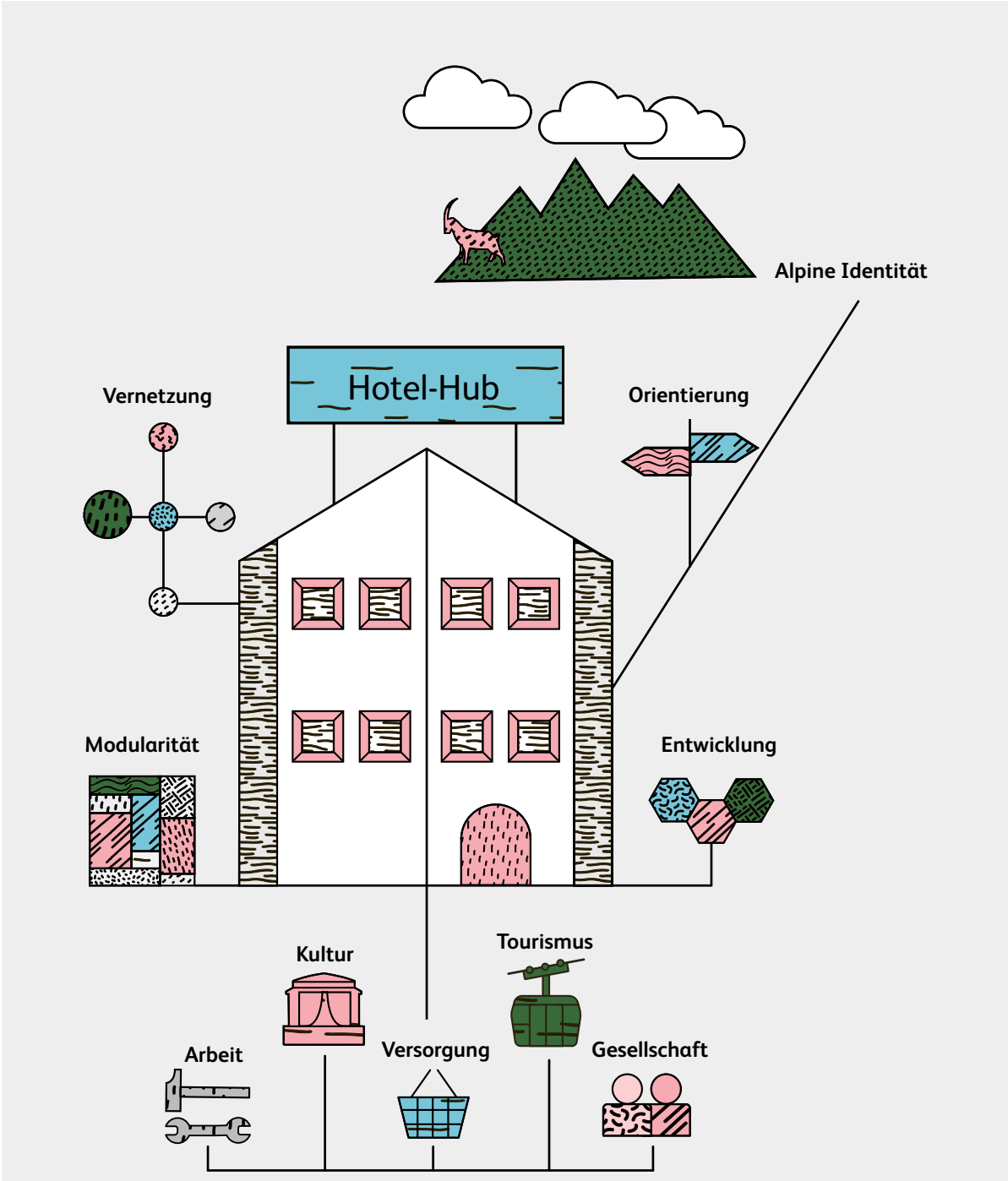
HSLU Hochschule Luzern

**Wirtschaft**
Institut für Tourismus
und Mobilität ITM

# Toolbox
# «Hotel als Hub»




FH Zentralschweiz

# Toolbox

# Inhaltsverzeichnis


Toolbox 2

1. Einführung 4
1.1. Mehrwerte eines Hotels als Hub 5
1.2. Konzeptioneller Rahmen 6
1.3. Entstehung der Toolbox 7

2. Anleitung Toolbox 8

3. Arbeitsschritte & Vorlagen 11
3.1. Projekt aufgleisen 11
3.2. Situationsanalyse 11
3.3. Auslegeordnung mit Partner (Round Table) 12
3.4. Ideen für Hub-Konzept entwickeln 12
3.5. Ideen mit Involvierten besprechen (Begehung) 13
3.6. Synthese 14
3.7. Konkretisierung Hub-Konzept 14
3.8. Umsetzung 14

4. Hub-Funktionen 16

5. Hub-Modelle 18

6. Best Practices 28

7. Unterstützung & Kontakte 30
7.1. Prozessunterstützung/-begleitung 30
7.2. Finanzierungsquellen 30

8. Schlusswort 32

# Hub-Funktionen


## 1. Einführung 34

## 2. Versorgung 36

2.1. Lebensmittelladen 37
2.2. Postfiliale mit Partner 37
2.3. Bäckerei 38
2.4. Regionale Produkte: Shop, Abo-Boxen 38
2.5. Apothekenautomat 39
2.6. Gesundheitsnahe Dienstleistungen 39
2.7. Haustier-Service mit tierärztlicher Versorgung 40
2.8. Coiffeur- und Beautyservice 40
2.9. Lokaler Einkaufs- und Lieferdienst 41
2.10. Lokaler Fahrdienst 41
2.11. Bibliothek der Dinge 42
2.12. Repair-Café 42

## 3. Gesellschaft 43

3.1. Ein Tisch für alle 44
3.2. Generationencafé 44
3.3. Spiel- und Begegnungsangebote 45
3.4. Spielbereich für Familien 45
3.5. Kurs- und Freizeitangebote 46
3.6. Gemeinschaftsgarten und Gärtnerei 46
3.7. Marktplatz 47

## 4. Kultur 48

4.1. Kulturveranstaltungen 49
4.2. Kinoabende 49
4.3. Kreativraum 50
4.4. Künstlerresidenz 50
4.5. Kleines Regionalmuseum mit Wechselausstellungen 51

## 5. Arbeit 52

5.1. Co-Working und flexible Arbeitsplätze 53
5.2. Wohnen auf Zeit 53
5.3. Kinderbetreuung 54
5.4. Verkaufs- und Pop-up-Flächen 54
5.5. Offene Werkstatt 55
5.6. Geteilte Unternehmensdienstleistungen 55
5.7. Kompetenzzentrum für Wissenstransfer 56
5.8. Bildungsangebote 56
5.9. Geteilte Arbeitsmodelle 57
5.10. Integration und Arbeitsinklusion 57

## 6. Tourismus 58

6.1. Serviceplattform für Ferienwohnungen und Beherbergungsbetriebe 59
6.2. Dorfhotel 59
6.3. Gästeinformation und Skischulbüro 60
6.4. Stellplätze mit Hotelinfrastrukturnutzung 60
6.5. Escape Rooms 61
6.6. Umkleide- und Duschinfrastruktur für Sporttreibende 61
6.7. Sportgeschäft und Sportservice 62
6.8. Carsharing 62
6.9. Elektroladestation für Autos 63

## 7. Bewertung und Priorisierung der Hub-Funktionen 64

7.1. Dienstleistungen nach Nutzungswert 65
7.2. Hub-Funktionen nach Aufwand und Potenzial bewerten 68

Impressum 71

# 1. Einführung

Der demografische und strukturelle Wandel stellt viele ländliche und alpine Regionen vor zunehmende Herausforderungen. Abwanderung, Digitalisierung und Globalisierung führen dazu, dass lokale Dienstleistungsangebote wie Poststellen oder Lebensmittelgeschäfte verschwinden und die Grundversorgung zunehmend reduziert wird. Gleichzeitig geraten bestehende Anbieter unter Druck, da sie mit sinkender Nachfrage und begrenzten personellen Ressourcen konfrontiert sind. In diesem Umfeld sind auch Hotels gefordert, ihre Rolle neu zu denken, da sie sich traditionell stark auf Übernachtung und Verpflegung von Gästen konzentrieren.

Ein zukunftsorientierter Ansatz besteht darin, Hotels als multifunktionale Hubs zu positionieren, die über ihre klassische Funktion hinausgehen. Durch die Integration zusätzlicher Dienstleistungen können sie Versorgungslücken schliessen, neue Zielgruppen ansprechen und alternative Ertragsquellen erschliessen. Gleichzeitig leisten sie einen wichtigen Beitrag zur regionalen Entwicklung, indem sie soziale Treffpunkte schaffen, die Attraktivität der Region steigern und zur Sicherung von Arbeitsplätzen – idealerweise ganzjährig – beitragen. Als solche übernehmen Hotels auch eine erweiterte, regionalpolitische Rolle, von der sowohl Gäste als auch die lokale Bevölkerung profitieren.

## 1.1. Mehrwerte eines Hotels als Hub

Ein Hotel als Hub hat die Möglichkeit, je nach Umsetzung, viele Mehrwerte für das Hotel selbst, aber auch für die Ortschaft bis hin zur Region zu bieten.

**Versorgung & Angebot**

Hotels als Hubs können Versorgungslücken schliessen und bestehende Infrastrukturen nutzen, um zusätzliche Angebote für Gäste und die lokale Bevölkerung bereitzustellen.

- Ergänzung und Sicherung fehlender Dienstleistungen in ländlichen/alpinen Regionen
- Erweiterung des Angebots für Gäste und lokale Bevölkerung
- Nutzung bestehender Infrastruktur für neue Funktionen

**Wirtschaftliche Mehrwerte**

Durch die Erweiterung ihres Leistungsspektrums können Hotels neue wirtschaftliche Potenziale erschliessen und ihre Zukunftsfähigkeit stärken.

- Erschliessung zusätzlicher Ertragsquellen
- Ansprache neuer Zielgruppen über klassische Hotelgäste hinaus
- Stärkung der wirtschaftlichen Resilienz des Hotelbetriebs

**Arbeitsmarkt & Regionalentwicklung**

Die Hub-Funktion eines Hotels kann zur Stabilisierung des regionalen Arbeitsmarkts beitragen und die Entwicklung ländlicher und alpiner Regionen unterstützen.

- Erhalt bestehender Arbeitsplätze
- Schaffung neuer Arbeitsmöglichkeiten (idealerweise ganzjährig)
- Beitrag zur Reduktion der Abwanderung, insbesondere junger Menschen

**Soziale Mehrwerte**

Als zentraler Treffpunkt kann das Hotel den Austausch zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen fördern und das gesellschaftliche Leben bereichern.

- Begegnungsort für Einheimische und Gäste
- Förderung des sozialen Austauschs und der Gemeinschaft
- Beitrag zur Attraktivität der Region als Lebensraum

**Netzwerke & Kooperationen**

Hotels als Hubs schaffen Verbindungen zwischen lokalen Akteuren und fördern Kooperationen, von denen die gesamte Region profitieren kann.

- Aufbau und Stärkung lokaler und regionaler Netzwerke
- Plattform für Kooperationen mit verschiedenen Stakeholdern
- Integration des Hotels als aktiver Bestandteil des regionalen Lebens

**Strategische Rolle des Hotels**

Die Entwicklung zum Hub erweitert die traditionelle Rolle des Hotels und stärkt dessen Bedeutung als wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Ankerpunkt in der Region.

- Positionierung als multifunktionaler Hub statt als reinen Beherbergungsbetrieb
- Übernahme von erweiterten, auch regionalpolitisch relevanten Funktionen
- Verbindung von ökonomischer und sozialer Nachhaltigkeit

## 1.2. Konzeptioneller Rahmen

Die im vorherigen Kapitel aufgezeigten Mehrwerte verdeutlichen das Potenzial eines Hotels als Hub. Je nach Standort, Zielgruppen und regionalen Gegebenheiten können diese unterschiedlich kombiniert und ausgestaltet werden. Entscheidend ist nicht die Anzahl der Funktionen, sondern deren Beitrag zu den Bedürfnissen der Region und ihrer Nutzerinnen und Nutzer.
Das Hotel wird als multifunktionaler Hub verstanden, der über die klassische Beherbergung hinaus weitere Aufgaben übernimmt – als Begegnungsort, Arbeitsplatz, Versorgungsstelle, kultureller Treffpunkt und touristischer Ausgangspunkt.

Die Abbildung 1 veranschaulicht dieses Verständnis und dient als Orientierung für die Toolbox. Sie zeigt die fünf zugrunde liegenden Prinzipien:

**Orientierung** schafft eine gemeinsame Struktur. Die Grafik und die Toolbox unterstützen dabei, Potenziale zu erkennen, Handlungsfelder einzuordnen und passende Entwicklungsmöglichkeiten systematisch zu erschliessen.

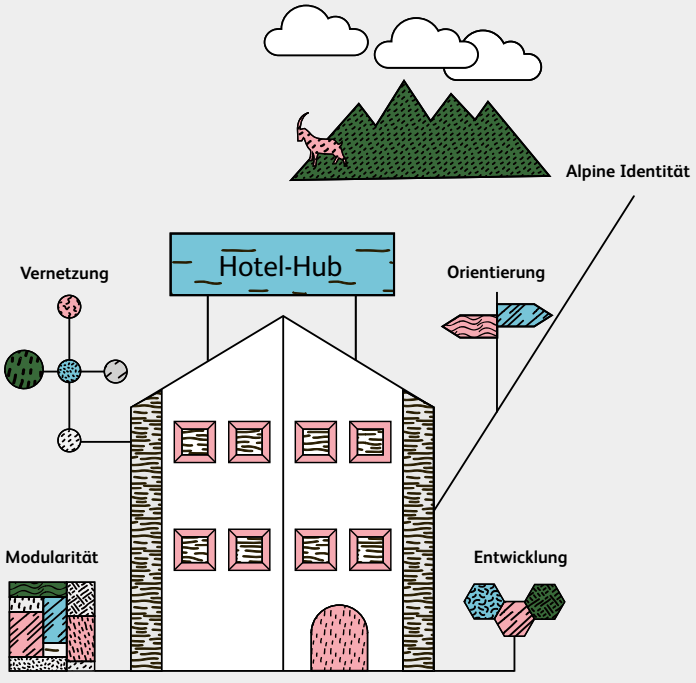
**Vernetzung** steht für die enge Zusammenarbeit mit lokalen Akteurinnen und Akteuren sowie für die Verknüpfung unterschiedlicher Angebote und Dienstleistungen. So entstehen Synergien, die den Nutzen für alle Beteiligten erhöhen.

**Modularität** verdeutlicht, dass sich ein Hotel als Hub schrittweise entwickeln kann. Nicht jedes Hotel muss alle Funktionen erfüllen – vielmehr können passende Angebote entsprechend den regionalen Bedürfnissen und den eigenen Möglichkeiten kombiniert und weiterentwickelt werden.

**Alpine Identität** unterstreicht, dass jeder Hotel-Hub in seinem regionalen Umfeld verankert ist. Landschaft, Kultur, Traditionen und die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung prägen die Ausgestaltung der Angebote und verleihen jedem Hotel als Hub seinen eigenen Charakter.

**Entwicklung** verdeutlicht, dass ein Hotel-Hub kein fertiges Konzept ist, sondern sich kontinuierlich weiterentwickelt. Neue Bedürfnisse und regionale Veränderungen eröffnen laufend neue Möglichkeiten, um das Hotel gemeinsam mit dem Ort und der Region zukunftsorientiert weiterzuentwickeln.

Die Grafik bildet damit den konzeptionellen Rahmen der Toolbox und zeigt auf, wie Hotels durch die Verbindung verschiedener Funktionen zu Treffpunkten, Dienstleistungszentren und Impulsgebern für die regionale Entwicklung werden können.




←
Abbildung 1:
Konzeptioneller Rahmen
des Hotels als Hub

### 1.3. Entstehung der Toolbox

Das «Hotel als Hub» wurde bereits vor einigen Jahren thematisiert. Im November 2022 wurde ein Workshop mit Interessierten in Landquart durchgeführt, an welchem in Gruppen an vier Themenstationen gearbeitet wurde. Dabei wurden Ideen zu branchenverwandten und branchenfremden Produkten sowie Dienstleistungen und Zusatzleistungen für Hotels entwickelt. Daraus resultierten Ideenskizzen wie beispielsweise «Hotel als Einkaufsladen», «Pop-up-Hotel» und «Hotel als Begegnungsort».

Anfang 2023 realisierte eine Gruppe von EHL-Studierenden im Rahmen ihrer Abschlussarbeit im Auftrag von HotellerieSuisse das Handbuch «Hotel als Hub». Ziel des Handbuchs ist es, Hoteliers in alpinen und ländlichen Regionen der Schweiz dabei zu unterstützen, zusätzliche Einnahmen durch Dienstleistungen zu erzielen, die über den traditionellen Bettenverkauf hinausgehen.

Aufbauend auf dem Workshop von 2022 wurde ein von Innocheque finanziertes Vorprojekt durchgeführt. Im Projekt wurde untersucht, wie das Hotel der Zukunft gestaltet sein soll, welche Aufgaben und Dienstleistungen es übernehmen wird und wie dabei insbesondere soziale Aspekte stärker berücksichtigt werden können. Dabei konnten potenzielle Dienstleistungsmodule identifiziert werden, die sich für eine zusätzliche Umsatzgenerierung in der Hotellerie eignen und einen Beitrag zur Nachhaltigkeit sowie zur Innovationsfähigkeit leisten. Im Rahmen des Projekts wurden mögliche Standardnutzungskonzepte für ein Folgeprojekt entwickelt.

Daraus entstand schlussendlich mit Unterstützung der Neuen Regionalpolitik (NRP Kanton Graubünden) das Projekt «Toolbox ‹Hotel als Hub›», aus dem die vorliegende Toolbox hervorging. Gemeinsam haben der Projektträger GastroGraubünden, das Institut für Tourismus und Mobilität der Hochschule Luzern, acht Pilot-Hotels sowie weitere engagierte Projektpartner individuelle Hub-Lösungen für die Hotels, ihre Ortschaften und Regionen gesucht und entwickelt. Auf dieser Grundlage wurde schliesslich die Toolbox erstellt.

# 2. Anleitung Toolbox

Die Toolbox ist so aufgebaut, dass die Entwicklung eines Hotels zu einem Hub für verschiedene Dienstleistungen selbständig angegangen werden kann und die Arbeitsschritte mit involvierten Partnern selbst durchgeführt werden kann. Allenfalls kann es dennoch sinnvoll sein, sich bei externen Organisationen Unterstützung zu holen. Dies kann beispielweise die zuständige Regionalentwicklungsorganisation, Experten einer Hochschule oder die Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) sein.

Die Initiative für ein «Hotel als Hub»-Projekt kann von einem Hotel selbst kommen oder auch von lokalen oder regionalen Organisationen, die diesbezüglich Handlungsbedarf sehen. Beispielsweise kann eine Gemeinde oder auch eine regionale Tourismusorganisation (RTO) bzw. eine Destinationsmanagement-Organisation (DMO) Interesse daran haben, dass ein Hotel auf ihrem Perimeter eine Hub-Funktion übernimmt. Die Toolbox ist deshalb so aufgebaut, dass sie unabhängig der initiierenden Organisation funktioniert.

Im Kapitel 3 (S. 11) werden die einzelnen Arbeitsschritte vorgestellt (siehe Abbildung 2). Es folgt jeweils eine Erklärung des empfohlenen Vorgehens. Zudem werden pro Arbeitsschritt Learnings hervorgehoben (rosa hinterlegt), die auf den Erfahrungen aus dem NRP-Projekt basieren. Sofern vorhanden, befinden sich Hinweise zu

Vorlagen in blauen Kästen. Diese Vorlagen sind jeweils unter www.hslu.ch/hotelalshub zu finden. Die Arbeitsschritte und die Vorlagen sind Empfehlungen, die je nach Situation individuell angepasst werden können.

