

# Töffli-Mädels und Industrie-Heldinnen

Berg- und Moped-Touren exklusiv für Teilnehmerinnen, Stadtführungen über Chefinnen und Women out in office – wie gefragt sind solche Angebote?

CHRISTINE ZWYGART



**Nachgefragt**  
«Wir konnten viele Frauen zum Bergsport inspirieren»

**Liën Burkard**

Projektmanagerin Unternehmenskommunikation und Mediensprecherin von Schweiz Tourismus

**Frau Burkard, was war das Highlight bei «100% Women» von Schweiz Tourismus?**

Im Jubiläumsjahr 2021 – mit 50 Jahren Frauenstimmrecht und der Erstbesteigung des Matterhorns durch eine Frau vor 150 Jahren – gab es viele Höhepunkte. Aus touristischer Sicht waren das sicher die Feierlichkeiten zu Ehren von Matterhorn-Besteigerin Lucy Walker und die Schau im Matterhorn-Museum mit dem Titel «Neue Perspektiven. Frauen in Zermatt – gestern und heute». Unser persönliches Highlight war die «100% Women Peak Challenge».

**Wie viele Frauen nahmen teil?**

700 Bergsteigerinnen aus über 20 Ländern trugen dazu bei, dass mit der Gipfelbesteigung aller 48 Schweizer Viertausender durch reine Frauenseilschaften die Challenge erfolgreich abgeschlossen werden konnte.

**Wieso braucht es Anlässe speziell für Frauen?**

Wir lancierten mit Partnern «100% Women», um Frauen im Outdoorsport sichtbarer zu machen, Vorbilder zu schaffen und sie zu Neuem zu ermutigen. Frauen sind im Bergsport zwar keine Seltenheit mehr, aber immer noch unterrepräsentiert – sei es als Bergsteigerinnen oder als Bergführerinnen. Zudem glauben wir, dass wir durch reine Frauengruppen eine spezielle Atmosphäre und positive Eigendynamik fördern können.

**Hat die Aktion nachhaltig etwas verändert?**

Dazu haben wir keine Zahlen, aber durch den Erfolg, insbesondere mit der Peak Challenge, konnten wir viele Frauen zum Bergsport inspirieren. Einige haben dank der Aktion sogar ihren ersten Viertausender bestiegen. Die Bilder der Gipfelbesteigungen waren national und international stark sichtbar – auf Social Media, in den Medien und durch unsere Kampagnen. Das hilft, um für die Bedürfnisse der weiblichen Gäste in der Tourismusbranche und allgemein für die Anliegen der Frauen zu sensibilisieren.

**Wie beurteilen Sie den wirtschaftlichen Erfolg solcher Aktionen?**

In den entwickelten Ländern wächst die Zahl der gut ausgebildeten, finanziell unabhängigen Frauen mit Bedürfnis nach sportlichen Abenteuern in der Natur. Im Tourismus zeigt sich diese Entwicklung in der immer grösseren Nachfrage nach «women-only travel». Vieles spricht also dafür, dass es nicht nur ein flüchtiger Trend ist, weshalb wir die Initiative «100% Women» auch 2022 fortsetzen.



Töffli-Mädels entdecken im Atzmännig-Gebiet die Gegend, gönnen sich Wellness und kulinarischen Genuss. Atzmännig

Wer kennt sie nicht, die grossen Namen der Schweizer Literatur: Jeremias Gotthelf, Friedrich Dürrenmatt, Max Frisch. Doch was ist mit Selina Chönz, Johanna Spyri und Silja Walter? Diese Schriftstellerinnen haben Figuren wie den Schellen-Ursli und Heidi erfunden, wurden mehrfach geehrt und ausgezeichnet – und doch sind sie im Bewusstsein der breiten Öffentlichkeit viel weniger präsent als ihre männlichen Kollegen.

Frauen und ihr Schaffen sichtbar machen, auf ihre Bedürfnisse eingehen und daraus spezielle Angebote im Reiseland Schweiz schaffen: Mit der Initiative «100% Women» hat Schweiz Tourismus im vergangenen Jahr versucht, frischen – und vor allem weiblicheren – Wind in touristische Ideen zu bringen. Vielerorts haben sich Anbieter spezielle Aktionen exklusiv von und für Frauen ausgedacht. Doch was blieb?

