

# HOST #1 INNOVATION



**Sportgeist  
im Gastgewerbe**  
Seite 4

**Mit Cupcakes  
eine Marktlücke  
gefunden**  
Seite 6

hotelfachschule thun  
soul, passion & system



## Neuer Studienverlauf: Ein Innovationsschritt wird realisiert

**Der halbjährliche Wechsel von Unterricht und Praxis garantiert sowohl Abwechslung als auch einen optimalen Transfer von Theorie und Praxis.**

Seit 1½ Jahren sammeln Schulleitung und Lehrpersonen nun Erfahrungen mit einem revidierten Studienverlauf, der für die meisten Studentinnen und Studenten 3 statt 2½ Jahre dauert. Die vorläufigen Erfahrungen sind ausgesprochen positiv:

- Mit der Verlängerung wird die behördliche Vorgabe zur Lernzeit von 5400 Lernstunden erfüllt.
- Das 1. Semester (8 Wochen Theorie, 4 Monate Praxis) ist ausschliesslich der Küchenausbildung gewidmet, womit die Kompetenzen der Studierenden in diesem Bereich deutlich fundierter geschult und trainiert werden.
- Die anschließenden Semester werden von der Küchenausbildung entlastet, womit Spielraum für neue, vom behördlichen

Rahmenlehrplan vorgegebene Unterrichtsinhalte entstand. Speziell die Vernetzung der klassischen Managementbereiche erfährt eine Aufwertung.

- Im Vergleich zum alten System weisen die Abgängerinnen und Abgänger beim Schulabschluss mindestens 6 Monate mehr Berufspraxis aus.
- Das neu entwickelte Semester passt bestens zu den vorhandenen Infrastrukturmöglichkeiten.
- Der bewährte und bei den Studierenden beliebte Wechsel zwischen Schule und Praxis im Halbjahresrhythmus bleibt erhalten.

**Fazit:** Die Umgestaltung des HF-Bildungsgangs steigert den persönlichen Nutzen unserer Studentinnen und Studenten.



Volkswirtschaftliches Wachstum basiert auf Innovationen. Sie sind die Grundlage unseres Wohlstands und die einzige Quelle des Produktivitätsfortschritts, die nicht versiegt. Gemeinhin verbindet man Innovationen mit bahnbrechenden technologischen Entwicklungen und denkt dabei vielleicht an die Erfindung des Automobils oder – aktueller – an den Wandel im Bereich der Informationstechnik, die ihren Höhepunkt im weitverbreiteten Gebrauch von Smartphones erreicht hat. Eigentlich will und kann aber jedes Unternehmen innovativ sein. Wer Neues entdeckt, Ideen verwirklicht oder Bestehendes verbessert, ist innovativ. Die Fokussierung unseres Schulmagazins HOST auf Innovationen von ehemaligen Studentinnen und Studenten ist spannend. Es zeigt sich, dass innovative Menschen neugierig sind, das scheinbar Selbstverständliche hinterfragen und sich von einer ausserordentlichen Passion für ihre Idee antreiben lassen. Stellvertretend sei hier Ibrahim Ben erwähnt: Er hatte den Mut mit den Angeboten seiner Restaurants in die Lebensmittelproduktion zu diversifizieren (vgl. Seite 5). Nebenbei sei bemerkt, dass sich auch Schulen anpassen müssen. Für Veränderungen an der Hotelfachschule Thun gab vor drei Jahren ein neuer Rahmenlehrplan den Anstoss. Wir haben diese Vorgabe von Anfang als Chance verstanden. Vielleicht sind deshalb die Erfahrungen der Umsetzung positiv.

