

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	V
Tabellenverzeichnis.....	VII
Abkürzungsverzeichnis.....	IX
Literaturverzeichnis.....	235
Anhang.....	285
I. Einleitung.....	1
II. Hinführung zum Thema der betrieblichen Fortbildung in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie in Bayern.....	3
A. Problemstellung und Zielsetzungen der Arbeit.....	3
B. Begriffliche Präzisierung der Untersuchungsobjekte.....	6
1. Zum Begriff betriebliche Fortbildung.....	6
2. Zum Begriff Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	11
C. Zum Stand der theoretischen und empirischen Forschung.....	17
III. Betriebliche Fortbildung als Kernelement der Personalentwicklung in Unternehmen.....	22
A. Zur Relevanz betrieblicher Fortbildung in Unternehmen.....	22
B. Betrachtung von Zielen betrieblicher Fortbildung aus Unternehmer- und Mitarbeiterperspektive.....	23
C. Bedeutung der Qualifikation der Mitarbeiter.....	25
D. Betriebliche Fortbildung als Schlüsselfaktor unternehmerischen Erfolgs.....	27
1. Langfristige Perspektive: Beitrag der betrieblichen Fortbildung zum persönlichen und unternehmerischen Erfolg.....	29
2. Erfassung von Kosten-Nutzen-Aspekten betrieblicher Fortbildung.....	30
3. Rahmenbedingungen der Nutzung des Qualitätspotentials der Mitarbeiter.....	33
4. Grundlagen und Voraussetzungen der betrieblichen Fortbildung.....	36
a) Verankerung der Bedeutung der betrieblichen Fortbildung.....	37
b) Relevanz eines emanzipatorischen Menschenbildes.....	38
c) Orientierung an der unternehmerischen Strategie.....	41
5. Beschreibung der Bestandteile eines betrieblichen Fortbildungskonzeptes.....	43
a) Formulierung von Grundsätzen und Zielen betrieblicher Fortbildungspolitik.....	45
b) Analyse der Fortbildungserfordernisse und -interessen.....	45
c) Planung und Gestaltung betrieblicher Fortbildungsprogramme.....	47
d) Koordination und Durchführung betrieblicher Fortbildung.....	49
e) Transferproblematik: Sicherstellung der Übertragbarkeit des Gelernten in den betrieblichen Alltag.....	49

f)	Evaluation, Controlling und Qualitätskontrolle der durchgeführten Maßnahmen.....	51
E.	Ursachen und Auswirkungen von aktuellen Problemen und Schwachstellen betrieblicher Fortbildung.....	52
1.	Mangelnde Institutionalisierung betrieblicher Fortbildung in Unternehmen.....	53
2.	Selektivität der betrieblichen Fortbildung bezogen auf die Auswahl der Zielgruppen.....	53
3.	Unzureichendes Bedarfs-, Lehr-, Lern- und Transfermanagement in der betrieblichen Fortbildung.....	56
4.	Weitere Herausforderungen betrieblicher Fortbildung.....	57
IV.	Klein- und Mittelunternehmen als prägende Unternehmensform in der Hotellerie: Bedeutung und Spezifika.....	58
A.	Bestandsaufnahme der veränderten Rahmenbedingungen und gegenwärtigen Entwicklungen und Trends.....	58
1.	Darstellung der Wettbewerbssituation: Auswirkungen der Globalisierung der Märkte und des Strukturwandels.....	58
2.	Entwicklung der wirtschaftlichen Situation in der Hotellerie.....	61
a)	Ankünfte, Übernachtungszahlen, Kapazität und Auslastung der Hotellerie in den Jahren 1987 bis 2000.....	61
b)	Umsatzlage der Hotellerie.....	67
c)	Personalsituation und Beschäftigungsstruktur in der Hotellerie.....	70
3.	Darstellung ausgewählter branchenspezifischer Personalprobleme der Hotellerie.....	75
4.	Gegenwärtige und zukünftige Entwicklungen und Trends in der Hotellerie.....	77
B.	Bedeutung und Spezifika von Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	87
1.	Chancen-Risiken- sowie Stärken-Schwächen-Profil von Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	88
2.	Persönliche Dienstleistung als Kern des Produkts von Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	93
a)	Charakteristische Merkmale der hotelbetrieblichen Dienstleistung.....	95
b)	Zur Qualität hotelbetrieblicher Dienstleistung.....	96
c)	Kundenkontakt als „Moment der Wahrheit“ in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	99
V.	Betriebliche Fortbildung in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	101
A.	Handlungsspielraum betrieblicher Fortbildung in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	102
B.	Besonderheiten betrieblicher Fortbildung in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	107
1.	Zur Rolle des Unternehmers in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	107

