

# Inhaltsübersicht

1. Gegenstand des Managements im Tourismus	13
1.1 Die Tourismusunternehmung im "System Tourismus"	14
1.2 Die Bedeutung der Umwelt für die touristische Unternehmung	17
1.3 Arten von Tourismusunternehmungen und ihre Funktionen	20
1.4 Leistungen touristischer Unternehmungen	23
1.5 Besonderheiten der touristischen Leistung	26
1.6 Die Tourismusorganisation im "System Tourismus"	38
2. Formeller Rahmen des Managements im Tourismus	41
2.1 Der Begriff des Managements	42
2.2 Dimensionen eines integrierten Managements gemäss St. Galler Konzept	43
2.3 Integriertes Management touristischer Unternehmungen	46
2.4 Unternehmungsplanung, ein Instrument des integrierten Managements	49
3. Normative Ebene des Managements touristischer Unternehmungen (konstitutiver Rahmen)	55
3.1 Management-Philosophie	58
3.2 Unternehmerische Vision	59
3.3 Unternehmungspolitik	60
3.4 Unternehmungsverfassung	66
3.5 Unternehmungskultur	68
3.6 Integration im Unternehmungsleitbild	72
4. Strategische Ebene des touristischen Managements (Positionierung im Wettbewerb)	87
4.1 Wesen und Elemente des strategischen Managements	89
4.2 Schritte der strategischen Planung	90
4.3 Informationsanalysen als Grundlage der strategischen Planung	95
4.4 Die Planung der Unternehmungsstrategie	111
4.5 Die Zusammenfassung zum Unternehmungskonzept	130

4.6	Marketingstrategie und -konzept	141
4.7	Finanzierungsstrategie und -konzept	166
4.8	Controlling als Instrument der Unternehmenssteuerung	176
5.	Mitarbeiterführung	189
5.1	Führungskonzept	191
5.2	Unternehmensführung und Mitarbeiterführung	194
5.3	Entwicklung einer wirkungsvollen Mitarbeiterführung in touristischen Unternehmen	201
5.4	Das Wesen der Mitarbeiterführung, Führungsstil	204
5.5	Führung und Zielsetzung	208
5.6	Motivation und Arbeitszufriedenheit	211
6.	Organisation von Tourismusunternehmen	215
6.1	Organisationskonzept von Tourismusunternehmen	220
6.2	Organisationsmethodik	226
6.3	Aufbauorganisation als Instrumentarium organisatorischer Gestaltung	230
6.4	Ablauforganisation	244
6.5	Die Organisation von Reisebürounternehmen	249
6.6	Die Organisation örtlicher und regionaler Tourismusorganisationen	260
6.7	Die Organisation touristischer Verkehrsunternehmen	267
6.8	Die Organisation eines Sportzentrums	271
6.9	Die Organisation eines Hotels	272
7.	Operative Ebene des touristischen Managements	275
7.1	Wesen und Elemente des operativen Managements	276
7.2	Implementierung von Strategien	277
7.3	Das Informationssystem unter besonderer Berücksichtigung des Rechnungswesens (Dispositionssysteme)	299
7.4	Operatives Controlling	313
7.5	Die räumliche Gestaltung von Tourismusunternehmen	316
	Allgemeine bibliographische Hinweise	325
	Sachregister	327