*Viel Lesevergnügen  
und Inspiration wünscht Ihnen  
Christoph Rohn*

### Der Studienverlauf nach neuem Rahmenlehrplan

#### 1. Semester / 8 Wochen Unterricht<sup>1</sup>

Vermittlung der Küchengrundlagen mit kulinarisch und hygienisch hochwertiger Verarbeitung der Speisen

#### 4 Monate Praktikum<sup>1</sup>

#### 2. Semester / 19 Wochen Unterricht<sup>2</sup>

Vermittlung sämtlicher Grundkenntnisse in Gastronomie und Hotellerie sowie Wirtschaft und Recht Sprache und Kommunikation I

#### 3. Semester / 6 Monate Praktikum

Abgestimmt auf die Vorbildung und die bisherige Berufspraxis: Front Office und/oder Service inkl. Housekeeping

#### 4. Semester / 19 Wochen Unterricht

Planerische und konzeptionelle Tätigkeiten im Bereich der gastronomischen Betriebsführung und/oder des Hotelmanagements als Vorbereitung auf das 5. Semester Sprache und Kommunikation II

#### 5. Semester / 6 Monate Praktikum

Abgestimmt auf die Vorbildung und die bisherige Berufspraxis: Juniorkader im Hotel- und/oder Restaurantmanagement

#### 6. Semester (Diplomsemester) / 19 Wochen Unterricht

Umgang mit komplexen Entscheidungssituationen, Arbeit im Team, Festlegung von Zielen und Strategien und ihre Umsetzung, bereichsübergreifendes Denken und Handeln Sprache und Kommunikation III

#### Diplomprüfung

Abschluss als «dipl. Hôtelière-Restauratrice HF» / «dipl. Hôtelier-Restaurateur HF»

<sup>1</sup> Studierende mit EFZ als Köchin/Koch sind dispensiert.

<sup>2</sup> Je nach Vorkenntnissen sind Dispensationen von verschiedenen Modulen möglich.



## Innovationen aus Sicht der Studierenden der Hotelfachschule in den Managementbereichen

### MARKETING: LEISTUNGSMIX

Angebot Fastfood und Fastdrink nimmt weiter zu und wird «gesünder».

**Essen in speziellen Locations: Floss, Baumhütte, Heuschöber, Stadtplätze, Dächer etc.**

**Restaurants / Food Stores mit Health-, Beauty- und Energyfood, aber auch mit Hungerfood**

Spezialisierung und Qualität als USP

### MARKETING: KOMMUNIKATIONSMIX

Social Media werden noch stärker genutzt und es kommen weitere neue Medien dazu.

**Jedem Gast ein Smartphone für das Angebot im Hotel und Ort**

**APPS, APPS, APPS FÜR ALLES!! Apps für individuelle Zimmer-einrichtung, Reservation von Wellness, Fitness, Restaurant und Leistungen im Ort. Internet nimmt noch zu. Alles wird im Internet bewertet und ist öffentlich zugänglich.**

Youtube Videos

### MITARBEITER

Wo sind die Köche?

**Quereinsteiger, die sich einen Traum verwirklichen**

**Mobiler, flexibler bei Jobauswahl und Jobwechsel**

Mehr ausländische Mitarbeiter verlangen neue Ausbildungskonzepte.

### INVESTITIONEN

**Erlebnisgastronomie (Musik, Licht, Farbe, Einrichtung, Design, Dekoration etc.) und Themenrestaurants**

Ausbau der Informationstechnik zur Gratisnutzung

Es wird trendig und sexy bleiben in die Gastronomie und Hotellerie zu investieren.

**Das Badezimmer als kleiner Wellnessbereich**

WaltersRace, Thun

# Spaß und Sportgeist fördern die Zusammenarbeit im Gastgewerbe

**F**ür mich bedeutet Innovation die Bereitschaft etwas zu wagen, was es noch nicht gibt, ein Risiko auf sich zu nehmen und damit umzugehen, dass von 10 Ideen vielleicht nur zwei erfolgreich sein werden. Das Risiko des Scheiterns besteht immer, vor allem wenn man versucht innovativ zu sein. Innovationen brauchen Zeit, Mut und Durchhaltewillen. Mich treibt vor allem der Wettbewerbsgedanke an, besser zu sein als die Anderen.

