

SCHLOSS HOPFERAU

Das Gesamtkonzept – Entwurf 3

Schlosswohnzimmer • Kulinarik • Feiern • Boutique-Spa • Aktiv-Wohnzimmer



**Das Schloss ist die emotionale Bühne.
Der Neubau ist Rückzugsort, Spa, Aktivwelt und effizienter Betriebsrücken.**

Strategisches Arbeitskonzept für Architektur, Innenarchitektur, Betrieb und Wirtschaftlichkeit · Stand 21. Juli
2026

Grundlage: Nutzerbriefing, bisherige Konzeptarbeit und Bestandspläne Schloss Hopferau

Inhalt

Kapitel	Thema
1	Das Konzept auf einen Blick
2	Positionierung und Markenversprechen
3	Die klare Rollenverteilung von Schloss und Neubau
4	Das Schloss als F&B-, Empfangs- und Veranstaltungshaus
5	Der Neubau als Zimmer-, Wellness- und Aktivhaus
6	Der zweistufige Boutique-Wellnessbereich
7	Das Aktiv-Wohnzimmer als neuer sozialer Mittelpunkt
8	Zimmer- und Aufenthaltskonzept
9	Design-DNA und Atmosphäre
10	Betrieb, Service und Logistik
11	Zielgruppen, Erlösbausteine und Vermarktung
12	Festgelegte Grundentscheidungen und offene Prüfaufgaben
13	Planungsauftrag an Architekt und Designer

Arbeitsstatus

Dieses Dokument hält die nun gewünschte Grundrichtung verbindlich fest. Es ersetzt noch keine Genehmigungs-, Brandschutz-, Küchen-, TGA- oder Wirtschaftlichkeitsplanung. Wo Varianten noch fachlich geprüft werden müssen, sind sie ausdrücklich als Prüfauftrag gekennzeichnet.

1. Das Konzept auf einen Blick

Schloss Hopferau wird kein klassisches Schlosshotel und kein konventionelles Wellnesshotel. Es wird ein emotionales Boutique-Resort, in dem historische Räume, moderne Rückzugsorte, Kulinarik, Feiern, Aktivität und Wellness zu einem zusammenhängenden Erlebnis werden.

Baustein	Kernfunktion	Erlebnis für den Gast
Historisches Schloss	Rezeption, Bar, Restaurant, Frühstück, Salons, Küche, Biergarten, Outdoor-Grillküche, Hochzeiten und Tagungen	Ankommen, staunen, essen, trinken, begegnen, im Garten sitzen und feiern

Baustein	Kernfunktion	Erlebnis für den Gast
Glaspavillon / leichter Anbau	Kapazitätserweiterung der Gastronomie und Übergang zu Terrasse, Biergarten und Gartenküche	Transparente Verbindung von Schloss, Garten und moderner Gastlichkeit
Neubau – Zimmer	Rund 50 moderne Zimmer als Arbeitsgröße	Ruhe, Komfort, hochwertige Bäder und klare moderne Architektur
Neubau – Textil-Wellness	Innen-Außen-Pool, Liegeflächen, textile Wärmeangebote	Unkomplizierte Erholung für alle Hausgäste
Neubau – Nackt-Saunawelt	Wahlweise auf der oberen Ebene oder ebenerdig neben der Textil-Wellness mit geschütztem Außenbereich	Intensiveres Spa-Erlebnis mit eigener Dramaturgie und möglichem Saunagarten
Neubau – Aktiv-Wohnzimmer	Fitness, Spiel, Lounge, Self-Service-Market, Terrasse, Grillformate und DJ	Lebendiger Treffpunkt für Jung und Junggebliebene
Zentraler Betriebsrücken	Personal, Housekeeping, Wäsche, Technik, Hausmeister und Lager	Unsichtbare Effizienz hinter dem Gästelerlebnis

Die zentrale Logik

Es gibt keine doppelte Rezeption und keine zweite klassische Hotelgastronomie im Neubau. Die öffentlichen Gastgeberfunktionen werden im Schloss gebündelt. Der Neubau gewinnt dadurch Fläche für Zimmer, Wellness, Aktivität und einen wirtschaftlich klaren Back-of-House-Bereich.

2. Positionierung und Markenversprechen

2.1 Arbeitstitel der Positionierung

„Das stilvolle Schlosserlebnis im Allgäu“

Schloss Hopferau steht für historische Emotion ohne Steifheit, hochwertigen Komfort ohne formale Distanz und Erlebnis ohne Themenpark-Kitsch. Der Gast soll das Schloss nicht nur besichtigen, sondern darin leben: morgens frühstücken, tagsüber arbeiten oder aktiv sein, abends essen und trinken, feiern, entspannen und im Neubau zur Ruhe kommen. Zugleich ist Schloss Hopferau ein Rückzugsort im Grünen: ruhig im Dorf gelegen und dennoch nur wenige Minuten von Füssen, seinem Stadtleben, dem Festspielhaus, Schloss Neuschwanstein sowie den Seen und Naturerlebnissen der Region entfernt.

Nicht sein	Stattdessen sein
kein museales Schlosshotel	ein lebendiges Schlosswohnzimmer
kein steifes Grandhotel	ungezwungener, persönlicher Boutique-Luxus
kein überladenes König-Ludwig-Themenhotel	subtile Geschichte, überraschende Details und humorvolle Anspielungen

Nicht sein	Stattdessen sein
kein klassisches reines Wellnesshotel	Boutique-Hotel mit außergewöhnlich starkem Spa als Buchungsgrund
kein anonymer Zimmerneubau	moderner Rückzugsflügel mit eigener emotionaler Qualität
kein personalintensiver Vollservice in jedem Bereich	klare Gastgebermomente plus intelligente Selbstbedienung

