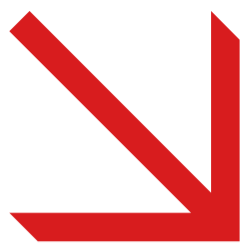


## Wirtschaft



SMI 8624 Punkte  
-0.5%

**Gewinner** **Verlierer**  
LafargeHolcim N +0.5% Novartis N -1.6%  
Swatch Group I +0.5% Zurich Ins. N -1.0%  
Nestlé N +0.3% Roche GS -0.8%

Dow Jones Ind. 20925 Punkte  
-0.1%

Euro Stoxx 3385 Punkte  
-0.1%

Euro in Franken	1.072	0.12%
Dollar in Franken	1.014	0.23%
Euro in Dollar	1.058	-0.10%
GB-Pfund in Franken	1.236	-0.21%
Öl (Nordsee Brent) in Dollar	56.06	-
Gold (Unze) in Dollar	1218.80	-
Silber (Unze) in Dollar	17.52	-1.6%

## Nachrichten

Molkereiprodukte  
Bauern bekamen 2016 weniger für Milch

Im vergangenen Jahr erhielten Bauern gegenüber dem Vorjahr durchschnittlich 2 Prozent weniger Geld für ihre Milch. Der Gesamtpreis sank um 1,23 Rappen auf 60,64 Rappen pro Kilogramm Milch. Abhängig ist der Milchpreis gemäss BLW unter anderem von den Entwicklungen auf dem EU- und dem internationalen Markt. Der dortige Preisrückgang bei Milchprodukten - namentlich bei Milchpulver und Butter - sei ein wesentlicher Faktor, der sich auf den Preis der Schweizer Milch niederschlug. (SDA)

## Detailhandel

## Schweizer Händler setzen über 11 Milliarden online um

Nach einer Hochrechnung des Forschungszentrums für Handelsmanagement der Universität St. Gallen hat der Schweizer Onlinehandel 2016 einen Umsatz von über 11,1 Milliarden Franken erreicht. Die Hochrechnung liege über den Schätzungen anderer Institute, teilte das Forschungszentrum mit. Neben den klassischen Detailhandelsbranchen wie Lebensmittel, Möbel, Sport, Textil und Technik seien auch digitalisierte Produkte wie Flugtickets und Musikdownloads enthalten. Für die Berechnung wurden über 1200 Konsumentinnen und Konsumenten aus der ganzen Schweiz befragt. (SDA)

## Tourismus

## Mehr Übernachtungen in Schweizer Hotels

Schweizer Hoteliers blicken auf einen erfolgreichen Jahresstart zurück. Im Januar stieg die Zahl der Logiernächte in der Schweizer Hotellerie um 5,2 Prozent auf 2,7 Millionen. 1,4 Millionen Übernachtungen gingen dabei auf das Konto der ausländischen Gäste. Das entspricht einem Anstieg um 4,8 Prozent. Mit inländischen Gästen generierten die Hotels 1,3 Millionen Logiernächte oder ein Plus von 5,5 Prozent, wie das Bundesamt für Statistik mitteilte. (SDA)

## Mode

## René Lezard beantragt Insolvenz

Der Modekonzern René Lezard ist pleite. Nach erfolglosen Restrukturierungsverhandlungen mit Geldgebern habe das Unternehmen eine Insolvenz in Eigenverwaltung beantragt, teilte die Geschäftsführung im deutschen Schwarzach mit. Die Sanierung des Modeanbieters solle nun über ein Schutzschirmverfahren fortgesetzt werden, kündigte die Geschäftsführung an. (SDA)

## Weltfrauentag

## Wo Frauen schon Chef sind

In der Schweiz haben grosse Firmen weniger Managerinnen als kleinere, obwohl sie sich stärker für Frauenförderung einsetzen. Wie kann das sein?

## Franziska Kohler

Seit zwölf Jahren untersucht **Guido Schilling** den Frauenanteil in den Schweizer Führungsetagen, und so etwas hat der Headhunter noch nicht gesehen: Jedes fünfte neue Geschäftsleitungsmitglied war im aktuellen Untersuchungsjahr eine Frau - bei der letzten Erhebung waren es noch 4 Prozent. Schilling spricht von einem «sagenhaften Sprung». Tatsächlich kam der Wert nie über 13 Prozent im Jahr 2011 hinaus, meistens schwankte er zwischen 5 und 9 Prozent. Der gesamte Frauenanteil in den Geschäftsleitungen der hundert grössten Schweizer Arbeitgeber steigt damit leicht von 6 auf 8 Prozent.

Der Trend zeigt sich nicht nur bei den grössten, sondern auch bei kleineren Unternehmen. Das berichtet der Beratungskonzern EY, der Geschäftsleitungsmitglieder von 700 Firmen mit 30 bis 2000 Angestellten befragte. Das Resultat: Der Frauenanteil in den obersten Führungsebenen stieg in den letzten zwei Jahren von 17 auf 19 Prozent. Gleichzeitig sank die Zahl der reinen Männergremien von 41 auf 35 Prozent.

