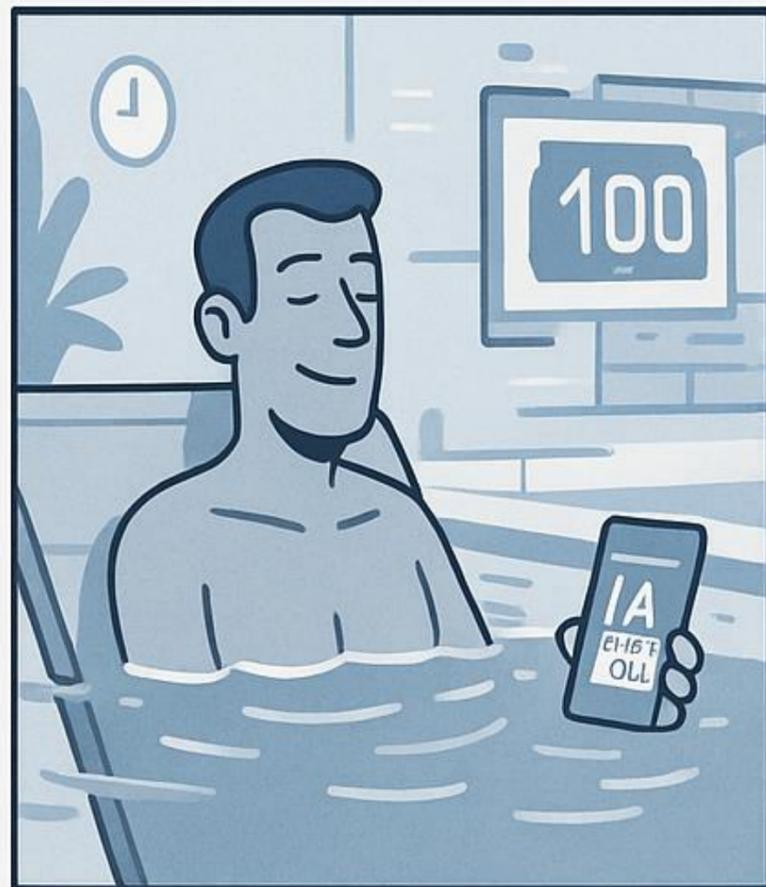
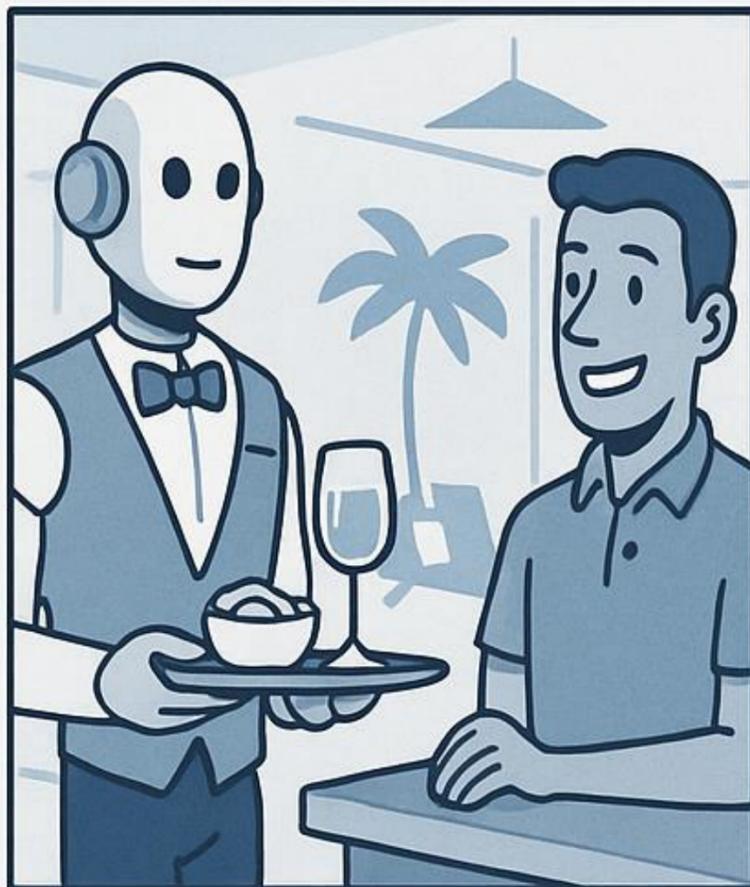
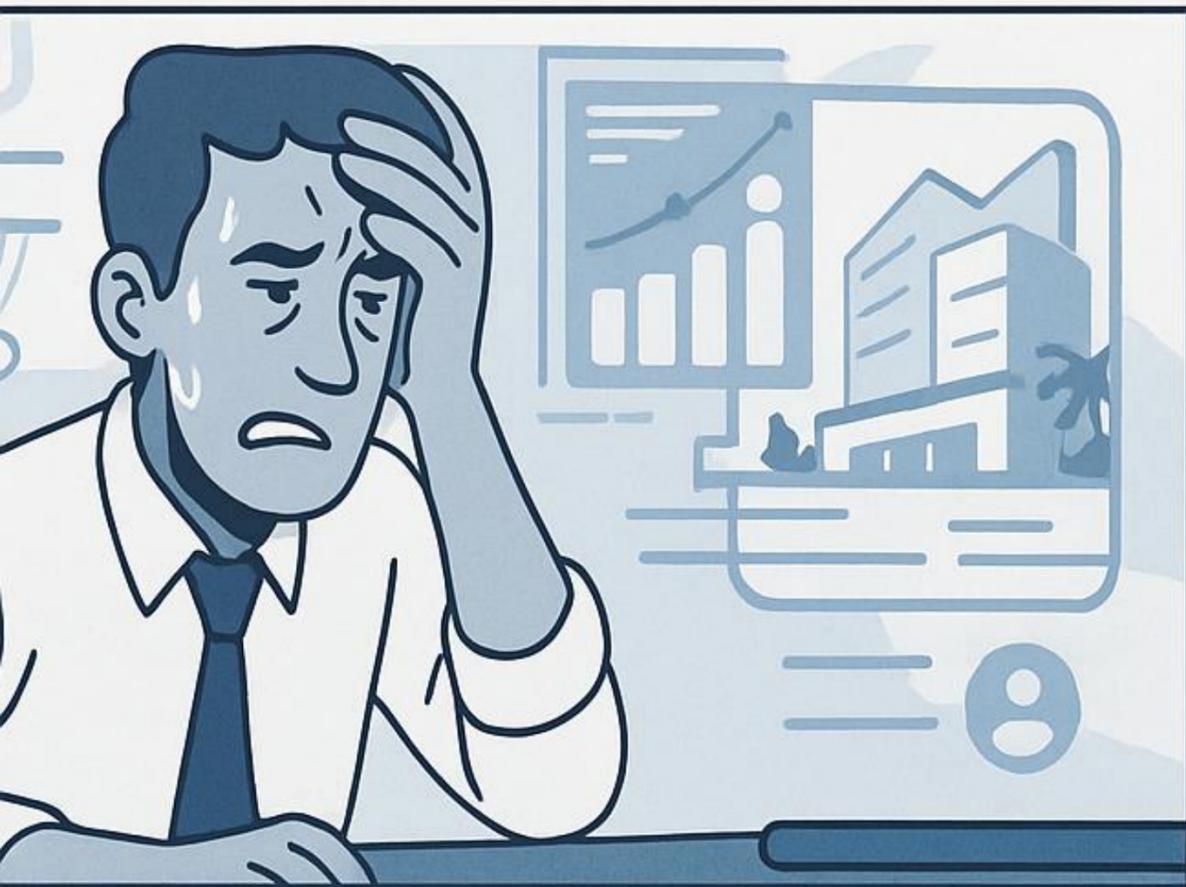


