

Inhaltsverzeichnis		2	Funktionen und Aufgaben der Zentrale und der Betriebsstellen	25	4.3	Alkoholfreie Getränke	81
Lerninhalt 1		2.1	Aufbauorganisation	25	4.3.1	Bedeutung der AfG-Getränke	81
Einleitung		2.1.1	Organisationsstrukturen	26	4.3.2	Wässer	82
1 Grundlagen, Einordnung und Gegenstand der Systemgastronomie		2.1.2	Zusammenarbeit zwischen Zentrale und Betriebsstelle	27	4.3.3	Limonaden	82
		2.2	Ablauforganisation	29	4.3.4	Säfte, Sport-, Energy- und Wellness-Drinks	83
		2.2.1	Arbeitsabläufe planen und organisieren	30	4.3.5	Kaffee und Kaffeespezialitäten	84
		2.2.2	Information und Kommunikation	31	4.3.6	Trends	84
1.1 Begriff „Systemgastronomie“					4.4	Wein – Bier	85
1.2 Entwicklung in Deutschland		3			4.4.1	Wein	85
1.3 Erfolgsfaktoren					4.4.2	Bier	92
1.4 Standardisierung					4.5	Mischgetränke	98
1.4.1 Bestimmung des Begriffs „Standard“					4.5.1	Barkonzepte	98
1.4.2 Bedeutung eines Standards für den Gast					4.5.2	Barkeeper	99
1.4.3 Bedeutung eines Standards für den Gastronomen					4.5.3	Cocktails	99
1.4.4 Arten der Standardisierung (Standardisierungsgrade)					4.6	Menükunde/ Sortimentsgestaltung	100
1.4.5 Kennzeichen eines standardisierten Konzeptes			3.1 Filial- und Franchise-System	33	4.6.1	Klassische Menükunde	101
1.4.6 Erstellen eines Handbuches			3.1.1 Filial-System	33	4.6.2	Moderne Speisenfolge	101
1.5 Konzepte, Segmente, Unternehmen am Markt			3.1.2 Franchise-System	39	4.6.3	Sortimentsgestaltung	102
1.5.1 Fastfood-Systemgastronomie			3.1.3 Vergleich Filial-/Franchise-System und Einzelunternehmen	44	4.7	Convenience-Food	111
1.5.2 Verkehrs- und Messegastronomie			3.1.4 Andere Kooperations- systeme in der Gastronomie	44	4.7.1	Definition	111
1.5.3 Handelsgastronomie			3.2 Qualitätskontrolle und Qualitätssicherung	46	4.7.2	Verwendung: Vergleich Klassische Gastronomie – Systemgastronomie	112
1.5.4 Freizeitgastronomie			3.2.1 Interne Instrumente	46	4.7.3	Convenience-Grade	116
1.5.5 Fullservicegastronomie			3.2.2 Externe Instrumente	52	4.7.4	Konservierung	117
1.5.6 Systemgastronomie und Individualgastronomie – Zusammenwachsen und Annäherung					5	Housekeeping	121
1.6 Verkaufsprogramme – Produkt- und Sortimentsorientierung		4			5.1	Organisation und Mitarbeiter	121
1.7 Verkaufssysteme – Servicepolitik		4	4.1 Fleisch – Fisch – Geflügel	56	5.1.1	Organisationsstrukturen	121
1.8 Vertragspartner – Verträge		4.1.1	Allgemeines – Schlachtfleisch	56	5.1.2	Mitarbeiter	122
		4.1.2	Schweinefleisch und -produkte	57	5.1.3	Zuständigkeitsbereiche	123
		4.1.3	Rindfleisch und -produkte	59	5.1.4	Räumliche Gliederung	123
		4.1.4	Kalbfleisch und -produkte	62	5.2	Management	125
		4.1.5	Lammfleisch und -produkte	64	5.2.1	Verantwortung	125
		4.1.6	Fisch und -erzeugnisse	65	5.2.2	Planung	126
		4.1.7	Geflügelfleisch	71	5.2.3	Arbeitsprogramme	126
		4.2	Pflanzliche Produkte – Kalte Soßen	73	5.2.4	Kontrollen	127
		4.2.1	Gemüse	73	5.2.5	Serviceleistungen	127
		4.2.2	Hülsenfrüchte	78	5.3	Reinigung und Pflege	128
		4.2.3	Pilze	79	5.3.1	Werkstoffe	128
		4.2.4	Kalte Soßen	80	5.3.2	Reinigungs- und Pflegemittel	128

