

Vorwort	3	1.4	Teilbranchen der Systemgastronomie	50
Inhalt	4	1.5	Expansionsformen	58
LF 10: AUFGABEN IN DER BESCHAFFUNG WAHRNEHMEN				
WARENWIRTSCHAFT, BESCHAFFUNG, LAGERHALTUNG ..	7	2	Standards	66
1 Aufgaben der Warenwirtschaft	7	2.1	Bedeutung von Standards in der Systemgastronomie	66
1.1 Teilbereiche der Warenwirtschaft	7	2.2	Bereiche der Standardisierung	67
1.2 Funktionen der Lagerhaltung	8	2.3	Standardisierungsgrade	68
2 Beschaffung und Lagerung von Waren ..	9	2.4	Überprüfung der Standards	71
2.1 Arbeitsablauf Warenbeschaffung	9	3	Ablauforganisation	72
2.2 Ermittlung des Warenbedarfs	11	3.1	Ziele der Ablauforganisation	72
2.3 Angebotsvergleiche	12	3.2	Instrumente und Methoden der Ablauforganisation	72
2.4 Umsatz- und Mehrwertsteuersatz in der Gastronomie	18	4	Aufbauorganisation	82
3 Warenlagerung im systemgastronomischen Magazin	19	4.1	Leitungsspanne und Leitungstiefe	82
3.1 Klassifikation von Lagerarten	20	4.2	Primär- und Sekundärorganisation	83
3.2 Kosten der Lagerhaltung	20	4.3	Grundformen der Leitungssysteme	84
3.3 FIFO/LIFO	24	5	Qualitäts- und Gütesiegel	89
3.4 Lagerplatzsysteme	24	5.1	Qualitätssiegel auf Lebensmitteln	89
3.5 Inventuren vorbereiten und durchführen	25	5.2	Zertifizierungen im Bereich Umweltschutz	92
3.6 Lagerbestandsüberwachung	27	5.3	Zertifizierungen im Bereich Service	93
3.7 Warenwirtschaftssysteme	29	5.4	Zertifizierung im Bereich Arbeitssicherheit	95
3.8 Kennzahlen zur Lagerhaltung	34	5.5	Kritische Einwände zu Gütesiegeln und Qualitätszertifikaten	96
LF 12: IM MARKETING ARBEITEN				
IM MARKETING ARBEITEN				97
LF 11: AUFGABEN IM SYSTEMMANAGEMENT WAHRNEHMEN				
SYSTEMMANAGEMENT	42	1	Marktanalyse und Marketing-Ziele	97
1 Systemgastronomische Restaurantkonzepte	42	1.1	Zielgruppen-Analyse	98
1.1 Managementprozesse in einem systemgastronomischen Restaurant	42	1.2	Konkurrenz-Analyse (Marktbegleiter-Analyse)	99
1.2 Systemgastronomie als Teil der Gastronomie ..	44	1.3	Standort-Analyse	101
1.3 Merkmale der Systemgastronomie	47	1.4	Situations-Analyse	103
		1.5	Produkt-Analyse und Produkt-Positionierung ..	107
		1.6	Marktsegmentierung	111
		1.7	Marketing-Ziele formulieren	113

2	Marketing-Instrumente	115	4	Personaleinsatzplanung	171
2.1	Produkt („product“)	115	4.1	Aufgabe und Zielsetzung	171
2.2	Preis („price“)	115	4.2	Rahmenbedingungen zur Personaleinsatzplanung	171
2.3	Platzierung („place“)	117	4.3	Dienstarten	172
2.4	Promotion („promotion“)	119	4.4	Dienstplanerstellung	174
3	Marketing-Maßnahmen im LSM	125	5	Mitarbeitererschulung	177
3.1	Maßnahmen zur Gästebindung	125	6	Mitarbeiterführung	177
3.2	Maßnahmen zur Gästegewinnung	126	6.1	Führung durch Strukturen	178
3.3	Maßnahmen zur Standort-Vermarktung	126	6.2	Führungstechniken	178
3.4	Maßnahmen zur Verkaufsförderung	127	6.3	Führung durch Personen	179
4	Kontrollmaßnahmen zum Marketing (Marketing-Controlling)	128	6.4	Mitarbeitermotivation	180
4.1	Aufgaben des Marketing-Controllings	128	6.5	Mitarbeitergespräche	182
4.2	Formen des Marketing-Controllings	129	6.6	Personalbeurteilung	182
4.3	Aufstellung des Marketing-Budgets	130	6.7	Personalfreisetzung	183
4.4	Kennzahlen im Marketing-Controlling	132	7	Konzepte der Personalentwicklung	184
5	Rechtliche Rahmenbedingungen	134	7.1	Ziele der Personalentwicklung	184
5.1	Wettbewerbsrecht	134	7.2	Personalentwicklungsmaßnahmen	185
5.2	Lebensmittel-Informationsverordnung	137	7.3	Auswahl von Entwicklungsmaßnahmen	186
5.3	Markenrecht	139			
5.4	Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)	142			

LF 13: AUFGABEN IM PERSONALMANAGEMENT WAHRNEHMEN

PERSONALMANAGEMENT	144	
1	Personalplanung	144
1.1	Quantitativer und qualitativer Personalbedarf	144
1.2	Personalbedarfsanalyse	144
2	Personalbeschaffung	146
2.1	Stellenbeschreibung	146
2.2	Personalbeschaffung – Personalmarketing	147
2.3	Einstellungsverfahren und Bewerbung	148
3	Personalverwaltung	152
3.1	Arbeitsvertrag	152
3.2	Arbeitszeugnisse	155
3.3	Rechtsschutz des Arbeitnehmers	157
3.4	Tarifliche Eingruppierung	160
3.5	Formen der Entlohnung	162
3.6	Entgeltabrechnung	163
3.7	Organisation der Mitarbeiterdaten	167
3.8	Personalkennzahlen	169

KAUFMÄNNISCHE VORGÄNGE STEUERN	187	
1	Aufgaben betrieblicher Kosten- und Leistungsrechnung	187
1.1	Bereiche der Kosten- und Leistungsrechnung	188
1.2	Kostenartenrechnung	188
1.3	Kostenstellenrechnung	192
1.4	Kostenträgerrechnung	195
2	Kennzahlen als Kostenkontrollinstrumente	199
2.1	Kennzahlenarten	199
2.2	Erfolgskennzahlen	200
2.3	Bilanzkennzahlen	206
2.4	Kennzahlenanalyse	209
2.5	Darstellung von Kennzahlen	214
2.6	Betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA)	219
2.7	Dokumentation und Archivierung	223
3	Maßnahmen zur Verbesserung des Betriebserfolgs	224
	SACHWORTVERZEICHNIS	228
	BILDQUELLENVERZEICHNIS	232