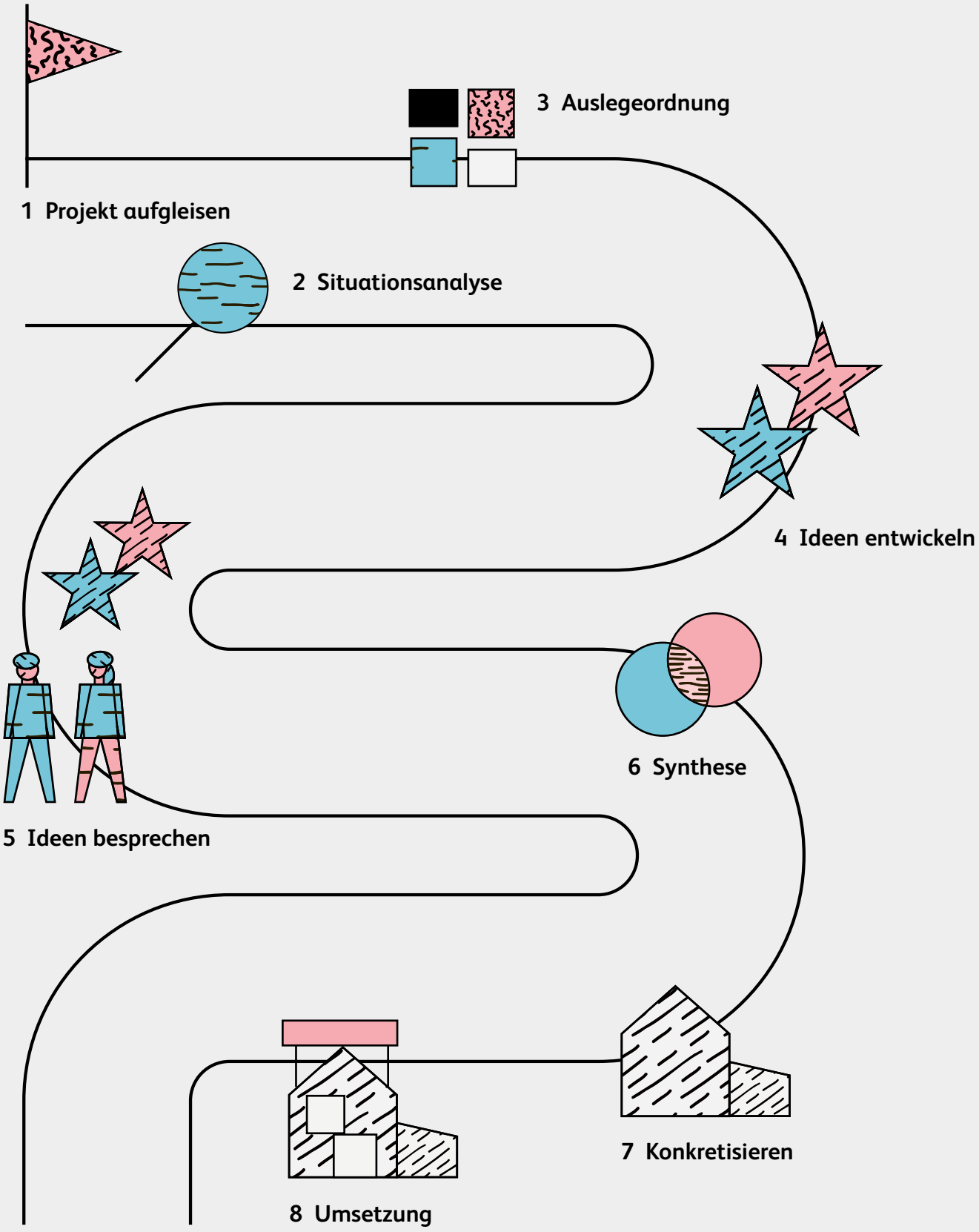
Das Kapitel 4 (S. 16) widmet sich den möglichen Hub-Funktionen und gibt einen Überblick über verschiedene Themenbereiche der möglichen Dienstleistungen, Angebote und Services. Die detaillierten Beschriebe der einzelnen Hub-Funktionen befinden sich im zweiten Teil der Toolbox ab Seite 33.

Anschliessend werden im Kapitel 5 (S. 18) beispielhafte Hub-Modelle vorgestellt, die zur Inspiration für mögliche Ansätze und Umsetzungen dienen.

Kapitel 6 (S. 28) zeigt anhand drei Best Practices, wie unterschiedliche Hub-Funktionen erfolgreich miteinander kombiniert werden können. Unterstützungsmöglichkeiten für die Begleitung des eigenen Entwicklungsprozesses zum Hotel-Hub sowie Hinweise zu möglichen Finanzierungsquellen finden sich im Kapitel 7 (S. 30). Schliesslich folgt im Kapitel 8 (S. 32) das Schlusswort.

↓

Abbildung 2:
Arbeitsschritte für die
Entwicklung eines
Hotels als Hub



# 3. Arbeitsschritte & Vorlagen

## 3.1. Projekt aufgleisen

Wenn sich ein Hotelbetrieb oder eine lokale/regionale Organisation entschieden hat, die Entwicklung eines Hotels mit Hub-Funktion anzugehen, empfiehlt es sich, das Vorhaben als Projekt aufzugleisen.

**Mögliche Partner einbinden**

- Aus Sicht eines Hotels: Welche Organisationen und Unternehmen müssen für eine erfolgreiche Erarbeitung des Hub-Konzeptes sowie der angestrebten Umsetzung beim Projekt mitwirken?
- Aus Sicht einer lokalen/regionalen Organisation: Welche Hotels kommen für eine Hub-Funktion in Frage und welche weiteren Organisationen und Unternehmen müssen für eine erfolgreiche Erarbeitung des Hub-Konzeptes sowie der angestrebten Umsetzung beim Projekt mitwirken?
- Zu überlegen gilt, wer kann bei der Konzeptionierung und/oder bei der Umsetzung einen wertvollen Beitrag leisten und welche Akteure werden sinnvollerweise miteinbezogen, damit Bedürfnisse abgeholt werden können und/oder der notwendige Informationsfluss (z.B. für spätere Bewilligungen) sichergestellt ist.

**Learning**

- Der Erfolg einer Projektaufgleisung hängt stark von den beteiligten Partnern ab. Besonders wertvoll sind Akteure, die offen denken, Chancen erkennen und gemeinsam nach Lösungen suchen. Kritische Perspektiven bleiben wichtig – entscheidend ist jedoch die Bereitschaft, Entwicklung aktiv mitzugestalten.

**Allfällige Unterstützung holen**

- Da eventuell bestimmte Kompetenzen fehlen können oder die Kapazitäten nebst dem Alltagsgeschäft beschränkt sind, kann es sinnvoll sein, Unterstützung in Form von einem Beratungsmandat oder einer Projektbegleitung zu holen (siehe Kapitel 7.1, S. 30).

**Finanzielle Überlegungen**

- Es gilt zu klären, ob bereits für die Konzeptionierung Ausgaben (z.B. Stundenentschädigung für Partner, Raum- oder Verpflegungsspesen für Besprechungen) anfallen werden und falls ja, wie hoch diese in etwa ausfallen werden.
- Falls Kosten entstehen werden, ist abzuklären, ob diese selbständig getragen werden können oder es (teilweise) eine externe Finanzierung benötigt (siehe Kapitel 7.2, S. 30).

**Projektplan erstellen**

- Unabhängig davon, ob es ein einfach gehaltenes oder ein grösser aufgestelltes Projekt für die Entwicklung des Hub-Konzeptes werden soll, empfiehlt es sich, einen groben bis detaillierten Projektplan zu erstellen (Projektziel, Vorgehen, Partner, Budget und Finanzierung (bei Bedarf)).

## 3.2. Situationsanalyse

Bevor eine gemeinsame Auslegeordnung mit den involvierten Partnern vorgenommen werden kann, braucht es eine Situationsanalyse. Diese geschieht am besten aus der Perspektive verschiedener Akteure.

**Vorgehen**

- Alle involvierten Akteure/Partner erhalten einen Fragebogen, der auf sie abgestimmt ist.
  → Siehe Vorlage A
- Die Antworten werden zusammengefasst, analysiert und die wichtigsten Erkenntnisse festgehalten.

**Akteure**

- Um die verschiedenen Ebenen abzuholen, gibt es für folgende Akteure eine Fragebogenvorlage:
  - Hotel
  - Gemeinde
  - Destination
  - Region
- Es können auch anderweitige Organisationen und Unternehmen den Fragebogen ausfüllen. Hierbei empfiehlt es sich den Fragebogen je nach Bedarf anzupassen.

**Inhalt**

- Unabhängig des Unternehmens oder Organisation, geht es darum, folgende Inhalte abzuholen:
  - Ist-Situation
  - Bisherige Abklärungen/Studien und allfällige Planungen, Ideen oder Visionen
  - Bedürfnisse der Gäste und Einheimischen

**Learning**

- Je nachdem, wer alles involviert ist, und welche Vorkenntnisse diese zur Situation und den Örtlichkeiten haben, braucht es mehr oder weniger Fakten, die abgefragt werden müssen.

**Finanzanalyse**

- Zusätzlich zum Fragebogen des Hotels kann die Finanzanalysevorlage ausgefüllt werden, um auch die finanzielle Situation des Hotels abzuklären.
  → Siehe Vorlage B

**Vorlagen**
- Fragebogen für Situationsanalyse (Vorlage A)
  - Hotel
  - Gemeinde
  - DMO
  - Region
- Excel-Tabelle Finanzanalyse (Vorlage B)

### 3.3. Auslegeordnung mit Partner (Round Table)

Nach der Situationsanalyse geht es darum, aufgrund der zusammengetragenen Bedürfnisse und dem vorhandenen Potenzial erste Lösungsvorschläge zu identifizieren und zu erarbeiten. Informationen zu möglichen Hub-Funktionen sind im Kapitel 4 (S. 12) zu finden. Bei Bedarf können erste Abklärungen zu möglichen Dienstleistungen als Hub-Funktion getätigt werden, damit bereits etwas abgeschätzt werden kann, was eine allfällige Umsetzung bedeuten würde. Nachdem alles Schriftliche zusammengetragen und erste Ideen definiert wurden, gilt es das bisher Erarbeitete mit den involvierten Akteuren mittels eines Round Tables zu besprechen und damit gemeinsam eine Auslegeordnung zu machen.

**Learnings**
- Das zweistufige Vorgehen mit schriftlicher Sammlung von Informationen und darauf aufbauendem Austausch ist sehr wertvoll.
- Der Round Table ermöglicht es, zusätzliche Potenziale und Erkenntnisse zu identifizieren, die bis dahin untergingen. Zudem kann die Wichtigkeit einzelner Themen durch die Diskussion eruiert werden.

Die zu besprechenden Inhalte des Round Tables können folgendermassen strukturiert werden:
- Validierung Ist-Situation
- Unbefriedigte Bedürfnisse
- Mögliche Lösungsansätze & Hub-Konzept
- Weiteres Vorgehen

Der Round Table kann gut online durchgeführt werden, falls möglich, ist ein persönlicher Austausch vor Ort vorzuziehen.

### 3.4. Ideen für Hub-Konzept entwickeln

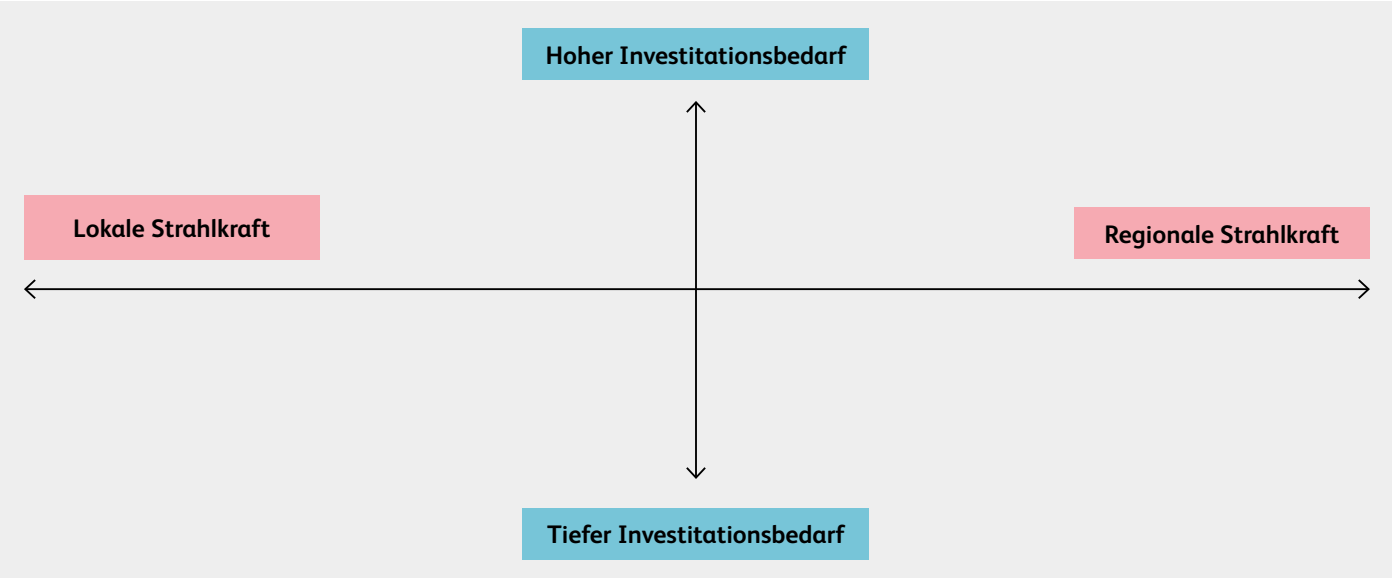
In einem nächsten Schritt gilt es, die Ideen für neue Dienstleistungen zu konkretisieren und detaillierter abzuklären, um so das Hub-Konzept entwickeln zu beginnen.

Gerade während diesem Arbeitsschritt kann es sein, dass neue Partner mit ins Projekt geholt werden, womit sich die Projektgruppe verändert. Wie bei anderen Arbeitsschritten auch gilt es deshalb, flexibel zu bleiben und sich fortlaufend zu fragen, wer oder was benötigt wird, um die ermittelten Bedürfnisse erfüllen zu können.

**Learnings**
- Die Ideen nicht allein entwickeln, sondern andere Partner miteinbeziehen.
- Ausserhalb der Hotelmauern denken.
- Ein übergeordnetes Verständnis seitens des Hoteliers bzw. der Hotelière ist wichtig und notwendig.

Verschiedene Ideen liegen möglicherweise bereits vor, doch es ist schwer einzuschätzen, ob diese sinnvoll sind. Dabei kann es hilfreich sein, den Nutzwert zu analysieren und die Ideen anhand verschiedener Kriterien zu bewerten. Im zweiten Teil der Toolbox (ab Seite 33) werden potenzielle Hub-Funktionen vorgestellt. Zudem gibt es eine Übersicht ausgewählter Dienstleistungen und Angebote, die aufzeigt, für welche Zielgruppen diese einen Mehrwert bieten, sowie Bewertungsmatrizen (siehe grauer Kasten und Abbildung 3), die verschiedene Aspekte wie Strahlkraft, Investitionskosten und Ertragspotenzial berücksichtigen.

**Bewertung der Hub-Funktionen**
Im zweiten Teil «Hub-Funktionen» finden sich nebst einer Übersicht an Services und Angebote, eine Auswahl an Hub-Funktionen kategorisiert nach Nutzungswert sowie eine Beschreibung zur Bewertung der Hub-Funktionen.
→ Ab Seite 64




↑

Abbildung 3: Bewertungsvorlage für Hub-Funktionen «Strahlkraft vs. Investitionsbedarf»

**Vorlage**
- Bewertungsvorlagen für Hub-Funktionen (Vorlage C)

### 3.5. Ideen mit Involvierten besprechen (Begehung)

Die erarbeiteten Ideen werden nun mit allen Involvierten nochmals besprochen. Zugleich wird nochmals geöffnet, ob inzwischen weitere zusätzliche Ideen bei den Partnern entstanden sind. Bei Bedarf können die Räumlichkeiten des Hotels oder die Umgebung begutachtet werden, damit sich alle Involvierten ein Bild machen können, falls ihnen diese noch nicht bekannt waren.

Am Workshop gilt es schliesslich die Ideen der Hub-Funktionen zu bewerten und zu priorisieren. Ausserdem kann gemeinsam damit begonnen werden, das Hub-Konzept zu verdichten, indem Überlegungen zu Strukturen, Finanzen, möglichen Partnern und dem künftigen Betrieb der neuen Dienstleistungen gemacht werden. Zum Schluss sollte vereinbart werden, wer welche Aufgaben übernimmt und wie die nächsten Projektschritte aussehen.

Mögliche Inhalte für den Workshop vor Ort:
- Zusammenfassung der Themen aus dem Round Table
- Lücken und noch nicht berücksichtigte Projekte/ Aktivitäten in der Region
- Zusätzliche Ideen (zur Förderung der Standortattraktivität und für eine Optimierung der Rahmenbedingungen für das Hotel)
- Bewerten und priorisieren der Ideen
- Verdichten des Hub-Konzepts inkl. Gedanken zu Strukturen, Finanzen, Partner und Betrieb
- Weiteres Vorgehen

**Learnings**
- Genügend Zeit für den gemeinsamen Austausch/ Workshop einplanen.
- Gemeinsame Pause machen (z.B. Mittagessen), da gerade bei einem informellen Austausch weitere Ideen und wertvolle Überlegungen entstehen können.

### 3.6. Synthese

Die Situationsanalyse, Auslegeordnung und Begehung vermitteln ein umfassendes Bild der Ist-Situation. Dabei steht nicht nur allein das Hotel im Mittelpunkt, sondern es muss im Kontext der gesamten Destination bzw. Region betrachtet werden. Was gibt der Ort her und wie grenzt sich die Destination von anderen ab. Die Formulierung der Synthese unterstützt zudem eine fokussierte und zielgerichtete Ausarbeitung der Hub-Konzepte.

**Learnings**
- Die Einbettung in die Destination ist von zentraler Wichtigkeit.
- Ein outside-in-Blick, nicht inside-out, kann dabei helfen.
- Hier muss man gross denken, sonst vergibt man sich bereits in einem frühen Stadium Chancen und Möglichkeiten.

### 3.7. Konkretisierung Hub-Konzept

Das Hub-Konzept soll eine Übersicht über die Ausgangslage sowie die Bedürfnisse des Hotels, der Gäste, der Gemeinde und der Bevölkerung bieten. Die Synthese kann entweder in das Konzept integriert oder im Zuge seiner Erarbeitung erstellt werden. Im Kapitel zum Hub-Konzept erfolgt die konkrete Ausgestaltung des Hubs. Es wird dargestellt, welche Hub-Funktionen ausgewählt wurden, welche Vor- und Nachteile diese mit sich bringen und wie ihre Umsetzung geplant ist. Zudem werden Informationen zu den beteiligten beziehungsweise einzubindenden Partnern, zum Zeitplan sowie zu den finanziellen Rahmenbedingungen gegeben. Eine Risikoeinschätzung wird ebenfalls als sinnvoll erachtet.

Das Hub-Konzept kann folgendermassen strukturiert werden:
- Einleitung
- Ausgangslage
  - Facts & Figures sowie Entwicklung Hotel
  - Facts & Figures Gemeinde, Destination, Region, weitere Partner
- Bedürfnisse
  - Hotel
  - Gäste
  - Gemeinde, Bevölkerung & Pendler
- Synthese
- Hub-Konzept
  - Einführung individuelle Situation
  - Beschreibung Hub-Funktion(en)
  - Vor- & Nachteile
  - Involvierte Partner
  - Konkrete Umsetzung & Zeitplan
  - Finanzen
  - Risikoeinschätzung

**Learnings**
- Das Raster dient als Grundlage, ist aber je nach individueller Situation anzupassen.
- Das Hub-Konzept kann je nach Reifegrad des Projekts unterschiedlich detailliert ausgearbeitet sein. Gegebenenfalls lässt es sich bereits für eine Projekteingabe zur Beantragung von Fördergelder verwenden.

**Vorlage**
- Raster für Hub-Konzept (Vorlage D)

### 3.8. Umsetzung

Schliesslich geht es um die Umsetzung des Vorhabens. Je nach involvierten Akteuren kann das Hotel die Umsetzung sogleich selbst in Angriff nehmen oder gleist gemeinsam mit weiteren Partnern ein Umsetzungsprojekt auf, das allenfalls mit Fördergeldern unterstützt wird (siehe Kapitel 7.2, S. 30).

Für den Umsetzungsplan werden am besten folgende Eckpunkte berücksichtigt:

- **Zielsetzung und Nutzen**
  - Was soll mit dem Projekt erreicht werden?
  - Woran wird der Erfolg gemessen?

- **Organisation, Partner und Rollen**
  - Wer übernimmt die Projektleitung? Wird die Projektumsetzung selbständig oder mit Externen durchgeführt?
  - Welche Partner oder lokale Akteure sind einzubinden?
  - Wer muss informiert, beteiligt oder überzeugt werden?
  - Welche Entscheidungen müssen durch wen gefällt werden?
  - Welche Kompetenzen und Ressourcen sind vorhanden?

- **Ressourcen und Finanzierung**
  - Welche personellen Ressourcen stehen zur Verfügung?
  - Welches Budget ist vorhanden?
  - Welche Förderprogramme oder Finanzierungsquellen kommen infrage?
  - Welche Infrastruktur oder Räumlichkeiten werden benötigt?

- **Zeitplanung und Meilensteine**
  - Bis wann soll was erreicht werden?
  - Welche zentralen Meilensteine gibt es?
  - Welche Abhängigkeiten bestehen?
  - Gibt es saisonale Faktoren oder externe Fristen?