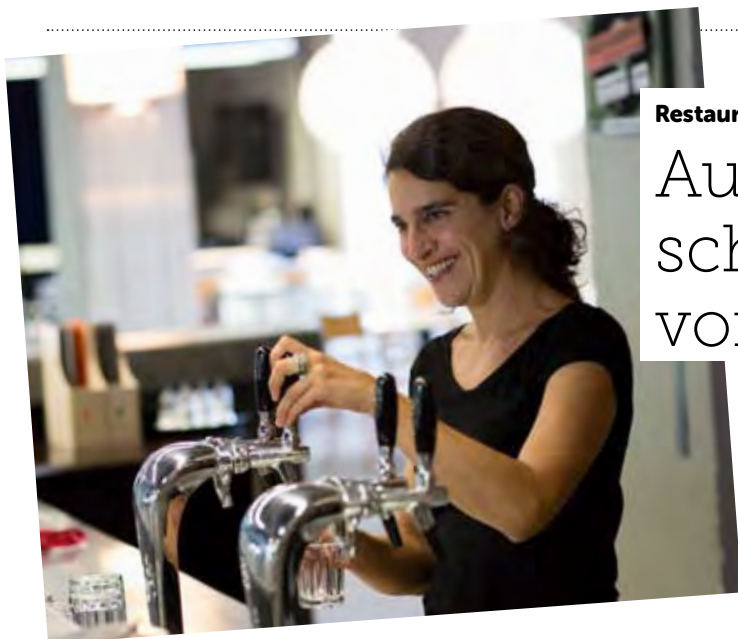
Die Idee vom WaitersRace habe ich aus der Zeit, als ich in der Karibik gearbeitet habe, und ich hegte schon länger den Wunsch dies auch in der Schweiz auszuprobieren. Aber die Realisierung hat sich schwierig dargestellt, vor allem auch die Suche nach Sponsoren. Dank der Hilfe vom Hotel Krone sowie vom Restaurant Aesszimmer ist es uns 2012 gelungen, auf dem Rathausplatz in Thun das 1. WaitersRace durchzuführen. Die grösste Herausforderung für mich war bzw. ist, die ganze Organisation des

WaitersRace neben meiner Arbeit als Stv. Geschäftsführer im alpha thun zu erledigen.

Klar gab es während der ganzen Vorbereitungszeit auch Bedenken. Vor allem weil der Anlass ein Non-Profit Event ist. Aber mein Wunsch ist, dass Gastronomen in anderen Städten auch WaitersRaces durchführen und so den Zusammenhalt und die Wertschätzung innerhalb des Gastgewerbes sowie der Hotellerie besser werden.



**Stephan Rieder**  
Abschlussjahr: 2011  
Stv. Geschäftsführer Alpha Thun  
Erstausbildung:  
Koch / Servicefachangestellter  
www.waitersrace.ch



Restaurant Im Quadrat, Zollikofen

# Augen- und Gaumenschmaus inmitten von Designmöbeln

und wohl überlegt. Wie bei den Möbeln steht dabei die Qualität im Mittelpunkt.

Schon beim ersten Betreten der Räume wusste ich, dass diese Idee besticht. Der Hauch von industriellem Charme und die ständig wechselnden, bunt zusammengestellten Tische und Stühle sorgen für eine ungezwungene und lockere Stimmung.

Wenn ich mich an einem Ort wohl fühle und das Konzept durchgängig stimmig ist und zu überzeugen vermag, bin ich motiviert und vertraue auf den Erfolg. Das Risiko des Scheiterns tritt in den Hintergrund. Für mich als Angestellte mit einem fixen und einem gewinnabhängigen Lohnanteil ist das finanzielle Risiko kleiner als in der Selbständigkeit.

Kreativität ist auf strategischer Ebene, in der Startphase und bei der Ideenfindung wichtig. Ohne Kreativität entsteht kein erfolgreiches, freches, neues und einzigartiges Konzept. Sie beinhaltet Neugier, Wachsamkeit und Offenheit für Aktuelles und Neues. Ohne Disziplin aber können Ideen nicht erfolgreich umgesetzt und fokussiert werden.

Als Unternehmerin reizt und motiviert es mich, ein Konzept, das in sich stimmig ist, zu kreieren und umzusetzen. In Zukunft will ich die Kreativität pflegen. Dazu schaffe ich Ruhe und Raum im Alltag, um wach und aufmerksam für die kreativen Möglichkeiten zu bleiben.

