

Inhalt

Vorwort zur 4. Auflage — V

1	Hotellerie als Branche und Wirtschaftszweig — 1
1.1	Einordnung der Hotellerie in das Gesamtsystem Tourismus — 1
1.2	Begriff und Erscheinungsformen von Hotelunternehmen — 2
1.3	Branchenstruktur der Hotellerie — 6
1.4	Organisationsformen in der Hotellerie — 10
1.5	Qualitätskategorien und Hotelklassifizierung — 13
1.6	Hotellerie im Wandel — 16
1.7	Grundlegende Strukturen und Akteure der internationalen Hotellerie — 19
2	Dienstleistungsbesonderheiten der Hotellerie — 25
2.1	Begriff und Dimensionen von Dienstleistungen — 25
2.2	Dienstleistungscharakter der Hotelleistung — 28
2.2.1	„Erlebniswelt“ Hotel als materielles und immaterielles Leistungssystem — 29
2.2.2	Konsequenzen der Dienstleistungsbesonderheiten für die Hotellerie — 35
2.3	Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor in der Hotellerie — 40
2.3.1	Begriff der Qualität — 40
2.3.2	Qualitätsdimensionen von Dienstleistungen — 41
2.3.3	Wirkungszusammenhänge zwischen Kundenerwartungen, Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität — 44
3	Hotelmanagement und Hotelbetrieb — 51
3.1	Grundlegende Leistungs- und Organisationsbereiche eines Hotelbetriebs — 51
3.2	Hotelbetrieb und Leistungen — 56
3.2.1	Besonderheiten der Leistungspolitik in der Hotellerie — 56
3.2.2	Bedeutung der Standortwahl in der Hotellerie — 62
3.2.3	Gestaltungsbereiche des Leistungsprogramms in der Hotellerie — 66
3.3	Angebots- und Nachfragestrukturen in der Hotellerie — 70
3.4	Ausgewählte Zielgrößen und Kennziffern in der Hotellerie — 73
3.5	Arbeitsplatz und Personalführung in der Hotellerie — 76
4	Akteure, Produkte und Märkte in der Hotellerie — 85
4.1	Ausgewählte Anbieter und Produktkonzepte in der Hotellerie — 85
4.1.1	Strategische Gruppen und Schlüsselanbieter in der Hotellerie — 85

4.1.2	Ausgewählte Produktkonzepte in der Hotellerie —	90
4.2	Ausgewählte Märkte und Marktsegmente in der Hotellerie —	101
4.2.1	Geschäftsreisemarkt —	101
4.2.2	Freizeitreisemarkt —	104

5 Hotelmanagement und Hotelimmobilie — 113

5.1	Verhältnis von Hotelimmobilie und Hotelmanagement —	113
5.2	Eigentumsverhältnisse und Vertragsstrukturen —	117
5.3	Entwicklungen auf dem deutschen Hotelimmobilienmarkt —	122
5.4	Kriterien von Investitionsentscheidungen in der Hotellerie —	123
5.4.1	Markt- und Standortkonzept —	124
5.4.2	Betreiber- und Vertragsmodell —	132
5.4.3	Finanzierung und Finanzierungspartner —	133

Literaturverzeichnis — 137

Stichwortverzeichnis — 149

Über den Autor — 155