

Wie Frauen in Schweizer Firmen verteilt sind

Damit der Frauenanteil in den Teppichetagen steigen kann, braucht es einen breit aufgestellten Talentpool. Eine Studie zeigt, wie hoch der weibliche Anteil auf den einzelnen Hierarchieebenen ist.

VON KAREN MERKEL – 01.11.2016



In zahlreichen Untersuchungen wurde der Mangel von Frauen in den Konzernspitzen beklagt. Doch damit der Frauenanteil in den Teppichetagen steigen kann, braucht es einen breit aufgestellten Talentpool, wie Gleichstellungsexperten oft betonen. Personalberater **Guido Schilling** hat nun erstmals den Frauenanteil in Schweizer Firmen nicht nur in der Top-Etage, sondern über alle Hierarchieebenen hinweg untersucht. 107 der 200 grössten Schweizer Unternehmen haben mitgemacht.

Schillings Fazit: «Die Pipeline ist bereits jetzt gut gefüllt. Es wird sich in den kommenden Jahren zeigen, welchen Unternehmen es gelingt, daraus den Nachwuchs für die Führungsebenen zu rekrutieren.»

Grosse Unterschiede zwischen den Branchen

Im Durchschnitt sind 39 Prozent der Belegschaft Frauen. Im mittleren Management schmilzt der Anteil auf 23 Prozent, die Zahlen nehmen mit jeder weiteren Karrierestufe

stark ab. «Der Anteil der Frauen an der Belegschaft zeigt eine Pyramide – es sollte eigentlich eine Säule sein», sagt Schilling. Dabei weichen die Branchen überraschend weit voneinander ab (siehe Bildergalerie oben).

In einigen Bereichen sorgen einzelne Ergebnisse für Ausschläge. Es klingt imposant, dass 20 Prozent der Chefs von bundesnahen Konzernen weiblich sind. Tatsächlich wird einfach eines der fünf befragten Unternehmen von einer Frau geleitet – die Schweizerische Post von Susanne Ruoff. In der Belegschaft und den mittleren Managementebenen sind die Zahlen aber auf eine breitere Basis gestützt.

Neue Berufsbilder

Bei den Kantonalbanken etwa zeigen die Daten, dass sich der überdurchschnittlich grosse Frauenanteil in der Belegschaft nicht im gleichen Masse in den höheren Etagen niederschlägt. «Die Kantonalbanken haben Nachholbedarf», sagt Schilling. «Für sie ist wichtig, dass sie ihre eigenen Talente entwickeln, weil sie nicht die gleichen Löhne zahlen können wie die Grossbanken. Darum haben sie ein besonderes Interesse daran, ihren Mitarbeitern attraktive Arbeitsplätze zu bieten.»

Anders dagegen das produzierende Gewerbe: In der Industrie arbeiten zwar insgesamt weniger Frauen, aber diejenigen haben bessere Aufstiegschancen. Das hat nicht nur mit entsprechender Förderung, sondern mit neuen Berufsbildern zu tun. «Männerbranchen werden weiblicher. Die Industrie entwickelt sich zum Beispiel von der Werkbank zur Denkfabrik», sagt Schilling. Damit öffnet die Digitalisierung Frauen neue Wege in bisher männerdominierte Branchen.