**D**as Quadrat verbindet Restaurant, Fachladen für Designmöbel-Occasionen und Architekturbüro unter einem Dach. Tische und Stühle der Ausstellung dienen gleichzeitig als Mobiliar des Restaurants. Die Geschäftsidee stammt von Dan Hodler, der vor drei Jahren für seinen Fachladen eine grössere Ausstellungsfläche suchte und diese in einer ehemaligen Lagerhalle für Sanitärbedarf fand. Das Restaurantkonzept ist einfach

**Karin Lehmann**  
Abschlussjahr: 2007  
Aktuelle Funktion:  
Betriebsleiterin Restaurant  
im Quadrat  
Erstausbildung:  
Matura Typus B/Primarlehrerin  
(Lehrerinnenseminar)  
www.imquadrat.ch



**Bensan Gourmet, Uetendorf**

## Vom Restaurant zur Lebensmittelproduktion

und ich gründete die Lebensmittelproduktion Bensan Gourmet.

In der Vergangenheit wurden wir oftmals gefragt, ob es nicht möglich sei, unsere Saucen und Suppen für private Anlässe bei uns beziehen zu können. Daher kam mir die Idee, die Produkte in kleine Behälter abzufüllen und diese beim Detailhändler Globus Delicatessa vorzustellen. Offenbar hat die Qualität sofort überzeugt und wir begannen unsere Produkte bei Globus und später auch bei Manor zu verkaufen.

Mit authentischen Produkten in Topqualität sowie unserer sprichwörtlichen Flexibilität wollen wir unsere Kundschaft begeistern. Bei der Produktion legen wir unser Schwergewicht auf Echtheit, Frische und Handarbeit. Das Ziel ist es, frische, gesunde Convenience-Produkte herzustellen und somit diesen sowie den Fast

Food Gerichten (Fertiggerichte) ein positiveres Image zu vermitteln.

Vor gut einem Jahr habe ich mich entschieden, das Projekt eigenständig zu machen und dafür eine AG zu gründen. Selbstverständlich war die Realisierung nicht einfach und wieder einmal mit enormem Aufwand und Risiko verbunden. Da die Nachfrage nach unseren Produkten stets da war und immer noch da ist, konnte ich mich immer wieder neu motivieren und das Projekt durchziehen. Unser Ziel ist es, dass der Endkunde, Gastronom oder Hotelier in Kürze unsere Suppen, Saucen und Fertiggerichte in diversen Detailhandelsgeschäften und bei Grossverteilern kaufen kann und wir zugleich beweisen können, dass Convenience Food frisch, gesund und erst noch sehr köstlich sein kann.

**Imbrahim Ben**

**Abschlussjahr: 2001**

**Aktuelle Funktion:**  
Geschäftsführer und Inhaber  
der Bensan AG

**Erstausbildung:**  
Koch- und Servicelehre

**Weiterbildung:**  
Nachdiplomstudium  
Hotelmanagement HF

**www.bensan.ch**

**I**m Jahre 2004 machte ich mich selbständig und eröffnete mit einem Freund das Restaurant Punkt in Bern. Zwei weitere Betriebe in St. Gallen und Fribourg folgten. Nach acht erfolgreichen Jahren reizte es mich erneut, etwas Neues aufzubauen,



**LiveLikeHome, München**

## Hoher Wohlfühlfaktor mit personalisierten Zimmern

**Wer bist du, was machst du?**

ist die typische Start-up-Szene-Frage. Unser Produkt heisst livelikehome und ist die erste Buchungsplattform, auf der der Hotelgast sein Hotelzimmer personalisieren kann. Unser Ziel ist es, ein Hotelbuchungsportal zu gestalten, das im Preiskampf wettbewerbsfähig ist und welches erlaubt, alle Zusatzwünsche wie z.B. Massagen, Restaurantische, Ausflüge, Blumenbouquets oder ein paar Badeperlen von Zuhause «ins» Zimmer zu buchen. Je nachdem, was der Hotelier anbieten will und kann.