- **Umsetzung und Betrieb**
  - Wie wird das Angebot konkret umgesetzt?
  - Welche Prozesse müssen angepasst oder neu aufgebaut werden?
  - Wer betreibt und koordiniert die Angebote langfristig?
  - Welche Partner übernehmen welche Aufgaben?

- **Kommunikation**
  - Wie wird intern kommuniziert?
  - Wie werden Gäste, Bevölkerung oder Partner informiert?
  - Wie können Beteiligte aktiv eingebunden werden?
  - Welche Kommunikationskanäle werden genutzt?

- **Risiken und Herausforderungen**
  - Welche Risiken könnten das Projekt verzögern oder gefährden?
  - Welche finanziellen, personellen oder organisatorischen Unsicherheiten bestehen?
  - Welche Alternativen oder Notfalllösungen gibt es?

- **Evaluation und Weiterentwicklung**
  - Wie wird überprüft, ob die Ziele erreicht wurden?
  - Welche Kennzahlen oder Rückmeldungen werden erhoben?
  - Wie können Angebote laufend angepasst oder erweitert werden?

Die Leitfragen helfen dabei, das Umsetzungsprojekt strukturiert zu planen. Sie ermöglichen eine zielgerichtete Analyse der eigenen Bedürfnisse, Potenziale und Rahmenbedingungen, tragen dazu bei, zentrale Herausforderungen frühzeitig zu erkennen, und erleichtern die Vorbereitung der nächsten Schritte. Dabei ist zu beachten, dass nicht alle Fragen für jedes Projekt gleich relevant sind. Sie sollen gezielt ausgewählt und an die jeweilige Ausgangslage angepasst werden.

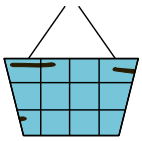
**Learnings**
- Für die Motivation aller Beteiligten ist es wichtig, dass schnell erste Ergebnisse sichtbar werden. Dies ist jedoch nicht immer möglich, da Projekte teilweise viel Zeit in Anspruch nehmen. Hilfreich ist deshalb, Quick Wins einzuplanen und anzustreben, um frühzeitig erste Erfolge feiern zu können.



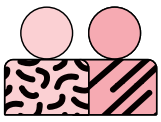
# 4. Hub-Funktionen

Ein Hotel als Hub kann unterschiedlichste Dienstleistungen und Services übernehmen. Manchmal sind die Bedürfnisse klar, jedoch fehlt die Idee, mit welcher Dienstleistung diese abgedeckt werden können. Hierzu wurde eine Übersicht möglicher Hub-Funktionen erstellt, die in einer separaten Zusammenstellung zu finden sind (siehe grauer Kasten). Auf der folgenden Seite werden die verschiedenen Themenbereiche der Hub-Funktionen kurz beschrieben.

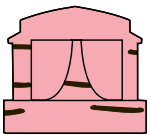
**Übersicht möglicher Hub-Funktionen**
Im zweiten Teil der Toolbox befindet sich die Übersicht möglicher Dienstleistungen und Services, die ein Hotel übernehmen oder (in Zusammenarbeit) mit Partnern neu anbieten kann. Sie dient zur Inspiration und ermöglicht eine erste Einschätzung, welche für das Hotel in Frage kommen.
Jede Hub-Funktion wird kurz vorgestellt und durch Angaben zu den Voraussetzungen, den Vorteilen sowie einer groben Einschätzung der Umsetzungsschwierigkeit, des Investitions- und Personalbedarfs sowie des potenziellen Profits ergänzt. Teilweise veranschaulichen Beispiele, wie die Hub-Funktion umgesetzt werden kann.
→ Ab Seite 33



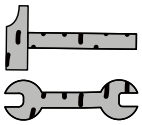
### 4.1. Versorgung
Der Bereich Versorgung umfasst grundlegende Angebote des täglichen Lebens wie Einkaufsmöglichkeiten, Postdienste, Gesundheitsangebote oder einfache Serviceleistungen. Gerade in ländlichen und alpinen Regionen geraten Basisdienste zunehmend unter Druck, da die Nachfrage sinkt und klassische Anbieter verschwinden. Hotels können als zentrale Orte bestehende Infrastrukturen (mit-)nutzen und zusätzliche Frequenzen schaffen. Hub-Funktionen im Bereich der Basisdienste stärken die Versorgungssicherheit, erhöhen die Attraktivität des Wohn- und Arbeitsortes und können Abwanderungstendenzen entgegenwirken.



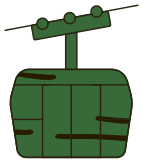
### 4.2. Gesellschaft
Soziale Treffpunkte, Austauschmöglichkeiten und gemeinschaftsbildende Angebote sind Bestandteile des Bereichs Gesellschaft. In vielen Regionen fehlen heute Orte, an denen unterschiedliche Bevölkerungsgruppen regelmässig zusammenkommen können. Hotels können diese Rolle übernehmen, indem sie Räume und Formate für Begegnungen, Vereine, den Generationenaustausch oder informelle Netzwerke anbieten. Solche Hub-Funktionen fördern den sozialen Zusammenhalt, stärken die Identifikation mit dem Ort und beleben das Dorfleben.



### 4.3. Kultur
Dieser Themenbereich beinhaltet kulturelle Veranstaltungen, Kreativangebote sowie die Vermittlung von lokalem Wissen und Traditionen. Gerade kleinere Gemeinden verfügen oft nur über eine begrenzte kulturelle Infrastruktur oder ein geringes Veranstaltungsvolumen. Hotels können als Plattform für Ausstellungen, Konzerte, Lesungen oder regionale Kulturvermittlung dienen und dadurch das kulturelle Angebot bündeln. Hub-Funktionen im Kulturbereich stärken die Sichtbarkeit der Region, fördern die lokale Identität und schaffen zusätzliche Anziehungspunkte für Einheimische und Gäste.



### 4.4. Arbeit
Zu den Hub-Funktionen im Bereich Arbeit zählen Angebote für flexibles Arbeiten, geteilte Unternehmensdienstleistungen sowie Wissenstransfer. Durch die Digitalisierung verändert sich die Arbeitswelt zunehmend, gleichzeitig fehlen in ländlichen Regionen oft professionelle Arbeitsorte ausserhalb des eigenen Zuhauses. Hotels verfügen häufig bereits über eine geeignete Infrastruktur, die sich multifunktional nutzen lässt. Hub-Funktionen im Bereich Arbeit erschliessen neue Zielgruppen, erhöhen die Auslastung ausserhalb touristischer Spitzenzeiten und stärken die Standortattraktivität für Fachkräfte und Unternehmen.



### 4.5. Tourismus
Zum Bereich Tourismus gehören ergänzende Dienstleistungen und Infrastrukturen für Gäste und Freizeitnutzende, wie etwa Gästeinformationen, Mobilitätsangebote, Sport- und Freizeitservices sowie praktische Angebote wie Wäscherei- oder Schlüsseldienste. Gerade in kleineren Destinationen fehlen solche Angebote oft, weil das nötige Volumen für einzelne Anbieter nicht ausreicht. Hotels können diese Funktionen bündeln und als zentrale Anlaufstelle für Gäste und Einheimische dienen. Hub-Funktionen im Bereich Tourismus verbessern das Gästeerlebnis, stärken die Attraktivität der Destination und fördern die regionale Wertschöpfung.

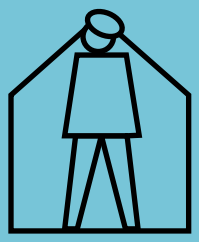
# 5. Hub-Modelle

Die acht analysierten Hotels im Rahmen des NRP-Projekts lagen alle in eher abgelegenen und strukturarmen Regionen. Sie sind sehr verschieden und haben unterschiedliche Ausgangslagen. Auch wenn diese acht Hotels nicht repräsentativ für alle übrigen Hotels in ähnlichen Regionen im Kanton Graubünden sind, wurde anhand der acht untersuchten Hotels dennoch der Versuch unternommen, mögliche Hub-Modelle zu formulieren, die eine Allgemeingültigkeit haben und deren Anwendbarkeit auf andere Hotels geprüft werden kann. Auch wenn jedes Hotel separat betrachtet werden muss, gibt es doch gewisse Modelle, die daraus abgeleitet werden können. Natürlich sind Zwischenformen möglich und Kombinationen denkbar.

Wenn also für ein Hotel ein ähnliches Hub-Konzept erstellt werden soll, gibt es zwei Vorgehensweisen, die miteinander kombiniert werden können: Man wählt mögliche Dienstleistungen aus einer Gesamtliste aus, Dienstleitungen, die zum Hotel passen bzw. die in der Gemeinde, Destination oder Region fehlen (bottom-up-Ansatz) oder man wählt ein Modell, das am besten zum jeweiligen Hotel passt und füllt es dann mit den für den Einzelfall geeigneten Dienstleistungen (top-down-Ansatz).

Die Auflistung möglicher Modelle zeigt, dass es thematische Ausrichtungen gibt, die auf eine Positionierung einzahlen, eine Weiterentwicklung des Hotels bis hin zu einer umfassenden Dorfentwicklung möglich ist oder es ein bunter Strauss an Hub-Dienstleitungen sein kann, um die einzelnen Bedürfnisse der Gäste und/oder Einheimischen bestmöglich zu befriedigen und letztlich die Wirtschaftlichkeit eines Betriebes erhöht.

Die acht Hub-Modelle werden nachfolgend dargestellt.

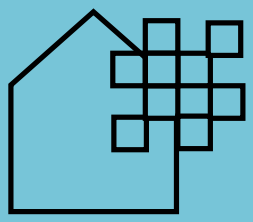


# Haus des Gastes

**Das Hotel übernimmt verschiedene Dienstleistungen zugunsten des Gastes und der Bevölkerung, die es dank seiner Struktur (Personal, Öffnungszeiten, Know-how etc.) besser als andere anbieten kann. Beispiele dafür sind:**

- Verwaltungen
- Concierge-Dienste
- Schlüsselabgabe
- Mahlzeiten- und Wäscheservice
- Catering
- Kleiner Laden oder Verkauf lokaler Produkte
- Co-Working
- Bibliothek

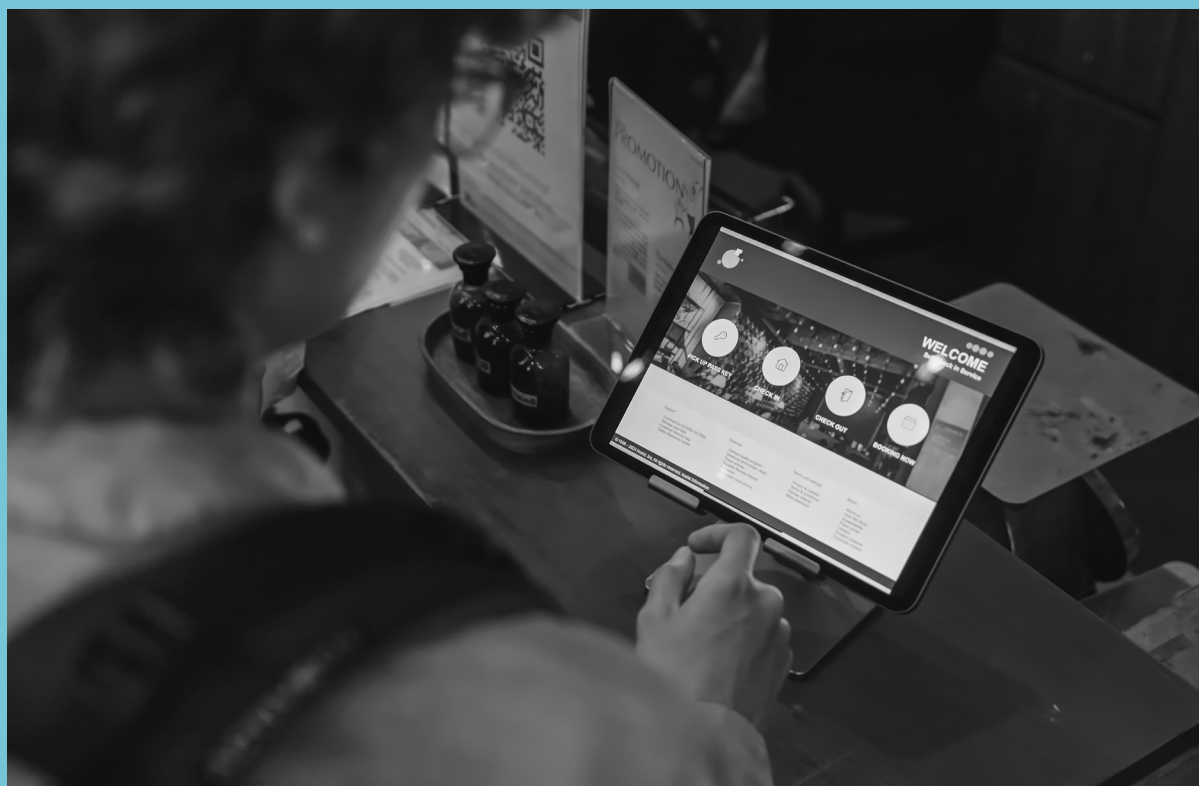




# Digitaler Hub

**Das Hotel nutzt seine Infrastruktur und zentrale Lage, um rund um die Uhr mittels selbstbedienten Automaten Produkte an Bewohner oder Gäste zu verteilen. Solche Automaten (analog My Post 24-Stunden-Automaten der Post) können gemietet oder gekauft werden und für jegliche Produkte oder Dienstleistungen genutzt werden. Beispiele dafür:**

- Nutzung dieser Automaten für rund um die Uhr Auslieferungen von Firmen wie z.B. DHL, UPS, DPD oder die Schweizerische Post
- Hinterlegen von Esswaren/lokalen Produkten nach Ladenschluss für spät Anreisende
- Depot für Zweitwohnungsschlüssel
- Partnerschaften mit Swisscom, Post, Gewerbeverband etc.

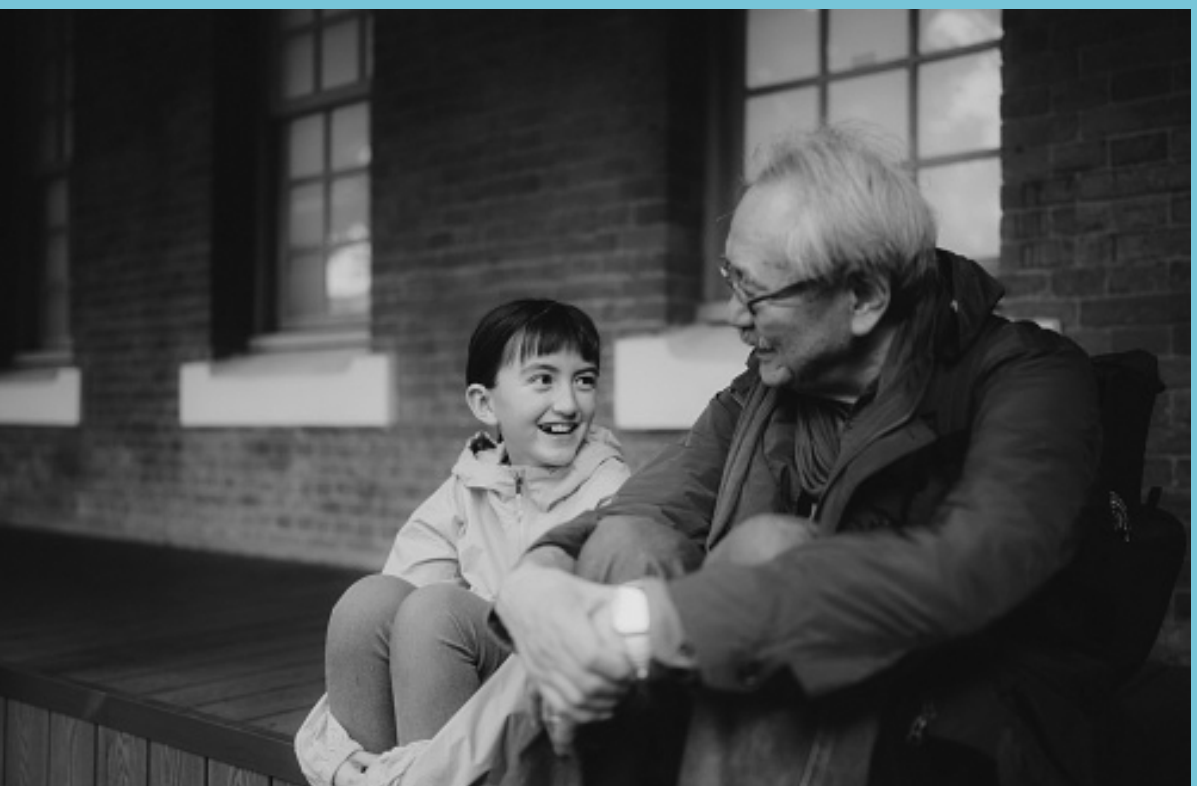


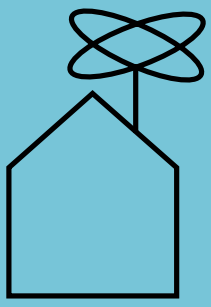


# Denk-, Dialog- und Begegnungsraum

**Ein Hotel kann und sollte mehr sein als nur gerade ein Haus, wo man übernachten und sich verpflegen kann. Ein Hotel eignet sich hervorragend, um sich auszutauschen und das zwischen Einheimischen und Gästen, zwischen verschiedenen Generationen und unterschiedlichen Kulturen. Es soll aber auch als Denkraum genutzt werden, wo Leute länger bleiben, weil sie ein Buch schreiben oder Raum für einen kreativen Workshop brauchen. Solche Angebote könnten insbesondere in der Zwischensaison geschaffen werden. Konkrete Beispiele können sein:**

- Soziale Treffpunkte für Einheimische, vor allem ältere Personen
- Generationenübergreifende Plattformen und Austauschformen
- Partnerschaften mit Firmen, Organisationen, Bildungsinstitutionen oder Schulen
- Raum für kreatives Schaffen, wo Neues entstehen kann. Sei es, dass man das selbst oder mit einem Partner zusammen anbietet.
- Anbieten von konkreten Kursen oder Weiterbildungen, die thematisch zur Region/Destination passen.
- Aus- und Weiterbildung





# Kompetenzzentrum

**Das Hotel mit seinen Mitarbeitenden vereint sehr viel Wissen und Kompetenzen auf kleinem Raum. Das wird oft zu wenig genutzt bzw. könnte innerhalb der Gemeinde oder Destination noch sinnvoller und effizienter ausgelastet werden, und zwar über das ganze Jahr. Konkret kann das im Modell Kompetenzzentrum zum Beispiel bedeuten:**

- Nichts Neues aufnehmen oder anbieten, sondern die vorhandenen Dienstleistungen besser bündeln oder professionalisieren.
- Das Hotel bietet seine Kompetenzen und sein Know-how Dritten wie z.B. anderen Hotels, Leistungspartnern, Dienstleistern etc. an.
- Auslagern bzw. zur Verfügung stellen von Personal in saisonschwachen Zeiten
- Dadurch werden Stellen innerhalb des Hotels attraktiver und können mit qualifizierterem Personal besetzt werden.

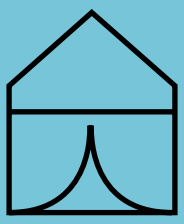


# Nukleus für die Dorfentwicklung

**Bei vielen Modellen gibt das Dorf, die Region oder die Destination die Richtung vor und das Hotel nimmt diese bei seinen Hub-Funktionen auf. Hier ist es umgekehrt: Das Hotel ist massgebend verantwortlich bei der Entwicklung und Positionierung des Dorfes. Dies ist vor allem dann sinnvoll, wenn das Hotel neu gebaut oder umgebaut wird bzw. einen neuen Eigentümer, Betreiber oder Pächter erhält und die Ausrichtung sich entscheidend verändert. Folgende Aspekte sind hier massgebend:**

- Die Weiterentwicklung eines Hotels kann die Dorfentwicklung richtungsweisend beeinflussen (bottom-up Ansatz).
- Das Gemeinwesen hat oft ein grösseres Interesse an einer solchen Entwicklung.
- Die Finanzierung eines Ausbaus kann in einen grösseren Kontext gestellt werden und eine Mitfinanzierung durch Dritte ist gerechtfertigt.





# Kultur- und Bildungszentrum

**Viele Hotels stehen in einer geschichtlich und kulturell spannenden Gegend. Heutige Gäste wollen in diese Welt eintauchen, verstehen und lernen. Ein Hotel kann Heimat für regionale Kultur und Bildung werden, da es die dafür notwendige Infrastruktur mitbringt oder allenfalls ergänzen kann. Dieses Modell kann sowohl als Ergänzung zum bestehenden Hotelbetrieb als auch als primäre Positionierung umgesetzt werden. Konkrete Umsetzungsaspekte sind folgende:**

- Das Hotel wird zum Hotspot für innovative Bildungsformate.
- Dabei kann es sich um baukulturelle, kunsthandwerkliche und kulturhistorische Themen handeln.
- Sprachen-, Musik- und Nachwuchsförderung können eine zentrale Rolle spielen.
- Die Themen eignen sich gut für Kooperationen mit geeigneten Partnern.



