

Inhaltsverzeichnis

1	Einordnung, Erkenntnisinteresse und Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre im Gastgewerbe	
1.1	Stellung der Betriebswirtschaftslehre im Gastgewerbe	1
1.2	Erscheinungsformen von Betrieben des Gastgewerbes	5
1.2.1	Gastgewerbliche Hauptbetriebe	5
1.2.2	Gastgewerbliche Nebenbetriebe	8
1.2.3	Systemgastronomie und Catering	10
1.2.4	Weitere Einteilungskriterien im Gastgewerbe	11
1.3	Ziele von Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes	13
1.4	Besonderheiten von Touristik und Gastgewerbe	15
2	Gastgewerbliche Unternehmen im wirtschaftlichen Umfeld	
2.1	Unternehmensgründung im Hotel- und Gaststättengewerbe	17
2.1.1	Unternehmensgründung als innovativer Prozess	17
2.1.2	Entscheidungskriterien bei der Unternehmensgründung	18
2.1.3	Hilfen zur Existenzgründung	22
2.1.4	Voreröffnungsmanagement	23
2.2	Rechtsformen der Unternehmung	31
2.2.1	Einzelunternehmen	31
2.2.2	Gesellschaftsunternehmen	32
2.3	Unternehmenszusammenschlüsse	43
2.3.1	Unternehmenskooperationen	43
2.3.2	Unternehmenskonzentration	45
2.3.3	Netzwerke	47
2.3.4	Bedeutung der Unternehmenszusammenschlüsse	47
2.4	Behebung von Unternehmenskrisen	48
2.4.1	Sanierung	50
2.4.2	Liquidation	52
2.4.3	Insolvenzrecht	52
3	Recht im Gastgewerbe	
3.1	Einführung in das Recht	54
3.2	Grundlagen der Rechtsgeschäfte	55
3.2.1	Handlungsfähigkeit der Rechtssubjekte	55
3.2.2	Gegenstände des Rechts (Rechtsobjekte)	55
3.2.3	Zustandekommen und Arten von Rechtsgeschäften	56
3.2.4	Stellvertretung bei Rechtsgeschäften	56
3.2.5	Pflichtverletzungen bei Rechtsgeschäften	57
3.2.6	Haftung aus Gesetz und Vertrag sowie Haftung für Hilfskräfte	58
3.2.7	Verjährung bei Rechtsgeschäften	59
3.3	Gastgewerbliche Vertragsarten	59
3.3.1	Bewertungsvertrag	60
3.3.2	Beherbergungsvertrag	68
3.3.3	Kontingentvertrag	75
3.3.4	Bierlieferungsvertrag	75
3.3.5	Miet- und Pachtvertrag	77
3.3.6	Leasingvertrag	79
3.3.7	Franchisingvertrag	80
3.3.8	Automatenaufstellvertrag	82
3.3.9	Verträge mit Dienstleistungsunternehmen	83
3.3.10	Geschäftsbesorgungsvertrag	84
3.3.11	Managementvertrag	86
3.4	Weitere spezielle Haftungstatbestände im Gastgewerbe	90
3.4.1	Haftung des Beherbergungswirts für eingebrachte Sachen	90
3.4.2	Haftung beim Abhandenkommen von Garderobe	93
3.4.3	Liegen gebliebene und verlorene Sachen im Hotel	94
3.5	Konzessionsrecht	96
4	Management im Gastgewerbe	
4.1	Gesamtmanagement – Teilbereichsmanagement	102
4.2	Betriebsorganisation als Managementaufgabe	103
4.2.1	Aufbauorganisation	105
4.2.2	Ablauforganisation	107
4.3	Personalmanagement	109
4.3.1	Managementfunktion	110
4.3.2	Managementkonzeptionen	111
4.4	Qualitätsmanagement	115
4.4.1	Total Quality Management (TQM)	117
4.4.2	Qualitätsspirale und TQM-Instrumente	117
4.4.3	Zertifizierung	118
5	Leistungserstellung und Kostenverhalten	
5.1	Produktionsprogrammplanung	120
5.1.1	Strategische Produktionsprogrammplanung	121

