hgv FUTUREHOSPITALITY Fraunhofer IAO



Whitepaper

South Tyrol Hospitality Futures 2035

Zukunftsbilder für die Hotellerie in Südtirol

Hotel- & Gastronomieverband (HGV) in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO im Rahmen des FutureHotel Innovation Network

Inhalt

3 Abstract

4 Management Summary

5 1. Hotels am Wendepunkt
6 1.1 Veränderte Rolle und Erwartungen
6 1.2 Zukunft als Gestaltungsaufgabe

7 2. Wissenschaftlicher Denkrahmen: FutureHotel 2035
8 2.1 Von der Innovationslücke zum Zukunftsbild
9 2.2 Synergy Hub
10 2.3 Self-Driving Hotel
11 2.4 Placemaker Hotel
12 2.5 Drei Perspektiven, viele Überschneidungen

13 3. Vom Zukunftsbild zum Prototyp: Das BEAM Lab 2026
14 3.1 Der Kreativprozess in vier Schritten
16 3.2 Einordnung und Urheberschaft

17 4. Sechs Zukunftsprototypen
18 4.1 Das Dorf im Hotel
20 4.2 Local Community Hotel
22 4.3 Rent Your Local
24 4.4 ST² – Südtirol Surprise Trip
26 4.5 Travel without Stress
28 4.6 Treffpunkt mit lokalen Künstlern & Bauern

31 5. Übergreifende Entwicklungslinien und Implikationen
32 5.1 Vom Beherbergungsbetrieb zum offenen Ökosystem
32 5.2 Das Hotel als Plattform entlang der Guest Journey
33 5.3 Digitale Unterstützung und menschliche Qualität
33 5.4 Vom Impuls zur weiteren Auseinandersetzung

34 6. Fazit und Ausblick

35 Quellen und weiterführende Informationen

35 Impressum und Danksagung

Abstract

Welche Rollen können Hotels im Jahr 2035 für Gäste, Mitarbeitende, Regionen und Gesellschaft übernehmen?

Mit dieser Frage befasste sich das BEAM Lab des Hotel- & Gastronomieverbandes (HGV) und des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO im Rahmen der Zusammenarbeit im FutureHotel Innovation Network. Den wissenschaftlichen Ausgangspunkt bildete der von Dr. Constanze Heydkamp und Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann erarbeitete Report „FutureHotel – Future Projections for 2035“ mit den drei Zukunftsprojektionen **Synergy Hub, Self-Driving Hotel und Placemaker Hotel**. Die Projektionen wurden im BEAM Lab als methodischer Denkrahmen genutzt und in einem strukturierten Transfer- und Co-Creation-Prozess auf den Südtiroler und alpinen Hospitality-Kontext übertragen.

BEAM ist eine Konferenz, die am 19. und 20. Mai 2026 auf dem Gelände der Messe Bozen stattfand und unter dem Motto „Lead the Shift“ mehr als 400 Teilnehmende aus Hospitality, Tourismus und angrenzenden Branchen zusammenbrachte. Im Mittelpunkt standen der Austausch zu innovativen Projekten, neuen Ideen und Lösungsansätzen für die Zukunft der Hospitality. Eines der Formate sind die BEAM Labs, die im Rahmen interaktiver Workshops den vertieften Zugang zu Wissen, den fachlichen Austausch und die gemeinsame Auseinandersetzung mit ausgewählten Zukunftsthemen ermöglichen.

Im BEAM Lab **„FutureHotel Projections 2035 by Fraunhofer IAO – Hotels am Wendepunkt: Schlafplatz war gestern“** führte Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann mit einer Keynote in die wissenschaftlichen Zukunftsprojektionen ein und übertrug diese auf zentrale Fragestellungen des Südtiroler und alpinen Hospitality-Kontexts. Darauf aufbauend entwickelten die Teilnehmenden in sechs Arbeitsgruppen eigene Zukunftsideen und verdichteten diese zu sechs prototypischen Konzepten. Das Lab überführte damit wissenschaftlich entwickelte Zukunftsprojektionen in einen anwendungsorientierten Innovationsprozess und machte mögliche zukünftige Rollen von Hotels konkret diskutierbar.

Dieses Whitepaper dokumentiert diesen Transferprozess, stellt die sechs entstandenen Prototypen vor und verdichtet die Ergebnisse zu übergreifenden Entwicklungslinien. Ziel ist nicht, die Zukunft der Hotellerie vorherzusagen, sondern wissenschaftlich fundierte Zukunftsbilder für die Praxis nutzbar zu machen, mögliche Entwicklungsrichtungen aufzuzeigen und die aktive Gestaltung zukünftiger Hospitality-Ökosysteme zu unterstützen.

BEAM
Hospitality Gamechanger Summit

Management Summary

Das Hotel der Zukunft definiert sich nicht allein über Zimmer und klassische Beherbergungsleistungen. Zunehmend relevant wird auch die Frage, welche Beziehungen, Erlebnisse und Zugänge es für Gäste, Mitarbeitende, Einheimische und regionale Partner ermöglicht.

Diese Perspektive stand im Mittelpunkt des BEAM Labs 2026 „Schlafplatz war gestern". Den wissenschaftlichen Denkrahmen bildeten die drei Zukunftsprojektionen des Fraunhofer-Reports „FutureHotel – Future Projections for 2035": Synergy Hub, Self-Driving Hotel und Placemaker Hotel. Sie sind nicht als Prognosen oder Umsetzungsvorgaben zu verstehen, sondern beschreiben mögliche Rollen, die Hotels bis 2035 verstärkt übernehmen könnten.

Auf dieser Grundlage entwickelten die Teilnehmenden sechs Prototypen für den Südtiroler und alpinen Hospitality-Kontext:

01 **Das Dorf im Hotel** öffnet das Haus für die lokale Bevölkerung und versteht Mitarbeitende als Verbindung zwischen Hotel und Dorf.

02 **Local Community Hotel** denkt den Betrieb als gemeinschaftlich getragenes Modell und verankert Verantwortung und Wertschöpfung stärker in der Region.

03 **Rent Your Local** verbindet Gäste über eine digitale Plattform mit Menschen vor Ort und macht deren Kenntnisse, Interessen und Geschichten zugänglich.

04 **ST² – Südtirol Surprise Trip** bündelt bestehende Angebote zu einem personalisierten Überraschungserlebnis und berücksichtigt Planung, Mobilität und individuelle Rahmenbedingungen.

05 **Travel without Stress** verbindet Anreise, Unterkunft und Erlebnis in einem Hotel auf Schienen.

06 **Treffpunkt mit lokalen Künstlern & Bauern** stellt Hotelräume für lokale Gruppen und Aktivitäten zur Verfügung und ermöglicht Begegnungen, ohne lokales Leben eigens für touristische Zwecke zu inszenieren.

