

A photograph of a modern, curved wooden building at dusk. The building features a prominent curved facade made of vertical wooden slats, illuminated from within, creating a warm glow. A tall, slender metal chimney rises from the roof. In the foreground, a large, curved outdoor deck made of wooden planks is visible, with several small tables and chairs arranged on it. The background shows a dark, forested hillside under a twilight sky. A large, semi-transparent circular graphic is overlaid on the right side of the image.

Herausforderung Zukunft

HOSPITALITY IM WANDEL

HOSPITALITY IM WANDEL

Nicht die Verlängerung der Vergangenheit bringt die Hotellerie in die Zukunft. Das Hotel der Zukunft muss sich vielfältigen Anforderungen stellen, denn es wird immer mehr zum Ort der Erholung & Arbeit, ein Ort der Inspiration & Gesundheit und im wesentlichen ein Ort der Kommunikation und des sozialen Miteinanders.

Hospitality ist also das zentrale und prägende Element jedes Aufenthalts. Sie übersteigt bei weitem die reine Funktionalität und steht massgeblich für die Resonanz im Gesamterlebnis. Sie ist das Schlüssel-Element für die Profilierung eines Betriebes.

Quant verfolgt im Bereich Hospitality daher den Ansatz des Destination Designs. Dabei geht es nicht um die individuelle Betrachtung eines einzelnen Objektes sondern immer um die ganzheitliche Auseinandersetzung mit den Gegebenheiten und den Einflüssen vor Ort, den heutigen und zukünftigen Bedürfnissen der Gesellschaft und den Treibern des Wandels. Darüber hinaus haben wir immer einen klaren betriebswirtschaftlichen Fokus bei der Entwicklung unserer Projekte.

Vertiefte Analyse der Einflussfaktoren

Die Grundlage für einen strukturierten Entwicklungsprozess bildet immer eine vertiefte Analyse des Marktumfelds sowie die Entwicklungen in der Branche. In diesem Zusammenhang betrachten wir Globale Megatrends – die Tiefenströme des Wandels – und deren Auswirkung auf die Gesellschaft.

Resonanz – Gesucht wird die Begegnung mit dem sogenannten «Echten» – dem lebendigen, realen Leben vor Ort.

echt

Resonanz als transformative Erfahrung ist das Grundbedürfnis des Menschen in einer wir-kulturellen Gesellschaft. Die Sehnsucht nach Verbundenheit und Gemeinschaft wächst. Das neue Grundbedürfnis heisst: Die Begegnung mit dem Echten.

persönlich

Mitarbeitende und Reisende können Resonanz vor allem dann erfahren, wenn Hospitality – als freundschaftliches Angebot von Lebensqualität und Beziehungen auf Zeit – im Kern der Unternehmenskultur steht.

emotional

Menschen wollen nicht mehr wie Kunden als Objekte einer Wirtschaft behandelt werden, sondern als Freunde einer Gemeinschaft

authentisch

Menschen haben das Bedürfnis nach Ungefiltertheit, Unverfälschtheit und sind dabei auf der Suche nach Authentizität und ehrlicher Herzlichkeit an den Orten, die sie besuchen.

Doch welche Relevanz hat dies für die eigentliche Mission, d.h. bei der Optimierung oder Entwicklung eines Hospitality Projektes? Aus Sicht von Quant bedeutet dies konkret:

- **Permanentes Streben nach überdurchschnittlicher Servicequalität**
- **Vermittlung eines zeitgenössischen und progressiven Lifestyles**
- **Konsequent nachhaltig in allen Prozessen**
- **Kundenzentrierung an allen Touch-Points**
- **Gelebtes Gastgebertum**

Schlüsselgrößen

Das Hospitalitygeschäft ist insgesamt primär ertrags- und erst in zweiter Linie kostengetrieben. Auslastung und Zimmerrate sind die Schlüsselgrößen der Hospitality, denn sie definieren den Grossteil des renditewirksamen Umsatzes.

Am Anfang steht immer eine kraftvolle Vision

Erlebnis, Authentizität, Nachhaltigkeit sind das neue Selbstverständnis der Reisenden. Auch Themen wie Regionalität, bewusster Umgang mit Ressourcen, soziale Verantwortung spielen ebenso eine wichtige Rolle, um im Bereich Hospitality glaubwürdig nachhaltig zu operieren. Und das fängt bereits bei der Vision an. Diese veränderten Grundbedürfnisse der Gäste stellen viele Hotels oder Beherbergungsbetriebe vor entsprechende Herausforderungen.

Hotels der Zukunft brauchen starke individuelle Konzepte

Als Hospitality-Experte entwickelt Quant ganzheitliche Strategien, Businesspläne und Betriebspläne für die Entwicklung von Hospitality Projekten, für klassische Hotels und alternative Beherbergungs-

betriebe. Durch umfangreiche Analysen und Standortbestimmung im Bereich der Positionierung, Marketing und Sales unterstützen wir unsere Hospitality Kunden. In Co-Creation mit unseren Kunden entwickeln wir zukunftsorientierte Strategien und differenzierende Positionierungen. Dadurch sind unsere Kunden in der Lage, sich deutlich vom Wettbewerb abzuheben und ihre Betriebe zukunftsorientiert aufzustellen.

