

Unternehmertum im Tourismus

Führen mit Erneuerungen

Herausgegeben von

Professor Dr. Klaus Weiermair,
Dr. Mike Peters, Professor Dr. Harald Pechlaner,
Dr. Marc-Oliver Kaiser

Mit Beiträgen von

Professor Dr. Thomas Bieger, Dr. Jörg Frehse,
Professor Dr. Matthias Fuchs, Professor Dr. Hans H. Hinterhuber,
Dr. Marc-Oliver Kaiser, Dr. Joachim Kernstock,
Dr. Christian Laesser, Professor Dr. Josef A. Mazanec,
Dr. Joachim Maschke, Professor Dr. Harald Pechlaner, Dr. Mike Peters,
Frieda Raich, Margit Raich, Professor Dr. Egon Smeral,
Professor Dr. Paul Tschurtschenthaler,
Professor Dr. Klaus Weiermair

ERICH SCHMIDT VERLAG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Autorenverzeichnis.....	IX
Einleitung	
<i>Mike Peters/Klaus Weiermair</i>	
Zur Relevanz und Brisanz des Unternehmertums.....	3
Teil I: Unternehmerische Herausforderungen im „neuen“ Tourismus	
<i>Klaus Weiermair</i>	
Neue Rahmenbedingungen der Individualhotellerie und Gastronomie des 21. Jahrhunderts.....	7
<i>Josef Mazanec</i>	
Veränderungen im Kundenprofil der Ferienhotellerie.....	19
<i>Egon Smeral</i>	
Wachstumsmaschine Tourismus: Semper et Ubique?.....	35
<i>Joachim Maschke</i>	
Finanzierungsengpässe und Eigenkapitalknappheit im Tourismus nach Basel II.....	53
Teil II: Managementherausforderungen im „neuen“ Tourismus	
<i>Thomas Bieger/Christian Laesser</i>	
Neue Organisationsformen und Geschäftsmodelle im Tourismus.....	69
<i>Hans H. Hinterhuber/Margit Raich</i>	
Strategie und Führungsverantwortung im Tourismus.....	91

Paul Tschurtschenthaler
Unternehmerische Aus- und Weiterbildung im Tourismus.....105

Harald Pechlaner/Frieda Raich
Vom Entrepreneur zum „Interpreneur“ – die Rolle des
Unternehmers im Netzwerk Tourismus.....123

Teil III: Unternehmertum und die Entwicklung neuer Dienstleistungen

Jörg Frehse
Internationale Dienstleistungskompetenzen: Neue Impulse
für das strategische Management von Tourismusbetrieben.....141

Marc-Oliver Kaiser
Erfolgsfaktor Kundenzufriedenheit im Tourismus: Neue Ansätze
zur Umsetzung der Dienstleistungsqualität.....163

Joachim Kernstock
Möglichkeiten und Grenzen des Corporate Brand Management.....187

Peter Keller
Innovation und Tourismus.....203

Teil IV: Unternehmertum im Tourismus: Quo Vadis?

Mike Peters
Unternehmerspezifisches Wachstumsverhalten im Tourismus.....219

Matthias Fuchs
Entwicklungspotenzial und Best-Practice der Ressource
Unternehmertum im Tourismus.....237

Mike Peters/Klaus Weiermair
Ausblick oder wohin wird sich die Individualhotellerie in
Zukunft bewegen.....263