Über die sechs Konzepte hinweg lassen sich drei wiederkehrende Entwicklungslinien erkennen:

- Das Hotel öffnet sich und wird Teil eines regionalen Ökosystems. Einheimische, Mitarbeitende, Vereine, Gemeinden und lokale Betriebe werden stärker einbezogen. Kooperation und Mitgestaltung bilden wichtige Voraussetzungen für neue Angebote.
- Das Hotel übernimmt eine Plattform- und Koordinationsfunktion entlang der Guest Journey. Es verbindet unterschiedliche Akteure, Angebote und Informationen. In mehreren Konzepten beginnt das Gästeerlebnis bereits bei der Planung und Anreise.
- Digitale Lösungen unterstützen die Vernetzung, während persönliche Beziehungen und lokale Kenntnisse zentral bleiben. Technologie kann Informationen bündeln und Abläufe vereinfachen. Vertrauen, Gastfreundschaft und die Einbindung von Menschen vor Ort bleiben jedoch entscheidend.

Die Prototypen unterscheiden sich hinsichtlich ihres Zeithorizonts, ihres Ressourcenbedarfs und ihrer Umsetzbarkeit. Sie reichen von kurzfristig umsetzbaren Raum- und Beteiligungskonzepten bis zu langfristigen Infrastruktur- und Mobilitätslösungen. Gemeinsam machen sie unterschiedliche Entwicklungspfade sichtbar und zeigen, welche Rollen Hotels künftig im Zusammenspiel mit Gästen, Mitarbeitenden und regionalen Akteuren übernehmen könnten.



1. Hotels am Wendepunkt

1.1 Veränderte Rolle und Erwartungen

Ein gutes Zimmer, verlässlicher Service und authentische Gästeerlebnisse bleiben zentrale Bestandteile eines Hotelaufenthalts. Als alleinige Differenzierungsmerkmale reichen sie jedoch zunehmend weniger aus. Angebote werden vergleichbarer, digitale Plattformen erhöhen die Transparenz und Gäste betrachten ihre Reise stärker als zusammenhängendes Erlebnis, von der Inspiration und Buchung über die Anreise bis zu Begegnungen und Aktivitäten vor Ort.

Damit erweitert sich die strategische Perspektive. Neben der Frage, welche Leistungen ein Hotel anbietet, gewinnt zunehmend die Frage an Bedeutung, welche Rolle es für seine Gäste, seine Mitarbeitenden und sein Umfeld einnimmt.

Ein Hotel kann Zugang zu einer Region schaffen, Menschen miteinander verbinden, bestehende Angebote kuratieren, lokale Infrastruktur mitnutzen oder selbst zum sozialen Ort werden. Es kann die Anreise erleichtern, spontane Anpassungen ermöglichen und dazu beitragen, dass touristische Wertschöpfung stärker im regionalen Umfeld entsteht. Der Übernachtungsbetrieb verliert dadurch nicht an Bedeutung. Er wird vielmehr zum Ausgangspunkt eines größeren Systems.

Gleichzeitig wirken mehrere Entwicklungen auf die Hotellerie ein. Gäste erwarten persönliche und glaubwürdige Erlebnisse ebenso wie einfache und reibungsarme Abläufe. Mitarbeitende suchen sinnvolle Aufgaben, Gestaltungsmöglichkeiten und attraktive Arbeitsbedingungen. In vielen Orten stellt sich zudem die Frage, wie Tourismus und lokales Leben besser zusammenspielen können. Hinzu kommen Mobilitätsdruck, Klimawandel, Fachkräftemangel, Digitalisierung und neue Lebensmodelle.

Diese Entwicklungen führen nicht zu einer einheitlichen Zukunft. Sie eröffnen vielmehr einen Entscheidungsraum. Hotels können sich stärker spezialisieren, Kooperationen aufbauen, neue Zielgruppen ansprechen oder Angebote entlang der gesamten Guest Journey entwickeln. Zukunftsfähigkeit beginnt dabei nicht erst mit umfangreichen Investitionen, sondern mit einem klaren Rollenverständnis und der Bereitschaft, bestehende Annahmen zu hinterfragen.

1.2 Zukunft als Gestaltungsaufgabe

Zukunftsbilder sind besonders dann nützlich, wenn sie Entscheidungen in der Gegenwart unterstützen. Sie helfen, gewohnte Denkmuster zu verlassen, Chancen und Spannungsfelder sichtbar zu machen und unterschiedliche Akteure in einen gemeinsamen Austausch zu bringen.

Genau hier setzt das BEAM Lab an. Wissenschaftlich fundierte Zukunftsprojektionen werden nicht als fertige Lösungen übernommen, sondern als Denkrahmen genutzt, um eigenständige Perspektiven für den Südtiroler Kontext zu entwickeln.

Als HGV wollen wir nicht nur auf aktuelle Herausforderungen reagieren, sondern auch Räume schaffen, in denen mögliche Zukunftsentwicklungen frühzeitig diskutiert und gemeinsam gestaltet werden können. Für Südtirol liegt besonderes Potenzial in der stärkeren Vernetzung von Hotellerie, regionalen Akteuren und lokalem Leben.

Manuela Pattis,
Leiterin der Stabsstelle Innovation im HGV



2. Wissenschaftlicher Denkrahmen: FutureHotel 2035

Der Report „FutureHotel – Future Projections for 2035“ wurde von Dr. Constanze Heydkamp und Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann im Rahmen des FutureHotel Innovation Network am Fraunhofer IAO erarbeitet. Auf Basis gesellschaftlicher, technologischer und ökonomischer Trends sowie mit Methoden der Foresight-Forschung entstanden drei wissenschaftlich fundierte Zukunftsprojektionen.

Drei Zukunftsprojektionen bildeten den wissenschaftlichen Denkrahmen für das BEAM Lab 2026. Sie dienten nicht als Vorgaben, sondern als Ausgangspunkt, um gemeinsam Zukunftsbilder und Lösungsansätze für den Südtiroler Kontext zu entwickeln.

Zukunftsprojektionen sollen nicht vorhersagen, wie das Hotel im Jahr 2035 aussehen wird. Sie schaffen einen Denkraum, in dem wir mögliche Entwicklungen vorwegnehmen, heutige Annahmen hinterfragen und neue Rollen und Geschäftsmodelle für die Hotellerie entwickeln können.

Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann, Fraunhofer IAO

Die Projektionen sind keine Vorhersagen und keine Blaupausen, die eins zu eins umgesetzt werden sollen. Sie bündeln mögliche Entwicklungen zu anschaulichen Zukunftsbildern. Betriebe, Destinationen und politische Entscheidungstragende können damit eigene Annahmen prüfen, Chancen erkennen und gewünschte Entwicklungen aktiv vorbereiten.

Cover des Reports, der den wissenschaftlichen Denkrahmen für das BEAM Lab 2026 bildete



2.1 Von der Innovationslücke zum Zukunftsbild

Der Report entstand vor dem Hintergrund einer grundlegenden Herausforderung: In der Hotellerie stehen einem hohen Veränderungsdruck vergleichsweise geringe Investitionen in Forschung, Entwicklung und systematische Innovation gegenüber. Zugleich fehlen häufig konkrete, evidenzbasierte Anwendungsfälle, an denen neue Lösungen erprobt werden können. Zukunftsprojektionen schließen diese Lücke nicht allein. Sie schaffen jedoch einen strukturierten Denkraum, in dem langfristige Veränderungen sichtbar und mögliche Geschäftsmodelle diskutierbar werden.

Für den Report wurden zunächst relevante Entwicklungen in einer Trendlandschaft gebündelt. In Workshops entstanden daraus unterschiedliche Projektionen für das Jahr 2035. Darauf aufbauend wurden Anwendungsfälle entwickelt, detailliert und mit Expertinnen und Experten validiert. Der Prozess führte zu drei Zukunftsbildern: Synergy Hub, Self-Driving Hotel und Placemaker Hotel.

