

Inhaltsverzeichnis

Zum Geleit	3
1 Grundlagen des Tourismusmanagements	9
1.1 Der Managementbegriff	10
1.2 Gesamtmanagement – Teilbereichsmanagement	13
1.3 Bestimmung der Vorgehenstrategien des Managements bzw. der Managementsysteme	17
2 Destinationsmanagement	19
2.1 Management und Destination in ihrer Begriffsbestimmung	
2.1.1 Management	19
2.1.2 Destination	
2.2 Destination als Wettbewerbsinstrument	20
2.2.1 Bestimmende Faktoren der internationalen Tourismusszene	20
2.2.2 Zielsetzungen der Destination	21
2.2.3 Alleinstellungsmerkmal (USP)	21
2.3 Destinationsebenen	22
2.3.1 Betriebsebene	23
2.3.2 Ortsebene	23
2.3.3 Regionale Ebene	25
2.3.4 Landesebene	26
2.3.5 Nationale Ebene	26
2.3.6 Internationale Ebene	26
2.4 Personalmanagement der Destination	27
2.5 Fazit	27
3 Umweltmanagement	29
3.1 Strategien	33
3.1.1 Angebotsstrategien	33
3.1.1.1 Reiseveranstalter	34
3.1.1.2 Beherbergungsbetriebe	34
3.1.1.3 Tourismusorganisationen	36
3.1.2 Begrenzungsstrategien	37
3.1.3 Abgeltungsstrategien	38
3.1.3.1 Raumordnung	38
3.1.3.2 Direkte Forderungen	39
3.2 Ziele	39
3.3 Instrumentarium	41
3.3.1 Betriebliche Ebene	41
3.3.2 Kommunale Ebene	43
3.3.3 Regionale Ebene	44
3.4 Landesebene	44
3.5 Bundesebene	45
3.6 Europaebene	46
4 Changemanagement	48

5	Leanmanagement	56
5.1	Begriffsbestimmung	56
5.2	Unternehmenspolitik als konzeptionelle Voraussetzung	57
5.3	Zentrale Denkansätze von Leanmanagement	58
5.4	Die sechs Grundstrategien des Leanmanagements	63
5.4.1	Kunden- bzw. gastorientierte schlanke Fertigung	63
5.4.2	Unternehmensqualität in allen Bereichen	64
5.4.3	Schnelle, sichere Entwicklung und Einführung neuer Leistungen	68
5.4.4	Kunden/Gäste gewinnen und erhalten	68
5.4.5	Wachstums- und Eroberungsfähigkeit	69
5.4.6	Unternehmen in Gesellschaft harmonisch einbinden	69
5.5	Die 10 Arbeitsprinzipien des Leanmanagements	70
5.6	Controlling und Benchmarking als flankierende Instrumente	71
5.7	Umsetzungsmöglichkeiten des Leanmanagements im Tourismus	72
6	Human Resources Management	75
6.1	Strategische Personalplanung	76
6.2	Personalmarketing	78
6.2.1	Personalmarktforschung im Tourismus	79
6.2.2	Instrumente des Personalmarketings	80
6.3	Personalführung	83
6.3.1	Führungsaufgaben	85
6.3.2	Führungskonzeptionen	86
6.3.2.1	Führungsprinzipien und Führungsstile	88
6.3.2.2	Führungstechniken	91
6.3.2.3	Führungsmodelle	94
6.4	Personalcontrolling	97
6.5	Ausblick	99
7	Yieldmanagement	103
7.1	Differenzierte Preisgestaltung als Umsatzoptimierungsbasis	103
7.2	Yieldmanagement in der Hotellerie	107
7.3	Yieldmanagement für Tourismusunternehmen (Tour Operator und Retailer)	109
7.4	Fazit	111
8	Beschwerdemanagement	113
	Quellen- und Literaturverzeichnis	123
	Lösungen	128
	Index	139
	Stichwortverzeichnis	141

Erläuterung der Symbole



Zu jedem Kapitel gibt es eine praxisbezogene Einstiegssituation.



Arbeitsaufgaben für das eigene Studium

länderspezifische Information für:



Österreich

Deutschland



Schweiz

Europäische Union