5.3.3	Reinigungsgeräte	129			4	Personal- und Leistungsbeurteilung	287	
5.4	Versorgen der Räume	130			4.1	Vorteile einer regelmäßigen Beurteilung	287	
5.4.1	Gästezimmer	130			4.2	Termine für die Beurteilung von Mitarbeitern	287	
5.4.2	Gasträume	131	Lerninhalt 2					
6	Marketing	132	1	Personalplanung und -beschaffung	261	4.3	Formen der Mitarbeiterbeurteilung	287
6.1	Gastorientierte Unternehmensführung	135	1.1	Personalmarketing	261	4.4	Beurteilungsgrundsätze	289
6.1.1	Unternehmensziele	138	1.2	Personalplanung	263	4.5	Beurteilungsgespräch	289
6.1.2	Grundsatzplanung	139	1.2.1	Quantitative Personalbedarfsplanung	263	4.6	Arbeitszeugnis	290
6.1.3	Unternehmensphilosophie	147	1.2.2	Qualitative Personalbedarfsplanung	264			
6.2	Marktforschung	149	1.3	Personalbeschaffung	265	5	Personalentwicklung	292
6.2.1	Erhebungsarten	151	1.3.1	Personalanwerbung	266	5.1	Träger	292
6.2.2	Erhebungsmethoden	153	1.3.2	Personalauswahl	269	5.2	Eignungspotenzial und Entwicklungsbedürfnisse der Mitarbeiter	293
6.2.3	Marktsegmentierung	162	1.3.3	Testverfahren	269	5.2.1	Personalakte	293
6.3	Marketingziele	175	1.3.4	Vorstellungsgespräch	270	5.2.2	Personalstammkartei/-datei	294
6.4	Marketingstrategien	177				5.2.3	Personalentwicklungs-kartei/-datei	294
6.5	Marketinginstrumente	182	2	Managementaufgabe „Personalführung“	271			
6.5.1	Distributionspolitik	184	2.1	Personalführung	271	5.3	Methoden der Qualifizierung	294
6.5.2	Produktpolitik	185	2.2	Führungsaufgaben	271	5.4	Kontrolle	295
6.5.3	Preispolitik	194	2.3	Führungskonzeptionen	273			
6.5.4	Kommunikationspolitik	206	2.3.1	Führungsprinzipien – Führungsstile	274	6	Personalverwaltung und -einsatzplanung	296
6.6	Marketingplanung	226	2.3.2	Führungstechniken	276	6.1	Datenerfassung	296
6.6.1	Bankettveranstaltungen	228	2.3.3	Führungsmodelle	278	6.1.1	Grundregeln des Lohnwesens	296
6.6.2	Eventmarketing	231				6.1.2	Beschäftigungsarten	297
6.7	Produktpräsentation	235	3.1	Motivationsanregungen	281	6.1.3	Arbeitsvertrag	301
6.7.1	Serviceformen	236	3.2	Personalgespräche	283	6.1.4	Einstellungsunterlagen	301
6.7.2	Angebotsgestaltung	238	3.3	Motivationsgespräche	283	6.1.5	Beendigung des Arbeitsverhältnisses	302
6.7.3	Präsentationsrichtlinien	242	3.4	Personalerfolgsbeteiligung	284	6.1.6	Arbeitsentgelt	303
6.8	Umgang mit Gästen – Beratung und Verkauf	244	3.5	Personalintegration	285	6.1.7	Verwaltung der Personaldaten	304
6.8.1	Erfolgreich beraten und verkaufen	245						
6.8.2	Beratungs- und Verkaufsgespräche führen	247						
6.8.3	Beratungs- und Verkaufsgespräche nachbereiten	249						
6.9	Beschwerdemanagement	250						
6.10	Betriebswirtschaftliche Bewertung	255						

Inhaltsverzeichnis

7	Arbeitsrecht	308		4	Warenwirtschaft	369
7.1	Tarifautonomie und Tarifvertrag	309		4.1	Beschaffungsplanung	369
7.2	Arbeitsverträge und deren Wirkung	311	Lerninhalt 3	4.1.1	Bedarfsermittlung	369
7.3	Arbeitnehmerschutz	312		4.1.2	Lieferantenauswahl	370
7.4	Mitwirkung und Mitbestimmung	316	1 Definition und Aufgaben des Controlling	4.1.3	Optimale Bestellmenge	372
			327	4.1.4	Optimaler Bestellzeitpunkt	373
				4.2	Bestellung	374
				4.3	Warenannahme	375
				4.4	Lagerhaltung	375
				4.5	Warenentnahme	377
8	Abrechnung im Personalbereich	319	2 Controllinginstrumente im Controllingprozess	4.6	Warenwirtschaftssystem	379
8.1	Lohn- und Gehaltsabrechnung	319	2.1 Finanzbuchhaltung	4.6.1	Entwicklung	379
8.1.1	Lohnabrechnung für externes Personal	321	2.1.1 Bestandsrechnung	4.6.2	Anforderungen	380
8.1.2	Lohnabrechnung für internes Personal	321	2.1.2 Erfolgsrechnung	4.6.3	Einkauf und Bestellwesen	380
8.2	Brutto- und Nettoverdienst	322	2.2 Kostenartenrechnung	4.6.4	Wareneingang	381
8.2.1	Bestandteile des Bruttoentgeltes	322	2.2.1 Betriebsergebnisberechnung	4.6.5	Produktion	381
8.2.2	Ermittlung des Lohn-/ Gehaltsauszahlungsbetrages	323	2.2.2 Kurzfristige Erfolgsrechnung	4.6.6	Umsatzerfassung	382
			2.3 Kostenstellenrechnung	4.6.7	Rechnungsbegleichung	382
			2.3.1 Uniform system of Accounts	4.6.8	Inventur	382
			2.3.2 Bereichsergebnisrechnung	4.6.9	Statistische Auswertung	382
				4.6.10	Ausblick	386
			2.4 Kostenträgerzeitrechnung	Quellen und weiterführende Literatur	387	
			2.5 Statistik			
			2.5.1 Rechnerische Umformung des Zahlenmaterials	Bildquellenverzeichnis	388	
			2.5.2 Gastgewerbliche Kennzahlensysteme			
			2.6 Kostenträgerstückrechnung	Sachwortverzeichnis	389	
			2.6.1 Kalkulation			
			2.6.2 Deckungsbeitragsrechnung			
			2.7 Planungsrechnung			
			2.7.1 Break-even-Analyse			
			2.7.2 Budgetierung			
			3 Controllingberichte	366		
			3.1 Inhalt	366		
			3.2 Darstellungsformen	366		
			3.2.1 Tabellarische Darstellung	366		
			3.2.2 Grafische Darstellung	367		