3. Die klare Rollenverteilung von Schloss und Neubau

Funktion	Schloss	Neubau
Ankommen und Rezeption	zentral, offen und emotional	keine zweite Rezeption
Kulinarik	Frühstück, Bar, Restaurant, Abendgeschäft, Bankett, Biergarten und Outdoor-Grillküche	keine klassische Restaurantfläche
Küche	Hauptküche plus Vorbereitungsküche	keine F&B-Hauptproduktion
Feiern und Tagungen	Salons, Bankett, Trauung, Seminare	nur ergänzende informelle Nutzung im Aktiv-Wohnzimmer
Übernachten	besondere Schlosszimmer	rund 50 moderne Zimmer als Arbeitsgröße
Wellness	kein eigener Schwerpunkt	Textil-Wasserwelt plus Nackt-Saunawelt in einer von zwei zu prüfenden Varianten
Aktivität und Community	Bar, Salons, gastronomisches Leben	Aktiv-Wohnzimmer, Fitness, Spiel, Self-Service-Market und Terrasse
Betrieb und Technik	nur F&B-nahe Nebenflächen	zentrale Personal-, Wäsche-, Housekeeping-, Technik- und Hausmeisterflächen

4. Das Schloss als F&B-, Empfangs- und Veranstaltungshaus

Ziel: maximale emotionale Wirkung bei kurzen Wegen und einer einzigen klaren Gastgeberadresse.

4.1 Erdgeschoss: Das Schlosswohnzimmer

Der Eintritt in das Schloss soll nicht wie das Betreten einer klassischen Lobby wirken. **Rezeption, Bar, Sitzen, Essen und Trinken werden zu einem großen, zusammenhängenden Schlosswohnzimmer.** Die offene Rezeption ist sichtbar und ansprechbar, aber nicht als formaler Tresen inszeniert. Sie gehört zum Raum und zur Gastgeberrolle.

- Offene Rezeption mit Sitzplätzen und persönlichem Empfang statt klassischer Check-in-Barriere.

- Bar als sichtbarer, ganztägiger Anker: Kaffee am Morgen, Aperitif, Wein, Cocktails und informelle Gespräche.
- Mehrere historische Räume mit jeweils eigenem Charakter, die flexibel für Frühstück, Tagesgeschäft und Abendessen genutzt werden.
- Schlosszimmer / Wohnzimmer / Schatzkammer als besonderer Treffpunkt mit Sofas, großen Tischen, Kunst, Büchern und überraschenden Objekten.
- Möglichkeit, einzelne Räume je nach Auslastung zu öffnen oder zu schließen, damit auch bei geringerer Belegung Atmosphäre entsteht.
- Direkte Beziehung zu Garten und Terrasse mit einem charaktervollen Biergarten sowie einem eigenständigen Außenbereich für Grill und offene Gartenküche.

Entscheidender Baustein: Glaspavillon oder leichter Anbau

Das Gastronomiekonzept im Schloss benötigt eine zusätzliche, ganzjährig nutzbare Kapazität. Vorgesehen ist ein möglichst leicht wirkender, denkmalverträglicher Pavillon oder gläserner Wintergarten. Er soll nicht wie ein massiver Fremdkörper erscheinen, sondern wie eine transparente Gartenzone des Schlosses. Ohne diese Erweiterung sind Sitzplatzkapazität, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit der Schlossgastronomie voraussichtlich zu begrenzt.

4.2 Gastronomische Nutzung

Zur gastronomischen Gesamtidee gehören neben den Innenräumen und dem Glaspavillon ausdrücklich auch zwei Außenbausteine: ein eigenständiger Biergarten – vorzugsweise auf der östlichen beziehungsweise rechten Schlossseite – sowie eine offene Grill- oder Gartenküche. Beide Bereiche müssen in Wege, Lärm, Nachbarschaft, Brandschutz, Witterung und Küchenlogistik integriert werden.

Tageszeit / Anlass	Nutzung der Schlossräume
Frühstück	mehrere Salons plus Pavillon; Buffet/Stationen sinnvoll bündeln, Gäste auf verschiedene Atmosphären verteilen
Mittag / Nachmittag	reduziertes Angebot mit Kaffee, Kuchen, regionalen Brotzeiten und bayerisch-allgäuerischen Schmankerln; Garten und Schlosswohnzimmer
Abendgeschäft	Restaurant, Bar und Salons mit unterschiedlicher Stimmung; hochwertige, aber nicht steife Küche
Hochzeit / Bankett	Hauptveranstaltungsräume in den Obergeschossen; Erdgeschoss als Empfang, Aperitif und späterer Ausklang
Tagung	Seminarräume und große Flurzonen als informeller Kommunikations- und Kaffeebereich
Private Feiern	einzelne Salons exklusiv buchbar, ohne den gesamten Betrieb zu blockieren
Biergarten	Eigenständiger, charaktervoller Schlossbiergarten auf der östlichen/rechten Seite; unkomplizierte Getränke, regionale Brotzeiten, bayerisch-allgäuerische Schmankerl und Veranstaltungen. Direkte Anbindung an Bar/Küche, klare Öffnungszeiten, Schall- und Wetterkonzept sowie robuste, hochwertige Möblierung.
Offene Grill- und Gartenküche	Außenbereich für Grill, Feuer, saisonale Küche, besondere Abende und

Tageszeit / Anlass	Nutzung der Schlossräume
	sichtbare Zubereitung, Produktion und Mise en place in Haupt-/Vorbereitungsküche; außen nur Finish, Grillen, Ausgabe und Inszenierung. Kein zweiter Vollküchenbetrieb.

4.3 Zentrale Küche und Vorbereitungsküche

Die Hauptküche bleibt zentral im Schloss. Die frühere Waschküche wird als wesentliche Erweiterungs- und Entlastungsfläche verstanden. Dort soll eine Vorbereitungsküche beziehungsweise Produktionszone entstehen. Ziel ist eine klare Trennung und Entzerrung der Prozesse:

- Hauptküche für À-la-carte, Frühstücksfinish, Pass und unmittelbare Ausgabe.
- Vorbereitungsküche für Mise en place, Bankettproduktion, kalte Vorbereitung und gegebenenfalls Cook & Chill.
- Ausreichende Kühl-, Trocken-, Geschirr- und Bankettlager in direkter oder gut erschlossener Nähe.
- Saubere Warenannahme, Entsorgung sowie Geschirr- und Rücklaufwege ohne Kreuzung mit dem Hauptgaststrom.
- Technische Prüfung der Lüftung, Fettabscheidung, Brandschutzanforderungen, Bodentragfähigkeit und Denkmalschutzverträglichkeit.