Die drei Zukunftsprojektionen entstanden im Forschungsstrang „New Role and Relevance“ der FutureHotel-Forschungsphase VII (2022–2024) und untersuchen mögliche Rollen und Geschäftsmodelle von Hotels im Jahr 2035.

Die Zukunftsprojektionen beschreiben keine Entwicklungen, die erst 2035 beginnen. Viele ihrer Elemente sind bereits heute Realität: Erste Prototypen, Pilotprojekte und neue Geschäftsmodelle zeigen, wie sich die zukünftigen Rollen von Hotels schon heute herausbilden. Die Projektionen greifen diese frühen Signale auf, verbinden sie zu möglichen Zukunftsbildern und machen sichtbar, wohin sich Hospitality entwickeln könnte.

Dr. Constanze Heydkamp, Fraunhofer IAO

2.2 Synergy Hub

Das Hotel wird zum synergetischen Hospitality Hub, der regionale Angebote, Ressourcen und Akteure verbindet und neue Impulse für ländliche Destinationen schafft.

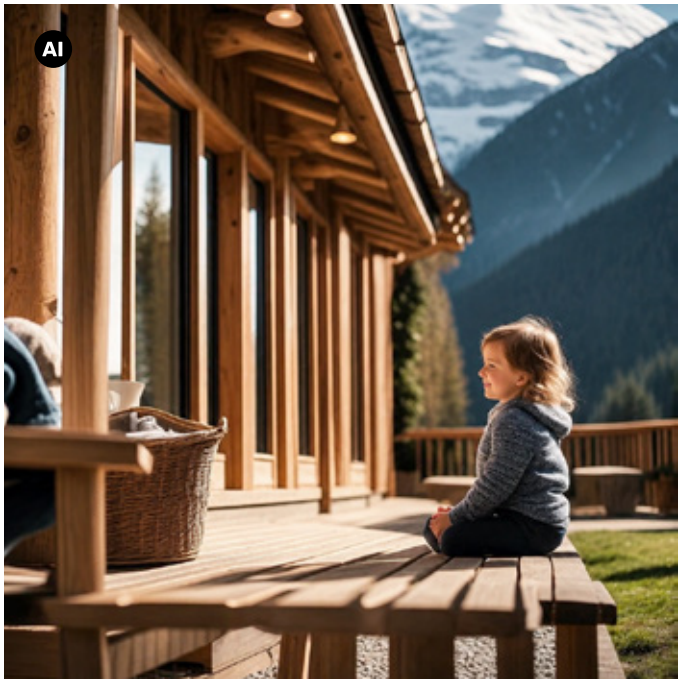
Ursprünglicher Kontext: Ländliche Freizeitdestination

Kernidee: Vernetzung · Shared Services · Community · regionale Wertschöpfung

Der Synergy Hub versteht das Hotel als Teil eines regionalen Ökosystems. Gäste, Betriebe, lokale Anbieter, Mitarbeitende und Gemeinschaften sind miteinander verbunden. Vorhandene Ressourcen und Angebote werden gemeinsam genutzt, Leerstände können aktiviert und Leistungen über mehrere Partner hinweg organisiert werden.

Die Stärke dieses Zukunftsbildes liegt nicht im einzelnen Betrieb, sondern in den Beziehungen zwischen den Beteiligten. Das Hotel kann dabei koordinieren, kuratieren und Zugänge schaffen. Es wird zu einem Knotenpunkt, über den regionale Erlebnisse und Wertschöpfung zusammengeführt werden.

Zu den prägenden Treibern gehören der Klimawandel, der Fachkräftemangel, veränderte Familien- und Arbeitsmodelle sowie der Wunsch nach personalisierten, emotionalen und einzigartigen Erlebnissen. Community wird in diesem Szenario nicht nur als Atmosphäre verstanden, sondern als mögliches Geschäftsmodell. Geteilte Leistungen, lokale Beteiligung und professionelle Orchestrierung können Gäste, Mitarbeitende und Einheimische gleichermaßen einbeziehen.



Visualisierung der Zukunftsprojektion „Synergy Hub“ aus dem Report

In der Keynote von Prof. Dr.-Ing Vanessa Borkmann im Rahmen des BEAM Labs 2026 wurden die BASIS Vinschgau Venosta und das diskutierte Pilotprojekt einer Zentralküche als Südtiroler Bezugspunkte für diese Projektion herangezogen. Die BASIS Vinschgau Venosta veranschaulichte, wie ein vormals militärisch genutzter Ort für Start-ups, Bildung, Unternehmen und gemeinschaftliche Aktivitäten geöffnet werden kann. Das Beispiel der Zentralküche verdeutlichte den Ansatz einer gemeinsam genutzten Infrastruktur, über die mehrere Betriebe auf Kosten- und Fachkräftedruck reagieren könnten. Beide Beispiele dienten dazu, mögliche regionale Formen des Synergy Hub anschaulich zu machen.

2.3 Self-Driving Hotel

Das Businesshotel der Zukunft wird zur Andockstation für selbstfahrende Hotelzimmer.

Ursprünglicher Kontext:
Businesshotellerie / Mobilitätsknoten

Kernidee:
Mobilität · Unterkunft · Zeiteffizienz · Seamless Journey

Das Self-Driving Hotel versteht Mobilität, Unterkunft und Aufenthalt als zusammenhängendes System. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass automatisierte und vernetzte Mobilität verändert, wie Reisende ihre Zeit unterwegs nutzen und mit welchen Bedürfnissen sie ankommen. Das Hotelprodukt beginnt damit nicht erst am Empfang.

Mobilitätsanbieter, digitale Dienste, Destinationen und Hotels werden Teil einer durchgängigen Reisekette. Übergänge sollen einfacher werden, Informationen fließen im Hintergrund und die Reisezeit kann neue Funktionen übernehmen, etwa Erholung, Arbeit oder Erlebnis.

Treiber sind autonome Mobilität, steigende Anforderungen an nachhaltige Verkehrssysteme, neue Dienstleistungen während der Fahrt sowie der Wunsch nach zeiteffizienten, nahtlosen Reiseketten. Im Zukunftsbild wird das Hotel zum Mobilitätsknoten beziehungsweise zur Andockstation. Mobilitätsanbieter sind dabei Partner und mögliche neue Wettbewerber zugleich.



Visualisierung der Zukunftsprojektion „Self-Driving Hotel“ aus dem Report

In der Keynote von Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann im Rahmen des BEAM Labs 2026 wurden der Südtirol Guest Pass und das Unternehmen FlyingBasket als Südtiroler Bezugspunkte für diese Projektion vorgestellt. Der Südtirol Guest Pass veranschaulichte den Ansatz, Mobilität als Bestandteil des Aufenthalts zu organisieren. FlyingBasket wurde als Beispiel dafür herangezogen, wie neue Transporttechnologien auf alpine Logistik- und Erreichbarkeitsfragen bezogen werden können. Beide Beispiele dienten dazu, den Blick vom einzelnen Hotel auf das Mobilitätsökosystem einer Destination zu erweitern.

