

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage

V

1	Die Hotellerie als Branche und Wirtschaftszweig	1
1.1	Einordnung der Hotellerie in das Gesamtsystem Tourismus.....	2
1.2	Begriff und Erscheinungsformen von Hotelunternehmen.....	3
1.3	Branchenstruktur der Hotellerie	6
1.4	Organisationsformen in der Hotellerie	10
1.5	Qualitätskategorien und Hotelklassifizierung	13
1.6	Die deutsche Hotellerie im Wandel.....	15
1.7	Grundlegende Strukturen und Akteure der internationalen Hotellerie	18
2	Dienstleistungsbesonderheiten der Hotellerie	25
2.1	Begriff und Dimensionen von Dienstleistungen.....	26
2.2	Zum Dienstleistungscharakter der Hotelleistung.....	29
2.2.1	Zur „Erlebniswelt“ Hotel als materielles und immaterielles Leistungssystem.....	30
2.2.2	Konsequenzen der Dienstleistungsbesonderheiten für die Hotellerie	34
2.3	Dienstleistungsqualität und Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor in der Hotellerie.....	38
2.3.1	Begriff der Qualität	38
2.3.2	Qualitätsdimensionen von Dienstleistungen	39
2.3.3	Wirkungszusammenhänge zwischen Kundenerwartungen, Kundenzufriedenheit und Dienstleistungsqualität.....	42
3	Hotelmanagement und Hotelbetrieb	49
3.1	Grundlegende Leistungs- und Organisationsbereiche eines Hotelbetriebs...	50
3.2	Der Hotelbetrieb und seine Leistungen	54
3.2.1	Besonderheiten der Leistungspolitik in der Hotellerie	54
3.2.2	Zur Bedeutung der Standortwahl in der Hotellerie.....	61
3.2.3	Gestaltungsbereiche des Leistungsprogramms in der Hotellerie.....	64

3.3	Angebots- und Nachfragestrukturen in der Hotellerie	69
3.4	Ausgewählte betriebswirtschaftliche Kennziffern in der Hotellerie	72
3.5	Personalqualität als Erfolgsfaktor in der Hotellerie	75
4	Akteure, Produkte und Märkte in der Hotellerie	81
4.1	Ausgewählte Anbieter und Produktkonzepte in der Hotellerie	82
4.1.1	Strategische Gruppen und Schlüsselanbieter in der Hotellerie	82
4.1.2	Ausgewählte Produktkonzepte in der Hotellerie	87
4.2	Ausgewählte Märkte und Marktsegmente in der Hotellerie	96
4.2.1	Der Geschäftsreisemarkt	96
4.2.2	Der Freizeitreisemarkt	99
5	Hotelmanagement und Hotelimmobilie	107
5.1	Zum Verhältnis von Hotelimmobilie und Hotelmanagement	108
5.2	Eigentumsverhältnisse und Vertragsstrukturen	111
5.3	Entwicklungen auf dem deutschen Hotelimmobilienmarkt	116
5.4	Arten von Hotelinvestitionen	118
5.5	Kriterien von Investitionsentscheidungen in der Hotellerie	120
5.5.1	Markt- und Standortkonzept	121
5.5.2	Betreiber- und Vertragsmodell	128
5.5.3	Finanzierung und Finanzierungspartner	130
	Literaturverzeichnis	135
	Stichwortverzeichnis	145