

Inhalt

1	Tourismus in der Weltwirtschaft	9
2	Touristische Leitbilder	15
2.1	Leitbild für Orte und Regionen	16
2.1.1	Leitbild als Instrument für die zukünftige Entwicklung eines Ortes und einer Region	16
2.1.2	Besonderheiten von Tourismusleitbildern	17
2.1.3	Beurteilungsperspektiven touristischer Leitbilder	17
2.1.4	Grundtypen von Planungsansätzen bei der Leitbilderstellung	18
2.1.5	Erarbeitungsprozess	18
2.1.6	Tourismusleitbild der ARGE ALP	19
2.1.7	Tourismuskonzept	21
2.1.7.1	Grundprinzipien eines Tourismuskonzepts	21
2.1.7.2	Wirtschaftliches, ökologisches und soziales Umfeld	21
2.1.7.3	Institutionelle Rahmenbedingungen	22
2.2	Leitbild für Tourismusbetriebe	23
2.2.1	Umwelt- und Inweltanalyse	23
2.2.1.1	Umweltanalyse	24
2.2.1.2	Inweltanalyse (Unternehmensanalyse)	27
2.2.1.3	Unternehmensanalyse am Beispiel eines bestehenden bzw. zu errichtenden Hotels	27
2.2.2	Unternehmensleitbilder – exemplarisch	30
2.2.3	Leitbild als Grundlage für die Entwicklung von Strategien	33
3	Rahmenbedingungen für Tourismusbetriebe	37
3.1	Organisatorischer Rahmen	38
3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen	47
3.3	Finanzierung und Mitteleinsatz	51
3.3.1	Öffentliche Finanzierungshilfen	53
3.3.2	Finanzierungsgrundsätze	61
4	Gründung eines gastgewerblichen Betriebes	63
4.1	Entscheidungskriterien bei der Unternehmensgründung	64
4.2	Wahl der Betriebsart	69
4.3	Wahl des Standortes	73
4.4	Behördliche Auflagen	76
5	Voreröffnungsmanagement	79
5.1	Standortanalyse (1. Schritt)	80
5.2	Erstellen der Pläne und Zeichnungen für den Hotelneubau (2. Schritt)	83
5.3	Zusammenstellung der zu erwartenden Kosten (3. Schritt)	86
5.4	Wirtschaftlichkeitsberechnung (4. Schritt)	87
5.5	Kredit- und Finanzplanung (5. Schritt)	91

INHALT

5.6	Budgetierung (6. Schritt)	92
5.6.1	Öffnungs- und Angebotszeiten	93
5.6.2	Festlegung der Preise	93
5.6.3	Detailfestlegung der Einnahmeerwartungen	94
5.6.4	Personalstellenplan für die ersten 12 Monate	95
5.6.5	Detailliertes Ausgabenbudget	97
6	Voreröffnungs- und Eröffnungsphase eines Hotels – Fallstudie	117
6.1	Pre-Opening	118
6.1.1	Erstellen eines realistischen Betriebsbudgets	119
6.1.2	Aufbau eines erfolgreichen Werbekonzepts	123
6.2	Soft-Opening	127
6.3	Hard-Opening	129
7	Gründung eines Reisemittlers	133
7.1	Marktforschung	137
7.2	Nischenpolitik	138
7.3	Aspekte der Personalpolitik	140
7.4	Werbepolitische Instrumente	142
7.5	Rechtsgrundlagen	145
7.5.1	Rechtsbeziehungen	145
7.5.2	Allgemeine Reise-/Geschäftsbedingungen	153
7.6	Zukunftsperspektiven der Branche	155
	Index	160
	Anhang: Lösungen zu den Aufgaben	162
	Quellen- und Literaturverzeichnis	174
	Text- und Abbildungsnachweis	177
	Stichwortverzeichnis	178