# Digitaler Wandel

Wie selbstverständlich ist Wandel in deinem Unternehmen?



# Johannes Ehrhart

Chief Operating Officer

CASABLANCA hotelsoftware

**5 Sterne Erlebnisse für mehr Menschen zugänglich machen.**

Wir unterstützen unsere Kunden indem wir ihnen wieder mehr Zeit für das wesentliche schenken – außergewöhnliche Gästeerlebnisse zu schaffen



[www.casablanca.at](http://www.casablanca.at)



[casablanca\\_hotelsoftware](https://www.instagram.com/casablanca_hotelsoftware)



[Casablanca Hotelsoftware](https://www.linkedin.com/company/Casablanca%20Hotelsoftware)



[casablanca\\_hotelsoftware](https://www.tiktok.com/@casablanca_hotelsoftware)

# Realität oder Fiktion

Was aus Renés Geschichte ist heute schon möglich



Stress-Level Analyse



Personalisierte Hotel- und  
Zimmerauswahl



Selbstfahrendes Auto und  
Reiseoptimierung



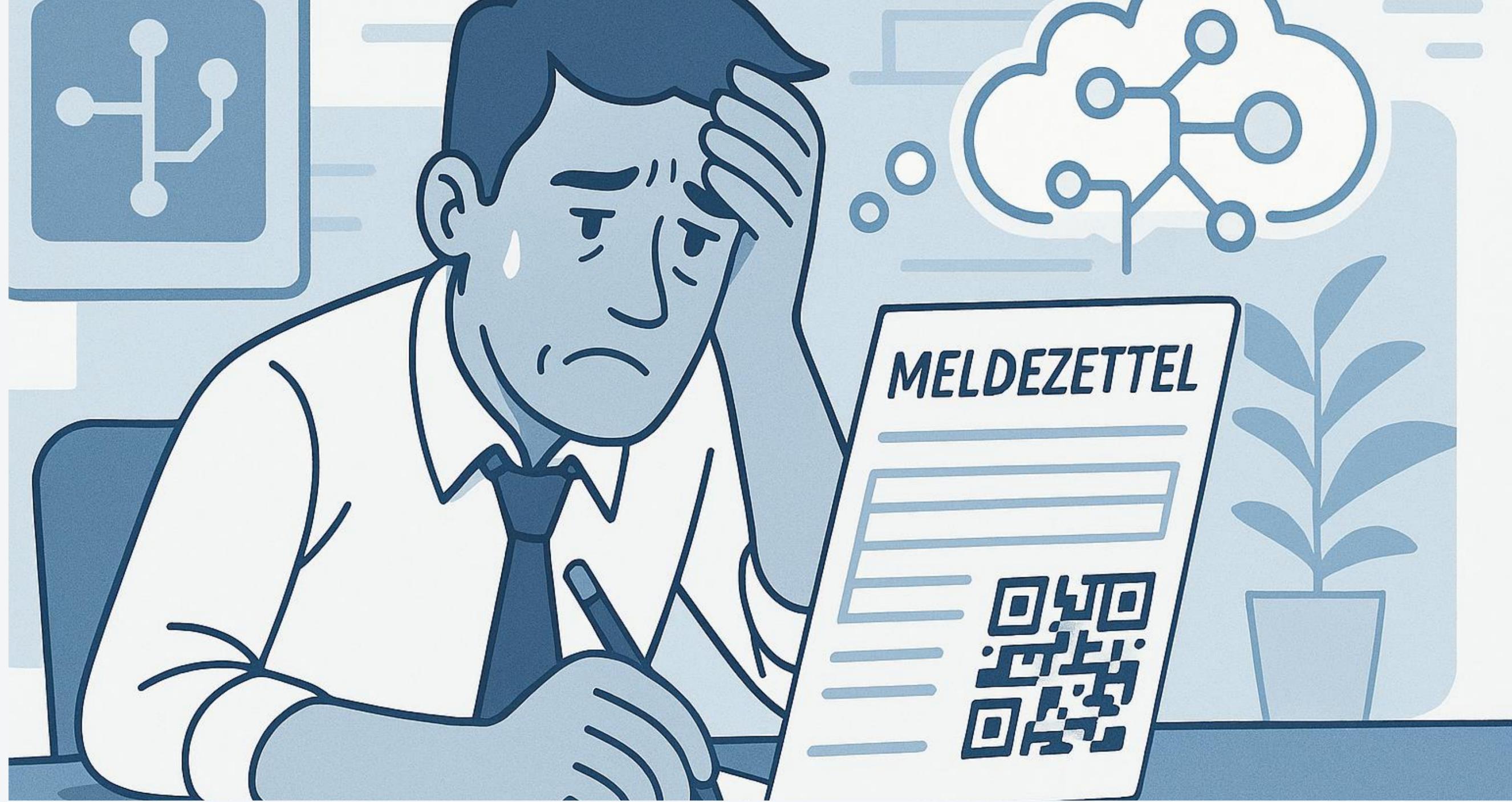
Empfang, Check-In und  
Begrüßung



Personalisierte Speisen und  
Getränke

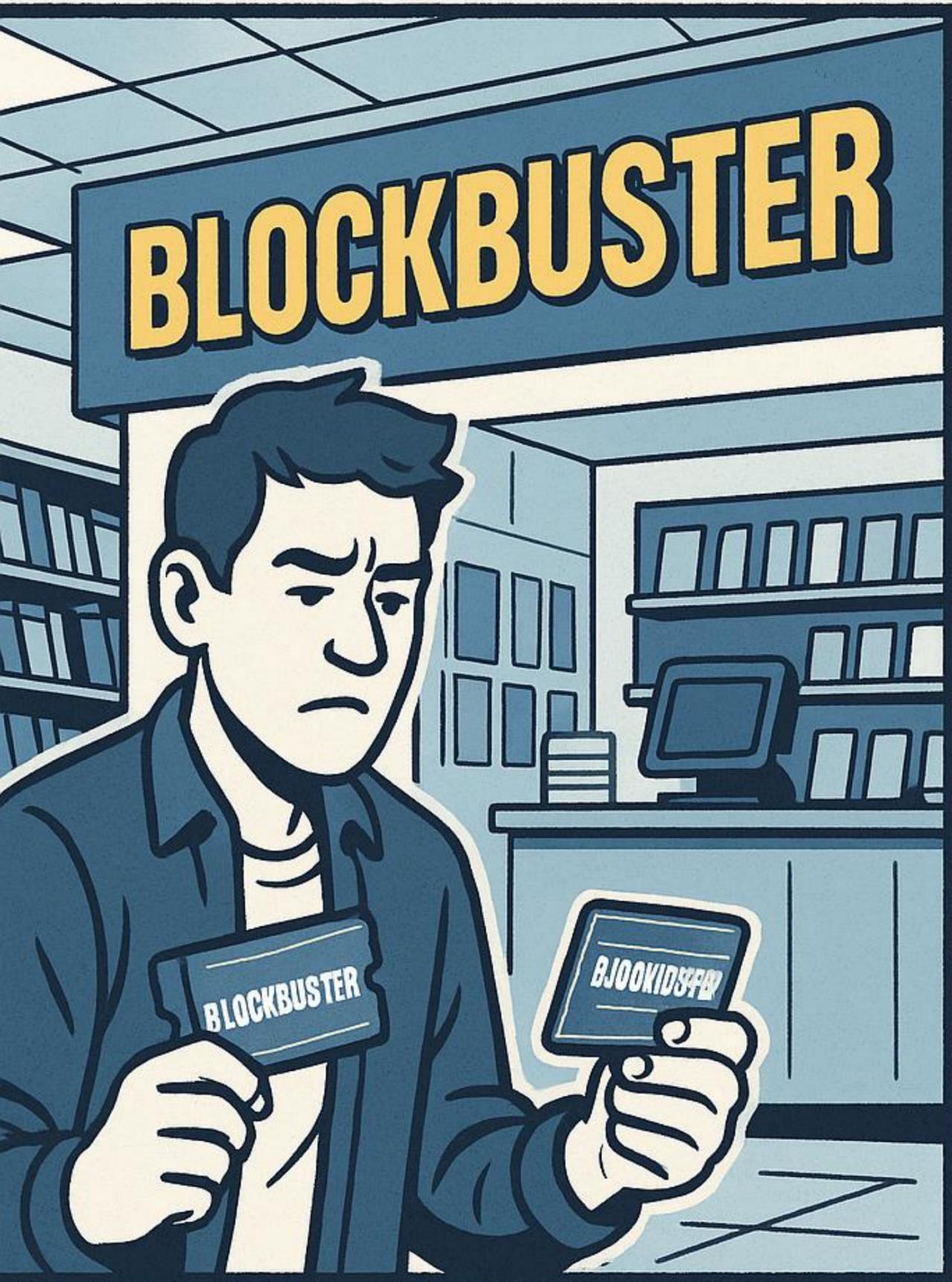


Tagesplanung und Aktivitäten



... schon wieder ein Meldezettel 🤔

**Es ist 5 vor 12**



**Wandel kulturell verankern**

**Aber Wie?**

# Tools

Damit Wandel zur Normalität wird.