# Integrierte und sozialraumorientierte Versorgung

**Das Hotel wird zum Anbieter einer integrierten und sozialraumorientierten Versorgung, die entsprechende Dienstleistungen anbietet. Gerade in Regionen, in welchen die Versorgung ungenügend ist, kann damit eine Abwanderung verhindert werden. Solche Projekte sind stark im Kommen und die öffentliche Hand ist daran sehr interessiert. Folgende Aspekte sind dabei zu berücksichtigen:**

- Das Hotel dient als Basis für eine integrierte und sozialraumorientierte Versorgung (siehe z.B. Lindenhof Oftringen).
- Das Hotel wird so zum umfassenden Dienstleister in den Bereichen Gesundheit, (betreutes) Wohnen, Mahlzeitendienste, Kinderbetreuung etc.
- Integration des Hotels in eine soziale Genossenschaft mit gemeinnützigen Angeboten wie Pflege, betreutes Wohnen, Mahlzeitdiensten etc.



# Scaling Up

**Viele Hotels sind oft zu klein und können wirtschaftlich nicht rentabel betrieben werden. Das Hotel muss deshalb, um eine kritische Grösse zu erreichen, vergrössert werden. Damit kann der Erhalt des Hotels mit professionelleren Mitarbeitenden besser sichergestellt und letztlich eine Abwanderung verhindert werden. Mögliche Formen sind hier:**

- Ausbau des Hotels mit mehr Zimmern
- Weitere Zimmer im Dorf dazu mieten (siehe z.B. Albergo Diffuso)
- Integration von bewirtschafteten Zweitwohnungen
- Einbringen des Hotels in eine kleine Hotelkette oder Verkauf an Interessierte



# 6. Best Practices

Ein Hotel als Hub kann eine Hub-Funktion oder mehrere übernehmen. Mit verschiedenen Dienstleistungen und Angeboten, die über die üblichen Services einer Beherbergung hinaus gehen, wird der Hub-Charakter deutlicher. Wie dies aussehen kann, wird anhand der nachfolgenden drei Beispielen aufgezeigt.



**Bretterhotel (Trauffer Switzerland)**
Das Bretterhotel in Hofstetten bei Brienz zeigt beispielhaft, wie sich ein Hotelbetrieb zu einem vielseitigen regionalen Hub entwickeln kann. Der Betrieb bündelt unterschiedliche Nutzungen an einem Standort und schafft so ein ganzheitliches Angebot mit hoher Ausstrahlungskraft für Gäste, Tagesbesuchende und die lokale Bevölkerung.

Am Standort findet sich eine breite Palette an ergänzenden Angeboten:
- À-la-carte Restaurant Alfred's
- Selbstbedienungsbistro mit Bäckerei Rosa's
- Veranstaltungsräume für Seminare, Workshops, Feiern und Teamevents
- Dorfladen mit Poststelle
- Erlebnisrundgang KUHniversum
- Flagshipstore mit Holzspielwaren, Souvenirs und Geschenke
- Führungen zur Trauffer Manufaktur Holzspielwaren

Als Teil der Trauffer Erlebniswelt übernimmt das Bretterhotel mehrere Funktionen gleichzeitig: Es ist Unterkunft, Ausflugsziel, Begegnungsort, Gastronomiebetrieb sowie Event- und Seminarstandort. Die Kombination dieser Funktionen schafft vielfältige Nutzungsanlässe über den klassischen Hotelaufenthalt hinaus und stärkt zugleich die Versorgung und Aufenthaltsqualität für Einheimische. Das Bretterhotel wird damit zum Begegnungsort, Erlebnisstandort und wirtschaftlichen Knotenpunkt zugleich.

Bretterhotel
→ www.trauffer.ch/bretterhotel

**Kartause Ittingen**
Die Kartause Ittingen im Thurgau ist ein Beispiel dafür, wie ein ehemaliges Kloster zu einem vielschichtigen Nutzungs- und Lebensraum mit regionaler Bedeutung weiterentwickelt werden kann. Der Ort vereint Gastgewerbe, Kultur, Bildung, Spiritualität und soziales Engagement zu einem eng verwobenen Gesamtgefüge.



Im historischen Ensemble finden sich heute unterschiedliche Dienstleistungen und Angebote, die sich gegenseitig ergänzen:
- Hotel, Restaurant, Seminare und Bankette
- Kurse und Workshops (z.B. Yoga, Töpfern, Stressmanagement, Fotografie)
- Konzerte, Kunstmuseum Thurgau und Ittinger Museum
- Gärten und Garten-Tavolata
- Ideenwerkstatt
- Klosterladen
- Tecum – Zentrum für Spiritualität, Bildung und Gemeindebau
- Betreutes Arbeiten und Wohnen

Die Kombination dieser Funktionen schafft einen Ort mit hoher thematischer Dichte und vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten, die über den klassischen Hotel- und Kulturbetrieb hinaus gehen. Die Kartause Ittingen wird damit zugleich zu einem Begegnungsort, Bildungsraum, Kulturstandort und sozialen Lebensraum.

Das Beispiel verdeutlicht, wie historische Klosteranlagen durch eine gezielte funktionale Vielfalt zu lebendigen Hubs werden können, in denen kulturelle, soziale und wirtschaftliche Aktivitäten gleichwertig nebeneinander bestehen und sich gegenseitig fördern.

Kartause Ittingen
→ www.kartause.ch

**Agrovision Burgrain**
Agrovision Burgrain verbindet Landwirtschaft, Lebensmittelproduktion, Bildung und Freizeit zu einer ganzheitlichen Erlebniswelt rund um nachhaltige Ernährung. Als multifunktionaler Hub vereint der Betrieb einen öffentlich zugänglichen Biohof mit eigenen Verarbeitungsbetrieben, Gastronomie, Bildungsangeboten und dem Schweizerischen Agrarmuseum. Besuchende erhalten Einblicke entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Feld und Stall über die Verarbeitung bis zum Konsum. Damit übernimmt Burgrain die Rolle eines regionalen Begegnungs-, Lern- und Genussortes für Gäste, Familien, Schulen, Unternehmen und die lokale Bevölkerung.




Die Hub-Funktionen von Agrovision Burgrain:
– Erlebnishof
– Käserei, Fleischmanufaktur, Holzofenbäckerei
– Natur- und Bildungsgarten
– Seminare & Events
– Restaurant
– Hofladen
– Schweizerisches Agrarmuseum Burgrain

Agrovision Burgrain bietet zwar keine Übernachtungsmöglichkeiten an, ist jedoch ein Beispiel für einen landwirtschaftlich geprägten Regional-Hub, der Produktion, Verarbeitung, Bildung, Kultur und Konsum an einem Standort vereint. Durch die transparente Darstellung der gesamten Wertschöpfungskette fördert der Betrieb das Verständnis für nachhaltige Ernährung, Biodiversität und regionale Wertschöpfung.

Agrovision Burgrain
→ www.burgrain.ch

# 7. Unterstützung & Kontakte

Oft sind auf Seiten von Hotels, Gemeinden oder anderen lokalen Akteuren bereits konkrete Bedürfnisse, Ideen und Potenziale vorhanden. Gleichzeitig fehlen jedoch häufig spezifisches Fachwissen, personelle Ressourcen oder finanzielle Mittel, um solche Vorhaben innerhalb einer angemessenen Frist und in professioneller Qualität umzusetzen. In solchen Fällen lohnt es sich, externe Unterstützung in Anspruch zu nehmen – sowohl bei der inhaltlichen und prozessualen Begleitung als auch bei der Finanzierung. Während geeignete Partner den Entwicklungsprozess fachlich unterstützen und strukturieren können, stehen für die Umsetzung verschiedene Förderinstrumente und Finanzierungsquellen zur Verfügung.

Die folgenden Unterkapitel geben einen Überblick über mögliche Unterstützungs- und Begleitangebote sowie über relevante Finanzierungsinstrumente für die Entwicklung von Hotels als Hub.

## 7.1. Prozessunterstützung/-begleitung

Die Wahl nach der Unterstützungsoption gilt es je nach Bedürfnissen und vorhandenen Ressourcen zu treffen. Wird eine Unterstützung/Begleitung überhaupt benötigt? Falls ja, ist eine interne oder externe Lösung gewünscht? Soll sie niederschwellig und günstig oder höchst professionell sein und darf auch etwas kosten? Nachfolgend wird eine Auswahl an Unterstützungsmöglichkeiten vorgestellt.

**Projektbasierte Anstellung**
- Zusätzliche Arbeitskraft für die Projektumsetzung
- Anstellung in Teilzeit oder in einem Mandat (z.B. Studienabgänger:in)
- Fachwissen zu vorgesehene(n) Hub-Funktion(en) vorhanden und/oder Projektmanagement

**Regionalentwicklungsorganisationen**
- Kennen die Situation vor Ort bereits mehrheitlich
- Eventuell Unterstützung innerhalb des bestehenden Leistungsauftrags möglich
- Personen, die man vielleicht bereits kennt
  → Kontakte Regionalmanagement Kanton Graubünden

**Private Beratungsagenturen**
- Nach Fachkompetenzen auswählbar
- Externe Perspektive

Beispiele Kontakte:
→ Quant
→ Mounteco
→ grischconsulta Beratungen
→ Tourismus-Coach.ch
→ Hanser Consulting

**Hochschulen**
- Erfahrene Prozess-/Projektbegleitung
- Vertiefte Fachkompetenzen
- Neutrale Begleitung

Kontakte:
→ Institut für Tourismus und Freizeit (ITF) der Fachhochschule Graubünden (FHGR)
→ Institut für Tourismus und Mobilität (ITM) der Hochschule Luzern (HSLU), direkter Kontakt: Martin Barth

**SGH Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit**
- Spezialistin für Beherbergungsbetriebe
- Fokus auf Markt- und Wettbewerbsfähigkeit touristischer Beherbergungen
- Brückenbauerin zwischen den Hotels und den Finanzinstituten
  → Kontakt SGH

## 7.2. Finanzierungsquellen

Je nach Vorhaben, dessen Umfang und den gegebenen Rahmenbedingungen bestehen verschiedene Möglichkeiten, um finanzielle Fördermittel zu erhalten.

**Neue Regionalpolitik (NRP)**
- Bis zu 50 % À-Fonds-perdu-Beiträge der anrechenbaren Kosten
- Eher für Standortentwicklungsprojekte ausgerichtet
- Keine einzelbetriebliche Förderung möglich
- Projekte mit grösserem Umfang
  → Kontakt Neue Regionalpolitik Graubünden
  → Kontakt NRP-Regionen schweizweit

**Inntour**
- Bis zu 50 % À-Fonds-perdu-Beiträge der anrechenbaren Kosten
- Projekte mit grossem Umfang, ab einem Projektvolumen von CHF 200’000
- Mindestens in drei Destinationen umzusetzen
  → Kontakt Innotour – Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

**Schweizer Berghilfe**
- Unterstützung bei der Finanzierung von Projekten, die Arbeitsplätze und Wertschöpfung im Berggebiet schaffen
- Abseits von touristischen Zentren
- Förderung naturnaher Tourismus
  → Kontakt Schweizer Berghilfe – Tourismus

**Innosuisse**
- Förderung von wissenschaftsbasierten Innovationsprojekte durch KMUs, Start-ups, Forschungsinstitutionen und andere Organisationen
- Vorstudie für die Umsetzbarkeit einer neuen Idee durch einen Schweizer Forschungspartner mittels Innovationscheck im Wert von CHF 15’000
  → Kontakt Innosuisse

**Stiftungen**
- Stiftung je nach thematischem Inhalt der Hub-Funktion(en) zu wählen
- Grössere Beträge möglich

Beispiele Kontakte:
→ LATOUR – Stiftung für Landwirtschaft und Tourismus
→ Ernst Göhner Stiftung
→ Gebert Rüf Stiftung
→ Paul Schiller Stiftung
→ Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus

**Sponsoren, Gönner, Privatinvestoren**
- Einheimische Unternehmen und Privatpersonen
- Weggezogene Personen mit Wurzeln in der Region
- Zweitheimische
- Crowdfunding

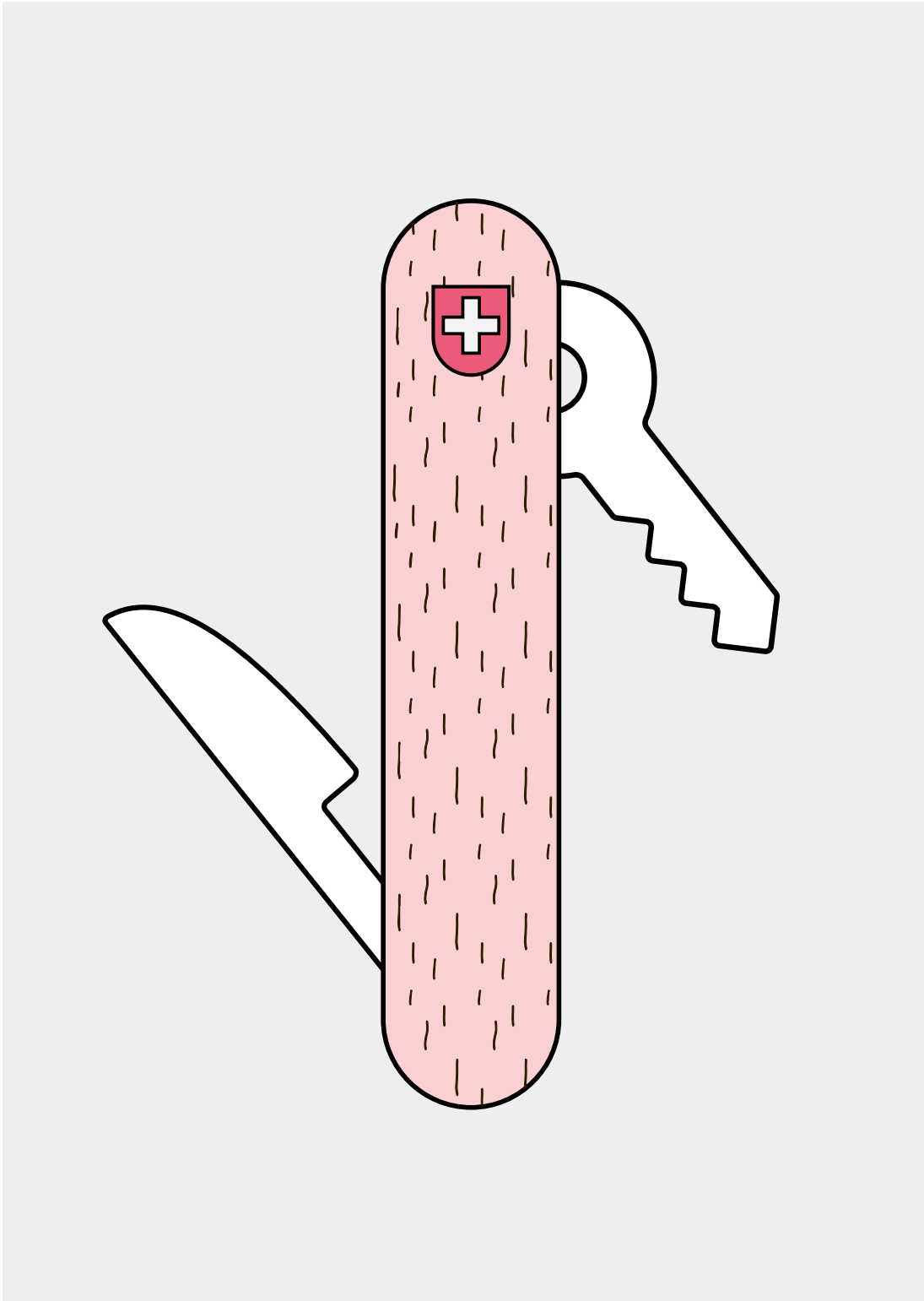
**SGH Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit**
- Start-, Impuls-, Festzins- und variable Darlehen
- Für Beherbergungsbetriebe innerhalb des Finanzierungsgebiets und mit mindestens 15 Zimmern oder 30 Betten
  → Kontakt SGH

# 8. Schlusswort

Mit dieser Toolbox «Hotel als Hub» liegt ein praxisorientiertes Arbeitsinstrument vor, das die zentralen Erkenntnisse des Projekts bündelt und für die Weiterentwicklung sowie Umsetzung in der Praxis nutzbar macht. Sie soll Hotels und ihren Partnern als Inspiration und konkrete Unterstützung dienen, um neue Formen der Zusammenarbeit und Wertschöpfung im ländlichen und alpinen Raum zu stärken.

Ein herzlicher Dank gilt allen Projektpartnern, die zur Entstehung dieser Toolbox beigetragen haben: dem Projektträger GastroGraubünden für die Koordination, dem Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden für die finanzielle Unterstützung über die Neue Regionalpolitik sowie den beteiligten Partnerorganisationen (Hotels, Gemeinden, Destinationsmanagement-Organisationen, Regionen und viele Weitere) für ihre aktive Mitarbeit, den konstruktiven Austausch und fürs zur Verfügung stehen als «Versuchskaninchen». Dieses gemeinsame Engagement hat die Entwicklung der Toolbox erst möglich gemacht.

# Hub-Funktionen für ein Hotel als Hub





# 1. Einführung

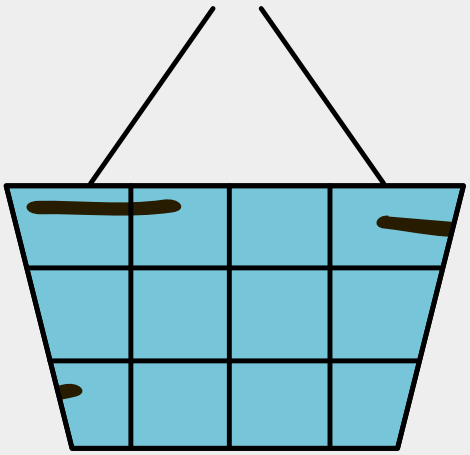
Hotels übernehmen heute zunehmend mehr als die klassische Funktion eines Beherbergungsbetriebs. Insbesondere in ländlichen und alpinen Regionen besitzen sie das Potenzial, sich zu zentralen Begegnungsorten und multifunktionalen Anlaufstellen für Gäste, Einheimische und weitere Anspruchsgruppen zu entwickeln – sogenannten Hubs. Als solche bündeln sie unterschiedliche Dienstleistungen, Angebote und Aktivitäten und tragen so zur Belebung und Stärkung der jeweiligen Region bei.

Die nachfolgenden Seiten stellen eine Sammlung möglicher Hub-Funktionen bereit. Die beschriebenen Dienstleistungen, Angebote und Services, die ein Hotel zusätzlich oder ergänzend übernehmen kann, dienen als Inspiration. Sie zeigen auf, welche Potenziale sich daraus für den Betrieb, die Bevölkerung und die Destination ergeben und wie Hotels ihre Rolle erweitern sowie einen Beitrag zur regionalen Entwicklung und Attraktivität leisten können.

Die Hub-Funktionen sind in fünf Themenbereiche unterteilt: Versorgung, Gesellschaft, Kultur, Arbeit und Tourismus. Die einzelnen Dienstleistungen werden jeweils kurz erläutert. Dabei werden die erforderlichen Voraussetzungen und Vorteile für das Hotel und/oder die Ortschaft aufgezeigt. Zusätzlich erfolgt eine grobe Einschätzung hinsichtlich der Umsetzungsschwierigkeit, des Investi-

tions- und Personalbedarfs sowie des Ertragspotenzials jeder Hub-Funktion. Soweit vorhanden, werden ergänzend Praxisbeispiele, Tipps sowie Links zu weiterführenden Informationen aufgeführt.

Im letzten Kapitel (7 Bewertung und Priorisierung der Hub-Funktionen, S. 64) wird aufgezeigt, wie eine Abwägung zwischen gewünschter Wirkung, wirtschaftlichem Potenzial und erforderlichem Aufwand vorgenommen werden kann, um die individuelle Entscheidungsfindung für die passende Auswahl der Hub-Funktionen zu unterstützen.



## 2. Versorgung

Der Bereich Versorgung umfasst grundlegende Angebote des täglichen Lebens wie Einkaufsmöglichkeiten, Postdienste, Gesundheitsangebote oder einfache Serviceleistungen. Gerade in ländlichen und alpinen Regionen geraten Basisdienste zunehmend unter Druck, da die Nachfrage sinkt und klassische Anbieter verschwinden. Hotels können als zentrale Orte bestehende Infrastrukturen (mit-)nutzen und zusätzliche Frequenzen schaffen. Hub-Funktionen im Bereich der Basisdienste stärken die Versorgungssicherheit, erhöhen die Attraktivität des Wohn- und Arbeitsortes und können Abwanderungstendenzen entgegenwirken.