**Welchen Nutzen hat das für den Reisenden?**

Bei Ankunft liegen alle gebuchten Artikel ohne zeitaufwändigen Telefon- oder E-Mail-Verkehr zur Verwendung im Zimmer. Wir bieten eine Plattform, auf der Hoteliers keine Grenzen kennen, um spezielle Zusatzleistungen anzubieten, die im Vorfeld buchbar sind.

**Welche Vorteile hat der Hotelier?**

Das Angebot im Zimmer, die Preise für optionale Buchungen und die Zimmerpreise bestimmt

er selbst. Es werden keine Zimmerkontingente zu Dumpingpreisen von uns eingekauft. Die Kommission für eine weitergeleitete Buchung beträgt 0,0%, und jeder Mehraufwand, der dem Hotel entsteht, wird vergütet.

**Wie verdienen wir Geld?**

Hat ein Hotel 75 Zimmer, bezahlt es eine einmalige monatliche Gebühr von 4 CHF pro Zimmer. Das macht im Monat eine Abonnementzahlung von 300 CHF.

**Andreas Bäuerl**

**Abschlussjahr: 2013**

**Aktuelle Funktion:**  
Geschäftsführer livelikehome

**Erstausbildung: Hotelkaufmann**

**www.livelikeyhome.com**

Silver Cigar Lounge AG, Schleinikon

# Eine Zigarren-Lounge auf Rädern

**J**a, vielleicht muss man ein bisschen verrückt sein, eine solche Idee umzusetzen. Die Überlegung dahinter ist allerdings eine simple: Aficionados haben immer weniger Zufluchtsorte aufgrund des restriktiven Rauchgesetzes. Bei uns kommt daher der Zigarrenraucher nicht in die Lounge, sondern die Lounge kommt zu ihm.

2010 fragte mich mein jetziger Geschäftspartner Kurt Blum, ob ich mit ihm dieses spannende Projekt in Angriff nehmen möchte. Kurts Disziplin und

meine Kreativität ergänzen sich perfekt; beide sind in dieser Branche unerlässlich. Bedenken, dass wir scheitern könnten, haben wir selbstverständlich auch. Dies gehört genauso dazu wie die Euphorie und die Überzeugung. Wichtig ist, dass man einen Akzentspunkt festlegt: Kommt man ins Trudeln, sollte man den Fallschirm frühzeitig öffnen. Das setzt voraus, dass man sich immer wieder selber hinterfragt.

Zukunftspläne sind wir eifrig am Schmieden. Der nächste Schritt ist bereits getan: Seit diesem

Sommer führen wir nebst der Lounge auch das Catering meiner Eltern weiter. Für die nächsten drei Jahre haben wir klare Ziele festgelegt. «Synergien nutzen» ist ein Stichwort. Neue Ideen und Projekte sollen sich gegenseitig ergänzen und stützen können. Im Moment halten wir zum Beispiel Ausschau nach einem geeigneten Restaurant oder Hotel, um den Synergien-Kreis zu erweitern. Was uns antreibt? Es ist das tolle Gefühl, einen Gast 100% zufrieden zu stellen und ein Lächeln auf sein Gesicht zu zaubern.



**Samuel Hauser**  
Abschlussjahr: 2015  
Aktuelle Funktion: Gastgeber  
Erstausbildung:  
Koch mit Berufsmatura  
www.blum-hauser.ch



Cupcake Affair, Zürich & Bern

# Mit Cupcakes einen Traum verwirklicht

eröffnen. Die Idee mit den Cupcakes schien mir perfekt. Ich besuchte Back- und Dekorationskurse in London, eignete mir Rezepturen an, kreierte ein Branding, schrieb einen Businessplan und suchte nach einem geeigneten Standort in Zürich. Währenddessen baute ich eine kleine Website auf und backte zuhause für einige wenige Kunden, welche zufälligerweise auf mich aufmerksam wurden.

