

Commercial leadership for the next generation

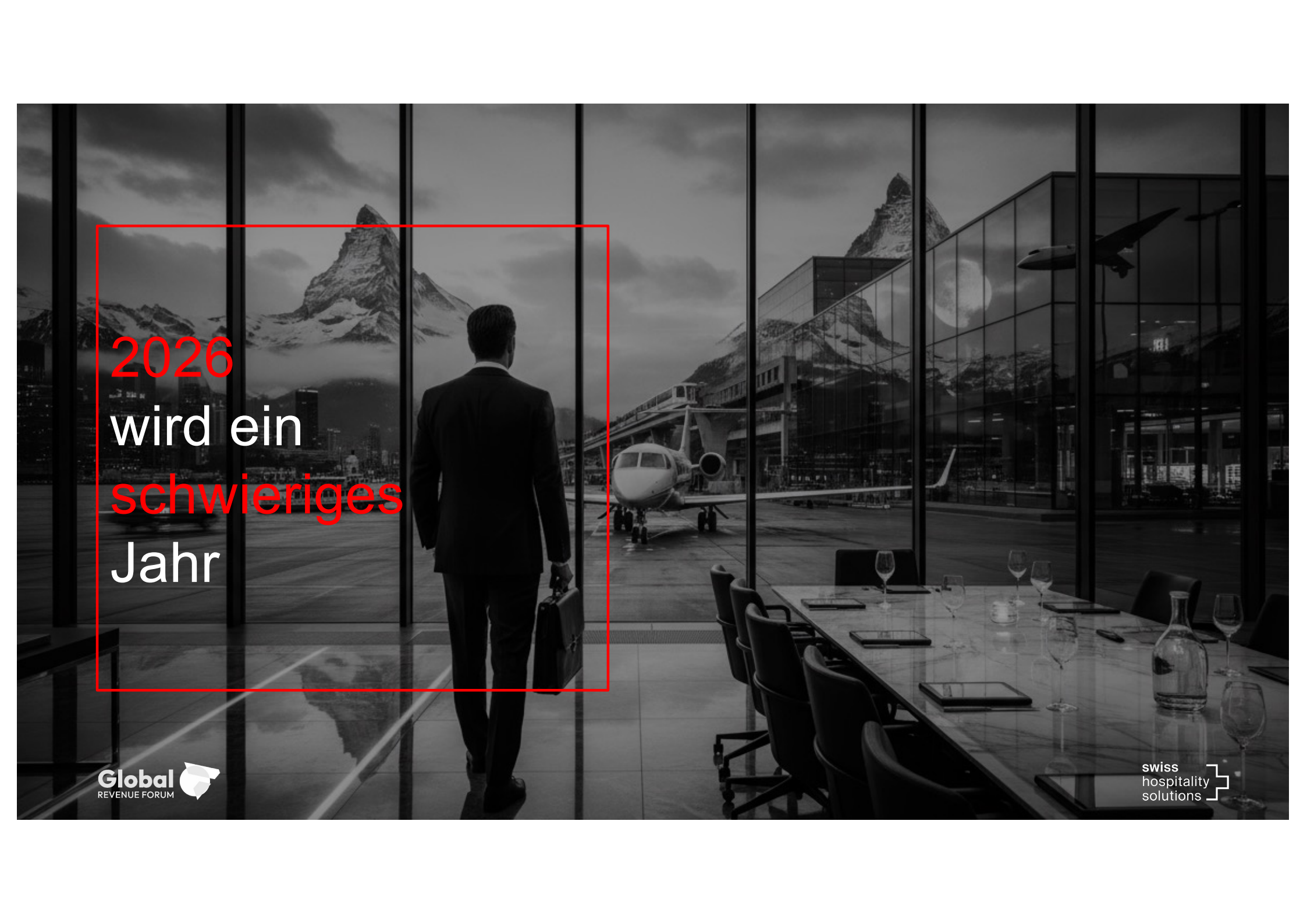
30 jan 2026

wilhelm k. weber | partner

shs swiss hospitality solutions | grand metropolitan hotels

privileged and confidential





2026
wird ein
schwieriges
Jahr



Die Post-Rebound-Phase ist **vorbei**

Reisen normalisiert sich
Wachstumsraten flachen ab
Volatilität wird zum
Dauerzustand

4 Kräfte prägen 2026

Anhaltender
Kosten-
inflationsdruck

Gedämpftes
globales
Wachstum

Höhere
Kapital-
disziplin

Struktureller
Fachkräfte-
mangel

LINDNER
HOTELS & RESORTS

RH
REVO

Your HOTEL?



Global
REVENUE FORUM

swiss
hospitality
solutions

Wachstum kaschiert nicht länger
schwaches Management

Produktivität schlägt Expansion



Der Ertragsdruck kommt von allen Seiten.

ADR unter permanenter Beobachtung

Kosten strukturell höher

Investoren erwarten Resultate

Verpächter haben hohe Kapitalkosten und können die Pacht nicht reduzieren

2026 geht es nicht um „mehr“.

Es geht um **bessere Entscheidungen...**

Was bedeutet das für **uns**?

Marketing, Vertrieb und Revenue arbeiten oft **gegeneinander**,
weil sie um **knappe Ressourcen** konkurrieren:

Budgets. Aufmerksamkeit. Daten.