### 2.1. Lebensmittelladen

Ein Hotel kann einen kleinen Lebensmittelladen oder Dorfladen betreiben und damit die Grundversorgung vor Ort stärken. Das Angebot kann Produkte des täglichen Bedarfs, regionale Spezialitäten oder lokale Erzeugnisse umfassen, von denen sowohl Gäste als auch die lokale Bevölkerung profitieren. Besonders in ländlichen oder alpinen Regionen kann ein solcher Laden Versorgungslücken schliessen, kurze Wege ermöglichen und gleichzeitig die Rolle des Hotels als zentralen Treffpunkt und Dienstleistungsort stärken.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Verkaufsfläche mit guter Zugänglichkeit
- Sortiment abgestimmt auf lokale Bedürfnisse und Nachfrage
- Organisation von Einkauf, Lagerung und Warenbewirtschaftung
- Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten oder Lieferanten

**Vorteile:**
- Sicherung der Grundversorgung im Dorf
- Zusätzliche Frequenz durch Gäste und Einheimische
- Stärkung regionaler Wertschöpfung und Produzenten
- Stärkung der Rolle des Hotels als zentraler Treffpunkt

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiel:**
Rigi Dorfladen – Hotel Rigi Kaltbad
→ www.hotelrigikaltbad.ch

**Tipps:**
24/7 Digital Solutions für deinen Dorfladen – la staziun
→ www.lastizun.ch

Leitfaden: Verpflegung in Hotels
→ www.selecta.com

### 2.2. Postfiliale mit Partner

Eine Filiale mit Partner integriert Postdienstleistungen in den bestehenden Hotelbetrieb und macht das Hotel zu einem zusätzlichen Zugangspunkt der Schweizerischen Post. In Zusammenarbeit mit der Post können Gäste und die lokale Bevölkerung wichtige Postgeschäfte wie das Aufgeben und Abholen von Briefen und Paketen, den Kauf von Briefmarken oder weitere Dienstleistungen nutzen. Besonders in ländlichen Regionen kann das Hotel damit zur Sicherung der postalischen Grundversorgung beitragen und seine Rolle als zentraler Anlaufpunkt im Dorf stärken.

**Voraussetzungen:**
- Geeigneter, öffentlich zugänglicher und hindernisfreier Bereich im Hotel
- Zusammenarbeit und Vertragsabschluss mit der Schweizerischen Post
- Ganzjährige Öffnungszeiten gemäss Anforderungen der Schweizerischen Post
- Sicherstellung der Schulung und Verfügbarkeit von Mitarbeitenden für die Postdienstleistungen
- Geeignete Betriebsstruktur als Vertragspartner (z.B. juristische Person)

**Vorteile:**
- Sicherung einer wichtigen Basisdienstleistung im Dorf
- Zusätzlicher Anlaufpunkt für Einheimische und Gäste
- Erhöhung der Kundenfrequenz und Sichtbarkeit
- Zusätzliche Einnahmen durch die Zusammenarbeit mit der Schweizerischen Post

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**
Postfiliale 6047 Kastanienbaum – Seehotel Kastanienbaum
→ www.post.ch

Dorfladen mit Poststelle – Bretterhotel, Trauffer Switzerland
→ www.trauffer.ch

**Tipps:**
Partner werden – Schweizerische Post
→ www.post.ch

→ www.post.ch

### 2.3. Bäckerei

Eine Bäckerei im Hotel schafft ein zusätzliches Versorgungsangebot für Gäste und die lokale Bevölkerung. Das Angebot kann durch eine eigene Backstube, einen Verkaufspunkt oder in Kooperation mit einer regionalen Bäckerei umgesetzt werden. Neben frischen Backwaren können auch regionale Spezialitäten angeboten werden. Die Bäckerei belebt das Hotel bereits in den Morgenstunden, stärkt die regionale Wertschöpfung und macht das Hotel zu einem attraktiven Treffpunkt im Dorf.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räumlichkeiten für Produktion und/oder Verkauf
- Einhaltung der lebensmittelrechtlichen Vorgaben
- Fachpersonal oder Kooperation mit einer regionalen Bäckerei
- Gute Erreichbarkeit und Sichtbarkeit für Einheimische und Gäste

**Vorteile:**
- Verbesserung der lokalen Grundversorgung
- Zusätzliche Kundenfrequenz und Belebung des Hotels
- Zusätzliche Einnahmen durch Verkauf und Konsumation
- Förderung regionaler Produkte und Spezialitäten

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★★☆

**Praxisbeispiele:**
Blasers Confiserie – Blasers Hotel Restaurant Chocolat
→ www.blasers.swiss

Rosa's Bistro & Bäckerei – Bretterhotel, Trauffer Switzerland
→ www.trauffer.ch

### 2.4. Regionale Produkte: Shop, Abo-Boxen

Diese Hub-Funktion umfasst den Verkauf und die Vermarktung regionaler Produkte über das Hotel, entweder in Form eines physischen Shops, eines Pop-up-Angebots oder kuratierter Abo-Boxen. Dabei übernimmt das Hotel eine koordinierende oder kuratierende Rolle zwischen lokalen Produzenten, Handwerk und Gästen bzw. Einheimischen. Besonders Abo-Boxen (z.B. Kulinarik oder Handwerk) ermöglichen eine regelmässige, gebündelte Distribution regionaler Produkte und stärken die Sichtbarkeit lokaler Wertschöpfung.

**Voraussetzungen:**
- Aktives Netzwerk regionaler Produzenten und Anbieter
- Klare kuratorische Rolle des Hotels (Auswahl, Qualität, Storytelling)
- Geeignete Verkaufs- oder Präsentationsfläche im Hotel oder Pop-up-Format
- Logistik für Lagerung, Verpackung und regelmässige Distribution
- Einfache Abrechnungssysteme zwischen Produzenten und Hotel

**Vorteile:**
- Stärkung der regionalen Wertschöpfungsketten
- Zusätzliche Einnahmen durch Verkauf oder Vermittlungsprovisionen
- Höhere Sichtbarkeit lokaler Produzenten

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**
Der HOFLADEN – Hotel Nidwaldnerhof
→ www.nidwaldnerhof.ch

Friedas Gelateria – Hotel Des Alpes
→ www.desalpes-adelboden.ch

Klosterladen und Onlineshop mit Geschenkkörben und -säckli – CULINARIUM ALPINUM
→ www.culinarium-alpinum.com

### 2.5. Apothekenautomat

Ein Apothekenautomat bietet rezeptfreie Arzneimittel sowie ausgewählte Gesundheits- und Hygieneprodukte rund um die Uhr an. Das Angebot ergänzt die lokale Grundversorgung, insbesondere in Regionen mit eingeschränktem Zugang zu Apotheken oder Drogerien. Der Automat kann in Zusammenarbeit mit einer Apotheke oder einem anderen autorisierten Anbieter betrieben werden und macht das Hotel zu einer niederschwelligen Anlaufstelle für alltägliche Gesundheitsbedürfnisse.

**Voraussetzungen:**
- Gut zugänglicher und möglichst wettergeschützter Standort
- Kooperation mit einer Apotheke oder einem autorisierten Anbieter
- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben für den Verkauf rezeptfreier Produkte
- Regelmässige Befüllung, Wartung und Qualitätskontrolle

**Vorteile:**
- Verbesserung der lokalen Grundversorgung
- Rund-um-die-Uhr-Zugang zu wichtigen Gesundheits- und Hygieneprodukten
- Zusätzliche Kundenfrequenz im Hotel
- Zusätzliche Einnahmen durch den Verkauf oder die Vermietung des Automaten

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★☆☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 2.6. Gesundheitsnahe Dienstleistungen

Hotels können ausgewählte Gesundheits- und Pflegeangebote in ihre Infrastruktur integrieren und damit einen zusätzlichen Nutzen für Gäste und die lokale Bevölkerung schaffen. Dazu gehören beispielsweise Telemedizin, regelmässige Sprechstunden mobiler Ärztinnen und Ärzte oder Pflegefachpersonen, physiotherapeutische Angebote sowie weitere mobile Gesundheitsdienstleistungen. Je nach Infrastruktur können auch Räume für Therapie- oder Rehabilitationsangebote zur Verfügung gestellt werden. Das Hotel übernimmt dabei die Rolle eines niederschwelligen Zugangspunkts und einer organisatorischen Drehscheibe für wohnortsnahe Gesundheitsleistungen – insbesondere in ländlichen und alpinen Regionen.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räume mit ausreichender Privatsphäre
- Zusammenarbeit mit Gesundheits- oder Pflegefachpersonen bzw. entsprechenden Organisationen
- Regelmässige Verfügbarkeit der Angebote
- Gute Erreichbarkeit und hindernisfreier Zugang

**Vorteile:**
- Verbesserung der wohnortsnahen Gesundheitsversorgung
- Zusätzlicher Nutzen für Gäste und lokale Bevölkerung
- Stärkung der Rolle des Hotels als regionaler Dienstleistungsstandort
- Zusätzliche Frequenz und ergänzende Einnahmen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**

Kurdienstleistungen, Physiotherapie, Spitex – Hotel Fravi, Bade-, Kur- und Ferienhotel Andeer
→ www.fravi-hotel.ch

Medical Wellness in den Schweizer Bergen – Hof Weissbad
→ www.hofweissbad.ch

### 2.7. Haustier-Service mit tierärztlicher Versorgung

Ein kleiner Haustier-Service gegebenfalls mit tierärztlicher Versorgung bietet praktische Dienstleistungen für Einheimische sowie Reisende mit Haustieren. Je nach Bedarf kann das Angebot von einer einfachen Hundedusche oder Futterverkauf über Haustiersitting bis hin zu einer Kooperation mit einer Tierarztpraxis reichen. Das Hotel positioniert sich damit als tierfreundlicher Treffpunkt und schliesst Versorgungslücken, insbesondere in ländlichen Regionen oder touristischen Destinationen

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räumlichkeit und Infrastruktur für das geplante Angebot (z.B. Behandlungsraum, Hundedusche oder Verkaufsfläche)
- Kooperation mit einer regionalen Tierarztpraxis oder weiteren Anbietern im Haustierbereich
- Einhaltung gesetzlicher Vorgaben bei tierärztlichen Dienstleistungen

**Vorteile:**
- Zusätzlicher Service für Einheimische und Gäste
- Stärkung der Attraktivität als haustierfreundliches Hotel
- Zusätzliche Frequenz und neue Zielgruppen
- Nutzung von Synergien mit bestehenden Angeboten

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiel:**
PETrina – Hundefreundliche Zimmer im Catrina Hotel mit Agility Platz
→ www.catrinaresort.ch

### 2.8. Coiffeur- und Beautyservice

Ein integrierter Coiffeur- und Beauty-Service im Hotel bietet Haarschnitte, Pflege-, Styling- und einfache Beautybehandlungen für Einheimische, Hotelgäste sowie externe Kundinnen und Kunden. Das Angebot kann als fester Salon im Hotel oder als regelmässig verfügbare Kooperation mit selbstständigen Fachpersonen organisiert sein. Das Hotel stellt geeignete Räumlichkeiten zur Verfügung, die an fixen Tagen oder im Rahmen eines flexiblen Betriebsmodells genutzt werden. Dadurch entsteht ein niederschwelliger Zugang zu alltäglichen Pflege- und Beautyangeboten sowie zusätzliche Frequenz im Hotel.

**Voraussetzungen:**
- Kooperation mit Coiffeur- und/oder Beautyfachpersonen oder lokalen Betrieben
- Geeignete Räumlichkeiten mit Wasseranschluss und Grundinfrastruktur
- Klare Regelung des Betriebsmodells (Miete, Umsatzbeteiligung oder Fixtage-Modell)
- Einfache Terminorganisation und gute Sichtbarkeit des Angebots

**Vorteile:**
- Zusätzliche Frequenz durch externe Kundschaft
- Erweiterung des Dienstleistungsangebots für Gäste
- Regelmässige und planbare Nutzung von Räumlichkeiten
- Zusätzliche Einnahmen durch Miet- oder Beteiligungsmodelle

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★☆☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

### 2.9. Lokaler Einkaufs- und Lieferdienst

Ein lokaler Lieferdienst oder Einkaufsservice unterstützt Menschen, die Einkäufe oder Mahlzeiten nicht selbst erledigen oder abholen können. Das Angebot richtet sich insbesondere an ältere Menschen, Personen mit eingeschränkter Mobilität oder Menschen in besonderen Lebenssituationen. In Zusammenarbeit mit lokalen Geschäften, Produzenten oder sozialen Organisationen kann das Hotel eine koordinierende Rolle übernehmen und so einen Beitrag zur Nahversorgung und Lebensqualität in der Region leisten.

**Voraussetzungen:**
- Kooperationen mit lokalen Geschäften, Produzenten oder sozialen Organisationen
- Geeignete(s) Fahrzeug(e)
- Verfügbare personelle und logistische Ressourcen

**Vorteile:**
- Beitrag zur lokalen Grundversorgung
- Unterstützung älterer und mobilitätseingeschränkter Personen
- Förderung der Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben
- Positives Image durch gesellschaftliches Engagement

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 2.10. Lokaler Fahrdienst

Hotels können durch eigene Fahrangebote oder Kooperationen mit lokalen Mobilitätsanbietern die Erreichbarkeit im Dorf und der Region verbessern. Denkbar sind die Bereitstellung oder Koordination von Mobilitätsdiensten wie Taxiangeboten, Schul- oder Schülertransporten sowie Shuttle-Dienste zu Bahnhöfen oder Freizeiteinrichtungen in der Region. Das Hotel kann dabei als organisatorischer Knotenpunkt fungieren, indem es Fahrten vermittelt, bündelt oder selbst betreibt (z.B. mit eigenen Fahrzeugen oder in Kooperation mit lokalen Transportanbietern). Besonders in ländlichen Gebieten kann dies zur besseren Erreichbarkeit von Schulen, Arbeitsplätzen und touristischen Angeboten beitragen.

**Voraussetzungen:**
- Klare rechtliche Rahmenbedingungen (Bewilligungen, Versicherung, Haftung)
- Organisatorische Struktur für Disposition und Koordination von Fahrten
- Geeignete Fahrzeuge oder gesicherter Zugang zu externen Flotten

**Vorteile:**
- Verbesserung der lokalen Mobilität und Erreichbarkeit
- Zusätzliche Einnahmen durch Vermittlungs- oder Betriebsmodelle
- Stärkung der Rolle des Hotels als regionaler Infrastrukturknoten
- Höhere Auslastung von Infrastruktur und Fahrzeugen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★★★☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

### 2.11. Bibliothek der Dinge

Die «Bibliothek der Dinge» ermöglicht das gemeinschaftliche Ausleihen von Alltagsgegenständen, Werkzeugen oder Freizeitmaterialien, anstatt diese individuell zu besitzen. Das Hotel fungiert dabei als Verleih- und Koordinationsstelle oder stellt entsprechende Räume und Infrastruktur zur Verfügung. Das Angebot richtet sich an Einheimische und teilweise auch an Gäste und fördert einen effizienteren Umgang mit Ressourcen sowie neue Formen des Teilens im Alltag.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Lager- und Ausgabestruktur im Hotel
- Kooperation mit lokalen Partnern oder Initiativen
- Einfaches Verwaltungs- und Buchungssystem

**Vorteile:**
- Reduktion von Anschaffungs- und Nutzungskosten für Nutzerinnen und Nutzer
- Stärkung der lokalen Gemeinschaft und Sharing-Kultur
- Zusätzliche Frequenz im Hotel durch Ausleihe und Rückgabe
- Positionierung des Hotels als innovativer und nachhaltiger Akteur

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiele:**
Bibliothek der Dinge: Leihen statt kaufen – Stadtbibliothek Katharinen
→ www.stadt.sg.ch

Leihbar Luzern – Tüftelwerk
→ www.leihbar-luzern.myturn.com

**Tipp:**
Ein Leitfaden für den erfolgreichen Aufbau und Betrieb einer «Bibliothek der Dinge» (auf Englisch)
→ www.knjiznicareci.si

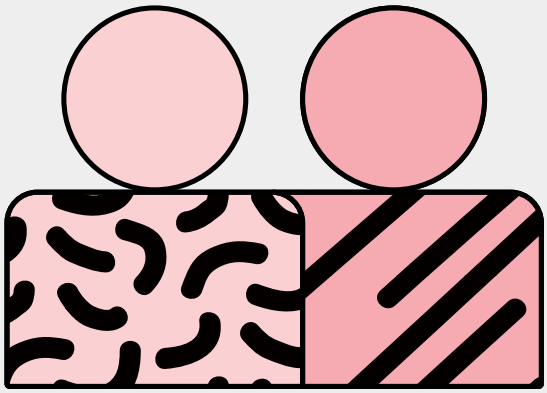
### 2.12. Repair-Café

Ein Repair-Café ist ein regelmässig stattfindender Anlass, bei dem defekte Alltagsgegenstände gemeinsam mit freiwilligen Helferinnen und Helfern oder Fachpersonen repariert werden. Das Hotel stellt dabei Räume zur Verfügung und übernimmt eine koordinierende Rolle oder arbeitet mit lokalen Initiativen zusammen. Ziel ist es, die Lebensdauer von Produkten zu verlängern, Wissen zu teilen und den sozialen Austausch in der Region zu fördern.

**Voraussetzungen:**
- Kooperation mit lokalen Reparatur-Initiativen, Vereinen oder Fachpersonen
- Geeignete Räumlichkeiten mit Arbeitsflächen und Stromanschlüssen
- Grundausstattung an Werkzeugen und Reparaturmaterial (oder Mitbringen durch Helfende)
- Klare Sicherheits- und Haftungsregelung

**Vorteile:**
- Förderung von Nachhaltigkeit und Abfallvermeidung
- Stärkung von Gemeinschaft und Wissensaustausch
- Zusätzliche Frequenz und Belebung des Hotels
- Imagegewinn als nachhaltiger und sozial engagierter Ort

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★☆☆☆☆



## 3. Gesellschaft

Soziale Treffpunkte, Austauschmöglichkeiten und gemeinschaftsbildende Angebote sind Bestandteile des Bereichs Gesellschaft. In vielen Regionen fehlen heute Orte, an denen unterschiedliche Bevölkerungsgruppen regelmässig zusammenkommen können. Hotels können diese Rolle übernehmen, indem sie Räume und Formate für Begegnungen, Vereine, den Generationenaustausch oder informelle Netzwerke anbieten. Solche Hub-Funktionen fördern den sozialen Zusammenhalt, stärken die Identifikation mit dem Ort und beleben das Dorfleben.

### 3.1. Ein Tisch für alle

«Ein Tisch für alle» schafft Begegnungen durch gemeinsames Essen. Das Hotel organisiert regelmässige Mittag- oder Abendessen, Brunchs oder andere gemeinschaftliche Mahlzeiten, bei denen Einheimische und Gäste an einem Tisch zusammenkommen. Im Mittelpunkt stehen das gemeinsame Essen, der ungezwungene Austausch und das Kennenlernen neuer Menschen. Das Angebot kann offen oder thematisch gestaltet werden und richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen.

**Voraussetzungen:**
- Geeigneter Raum für gemeinschaftliche Verpflegung
- Einfaches Anmelde- oder Reservationssystem
- Offen zugängliches Angebot für Einheimische und Gäste

**Vorteile:**
- Förderung des gesellschaftlichen Austauschs
- Stärkung der Begegnung zwischen Bevölkerung und Gästen
- Zusätzliche Frequenz und Konsumation im Hotel
- Positionierung des Hotels als sozialer Treffpunkt

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiele:**
Tavolata: Die gesellige Tafelrunde – Château de Vullierens
→ www.chateauvullierens.ch

Seniorenstamm – Hotel APART
→ www.apart-rotkreuz.ch

### 3.2. Generationencafé

Das Generationencafé bringt Menschen unterschiedlichen Alters zusammen und schafft Raum für den Austausch von Erfahrungen, Wissen und Lebensgeschichten. Das Hotel bietet den Rahmen für regelmässige Begegnungsformate, beispielsweise in Form von Erzählcafés, gemeinsamen Handwerks-, Back- oder Spielnachmittagen oder thematischen Gesprächsrunden. Im Mittelpunkt stehen das gegenseitige Lernen, das Miteinander der Generationen und die Stärkung sozialer Beziehungen. Getränke oder kleine Verpflegungsangebote können das Zusammensein ergänzen, stehen jedoch nicht im Vordergrund.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete und gut zugängliche Räumlichkeiten
- Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen und Institutionen
- Niederschwelliges Angebot für unterschiedliche Generationen

**Vorteile:**
- Förderung des Austauschs zwischen den Generationen
- Weitergabe von Wissen, Erfahrungen und Geschichten
- Belebung des Hotels durch regelmässige Begegnungsangebote

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★☆☆☆☆

**Praxisbeispiele:**
Generationencafé: Kaffee, Gespräche und Gemeinschaft – Kafi Mia
→ www.kafimia.ch

Generationencafés und Backademie mit Senior:innen – Vollpension Generationencafé
→ www.vollpension.wien

### 3.3. Spiel- und Begegnungsangebote

Spiel- und Begegnungsangebote schaffen einen niederschwelligen Treffpunkt für Einheimische und Gäste und fördern den sozialen Austausch im Hotel. Das Angebot kann von einer frei zugänglichen Spielecke über regelmässige Spielabende bis hin zu organisierten Turnieren (z.B. Jass- oder Brettspielturniere) reichen. Durch einfache und kostengünstige Formate kann das Hotel auch in ruhigeren Zeiten zusätzliche Frequenz schaffen und seine Rolle als sozialer Treffpunkt im Dorf stärken.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räumlichkeiten wie Restaurant, Bar, Lobby oder Gemeinschaftsraum
- Grundausstattung an Spielen und Sitzmöglichkeiten
- Allenfalls Zusammenarbeit mit Vereinen oder lokalen Gruppen

**Vorteile:**
- Förderung des gesellschaftlichen Austauschs und der Begegnung
- Stärkung des Gemeinschaftsgefühls im Dorf
- Belebung des Hotels in nachfrageschwächeren Zeiten
- Zusätzliche Frequenz und potenzielle Umsätze in Gastronomie und Hotellerie

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★☆☆☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiele:**
Bereich für Gesellschaftsspiele – Royal Plaza Montreux
→ www.royalplaza.ch

Brettspielcafé mit Brettspiel-Bibliothek – Gameorama
→ www.gameorama.ch

### 3.4. Spielbereich für Familien

Ein Spielbereich für Familien schafft einen niederschwelligen Begegnungsort für Kinder und ihre Begleitpersonen. Das Hotel stellt eine frei zugängliche Spiel- und Aufenthaltsfläche bereit, die sowohl von Hotelgästen als auch von Familien aus der Region genutzt werden kann. Je nach Ausgestaltung kann das Angebot eine einfache Spielecke, einen Indoor-Spielbereich oder regelmässige Spielnachmittage umfassen. Dadurch wird das Hotel zu einem familienfreundlichen Treffpunkt und fördert Begegnungen zwischen Einheimischen und Gästen.