Es dauerte ein Jahr, bis ich soweit war und einen geeigneten Standort mitten im Zürcher Niederdorf fand: ein kleiner 19m<sup>2</sup> grosser Laden, welcher sich perfekt für eine Cupcake-Boutique eignete. Ein Café war darin nicht möglich. Wir entschlossen uns also mit den Gegebenheiten ausschliesslich ein Take-Away Konzept zu kreieren.

Während unser Laden in Zürich schnell bekannt wurde, erhielten wir die Möglichkeit anfangs 2013 eine weitere Filiale in Bern zu er-

öffnen. Mit der überraschend grossen Nachfrage waren wir total überfordert und wir haben die ersten sechs Wochen täglich bis zu 16 Stunden in der Produktion gearbeitet. Wir mussten das Team auf das Doppelte vergrössern und nachträglich in bessere und grössere Infrastruktur in der Produktion investieren.

Ich habe in den wenigen Jahren als Unternehmerin gelernt, dass nicht nur Disziplin und Durchhaltevermögen wichtige Eigenschaften sind, sondern es braucht auch die richtige Idee zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort. Die Qualität eines Produktes ist ausschlaggebend. Wer in diese nicht investiert, kann nicht überleben. Was treibt mich als Unternehmerin an? Ein besseres Produkt, ein besseres Ambiente und eine bessere Dienstleistung zu bieten als der Mitbewerber. Unser Plan ist, ein bis zwei weitere Läden aufzubauen.

**A**ngefangen hatte es damit, dass ich nach meinem Abschluss an der Hotelfachschule Thun in England arbeitete und dort zum ersten Mal auf Cupcakes gestossen bin. Im 2008, zurück in der Schweiz, trat ich eine Stelle als Betriebsassistentin in einem Personalrestaurant an und fühlte mich bald gelangweilt. Nach Jahren beschloss ich, mich auf ein eigenes Geschäft vorzubereiten. Ich hatte immer den Traum, ein eigenes Cafe zu

**Melanie Jones**  
Abschlussjahr: 2006  
Aktuelle Funktion:  
Inhaberin Cupcake Affair  
Erstausbildung:  
Matura Typus E  
www.cupcake-affair.ch

Mund'Art Event GmbH, Bern

## Caterings mit dem Brettchen-Schälchen-System

**D**as Salz in der Suppe der Innovation ist eine Prise Glück – und die war mir mit meinem Projekt gegönnt. Seit 2009 ist das Berner Catering-Unternehmen «Mund'Art» gastronomischer Partner des Freilichttheaters «Madame Bissegger». Noch während meiner Ausbildung an der Hotelfachschule Thun wurde ich von «zMund'Art» für die Leitung der Theater-Restaurations angefragt. Es war für mich eine grossartige Gelegenheit – das Thema meiner Diplomarbeit war definiert. Sie widmete sich der Frage, wie die Bedürfnisse der Gäste des Freilichttheaters am besten befriedigt werden können in einem stillgelegten Steinbruch, der weder mit Strom erschlossen noch ans Arasystem angebunden ist. Mein An-

spruch war es, ein Konzept zu entwickeln, welches der Diversität der Gäste Rechnung trägt. Es entstand ein Restaurant mit drei Bereichen:

1. *Kombi-Ticket* — Der Gast kauft sich das Ticket für die Vorstellung inklusive 3-Gang-Menü.

2. *Bistro* — Im zur Bar umgebauten Bauwagen werden Hot Sandwiches und sommerliche Drinks angeboten.

3. *Selbstbedienung* — Verschiedene Speisen sind in Schälchen angerichtet und werden in einer warmen und einer kalten Vitrine präsentiert. Der Gast bezieht an der Bar ein Holzbrettchen, welches Platz für 2,3 oder 5 Schälchen bietet und bestückt



diese selbst mit einer beliebigen Auswahl aus den Vitrinen. Das Brettchen-Schälchen-System wird den unterschiedlichsten Erwartungen und Wünschen der Gäste gerecht und besticht durch seine Einfachheit. Durch die Sichtbarkeit der Speisen wird die Transparenz erhöht und der Gast weiss im Voraus, was er für sein Geld erhält. Innerhalb eines Tages können die Komponenten variieren und das Angebot kann der Witterung oder saisonalen Verfügbarkeiten angepasst werden. All diese

Aspekte führen schlussendlich dazu, dass der Theaterbesucher des Lobes voll ist für das Essen und ihm auch die Gastronomie als wichtiger Teil seines Theaterbesuchs in Erinnerung bleibt.