4.4 Toiletten und Küchenanbindung

Prüfvariante A: Verlagerung der öffentlichen Toiletten in das Untergeschoss, sofern Barrierefreiheit, Lüftung, Brandschutz, Wege und Genehmigung überzeugend lösbar sind.

Prüfvariante B: Beibehaltung beziehungsweise Neuordnung auf Erdgeschossesebene mit einem rückwärtigen Serviceflur hinter den Toiletten. Dieser Flur könnte die Küche und Vorbereitungsküche verbinden und einen vom Gast getrennten Betriebsweg schaffen.

Unabhängig von der gewählten Gesamtvariante ist im Erdgeschoss ein barrierefrei erreichbares Gäste-WC vorzusehen. Damit bleibt das Schlosswohnzimmer für alle Gäste selbstständig und ohne Umweg nutzbar.

Planungsprinzip

Die Toilettenentscheidung darf nicht isoliert getroffen werden. Sie entscheidet gleichzeitig über Küchenverbindung, Serviceweg, Barrierefreiheit, Lüftung und mögliche Restaurantfläche.

4.5 Erstes Obergeschoss: Hochzeit und Bankett

- Hauptveranstaltungsebene für Hochzeiten, Familienfeiern und Firmenveranstaltungen.
- Arbeitskapazität etwa 60 bis 80 Personen, abhängig von Bestuhlung, Tanzfläche, Buffet, Fluchtwegen und Genehmigung.
- Kleine Satellitenküche / Bankett-Pantry zum Anrichten, Warmhalten, Kühlen, Spülen und Bereitstellen.
- Speisen werden in Haupt- oder Vorbereitungsküche produziert, per Serviceaufzug und Wärmewagen nach oben transportiert und dort final angerichtet.
- Ausreichende Wagen-, Geschirr-, Getränke- und Leergutflächen müssen direkt an der Pantry vorgesehen werden.
- Die Ebene benötigt eine gute akustische Trennung zu den Schlosszimmern und den übrigen Gästebereichen.

4.6 Zweites Obergeschoss: Tagung, Trauung und Seminar

- Trauungsraum, Kapelle und Seminarräume werden als besonderes Hochzeits- und Tagungsensemble genutzt.
- Der großzügige Flur wird nicht als Restfläche behandelt, sondern als kommunikative Tagungslounge mit großem Gemeinschaftstisch.
- Kaffeemaschinen, Wasser, kleine Snacks und Getränkeköhlung können in einer hochwertigen Self-Service- beziehungsweise Tagungspantry angeboten werden.
- Möblierung muss zwischen Workshop, informellem Arbeiten, Kaffeepause und Empfang wechseln können.
- Technik, Verdunkelung, Akustik, WLAN und flexible Stromversorgung sind von Anfang an einzuplanen.

5. Der Neubau als Zimmer-, Wellness- und Aktivhaus

Ziel: maximale Zimmerqualität, ein starkes Spa und lebendige Aufenthaltsangebote – ohne doppelte Hotelinfrastruktur.

Der Neubau ist kein zweites Hotel neben dem Schloss. Er ist der moderne Flügel desselben Hauses.

Ebene / Bereich	Hauptfunktion	Konzept
Zimmergeschosse	rund 50 moderne Zimmer als Arbeitsgröße	ruhig, hochwertig, klar, warm und mit starken Bädern
Untere Wellnessebene	Textil-Wellness und Innen-Außen-Pool	niederschwellig, landschaftsbezogen, ganzjährig und für alle Hausgäste
Nackt-Saunawelt – Variante A	Obere Ebene / bisherige 3–4 Zimmer	Eigenständige Saunawelt mit 2–3 Saunen, Dampfbad, Eis-/Kaltangebot, Umkleiden und WC; klare Trennung von der Textilwelt.
Nackt-Saunawelt – Variante B	Ebenerdig neben der unteren Textil-Wellness / Einbezug der 3–4 angrenzenden Zimmer	Direkter Anschluss an einen abgeschirmten Nacktgarten mit 1–2 Außensaunen; Sichtschutz zu darüberliegenden Zimmern ist zwingend.
Erdgeschoss – bisher Rezeption/Gastronomie	Aktiv-Wohnzimmer	Fitness, Spiel, Lounge, Selbstversorgung, Community und Terrasse
Back-of-House	Personal, Wäsche, Housekeeping, Technik, Hausmeister	unsichtbar, kompakt, kurze Wege und getrennte Gästeströme

6. Der zweistufige Boutique-Wellnessbereich

6.1 Grundidee

Der Wellnessbereich wird bewusst auf zwei Atmosphären und zwei Bekleidungslogiken verteilt. Unten entsteht eine offene, textile Wasser- und Erholungswelt. Die Nackt-Saunawelt wird entweder eine Ebene darüber oder ebenerdig angrenzend mit einem geschützten Außenbereich organisiert. Dadurch entsteht mehr

Angebot, ohne dass sich Textilgäste, Familien beziehungsweise ungeübte Spa-Gäste und klassische Saunagäste gegenseitig stören.

6.2 Untere Ebene: Textile Wasser- und Landschaftswelt

- Innen-Außen-Pool mit ganzjährig angenehmem Übergang und einer starken Blick- beziehungsweise Gartenbeziehung.
- Großzügige Innen- und Außenliegeflächen mit unterschiedlichen Aufenthaltsqualitäten.
- Ein bis zwei textile Wärmeangebote, beispielsweise Textilsauna, Biosauna oder Infrarotwärme.
- Tauch-, Kalt- oder Vitalbecken als Ergänzung, abhängig von Energie-, Platz- und Betriebskonzept.
- Landschaftlich gestalteter Wellnessgarten statt reiner Poolterrasse.
- Self-Service-Station für Wasser, Tee und kleine Erfrischungen.
- Rutschfeste, intuitive und barrierearme Wege zwischen Innenbereich, Pool, Terrasse und Garten.