2.4 Placemaker Hotel

Das Hotel wird zum sozialen Treffpunkt und „Town Hall“ mit starker lokaler Verankerung.

Ursprünglicher Kontext:
Urbanes, community-orientiertes Hotel

Kernidee:
Community · Placemaking · Kultur · Begegnung

Das Placemaker Hotel ist ein identitätsstiftender Ort. Es bringt Gäste, Nachbarschaft, lokale Initiativen und Mitarbeitende zusammen und schafft Räume für Begegnung. Die Besonderheit des Aufenthalts entsteht nicht allein aus der Ausstattung, sondern aus den Menschen, Geschichten und Beziehungen, die mit dem Ort verbunden sind.

Mitarbeitende übernehmen dabei eine wichtige kuratierende Rolle. Sie vermitteln, bauen Vertrauen auf und machen Kontakte möglich. Das Hotel wird Teil des lokalen Lebens und stärkt im besten Fall zugleich Aufenthaltsqualität, Gemeinschaft und regionale Identität.

Die Projektion reagiert auf das wachsende Bedürfnis nach Zugehörigkeit, flexiblen Lebensformen und authentischen, ortsspezifischen Erlebnissen. Erdgeschosszonen und Gemeinschaftsräume öffnen sich, Grenzen zwischen innen und außen werden durchlässiger und alltägliche Dienstleistungen ergänzen das klassische Hotelangebot. Mitarbeitende agieren nicht nur operativ, sondern als Community Manager, Netzwerkerinnen, Gastgeber und Kuratorinnen.



Visualisierung der Zukunftsprojektion „Placemaker Hotel“ aus dem Report

In der Keynote von Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann im Rahmen des BEAM Labs 2026 wurden der NOI Techpark und das Hotel Mondschein als zwei unterschiedliche Südtiroler Bezugspunkte für die Projektion des Placemaker Hotel vorgestellt. Der NOI Techpark diente als Beispiel für einen Ort, an dem Forschung, Unternehmen und Start-ups in einem gemeinsamen Innovationsumfeld zusammenkommen. Das Hotel Mondschein wurde als Beispiel für die Verbindung von Beherbergung mit Gastronomie, Bewegung, Kultur und lokalen Veranstaltungen herangezogen. Beide Bezugspunkte veranschaulichten, wie Orte durch unterschiedliche Nutzungen, Partnerschaften und gemeinschaftliche Aktivitäten über ihre ursprüngliche Funktion hinaus Bedeutung entwickeln können.

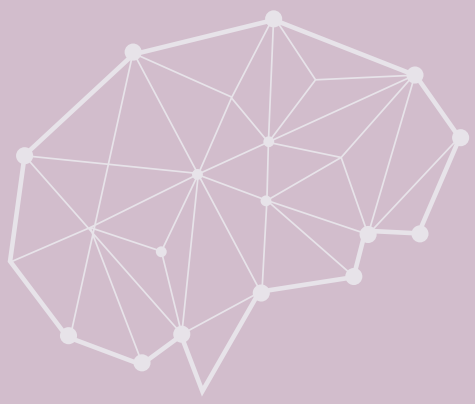
2.5 Drei Perspektiven, viele Überschneidungen

Die drei Zukunftsprojektionen bildeten den Ausgangspunkt für die Arbeit im BEAM Lab. Für den Südtiroler Kontext wurden sie in den alpinen Raum übertragen und dienten als gemeinsamer Denkrahmen für die Entwicklung neuer Zukunftsbilder.

Ausgangspunkt war die Frage: Was wäre, wenn der Aufenthalt in Südtirol künftig nicht mehr durch eine einzelne Hotelbuchung definiert würde, sondern durch ein lebendiges Ökosystem? Eine Reise, die auf Bedürfnisse und Rahmenbedingungen reagiert, und eine Destination, die Erlebnisse, Mobilität und Gastgeber miteinander verbindet. Dieses Zukunftsbild der „Adaptive Alpine Journeys“ bildete die gedankliche Brücke zwischen den Zukunftsprojektionen des Reports und der anschließenden Gruppenarbeit.

Für den Südtiroler Kontext verdichtete die Keynote die drei Projektionen zu einer gemeinsamen Entwicklungsrichtung. Im Mittelpunkt stehen stärker integrierte alpine Hospitality-Ökosysteme, engere Verbindungen zwischen Beherbergung, Landwirtschaft, Mobilität und Wohlbefinden sowie eine aktivere Rolle regionaler Akteure und lokaler Gemeinschaften bei der Mitgestaltung touristischer Entwicklung.

Die Zukunftsprojektionen sind dabei nicht als klar voneinander abgegrenzte Entwicklungen zu verstehen. Ein Hotel kann gleichzeitig Teil eines regionalen Ökosystems, sozialer Treffpunkt und Knotenpunkt einer vernetzten Reisekette sein. Auch die sechs im BEAM Lab entwickelten Prototypen lassen sich daher häufig mehreren Projektionen zuordnen. Ihre Zuordnung dient lediglich der analytischen Einordnung und stellt keine wissenschaftliche Validierung der Konzepte dar.





3. Vom Zukunftsbild zum Prototyp: Das BEAM Lab 2026

Unter dem Titel „Schlafplatz war gestern“ und der Leitfrage „More Than a Place to Sleep?“ brachte das BEAM Lab 2026 Forschung und Praxis zusammen. Es fand am 19. Mai 2026 im Rahmen des BEAM Hospitality Gamechanger Summit statt und wurde vom Bereich Konzept & Marketing sowie der Stabsstelle Innovation des HGV in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer IAO entwickelt, veranstaltet und begleitet.

Den wissenschaftlichen Impuls und die Einführung in die FutureHotel Projections 2035 und ihre Übertragung auf den Südtiroler und alpinen Hospitality-Kontext übernahm Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann vom Fraunhofer IAO im Rahmen einer Keynote-Präsentation. Im Anschluss an die Keynote arbeiteten die Teilnehmenden in sechs Gruppen. Jede Gruppe setzte sich mit einer der FutureHotel-Projektionen auseinander und übertrug diese auf den Südtiroler beziehungsweise alpinen Kontext. Ziel war es, mögliche künftige Rollen von Hotels nicht nur zu diskutieren, sondern aus unterschiedlichen Perspektiven schrittweise ein gemeinsames Konzept zu entwickeln.

Das Lab diente damit als Übersetzungsraum zwischen wissenschaftlicher Zukunftsforschung und praktischer Erfahrung. Die FutureHotel-Projektionen bildeten den Denkrahmen, während die Teilnehmenden ihre Kenntnisse aus Hotellerie, Tourismus und regionaler Entwicklung einbrachten. Das Ergebnis waren keine ausgearbeiteten Geschäftsmodelle, sondern erste Prototypen. Diese verdichteten die Diskussionen zu konkreten Konzepten und machten zugleich Voraussetzungen, offene Fragen und mögliche Herausforderungen sichtbar.

3.1 Der Kreativprozess in vier Schritten

3.1.1 Individuelle Ideen entwickeln
Zu Beginn entwickelte jede teilnehmende Person eine eigene Idee auf Grundlage der Zukunftsprojektion des jeweiligen Tisches. Die möglichen Ansätze umfassten neue Rollen im Hotel, Hotelkonzepte, Produkte und Dienstleistungen, Formen der Zusammenarbeit oder Veranstaltungsformate. Die offene Aufgabenstellung ermöglichte es, unterschiedliche Perspektiven einzubringen, bevor sich die Gruppen auf einen gemeinsamen Ansatz verständigten.