**Voraussetzungen:**
- Kindgerecht ausgestattete Spiel- und Aufenthaltsfläche
- Gute Zugänglichkeit für Familien
- Sicherheitskonzept für den Spielbereich
- Klare Nutzungsregelungen

**Vorteile:**
- Attraktiver Treffpunkt für Familien aus der Region und Hotelgäste
- Förderung von Begegnungen zwischen Einheimischen und Gästen
- Zusätzliche Frequenz und potenzielle Gastronomieumsätze
- Stärkung der Familienfreundlichkeit des Hotels

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★☆☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 3.5. Kurs- und Freizeitangebote

Hotels können Räume, Infrastruktur und digitale Möglichkeiten für unterschiedliche Kurs- und Freizeitangebote zur Verfügung stellen und dadurch einen Ort für Begegnung, Austausch und gemeinsame Aktivitäten schaffen. Die Angebote können vom Hotel selbst organisiert oder in Zusammenarbeit mit lokalen Vereinen, Fachpersonen oder externen Anbietern durchgeführt werden. Denkbar sind beispielsweise Kochkurse, kreative Workshops, Handwerksangebote, Gartenkurse, Sprachcafés oder Bewegungsangebote. Auch digitale oder hybride Formate wie Online-Fitnesskurse, virtuelle Workshops oder zugeschaltete Kursangebote können integriert werden. Dadurch wird das Hotel zu einem offenen Treffpunkt für die lokale Bevölkerung und Gäste und stärkt die soziale Vernetzung im Ort.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räume und Infrastruktur für unterschiedliche Aktivitäten
- Technische Ausstattung für digitale oder hybride Angebote bei Bedarf
- Allenfalls Kooperationen mit lokalen Anbieterinnen und Anbietern oder Kursleitenden

**Vorteile:**
- Nutzung bestehender Räume auch ausserhalb der Hauptauslastungszeiten
- Neue Kontakte zwischen Hotel, Bevölkerung und Gästen
- Zusätzliche Einnahmen durch Kursgebühren oder Raumvermietung
- Erweiterung des Angebots für Gäste und Einheimische

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiele:**

Kräuterwerkstatt – Kräuterhotel Edelweiss
→ www.kraeuterhotel.ch

Yoga vor Ort und mit Zoom – Hôtel Royal Savoy
→ www.imyoga.ch

Workshops – Hotel Maistra 160
→ www.maistra160.ch

### 3.6. Gemeinschaftsgarten und Gärtnerei

Ein Gemeinschaftsgarten oder eine Gärtnerei im Hotel schafft einen Ort für gemeinsames Gärtnern, Lernen und Begegnen. Einheimische, Gäste sowie lokale Gruppen können sich an Gartenprojekten beteiligen, Wissen austauschen oder regionale Pflanzen und Kräuter kennenlernen. Gleichzeitig kann der Garten die Hotelküche mit frischen Produkten versorgen und die Verbindung zwischen Hotel, Natur und regionaler Landwirtschaft stärken. Dadurch entwickelt sich das Hotel zu einem Treffpunkt für nachhaltiges Handeln und gemeinschaftliches Engagement.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Garten- oder Anbauflächen
- Grundausstattung für Gartenarbeiten
- Organisation oder Begleitung gemeinsamer Aktivitäten

**Vorteile:**
- Nutzung der Ernte für Gastronomie oder Veranstaltungen
- Vermittlung von Wissen zu Natur, Gartenbau und regionalen Produkten
- Förderung von Begegnung und gemeinschaftlichem Engagement
- Aufwertung der Aussenräume und des Hotelumfelds

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiele:**

Hauser Garden: Kooperationen mit Bauern und Gärtnern in der Region – Hauser Hotel St. Moritz
→ www.hotelhauser.ch

Frei zugänglicher Kräutergarten – Hof Weissbad
→ www.hofweissbad.ch

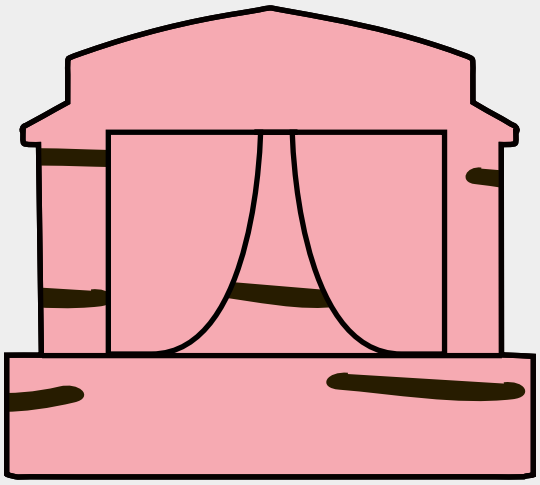
### 3.7. Marktplatz

Ein Marktplatz bringt regionale Produzenten, Direktvermarkter, Handwerksbetriebe und weitere lokale Anbieter im oder beim Hotel zusammen. Das Hotel stellt die Infrastruktur für regelmässige Marktveranstaltungen zur Verfügung und übernimmt je nach Konzept die Organisation oder Koordination. Neben regionalen Lebensmitteln können auch Handwerksprodukte, Pflanzen oder saisonale Spezialitäten angeboten werden. Der Marktplatz stärkt die regionale Wertschöpfung, belebt das Hotel und schafft einen attraktiven Begegnungsort für Einheimische und Gäste.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Innen- oder Aussenflächen für Marktstände
- Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten, Vereinen oder Gewerbebetrieben
- Infrastruktur für Marktstände, Strom und Witterungsschutz (je nach Standort)
- Klare Regelung für Standplätze, Gebühren und Verantwortlichkeiten

**Vorteile:**
- Förderung regionaler Produkte und Direktvermarktung
- Belebung des Hotels durch zusätzliche Besucherinnen und Besucher
- Zusätzliche Einnahmen durch Standgebühren, Gastronomie oder weitere Angebote

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆



## 4. Kultur

Dieser Themenbereich beinhaltet kulturelle Veranstaltungen, Kreativangebote sowie die Vermittlung von lokalem Wissen und Traditionen. Gerade kleinere Gemeinden verfügen oft nur über eine begrenzte kulturelle Infrastruktur oder ein geringes Veranstaltungsvolumen. Hotels können als Plattform für Ausstellungen, Konzerte, Lesungen oder regionale Kulturvermittlung dienen und dadurch das kulturelle Angebot bündeln. Hub-Funktionen im Kulturbereich stärken die Sichtbarkeit der Region, fördern die lokale Identität und schaffen zusätzliche Anziehungspunkte für Einheimische und Gäste.

### 4.1. Kulturveranstaltungen

Kulturveranstaltungen machen das Hotel zu einem Ort für kulturelle Erlebnisse und Begegnungen. Das Hotel organisiert eigene Veranstaltungen oder stellt seine Infrastruktur regionalen Kulturschaffenden, Vereinen und Institutionen zur Verfügung. Das Angebot kann von einzelnen Konzerten, Lesungen oder Ausstellungen über Themenabende bis hin zu mehrtägigen Festivals reichen. Dadurch wird das Hotel zu einer Plattform für das regionale Kulturleben und stärkt die Verbindung zwischen Gästen und Bevölkerung.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Veranstaltungsräume und Grundinfrastruktur
- Zusammenarbeit mit regionalen Kulturschaffenden, Vereinen oder Kulturinstitutionen
- Flexible Infrastruktur für unterschiedliche Veranstaltungsformate

**Vorteile:**
- Belebung des Hotels durch regelmässige Veranstaltungen
- Förderung des regionalen Kulturlebens
- Positionierung des Hotels als kultureller Treffpunkt
- Zusätzliche Einnahmen durch Vermietung, Eintritt oder Gastronomie

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**
Kultur & Konzerte – Hotel Scuol Palace
→ www.scuolpalace.ch

Events & Festivals – Hotel Schweizerhof Luzern
→ www.schweizerhof-luzern.ch

### 4.2. Kinoabende

Kinoabende umfassen regelmässige oder gelegentliche Filmvorführungen im Hotel, die als kulturelle und soziale Anlässe für Einheimische und Gäste dienen. Das Angebot kann in einem dafür geeigneten Raum, im Eventbereich oder saisonal auch als Open-Air-Kino stattfinden. Im Zentrum steht das gemeinsame Filmerlebnis. Optional können einzelne Abende durch kurze Einführungen oder anschliessende Gespräche ergänzt werden. Das Hotel übernimmt dabei die Rolle als Veranstaltungsort und organisatorischer Knotenpunkt für kulturelle Begegnungen.

**Voraussetzungen:**
- Geeigneter Raum oder Infrastruktur für Filmvorführungen (inkl. Technik)
- Rechte für Filmvorführungen bzw. Zusammenarbeit mit entsprechenden Anbietern
- Organisatorische Kapazität für Eventplanung und Durchführung
- Klare Termin- und Kommunikationsstruktur für Veranstaltungen

**Vorteile:**
- Niederschwelliger Zugang zu kulturellen Angeboten für Einheimische und Gäste
- Stärkung des Hotels als sozialer und kultureller Treffpunkt
- Zusätzliche Frequenz ausserhalb der klassischen Hotelauslastung
- Möglichkeit zur Zusammenarbeit mit lokalen Kulturakteuren

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiel:**
KINO Säntis Lodge: Kino für alle – Hotel Säntis Lodge
→ www.bergundbett.ch

### 4.3. Kreativraum

Hotels können Räume für kreative und gemeinschaftliche Aktivitäten zur Verfügung stellen und damit einen Ort für kulturellen Austausch und lokale Begegnungen schaffen. Solche Kreativräume eignen sich beispielsweise für Bandproben, Mal- und Handarbeitsgruppen, Lesekreise oder andere gemeinschaftliche Formate. Auch lokale Vereine können die Infrastruktur für Treffen, Trainings oder kleinere Veranstaltungen nutzen. Dadurch wird das Hotel zu einem offenen Ort für Kultur und Gemeinschaft und stärkt seine Funktion als sozialer Treffpunkt im lokalen Umfeld.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete, flexibel nutzbare Räumlichkeiten
- Grundausstattung entsprechend der geplanten Nutzung (z. B. Tische, Stühle, Stauraum, Präsentationstechnik)
- Einfaches Buchungs- und Nutzungskonzept

**Vorteile:**
- Belebung des Hotels durch regelmässige Aktivitäten
- Stärkung der lokalen Vernetzung und Zusammenarbeit
- Mehrwert für Einheimische und Gäste durch ein vielfältiges Angebot
- Zusätzliche Einnahmen durch Raumvermietung oder Konsumation
- Positionierung des Hotels als offener Begegnungsort

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiel:**
Creative Box – Hotel Maistra 160
→ www.maistra160.ch

### 4.4. Künstlerresidenz

Eine Künstlerresidenz nutzt freie Hotelkapazitäten in der Nebensaison für Aufenthalte von Kunst- und Kulturschaffenden. Das Hotel stellt Zimmer sowie geeignete Gemeinschafts- oder Arbeitsräume zur Verfügung und schafft damit einen temporären Ort für kreatives Arbeiten und kulturellen Austausch. Die Organisation der Aufenthalte kann in Zusammenarbeit mit Kunststiftungen, Kulturinstitutionen oder anderen Partnern erfolgen. Dadurch werden ungenutzte Ressourcen aktiviert und das Hotel wird zu einem Ort für kulturelle Entwicklung und Begegnung.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete freie Kapazitäten in der Nebensaison oder während Betriebsunterbrüchen
- Zusammenarbeit mit Kunststiftungen, Kulturinstitutionen oder Förderstellen
- Geeignete Räume für Aufenthalt und kreatives Arbeiten

**Vorteile:**
- Sinnvolle Nutzung leerstehender Kapazitäten in der Nebensaison
- Förderung von Kunst, Kultur und kreativem Austausch
- Stärkung der kulturellen Identität der Region
- Erhöhung der Sichtbarkeit und Positionierung des Hotels
- Neue Netzwerke mit Kulturschaffenden und Kulturinstitutionen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiel:**
Artists in Residence – Hotel Regina Mürren
→ www.reginamuerren.ch

### 4.5. Kleines Regionalmuseum mit Wechselausstellungen

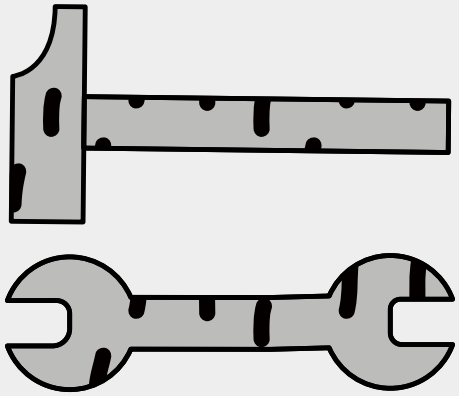
Ein kleines Regionalmuseum im Hotel präsentiert lokale Geschichte, Kultur und Identität in Form von wechselnden Ausstellungen. Das Hotel stellt dafür geeignete Flächen zur Verfügung und arbeitet mit lokalen Museen, Archiven, Sammlern oder Vereinen zusammen. Die Inhalte können regelmässig wechseln und so unterschiedliche Aspekte der Region sichtbar machen – von historischer Alltagskultur über Handwerk bis hin zu zeitgenössischen Themen. Dadurch wird das Hotel zu einem Ort der Vermittlung regionaler Identität und Geschichte.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Ausstellungsflächen im Hotel (Lobby, Gänge, separate Räume)
- Kooperation mit lokalen Museen, Archiven, Kulturvereinen oder Sammlern
- Einfache Präsentations- und Ausstellungsmaterialien (Vitrinen, Wandflächen etc.)

**Vorteile:**
- Sichtbarmachung regionaler Geschichte und Kultur
- Erweiterung des Angebots bei Schlechtwetter
- Regelmässige Belebung durch wechselnde Ausstellungen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiel:**
Capricorns Ausstellung – Hotel Restaurant Capricorns
→ www.capricorns.ch



# 5. Arbeit

Zu den Hub-Funktionen im Bereich Arbeit zählen Angebote für flexibles Arbeiten, geteilte Unternehmensdienstleistungen sowie Wissenstransfer. Durch die Digitalisierung verändert sich die Arbeitswelt zunehmend, gleichzeitig fehlen in ländlichen Regionen oft professionelle Arbeitsorte ausserhalb des eigenen Zuhauses. Hotels verfügen häufig bereits über eine geeignete Infrastruktur, die sich multifunktional nutzen lässt. Hub-Funktionen im Bereich Arbeit erschliessen neue Zielgruppen, erhöhen die Auslastung ausserhalb touristischer Spitzenzeiten und stärken die Standortattraktivität für Fachkräfte und Unternehmen.

### 5.1. Co-Working und flexible Arbeitsplätze

Hotels können ungenutzte Räume und Infrastruktur als flexible Arbeitsplätze für Einheimische, Gäste, Selbstständige oder externe Mitarbeitende anbieten. Neben klassischen Arbeitsplätzen in separaten Räumen können auch Hotelzimmer, Lounges oder Gemeinschaftsbereiche temporär als ruhige Arbeitsorte genutzt werden. Mit zuverlässigem WLAN, geeigneter Ausstattung und ergänzenden Services entsteht ein attraktiver Arbeitsort ausserhalb des eigenen Büros oder Zuhauses. Dadurch wird das Hotel zu einem flexiblen Arbeits- und Begegnungsort und kann bestehende Räume besser auslasten.

**Voraussetzungen:**
- Ruhige und geeignete Arbeitsbereiche mit ausreichend Privatsphäre
- Zuverlässige Internetverbindung
- Grundausstattung mit Arbeitsplatz, Sitzmöglichkeiten und Stromanschlüssen
- Allenfalls ergänzende Angebote wie Getränke, Verpflegung oder Druckmöglichkeiten

**Vorteile:**
- Bessere Nutzung bestehender Räume und Infrastruktur
- Zusätzliche Einnahmen durch Tages- oder Stundenvermietung
- Angebot für Einheimische, Gäste und lokale Unternehmen
- Erhöhung der Frequenz ausserhalb klassischer Aufenthaltszeiten

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★☆☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**
Workation – Apart Hotel Adelboden
→ www.aparthotel-adelboden.ch

Coworking – Hotel Restaurant Capricorns
→ www.capricorns.ch

### 5.2. Wohnen auf Zeit

Hotels können Zimmer oder Apartments als temporären Wohnraum für Personen mit einem befristeten Aufenthalt zur Verfügung stellen. Das Angebot richtet sich beispielsweise an Fachkräfte, Projektmitarbeitende, Lernende, Praktikantinnen und Praktikanten, Saisonangestellte oder Personen in Übergangssituationen. Je nach Bedarf können die Wohneinheiten für wenige Wochen oder mehrere Monate genutzt werden. Durch die Bereitstellung von Wohnraum unterstützt das Hotel regionale Unternehmen und Institutionen bei der Gewinnung von Mitarbeitenden und leistet einen Beitrag zur Lösung von Wohnraumengpässen in ländlichen und alpinen Regionen.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Zimmer oder Apartments für längere Aufenthalte
- Rechtliche Klärung der Nutzungsform (Beherbergung oder Wohnen)
- Servicekonzept für Langzeitaufenthalte
- Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmen, Institutionen oder Gemeinden

**Vorteile:**
- Beitrag zur regionalen Wohnraumversorgung
- Unterstützung bei der Gewinnung von Fachkräften
- Höhere und planbarere Auslastung
- Erschliessung neuer Zielgruppen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★★★☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★★☆

### 5.3. Kinderbetreuung

Das Hotel bietet Kinderbetreuungsangebote an und unterstützt damit Familien bei der Vereinbarkeit von Beruf, Weiterbildung und Freizeit. Je nach Bedarf kann das Angebot von einer stundenweisen Betreuung über Ferienprogramme bis hin zu einer Kooperation mit einer bestehenden Betreuungseinrichtung reichen. Das Angebot richtet sich sowohl an Hotelgäste als auch an Familien aus der Region und kann beispielsweise während der Arbeitszeit, bei Veranstaltungen oder Weiterbildungen genutzt werden. Dadurch trägt das Hotel zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei und stärkt seine Rolle als regionaler Dienstleistungs- und Begegnungsort.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete und kindgerecht ausgestattete Räumlichkeiten
- Qualifiziertes Betreuungspersonal oder Zusammenarbeit mit einer Betreuungseinrichtung
- Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben
- Sicherheits- und Hygienekonzept

**Vorteile:**
- Unterstützung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Attraktives Angebot für Familien, Unternehmen und Hotelgäste
- Zusätzliche Frequenz und potenzielle Einnahmen
- Stärkung der regionalen Familien- und Arbeitsinfrastruktur

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★★★★☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 5.4. Verkaufs- und Pop-up-Flächen

Verkaufs- und Pop-up-Flächen im Hotel bieten temporäre oder permanente Präsentations- und Verkaufsräume für lokale Produkte, Dienstleistungen oder Projekte. Diese Flächen können von regionalen Produzenten, Handwerksbetrieben, Kulinarikanbietern oder Start-ups genutzt werden und werden vom Hotel bereitgestellt oder gemeinsam mit regionalen Stakeholdern betrieben. Dadurch entsteht eine flexible Plattform im Hotel, die regelmässig neue Inhalte ins Haus bringt und regionalen Angeboten Sichtbarkeit verleiht.