6.3 Nackt-Saunawelt: zwei gleichwertig zu prüfende Varianten

Der Nacktbereich wird als fester Angebotsbaustein festgelegt, seine genaue Lage bleibt jedoch eine bewusste Planungsentscheidung. Beide Varianten müssen hinsichtlich Zimmerverlust, Gästeführung, Privatsphäre, Außenbezug, Technik, Schall und Investition gleichwertig untersucht werden.

Variante	Konzept	Vorteile	Zu lösen
A – obere Ebene	Die heute vorgesehenen drei bis vier Zimmer werden zu einer eigenständigen Nackt-Saunawelt mit 2–3 Saunen, Dampfbad, Eis-/Kaltangebot, Umkleiden und WC.	Sehr klare Trennung von Textil- und Nacktbereich; ruhige, intensive Atmosphäre; Nutzung der vorhandenen Zimmerstruktur.	Vertikale Wege, Aufzug/Treppe, kein oder nur eingeschränkter Außenbezug, Zimmerverlust.
B – ebenerdig angrenzend	Die drei bis vier angrenzenden Zimmer werden auf der unteren Wellnesssebene in den Nacktbereich integriert. Ein geschützter Saunagarten mit ein bis zwei Außensaunen wird möglich.	Direkter Übergang nach außen, kompakte Spa-Logistik, attraktiver Nacktgarten und stärkere Landschaftsbeziehung.	Vollständiger Sichtschutz gegenüber darüberliegenden Zimmern, akustische Abschirmung, klare Textil-/Nackttrennung und sensible Gartenplanung.

- Für Variante B sind Sichtschutzdächer, Lamellen, bepflanzte Pergolen, Geländemodellierung, versetzte Baukörper oder eine Kombination daraus zu untersuchen, damit von oberen Zimmern keine direkten Einblicke entstehen.
- Die Entscheidung erfolgt erst nach einer vergleichenden Flächen-, Zimmer-, Investitions-, Energie- und Erlebnisbewertung.

6.4 Dramaturgie des Spa-Erlebnisses

1. Ankommen im Bademantel und verständliche Orientierung.
2. Textile Wasserwelt als leichter Einstieg und gemeinsamer Aufenthaltsort.
3. Wahlweise Übergang zur intensiveren Nackt-Saunawelt.
4. Abkühlung und Ruhe in unterschiedlichen Innen- und Außenräumen.
5. Rückkehr in den Aktivbereich, ins Schlosswohnzimmer oder direkt ins Zimmer.

Vermarktungsziel

Das Haus muss sich nicht ausschließlich als Wellnesshotel definieren. Der Spa soll jedoch so hochwertig, fotogen und besonders sein, dass er allein einen deutlichen Buchungsimpuls auslöst und höhere Zimmerpreise unterstützt.

7. Das Aktiv-Wohnzimmer als neuer sozialer Mittelpunkt

Das Aktiv-Wohnzimmer bildet den modernen Gegenpol zur historischen Schlossgastronomie. Während das Schloss für Genuss, Kulinarik und besondere Erlebnisse steht, entsteht im Neubau ein lebendiger Treffpunkt für Aktivität, Begegnung und unkomplizierte Gastlichkeit.

Es ist weder klassische Hotellobby noch Restaurant. Es ist ein flexibler Lebensraum für Familien, Freunde, Aktive und Kulturgäste – ein Ort zum Ankommen, Spielen, Arbeiten, Entspannen und Begegnen.

Die gastronomische Versorgung bleibt bewusst einfach, hochwertig und wirtschaftlich. Die Produkte werden in der Schlossküche vorbereitet und im Aktiv-Wohnzimmer lediglich gekühlt präsentiert, regeneriert oder ausgegeben. Denkbar sind ein hochwertiger Self-Service-Market, eine kleine Frontküche oder ein leichter Gastgeber-Service.

Das Angebot umfasst beispielsweise Bowls, Pizza, Pasta, Brotzeiten, Sandwiches, Salate, Kuchen, Kaffee, Cocktails und regionale Getränke. Terrasse, Grillabende und Eventformate ergänzen das Konzept.

Zone	Mögliche Inhalte	Betriebliche Logik
Fitness & Movement	funktionelles Training, Cardio, Mobility, kleine Kursfläche	offen zugänglich, robuste Ausstattung, wenig Personalbedarf
Games & Play	Billard, Tischtennis, Kicker, Brettspiele, gegebenenfalls Shuffleboard	soziale Aktivität statt separatem Spielzimmer
Community Table	großer Tisch zum Arbeiten, Spielen, Essen und Begegnen	flexibel für Gruppen, Workshops und informelle Treffen
Self-Service-Market / Manufakturtheke	Fertig vorbereitete Bowls, hochwertige Sandwiches, Salate, kleine gesunde Gerichte, Suppen, Süßes, Snacks, Kaffee und Getränke; einzelne Produkte können vom Gast einfach regeneriert oder erwärmt werden.	Produktion ausschließlich in der Haupt- und Vorbereitungsküche im Schloss. Im Aktiv-Wohnzimmer nur gekühlte Präsentation, Verkauf, Ausgabe und einfache Regeneration – keine Gästeküche und keine zweite Produktionsküche.
Lounge & Staunen	Sofas, Kunst, ungewöhnliche Möbel, Musik, kleine Bibliothek	starker Designcharakter und lange Aufenthaltsdauer
Terrasse & Event-Grill	Geplante Grillabende, DJ, Drinks, Pop-ups und ausgewählte Eventformate.	Gezielte Termine; Versorgung aus der Schlossküche beziehungsweise über vorbereitete Produkte. Nicht als tägliche zweite Vollgastronomie betreiben.
Flexible Eventfläche	Yoga, kleine Workshops, Sportübertragungen, Pop-ups, Familienangebote	bewegliches Mobiliar und gute Akustik erforderlich

Leitgedanke: Das Schloss ist der Ort für besondere Genussmomente. Das Aktiv-Wohnzimmer ist der Ort für den Alltag im Urlaub.

Entscheidend für die Qualität

Das Aktiv-Wohnzimmer darf nicht wie ein zusammengewürfelter Jugendbereich wirken. Materialien, Licht, Möblierung und Technik müssen auf Boutique-Hotel-Niveau liegen. Spiel und Aktivität werden gestalterisch in ein erwachsenes, hochwertiges Wohnzimmer übersetzt.