3.1.2 Ideen vorstellen und verdichten
Anschließend präsentierten die Teilnehmenden ihre Ideen in jeweils 60 Sekunden. Das kurze Format konzentrierte die Beiträge auf die wesentlichen Fragen: Welches Problem soll bearbeitet werden, für wen entsteht ein möglicher Nutzen und was kennzeichnet den jeweiligen Ansatz? Im Austausch wurden Gemeinsamkeiten und Unterschiede sichtbar. Verwandte Ideen konnten verbunden und einzelne Elemente weiterentwickelt werden.

3.1.3 Den Prototyp konkretisieren
Die Gruppen übertrugen ihren ausgewählten beziehungsweise gemeinsam verdichteten Ansatz anschließend auf ein einfaches Arbeitsblatt, den „Idea Napkin“. Dabei wurden die wesentlichen Elemente des Prototyps festgehalten:

- Titel der Idee
- zugrunde liegende Herausforderung
- Zielgruppe
- Voraussetzungen für eine mögliche Umsetzung
- ein erster möglicher Schritt
- denkbare Preis- oder Finanzierungslogik
- Slogan und einfache Visualisierung

Der Idea Napkin diente nicht der Ausarbeitung eines vollständigen Businessplans. Er half vielmehr dabei, die abstrakten Zukunftsbilder in ein verständliches Konzept zu übersetzen und zentrale Annahmen sowie Umsetzungsbedingungen sichtbar zu machen.

3.1.4 Ergebnisse präsentieren und reflektieren

In der abschließenden Pitch-Runde stellten die sechs Gruppen ihre Prototypen im Plenum vor und erhielten unmittelbare Rückmeldungen. Danach wurde der Blick von den einzelnen Konzepten noch einmal auf das gemeinsame Zukunftsbild gerichtet. Die Teilnehmenden hielten fest, welchen Begriff sie persönlich mit Hospitality im Jahr 2035 verbinden.

Idea Napkin

Titel Idee

Travel without stress

Zielgruppe

- Rentner
- umweltbewusste Menschen (nachhaltig) mit großer Kaufkraft
- Paare

Problemlösung

- stressige Anreise durch Stau
- Entlastung Städte, Straßen, Dörfer
- Anreise = Urlaub

Umsetzung

- Genehmigung
- Anbieter (Zuggesellschaft)
- Kapital (Investoren)
- Personal
- Strategie
- Ausstatter
- Marketingagentur

Erster Schritt in 7 Tagen

- Machbarkeitsstudie

Werbeslogan

- Mach deine Anreise zum Urlaub

- Don't wait until your arrival

Preis

500 € / Nacht / Person

Skizze



Rekonstruktion des Idea Napkins „Travel without Stress“, das von einer Arbeitsgruppe im BEAM Lab 2026 entwickelt wurde.

3.2 Einordnung und Urheberschaft

Die folgenden Darstellungen dokumentieren die Ergebnisse der sechs Arbeitsgruppen in redaktionell aufbereiteter Form. Die beschriebenen Konzepte basieren auf den im BEAM Lab entwickelten Ideen der Teilnehmenden und sind als prototypische Beiträge zur fachlichen Diskussion zu verstehen.









4. Sechs Zukunftsprototypen

Der Wert des BEAM Labs lag nicht in fertigen Lösungen, sondern im gemeinsamen Übersetzungsprozess: Wissenschaftliche Zukunftsprojektionen trafen auf praktische Erfahrung und wurden zu konkreten Prototypen für den Südtiroler und alpinen Hospitality-Kontext weiterentwickelt.

Silvia Unterweger,
HGV-Unternehmensberatung, Bereich Konzept & Marketing



4.1
Das Dorf im Hotel

Die Herausforderung

Hotels werden von Einheimischen häufig als Räume wahrgenommen, die primär für Gäste bestimmt sind. Unsicherheit darüber, ob man willkommen ist, erzeugt eine unsichtbare Schwelle. Gleichzeitig suchen Menschen nach Begegnung, Gemeinschaft und neuen Möglichkeiten, sich im Dorfleben einzubringen.

Die Idee

„Das Dorf im Hotel“ öffnet das Haus bewusst für die lokale Bevölkerung. Das Hotel wird zu einem Begegnungsort, an dem sich Gäste, Einheimische, Mitarbeitende, Vereine und lokale Gruppen selbstverständlich treffen können. Die zentrale Brücke bilden die Mitarbeitenden: Viele von ihnen leben selbst im Ort, sind in Vereinen aktiv und verfügen über persönliche Netzwerke.

So funktioniert das Konzept

Mitarbeitende übernehmen freiwillig die Rolle von Botschafterinnen, Botschaftern oder Community Hosts. Sie sprechen Menschen und Gruppen aus dem Dorf an, laden sie ein und helfen, passende Formate zu entwickeln. Ein partizipativer Prozess stellt sicher, dass das Programm nicht ausschließlich aus der Perspektive des Hotels geplant wird. Die Bevölkerung bringt eigene Bedürfnisse und Ideen ein.

Mögliche Formate reichen von offenen Stammtischen und Vereinsabenden über gemeinsame Aktivitäten bis zur Nutzung von Hotelräumen für lokale Initiativen. Entscheidend ist weniger ein dichter Veranstaltungskalender als eine glaubwürdige Willkommenskultur.

Zielgruppen und Beteiligte

- Einheimische, die Gemeinschaft und soziale Kontakte suchen
- Menschen, die sich aktiv einbringen möchten
- Gäste mit Interesse an Begegnungen vor Ort
- Mitarbeitende mit lokalen Netzwerken
- Vereine, Gemeinde und lokale Gruppen

Angestrebter Mehrwert

Das Konzept kann Hemmschwellen abbauen, das Hotel stärker im Dorfleben verankern und neue Begegnungen ermöglichen. Für Mitarbeitende entsteht eine sichtbarere, gestaltende Rolle. Der Betrieb gewinnt lokale Relevanz und kann Angebote entwickeln, die Gästen und Einheimischen gleichermaßen zugutekommen.

Verbindung zu FutureHotel 2035
Primär knüpft das Konzept an das Placemaker Hotel an: Das Hotel wird zu einem identitätsstiftenden Ort und Mitarbeitende kuratieren Beziehungen. Zugleich enthält es Elemente des Synergy Hub, weil lokale Akteure und Ressourcen miteinander verbunden werden.



4.2
Local Community Hotel

Die Herausforderung

Tourismus wird von Teilen der Bevölkerung als Wirtschaftszweig wahrgenommen, dessen Nutzen vor allem Gästen oder einzelnen Betrieben zugutekommt. Gleichzeitig suchen Hotels nach neuen Finanzierungs-, Beteiligungs- und Nachfolgemodellen. In vielen Orten stehen Gebäude leer oder werden nicht mehr ihrer ursprünglichen Funktion entsprechend genutzt.

Die Idee

Das „Local Community Hotel“ denkt das Hotel als genossenschaftlich getragenen Betrieb. Mitarbeitende und Menschen aus der Region können sich beteiligen, Verantwortung übernehmen und an der Entwicklung mitwirken. Touristische Wertschöpfung soll dadurch stärker in der Region verankert und die Akzeptanz des Tourismus gefördert werden.