## Infinite Game

Langfristiger Erfolg entsteht, wenn wir nicht gewinnen wollen – sondern relevant bleiben.

## Just-Cause

Ein sinnstiftendes Warum, das größer ist als Produkte oder Ziele.

## Golden Circle

Beginne mit dem Warum, um Haltung, Strategie und Handeln in Einklang zu bringen.

## OKRs

Fokussierte Ziele und messbare Ergebnisse, die Sinn in konkrete Bewegung übersetzen.

## Dual Operating Model

Zwei Strukturen im Unternehmen: eine für Stabilität, eine für Wandel.

# Infinite Game

# Infinite Game

Unendliche Spiele haben keine festen Regeln, keine klaren Gegner und kein definiertes Ende. Das Ziel ist es, im Spiel zu bleiben, sich weiterzuentwickeln und langfristig relevant zu bleiben.

# Finite Game

In endlichen Spielen gibt es feste Regeln, klare Mitspieler, ein definiertes Ziel und am Ende Gewinner und Verlierer.

# CASABLANCA hotelsoftware

Familienbetrieb im Infinite Game



## 35 Jahre Familienbetrieb

Seit über drei Jahrzehnten denken und handeln wir generationenübergreifend – nicht für den schnellen Gewinn, sondern für nachhaltigen Erfolg.



## Würdige Rivalen

Wir sehen Wettbewerber nicht als Feinde, sondern als Ansporn. Sie zeigen uns neue Perspektiven und helfen uns, besser zu werden.



## Mehrwert vor Größe

Unser Ziel ist nicht, der größte Anbieter zu sein. Wir wollen der Anbieter sein, der den größten Unterschied für seine Kunden macht.



## Klarer Just Cause

Wir haben ein klares, sinnstiftendes Warum, das uns leitet – egal, wie sich Märkte, Technologien oder Trends verändern