8. Zimmer- und Aufenthaltskonzept

8.1 Neubauzimmer

- Arbeitsgröße rund 50 Zimmer, endgültig nach Flächenbilanz von Wellness, Aktiv-Wohnzimmer und Nebenräumen.
- Hochwertiger Vier-Sterne-plus-Eindruck bei bewusst schlankem Servicemodell.
- Ruhige, natürliche Gestaltung als Gegenpol zur erzählerischen Dichte des Schlosses.
- Sehr gute Betten, starke Duschen/Bäder, hochwertige Beleuchtung, wirksame Verdunkelung und akustischer Komfort.
- Alle Neubauzimmer benötigen ein ganzjährig behagliches Heiz- und Kühlkonzept. Bevorzugt wird ein leises, zugfreies System, beispielsweise Flächenheizung/-kühlung, Kühldecken oder wassergeführte Gebläsekonvektoren. Eine klassische Vollklimaanlage ist nicht zwingend, sommerlicher Wärmeschutz und ausreichende Entfeuchtung müssen jedoch nachgewiesen werden.
- Sitz-, Stauraum- und Ablagequalität für eine geplante typische Aufenthaltsdauer von etwa drei bis fünf Tagen – nicht nur für eine einzelne Kurzübernachtung.
- Möglichst viele Zimmer mit Blick, Balkon, Terrasse oder einer anderen klaren Besonderheit.
- Verbindungstüren schaffen Familien- und Mehrgenerationenlösungen: Zwei verbundene Zimmer können gemeinsam bis zu acht Personen aufnehmen, ohne die Privatsphäre der einzelnen Zimmer aufzugeben.
- Als besonderes Produkt werden „Friends Rooms“ geprüft: zwei oder mehrere Zimmer sind über einen kleinen gemeinsamen Mittelraum verbunden, der als privater Treffpunkt, Ess-, Spiel- oder Aufenthaltsbereich für Freunde und große Familien dient.
- Wo die Grundrisse es zulassen, werden Zimmer mit hochwertigen Schlafsofas ausgestattet, damit eine flexible Belegung mit drei oder vier Personen möglich wird.

8.2 Schlosszimmer

- Weniger standardisiert und stärker erzählerisch als die Neubauzimmer.
- Die Schlosszimmer wie auch Nebau werden in maximal drei bis 4 klar kuratierten Themenbeziehungsweise Erzählwelten gebündelt. Innerhalb dieser Welten dürfen die Zimmer eigene Namen, Charaktere und historische Bezüge erhalten, ohne dass das Haus gestalterisch beliebig wirkt.
- Patina, Kunst, Textilien und überraschende Einzelstücke statt musealer Rekonstruktion.
- Preislich als besondere Kategorie positionierbar, sofern Komfort, Bad und Akustik überzeugen.

9. Design-DNA und Atmosphäre

Alt und neu sollen nicht gleich aussehen. Sie müssen sich aber wie zwei Kapitel derselben Geschichte anfühlen.

Bereich	Gestalterische Sprache
Schloss	tiefer, reicher, wohnlicher, überraschender; historische Schichten, starke Farben, Kunst, Bücher, Stoffe und warmes Licht
Glaspavillon	leicht, transparent, gartenbezogen; moderner Kontrast, der das Schloss respektiert
Neubauzimmer	ruhig, warm, natürlich, klar; hochwertige Materialien und präzise Details
Textil-Wellness	heller, landschaftlich, fließend; Wasser, Stein, Holz, Textilien und Ausblicke
Saunaebene	reduziert, sinnlich, still; Dunkelheit, Wärme, Textur und fokussiertes Licht
Aktiv-Wohnzimmer	energetischer, spielerischer und farbiger, aber erwachsen und hochwertig

- Keine vordergründigen Kronen, Wappen oder Ludwig-Klischees als Dauerdekoration.
- Geschichte über Material, Kunst, Namen, Fundstücke, Texte und einzelne humorvolle Überraschungen erzählen.
- Die inhaltliche Welt wird bewusst nicht auf ein einzelnes Motiv reduziert. Als mögliche Erzählstränge dienen die Geschichte des Schlosses, König Ludwig II., Schloss Neuschwanstein, die Kultur und Natur des Allgäus, das Dorf Hopferau sowie Konrad Zuse und die Z4 als überraschendes Kapitel von Erfindergeist und Zukunft. Die endgültige Auswahl und Gewichtung wird später in einer klaren Storyline gebündelt.
- Regionale Handwerksqualität sichtbar machen, ohne in rustikalen Alpenstil zu kippen.
- Wiederkehrende Materialien, Farben und grafische Elemente verbinden Schloss, Neubau, Spa und Aktivbereich.
- Jeder Hauptbereich benötigt mindestens ein starkes, fotografierbares Signature-Motiv.

10. Betrieb, Service und Logistik

10.1 Schlankes Serviceprinzip

- Eine Rezeption im Schloss statt Doppelbesetzung.
- Eine Hauptküche und eine Vorbereitungsküche im Schloss statt zweiter Vollküche im Neubau.
- Self-Service im Aktiv-Wohnzimmer und in ausgewählten Spa-/Tagungsbereichen, wo dies zum Konzept passt.
- Gastgeberpräsenz an den entscheidenden emotionalen Kontaktpunkten: Anreise, Frühstück, Bar, Abendessen, Hochzeit und Beschwerdelösung.
- Digitale Unterstützung bei Information, Kommunikation und Zusatzbuchungen, aber kein unpersönlicher Automatenbetrieb.

10.2 Speisen- und Bankettlogistik

- Produktion in Haupt- und Vorbereitungsküche im Schloss.
- Aufzug zu Veranstaltungs- und Seminarebenen.
- Bankett-Pantry im ersten Obergeschoss und Tagungspantry im zweiten Obergeschoss.
- Wärme-, Kühl- und Geschirrwagen als fester Bestandteil der Planung.
- Getrennte Wege für saubere Ausgabe, Schmutzgeschirr, Leergut und Abfall.

