

Statusbericht 01/2026 GGBB 2030

Teilprojekt 1 - Datenerhebung Erste Rückmeldungen zur Berufswahl und Attraktivität der Branche

April 2026

EINE ORGANISATION VON:

GASTROSUISSE

HotellerieSuisse

**HOTEL & GASTRO
UNION**
Die Arbeitnehmerorganisation

Inhaltsverzeichnis

1	Executive Summary	3
2	Projektstand	4
2.1	Abschluss der Datenerhebung	4
2.2	Teilnahme und Zielerreichung	4
3	Methodik und Datengrundlage	5
3.1	Besonderheit im Design:	5
4	Zentrale Ergebnisse	5
4.1	Struktur der Teilnehmenden	5
4.2	Entscheidungsfaktoren bei der Berufswahl	5
4.2.1	Wichtigste Faktoren aus Sicht der Jugendlichen	5
4.2.2	Rolle von Lohn und Work-Life-Balance	6
4.3	Unterschiede zwischen den Zielgruppen	6
4.4	Einfluss des Befragungsdesigns	6
5	Einordnung im Kontext externer Studien	6
6	Schlussfolgerungen	7
7	Weiteres Vorgehen	7
8	Gesamtfazit	7

1 Executive Summary

Die Datenerhebung im Rahmen des Teilprojekts 1 wurde erfolgreich abgeschlossen. Insgesamt konnten **6'416 Teilnahmen** über sämtliche Zielgruppen hinweg generiert werden, womit die geplanten Zielwerte leicht übertroffen wurden.

Die Auswertung liefert erste belastbare Hinweise auf zentrale Entscheidungsfaktoren bei der Berufswahl junger Menschen sowie auf Unterschiede zwischen den Perspektiven der Zielgruppen.

Zentrale Erkenntnisse:

- **Interesse an der Tätigkeit und Arbeitsatmosphäre** sind die wichtigsten Entscheidungsfaktoren für Jugendliche.
- **Lohn und Work-Life-Balance** spielen eine geringere Rolle als häufig angenommen – mit situativen Ausnahmen.
- **Eltern gewichten Zukunftsperspektiven stärker** (Weiterbildung, Sicherheit) als Jugendliche selbst.
- **Unterschiedliche Befragungsdesigns (Skala vs. Top-3-Auswahl)** beeinflussen die Priorisierung deutlich.
- Erste Hinweise deuten auf **zunehmende sprachliche Diversität** bei jüngeren Zielgruppen hin.

Die Ergebnisse bilden eine fundierte Grundlage für die vertiefte Analyse sowie für die Ableitung strategischer Massnahmen zur Positionierung der Branche.

2 Projektstand

2.1 Abschluss der Datenerhebung

Mit den Erhebungen in Kalenderwoche 7 am BZI Interlaken wurde die Datenerhebung über alle Zielgruppen hinweg erfolgreich abgeschlossen.

Die erhobenen Daten sind zentral auf dem HGf-Server abgelegt und stehen für die weitere Analyse zur Verfügung.

2.2 Teilnahme und Zielerreichung

Insgesamt wurden **6'416 Teilnahmen** generiert (Zielwert: 6'350). Die Beteiligung variiert je nach Zielgruppe:

- **Sehr hoher Rücklauf:** aktuelle Lernende, Ausbildungsbetriebe
- **Moderater Rücklauf:** Eltern, Oberstufe
- **Unterdurchschnittlicher Rücklauf:** Betriebe ohne Lernende

Zielgruppe	Zielwert	Ergebnis	DE	FR	IT
Oberstufenschülerinnen und Schüler	2000	1179	79%	9%	12%
Aktuelle Lernende	1050	3011	96%	4%	1%
Ehemalige Lernende	600	104	94%	6%	
Eltern	400	582	91%	5%	4%
Lehrpersonen Oberstufe	150	101	89%	6%	5%
BIZ	16	34	69%	31%	
Ausbildungsbetriebe	1050	1086	81%	3%	16%
Betriebe ohne Lernende	1050	156	77%	16%	7%
Lehrpersonen Berufsfachschulen	30	110	87%	13%	
Trägerverbände (üK)	20	31	90%	10%	
Berufsbildungsämter	16	22	71%	22%	
Total	6350	6416	84%	12%	4%

Die Zielwerte entsprechen denen, welche am 16.09.2025 in Neuenburg beim Treffen der Begleitgruppe präsentiert wurden.

Einflussfaktoren auf die Teilnahme:

- Unterschiedliche Unterstützung durch Kantone und Schulen
- Einschränkungen bei der Durchführung in einzelnen Regionen
- Positive Effekte durch Präsenz an Berufsmessen
- Hohe Kooperationsbereitschaft der Berufsfachschulen

3 Methodik und Datengrundlage

Die Befragung umfasste zehn verschiedene Zielgruppen entlang des Berufswahlprozesses, darunter:

- Oberstufenschülerinnen und -schüler
- Aktuelle Lernende
- Ehemalige Lernende
- Eltern
- Lehrpersonen (Oberstufe und Berufsfachschule)
- Ausbildungsbetriebe
- Organisationen

3.1 Besonderheit im Design:

Für zentrale Fragestellungen wurden zwei Varianten eingesetzt.

- **Variante 01:** Bewertung auf einer Skala (**wichtig – unwichtig**)
- **Variante 02:** Auswahl der **drei wichtigsten Faktoren**

Diese methodische Anpassung ermöglicht differenziertere Aussagen, beeinflusst jedoch die Vergleichbarkeit der Ergebnisse.

