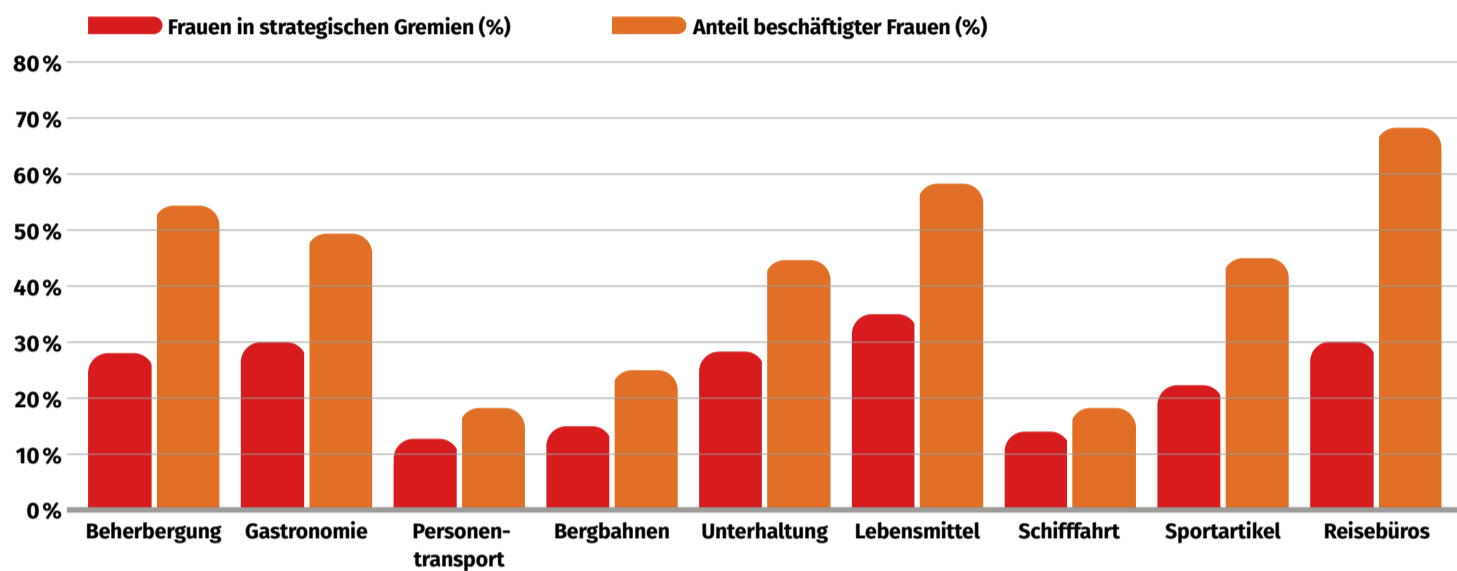


# Weibliche Branche von Männern bestimmt

Laut dem neuen **Equality Report Swiss Tourism 2024** sind Frauen in vielen Tourismusbereichen zwar stark präsent, doch in den entscheidenden Führungsetagen untervertreten. Mit einem Frauenanteil von nur 29 Prozent in strategischen Gremien bestehen deutliche Defizite, die auf strukturelle und kulturelle Barrieren hinweisen.



Der Frauenanteil in strategischen Gremien ist im Vergleich zur Anzahl beschäftigter Frauen in touristischen Teilbranchen gering.

Nora Devenish

Der Equality Report Swiss Tourism 2024 beleuchtet erstmals die Geschlechterparität im Schweizer Tourismus. Rund ein Jahr nach der Vereinsgründung liefert Equality 4 Tourism einen umfassenden Überblick und zeigt Handlungsfelder zur Verbesserung der Geschlechterdiversität in Führungspositionen auf. Die Bilanz ist gemischt: Während Frauen einen hohen Anteil der Arbeitskräfte ausmachen – es wird festgehalten, dass der Tourismus über alle Gesellschaftsformen und Grössen hinweg durchaus eine weibliche Branche in der unternehmerischen Wertschöpfung ist –, sind sie in Führungspositionen unterrepräsentiert. Der Frauenanteil unter den Arbeitnehmenden beträgt 45 Prozent, jedoch arbeiten viele in Teilzeit, was die Vollzeitäquivalente (FTE) auf nur 39 Prozent senkt. Besonders in den Bereichen Beherbergung und Reisebüros ist der Frauenanteil hoch; im Transportsektor sowie in der Schifffahrt oder bei den Bergbahnen ist er deutlich geringer.

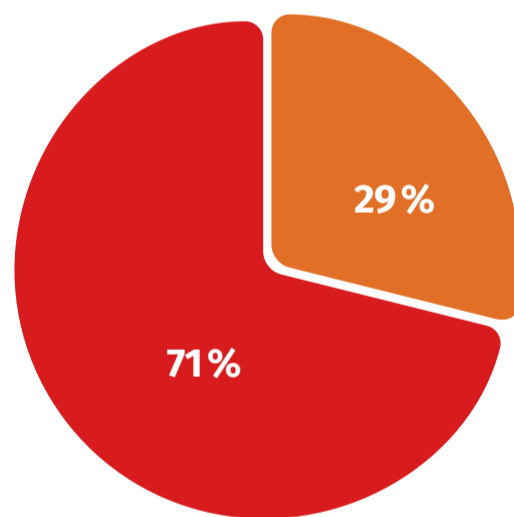
29 Prozent der Positionen in Führungs- und Entscheidungsgremien sind weiblich besetzt. Besonders im Bereich der Reisebüros zeigt sich eine Diskrepanz: Obwohl 68 Prozent der Beschäftigten Frauen sind, beträgt ihr Anteil in strategischen Gremien gerade mal 30 Prozent.

