



WTT  
YOUNG  
LEADER  
AWARD

Praxisprojekt Marktforschung  
für die Hof Weissbad AG

v.l.n.r.: **Cyrill Thrier**, Lachen; **Luca Meriano**, Rapperswil; **Chiara Rohner**, St. Gallenkappel; Projektleiterin, **Sergio Kühne**, Rieden; **Marcel Brunner**, Hombrechtikon; **Tobias Gschwind**, Kilchberg

# Gästegeneration der Zukunft: Bedürfnisse, Erreichbarkeit und Potenziale

Das Hof Weissbad steht vor der Herausforderung, dass viele der Stammgäste mittlerweile über 70 Jahre alt sind. Entsprechend gilt es für das Hotel, sich mit einem entsprechenden Angebot und Marketingmassnahmen auch verstärkt auf eine jüngere Zielgruppe der 40- bis 65-jährigen Gäste zu fokussieren und diese anzusprechen.

## Methodik

Die Marktforschung beinhaltete eine qualitative Erhebung mit bestehenden Gästen sowie Mitarbeitenden, welche zusammen mit der Sekundärrecherche die Basis für die quantitative Befragung gebildet hat. Mittels Streuung und Mailversand haben 1'155 bestehende, ehemalige und potenzielle Gäste die Online-Umfrage ausgefüllt. Ziel dieser Befragung war es, die Zielgruppe, die Erreichbarkeit der Gäste sowie das gewünschte Angebot zu analysieren. Parallel dazu wurden Aktionär/-innen an der GV befragt und verschiedene Kreativitätstechniken angewendet, um eine Idee für die Verbesserung des individuellen Kundenbedürfnisses oder die Schaffung eines Mehrwerts für das Hotel Hof Weissbad AG zu erarbeiten.

## Ergebnisse

Die Projektgruppe hat herausgefunden, dass Sportangebote in der Natur, Appenzeller Kulturangebote und insbesondere Wellness wichtige Angebote sind, die bei der Zielgruppe, unabhängig von Alter, Geschlecht und Begleitperson am ehesten zu einer Buchung im Hof Weissbad führen würden. Yoga-, Pilates- und Meditationsangebote sind zudem wichtig für die weiblichen Gäste. Die Zielgruppe legt Wert auf die Möglichkeiten in der Umgebung, die Nachhaltigkeit und Regionalität sowie die kulinarische Gourmetküche. Zudem werden Kurzaufenthalte deutlich bevorzugt. Ein Grossteil der Zielgruppe nutzt WhatsApp, Facebook und Instagram, was Möglichkeiten bietet, diese mittels Social-Media-Anzeigen und -Posts, Videos, Stories und Influencer-Beiträgen zu erreichen. Für die Informationsbeschaffung sowie die Buchung bei neuen Gästen spielt die Website vom Hof Weissbad, Empfehlungen von Bekannten, das Internet allgemein sowie Buchungsplattformen eine wichtige Rolle. Aus den Kreativitätstechniken resultierten folgende Vorschläge zur Verbesserung des individuellen Kundenerlebnisses: eine Gästekarte zur Umsetzung der persönlichen Bedürfnisse der Gäste, die Etablierung einer Erlebniswelt im Hotel, sowie die Verfolgung des Trends Biohacking.

## Hof Weissbad AG

Das Hotel Hof Weissbad in Appenzell Innerrhoden wurde 1994, also vor fast 30 Jahren von Christian und Damaris Lienhard eröffnet. Mit über 200 Angestellten ist das Hotel der grösste Arbeitgeber im Kanton. Zum Hof Weissbad gehört auch das Partnerhotel, die Weissbad Lodge. Neben dem Hotel mit einer Gourmetküche bietet dieses auch einen Wellnessbereich, eine Klinik sowie einen Seminarpark.



## Kundschaft

Hof Weissbad AG  
**Christian Lienhard, CO-CEO**  
[www.hofweissbad.ch](http://www.hofweissbad.ch)

Das Projektteam hat sich intensiv mit dem Unternehmen Hof Weissbad, den verschiedenen Gäste-segmenten und der neuen strategischen Ausrichtung befasst. Es überzeugte mit einer detaillierten Analyse zur Generation «Wellnessgäste der Zukunft». Unter Berücksichtigung der Gesamt-Infrastruktur des Resorts haben sie uns spannende Inputs und gezielte Marketingmassnahmen vorgeschlagen. Herzlichen Dank für die gute Arbeit.



## Coach

OST – Ostschweizer  
Fachhochschule  
**Pascal Egloff, M.A. HSG**

Die Gruppe führte sehr gewissenhaft eine ganze Reihe an aufwendigen Untersuchungen durch. Ein besonders hoher Rücklauf und ein wertvoller Erkenntnisgewinn sind das Resultat davon. Die Arbeit zeichnet sich aber insbesondere auch durch eine sehr stringente und zielgerichtete Strukturierung aus. Eine vorbildliche Einbindung der verschiedenen Anspruchsgruppen rundet das Projekt ab.