10.3 Neubau-Back-of-House

- Personalraum, Pantry, Umkleiden, Personal-WC und Duschen.
- Housekeeping-Zentrale, Rein- und Schmutzwäsche, Wäscheabwurf, Wäscherei und Etagenstützpunkte.
- Hausmeisterwerkstatt, Techniklager, Garten- und Winterdienstflächen.
- Heizung, Energie, Elektro, BMA, Sicherheitsstrom, IT, Lüftung, Wellness- und Pooltechnik.
- Fahrrad- und E-Bike-Angebot möglichst als eigenständiger, hochwertiger Fahrradpavillon beziehungsweise wettergeschützte Außenanlage am großen Parkplatz; E-Auto-Ladepunkte ebenfalls auf dem Parkplatz. Wertvolle Innenflächen des Neubaus sollen dafür grundsätzlich nicht verbraucht werden.
- Technisch erforderlich bleiben außen beziehungsweise in unmittelbarer Parkplatznähe: sichere E-Bike-Lademöglichkeiten, Reparaturstation, gegebenenfalls Waschplatz, dynamisches Lastmanagement für E-Autos, Leerrohre und Erweiterungsreserven.
- Servicewege, die Gästezimmer, Spa und Aktivbereich versorgen, ohne die öffentlichen Erlebnisräume zu belasten.

Betriebswirtschaftlicher Kern

Die emotionale Wirkung entsteht im Schloss und in den sichtbaren Gästebereichen. Die Wirtschaftlichkeit entsteht durch Zentralisierung, klare Wege, flexible Raumöffnung, Satellitenpantrys und eine intelligente Mischung aus persönlichem Service und hochwertiger Selbstbedienung.

11. Zielgruppen, Erlösbausteine und Vermarktung

11.1 Hauptzielgruppen

Schloss Hopferau verbindet Qualitäten, die sonst häufig getrennt angeboten werden: einen ruhigen Rückzugsort im Dorf, authentische Dorfkultur und persönliche Begegnungen – zugleich aber die schnelle Nähe zu Füßen, zum Festspielhaus, zu Schloss Neuschwanstein, zu Geschichte und Kultur sowie zu Bergen, Seen und Natur. Genau diese Verbindung erweitert den Aufenthalt vom Hotelbesuch zu einem vielseitigen Allgäu-Erlebnis.

- Paare und Freundesgruppen für emotionalen Kurzurlaub im Allgäu.
- Familien, Mehrgenerationen-Reisende und größere Freundesgruppen, die flexible Zimmerverbindungen, Friends Rooms und gemeinsame Aufenthaltsbereiche suchen.
- Hochzeiten und private Feiern mit Schloss-, Garten- und Übernachtungserlebnis.
- Unternehmen für Tagungen, Workshops, Offsites und kleinere Retreats.
- Aktive Gäste, die Wandern, Rad, Ski, Fitness und Wellness verbinden möchten.
- Jüngere und junggebliebene Gäste, die Gemeinschaft, Design und ungezwungene Angebote schätzen.
- Hopferauer, Vereine und Menschen aus der Region, die das Schloss als gastronomischen, kulturellen und gesellschaftlichen Treffpunkt nutzen.
- Festspielhaus- und Theatergäste als strategische Kernzielgruppe: Musical-, Konzert-, Premieren- und Eventbesucher sowie Gruppen, Künstler, Produktionspartner und begleitende Firmen-/VIP-Gäste.

11.2 Strategischer Eckpfeiler Festspielhaus Neuschwanstein

Die Verbindung zum Festspielhaus Neuschwanstein ist kein ergänzendes Marketingthema, sondern ein zentraler Nachfrage- und Positionierungsbaustein. Durch die enge Verbindung können Theatererlebnis und Hotelaufenthalt als gemeinsames Produkt entwickelt werden. Beide Seiten profitieren: Das Festspielhaus gewinnt ein emotionales Übernachtungs-, Kulinarik- und Nachbereitungsangebot für seine Besucher, während Schloss Hopferau zusätzliche Nachfrage, besondere Reiseanlässe und eine klare kulturelle

Profilierung erhält. Füssen wird als Musical- und Eventstandort gestärkt; Schloss Hopferau wird zum passenden Rückzugs- und Gastgeberort vor und nach der Vorstellung.

- Pakete aus Übernachtung, Schlossdinner beziehungsweise frühem Menü, Ticket, Transfer und Late-Night-Bar nach der Vorstellung.
- Premieren-, Musical-, Konzert- und Themenwochenenden mit passenden kulinarischen und gestalterischen Elementen – hochwertig, aber nicht kitschig.
- Gezielte Kontingente, für Festspielhaus-Partner.
- Unterbringung von Künstlern, Kreativteams, Produzenten, Technik- oder Veranstaltungspartnern, soweit betrieblich und vertraglich passend.
- Gemeinsame CRM-, Vertriebs- und Kommunikationslogik: Veranstaltungskalender, Newsletter, Packages, Gutscheine und wiederkehrende Kulturaufenthalte.
- Der Theaterbezug soll in Design und Storytelling subtil mitschwingen: Bühne, Dramaturgie, Kostüm, Licht, Musik und Geschichten – ohne das Hotel in ein Themenhotel zu verwandeln.

11.3 Erlösbausteine

Erlösfeld	Konzeptbeitrag
Zimmer	höhere Attraktivität und Preisbereitschaft durch Schlossstory, Spa und Aktivangebot
Frühstück und Restaurant	Zentralisierung im Schloss, Nutzung mehrerer Räume und Pavillon
Bar und Tagesgeschäft	Schlosswohnzimmer als ganztägiger Treffpunkt
Hochzeiten und Feiern	mehrstufiges Erlebnis aus Trauung, Empfang, Dinner, Party und Übernachtung
Tagungen	historische Räume plus moderne Technik, kommunikative Flure und Aktiv-Wohnzimmer
Wellness und Treatments	buchungsentscheidender Mehrwert, Anwendungen und gegebenenfalls Private Spa
Aktiv-Wohnzimmer	längere Aufenthaltsdauer, Zusatzverkauf, Grill-/DJ-Abende und Gruppenformate
Kooperationen	Outdoor, Kultur, Festspielhaus, regionale Produzenten und Erlebnisse
Festspielhaus-Kooperation	Zimmerpakete, Dinner vor der Vorstellung, Shuttle, Late-Night-Bar, Gruppen, Premieren, Künstler-/Partnerunterbringung und gemeinsame Vermarktung.

