heute weitgehend gleich ein. Dennoch beeinflussen hartnäckige Geschlechterstereotype weiterhin die Wahrnehmung von Führungskompetenzen – insbesondere bei technischen Fähigkeiten wie Künstlicher Intelligenz (KI), Datenanalyse und Innovationskraft. Viele männliche Befragte ordnen diese Kompetenzen eher dem männlichen Geschlecht zu. Dies könnte die Kluft zwischen den Geschlechtern vergrößern und die Karriereentwicklung beider Gruppen behindern.

Führungskompetenz kennt kein Geschlecht

Die Studie zeigt, dass über drei Viertel (77 Prozent) der befragten Führungskräfte weltweit der Meinung sind, dass Frauen genauso effektiv führen wie Männer. In Deutschland liegt dieser Wert sogar bei 81 Prozent, wobei 84 Prozent der Männer und 78 Prozent der Frauen diese Ansicht teilen. Das ist ein deutlicher Wandel gegenüber früheren Studien, in denen Frauen ihre Fähigkeiten oft unterschätzt haben. Heute nennen 58 Prozent der Frauen weltweit Selbstvertrauen als persönliche Stärke – ein Wert, der nahezu identisch mit dem der Männer ist (59 Prozent). Zudem sind 68 Prozent der Führungskräfte weltweit (74 Prozent in Deutschland) überzeugt, dass mehr Frauen in Führungspositionen die Unternehmensleistung verbessern.

Technologiekompetenzen: Stereotype gefährden Chancengleichheit

Trotz allgemeiner Trends hin zu einer inklusiven Führung zeigt die Studie bei einer Aufschlüsselung nach individuellen Fähigkeiten Geschlechterstereotypen. Bemerkenswert ist, dass die meisten Männer wichtige Führungskompetenzen der Zukunft, wie der Einsatz von KI und Automatisierung, Innovation, Agilität oder Datenanalyse, als „typisch männlich“ betrachten. Weibliche Befragte hingegen sehen dieselben Fähigkeiten als geschlechtsneutral oder im Falle von Innovation als „von Natur aus weiblich“ (36 Prozent) – hier offenbart sich eine erhebliche Wahrnehmungslücke.

Die Diskrepanz zeigt sich besonders deutlich im Zusammenhang mit KI und Automatisierung. Fast die Hälfte der männlichen Befragten nimmt diese als männliche Fähigkeiten wahr, während ein ebenso großer Anteil der Frauen sie als geschlechtsneutral betrachtet. Dabei sind sich drei Viertel der Führungskräfte einig, dass KI-Kenntnisse für den Aufstieg in Führungspositionen entscheidend sind. Beide Gruppen geben jedoch an, relativ wenig Vertrauen in ihre technischen Fähigkeiten zu haben. Weniger als die Hälfte der weiblichen (45 Prozent) und männlichen (47 Prozent) Befragten betrachtet den Einsatz von KI und Automatisierung als eine ihrer Schlüsselstärken. Das geringe Selbstvertrauen in technische Kompetenzen – gepaart mit geschlechterbezogenen Zuschreibungen – könnte bestehende Vorurteile nicht nur verfestigen, sondern auch dazu führen, dass sich der sogenannte Leadership Gap weiter vergrößert.

„Technologien wie KI verändern die Geschäftswelt grundlegend. Führungskräfte aller Geschlechter müssen sich die nötigen Kompetenzen aneignen, um ihre Rolle aktiv zu gestalten“, sagt Felizitas Graeber, Managing Director bei Capgemini Invent in Deutschland. „Geschlechterstereotype verzerren die Wahrnehmung von



Führungskompetenzen und beeinflussen damit auch die Karriereentwicklung. Unternehmen müssen diese Vorurteile gezielt durch Trainings und systemische Maßnahmen aufbrechen, um eine wirklich inklusive Führungskultur zu schaffen."

Geschlechterstereotype behindern Karrierechancen

Sowohl Frauen als auch Männer sehen sich aufgrund von Geschlechterstereotypen mit Hindernissen konfrontiert, die ihre berufliche Entwicklung beeinträchtigen. Mehr als die Hälfte (53 Prozent) der befragten Frauen weltweit berichten von negativen Auswirkungen auf ihr Gehalt aufgrund ihres Geschlechts. In Deutschland liegt dieser Wert bei 52 Prozent, während 43 Prozent der Männer angeben, durch ihr Geschlecht Vorteile bei der Bezahlung erhalten zu haben. Auch bei Beförderungen zeigt sich ein Ungleichgewicht: Nur 54 Prozent der deutschen Führungskräfte glauben, dass Männer und Frauen die gleichen Chancen auf eine Beförderung haben.

Darüber hinaus stimmen 39 Prozent der Befragten weltweit (40 Prozent in Deutschland) zu, dass qualifizierte Frauen in ihren derzeitigen Unternehmen häufig für Führungspositionen übersehen werden. Auf der anderen Seite geben 38 Prozent der Männer weltweit (40 Prozent in Deutschland) an, dass eine schlechte Work-Life-Balance ihre Karriereentwicklung behindert. Dieser Wert zeigt, dass auch Männer unter geschlechterbezogenen Erwartungen leiden.

Zur vollständigen Studie: <https://www.capgemini.com/insights/research-library/gender-and-leadership/>

Methododik

Das Capgemini Research Institute hat eine weltweite Umfrage unter 2.750 Führungskräften (Senior Manager und höher) in elf Ländern und zehn Schlüsselbranchen durchgeführt. Die Stichprobe umfasst 1.375 Frauen, 1.372 Männer und drei nicht-binäre Führungskräfte. Aufgrund der geringen Anzahl nicht-binärer Befragter wurden die quantitativen Ergebnisse dieser Studie nur für Männer und Frauen analysiert.

Über Capgemini

Capgemini ist ein globaler Business- und Technologie-Transformationspartner für Organisationen. Das Unternehmen unterstützt diese bei ihrer dualen Transformation für eine stärker digitale und nachhaltige Welt – stets auf greifbare Fortschritte für die Gesellschaft bedacht. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste, diverse Unternehmensgruppe mit einer über 55-jährigen Geschichte und 340.000 Mitarbeitenden in mehr als 50 Ländern. Kunden vertrauen auf Capgemini, um das Potenzial von Technologie für die ganze Breite ihrer Geschäftsanforderungen zu erschließen. Capgemini entwickelt mit seiner starken Strategie, Design- und Engineering-Expertise umfassende Services und End-to-End-Lösungen. Dabei nutzt das Unternehmen seine führende Kompetenz in den Bereichen KI, generative KI, Cloud und Daten sowie profunde Branchenexpertise und sein Partner-Ökosystem. Die Gruppe erzielte 2024 einen Umsatz von 22,1 Milliarden Euro.

Get the future you want | www.capgemini.com/de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Besuchen Sie uns auf <https://www.capgemini.com/researchinstitute/>