**Genuss- und Wellnesserlebnis für Töffli-Mädels**

Der Atzmännig bei Goldingen SG ist ein beliebtes Ausflugsziel; vor allem aus der Agglomeration Zürich kommen viele Tagesgäste hierher. Seit 2018 können Gruppen die Gegend auch auf gemieteten Töffli erkunden, von Hofladen zu Hofladen fahren, Handwerkerinnen und Produzenten besuchen, fischen und kochen. «Als Pendant zu den Töffli-Buben haben wir im vergangenen Jahr die Töffli-Mädels ins Leben gerufen», erzählt Geschäftsführer Roger Meier. Diese Weekends sind angereichert mit einem Wellnessangebot im nahen Bleiche-Bad und einer Übernachtung im Holzglu oder in der alpin-chic Lodge. Vor allem für Polterabend-Ausflüge werde das Angebot gerne gebucht, aber auch «ältere Damen mögen den nostalgischen Moped-Touch und schwelgen in Jugenderinnerungen».

Mit fünf reinen Frauengruppen-Buchungen im 2021 hat die Aktion noch Luft nach oben; insgesamt begeisterten die Touren aber 1500 Teilnehmende. Und: Die Gäste kommen auch von weiter her. «Für uns ist es wirtschaftlich gut, wenn wir durch das Angebot mehr Übernachtungen und somit auch mehr Wertschöpfung generieren können», sagt Roger Meier. Und seien Frauen mal

in der Region unterwegs, möchte er ihnen aufzeigen, dass der Atzmännig auch ideal für Familienfeste, Seminare und Frauenweekends sei, «sie also gleichermaßen als Mütter, Geschäftsfrauen und Kolleginnen ansprechen».

**Homeoffice im Tessin mit Rundherum-Service**

Schon immer sind Frauen – seien es Freundinnen, Geschäftskolleginnen oder Schwestern – gerne bei Somarelli, im Zentrum für Mensch-Tier-Interaktion, im Tessiner Bleniotal eingekehrt. Für das Jubiläumsjahr 2021 und «100% Women» haben sich die Gastgeberinnen etwas Neues einfallen lassen: dem Alltag entfliehen, Homeoffice in der Sonnenstube inklusive Pre-, Mid- und After-Work-Aktivitäten, ein gefüllter Kühlschrank oder eine besondere Cena Ticinese – auf Wunsch sogar mit Kinderbetreuung. «Leider ist das externe

**«In Weinfelden werden nun die ersten zwei Strassen nach Frauen benannt.»**

**Vreni Brenner**  
Stadtführerin in Weinfelden TG

Homeoffice kaum auf Resonanz gestossen», sagt Susanne Bigler Gloor. Sie vermutet, dass Frauen, wenn sie verreisen, die Arbeit doch lieber daheim lassen und stattdessen für ein paar Tage ganz runterfahren möchten.

Andere Angebote für Frauen finden hingegen Anklang. Etwa der Workshop «Gehe deinen Weg & zeig dich», bei dem eine Gruppe in der Natur mit Tieren unterwegs ist. Dabei arbeitet jede Frau an ihrer Sichtbarkeit und übt, besser für ihre Anliegen einzustehen. Sie werden aus der Komfortzone gelockt, nehmen sich und ihr Umfeld anders wahr und geniessen den Austausch. «Diese Idee funktioniert nur in reinen Frauengruppen», sagt die Erlebnispädagogin. «Sind Männer mit dabei, verändern sich Dynamik und Rollenverständnis.»

Vorerst bleibt die Tessiner Homeoffice-Idee bestehen, über die Positionierung mit Frauenangeboten will das Team jedoch nochmals nachdenken.

Auch wenn Susanne Bigler Gloor resümiert, «dass so oder so rund 80 Prozent der Gäste bei uns Frauen sind».