**Mathias Dauwalder**  
Abschlussjahr: 2012  
Aktuelle Funktion:  
Projektleiter Gastronomie  
Erstausbildung: Primarlehrer  
Weiterbildung ab Dezember 2013:  
Koch  
[www.mund-art.ch](http://www.mund-art.ch)



Remo Neuhaus photography, ganze Schweiz

## Vom Magen ins Auge

mente sind es, welche mich immer wieder antreiben.

Unabhängig von der Materie, mein Ehrgeiz wird immer vom gleichen Elixier angestachelt: Ich will Schönes schaffen, den Menschen Freude und Musse bereiten, sie in Szene setzen. Ob Filetto di Manzo oder Tignanello im Lorenzini, Roger Federer oder Sylvie van der Vaart im «DuDu», Mark Streit oder ein Oberengadiner Bergbauer vor der Linse – stets bin ich mit dem akribischen Eifer fürs Detail bemüht, die richtigen Puzzlesteine zusammenzufügen, die Stärken jedes Einzelnen hervorzukitzeln, unaufgesetzten Glamour in die harmoniebedürftige Berner Menschengemeinde zu zaubern.

In Zukunft möchte ich weiterhin meinen beiden Leidenschaften nachgehen, meine über 25 Jahre Erfahrung in der Gastronomie weitergeben. Wir (meine Frau und ich) haben uns auf Social Media, Events und Webauftritte für die Gastronomie spezialisiert. Dazu kommen oft auch ganze Konzeptionen inklusive Begleitung im strategischen Bereich. Dies kann ich auch optimal mit meinem Standbein Fotografie kombinieren. Dort habe ich mich auf Portraits, Reportagen und Commercials spezialisiert. So lässt sich das Schöne mit der Arbeit verbinden; oft kommt es nach der Arbeit auch zu einem guten Essen.

**Remo Neuhaus**  
Abschlussjahr: 1995  
Aktuelle Funktion:  
Selbständiger Unternehmer  
(Fotograf & Consulting)  
Erstausbildung: Koch  
[www.remoneuhaus.com](http://www.remoneuhaus.com)  
[www.neuhaus-c.ch](http://www.neuhaus-c.ch)



**Was motiviert Sie, das Präsidium der Hotelfachschule Thun zu übernehmen?**

Einerseits die Wichtigkeit von Weiterbildung – speziell in unserer Branche. Andererseits bleibt man im Kontakt mit jungen Leuten selbst auf dem Laufenden und setzt sich immer wieder mit neuen Themen auseinander.

**Wo sehen Sie die Stärken bzw. Schwächen der Hotelfachschule Thun?**

Jede Schule hat ein eigenes Gesicht. Interessierte haben die Wahl zwischen mehreren sehr guten Hotelfachschulen. Als unsere Stärke ist der Praktiker-Ansatz zu sehen und dass wir einen hohen Anteil an Berufsleuten ausbilden. Diese bringen bereits Branchenwissen mit und können während der Ausbildung auf diesen Erfahrungen aufbauen.

**Gibt es bereits Projekte, die Sie als Präsident umsetzen werden?**

Wir sind mitten im Strategieprozess. Es gilt nun, die Strategie zu konsolidieren, die primären Handlungsfelder zu definieren und daraus die Projekte abzuleiten. Erst dann können Projekte lanciert werden.

**Welche Erwartungen muss ein Abgänger erfüllen?**

Der Anspruch ist, dass er einen Betrieb erfolgreich führen kann. Die Hotellerie ist eine KMU-Branche. Für das Überleben eines Unternehmens ist wichtig, dass es die laufenden Betriebskosten zahlen kann, Innovationen hervorbringt und den Fortbestand dadurch sichert, dass es einen Gewinn erwirtschaftet. Ein erfolgreicher Absolvent unserer Schule sollte sich in diesem Spannungsfeld bewähren können.