**Voraussetzungen:**
- Flexible, gut zugängliche Flächen im Hotel (Lobby, Nebenräume, Aussenbereiche)
- Einfaches Betriebskonzept für Wechsel, Aufbau und Abrechnung der Pop-ups
- Klare zeitliche Struktur (Tage, Wochen, saisonale Nutzung)

**Vorteile:**
- Regelmässige Belebung des Hotels durch wechselnde Angebote
- Stärkung der regionalen Wirtschaft und Vernetzung
- Positionierung des Hotels als Plattform und Marktplatz

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**

Shop-in-Shop von Changemaker mit 24/7-Einkaufsmöglichkeit
– Hotel Seefeld, Sorell Hotels
→ www.zfv.ch

Concept Store – Hotel Maistra 160
→ www.maistra160.ch

**Tipp:**

Stores in Hotels: Wie der Gast zum Kunden wird
→ www.stores-shops.de

### 5.5. Offene Werkstatt

Eine offene Werkstatt kombiniert klassische Werkstattinfrastruktur mit optionalen modernen Fertigungsmöglichkeiten. Sie bietet einfache Werkzeuge und Arbeitsplätze für handwerkliche Arbeiten, Reparaturen und kreative Projekte. Ergänzend können – je nach Ausrichtung – auch moderne Technologien wie 3D-Drucker, Laser-Cutter oder computergesteuerte Werkzeuge eingesetzt werden, um digitale Entwürfe in physische Objekte umzusetzen. Die offene Werkstatt steht Einheimischen, Tüftlerinnen und Tüftlern, Schulen sowie Gästen zur Verfügung und verbindet Handwerk, Reparatur und Innovation an einem Ort.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räumlichkeiten mit Grundausstattung an Werkzeugen, Maschinen und Arbeitsplätzen
- Fachkundige Betreuung oder Partner für Einführung, Sicherheit und Betrieb
- Klare Nutzungs- und Sicherheitsregelungen
- Organisation für Zugang, Materialbewirtschaftung und bei Bedarf zusätzliche Technik (z.B. digitale Fertigungstechnologien)

**Vorteile:**
- Niederschwelliger Zugang zu Werkstatt- und Reparaturmöglichkeiten
- Förderung von Kreativität, Handwerk und technischem Verständnis
- Attraktives Angebot für Einheimische, Schulen und Gäste
- Stärkung des Hotels als Ort für Innovation, Bildung und Austausch

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★★★☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiele:**
Tüfteln, werken, reparieren, leihen, erfahren – Tüftelwerk
→ www.tueftelwerk.ch

Offene Werkstatt: Makerspace – Verein Turbine
→ www.turbine-brunnen.ch

### 5.6. Geteilte Unternehmensdienstleistungen

Das Hotel übernimmt oder koordiniert administrative Dienstleistungen für lokale Unternehmen, Vereine oder Selbstständige. Dazu gehören beispielsweise Marketing, Buchhaltung, Administration, Personalwesen oder weitere Büroarbeiten. Dadurch entstehen Synergien, insbesondere für kleinere Organisationen, die keine eigenen Ressourcen für diese Aufgaben haben.

**Voraussetzungen:**
- Fachkompetenz im Hotel
- Klare Definition des Dienstleistungsangebots
- Geeignete administrative Infrastruktur und digitale Arbeitsmittel
- Vertraulicher Umgang mit Daten und Einhaltung der Datenschutzbestimmungen
- Transparentes Abrechnungs- und Leistungsmodell

**Vorteile:**
- Entlastung lokaler Unternehmen und Organisationen
- Effiziente Nutzung vorhandener Kompetenzen und Infrastruktur
- Zusätzliche Einnahmequelle für das Hotel
- Förderung regionaler Kooperationen und Netzwerke
- Positionierung des Hotels als Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiel:**
Agentur für Gastronomie- und Hotelbetriebe – Schatz AG
→ www.schatz-ag.ch

### 5.7. Kompetenzzentrum für Wissenstransfer

Hotels verfügen häufig über wertvolles Wissen und Erfahrungen, die auch für andere regionale Akteure relevant sein können. Durch Coaching, Beratung oder Erfahrungsaustausch können Hotels ihr Know-how weitergeben und andere Betriebe bei der Entwicklung eigener Angebote unterstützen. Denkbar sind beispielsweise Beratungen zu Betriebsorganisation, Nachhaltigkeit, Angebotsentwicklung, Digitalisierung oder Gästebetreuung. Ergänzend können externe Expertinnen und Experten oder Organisationen eingebunden werden. Dadurch wird das Hotel zu einer Anlaufstelle für Wissenstransfer und Zusammenarbeit und stärkt gleichzeitig die Entwicklung des regionalen Angebots.

**Voraussetzungen:**
- Erfahrung und spezifisches Know-how im Hotelbetrieb
- Bereitschaft zum Wissenstransfer
- Netzwerk mit regionalen Akteuren und Fachpersonen

**Vorteile:**
- Stärkung der regionalen Zusammenarbeit
- Nutzung und Weitergabe vorhandener Kompetenzen
- Unterstützung anderer Betriebe und Angebote
- Positionierung des Hotels als innovativer Akteur

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

### 5.8. Bildungsangebote

Hotels können Räume und Infrastruktur für niederschwellige Bildungs- und Lernangebote zur Verfügung stellen und dadurch Wissen, Austausch und persönliche Weiterentwicklung fördern. Die Angebote können sich an die lokale Bevölkerung, regionale Betriebe und deren Mitarbeitende sowie an interessierte Gäste richten. Denkbar sind beispielsweise Sprachkurse, Fachvorträge, Praxiskurse, Themenabende oder Seminare. Die Angebote können vom Hotel selbst initiiert oder gemeinsam mit Fachpersonen, Bildungsinstitutionen und regionalen Partnern durchgeführt werden. Dadurch entsteht ein Lernort, der Wissen zugänglich macht und die Verbindung zwischen Hotel, Region und Gästen stärkt.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Unterrichts- oder Seminarräume
- Kooperation mit Bildungsanbietern oder Kursleitenden

**Vorteile:**
- Zusätzliche Nutzung der Hotelinfrastruktur
- Förderung von Wissen und Kompetenzen in der Region
- Gewinn neuer Zielgruppen
- Positionierung als Lern- und Begegnungsort

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★☆☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 5.9. Geteilte Arbeitsmodelle

Das Hotel ermöglicht flexible Arbeitsmodelle über Organisationsgrenzen hinweg. Mitarbeitende können ihre Arbeitszeit beispielsweise zwischen Hotel, Tourismusorganisation, Gemeinde oder anderen regionalen Projekten aufteilen. Dadurch lassen sich Fachkräfte besser auslasten, Kompetenzen gemeinsam nutzen und personelle Engpässe reduzieren. Das Hotel übernimmt dabei eine koordinierende oder partnerschaftliche Rolle und stärkt die Zusammenarbeit innerhalb der Region.

**Voraussetzungen:**
- Verbindliche Kooperationen zwischen den beteiligten Organisationen
- Klare Aufgaben- und Rollenverteilung
- Gemeinsame Personalplanung und Abstimmung
- Rechtliche und arbeitsvertragliche Regelungen

**Vorteile:**
- Bessere Auslastung von Fachkräften
- Attraktivere Arbeitsplätze durch abwechslungsreiche Tätigkeiten
- Reduktion von Fachkräftemangel
- Stärkung regionaler Zusammenarbeit
- Effizientere Nutzung personeller Ressourcen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 5.10. Integration und Arbeitsinklusion

Das Hotel bietet niederschwellige Arbeits- und Integrationsmöglichkeiten für Menschen mit erschwertem Zugang zum Arbeitsmarkt, beispielsweise Personen mit Fluchthintergrund oder Langzeitarbeitslose. In Zusammenarbeit mit sozialen Institutionen entstehen Arbeitsplätze, Trainingsmöglichkeiten oder begleitete Wiedereinstiegsprogramme in verschiedenen Bereichen des Hotelbetriebs. Das Hotel wird damit zu einem Ort der sozialen und beruflichen Integration.

**Voraussetzungen:**
- Kooperation mit Sozialdiensten, Integrationsstellen oder Regionalen Arbeitsvermittlungszentren (RAV)
- Begleitete Arbeitsmodelle (Coaching, Einarbeitung, Betreuung)
- Geeignete interne Einsatzbereiche (Housekeeping, Küche, Logistik etc.)
- Klare rechtliche Rahmenbedingungen und Rollenprofile
- Bereitschaft zu sozialorientierten Anstellungsmodellen

**Vorteile:**
- Beitrag zur sozialen und beruflichen Integration
- Zugang zu zusätzlichen Arbeitskräften
- Stärkung der gesellschaftlichen Verantwortung des Hotels
- Imagegewinn als sozial engagierter Betrieb
- Aufbau langfristiger Fachkräftepotenziale

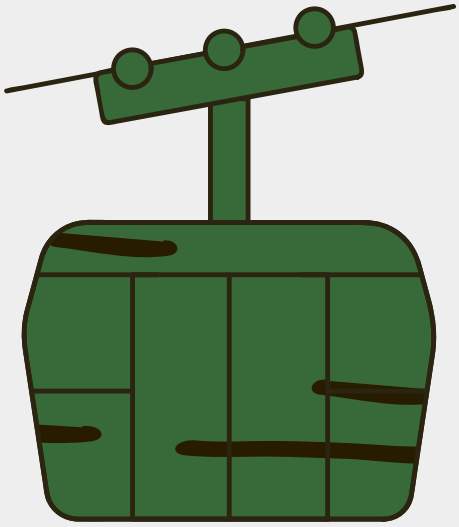
**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★★☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiele:**

Begleitete Arbeits- und Ausbildungsplätze für Menschen mit einem Handicap – DAS**BREITE**HOTEL
→ www.dasbreitehotel.ch

Berufliche Wiedereingliederung und soziale Integration – Bigatt Hotel & Restaurant
→ www.hotelbigatt.com

Hotel mit Arbeitsplätzen für Menschen mit Fluchthintergrund – magdas Hotel
→ www.magdas-hotel.at



# 6. Tourismus

Zum Bereich Tourismus gehören ergänzende Dienstleistungen und Infrastrukturen für Gäste und Freizeitnutzende, wie etwa Gästeinformationen, Mobilitätsangebote, Sport- und Freizeitservices sowie praktische Angebote wie Wäscherei- oder Schlüsseldienste. Gerade in kleineren Destinationen fehlen solche Angebote oft, weil das nötige Volumen für einzelne Anbieter nicht ausreicht. Hotels können diese Funktionen bündeln und als zentrale Anlaufstelle für Gäste und Einheimische dienen. Hub-Funktionen im Bereich Tourismus verbessern das Gästeerlebnis, stärken die Attraktivität der Destination und fördern die regionale Wertschöpfung.

### 6.1. Serviceplattform für Ferienwohnungen und Beherbergungsbetriebe

Hotels können als zentrale Serviceplattform für Ferienwohnungen und kleinere Beherbergungsbetriebe in der Region fungieren. Sie übernehmen oder koordinieren Dienstleistungen wie Wäscherei, Reinigung, Schlüsselübergabe, Gästebetreuung oder kleinere Hauswartungsaufgaben. Durch die Bündelung dieser Leistungen entstehen effiziente Abläufe, einheitliche Qualitätsstandards und eine spürbare Entlastung für Eigentümerschaften und Vermietende. Gleichzeitig profitieren Gäste von einem professionellen Service und die touristische Infrastruktur der Region wird gestärkt.

**Voraussetzungen:**
- Kapazitäten für Reinigung und Wäscherei
- Organisation für Schlüssel-, Gäste- und Serviceprozesse
- Kooperationen mit Eigentümerschaften oder Vermietenden

**Vorteile:**
- Zusätzliche Einnahmequelle
- Bessere Auslastung von Personal und Infrastruktur
- Professionalisierung des Angebots regionaler Ferienwohnungen
- Stärkung der touristischen Zusammenarbeit in der Region

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★★☆
- Ertragspotenzial ★★★★☆

**Praxisbeispiel:**
«buy to use and let»-Konzept von rocksresort
→ www.rocksresort.com

### 6.2. Dorfhotel

Das Dorfhotel oder «Verstreutes Hotel»-Konzept nutzt ein ganzes Dorf als Hotelstruktur. Die Gäste sind in verschiedenen bestehenden Gebäuden untergebracht, während zentrale Dienstleistungen wie Rezeption, Gastronomie oder Aufenthaltsräume an einem Ort gebündelt sind.
Der Ansatz verbindet touristische Nutzung mit bestehender Dorfinfrastruktur und integriert Gäste direkt in das lokale Umfeld. Dadurch entsteht ein enges Zusammenspiel zwischen Beherbergung und Alltagsleben im Dorf. Das Konzept belebt bestehende Bausubstanz, stärkt die lokale Identität und schafft ein authentisches, räumlich verteiltes Gästeerlebnis mit hoher Einbindung in die Gemeinde.

**Voraussetzungen:**
- Verfügbare und geeignete bestehende Gebäude im Dorf (Wohnhäuser, Ferienwohnungen, leerstehende Bauten)
- Zentrale Infrastruktur für Kernfunktionen (Rezeption, Gastronomie, Aufenthaltsräume)
- Funktionierendes Betriebs- und Logistikkonzept (Wege, Gepäcktransport, Check-in/Check-out)
- Digitale oder analoge Koordination für Buchung, Kommunikation und Gästeführung

**Vorteile:**
- Aktivierung und Nutzung bestehender Bausubstanz im Dorf
- Starke Integration der Gäste ins lokale Alltagsleben
- Reduktion von Neubau- und Infrastrukturbedarf
- Authentisches und ortsbezogenes Gästeerlebnis

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★★
- Investitionsbedarf ★★★★☆
- Personalbedarf ★★★★☆
- Ertragspotenzial ★★★★☆

**Praxisbeispiele:**
«Verstreutes Hotel» – Corippo Albergo Diffuso & Fondazione Corippo 1975
→ www.corippoalbergodiffuso.ch

POORT A POORT Dorfhotel
→ www.poortapoort.ch

### 6.3. Gästeinformation und Skischulbüro

Das Hotel übernimmt oder integriert eine lokale Gästeinformation und/oder ein Skischulbüro und wird damit zur zentralen Anlaufstelle für touristische Dienstleistungen in der Region. Gäste erhalten hier Informationen zu Aktivitäten, Veranstaltungen, Mobilität und Angeboten sowie direkte Buchungsmöglichkeiten für lokale Dienstleistungen wie Skischulen, Guides oder Freizeitangebote. Durch die Bündelung entsteht ein niederschwelliger Zugang zu touristischen Leistungen direkt im Hotel.

**Voraussetzungen:**
- Gut zugänglicher Empfangs- oder Informationsbereich
- Kooperation mit regionalen Tourismusorganisationen, Skischulen und weiteren Leistungsträgern
- Aktuelle Informations- und Buchungsmöglichkeiten (digital und/oder analog)
- Klare organisatorische Zuständigkeiten und Abläufe

**Vorteile:**
- Stärkung des Hotels als zentrale Drehscheibe im Tourismusangebot
- Höhere Wertschöpfung durch Vermittlung lokaler Dienstleistungen
- Verbesserte Gästeorientierung und Servicequalität
- Direkte Vernetzung von Gästen mit regionalen Anbietern
- Zusätzliche Frequenz im öffentlichen Bereich des Hotels

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

### 6.4. Stellplätze mit Hotelinfrastrukturnutzung

Diese Hub-Funktion kombiniert klassische Stellplätze für Tiny Houses, Camper oder Wohnmobile mit der Nutzung ausgewählter Hotelinfrastruktur. Gäste profitieren von einer einfachen, naturnahen Übernachtungsform und gleichzeitig vom Komfort eines Hotels, beispielsweise durch Zugang zu Duschen, Frühstücksangeboten, Waschmöglichkeiten oder weiteren Serviceleistungen. Das Hotel erweitert damit sein Beherbergungsangebot in den Aussenraum und spricht neue, flexible Zielgruppen an.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Aussenflächen für Stellplätze (Parkplätze, Wiesen, Randzonen)
- Infrastruktur für Strom-, Wasser- und ggf. Abwasseranschlüsse
- Zugangskonzept für Hotelinfrastruktur (Duschen, Gastronomie, Waschraum etc.)
- Einhaltung baulicher, rechtlicher und kommunaler Vorgaben

**Vorteile:**
- Erweiterung des Beherbergungsangebots mit geringem Bauaufwand
- Erschliessung neuer Zielgruppen (Camper, Vanlife, Langzeitreisende)
- Zusätzliche Einnahmen durch Stellplätze und Zusatzleistungen
- Höhere Auslastung der Hotelinfrastruktur (Gastronomie, Wellness etc.)

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★★☆☆

**Praxisbeispiel:**
Stellplatz für Camper – Bergrestaurant Bühlberg
→ www.buehlberg.ch

### 6.5. Escape Rooms

Escape Rooms im Hotel sind interaktive Erlebnisräume, in denen Gruppen innerhalb einer vorgegebenen Zeit Rätsel lösen und Aufgaben bewältigen müssen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Sie können dauerhaft installiert oder als temporäre, thematisch wechselnde Installationen umgesetzt werden. Das Hotel übernimmt dabei die Rolle als Erlebnisanbieter und Standort für spielerische Gruppenaktivitäten für Gäste, Einheimische sowie Firmen- und Teamevents.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Räumlichkeiten mit gestaltbarer Infrastruktur
- Konzept für Gestaltung, Betreuung und Sicherheit des Angebots
- Buchungs- und Organisationssystem für Einzelpersonen und Gruppen

**Vorteile:**
- Wetterunabhängiges Angebot
- Zusätzliche Frequenz unabhängig von klassischer Hotelauslastung
- Differenzierung des Hotels durch Erlebnisangebot
- Zusätzliche Einnahmen durch Ticket- und Eventverkauf

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★★☆
- Investitionsbedarf ★★★★☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★★☆

**Praxisbeispiel:**
Rätselzimmer – Hotel Zugertor
→ www.zugertor.ch

### 6.6. Umkleide- und Duschinfrastruktur für Sporttreibende

Das Hotel stellt Umkleide- und Duschmöglichkeiten für Sporttreibende aus der Region und für Gäste zur Verfügung. Dieses Angebot richtet sich insbesondere an Personen, die Outdoor-Aktivitäten wie Langlauf, Biken, Trailrunning oder Wandern ausüben und vor oder nach der Aktivität eine Infrastruktur für Umziehen, Duschen oder kurzzeitigen Aufenthalt benötigen. Das Hotel wird dadurch zu einem funktionalen Ausgangs- und Endpunkt für sportliche Aktivitäten im öffentlichen Raum.

**Voraussetzungen:**
- Zugängliche Umkleide- und Duschräume (getrennt oder flexibel nutzbar)
- Sichere Aufbewahrungsmöglichkeiten für Kleidung und Ausrüstung
- Einfache Zugangslösung (z.B. QR-Code, Rezeption, Mitgliedschaft oder Tagesgebühr)
- Reinigungs- und Unterhaltskonzept für hohe Nutzungsfrequenz

**Vorteile:**
- Stärkung des Hotels als Sport- und Aktivitäts-Hub in der Region
- Attraktives Zusatzangebot für Einheimische und Tagesgäste
- Höhere Frequenz auch ausserhalb klassischer Übernachtungen
- Zusätzliche Einnahmen durch Tagesnutzung oder Zusatzservices (z.B. Gastronomie)

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★★☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

### 6.7. Sportgeschäft und Sportservice

Ein Sportgeschäft und Sportservice im Hotel erweitert das Angebot für Gäste und die lokale Bevölkerung und unterstützt die Nutzung der regionalen Sport- und Freizeitangebote. Das Angebot kann von einem kleinen Verkaufspunkt mit ausgewählten Produkten über die Vermietung von Sportgeräten bis hin zu einem umfassenden Sportservice reichen. Dazu gehören beispielsweise der Verleih von Skis, Bikes oder Langlaufausrüstung, einfache Reparaturen sowie die Vermittlung von sportbezogenen Dienstleistungen. Das Hotel wird dadurch zur zentralen Anlaufstelle für Sporttreibende und stärkt seine Funktion als Ausgangspunkt für Aktivitäten in der Region.