Insgesamt ist das Wachstum beim Frauenanteil also immer noch bescheiden. Die EY-Studie gibt Hinweise auf die Gründe dafür. Sie fragte die Teilnehmer unter anderem, ob sie glauben, dass mehr Frauen in Führungspositionen den Erfolg eines Unternehmens erhöhen. 58 Prozent antworteten mit «Nein» oder «eher Nein». Vorbehaltslos zustimmen wollten der Aussage nur 17 Prozent.

## Die Männerclubs sträuben sich

Interessant ist die Aufschlüsselung nach Unternehmensgrösse: Firmen mit einem Umsatz unter 100 Millionen Franken glauben weniger an die Vorteile eines hohen Frauenanteils als Grosskonzerne. Sie betreiben auch weniger aktive Frauenförderung. Trotzdem verzeichnen sie mit 17 bis 21 Prozent einen höheren Frauenanteil im Top-Management als Grosskonzerne mit 13 Prozent.

«Der Aufstieg ist bei kleinen Firmen einfacher und geht rascher voran», sagt Studienautorin Robin Errico. Die Hierarchien seien meist flacher und der Weg an die Spitze klar ersichtlich. Gleichzeitig vermutet sie, dass die Manager kleiner Firmen sich nicht so intensiv mit dem Thema Diversität auseinandersetzen und «vielleicht öfter intuitiv richtig» handeln. Grosskonzerne könnten sich zwar «umfassende Programme leisten und schöne Flyer drucken». Aber wenn die Gleichberechtigung nicht vorgelebt werde, nütze das wenig. In kleinen Organisationen gehe ein Kulturwechsel hingegen schneller voran. «Wenn eine engagierte Frau eine führende Position



Noch weit vom Gleichstand entfernt: Der Frauenanteil in Verwaltungsräten ist seit 2015 sogar gesunken. Foto: Getty Images

einnimmt oder der alte Patriarch geht, kann das rasch viel verändern.»

Bleibt die Frage, warum nicht einmal die Hälfte der Teilnehmenden glaubt, dass mehr Frauen dem Unternehmenserfolg zuträglich sind. Dies, obwohl viele Studien gezeigt hätten, «dass eine vielfältig zusammengesetzte Führung neue Ideen hervorbringt, was sich am Ende auch wirtschaftlich niederschlägt», sagt Errico. Laut Headhunter Guido Schilling dürfte es sich bei einem grossen Teil der 58 Prozent um Beschäftigte von Firmen

## International mässig

International hinkt die Schweiz in Sachen Frauenanteil weiter hinterher. Interessant ist der Vergleich mit Deutschland, wo seit Anfang 2016 eine Frauenquote von 30 Prozent für den Aufsichtsrat (Verwaltungsrat) gilt. Bei den Unternehmen des deutschen Börsenindex DAX ist die Quote innerhalb eines Jahres von 27 auf 30 Prozent gestiegen. Von den Neumitgliedern im Gremium sind 43 Prozent Frauen. Im Vergleich dazu ist die Quote in den 20 Unternehmen des Swiss-Market-Index von 18 auf 21 Prozent gestiegen, wobei sich unter den neuen VR-Mitgliedern 32 Prozent Frauen befinden. (TA)

ohne Frauen im Management handeln. «Es ist schwierig, einem erfolgreichen «Men Only Club» zu erklären, warum mehr Frauen gut für ihn wären», sagt Schilling. Er glaubt aber, dass sich hier bald einiges ändern wird. «Gerade junge Männer achten immer stärker auf eine gute Durchmischung, wenn sie sich für einen Arbeitgeber entscheiden.»

## «Es braucht ein Gespräch»

Gleicher Meinung ist Valentin Vogt, Präsident des Arbeitgeberverbands. «Die Erkenntnis, dass geschlechterdurchmischte Teams bessere Leistungen erzielen, setzt sich immer mehr durch», sagt Vogt. Oft brauche es aber ein Gespräch, um ein männliches Führungsgremium davon zu überzeugen. Vogt will mit diversen Projekten den Frauenanteil in den Verwaltungsräten erhöhen. Letzten Herbst lancierte er mit anderen Wirtschaftsvertretern einen «Code of Conduct» für Personalberatungsfirmen. Bis 2021, so das Ziel, soll in jedem Gremium der 150 grössten Konzerne mindestens eine Frau sitzen.

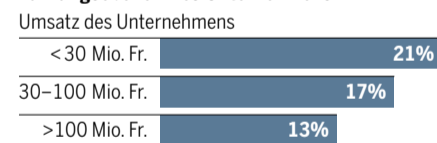
Gerade im Verwaltungsrat zeigt die Studie von Guido Schilling allerdings gewisse Rückschritte. Der Frauenanteil unter den neu rekrutierten Mitgliedern

sank seit 2015 kontinuierlich von 33 auf 21 Prozent. Gesamthaft stieg er letztes Jahr von 16 auf 17 Prozent.