So funktioniert das Konzept

Eine Genossenschaft oder vergleichbare Beteiligungsstruktur bündelt Kapital, Wissen und Interessen aus der Region. Beteiligungsgrenzen verhindern, dass einzelne Großinvestoren dominierenden Einfluss gewinnen. Ergänzend kann Crowdfunding eingesetzt werden. Bestehende, wenig genutzte Gebäude werden geprüft und gegebenenfalls in ein dezentrales Hotelangebot integriert.

Das gemeinschaftliche Eigentum allein schafft jedoch noch keine Community. Notwendig sind transparente Entscheidungsregeln, ein professionelles Betriebsmodell und eine klare Rollenverteilung zwischen Mitgliedern, Geschäftsführung, Mitarbeitenden und öffentlichen Partnern.

Zielgruppen und Beteiligte

- Gäste, die regionale Kreisläufe unterstützen möchten
- Mitarbeitende und Einheimische mit Interesse an Beteiligung
- Gemeinden, Politik und Tourismusorganisationen
- Eigentümerinnen und Eigentümer leerstehender Gebäude
- Fachleute für Genossenschafts-, Finanzierungs- und Beherbergungsrecht

Angestrebter Mehrwert

Das Modell kann Identifikation und Verantwortung stärken, regionale Wertschöpfung sichern und neue Perspektiven für bestehende Gebäude eröffnen. Beteiligte werden nicht nur Nutzende oder Lieferanten, sondern Mitgestaltende des touristischen Angebots.

Verbindung zu FutureHotel 2035

Das Konzept entspricht vor allem dem Synergy Hub: Mehrere Akteure bringen Ressourcen ein und organisieren ein gemeinsames Ökosystem. Als gemeinschaftlich getragener Ort besitzt es zugleich Merkmale des Placemaker Hotel.



4.3
Rent Your Local

Die Herausforderung

Viele Reisende suchen persönliche Zugänge zu einer Destination. Sie interessieren sich dafür, wie Menschen vor Ort leben, was sie wissen und welche Geschichten sie erzählen. Solche Begegnungen sind jedoch oft zufällig, schwer auffindbar oder nicht buchbar. Gleichzeitig bleiben Kenntnisse und Interessen von Einheimischen im touristischen Angebot häufig unsichtbar.

Die Idee

„Rent Your Local“ ist eine digitale Erlebnisplattform, die Gäste und Einheimische über gemeinsame Interessen verbindet. Menschen aus der Region bieten Aktivitäten, Kenntnisse und Geschichten an – etwa Pilzesammeln, Kartenspielen, Wandern oder einen Einblick in das Dorfleben. Gäste finden passende Angebote und können diese buchen.

So funktioniert das Konzept

Locals erstellen Profile mit Interessen, Erfahrungen, Verfügbarkeit und gegebenenfalls Qualifikationen. Gäste filtern nach Thema, Zeit, Ort, Sprache und Gruppengröße. Eine Buchungs- und Zahlungsfunktion macht aus informellen Kontakten ein verlässliches Angebot. Bewertungen, Verifizierung, klare Sicherheitsregeln und ein Beschwerdeprozess schaffen Vertrauen.

Das Hotel kann als Kurator und Vertrauensanker auftreten: Es empfiehlt geprüfte Angebote, unterstützt Einheimische beim Einstieg und hilft Gästen bei der Auswahl. Die Plattform ist für Gäste kostenlos; als erste Hypothese nannte die Gruppe ein provisionsbasiertes Modell.

Zielgruppen und Beteiligte

- Gäste, die persönliche lokale Erlebnisse suchen
- Einheimische, die Interessen und Wissen teilen möchten
- Hotels und Destinationen als Vermittler
- Versicherungs-, Rechts- und Technologiepartner

Angestrebter Mehrwert

Das Konzept macht bestehendes lokales Wissen sichtbar, schafft zusätzliche Begegnungs- und Verdienstmöglichkeiten und stärkt die Beteiligung der Bevölkerung. Für Gäste wird die Destination über Menschen statt nur über Sehenswürdigkeiten zugänglich.

Verbindung zu FutureHotel 2035
Als Plattform für Akteure und Erlebnisse knüpft das Konzept besonders an den Synergy Hub an. Die persönlichen Begegnungen und die kuratierende Rolle des Hotels verbinden es zugleich mit dem Placemaker Hotel.





4.4
ST² – Südtirol Surprise Trip*

Die Herausforderung

Reiseplanung ist mit vielen Entscheidungen verbunden. Anreise, Transfer, Unterkunft und Aktivitäten müssen recherchiert und aufeinander abgestimmt werden. Gleichzeitig existiert in Südtirol eine große Zahl guter Einzelangebote, die für Reisende nicht immer als zusammenhängendes Erlebnis sichtbar sind.

Die Idee

„ST² – Südtirol Surprise Trip“ verbindet bestehende Angebote zu einem personalisierten Überraschungserlebnis. Reisende geben Interessen, Budget, gewünschtes Aktivitätsniveau und Rahmenbedingungen an. Im Hintergrund entsteht daraus ein passendes Paket. Die Details bleiben zunächst eine Überraschung, die grundlegenden Bedürfnisse und Grenzen sind jedoch berücksichtigt.

So funktioniert das Konzept

Ein digitaler Fragebogen erfasst Reisegruppe, Mobilität, Budget, Interessen, gewünschte Intensität, Ernährung, Barrierefreiheit und Ausschlusskriterien. Ein kuratierendes System kombiniert verfügbare Bausteine wie Wanderungen, Kulturveranstaltungen, Kulinarik oder Begegnungen mit Locals. Transport und Zeitfenster werden mitgedacht; gebucht und bezahlt wird als zusammenhängendes Paket.

Der Mehrwert entsteht aus zwei scheinbaren Gegensätzen: Die Gäste geben Kontrolle ab und werden überrascht, während das Angebot im Hintergrund sehr genau auf ihre Bedürfnisse abgestimmt wird.

Zielgruppen und Beteiligte

- Südtirol-Kennerinnen und -Kenner, die Neues entdecken möchten
- allein, zu zweit oder mit Freundinnen und Freunden Reisende
- Menschen mit Offenheit für Überraschungen
- Hotels, Destinationen, Mobilitätsanbieter und Erlebnispartner
- Technologie- und Buchungspartner

Angestrebter Mehrwert

Das Konzept reduziert Planungsaufwand, bündelt bestehende Angebote und kann Auslastung gezielt verteilen. Für Partner entsteht ein zusätzlicher Vertriebskanal; für Gäste ein stimmiges Erlebnis mit emotionalem Überraschungsmoment.

Verbindung zu FutureHotel 2035
Die Vernetzung vieler Anbieter entspricht dem Synergy Hub. Durch die Einbindung von Anreise, Transfer und einer durchgängigen digitalen Reisekette bestehen außerdem Bezüge zum Self-Driving Hotel.

* Stand August 2026: Das im BEAM Lab vorgestellte Konzept wird inzwischen von Alex Griessmair und be.performance unter dem Namen „Südtirol Surprise“ eigenständig weiterentwickelt. Derzeit befindet sich eine Testphase mit ausgewählten Beherbergungsbetrieben in Vorbereitung.

