

# FÜR DIE ZUKUNFT GEWAPPNET

Spannend und aufschlussreich sind die Seminare mit den Studierenden der Hotelfachschule Thun, wenn es darum geht, wie integrierte Kommunikation und Public-Relations-Massnahmen in den Betrieben umgesetzt werden sollen. Die Studierenden lernen in ihrer theoretischen und praktischen Ausbildung, wie wichtig es ist, Kommunikation gezielt einzusetzen und sie zu einem integrierenden Bestandteil ihrer täglichen Leitungsaufgaben zu machen.

## **Public Relations für alle?**

Ist denn PR etwas für jeden Betrieb? Ja! Unabhängig von Grösse und Ausrichtung wünscht sich jede Firma einen gewissen Bekanntheitsgrad, will seine Zielgruppen erreichen, seine Positionierung sicherstellen und seine Geschichte erzählen. Eine transparente, regelmässige und seriöse Kommunikation ist das richtige Instrument, um das Image aufzubauen, zu korrigieren oder zu halten, intern und extern Vertrauen aufzubauen sowie die Botschaften gezielt zu platzieren.

## **«Mise-en-place»**

Auch für die Kommunikation ist eine «Mise-en-place» nötig. Mit einem pragmatischen Kommunikationskonzept: Abgeleitet aus der Strategie und den Zielen der Gesamtorganisation wird die interne und externe Kommunikation definiert. Die Analyse der Unternehmung und des Umfeldes liefert wertvolle Erkenntnisse. Sind die Kommunikationsziele formuliert, werden die passenden Instrumente und Kanäle gewählt sowie die Botschaften formuliert. Auch die Stra-

tegie wird verfeinert: push oder pull – agieren oder reagieren? Sind diese Elemente in einem Plan zusammengeführt, steht der professionellen Kommunikation nichts mehr im Weg. Zugegeben, diese Anleitung ist hier oberflächlich gehalten: Die Studierenden an der Hotelfachschule Thun vertiefen Punkt für Punkt und üben die Umsetzung an Praxisbeispielen. Instrumente werden verfeinert, Medienmitteilungen verfasst, Gespräche mit Behörden und Nachbarn für Hotelumbauten simuliert und nicht zuletzt die persönlichen Botschaften einstudiert.

## **Persönliche Kommunikation**

Die Studierenden schliessen das Diplomsemester mit Praxisarbeiten ab, die von ihnen fachliche und persönliche Kommunikation verlangen. Der «Elevator Pitch» bzw. die Zweiminutenrede bringt manch verborgenes Talent sowie spannende Botschaften an den Tag und schenkt Sicherheit für die künftigen Auftritte. Zeit in die Kommunikation zu investieren, lohnt sich! Dann, wenn intern die Botschaften bekannt sind und gelebt werden, wenn extern das gewünschte Image in der Öffentlichkeit vorherrscht, dann ist das Ziel erreicht: mit einem wirkungsvollen Auftritt.



---

Valérie Burnier  
Dozentin PR/Kommunikation  
and der Hotelfachschule Thun  
[Valerieburnier.com](http://Valerieburnier.com)