11.4 Markenbotschaft

Vorschlag

„Im Schloss ankommen. Im Allgäu aufleben.“ – Ein stilvolles, historisches Gastgeberhaus und ein ruhiger Rückzugsort im Dorf: mit modernen Zimmern, außergewöhnlichem Spa, lebendiger Aktivwelt und kulinarischem Schlossleben – zugleich nur wenige Minuten von Füssen, Festspielhaus, Schloss Neuschwanstein, Seen, Bergen und regionaler Kultur entfernt.

12. Festgelegte Grundentscheidungen und offene Prüfaufgaben

12.1 Als Grundkonzept festgelegt

- Rezeption und gesamte klassische Gastronomie befinden sich im Schloss.
- Das Erdgeschoss des Schlosses wird zum offenen Schlosswohnzimmer mit Rezeption, Bar, Essen und Trinken.
- Die vorhandenen Schlossräume werden flexibel für Frühstück und Abendgeschäft genutzt.
- Ein gläserner oder leichter gastronomischer Anbau ist ein notwendiger Konzeptbaustein.
- Biergarten und offene Grill-/Gartenküche werden als feste Außenbausteine der Schlossgastronomie mitgeplant.
- Die Küche bleibt im Schloss und wird durch die frühere Waschküche als Vorbereitungsküche ergänzt.
- Hochzeiten und Bankette finden schwerpunktmäßig im ersten Obergeschoss statt; Tagung, Trauung und Seminar werden im zweiten Obergeschoss ergänzt.
- Der Neubau erhält rund 50 Zimmer als Arbeitsgröße, zentrale Sozial- und Betriebsräume sowie den Wellnessbereich.
- Die Neubauzimmer werden auf einen komfortablen Aufenthalt von drei bis fünf Tagen ausgelegt und erhalten ein leises, energieeffizientes Heiz- und Kühlsystem.
- Die Zimmerplanung berücksichtigt Familien und Freundesgruppen durch hochwertige Schlafsofas, möglichst viele Verbindungstüren und die Prüfung eigener Friends-Room-Konstellationen mit gemeinsamem Mittelraum.
- Wellness wird in eine textile Wasserwelt und eine eigenständige Nackt-Saunawelt gegliedert. Für die Nackt-Saunawelt werden zwei Varianten gleichwertig geprüft: obere Ebene oder ebenerdiger Anschluss mit abgeschirmtem Saunagarten.
- Die bisher für Neubau-Rezeption und Gastronomie vorgesehenen Flächen werden zum Aktiv-Wohnzimmer.
- Das Aktiv-Wohnzimmer verbindet Fitness, Spiel, Lounge, Self-Service-Market mit vorbereiteten Produkten aus der Schlossküche und eine eventfähige Terrasse. Ein leichter Gastgeber-Service ergänzt die Selbstbedienung, sichert Qualität und ermöglicht Zusatzverkauf aus der Schlossküche.

12.2 Zwingend fachlich zu prüfen

Prüfthema	Konkrete Aufgabe
Glas pavillon / Anbau	Denkmalschutz, Baugrenzen, Naturschutz, Kubatur, Brandschutz, Tragwerk und Wirtschaftlichkeit

Prüfthema	Konkrete Aufgabe
Küchenerweiterung	Funktionsplanung, Lüftung, Fettabscheider, Warenwege, Spülung, Lager, Cook & Chill und Personalbedarf
Toiletten	Untergeschossvariante versus Erdgeschossvariante mit rückwärtigem Serviceflur; unabhängig davon barrierefrei erreichbares Gäste-WC im Erdgeschoss sicherstellen
Aufzüge	Gäste-, Service- und Bankettlogistik zwischen Küche, Obergeschossen und Neubau
Veranstaltungskapazität	Bestuhlung, Fluchtwege, WC, Schallschutz, Tanzfläche und genehmigte Personenzahl
Zimmerbilanz	Gewonnene Zimmer durch Wegfall der Neubaugastronomie versus entfallende Zimmer für Saunaebene
Wellness	Flächen, Wassertechnik, Entfeuchtung, Energie, Aufsicht, Textil-/Nackttrennung und Schallschutz
Aktiv-Wohnzimmer	Akustik, Fitnesslasten, Öffnungszeiten, Selbstversorgungshygiene, Terrasse und Nachbarschaftsschutz
Back-of-House	Personal-, Wäsche-, Technik-, Hausmeister- und Serviceflächen belastbar in den Neubau integrieren
Wirtschaftlichkeit	Investition, Zimmermehrerlös, F&B-Umsatz, Eventumsatz, Personalbedarf und Energieverbrauch vergleichen
Biergarten / Grillküche	Lage auf der rechten/östlichen Schlossseite, Anlieferung, Küchenanbindung, Witterung, Brandschutz, Schall, Nachbarschaft und Saisonbetrieb.
Saunavarianten	Obere Ebene versus ebenerdiger Anschluss; Zimmerverlust, Außenzugang, Nacktgarten, Sichtschutz zu Obergeschossen, Schall, Wege, Technik und Investition vergleichen.
Zimmerklima	Sommerlicher Wärmeschutz, Kühl-/Heizsystem, Entfeuchtung, Geräusch, individuelle Regelbarkeit, Energie und Wartung nachweisen.
Festspielhaus-Verknüpfung	Nachfrage, Ticket-/Dinner-/Shuttle-Pakete, Gruppen, Kontingente, Daten-/Vertriebsprozesse, Veranstaltungen und gemeinsame Markenkommunikation konkretisieren.
Mobilität außen	Fahrradpavillon, E-Bike-Laden, Reparatur/Waschen und E-Auto-Ladepunkte am Parkplatz ohne Verbrauch wertvoller Innenflächen.
Self-Service-Market	Sortiment, Produktionsrhythmus in der Schlossküche, Kühlkette, Regeneration, Kasse/Zutritt, Hygiene, Abschriften und Nachfülllogistik.
Familien- / Friends Rooms	Schlafsofas, Verbindungstüren, mögliche Mittelräume, Belegung, Brandschutz, Akustik, Privatsphäre und wirtschaftliche Zimmerkategorien prüfen.