**Welche Erfahrungen machen Sie als Direktor des Hotels Bern mit Thuner Absolventen?**

Wir machen sehr gute Erfahrungen und es ist auffallend, dass die meisten Studierenden schon wissen, in welche Richtung sie gehen wollen. Das macht es für einen Arbeitgeber einfacher, gezielt diejenigen herauszuspicken, die er braucht.

**Wie beurteilen Sie Ihren persönlichen Ausbildungs- und Berufsweg?**

Bildung war immer ein wichtiger Bestandteil meines beruflichen Werdegangs. Ich habe eine Kochausbildung gemacht und war anschliessend 1 Jahr an der High School in Ley-sin. Daraufhin habe ich die Hotelfachschule Luzern absolviert und im Anschluss noch das NDS in Hotelmanagement an der Hotelfachschule Thun. Ich weiss nicht, was ich hätte anders machen sollen. Wichtig ist, die Möglichkeiten auszuschöpfen und sich immer möglichst viele Optionen offen zu halten.

**Wie fördern Sie Ihre Mitarbeiter im Hotel Bern?**

Wir legen grossen Wert auf Aus- und Weiterbildung. Beispielsweise haben wir jetzt gerade eine Restauranteröffnung realisiert. Das war eine speziell gute Gelegenheit zur Förderung von Sozialkompetenz, Teamentwicklung, Verkaufs- und Produktschulung. Aber wir fordern langjährige Mitarbeiter auch auf, Weiterbildungen zu machen oder eine Berufsvorbereitung nachzuholen. Zeigt ein Mitarbeiter Leistung und Interesse, bekommt er unsere Unterstützung.

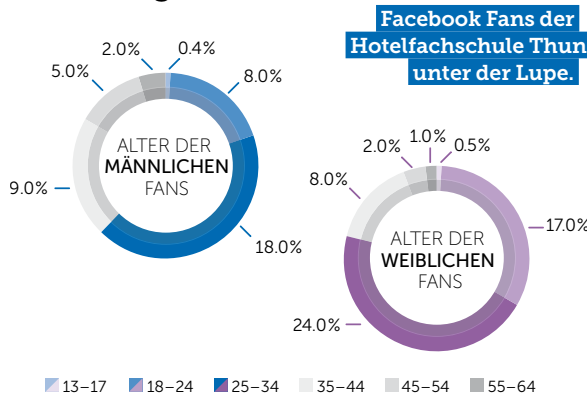
Das Interview führten Johanna Meier und David Perren.

**SOCIAL MEDIA**

Das Web 2.0 und Social Media Plattformen bestimmen zunehmend das Informations- und Kommunikationsverhalten im Alltags- und Berufsleben. In den vergangenen Monaten haben wir unsere Aktivitäten auf diesen Plattformen laufend ausgebaut und berichten über aktuelle Anlässe, Aktivitäten unserer Alumnis, Veränderungen in der Schule, Ausflüge, aber wir liefern auch Brancheninformationen.

facebook.com/hfthun

**Schon gewusst?**



**53% der Fans sind Frauen. Montags werden die meisten Beiträge gesehen. 42% der Fans sind zwischen 25-34 Jahre alt. Um 21 Uhr sind die meisten online. 40% der interaktiven Nutzer sind zwischen 18-24 Jahre alt.**

**AKTUELLES**

Informieren Sie sich auf [www.hfthun.ch](http://www.hfthun.ch) über unsere aktuellen Anlässe und die monatlich stattfindenden Informationsnachmittage!



**Impressum**

Herausgeberin & Redaktion Hotelfachschule Thun Mönchstrasse 37, Postfach 113, CH-3602 Thun, info@hfthun.ch, www.hfthun.ch  
 Gestaltung Partner & Partner, Winterthur Fotos Remo Neuhaus Photography. Wir danken unseren Absolventen für die zur Verfügung gestellten Fotos. Druck Gerber Druck AG, Steffisburg Ausgabe #1 16000 Exemplare