In den Tourismusverbänden beträgt der Frauenanteil auf operativer Ebene 44 Prozent, in den höchsten Positionen wie Präsidien aber sinkt er auf 20 Prozent. In öffentlich-rechtlichen Körperschaften und öffentlichen Organisationen sind Männer auf Bundesebene (über 50%), auf Kantons-ebene (72% in strategischen und 63% in operativen Positionen) und bei der Vertretung der 13 Tourismusregionen bei der RDK (77% in operativen und 86% in strategischen Positionen) stärker vertreten als Frauen.

Die Diversität wird gemäss Befragung als wertvoller Beitrag zur Innovationsfähigkeit und zur Verbesserung des Arbeitsklimas angesehen. Hindernisse für die Gleichstellung werden als wenig bedeutend eingeschätzt. Leistung und Kompetenz seien wichtiger als das Geschlecht, findet die Mehrheit.

## Geschlechterverhältnis über alle Gesellschaftsformen

● Frauen in strategischen Gremien (%)  
● Männer in strategischen Gremien (%)



In den ausgewerteten Tourismusunternehmen bekleiden 22 591 Frauen und 56 384 Männer Positionen in strategischen Gremien.

Equality Report Swiss Tourism 2024

«Der Tourismus spiegelt die Gesellschaft wider und setzt sich aus Menschen unterschiedlicher Herkunft, Altersgruppen und Geschlechter zusammen. Es ist an der Zeit, diese Elemente nicht nur punktuell, sondern in strategischen Überlegungen zu berücksichtigen.»

Eric Jakob, Schweizerischer Generalkonsul und ehemaliger Direktor des Seco

## Meine Meinung

Nicoletta Müller



## Mit Strategic Design zum Erfolg

Beim Strategic Design stehen **Gästezentrierung** sowie Offenheit, Kreativität und Agilität im Fokus.

Der Beruf der Hotelière und des Hoteliers ist eine auf Menschen fokussierte und deshalb sehr anspruchsvolle Aufgabe. Es sind die Bedürfnisse der Mitarbeitenden, Gäste und Partnerunternehmen, die wir kennen müssen. Während meiner langjährigen Tätigkeit als Direktorin von 3-, 4- und 5-Sterne-Häusern im In- und Ausland habe ich all die Facetten dieser Branche kennen und lieben gelernt.

Seit 2014 berate ich Hotels, Hotelkooperationen und Tourismusorganisationen im Dienstleistungssektor zu den Themen Innovation, Vision & Strategie sowie Sales & Marketing. Dabei nehmen wir sowohl unsere Kundinnen und Kunden als auch deren Hotelgäste mit auf den Weg, damit sie sich selbst, ihren Betrieb und das Gästeverhalten mit allen Aspekten beobachten lernen und die Gästezentrierung in den Fokus stellen.

Design Thinking ist ein Begriff, der von der Kreativbranche abgecupfert worden ist. Designer befolgen in ihrer Arbeit intuitive Prozesse. Dies tun sie mit ausgewählten Methoden für die konsequente Nutzerzentrierung bei der Entwicklung von Produkten, Prozessen und Geschäftsmodellen.

Zu Beginn betrachten wir das Objekt – in unserem Fall das Hotel – aus einer Aussenperspektive. Dabei beginnen wir, die Ausgangslage und den Ist-Zustand zu verstehen. Wir beobachten und analysieren die Gästebedürfnisse, damit wir in einem weiteren Schritt unsere aktuelle Situation festhalten können. Was wünscht sich der Gast für seinen Aufenthalt in unserem Hotel? Aus den Erkenntnissen bilden wir ein Gesamtbild und entwickeln eine starke Positionierung.

Erst wenn wir die Gästebedürfnisse genau kennen, lassen wir die Ideen sprudeln. Der Designer skizziert in diesem Moment verschiedene Ansätze und entwickelt Prototypen, wie unser Angebot, unser Produkt aussehen könnte.

Gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden bewerten wir die Ideen auf Machbarkeit und Wirtschaftlichkeit. Diese Auseinandersetzung ist wichtig, denn jetzt definieren wir die strategischen Stossrichtungen für das Hotel. Es folgt die Erarbeitung der Roadmap, in der wir Massnahmen wie Angebotsentwicklung, Kooperationen, Sales & Marketing, Timeline und Kosten festhalten.

Denkweise und Vorgehen von Design Thinking, die konsequente Haltung, Aufträge jeweils aus der Kunden- und Gästeperspektive anzugehen, begleiten mich als Coach und Enablerin im Alltag. Die Hoteliären und Hoteliers schätzen diesen Prozess, weil er nachvollziehbar und überzeugend ist und die Grundlagen unserer Lösungen klar den Bedürfnissen der Hotels und ihrer Gäste entsprechen.

Nicoletta Müller ist Unternehmerin und Lecturer am EHL-Campus Passugg.

### Equality Report Swiss Tourism 2024

Der neue Bericht von Equality 4 Tourism liefert Einblicke und Erkenntnisse zur Repräsentation von Frauen im Schweizer Tourismus.



Anzeige

Frohe Weihnachten wünscht

**BADAG** GmbH  
Alles für Ihr Bad...

HotellerieSuisse

Fit für Social Media – jetzt für Webinare anmelden.

hotelleriesuisse.ch/lovetohost