**Just-Cause**

**Wir wollen 5 Sterne Erlebnisse für mehr  
Menschen auf der Welt zugänglich  
machen.**

## **Hospitality ist Heilung**

In einer Welt voller Isolation,  
Einsamkeit und Stress

## **Hospitality ist Würde**

Jeder Mensch hat das  
Recht, sich gesehen und  
umsorgt zu fühlen

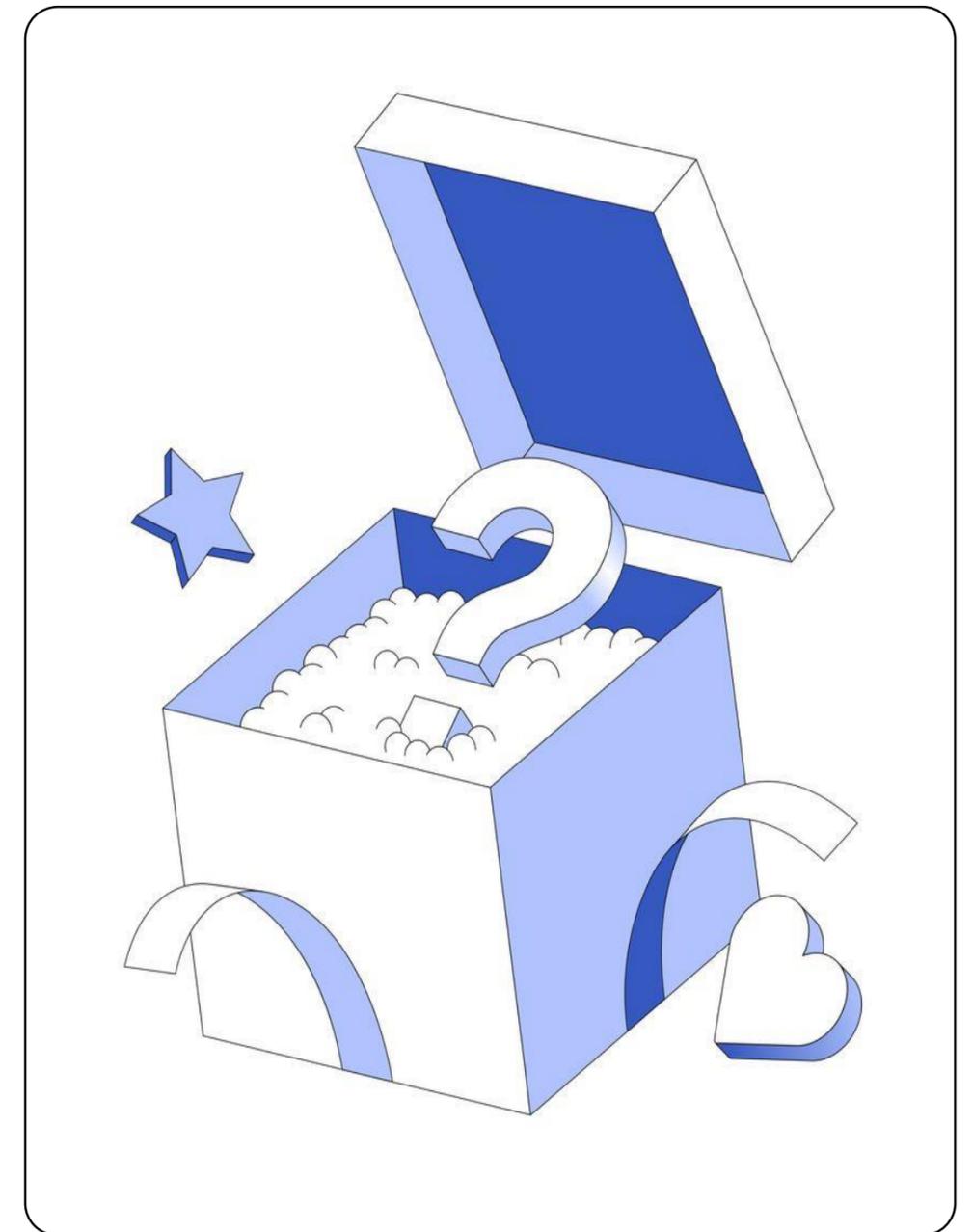
## **Hospitality ist Verbindung**

Über Kulturen, Sprachen und  
soziale Grenzen hinweg

## **Hospitality ist ein Raum**

Für Menschlichkeit,  
Begegnung und Vertrauen

Wir bauen Hotelsoftware. Aber unser Warum geht über Software hinaus. Es geht darum, Exzellenz in der Hotellerie verfügbar zu machen. Heute ist Software ein zentraler Hebel dafür. Sie hilft dabei, effizienter zu arbeiten, besser zu kommunizieren und operative Exzellenz auch in kleineren Betrieben möglich zu machen. Aber niemand weiß, wie Software in zehn Jahren aussehen wird. Vielleicht verschwindet sie sogar ganz aus der sichtbaren Oberfläche. Was bleibt, ist unser Warum.





Die Informationen der Welt zu organisieren und sie allgemein zugänglich und nutzbar zu machen.



Wir schaffen Orte, an denen Menschen einander begegnen, Kulturen sich verbinden und unsere eigene Geschichte weitergeschrieben wird – gemeinsam mit unseren Gästen.





**Ohne klare Vision verliert man den Fokus**

# Golden Circle



Erfolgreiche Unternehmen beginnen nicht mit dem, was sie tun - sondern mit dem, warum sie es tun.



# Golden Circle

Die Vision greifbar machen