Weitere Informationen: Alex Griessmair, be.performance, be-performance.com



4.5
Travel without Stress

Die Herausforderung

Anreisen werden häufig als notwendiger Aufwand erlebt. Staus, Umstiege, lange Fahrzeiten und Gepäck erzeugen Stress; zugleich belasten hohe Verkehrsaufkommen Straßen, Orte und Umwelt. Die Reisezeit bleibt im touristischen Produkt oft ungenutzt.

Die Idee

„Travel without Stress“ ist ein Hotel auf Schienen. Ein hochwertiger Zug verbindet Transport, Unterkunft und Erlebnis. Schlafabteile, Gastronomie, Spa- und Fitnessangebote machen die Fahrt selbst zum Teil des Urlaubs. Die zentrale Formel lautet: Anreise = Urlaub.

So funktioniert das Konzept

Der Zug startet in wichtigen Herkunftsmärkten und bringt Gäste direkt in die Destination. Während der Fahrt können sie schlafen, essen, entspannen oder an einem Programm teilnehmen. Gepäck, Transfer und gegebenenfalls Anschlussangebote werden durchgängig organisiert.

Das Konzept erfordert ein Betreiberkonsortium mit Bahn-, Hospitality-, Destination- und Finanzierungskompetenz. Denkbar sind saisonale Verbindungen, Chartermodelle oder zunächst einzelne Testfahrten statt eines dauerhaften Linienbetriebs.

Zielgruppen und Beteiligte

- komfort- und umweltbewusste Reisende
- Paare und ältere Zielgruppen mit entsprechender Kaufkraft
- Bahnunternehmen und Zugbetreiber
- Destinationen, Hotels und Mobilitätspartner
- Gastronomie-, Wellness- und Erlebnisanbieter

Angestrebter Mehrwert

Die Reisezeit erhält einen eigenen Erlebniswert, Anreisestress kann sinken und Straßenverkehr potenziell reduziert werden. Für Destinationen entsteht ein klar unterscheidbares Mobilitätsprodukt, das Aufenthalt und Anreise miteinander verbindet.

Verbindung zu FutureHotel 2035
Das Konzept ist die direkteste Übersetzung des Self-Driving Hotel: Unterkunft und Mobilität verschmelzen, und das Hotelprodukt beginnt bereits unterwegs.



4.6

Treffpunkt mit lokalen Künstlern & Bauern

Die Herausforderung

Zwischen Hotels und lokaler Bevölkerung bestehen vielerorts Barrieren. Menschen aus dem Ort nutzen Hotelräume selten oder wissen nicht, ob sie willkommen sind. Gleichzeitig besteht die Gefahr, lokale Kultur eigens für Gäste zu inszenieren, ohne die Menschen vor Ort tatsächlich einzubeziehen.

Die Idee

Das Hotel stellt seine Räume lokalen Künstlerinnen und Künstlern, Bäuerinnen und Bauern, Vereinen und Gruppen zur Verfügung. Sie treffen sich zunächst aus ihrem eigenen Anlass – für Versammlungen, Austausch, Proben oder Präsentationen. Begegnungen mit Gästen können daraus natürlich entstehen, sind aber nicht der alleinige Zweck.

So funktioniert das Konzept

Der Betrieb spricht ausgewählte Gruppen persönlich an und bietet klare, niedrigschwellige Nutzungsmöglichkeiten. Eine Kick-off-Veranstaltung macht das Angebot sichtbar. Lokale Gruppen können Räume regelmäßig nutzen; Hotel und Gruppen vereinbaren Zeitfenster, Verantwortlichkeiten und einen einfachen Gegenwert. Die im Lab genannte „Runde Bier“ steht sinnbildlich dafür, dass Wertschätzung und Einladung wichtiger sein können als ein komplexes Geschäftsmodell.

Authentizität entsteht, weil lokales Leben nicht für touristische Zwecke nachgestellt wird. Gäste erleben einen realen Ort, an dem Menschen aus der Umgebung tatsächlich zusammenkommen.

Zielgruppen und Beteiligte

- Künstlerinnen, Künstler, Bäuerinnen und Bauern
- Vereine und lokale Gruppen
- Einheimische
- Gäste mit Interesse an freiwilligen Begegnungen
- Mitarbeitende als Gastgeberinnen, Gastgeber und Kontaktpersonen

Angestrebter Mehrwert

Das Konzept baut Barrieren ab, belebt wenig genutzte Räume und stärkt den Austausch zwischen Hotel und Umfeld. Es lässt sich mit vergleichsweise geringem Investitionsbedarf testen und kann dem Haus ein glaubwürdiges lokales Profil geben.

Verbindung zu FutureHotel 2035

Das Konzept ist eng mit dem Placemaker Hotel verbunden: Das Hotel wird zum sozialen und identitätsstiftenden Ort, dessen Qualität aus echten Beziehungen zur Nachbarschaft entsteht.


AI



5. Übergreifende Entwicklungslinien und Implikationen

Die sechs Prototypen unterscheiden sich deutlich hinsichtlich ihrer Zielsetzung, ihres Zeithorizonts und ihres Ressourcenbedarfs. Sie reichen von kurzfristig umsetzbaren Raum- und Beteiligungskonzepten bis hin zu langfristigen Infrastruktur- und Mobilitätslösungen.

Trotz dieser Unterschiede lassen sich wiederkehrende Entwicklungslinien erkennen. Sie zeigen, wie sich die Rolle von Hotels im Zusammenspiel mit Gästen, Mitarbeitenden, regionalen Akteuren und digitalen Technologien verändern könnte.

5.1 Vom Beherbergungsbetrieb zum offenen Ökosystem

Mehrere Prototypen verstehen das Hotel nicht mehr ausschließlich als Ort der Beherbergung, sondern als Teil eines größeren regionalen Ökosystems. Hotelräume öffnen sich für die lokale Bevölkerung, Einheimische werden aktiv einbezogen und bestehende Angebote miteinander vernetzt. Mitarbeitende übernehmen dabei zusätzliche Aufgaben als Gastgeberinnen und Gastgeber, Netzwerkerinnen und Netzwerker, Kuratorinnen und Kuratoren oder als Vermittler zwischen Gästen und Region.

Zugleich wird deutlich, dass viele der entwickelten Konzepte nur in Zusammenarbeit mit weiteren Akteuren umgesetzt werden könnten. Gemeinden, Destinationen, Mobilitätsunternehmen, Vereine, Technologiepartner und lokale Betriebe werden zu wichtigen Partnern. Kooperation entwickelt sich damit von einer ergänzenden Maßnahme zu einer zentralen Zukunftskompetenz. Entscheidend ist nicht allein die Zusammenarbeit, sondern auch ihre Koordination. Dafür braucht es klare Rollen, gemeinsame Ziele und transparente Regeln für die Zusammenarbeit.

5.2 Das Hotel als Plattform entlang der Guest Journey

Mehrere Konzepte verstehen das Hotel als Plattform, die unterschiedliche Angebote und Akteure miteinander verbindet. Das Hotel muss Erlebnisse nicht vollständig selbst bereitstellen. Es kann Informationen bündeln, Qualität sichern, Vertrauen schaffen und den Zugang zu regionalen Angeboten erleichtern.

