

KAPITEL 4

UNTERSUCHUNGSDESIGN

In den letzten Kapiteln wurde die theoretische Grundlage dieser Arbeit dargestellt (vgl. Kapitel 2) und eine detaillierte Beschreibung des Untersuchungsgebietes gegeben (vgl. Kapitel 3). Im Folgenden werden die Forschungshypothesen dieser Arbeit vorgestellt und die Methode zur Datenerhebung aufgezeigt.

4.1. Untersuchungsgegenstand

Diese Arbeit befasst sich mit Wellnesshotels am Bodensee. Ziel dieser Arbeit ist es, die Chancen und Risiken der Wellnesshotels am Bodensee zu untersuchen. Als Beispiel dafür wurde das 47° Hotel in Konstanz und Bora Hot Spa Resort in Radolfzell analysiert.

Zur Bearbeitung dieses Themas werden einige Hypothesen aufgestellt, welche im Folgenden erläutert werden:

1. Die Kunden, welche die Angebote des Wellnesshotels in Anspruch nehmen, sind am meisten Frauen und die Senioren.
2. Die Angebote, welche im Wellnesshotel sehr oft gebucht werden, ist Körper- und Behandlungsangebote
3. Die Zahl der Wellneshotelgäste steigt jedes Jahr.

4.2. Datenerhebung

Im Folgenden werden die Methoden vorgestellt, die in dieser Forschung genutzt wurden, um die notwendigen Daten zu erheben. In dieser Arbeit wurde eine primäre Datenerhebung durch den Autor durchgeführt.

4.2.1. Befragung

Im Rahmen dieser Arbeit wurde eine Befragung der Mitarbeiter der Hotels 47° und Bora Hot Spa Resort als Experten durchgeführt .

Die Befragungen der Mitarbeiterinnen des Hotels 47°, Frau Patscheck und Bora Hot Spa Resort, Frau Dagmar Gutekunst, zielt darauf ab, die wichtigsten Daten im Rahmen der Wellnesshotels am Bodensee, in diesem Fall sind Hotel 47° in Konstanz und Bora Hot Spa Resort in Radolfzell, zu erfassen.

Das Ergebnis des Interviews soll den Ist-Zustand der beiden Hotels skizzieren. Im Folgenden ist die Fragestellung des Interviews mit den Mitarbeiterinnen der Hotels aufgelistet:

1. Welche Angebote werden von Ihren Gästen am meisten ausgewählt?
2. Gibt es bestimmte Angebote für bestimmte Zeiten z.B. Jahreszeiten?
Wenn ja, welche?
3. Wie schätzen Sie die Hotelphilosophie ein?
4. Was ist die USP des Hotels?
5. Für welche Zielgruppe bietet das Hotel Angebote an?
6. Gibt es Marktsegmentierungen für Ihre Angebote?
7. Wie ist die Gästestruktur/Alter/Herkunft des Hotels?
8. Wie viele Mitarbeiter haben Sie für den Wellnessbereich?
9. Wie sind die Qualifikationen von Ihren Mitarbeitern?
10. Welche Marketingstrategie verwenden Sie für das Hotel?
11. Welche Werbemittel nutzt das Hotel?
12. Welche Vorteile hat die Lage dieses Hotels?

13. Wie viele Gäste kommen durchschnittlich?
14. Wie viel Prozent des Umsatzes machen die Zusatzleistungen und Spaleistungen aus?
15. Sind die Wellnessangebote nur für Hotelgäste? Ist es möglich, nur das Wellnessprogramm ohne Übernachtungen zu buchen?
16. Gibt es zusätzliche Leistungen in diesem Hotel? Wenn ja, welche?
17. Welche Stärken hat dieses Hotel im Vergleich zu den anderen Wellnesshotels?
18. Welche Gefahren gibt es, die diesem Hotel schaden könnten?
19. Wo sehen Sie dieses Hotel in 10 Jahren?