## **WHY – Warum tun wir was wir tun?**

Unser Antrieb, unsere Überzeugung, unser Beitrag zu einer besseren Welt.



## **HOW – Wie tun wir es?**

Unsere besonderen Ansätze, Werte und Methoden, die uns unverwechselbar machen.



## **WHAT – Was tun wir?**

Die konkreten Produkte, Services und Angebote, die aus unserem Warum entstehen.



# Alle

Wir machen großartige Computer. Sie sind schön gestaltet, einfach zu bedienen und benutzerfreundlich. Willst du einen kaufen?

# Apple

Bei allem, was wir tun, glauben wir daran, den Status quo herauszufordern. Wir glauben daran, anders zu denken. Die Art, wie wir das tun, ist durch unsere benutzerfreundlichen, schön gestalteten Produkte. Wir machen einfach großartige Computer. Willst du einen kaufen?

**Apple verkauft keine Technik.  
Apple verkauft Überzeugung.**

# Alle

Wir bieten digitalen Check-in und moderne Services.

# Du

Wir schaffen Räume für echte Begegnung und setzen Technologie so ein, dass sie Menschen näherbringt. Du bist willkommen.

# Dein Golden Circle

So machst du den Unterschied



## WHY

Wir glauben an die Kraft der Begegnung. Unser Hotel soll ein Ort sein, an dem Menschen voneinander lernen, sich austauschen und Teil einer lebendigen Kultur werden.



## HOW

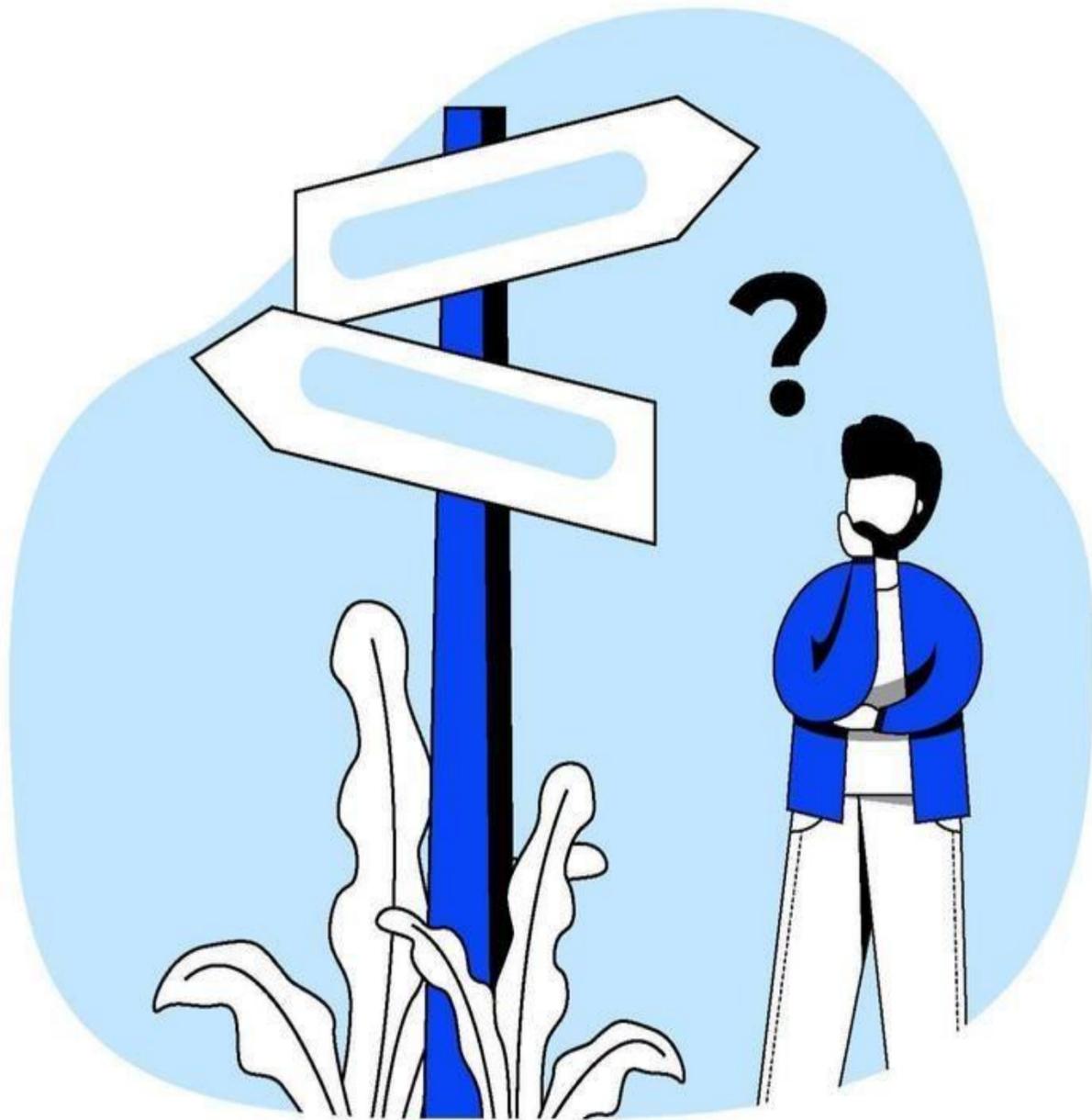
Wir gestalten Räume mit Charakter, setzen auf echtes Gastgeber-Sein und arbeiten mit regionalen Partnern. Unsere Geschichte zeigt sich im Design, in den Menschen, in der Sprache des Hauses.