**Voraussetzungen:**
- Geeignete Fläche für Verkauf, Lagerung und Ausgabe der Sportausrüstung
- Kooperation mit regionalen Sportgeschäften, Verleihern oder Anbietern
- Auswahl eines auf die Region abgestimmten Sortiments (z.B. Ski, Bike, Wandern)
- Fachwissen oder geschultes Personal für Beratung und Betreuung

**Vorteile:**
- Verbesserung der Sportinfrastruktur für Gäste und Einheimische
- Zusätzliche Einnahmen durch Vermietung, Verkauf und Services
- Stärkung des Hotels als Ausgangspunkt für Outdoor-Aktivitäten

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★★☆☆
- Investitionsbedarf ★★★★☆
- Personalbedarf ★★★☆☆
- Ertragspotenzial ★★★★☆

**Praxisbeispiel:**
Hotel-Sportshop – Waldhotel Arosa
→ www.waldhotel.ch

### 6.8. Carsharing

Ein Carsharing-Angebot im Hotel stellt Gästen und der lokalen Bevölkerung flexible Mobilität ohne eigenes Fahrzeug zur Verfügung. Das Hotel kann dabei als Standortpartner für ein bestehendes Carsharing-Angebot auftreten oder gemeinsam mit regionalen Partnern ein Fahrzeug zur Nutzung anbieten. Besonders in ländlichen und alpinen Regionen mit eingeschränktem öffentlichem Verkehr kann Carsharing eine wichtige Ergänzung zur bestehenden Mobilitätsinfrastruktur darstellen und die Erreichbarkeit von Angeboten und Dienstleistungen verbessern.

**Voraussetzungen:**
- Geeigneter und gut zugänglicher Parkplatz am Hotel
- Kooperation mit einem Carsharing-Anbieter oder regionalen Partnern
- Klare Regelung für Buchung, Zugang und Fahrzeugverwaltung

**Vorteile:**
- Verbesserung der lokalen Mobilitätsversorgung und Erreichbarkeit
- Reduktion der Abhängigkeit vom eigenen Auto
- Zusätzliche Mobilitätsoption für Gäste und Mitarbeitende
- Attraktivitätssteigerung des Hotels durch ergänzende Dienstleistungen

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★☆☆☆
- Personalbedarf ★☆☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

**Praxisbeispiel:**
Carsharing im Naturpark – Biosfera Val Müstair
→ www.val-muestair.ch

### 6.9. Elektroladestation für Autos

Eine Elektroladestation im Hotel erweitert die lokale Mobilitätsinfrastruktur und bietet Gästen sowie der Bevölkerung eine Möglichkeit, Elektrofahrzeuge während ihres Aufenthalts oder Zwischenstopps zu laden. Besonders in ländlichen und alpinen Regionen mit begrenzter Ladeinfrastruktur kann das Hotel damit eine wichtige Versorgungsfunktion übernehmen und sich als nachhaltiger Mobilitätspunkt positionieren.

**Voraussetzungen:**
- Geeigneter Standort mit guter Zugänglichkeit und ausreichender Stromkapazität
- Klare Regelung zur Nutzung (öffentlich, für Gäste oder Mitarbeitende)
- Konzept für Abrechnung und Zugang (z.B. App, Karte oder direkte Zahlung)
- Wartungs- und Unterhaltskonzept für die Ladeinfrastruktur

**Vorteile:**
- Verbesserung der Ladeinfrastruktur in der Region
- Unterstützung nachhaltiger Mobilität bei Gästen und Einheimischen
- Zusätzliche Einnahmen durch Ladegebühren und Konsumation während der Ladezeit

**Einschätzung:**
- Schwierigkeit ★★☆☆☆
- Investitionsbedarf ★★★☆☆
- Personalbedarf ★☆☆☆☆
- Ertragspotenzial ★★☆☆☆

# 7. Bewertung und Priorisierung der Hub-Funktionen

Die Auswahl geeigneter Hub-Funktionen ist eine zentrale Grundlage für die Entwicklung eines Hotels als Hub. Ziel ist es, Angebote zu schaffen, die einen Mehrwert für Gäste, Einheimische und die Region bieten und gleichzeitig zur strategischen Ausrichtung sowie zu den betrieblichen Möglichkeiten des Hotels passen.
Die folgenden Hilfsmittel unterstützen dabei, Hub-Funktionen systematisch einzuordnen und zu priorisieren. Zunächst erfolgt eine Einschätzung des Nutzungswerts verschiedener Funktionen. Anschliessend können diese hinsichtlich Strahlkraft, Investitionsbedarf und Ertragspotenzial bewertet werden.
Die Vorlagen dienen als Orientierung und sollen individuell an die jeweiligen Rahmenbedingungen angepasst werden.

### 7.1. Dienstleistungen nach Nutzungswert

Nicht jede Hub-Funktion schafft den gleichen Mehrwert für dieselben Zielgruppen. Während einige Angebote in erster Linie die lokale Bevölkerung ansprechen, richten sich andere vorwiegend an Gäste. Wiederum andere schaffen einen gleichermassen hohen Nutzen für beide Gruppen und stärken gleichzeitig die Attraktivität der Region.

Die nachfolgende Übersicht zeigt beispielhaft, wie Hub-Funktionen nach ihrem Nutzungswert eingeordnet werden können. Sie dient als Orientierung und soll den Hotels helfen, geeignete Angebote für ihren Standort auszuwählen.

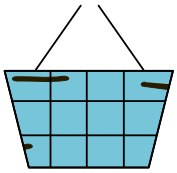
Der Nutzungswert wird in drei Kategorien unterschieden:

Vorwiegend für die **lokale Bevölkerung**
(kann auch für Gäste einen Mehrwert bieten)

Vorwiegend für **Gäste**
(kann auch für die lokale Bevölkerung einen Mehrwert schaffen)

Für **Gäste und lokale Bevölkerung** gleichermassen
(kann auch für Personen über die Gemeinde oder Region hinaus einen Mehrwert sein)

Die Einordnung ist nicht abschliessend. Je nach Standort, Zielgruppen und regionalen Bedürfnissen kann dieselbe Hub-Funktion unterschiedlich bewertet werden.



**Versorgung: Dienstleistungen des täglichen Bedarfs**

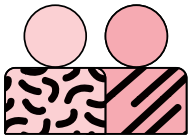
Bibliothek der Dinge

Bäckerei

Postfiliale mit Partner

Coiffeur- und Beautyservice

Apothekenautomat



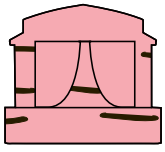
**Gesellschaft: Dienstleistungen zur Förderung des Zusammenlebens**

Kurs- und Freizeitangebot

Generationencafé

Marktplatz

Spiel- und Begegnungsorte

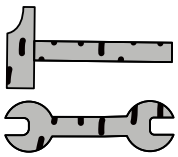


**Kultur: Dienstleitungen zur Erweiterung des kulturellen Angebots**

Künstlerresidenz

Kreativraum

Kulturveranstaltungen



**Arbeit: Dienstleistungen zur Unterstützung von Arbeitsplätzen in alpinen Regionen**

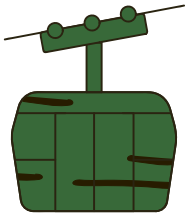
Geteilte Unternehmensdienstleistungen

Kinderbetreuung

Bildungsangebote

Kompetenzzentrum für Wissenstransfer

Co-Woking-Space



**Tourismus: Dienstleistungen zur Verbesserung des Gästeerlebnisses**

Dorfhotel

Umkleide- und Duschinfrastruktur für Sporttreibende

Gästeinformation und Skischulbüro

Carsharing

Stellplätze mit Hotelinfrastruktur

## 7.2. Hub-Funktionen nach Aufwand und Potenzial bewerten

Die Entwicklung eines Hotels als Hub erfordert eine sorgfältige Abwägung zwischen gewünschter Wirkung, wirtschaftlichem Potenzial und erforderlichem Aufwand. Nicht jede Hub-Funktion eignet sich für jeden Standort oder Betrieb gleichermassen. Während einzelne Angebote mit geringem Investitionsaufwand umgesetzt werden können, erfordern andere bauliche Anpassungen oder langfristige strategische Entscheidungen.

Die folgenden Bewertungsvorlagen unterstützen dabei, mögliche Hub-Funktionen strukturiert einzuordnen und miteinander zu vergleichen. Dabei werden drei zentrale Aspekte betrachtet:

**Strahlkraft** beschreibt die Wirkung einer Funktion nach aussen. Sie zeigt auf, wie stark ein Angebot zur Sichtbarkeit des Hotels beiträgt, neue Zielgruppen anspricht und die Rolle des Hotels als regionaler Treffpunkt stärkt.

**Ertragspotenzial** beschreibt das wirtschaftliche Potenzial einer Funktion. Dabei geht es nicht nur um direkte Einnahmen, sondern auch um mögliche indirekte Effekte wie zusätzliche Übernachtungen, höhere Auslastung oder Synergien mit bestehenden Angeboten.

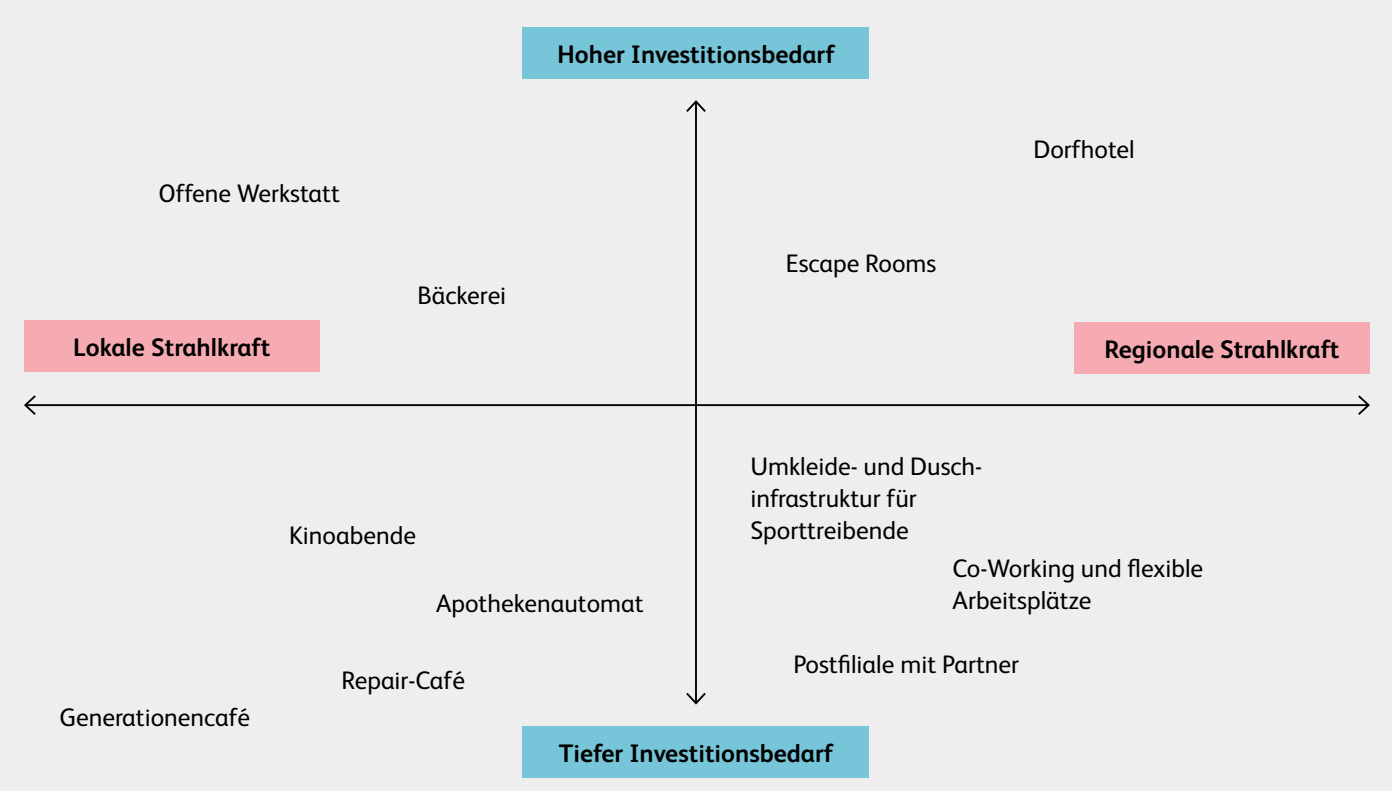
**Investitionsbedarf** zeigen den erforderlichen finanziellen und baulichen Aufwand für die Umsetzung einer Funktion. Dabei werden sowohl einmalige Investitionen als auch der notwendige Anpassungsaufwand berücksichtigt.

Die Einordnung erfolgt nicht als fixe Bewertung, sondern als Grundlage für die individuelle Entscheidungsfindung. Je nach Standort, Zielgruppen, vorhandener Infrastruktur und strategischer Ausrichtung können unterschiedliche Kombinationen von Hub-Funktionen sinnvoll sein. Ziel ist es, ein ausgewogenes Angebot zu entwickeln, das Wirkung erzeugt, wirtschaftlich tragfähig ist und zur regionalen Situation passt.

↓

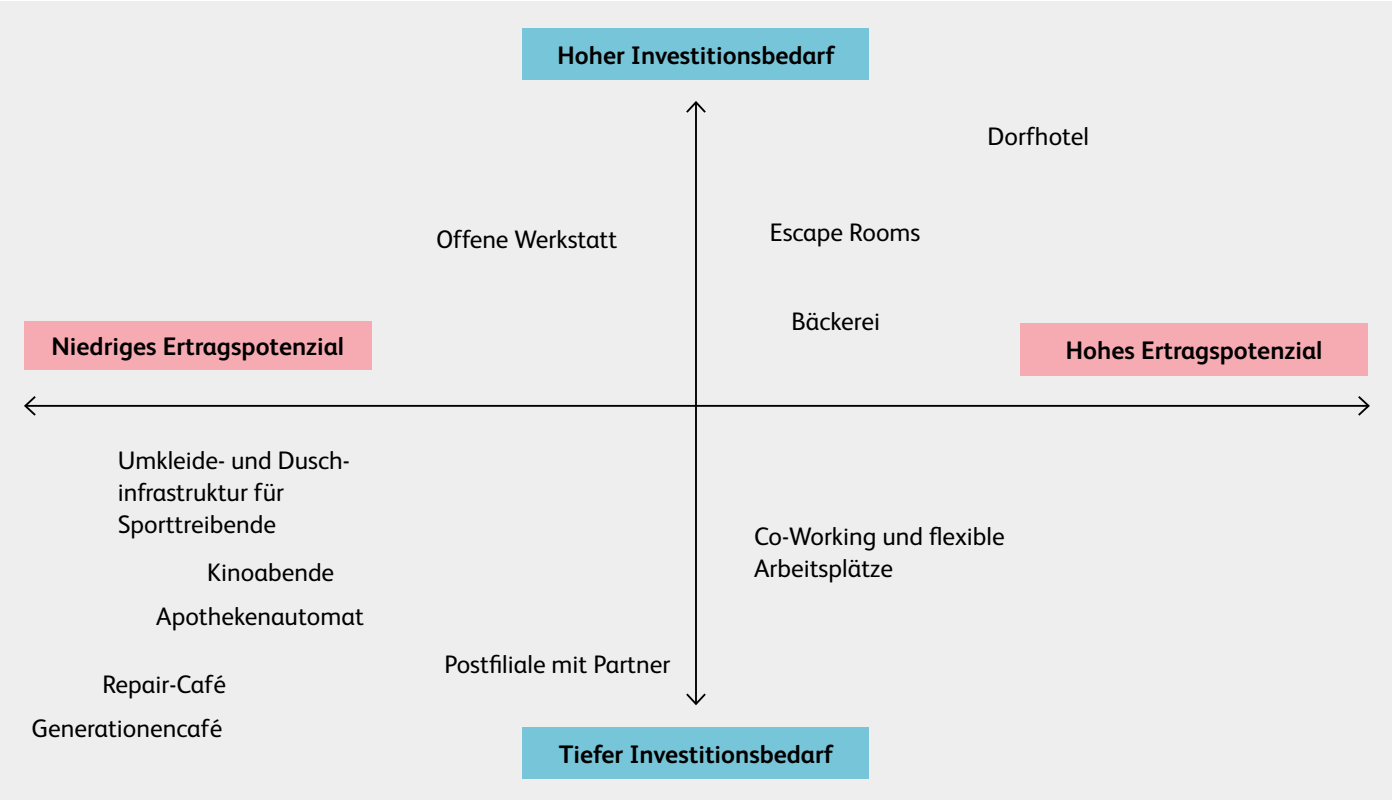
**Strahlkraft vs. Investitionsbedarf**

Diese Darstellung zeigt, welche Hub-Funktionen eine hohe Wirkung mit vergleichsweise geringem Aufwand erzielen können. Sie unterstützt dabei, Angebote mit grossem Entwicklungspotenzial zu identifizieren.



↓

**Ertragspotenzial vs. Investitionsbedarf**
Diese Darstellung hilft einzuschätzen, welche Funktionen wirtschaftlich attraktiv sein können und wie hoch der erforderliche Investitionsaufwand dafür ist.

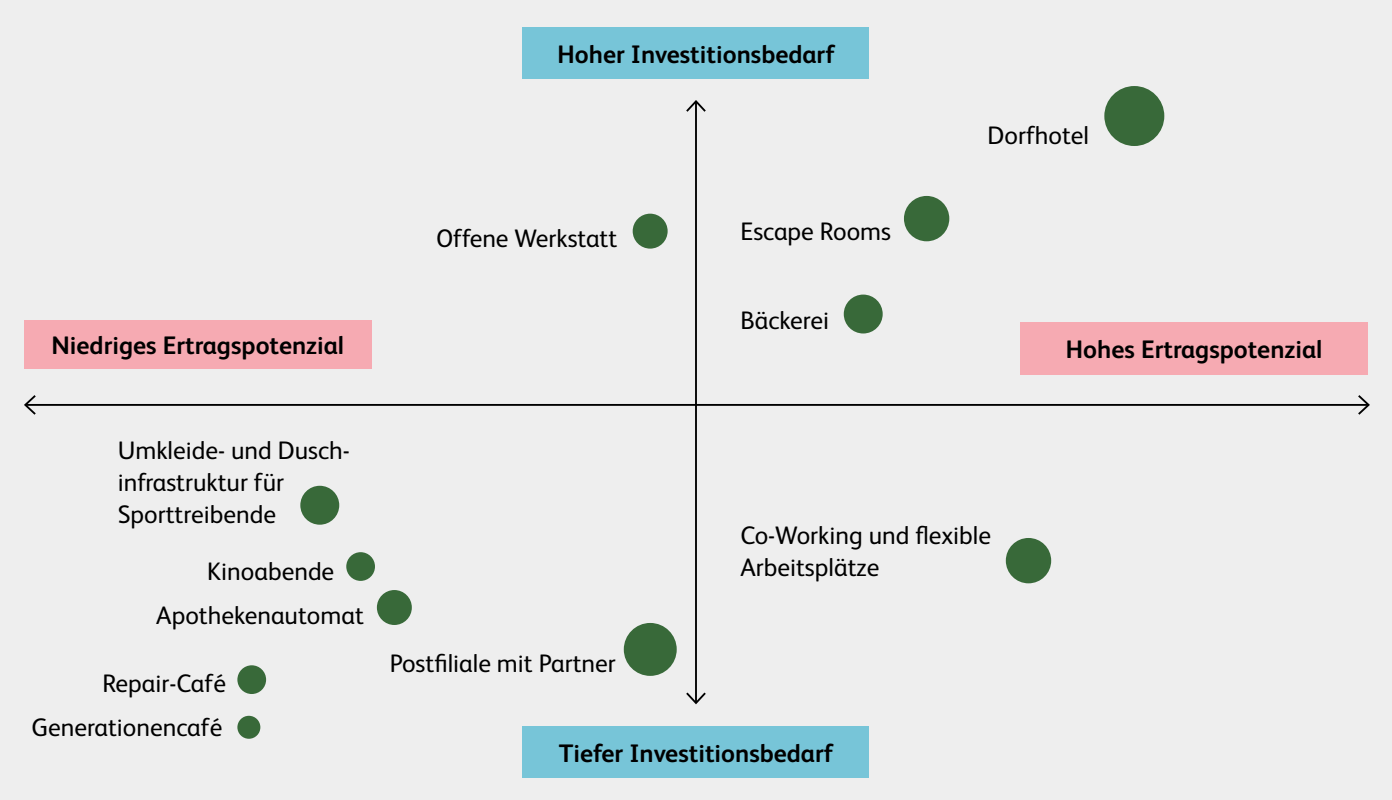


↓

**Investitionsbedarf vs. Ertragspotenzial vs. Strahlkraft**
Die kombinierte Betrachtung ermöglicht eine ganzheitliche Einschätzung. Sie zeigt, welche Funktionen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Aufwand, wirtschaftlichem Potenzial und regionaler Wirkung aufweisen.

Lokale Strahlkraft

Regionale Strahlkraft




Die Bewertungsvorlagen sind als Word-Dokument unter www.hslu.ch/hotelalshub zu finden (Vorlage C).

## Impressum

**Projektträger**
GastroGraubünden
Verband für Hotellerie und Gastronomie

**Projektleitung**
Martin Barth, Philipp Lütolf, Roland Lymann, Yvonne Schuler
Hochschule Luzern – Wirtschaft
Institut für Tourismus und Mobilität ITM
itm@hslu.ch | +41 41 228 41 45
hslu.ch/itm

**Unterstützt durch**
Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden

nrp
Neue
Regionalpolitik

Luzern, September 2026