Konzepte wie „ST² – Südtirol Surprise Trip“ und „Travel without Stress“ erweitern zudem den Blick auf die gesamte Reisekette. Das Gästeerlebnis beginnt nicht erst beim Check-in, sondern bereits mit der Reiseplanung und der Anreise. Mobilität, Transfers, Gepäck, Informationen und digitale Schnittstellen werden damit zu Bestandteilen des Hospitality-Angebots. Mit einer solchen Plattform- und Koordinationsfunktion entstehen zugleich neue Anforderungen an die Abstimmung der beteiligten Leistungen und Akteure.



5.3 Digitale Unterstützung und menschliche Qualität

Digitale Plattformen und Daten bilden in mehreren Prototypen eine Grundlage für personalisierte Angebote, koordinierte Abläufe und neue Formen der Zusammenarbeit. Sie können dazu beitragen, Informationen zusammenzuführen, verfügbare Angebote bedarfsgerecht zu kombinieren und den Zugang zu unterschiedlichen Leistungen zu vereinfachen.

Gleichzeitig zeigen die entwickelten Konzepte, dass digitale Lösungen persönliche Gastfreundschaft, lokale Kenntnisse und vertrauensvolle Beziehungen nicht ersetzen. Diese bleiben zentrale Bestandteile des Gästeerlebnisses. Die Bedeutung digitaler Technologien liegt daher vor allem darin, Vernetzung und Koordination zu unterstützen und menschliche Interaktion zu erleichtern.

5.4 Vom Impuls zur weiteren Auseinandersetzung

Die Prototypen sind nicht als ausgearbeitete Geschäftsmodelle oder unmittelbar übertragbare Lösungen zu verstehen. Sie verdichten die Diskussionen der Arbeitsgruppen und machen unterschiedliche Entwicklungsrichtungen, Voraussetzungen und offene Fragen sichtbar.

Einige der Konzepte knüpfen an vorhandene Räume, Beziehungen und regionale Angebote an. Andere setzen neue Infrastrukturen, technische Lösungen oder die Zusammenarbeit zahlreicher Partner voraus. Entsprechend unterschiedlich sind ihre möglichen Zeithorizonte, ihr organisatorischer Aufwand und ihr Ressourcenbedarf.

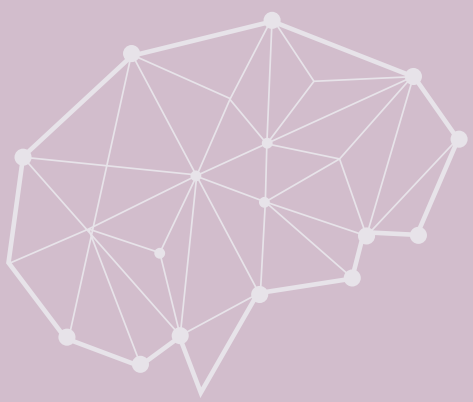
Die weitere Auseinandersetzung mit den Konzepten erfordert daher eine differenzierte Betrachtung. Dazu gehören die Frage nach dem konkreten Nutzen für die beteiligten Akteure, die Verfügbarkeit geeigneter Partner sowie die organisatorischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen. Der Wert der Prototypen liegt zunächst darin, diese Fragen anhand konkreter Zukunftsideen diskutierbar zu machen.

6. Fazit und Ausblick

Die Ergebnisse des BEAM Labs zeigen, dass sich die zukünftige Rolle von Hotels nicht allein über Beherbergungsleistungen bestimmen lässt. Die entwickelten Prototypen erweitern den Blick auf das Hotel als Teil regionaler Netzwerke, als Plattform für unterschiedliche Angebote und als Ort der Begegnung. Dabei stehen nicht einzelne Lösungen im Vordergrund, sondern unterschiedliche Möglichkeiten, wie Hotels ihre Beziehungen zu Gästen, Mitarbeitenden, Einheimischen und regionalen Partnern gestalten könnten.

Für den Südtiroler und alpinen Kontext wird insbesondere die Bedeutung bestehender regionaler Strukturen sichtbar. Lokale Netzwerke, gewachsene Beziehungen, vorhandene Räume und die Verbindung von Beherbergung, Mobilität, Kultur und regionalen Angeboten bilden mögliche Ausgangspunkte für neue Formen der Hospitality. Welche Ansätze tragfähig sind, hängt jedoch von den jeweiligen rechtlichen, betrieblichen, räumlichen und organisatorischen Voraussetzungen ab.

Die Zukunftsprojektionen des Fraunhofer IAO bieten einen wissenschaftlichen Denkrahmen, um solche Entwicklungen systematisch zu betrachten. Die sechs Prototypen des BEAM Labs übersetzen diesen Rahmen in konkrete, aber bewusst offene Zukunftsideen. Ihr Wert liegt vor allem darin, mögliche Rollen von Hotels sichtbar zu machen, Voraussetzungen und Spannungsfelder zu benennen und die weitere fachliche Auseinandersetzung mit der Zukunft der Hotellerie zu unterstützen.



Quellen und weiterführende Informationen

Heydkamp, Constanze; Borkmann, Vanessa (2025): FutureHotel – Future Projections for 2035. Which Role Will Hotels Play Ten Years from Now? A Foresight Project from the FutureHotel Innovation Network. Fraunhofer IAO. DOI: 10.24406/publica-5282.

HGV / Fraunhofer IAO (2026): BEAM Lab „Schlafplatz war gestern“, Veranstaltung und Gruppenarbeit vom 19. Mai 2026. Interne Dokumentation, Transkription und sechs Konzeptbeschreibungen.

HGV / Fraunhofer IAO (2026): Hotels at a Turning Point – More Than a Place to Sleep. Präsentation des BEAM Labs mit FutureHotel-Keynote, Südtiroler Beispielen und Kreativprozess.

HGV / Fraunhofer IAO (2026): FutureHotel Projections 2035 – Hotels am Wendepunkt: Schlafplatz war gestern. Offizielles Veranstaltungsabstract.

futurehospitality.hgv.it

Impressum und Danksagung

Herausgeber
HGV & Fraunhofer IAO

Hotel- & Gastronomieverband (HGV)
Schlachthofstraße 59, 39100 Bozen
Tel. 0471 317 700 | info@hgv.it | hgv.it

Wissenschaftliche Leitung
Prof. Dr.-Ing. Vanessa Borkmann und Dr. Constanze Heydkamp,
Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO, Nobelstraße 12, D-70569 Stuttgart

Konzeption und Gestaltung
zukunvt

Bildnachweise
BEAM - Daniele Fiorentino, IDM, magnific.com

Stand
Oktober 2026

Unser Dank gilt allen Teilnehmenden an den sechs Arbeitsgruppen des BEAM Labs 2026, die ihre Erfahrungen, Perspektiven und Ideen eingebracht haben.

Hinweis: Die dargestellten Konzepte sind Ergebnisse der jeweiligen Gruppenarbeit im Rahmen des BEAM Labs 2026. Sie sind Diskussionsimpulse und keine abschließend geprüften Geschäftsmodelle oder Handlungsempfehlungen. Die Bezugnahme auf die FutureHotel-Projektionen dient der redaktionellen Einordnung und stellt keine wissenschaftliche Validierung der Konzepte dar.