## WHAT

Wir betreiben ein Hotel mit offenen Bereichen, kulturellen Veranstaltungen, regionaler Küche und digitalen Services, die sinnvoll entlasten – ohne den Kontakt zu verlieren.





Ein inspirierender Just Cause gibt die Richtung vor. Der Golden Circle hilft, daraus Haltung und Handlungsrahmen zu entwickeln. Aber damit dieser Sinn nicht im Alltag verloren geht, braucht es ein System, das ihn in Bewegung bringt.

**OKRs**

# Objective

Ist ein qualitatives Ziel, das motivierend und sinnstiftend formuliert ist. Es beschreibt, wohin wir wollen – nicht in Zahlen, sondern als klare Absicht.

# Key Results

Sind messbare Ergebnisse, an denen wir erkennen, ob wir das Ziel tatsächlich erreichen. Sie sind konkret, überprüfbar und zeitlich begrenzt.

# Objective

Unser Hotel wird ein Ort echter Begegnung – auch im digitalen Zeitalter



## Key-Result 1

80 Prozent der Gäste nennen in der Gästebefragung Begegnung oder Atmosphäre als besonderen Wert



## Key-Result 2

Drei neue Kooperationen mit lokalen Kulturschaffenden bis Quartalsende



## Key-Result 3

Einführung eines digitalen Gästefoboards mit Geschichten aus dem Haus



## Key-Result 4

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer im Lobbybereich steigt um 20 Prozent





OKRs verbinden strategische Richtung mit operativer Klarheit und sie helfen Teams dabei, das eigene Handeln immer wieder auf das gemeinsame Warum zurückzuführen.



**... warum scheitert mein Projekt trotzdem**

# Ein Unternehmen

## Mit einem klassischen Betriebssystem



### Hierarchien

Sorgen für klare Entscheidungswege und Verantwortlichkeiten. Sie bieten Stabilität und Struktur, können jedoch Innovation und schnelle Anpassung verlangsamen.



### Abteilungen

Bündeln Fachwissen und Aufgabenbereiche, was Spezialisierung und Effizienz fördert. Gleichzeitig besteht die Gefahr, dass Abteilungsgrenzen den Austausch behindern.



### Prozesse

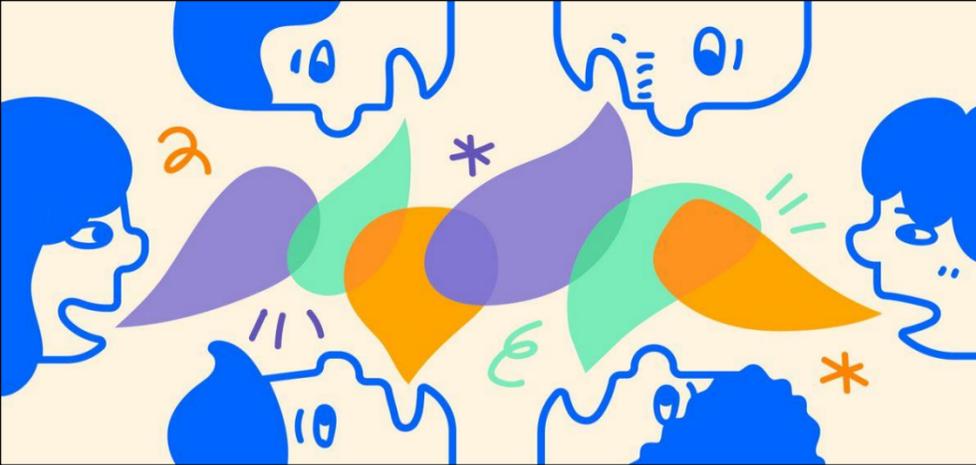
Standardisierte Abläufe sichern Qualität, Effizienz und Verlässlichkeit. Ohne Anpassung können sie jedoch starr und innovationshemmend wirken.