2.	Die besondere Bedeutung des Mitarbeiters in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	110
3.	Betriebliche Fortbildung als Teil eines umfassenden Qualitätskonzeptes in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	112
C.	Prüfung ausgewählter theoretischer Ansätze zur Erklärung betrieblicher Fortbildungsmaßnahmen auf ihre Eignung für die vorliegende Untersuchung.....	115
1.	Mikroökonomischer Erklärungsversuch betrieblicher Fortbildung.....	116
2.	Soziologische Erklärung betrieblicher Fortbildung anhand des Konzeptes des subjektiv erwarteten Nutzens von Handlungsalternativen.....	118
3.	Skizzierung weiterer theoretischer Ansätze und Modelle zur Erklärung betrieblicher Fortbildung.....	119
D.	Ein Modell zur Erklärung betrieblicher Fortbildung als theoretischer Bezugsrahmen für die empirische Untersuchung: Einflußfaktoren betrieblicher Fortbildung in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie ...	122
1.	Beschreibung der unternehmensbezogenen Einflußfaktoren.....	124
a)	Einfluß des Unternehmers in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	124
b)	Unternehmensgröße, Aufstiegsmöglichkeiten, Laufbahnplanung und interne Rekrutierung.....	125
c)	Saisonalität des Unternehmens.....	126
d)	Personalfuktuation.....	128
e)	Wirtschaftliche Situation des Unternehmens.....	131
f)	Ausgewählte Einflußfaktoren eines Qualitätskonzeptes in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	131
g)	Einflußfaktoren der Fortbildungssituation in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	133
2.	Der Einfluß von mitarbeiterbezogenen Faktoren.....	136
a)	Soziodemographische und soziale Faktoren.....	136
b)	Berufliche und psychische Faktoren.....	141
3.	Einflußfaktoren der Unternehmensumwelt.....	150
VI.	Ableitung von Hypothesen und Hypothesenkomplexen als Grundlage für die Untersuchung betrieblicher Fortbildung in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	157
VII.	Darstellung der zugrunde gelegten Methoden der Datengewinnung über betriebliche Fortbildung in der Hotellerie.....	161
A.	Beschreibung des Untersuchungsdesigns.....	161
B.	Grundgesamtheit und Festlegung der Untersuchungseinheiten.....	163
C.	Datenanalyse und Auswertungsmethoden der erhobenen Daten.....	164
VIII.	Ergebnisse der empirischen Untersuchungen von Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie in Bayern.....	166
A.	Der Unternehmer als wichtigster Einflußfaktor?.....	167
B.	Betriebliche Fortbildung in Abhängigkeit von der Größe des Unternehmens und von kaum vorhandenen Aufstiegsmöglichkeiten.....	175

C.	Saisonalität des Unternehmens und ihr Einfluß auf die betriebliche Fortbildung.....	179
D.	Personalfuktuation und ihre Bedeutung für die betriebliche Fortbildung....	179
E.	Fortbildungsinvestitionen sind unabhängig von der wirtschaftlichen Situation	182
F.	Beschreibung des Einflusses ausgewählter Einflußfaktoren eines Qualitätskonzeptes.....	185
G.	Darstellung von Einflußfaktoren der Fortbildungssituation in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	188
IX.	Gestaltungsmöglichkeiten betrieblicher Fortbildung von Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie	214
A.	Eignung von Fortbildungskooperationen zur Verbesserung der Fortbildungssituation in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie	214
B.	Fortbildungsmaßnahmen mit Hilfe „neuer Medien“	216
C.	Unternehmensspezifische Fortbildungsmaßnahmen mit Hilfe eines externen Trainers in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	219
D.	Akzeptanz der Fernunterrichtsmethode in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie	220
E.	Voraussetzungen für lebensbegleitendes Lernen in Klein- und Mittelunternehmen der Hotellerie.....	222
X.	Zusammenfassung und Ausblick	228