



Strategieentwicklung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus

Veröffentlicht am 15. Oktober 2026

Ihre Ansprechpersonen: Noelle Rudin, Soraya Wendelspiess

Tags: Fachbeiträge, Industrie, Technologie und Dienstleistung, Nachhaltigkeit, organisational-change-management, Strategieberatung

Vom Hospitality Summit 2026 in die Praxis

Wir waren diesen Frühsommer am [Hospitality Summit 2026](#) in Bern dabei und führten dort spannende Gespräche mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Hotel-, Gastro- und Tourismusbranche. Besonders wertvoll war der Austausch mit Persönlichkeiten aus dem Verband der [HotellerieSuisse](#) sowie des [Schweizer Tourismusverbands](#).

Bei den Gesprächen zeigte sich ein klares Bild: Viele Betriebe stehen heute vor ähnlichen Herausforderungen. Gleichzeitig entstehen neue Chancen für jene Unternehmen, die gemeinsam denken und handeln.

Im nachfolgenden Beitrag gehen wir auf die Herausforderungen und die Themen ein, welche die Branche aktuell beschäftigen und fokussieren insbesondere auf Synergiepotenziale und kooperative Regionen.

Aktuelle Themen der Hotel-, Gastro- und Tourismusbranche

Hotel-, Gastro- und Tourismusbetriebe bewegen sich in einem Umfeld, das sich laufend verändert. Viele Entwicklungen lassen sich von einzelnen Betrieben nur begrenzt beeinflussen. Umso wichtiger wird eine



klare Strategie.

Fachkräftemangel und hohe Fluktuation

Der Mangel an qualifizierten Mitarbeitenden bleibt eine der grössten Herausforderungen der Branche. Gleichzeitig wechseln Mitarbeitende häufiger den Arbeitgeber oder verlassen die Branche ganz. Die Folgen sind spürbar:

- steigende Rekrutierungskosten
- Wissensverlust durch Personalwechsel
- höhere Belastung für bestehende Teams
- eingeschränkte Öffnungszeiten oder Leistungsangebote

Veränderte Gästeerwartungen

Gäste erwarten heute mehr als eine Übernachtung oder einen Restaurantbesuch. Sie suchen Erlebnisse, Authentizität und regionale Verankerung. Gefragt sind beispielsweise:

- individuelle Angebote
- nachhaltige Konzepte
- lokale Erlebnisse und Begegnungen

Betriebe werden dadurch gezwungen, ihr Leistungsversprechen regelmässig zu überprüfen und weiterzuentwickeln.

Unsicherheit durch externe Einflüsse

Die Attraktivität eines Standorts kann sich innerhalb weniger Jahre deutlich verändern. Neue Wohngebiete, veränderte Besucherströme oder zusätzliche Angebote können Chancen schaffen, aber auch den Wettbewerb verschärfen. Gleichzeitig beeinflussen Krisen, geopolitische Konflikte, wirtschaftliche und klimabedingte Unsicherheiten oder andere externe Ereignisse das Reiseverhalten und die Nachfrage. Betriebe fragen sich daher:

-



Welche Zielgruppen bleiben langfristig relevant?

- Wie können wir unsere Abhängigkeit von externen Einflüssen reduzieren?
- Welche Angebote schaffen auch in unsicheren Zeiten einen nachhaltigen Mehrwert?

Viele Herausforderungen betreffen nicht nur einzelne Betriebe, sondern ganze Regionen. Wenn mehrere Hotel-, Gastro- und Tourismusbetriebe gleichzeitig Personal suchen, wenn ganze Destinationen um Gäste konkurrieren oder wenn Investitionen in Infrastruktur anstehen, stossen Einzelinitiativen oft an Grenzen.

Strategiefelder für mehr Synergien und Kooperationen

Einige Herausforderungen der Hotel-, Gastro- und Tourismusbranche lassen sich nicht mehr allein auf Ebene eines einzelnen Betriebs lösen. Fachkräftemangel, steigende Kosten, veränderte Gästeerwartungen und die Entwicklung ganzer Quartiere oder Destinationen betreffen meist mehrere Akteure gleichzeitig. Entsprechend gewinnen strategische Kooperationen und regionale Netzwerke zunehmend an Bedeutung.

Regionale Netzwerke gezielt stärken

Ein vielversprechender Ansatz besteht darin, Hotel, Gastro- und Tourismusbetriebe stärker als Teil eines regionalen Ökosystems zu verstehen. Anstatt ausschliesslich das eigene Angebot in den Mittelpunkt zu stellen, entstehen neue Chancen durch die Zusammenarbeit mit Kulturinstitutionen, Freizeit Anbietern, Gemeinden oder Tourismusorganisationen. Dadurch können Betriebe ihren Gästen ein vielseitiges Erlebnis bieten und gleichzeitig von einer stärkeren regionalen Positionierung profitieren. Insbesondere in Regionen, die sich stark verändern oder neue Zielgruppen anziehen, helfen solche Kooperationen dabei, Trends frühzeitig zu erkennen und das Angebot gezielt weiterzuentwickeln. Unser Beitrag [Digitalisierung bei Gemeinden: Zusammenarbeit als Schlüssel zum Erfolg](#) verdeutlicht exemplarisch, wie durch die gezielte Vernetzung unterschiedlicher Akteure Synergien entstehen, die über den Nutzen einzelner Organisationen hinausgehen und eine gesamte Region stärken können.