### Zuständigkeiten

Klare Verteilung von Aufgaben und Entscheidungsrechten verhindert Doppelarbeit und Chaos, schränkt jedoch manchmal Flexibilität ein.



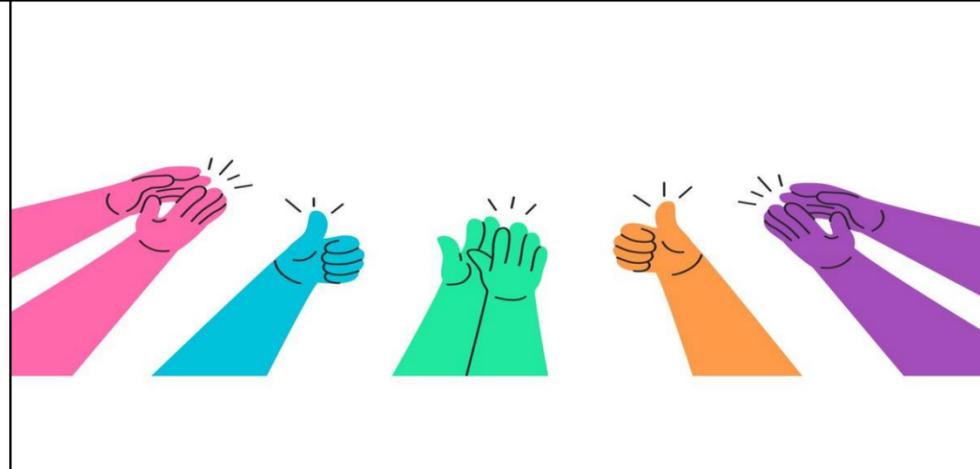


### Netzwerk

Flexible, offene Struktur für Austausch und Zusammenarbeit.

### Freiwilligkeit

Engagement entsteht aus Motivation, nicht aus Anweisung.



### Ideenfluss

Schnelle Weitergabe und Entwicklung neuer Ansätze.

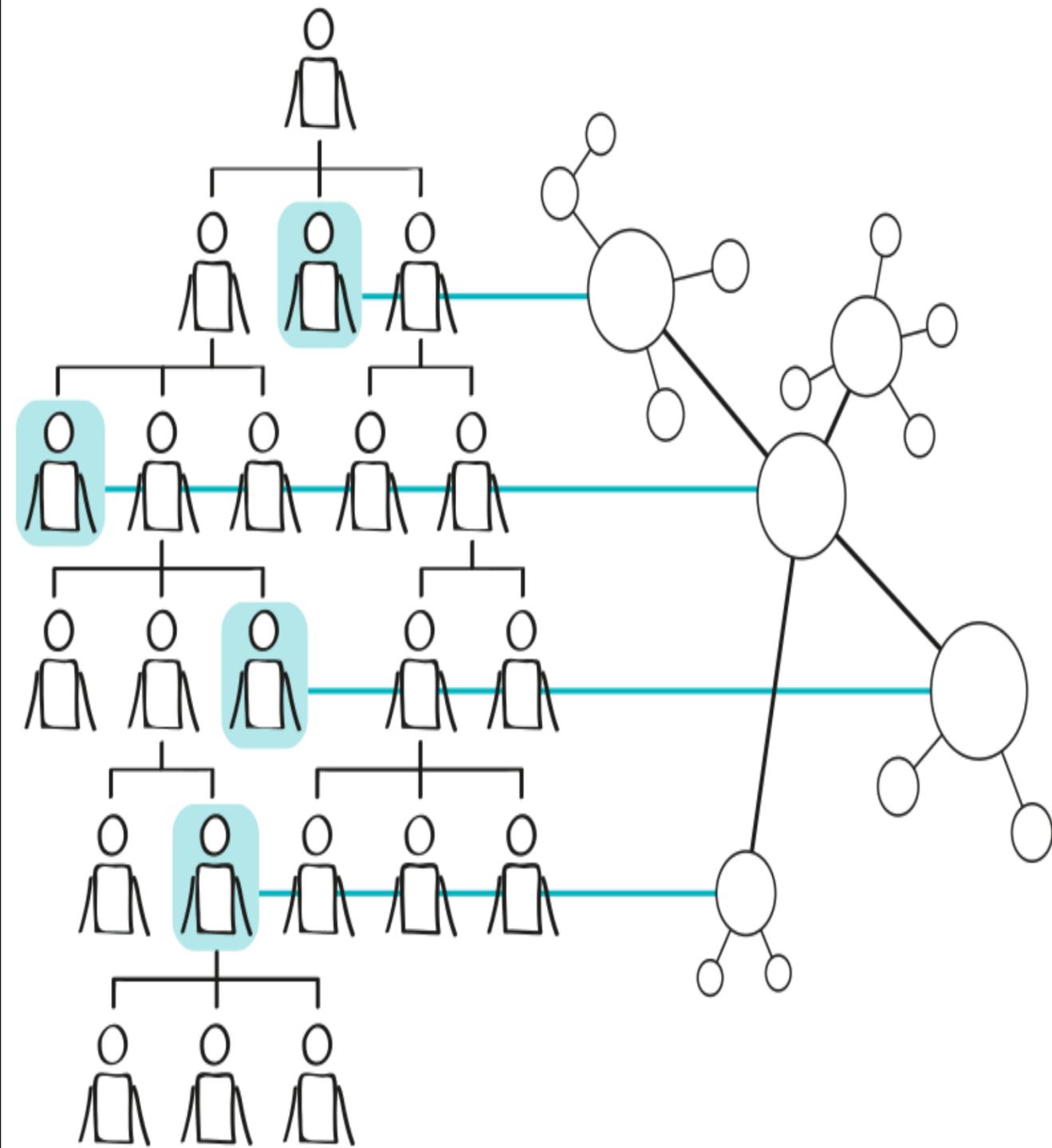
### Zusammenarbeit

Verbindet Menschen über Abteilungs- und Hierarchiegrenzen hinweg.