5.1.2	Operative Produktionsprogrammplanung	122	7.4.3	Produktstrategie	179
5.2	Betriebswirtschaftliche Produktionsfaktoren und deren Kombination im Leistungsprozess	124	7.4.4	Grundregeln des strategischen Marketings	180
5.2.1	Betriebswirtschaftliches Faktorsystem	124	7.5	Marktforschung	182
5.2.2	Faktorkombinationen im Leistungsprozess	126	7.5.1	Informationsquellen	183
5.3	Beschaffung der Produktionsfaktoren	128	7.5.2	Befragung	184
5.3.1	Beschaffungsplanung	128	7.5.3	Panel	188
5.3.2	Beschaffungsdurchführung	131	7.6	Trendanalyse – Globale Marketingtrends und ihre Auswirkungen auf die Hotellerie	190
5.3.3	Beschaffungskontrolle	132	7.7	Marketingziele	193
5.4	Lagerhaltung	133	7.8	Marketinginstrumente – Überblick	194
5.4.1	Aufgaben, Arten und Organisation der Lagerhaltung	133	7.9	Produktpolitik	195
5.4.2	Wirtschaftlichkeit der Lagerhaltung	134	7.9.1	Sortimentsbreite und -tiefe	196
5.5	Produktionsablauf	137	7.9.2	Pauschalangebote („Package“)	197
5.6	Kosten der Leistungserstellung	138	7.9.3	USP – Unique Selling Proposition	198
5.6.1	Einteilung der Kosten	138	7.9.4	SEP – Strategische Erfolgsposition	198
5.6.2	Kostenbestimmungsfaktoren	141	7.9.5	Bedeutung der Produktlebenszyklen	200
5.6.3	Kostenverläufe in Abhängigkeit vom Beschäftigungsgrad	142	7.9.6	Produktportfolioanalyse	202
5.7	Entscheidungsanalysen zu Kostenstrukturen	146	7.9.7	Namensgebung	203
5.7.1	Linearer Gesamtkostenverlauf	147	7.9.8	Markenstrategien	206
5.7.2	Nichtlinearer Gesamtkostenverlauf	147	7.10	Preispolitik	208
6	Controlling		7.10.1	Preis als Marktgröße	209
6.1	Definition und Aufgaben des Controllings	149	7.10.2	Preiselastizität	210
6.2	Strategisches und operatives Controlling	151	7.10.3	Preisbildung	212
6.3	Controllinginstrumente	152	7.10.4	Preisdifferenzierung	216
7	Marketing		7.10.5	Psychologische Preisbildung	219
7.1	Entwicklung des gastgewerblichen Marketings	160	7.11	Distributionspolitik	222
7.2	Markt/Marktsituation	161	7.11.1	Direkter Verkaufsweg	222
7.2.1	Weitere Einflussfaktoren auf das Nachfrageverhalten des relevanten Marktes	162	7.11.2	Indirekter Verkaufsweg	224
7.2.2	Wachstumssituation des relevanten Marktes	163	7.11.3	Weitere Vertriebswege – Anbindung an elektronische Distributionskanäle	225
7.2.3	Marktgrößen	163	7.11.4	Exkurs: Entwicklung der Markenhotellerie	233
7.3	Marketingkonzept	164	7.11.5	Exkurs: Franchising	235
7.4	Strategisches Marketing von international operierenden gastgewerblichen Unternehmen	170	7.12	Kommunikationspolitik im Marketingmix	238
7.4.1	Marketing der Gästebindung	173	7.12.1	Werbung	239
7.4.2	Marktsegmentierung	176	7.12.2	Direktmarketing (Directmarketing)	251
			7.12.3	Verkaufsförderung (Salespromotion)	252
			7.12.4	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations)	259
			7.12.5	Corporate Identity	264
			7.13	Erlebnis- und Eventmarketing	268
			7.14	Internet und weitere elektronische Medien als Distributions- und Kommunikationsmittel	273
			7.14.1	Geschichte des Internets	274
			7.14.2	Möglichkeiten der Internetpräsenz für Hotels	274
			7.14.3	Sicheres Bezahlen im Netz	277
			7.14.4	Weitere exemplarische Möglichkeiten zur Nutzung des Internets	277
			7.14.5	Web-Glossar	278