4 Zentrale Ergebnisse

4.1 Struktur der Teilnehmenden

Die Auswertung zeigt Unterschiede zwischen den Zielgruppen:

- Der Anteil von Personen mit **nicht-landessprachlicher Muttersprache** ist bei jüngeren Zielgruppen höher als bei älteren.
- Dies deutet auf eine zunehmende Diversität hin, ist jedoch aufgrund möglicher Stichprobenverzerrungen vorsichtig zu interpretieren.

4.2 Entscheidungsfaktoren bei der Berufswahl

Übergreifende Kernaussage:

Über alle Zielgruppen hinweg zeigt sich konsistent, dass die Berufswahl primär durch inhaltliche und soziale Faktoren bestimmt wird – nicht durch monetäre Aspekte.

4.2.1 Wichtigste Faktoren aus Sicht der Jugendlichen

1. Interesse an der Tätigkeit
2. Positive Arbeitsatmosphäre / Team
3. Sinnhaftigkeit der Arbeit
4. Praktische Erfahrungen (z. B. Schnupperlehre)

4.2.2 Rolle von Lohn und Work-Life-Balance

- Lohn ist nicht primärer Treiber, gewinnt jedoch an Bedeutung bei erzwungener Priorisierung (Top-3-Auswahl).
- Work-Life-Balance wird von Jugendlichen kaum priorisiert, jedoch von älteren Zielgruppen deutlich stärker.

Interpretation:

Jugendliche bewerten kurzfristige Erfahrungswerte höher als langfristige Lebensgestaltung

4.3 Unterschiede zwischen den Zielgruppen

Jugendliche

- Fokus auf Erlebnis, Interesse und direkte Erfahrung
- Geringere Gewichtung langfristiger Perspektiven

Aktuelle Lernende

- Kombination aus Erfahrung und Realität
- Etwas stärkere Gewichtung von Stabilität

Eltern

- Fokus auf Sicherheit, Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven
- Deutlich geringere Bedeutung von Lohn

Lehrpersonen und Institutionen

- Stärker strategische Perspektive
- Hohe Bedeutung von:
 - Weiterbildungsmöglichkeiten
 - Systemdurchlässigkeit
 - Work-Life-Balance

4.4 Einfluss des Befragungsdesigns

Ein wesentlicher Befund ist. Dass die **Art der Fragestellung** die Ergebnisse signifikant beeinflusst.

- Bei freier Bewertung → breite Streuung
- Bei Top-3-Auswahl → klare Priorisierung (z. B. Lohn steigt stark)

Schlussfolgerung:

Ergebnisse müssen immer im Kontext des Erhebungsdesigns interpretiert werden.

5 Einordnung im Kontext externer Studien

Die Ergebnisse sind teilweise konsistent mit der Studie der Universität St. Gallen.

Bestätigt:

- Hohe Bedeutung sozialer Faktoren (Team, Führung)
- Lohn als sekundärer Faktor

Abweichungen:

- Work-Life-Balance wird in externer Studie höher gewichtet

Mögliche Erklärung:

- Unterschied zwischen idealisierten Erwartungen und konkreten Entscheidungssituationen
- Alters- und Erfahrungsunterschiede der Befragten

6 Schlussfolgerungen

Die Analyse lässt sich auf folgende zentrale Aussagen verdichten:

- 1. Berufswahl ist emotional und erfahrungsbasiert**
Jugendliche entscheiden primär aufgrund von Interesse und persönlichen Eindrücken.
- 2. Arbeitsumfeld ist entscheidender als strukturelle Faktoren**
Team, Atmosphäre und direkte Erfahrungen sind wichtiger als Lohn oder Karriereperspektiven.
- 3. Wahrnehmung variiert stark je nach Zielgruppe**
 - Jugendliche: kurzfristig und erlebnisorientiert
 - Erwachsene: langfristig und sicherheitsorientiert
- 4. Methodik beeinflusst Ergebnisse wesentlich**
Die Wahl des Befragungsformats verändert die Priorisierung der Faktoren.
- 5. Potenzial für strategische Positionierung der Branche**
Die Branche kann gezielt über:
 - Arbeitsklima
 - Sinnhaftigkeit
 - Erlebnischarakter positioniert werden.

7 Weiteres Vorgehen

Die nächsten Schritte umfassen:

Vertiefte Analyse

- Detaillierte Auswertung der vorliegenden Daten
- Vergleich mit weiteren Fragestellungen:
 - Attraktivität der Branche
 - Einflussfaktoren im Entscheidungsprozess

Validierung

- Diskussion der Ergebnisse in Fokusgruppen
- Qualitative Ergänzung der quantitativen Daten

Weiterführende Auswertungen

- Analyse zukunftsorientierter Berufsbilder
- Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen

8 Gesamtfazit

Der vorliegende «First View» liefert eine fundierte Grundlage für die weitere Projektarbeit.

Die Ergebnisse zeigen klar, dass die Attraktivität der Branche weniger über klassische Faktoren wie Lohn gesteuert wird, sondern primär über **Erlebnis, Sinn und soziale Qualität des Arbeitsumfelds**.

EINE ORGANISATION VON:

GASTROSUISSE

 **HotellerieSuisse**

 **HOTEL & GASTRO
UNION**
Die Arbeitnehmerorganisation