# Agiles Betriebssystem

Schnell, flexibel und vernetzt über alle Grenzen hinweg



Das duale Operating System schafft Raum für Mitdenken, für Mitgestalten, für echtes Engagement. Nicht als Top-down-Projekt, sondern als Bewegung von innen. Es bringt die Menschen ins Spiel, die wirklich etwas verändern wollen. Und es gibt ihnen die Freiheit, zu handeln.

**Was bleibt, wenn alles technisch  
austauschbar geworden ist?**

**Lasst uns gemeinsam für mehr Menschen  
auf der Welt 5 Sterne Erlebnisse  
schaffen.**

# Johannes Ehrhart

Chief Operating Officer

**5 Sterne Erlebnisse für mehr Menschen zugänglich machen.**

Wir unterstützen unsere Kunden indem wir ihnen wieder mehr Zeit für das wesentliche schenken – außergewöhnliche Gästelerlebnisse zu schaffen



[www.casablanca.at](http://www.casablanca.at)



[casablanca\\_hotelsoftware](https://www.instagram.com/casablanca_hotelsoftware)



[Casablanca Hotelsoftware](https://www.linkedin.com/company/casablanca-hotels)



[casablanca\\_hotelsoftware](https://www.tiktok.com/@casablanca_hotelsoftware)

# Personality

Nach wem suchen wir eigentlich?



- Qualitätsbewusst
- Innovationsfreudig
- Kundenorientiert
- Teamplayer
- Leistungsorientiert
- Lernbereit

# CASABLANCA Core Competencies

## Präzision & Fokus

**Beschreibung:**  
Sorgfältige und fehlerfreie Bearbeitung von Aufgaben, die hohe Genauigkeit erfordern.

**Verhalten:**  
Sorgfältiges Prüfen der Arbeitsergebnisse, um Fehler zu minimieren.

## Verlässlichkeit

**Beschreibung:**  
Zuverlässige Einhaltung von Zusagen, Terminen und Vorgaben.

**Verhalten:**  
Aufgaben fristgerecht und sorgfältig erledigen.

## Continuous Improvement

**Beschreibung:**  
Zuverlässige Einhaltung von Zusagen, Terminen und Vorgaben.

**Verhalten:**  
Aufgaben fristgerecht und sorgfältig erledigen.

## Entdeckergeist

**Beschreibung:**  
Fähigkeit, neue Ideen zu entwickeln und kreative Lösungen zu finden.

**Verhalten:**  
Offenheit für neue Ideen zeigen und diese aktiv einbringen.

## Ausdrucksstärke

**Beschreibung:**  
Klare und verständliche Kommunikation, auch bei komplexen Themen.

**Verhalten:**  
Freundlich, geduldig und verständlich bleiben, auch bei schwierigen Situationen.

## Resilienz

**Beschreibung:**  
Fähigkeit, Herausforderungen, Rückschläge und Veränderungen zu bewältigen.

**Verhalten:**  
Auch in stressigen oder herausfordernden Situationen ruhig und lösungsorientiert.

## Tech-Savvy

**Beschreibung:**  
Aufgeschlossenheit gegenüber technischen Neuerungen und deren Anwendung.

**Verhalten:**  
Neue Tools oder Systeme neugierig und mit Lernbereitschaft ausprobieren.

## Empathie

**Beschreibung:**  
Fähigkeit, sich in andere Personen hineinzuversetzen.

**Verhalten:**  
Den Kunden/Mitarbeiter aktiv zuhören und sich in deren Perspektive hineinversetzen.

## Lösungsorientierung

**Beschreibung:**  
Orientierung an praktikablen Lösungen für Kunden und Mitarbeiter.

**Verhalten:**  
Schnelle, praktikable und nachhaltige Lösungen erarbeiten und umsetzen.

## Teamwork

**Beschreibung:**  
Aktive Einbringung in Teamprozesse und Förderung der Zusammenarbeit.

**Verhalten:**  
Sich aktiv in Teamprozesse einbringen und die Zusammenarbeit fördern.

## Respekt & Wertschätzung

**Beschreibung:**  
Wertschätzender Umgang mit Kollegen und Meinungen, auch bei Differenzen.

**Verhalten:**  
Auf Augenhöhe kommunizieren und andere Meinungen wertschätzen..

## Konfliktlösungsstärke

**Beschreibung:**  
Sachlicher und lösungsorientierter Umgang mit Konflikten.

**Verhalten:**  
Differenzen sachlich ansprechen und gemeinsam nach einer Lösung suchen.

## Ergebnisorientierung

**Beschreibung:**  
Fokus auf Zielerreichung und konsequentes Verfolgen von Zielen.

**Verhalten:**  
Prioritäten setzen und sich konsequent auf die Erreichung von Zielen konzentrieren.

## Ownership

**Beschreibung:**  
Selbstständiges Handeln und Ergreifen von Chancen ohne Aufforderung.

**Verhalten:**  
Gelegenheiten erkennen und ohne Aufforderung handeln.

## Unternehmerische Weitsicht

**Beschreibung:**  
Denken im Sinne des Unternehmens und Treffen von sinnvollen Entscheidungen.

**Verhalten:**  
Entscheidungen, die die Kundenzufriedenheit als auch den Unternehmenserfolg berücksichtigen.