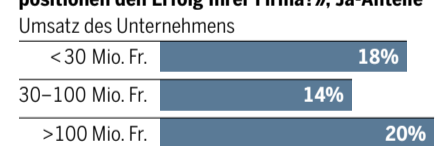
Arbeitgeberpräsident Vogt ist trotzdem überzeugt, dass die Bemühungen der Wirtschaft «eine Quotenregelung obsolet» machen. Über eine solche berät bald das Parlament. Bis Vogts Wunsch der Realität entspricht, muss auf jeden Fall noch einiges passieren.

## Immer noch wenig Frauen in Führungspositionen

«Wie hoch ist der Frauenanteil in der obersten Führungsebene Ihres Unternehmens?»



«Erhöht ein grosserer Frauenanteil in Führungspositionen den Erfolg Ihrer Firma?», Ja-Anteile



TA-Grafik mru/e/Quelle: EY, Umfrage unter 700 Firmen

## Von Frauenzählern und Eintagsfeministen

Firmen nutzen den Frauentag für sich. Dabei kommen sie teils auf sinnlose, teils auf absurde Ideen. Eine Auswahl von Laura Frommberg

Der 8. März bereitet den PR-Abteilungen der Unternehmen ähnlich viel Freude wie der Valentinstag den Blumenhändlern. Jede Firma, vom Autohändler bis zum Zahnarzt, bekennt sich anlässlich des Weltfrauentags zur Emanzipation - immerhin ein billiger Weg zu mehr Medienaufmerksamkeit. Besonders beliebt ist in diesem Zusammenhang das Frauenzählen: etwa Frauen in Führungspositionen, Frauen als Firmengründerinnen oder Frauen in Männerberufen. Idealerweise lassen sich über die gezählten Frauen Aussagen machen,

die ganz zufällig deren Fähigkeiten mit dem Geschäftsbereich des Unternehmens verknüpfen. Ein Kreditkartenunternehmen kam zum Beispiel auf die Idee, weiblichen Unternehmern mit dem Einkommen zu verbinden - das die Firma als Finanzdienstleister natürlich kennt. Das Ergebnis überrascht nicht wirklich: Hat Frau viel Geld, gründet sie eher ein Start-up.

Frauenzählen geht auch im eigenen Unternehmen - eine Fluggesellschaft aus Nahost berichtete stolz, sie beschäftige über 29 000 Frauen. Weibliches Personal mache damit rund 44 Prozent der Angestellten aus. Genauer betrachtet ist das nur mässig fortschrittlich. Von den Mitarbeiterinnen arbeiten 18 000 als Kabinenpersonal - und das erhält in der Luftfahrt mit den niedrigsten Lohn. Die restlichen Frauen seien in technischen, professionellen Bereichen (was auch im-

mer das heissen mag) und in Führungspositionen tätig. Im letzteren Bereich sind 2,5 Prozent der Frauen beschäftigt. Aufs Gesamtpersonal bezogen machen weibliche Führungskräfte also nur mickrige 1,1 Prozent aus. Bei Airlines gehört es am Frauentag ausserdem zum guten Ton, mindestens einen Flug nur mit weiblichen Crews zu besetzen.

Eine schöne PR-Tautologie brachte eine Schweizer Grossbank zustande. Sie verkündete via Pressemitteilung eine Markenkampagne, bei der «Frauen im Fokus» stehen. In einem Video stellt die Firma Fragen, die Kundinnen beschäftigen könnten: «Wie kann ich mehr Zeit zu Hause verbringen?» oder «Wird es meine Ambitionen schmälern, wenn ich ein Baby habe?». Fraglich, ob das hilft, Stereotypen abzubauen. Dieselbe Grossbank versuchte erst kürzlich, weibliche Mitarbeiter mit einem «Corporate

Fashion Workshop» zu ködern. Frauen erhielten Schminktipp - «Nicht zu viel auftragen» - sowie eine Modeberatung.

Das Highlight des diesjährigen Frauentags-PR-Zirkus liefert eine Dating-App. «Frauen vertreten nicht nur beruflich und politisch, sondern auch persönlich immer klarer ihren Standpunkt», heisst es dort 46 Jahre nach Einführung des Frauenstimmrechts und liefert stichhaltige Beweise aus ihren eigenen Erfahrungen: «Tendenziell laden Frauen mehr Fotos hoch, und fast zwei Drittel der weiblichen Singles geben eine Beschreibung an, während das nur ungefähr die Hälfte der Männer tun.» Angesichts dieser geballten Ladung an Kreativität wundert es nicht, dass sich ein Grossteil der Frauenversther als Eintagsfeministen entpuppt und erst nach einem Jahr Erholung wieder mit neuen Ideen von sich hören lässt.