13. Planungsauftrag an Architekt und Designer

Die nächste Planung soll nicht nur Grundrisse zeichnen, sondern die folgende Gesamtlogik nachweisen:

1. Eine eindeutige Ankunft im Schloss mit offenem Schlosswohnzimmer und funktionierender Rezeption-Bar-Verbindung.
2. Ein genehmigungsfähiger, leichter Gastronomieanbau mit ausreichender Kapazität, Biergarten, Gartenbezug und einer funktionierenden offenen Grill-/Gartenküche.
3. Eine belastbare Küchenplanung aus Hauptküche, Vorbereitungsküche, Lager, Spülung und Warenwegen.
4. Eine schlüssige Bankett- und Tagungslogistik mit Aufzug und Satellitenpantrys.
5. Eine exakte Zimmerbilanz des Neubaus nach Wegfall der bisherigen Rezeption und Gastronomie.
6. Eine vergleichende Wellnessplanung für beide Varianten der Nackt-Saunawelt: oben oder ebenerdig angrenzend mit abgeschirmtem Außenbereich und Außensaunen.
7. Ein Aktiv-Wohnzimmer mit echten Nutzungszonen, guter Akustik, Self-Service-Market ohne zweite Produktionsküche und direktem Terrassenbezug.
8. Ein vollständiger Back-of-House-Nachweis für Personal, Wäsche, Housekeeping, Technik und Hausmeister.
9. Getrennte Gäste-, Service-, Wäsche-, Abfall- und Technikwege.
10. Eine einheitliche Design-DNA mit unterschiedlichen Atmosphären für Schloss, Neubau, Spa und Aktivbereich.
11. Mindestens ein Musterzimmer, ein Musterbad und ein detaillierter Kostenrahmen vor Serienfreigabe.
12. Ein belastbares Heiz-, Kühl- und sommerliches Komfortkonzept für alle Neubauzimmer und Aufenthaltsbereiche.
13. Ein Außenmobilitätskonzept mit Fahrradpavillon, E-Bike-Infrastruktur und skalierbarer E-Auto-Ladeanlage auf dem großen Parkplatz.
14. Ein konkretes Festspielhaus-Betriebs- und Vermarktungskonzept mit Packages, Transfers, Kontingenten, Gruppen- und Veranstaltungskalender.
15. Eine Wirtschaftlichkeitsmatrix, die Investition, Personal, Energie, Umsatz und Zimmerpreiswirkung zusammenführt.
17. Ein variables Familien- und Friends-Room-Konzept mit Schlafsofas, Verbindungstüren und möglichen gemeinsamen Mittelräumen.
18. Eine klare Storyline aus maximal wenigen kuratierten Erzählwelten, die Schlossgeschichte, Ludwig, Neuschwanstein, Allgäu, Hopferau und Zuse intelligent ordnet.
16. Ein barrierefrei erreichbares Gäste-WC im Erdgeschoss des Schlosses sowie eine durchgängige barrierearme Gästeführung.

Schlussatz

Schloss Hopferau soll nicht durch die Menge einzelner Angebote überzeugen, sondern durch eine klare Choreografie: Im Schloss wird man empfangen, bewirtet und berührt. Im Neubau zieht man sich zurück, wird aktiv und erholt sich. Zusammen entsteht ein Haus, das historisch besonders, betrieblich nachvollziehbar und für neue Zielgruppen überraschend lebendig ist.

Anlage: Konzeptbriefing auf einer Seite

Thema	Festlegung
Positionierung	Stilvolles, emotionales Boutique-Schlosshotel als ruhiger Rückzugsort im Dorf – mit unmittelbarer Nähe zu Füßen, Festspielhaus, Neuschwanstein, Seen, Bergen und Kultur; starker Spa und modernes Aktivangebot
Schloss EG	Schlosswohnzimmer: offene Rezeption, Bar, Sitzen, Frühstück, Restaurant und Abendgeschäft
Schloss Anbau	leichter Glaspavillon / Wintergarten plus Biergarten und offene Grill-/Gartenküche als notwendige gastronomische Kapazität
Küche	Hauptküche im Schloss plus Vorbereitungsküche in der früheren Waschküche
Schloss 1. OG	Hochzeit und Bankett für ca. 60–80 Personen, Satellitenküche und Serviceaufzug
Schloss 2. OG	Tagung, Trauung, Seminar, Kommunikationsflur und Tagungspantry
Neubau Zimmer	rund 50 moderne Zimmer als Arbeitsgröße; Komfort für 3–5 Tage, leises Heiz-/Kühlsystem, flexible Familienbelegung, Verbindungstüren und Friends-Room-Prüfung
Wellness unten	textiler Innen-Außen-Pool, Liegen, Garten, textile Sauna-/Wärmeangebote
Nackt-Saunawelt	2–3 Saunen, Dampfbad, Eis-/Kaltangebot, Umkleiden und WC; Variante A oben oder Variante B ebenerdig mit geschütztem Nacktgarten
Aktiv-Wohnzimmer	Fitness, Billard, Tischtennis, Games, Community Table, Self-Service-Market mit Schlossküchen-Produkten, leichter Gastgeber-Service, Terrasse, Grillformate und DJ
Betrieb	eine Rezeption, eine Hauptküche, zentrale Betriebsflächen im Neubau und gezielter Self-Service
Design	historisch-emotional im Schloss, ruhig-modern in Zimmern, landschaftlich im Spa, lebendig im Aktivbereich
Ziel	hohe emotionale Wiedererkennbarkeit, starke Buchungsgründe, flexible Nutzung und schlanker Betrieb
Mobilität	Fahrrad-/E-Bike-Pavillon und E-Auto-Ladepunkte außen am großen Parkplatz; Innenflächen schonen
Festspielhaus	strategische Win-win-Partnerschaft für Kulturpakete, Dinner, Shuttle, Gruppen, Premieren und gemeinsame Vermarktung

Dieses Konzept ist der strategische Arbeitsstand. Flächen, Kapazitäten und technische Anforderungen sind durch Fachplaner zu verifizieren.