Personalressourcen gemeinsam nutzen

Auch beim Thema Personal eröffnen sich neue Möglichkeiten. Viele Betriebe kämpfen mit ähnlichen Problemstellungen bei der Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitenden. Statt isoliert nach Lösungen zu



suchen, können regionale Ressourcenpools oder betriebsübergreifende Personaleinsatzmodelle einen Mehrwert schaffen. Mitarbeitende könnten beispielsweise saisonal oder situationsabhängig in mehreren Betrieben eingesetzt werden. Solche Modelle erhöhen die Flexibilität, verbessern die Auslastung des Personals und schaffen attraktivere Arbeitsbedingungen.

Dienstleistungen und Infrastrukturen bündeln

Darüber hinaus lohnt sich ein Blick auf gemeinsame Dienstleistungen und Infrastrukturen. Einige Aufgaben müssen nicht von jedem Betrieb separat organisiert werden. Geteilte Lösungen in Bereichen wie Marketing, Einkauf, IT oder Administration können Kosten senken und gleichzeitig die Professionalität erhöhen. Internationale Beispiele zeigen, dass sogenannte Shared-Service-Modelle oder betriebsübergreifende Kooperationsplattformen insbesondere für kleinere und mittlere Betriebe interessante Perspektiven eröffnen. Dies verdeutlichen auch unsere Beiträge [Business Ecosystems – Wertschöpfung durch Kollaboration](#) und [Wie Heime erfolgreich kollaborieren](#). Sie zeigen, wie die Bündelung von Ressourcen und Kompetenzen nachhaltigen Mehrwert schafft und wie gemeinsame Dienstleistungen, Infrastrukturen und Kooperationsmodelle sowohl die Effizienz als auch die Wettbewerbsfähigkeit stärken können.

Letztlich geht es darum, die Entwicklung einer Destination oder eines Quartiers gemeinsam zu gestalten. Regionen, in denen Unternehmen, Gemeinden und touristische Akteure an einem gemeinsamen Zielbild arbeiten, schaffen häufig ein stärkeres Profil und eine höhere Anziehungskraft für Gäste, Mitarbeitende und Investoren. Kooperative Regionen können ihre Ressourcen gezielter einsetzen, Synergien besser nutzen und Veränderungen aktiver gestalten.

Die zentrale strategische Frage lautet deshalb nicht mehr nur, wie sich ein einzelner Betrieb erfolgreich positioniert. Vielmehr stellt sich die Frage, welche Potenziale durch Zusammenarbeit entstehen und wie diese langfristig für die gesamte Region genutzt werden können.

So unterstützen wir Sie bei Ihrer Strategieentwicklung

Die Herausforderungen der Hotel-, Gastro- und Tourismusbranche lassen sich oft nicht mit einzelnen Massnahmen lösen. Gefragt sind klare Strategien, die Positionierung, Zielgruppen, Kooperationen und Potenziale miteinander verbinden. Wir unterstützen Hotel-, Gastro- und Tourismusbetriebe dabei, ihre strategische Ausrichtung zu schärfen, neue Marktchancen zu identifizieren und tragfähige Kooperationsmodelle zu entwickeln. Dabei verbinden wir lokale Marktkenntnisse mit bewährten Ansätzen aus anderen Regionen und Branchen. Unser Ziel ist eine Strategie, die nicht nur konzeptionell überzeugt, sondern auch in der Praxis funktioniert. Ein Beispiel dafür ist unser [Mandat bei der Gemeinde Grindelwald](#), die wir bei der Entwicklung ihrer langfristigen Gemeindestrategie begleiten durften und dabei gemeinsam Perspektiven für die zukünftige Entwicklung einer Tourismusregion erarbeitet haben.



Fachkräftemangel, veränderte Gästeerwartungen und wirtschaftliche sowie klimabedingte Unsicherheiten verlangen nach neuen Antworten. Betriebe, die Synergien nutzen, Kooperationen aufbauen und gemeinsam mit ihrer Region denken, können ihre Zukunft aktiv mitgestalten. Eine fundierte Strategieentwicklung schafft dafür die notwendige Grundlage. Wir unterstützen Sie gerne bei deren Erarbeitung und freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Dieser Beitrag erschien ebenfalls im online Magazin htr hotelrevue
