

Zeitschrift: HTR Hotel-Revue

Herausgeber: hotelleriesuisse

Band: - (2013)

Heft: 46

Anhang: Host : das Magazin der Hotelfachschule Thun

Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

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, wodurch 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 (vgl. Artikel links).

Der Studienverlauf nach neuem Rahmenlehrplan

1. Semester / 8 Wochen Unterricht¹

Vermittlung der Küchengrundlagen mit kulinarisch und hygienisch hochwertiger Verarbeitung der Speisen

4 Monate Praktikum¹

2. Semester / 19 Wochen Unterricht²

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. Hôtière-Restauratrice HF» / «dipl. Hôtelier-Restaureur HF»

¹ Studierende mit EFZ als Kochin/Koch sind dispensiert

² Je nach Vorkenntnissen sind Dispensationen von verschiedenen Modulen möglich.

Viel Lesevergnügen
und Inspiration wünscht Ihnen
Christoph Rohn



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, Heuschober, Stadtplätze, Dächer etc.

Spezialisierung und Qualität als USP

MITARBEITER

Quereinsteiger, die sich einen Traum verwirklichen

Mehr ausländische Mitarbeiter verlangen neue Ausbildungskonzepte.

Wo sind die Köche?

Mobiler, flexibler bei Jobauswahl und Jobwechsel

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

Youtube Videos

INVESTITIONEN

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

Ausbau der Informations-technik zur Gratisnutzung

Das Badezimmer als kleiner Wellnessbereich

WaitersRace, Thun

Spass und Sportgeist fördern die Zusammenarbeit im Gastgewerbe

Für 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 Waiters-Races durchführen und so den Zusammenhalt und die Wertschätzung innerhalb des Gastgewerbes sowie der Hotellerie besser werden.



Stephan Rieder

Abschlussjahr: 2011

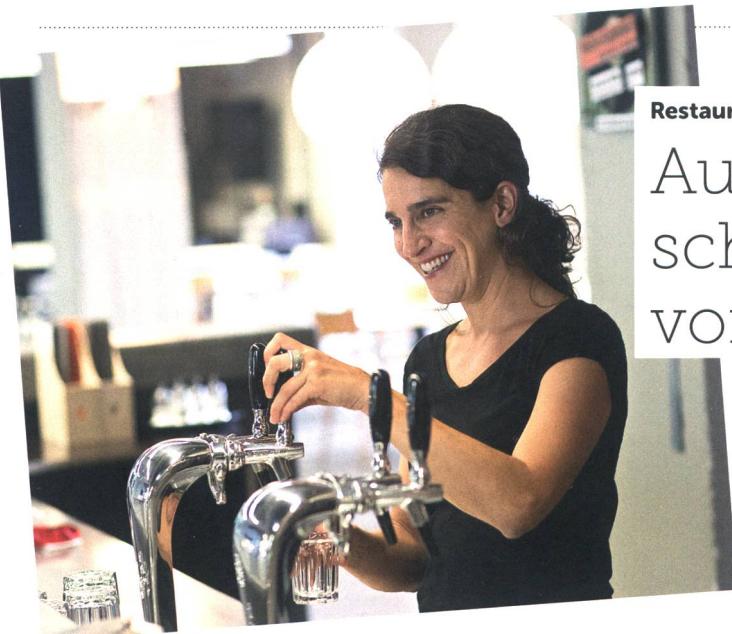
Stv. Geschäftsführer Alpha Thun

Erstausbildung:

Koch / Servicefachangestellter

www.waitersrace.ch**Restaurant Im Quadrat, Zollikofen**

Augen- und Gaumenschmaus inmitten von Designmöbeln



Karin Lehmann

Abschlussjahr: 2007

Aktuelle Funktion:

Betriebsleiterin Restaurant im Quadrat

Erstausbildung:

Matura Typus B/Primarlehrerin (Lehrerinnenseminar)

www.imquadrat.ch

Das 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

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 industrialem 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, frisches, 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.

**Bensan Gourmet, Uetendorf**

Vom Restaurant zur Lebensmittelproduktion

Imbrahim Ben
Abschlussjahr: 2001
Aktuelle Funktion:
Geschäftsführer und Inhaber
der Bensan AG
Erstausbildung:
Koch- und Servicelehre
Weiterbildung:
Nachdiplomstudium
Hotelmanagement HF
www.bensan.ch

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 Schwerpunkt 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.

**LiveLikeHome, München**

Hoher Wohlfühlfaktor mit personalisierten Zimmern

Wer bist du, was machst du? ist die typische Start-up-Szene-Frage. Unser Produkt heisst live-likehome 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, Restauranttische, Ausflüge, Blumenbouquets oder ein paar Badeperlen von Zuhause «ins» Zimmer zu buchen. Je nach dem, 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.livelikehome.com

Silver Cigar Lounge AG, Schleinikon

Eine Zigarren-Lounge auf Rädern

Ja, 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 Aktionspunkt festlegt: Kommt man ins Trudehn, 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: 2013

Aktuelle Funktion: Gastgeber

Erstausbildung:

Koch mit Berufsmatura

www.blum-hauser.ch



Melanie Jones

Abschlussjahr: 2006

Aktuelle Funktion:

Inhaberin Cupcake Affair

Erstausbildung:

Matura Typus E

www.cupcake-affair.ch

Angefangen 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

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 Rezepte 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 19m² 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.

Mund'Art Event GmbH, Bern

Caterings mit dem Brettchen-Schälchen-System

Das 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-Restauration 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 Ara-System angebunden ist. Mein Anspruch 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 Wittring 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



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 hervorzuheben, un aufgesetzten 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 Porträts, 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

www.neuhaus-c.ch



Unsere Stärke ist die Praxisorientierung

Johanna Meier und David Perren (Studierende im Diplomsemester) im Interview mit Philipp Nämpfli, zukünftiger Präsident Hotelfachschule Thun

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 herauszupicken, 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 Leyzin. 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 Berufsschule nachzuholen. Zeigt ein Mitarbeiter Leistung und Interesse, bekommt er unsere Unterstützung.

AKTUELLES

Informieren Sie sich auf www.hfthun.ch über unsere aktuellen Anlässe und die monatlich stattfindenden Informationsnachmittage!

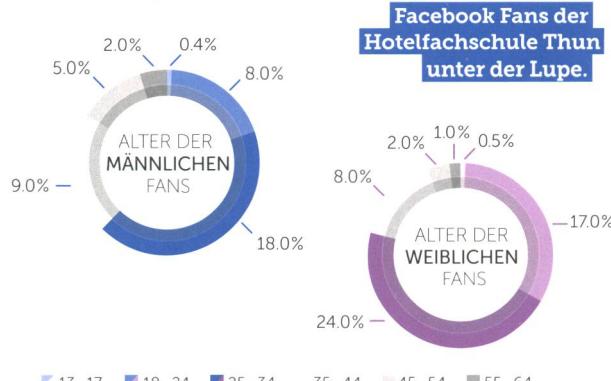


SOCIAL MEDIA

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.

Impressum

Herausgeber & 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