Statt Teamwork

Silos im Krieg

während wir **intern**
kämpfen,
hat sich **extern** das
Spielfeld
radikal verändert



Hotels werden nicht
mehr gesucht –
sie werden **gefiltert**

FRÜHER

war **Sichtbarkeit einfach**:
Website, SEO, Google Ads,
ein gutes OTA-Ranking

HEUTE

Algorithmen entscheiden,
wer überhaupt sichtbar wird

Search ist «**Recommendation**»

KI beantwortet Fragen, bevor Gäste
überhaupt klicken

Wenn eine KI sagt:
*„Die beste Option für ein Wochenende in
Zürich ist ...“*

... und Ihr Hotel kommt nicht vor –

dann helfen weder Marketing-Budgets noch
perfekte Ratenlogik.

Dann sind Sie
unsichtbar.

Wir reagieren darauf mit mehr Aktivität:

Mehr Kampagnen

Mehr Tools

Mehr Meetings

Mehr Reports

hier liegt ein
Denkfehler!



Reichweite

Beziehungen.

Preise

Jeder für sich
Logisch,

aber

Gemeinsam
strategisch blind

KI denkt nicht in Abteilungen,
sondern **Zusammenhängen**

Sichtbarkeit, Conversion und Wertschöpfung
sind heute **untrennbar verbunden**.

Willkommen im Zeitalter der Plattformdominanz

1) Datenintegration

– alles fließt zusammen

2) Feedback in Echtzeit

– Lernen passiert sofort

3) Entscheidungen ohne Silos

– Algorithmen kennen keine Zuständigkeiten



«What get's **measured** get's done»



«What get's **measured** get's done»

Clicks

aber niemand misst,
ob daraus

Leads

strategische Relevanz
entsteht

RevPAR



Wir optimieren Teile –

und verlieren
das Ganze.

Darum muss die nächste Generation

**Commercial
Leadership
neu denken**

Der Commercial Leader
der Zukunft ist ein
Dirigent

01

Entscheidungen
werden (noch)
schneller.

Zögern ist die
Tugend der
Verlierer!

02

Solution >
Regulatory

Sonst wird man
abgehängt

03

FOKUS

ist die neue
Superpower

In einer Welt voller
Möglichkeiten ist
Orientierung wichtig
(sorry GenZ)

04

Quality Control

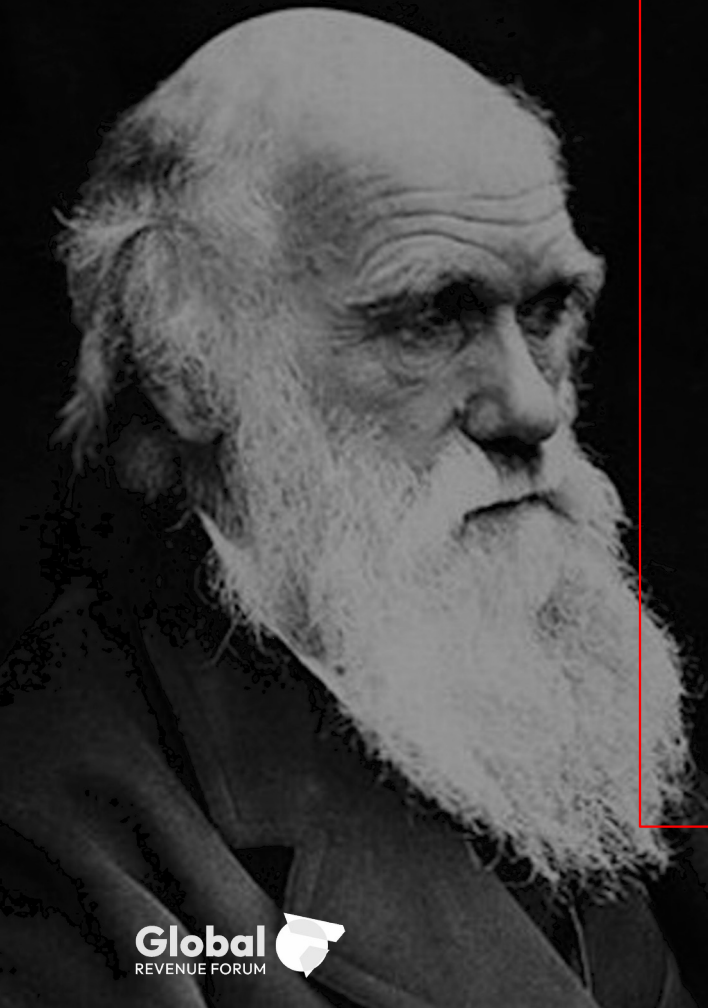
wird in der Masse
anspruchsvoller, wie
die AI Fähigkeiten
zunehmen

Wer kontrolliert den
Output und wer trägt
die Verantwortung?

05

AI wird den
Commercial Leader
nicht verdrängen...

...aber die von uns, die AI
nutzen, werden die
verdrängen, die das nicht tun.



Evolution favors systems that **adapt and learn.**

AI gibt uns allen die selbe
Chance.

Und ich glaube nicht, dass die
grossen Brands hier die
schnellsten sind.

The background of the slide features two black and white portraits. On the left is a portrait of Charles Darwin, an elderly man with a long white beard. On the right is a portrait of Albert Einstein, who is sticking his tongue out in a playful expression. A red rectangular box is centered over the image, containing the text.

Und wo lernen
wir?

Hier,
jetzt und heute!

Vielen DANK !

Merci

Contact:

Wilhelm K. Weber

w.weber@swisshospitalityolutions.ch

Bildrechte:
Weber, SHS
Chat GPT