7.14.6 Multimedia 279
 7.14.7 Multimediale Marketinginstrumente 279
 7.14.8 Infotainment im Hotelzimmer 280

7.15 Marketingausrichtung 281
 7.16 Marketingaufgaben 282
 7.16.1 Anreizmarketing
 (Stimulationsmarketing) 282
 7.16.2 Konversionsmarketing
 (Konvertierungsmarketing) 283
 7.16.3 Entwicklungsmarketing 283
 7.16.4 Revitalisierungsmarketing 283
 7.16.5 Synchromarketing 283
 7.16.6 Erhaltungsmarketing 283
 7.16.7 Reduktionsmarketing 283
 7.16.8 Kontramarketing 283

7.17 Marketingplanung 284
 7.17.1 Schrittweises Entwickeln der
 Marketingplanung 284
 7.17.2 Marketinginformationssystem 286

7.18 Marketingcontrolling/Erfolgskontrolle 289
 7.18.1 Soll-/Ist-Vergleiche 290
 7.18.2 Arten und Instrumente
 der Marketingkontrolle 290

**8 Zahlungsverkehr in Hotellerie
 und Gastronomie**

8.1 Zahlungsarten 292
 8.2 Zahlung mit Karten 295
 8.3 Bedeutung des Vouchers
 bei Zahlungsvorgängen 298
 8.4 Scheckrecht in Grundzügen 298
 8.5 Elektronischer Zahlungsverkehr 301
 8.5.1 Kundenselbstbedienungsautomaten 302
 8.5.2 Homebanking 303
 8.5.3 Electronic-Cash-Systeme 304

9 Investition und Finanzierung

9.1 Grundlagen von Investition und
 Finanzierung 308
 9.1.1 Investitionsarten und -gründe 309
 9.1.2 Investitionsplanung und -entscheidung 310
 9.2 Investitionsrechnungen als
 Entscheidungshilfe 312
 9.2.1 Gesamtkosten- und
 Leistungskostenvergleich 313
 9.2.2 Gewinnvergleichsrechnung 315
 9.2.3 Rentabilitätsrechnung 315
 9.2.4 Amortisationsrechnung 316
 9.3 Kapitaldeckung 317
 9.3.1 Kapitalbedarfsrechnung 317

9.3.2 Finanzierungsgrundsätze und -regeln 319
 9.3.3 Cashflow als Messgröße 321
 9.3.4 Finanzielles Gleichgewicht 321

**9.4 Finanzierungsarten und -instrumente
 im Überblick 325**

9.5 Eigenfinanzierung 327
 9.5.1 Einlagen-/Beteiligungsfinanzierungen 327
 9.5.2 Selbstfinanzierung 329

9.6 Fremdfinanzierung 334
 9.6.1 Lieferantenkredit 334
 9.6.2 Kontokorrentkredit 336
 9.6.3 Wechselkredit 340
 9.6.4 Anzahlung 342
 9.6.5 Lombardkredit 343
 9.6.6 Avalkredit 345
 9.6.7 Ratenzahlungskredit 346
 9.6.8 Investitionskredit 348

9.7 Wertpapiere 354

9.7.1 Effekten als Finanzierungs-
 und Anlagemittel 354
 9.7.2 Gläubiger- und Teilhaberpapiere 355
 9.7.3 Wertpapiersonderformen 358