Das Potenzial: Der Ort und das individuelle Erlebnis

Die «Destination Ich» und das eigentliche Erlebnis zählen mehr als der Ort, an dem die Ferien verbracht werden oder wo man sich zu Freizeit Zwecken aufhält. Für die Individualisierung des Einzelnen sind Beteiligung, Erkenntnis, Vernetzung, Nachhaltigkeit – ohne auf etwas verzichten zu müssen – wichtig. Es braucht dafür heute und in Zukunft individuelle Gesamtkonzepte, welche die Lebensstile der Gäste widerspiegeln. Die Themenfindung und Programmierung erfolgen dabei über das Erlebnis, über einen inhaltsgetriebenen Ansatz.

REFERENZEN

Peaks Place

Entwicklung Marke, integrales Brand Management, Partnermanagement, Kommunikationsmanagement unter Einbezug aller Stakeholder und zielgerichteter Wirkungsmessung. Darüber hinaus ist Quant als Betreiberin verantwortlich für das Management sowie die operative Betriebsführung in allen Bereichen.



Matterhorn Group

Evaluierung und Entwicklung einer umfassenden Positionierung und Vermarktungsstrategie für die Hotelbetriebe der Matterhorn Group inklusive Massnahmenkonzeption und Detaillierung der Umsetzung. Als verlängerte Werkbank stellt Quant die Implementierung der Umsetzung innerhalb der Unternehmung sicher.



Kartause Ittingen

Entwicklung der strategischen Roadmap auf der Basis eines «Future Room». Anschliessend wird das Leistungs- und Angebotsportfolio gezielt auf sich verändernde Marktsituationen ausgerichtet und weiterentwickelt. Ein Fokus liegt dabei auf der abteilungsübergreifenden Zusammenarbeit, um die Wahrnehmung des Gesamtportfolios zu stärken und den Markterfolg langfristig zu sichern.



Gorfion Malbun

Im Rahmen eines Coaching-Programms von HotellerieSuisse wurden im Hotel Gorfion bereits Optimierungspotenziale identifiziert und erste Massnahmen umgesetzt. Entwicklung Betriebsoptimierung, Businessplanung und langfristige Strategie mit dem Ziel: Erweiterung des Angebots, Schärfung der Positionierung des Hotels.



ZUKUNFT GESTALTEN

Als Individuen und Unternehmungen wie auch Organisationen sind wir Tag für Tag gefordert: Globalisierung, Umwelt, Gesellschaft, Demokratie und Technologie – diese sich überlagernde Krisenphänomene stellen uns vor immer neue Herausforderungen.

Wie können Unternehmen die Herausforderung Zukunft erfolgreich gestalten? Der Wandel beginnt mit dem Entwickeln eines Zukunftsbilds, das sich aus einem tieferen Verständnis der inneren Verfassung einer Unternehmung und der äusseren Kräfte der Märkte ergibt. Solche Zukunftsbilder setzen den Rahmen für neue Geschäftsmodelle, Marktpotenziale und Wachstumschancen.

Dafür beobachtet Quant kontinuierlich die Verhaltensmuster der Konsumenten, analysiert Zukunftstrends und versteht die Werthaltung verschiedener Kulturen und Communities. So vielfältig und unterschiedlich die Kundenbedürfnisse und Projekte sind, so stringent und konsistent ist unser Leistungserbringungsprozess. Jedem unserer Projekte liegt das Quant Framework zugrunde. Diese integrale Strategieentwicklung mittels eines hybriden Ansatzes richtet sich nach den drei Phasen «Ausrichtung», «Konzeption» und «Umsetzung». Unsere Strategie- und Entwicklungsmethodik kombiniert transparent

die Paradigmen strategischen Managements mit den Paradigmen der Agilität. So erarbeiten wir kreative Lösungen und objektive Entscheidungsgrundlagen.

Durch Interdisziplinarität und Methodenkompetenz sind wir in der Lage, unternehmerische Fragestellungen ganzheitlich und strukturiert zu bearbeiten. Dabei fokussieren wir unser Know-how und Engagement auf folgende Kompetenzbereiche:

- **Strategieberatung**
- **Tourismus**
- **Immobilien**
- **Markenentwicklung**
- **Hospitality**
- **Investoren- und Betreibersuche, Fundraising**

Durch die Integration des spezifischen Wissens unserer Kunden entstehen kreative Ideen, sinnhafte Lösungen und objektive Entscheidungsgrundlagen. Unser Anspruch ist es, Werte zu schaffen und Unternehmer:innen zu befähigen, die richtigen Entscheidungen für ihren Betrieb oder Organisation zu fällen, um die Herausforderung Zukunft erfolgreich zu gestalten.

Möchten Sie mehr über unser konkretes Leistungsspektrum erfahren? Let's talk.