**Aufzeigen, was Frauen im Kleinen und im Grossen bewirkt haben**

Gewichtige Namen stehen in den Geschichtsbüchern; von Frauen ist dort selten zu lesen. In Bern, Basel, Luzern und Zürich gibt es Führungen, die deren Schaffen und Wirken ins Zentrum stellen. Schon seit dem 8. März 2010, also seit fast zwölf Jahren, nimmt Vreni Brenner in Weinfelden TG interessierte Gäste auf ihre Stadtrundgänge mit und erzählt ihnen von interessanten Frauenfiguren: «Uns war damals klar: Wenn wir diese Geschichten nicht bald nachrecherchieren und aufschreiben, gehen sie einfach verloren.»

So gäbe es die Kartonfabrik Model Group und die Meyerhans Mühlen AG heute ohne den beherzten Einsatz zweier Frauen längst nicht mehr. Els Model (\*1902) und Johanna Meyerhans (\*1855) haben nach dem Tod ihrer Ehemänner die jeweiligen Firmen übernommen, geführt und an die nächste Generation weitergegeben. «Und das zu einer Zeit, als Chefinnen absolut ungewöhnlich waren – und unter entsprechender Beobachtung standen», erzählt Vreni Brenner. Rund zwanzig dieser Rundgänge begleitet sie pro Jahr. Und die meisten Besuchergruppen sind gemischt, denn «auch Männer interessieren sich für die berührenden Frauenschicksale».

**Ein Museum für Frauenliteratur in Solothurn**

Übrigens: Wer sein Wissen punkto Frauenliteratur aufbessern möchte, findet in Solothurn das «Kabinett für sentimentale Trivilliteratur». Gleichermassen Bibliothek und Museum, erhalten Interessierte hier Einblick in das Leben und die Gefühlswelt von einst. Romane und populäre Texte enthüllen eine erstaunlich komplexe und vielschichtige Welt der Frauen. Wie Stiftungsratspräsident Peter Probst erklärt, ist der Andrang hier zwar nicht gerade gewaltig, sie pflegten halt eher «eine Nische».

[MySwitzerland.com/women](https://www.MySwitzerland.com/women)

## Impressum

### hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus / Le journal pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme  
Gegründet / Fondé en 1892

### Herausgeber/Editeur

HotellerieSuisse  
Monbijoustrasse 130,  
Postfach, 3001 Bern

### Redaktion

**Chefredaktorin:**  
Sabine Lüthi/sbl

### Redaktorinnen und Redaktoren:

Natalie-Pascale Aliesch/npa,  
Bernadette Bissig/bbe,  
Alexandre Caldara/aca,  
Laetitia Grandjean/lg,  
Claudia Langenegger/cl  
Lucie Machac/lm, Mischa Stünzi/stü,

### Layout/Grafik/Bild:

Susanne Keller/suk, Pablo Tys/pt

### Sekretariat:

Regula Herren, Laura Heinemann

### Korrektorat:

Danja Bischofberger, Ingrid Zufferey Frost

### Milestone Tourismuspreis

**Geschäftsführung:** Anja Peverelli

### Verlag

**Leitung:** Bernt Maulaz  
**Verkaufsdienst und Rubrik-Anzeigen:** Angela Di Renzo Costa, Sandra Wohlhauser  
**Anzeigenverkauf:** Daniel Verri (Leitung), Philipp von Däniken  
**Druck:** CH Media Print AG, 9015 St. Gallen  
**Auflage:** 10673 Ex.  
(WEMF/SW-Beglaubigung 2021)  
**Leser:** 65 000 (Studie DemoScope 2013)  
Verkaufspreise (inkl. MwSt):  
Jahresabonnement Fr. 172.–  
ISSN: 1424-0440

### Kontakte

Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern  
**Redaktion:** Tel. 031 370 42 16,  
E-Mail: [redaktion@htr.ch](mailto:redaktion@htr.ch)  
**Online Redaktion:** [online@htr.ch](https://online@htr.ch)  
**Abonnemente:** Tel. 058 510 61 18,  
E-Mail: [abo@htr.ch](mailto:abo@htr.ch)  
**Inserate:** Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: [inserate@htr.ch](mailto:inserate@htr.ch)  
**Milestone:** Tel. 031 370 42 14

### Newsportal

[htr.ch](https://htr.ch)

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.