9.8 Sonderformen der Finanzierung 360

9.8.1 Leasing 360
 9.8.2 Factoring 361
 9.8.3 Franchising 362

9.9 Kreditsicherung und -rückzahlung 363

9.9.1 Kreditvertrag 363
 9.9.2 Kreditprüfung 364
 9.9.3 Sicherheiten 366
 9.9.4 Tilgungspläne 367

**9.10 Besondere Anlässe der
 Finanzierung 371**

9.10.1 Unternehmensgründung 371
 9.10.2 Kapitalerhöhung und -herabsetzung 371
 9.10.3 Sanierung 374
 9.10.4 Fusion 375
 9.10.5 Umwandlung 376
 9.10.6 Liquidation 377

10 Steuern im Gastgewerbe

**10.1 Öffentlich-rechtliche Abgaben
 und ihre gesetzlichen Grund-
 lagen 380**

10.1.1 Einteilung der öffentlich-rechtlichen
 Abgaben 380
 10.1.2 Gesetzliche Grundlagen 383
 10.1.3 Steuerliche Grundbegriffe 383

**10.2 Erhebungsformen der Einkommen-
 steuer 384**

10.2.1 Einkommensteuer 384
 10.2.2 Lohnsteuer 387
 10.2.3 Kapitalertragsteuer 389
 10.2.4 Körperschaftsteuer 389

10.3	Umsatzsteuer	391	12	Unternehmen im Spannungsfeld Ökologie – Ökonomie	
10.4	Gewerbesteuer	394	12.1	Umweltrecht und -politik	409
10.5	Bedeutung der Steuern und der Steuerpolitik für das Gastgewerbe	396	12.1.1	Umweltgesetzgebung im Gastgewerbe	410
11	Versicherungen im Gastgewerbe		12.1.2	Wertewandel in der Gesellschaft	411
11.1	Personenversicherungen	400	12.1.3	Umweltschutz und Wettbewerb	411
11.1.1	Berufsunfähigkeitsversicherung	401	12.1.4	Umwelt-Gütesiegel	412
11.1.2	Private Krankenversicherung	401	12.2	Umweltorientierte Unternehmens- führung im Gastgewerbe	413
11.1.3	Unfallversicherung	401	12.2.1	Vom Management zum Ökomanagement.	414
11.2	Sachversicherungen	402	12.2.2	Ökologische und ökonomische Grundsätze	415
11.2.1	Verbundene Wohngebäudeversicherung (VGW)/Betriebs(Inhalts)versicherung	402	12.3	Ausgewählte Maßnahmen des betrieblichen Umweltmanagements	416
11.2.2	Feuerversicherung	403	12.3.1	Betriebliche Maßnahmen und Handlungsempfehlungen	416
11.2.3	Einbruchdiebstahlversicherung	403	12.3.2	Öko-Controlling	418
11.2.4	Glas- und Leuchtstoffröhren- versicherung	403	12.3.3	Öko-Audits.	419
11.2.5	Schwachstromanlagenversicherung.	403	12.3.4	Grenzen des Umweltmanagements im Gastgewerbe	420
11.2.6	Datenträgerversicherung	403	13	Fallstudie zur Existenzgründung	421
11.2.7	Softwareversicherung	404	Anlagen		430
11.3	Vermögensversicherungen.	404	Quellen und weiterführende Literatur		446
11.3.1	Stornoversicherung.	404	Bildquellenverzeichnis		449
11.3.2	Betriebsschließungsversicherung.	404	Sachwortverzeichnis		450
11.3.3	Betriebsunterbrechungsversicherung.	404			
11.3.4	Haftpflichtversicherung	405			
11.3.5	Kraftverkehrsversicherung	405			
11.3.6	Rechtsschutzversicherung	406			
11.3.7	Spezielle Versicherungen	406			
11.4	Festlegen des Versicherungsschutzes.	406			