



ORGANISATION DES GESCHÄFTSABLAUFS Ivan Marošević

GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMEN

Übersetzung ins Deutsche: Sonja Eterović, Katica Sobo

Teil 1.



Gastgewerbliche
Tätigkeit

Hotelgewerbe

Restaurantwesen

Bars

Animation

Mag. Sc. Ivan Marošević

ORGANISATION DES GESCHÄFTSABLAUFS
GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMEN
Teil 1

Kroatische Auflage

Redakteur: mr. sc. Ivan Marošević

Rezensenten: dr. sc. Franjo Radišić, prof. Nedjeljko Jančić, prof. Vesna Radetić

Grafischer Redakteur: Robert Rukavina, ing. graf.

Lektorin und Korrektorin: Gordana Ožbolt, prof.

Grafische Vorbereitung: Fintrade&Tours d.o.o.

Druck: Zrinski d.d. Čakovec

Herausgegeben in Pula 2011

ISBN 978-953-97582-8-6

UDK 372.864.04(075.3)

Übersetzung ins Deutsche

Verlag: Veleučilište u Karlovcu

Für den Verleger: dr. sc. Branko Wasserbauer, prof. v. š.

Übersetzung ins Deutsche: Sonja Eterović, mag. educ. philol. germ., Katica Sobo,
mag. educ. philol. germ.

Rezensentinnen: dr. sc. Blaženka Filipan-Žignić, dr. sc. Darija Omrčen,
Mirela Landsman Vinković, prof.

Grafischer Redakteur: Miroslav Kodrić

ISBN (on line) 978-953-7343-89-7

Die Veröffentlichung dieser Publikation wurde vom Verleger-Ausschuss der
Fachhochschule in Karlovac aufgrund des Veröffentlichungsbeschlusses
Nr. 7.5-13-2016-2 genehmigt

Ivan Marošević

**ORGANISATION DES
GESCHÄFTSABLAUFS
GASTGEWERBLICHER
UNTERNEHMEN**

(Teil 1.)

LEHRBUCH

für die erste Klasse der Gastgewerbeschule

Beruf Hotelier

Fachrichtung Gastgewerbe

Dritte Ausgabe

*Übersetzung ins Deutsche
Sonja Eterović, Katica Sobo*

Karlovac, 2016

Inhalt

Vorwort	1
1. ORGANISATION DES GESCHÄFTSABLAUFS GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMEN	3
1.1 Begriff Organisation	3
2. GASTGEWERBE ALS WIRTSCHAFTLICHE TÄTIGKEIT	9
2.1 Charakter der gastgewerblichen Tätigkeit	9
2.2 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Tourismus	11
2.3 Verhältnis gegenüber anderen Tätigkeiten	13
2.3.1 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Reiseagenturen	13
2.3.2 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Handel	15
2.3.3 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Handwerk	16
2.3.4 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Industrie	17
2.4 Gastgewerbe als einer der Hauptträger des touristischen Angebots	18
2.5 Funktionen des Gastgewerbes	20
2.6 Bedeutung des Gastgewerbes in der Volkswirtschaft	23
3. GASTGEWERBLICHE DIENSTLEISTUNGEN	33
3.1 Begriff gastgewerbliche Dienstleistungen	33
3.2 Aufteilung der gastgewerblichen Dienstleistungen	34
3.3 Haupt- und Zusatzleistungen und Nebentätigkeiten	38
3.4 Leistungssortiment und –Qualität, Ambiente, Atmosphäre und Komfort	41
3.5 Bedeutung und Art der Realisierung gastgewerblicher Dienstleistungen	45
3.6 Standards und Standardisierung im Gastgewerbe	48
3.6.1 Qualität durch ISO Standards	55
3.6.2 Minimale Bedingungen – grundlegende Standards	56
Literaturverzeichnis für deutsche Auflage	63

Vorwort

Dieses Lehrbuch ist für Schüler der 1. Klasse der gastgewerblichen Mittelschule, Fachrichtung Hotelgewerbe, für das Fach Arbeitsorganisation gastgewerblicher Unternehmen bestimmt.

Das Lehrbuch ist vollständig nach dem Programm für den genannten Beruf geschrieben, wofür 70 Unterrichtsstunden im Schuljahr vorgesehen sind.

Wir sind der Meinung, dass dieses Lehrbuch alle Ziele und Aufgaben erfüllt, die im Programm aufgestellt sind, und die sich auf den Lehrstoff der ersten von insgesamt vier Klassen beziehen. Erlernt wird die Arbeitsorganisation gastgewerblicher Unternehmen, und zwar im Hinblick auf die Feststellung der Bedeutung des Gastgewerbes in der kroatischen Wirtschaft. Im Lehrbuch sind die Grundlagen des Wirtschaftswissens unter dem Aspekt des Kennenlernens der geschäftlichen Organisationsstruktur eines gastgewerblichen Unternehmens als Basis für zukünftige Geschäftsunternehmungen dargestellt.

Das Lehrbuch beinhaltet sieben Kapitel, wie es im Lehrprogramm vorgeschrieben ist: 1. Organisation des Geschäftsablaufs gastgewerblicher Unternehmen, 2. Gastgewerbe als wirtschaftliche Tätigkeit, 3. Gastgewerbliche Dienstleistungen, 4. Entwicklung des Gastgewerbes, 5. Aufteilung des Gastgewerbes, 6. Bedeutung des menschlichen Faktors im Gastgewerbe, 7. Gesetzesregulativ im Gastgewerbe.

Bei dieser Gelegenheit möchte ich mich für die Zusammenarbeit bei der Ausarbeitung dieses Lehrbuchs bei den Rezensenten, Frau Gordana Ožbolt und Herrn Robert Rukavina, sowie bei den Mitarbeitern der Druckerei Fintrade&Tours d.o.o. Rijeka bedanken.

Pula, November 2002

1. ORGANISATION DES GESCHÄFTSABLAUFS GASTGEWERBLICHER UNTERNEHMEN

1.1 Begriff Organisation

Das Wort Organisation stammt vom griechischen Wort *organon*, das ein Werkzeug, aber auch einen Teil des menschlichen oder tierischen Körpers bezeichnet. Eine Reihe von Organen bildet bei Lebewesen den Organismus und in der Technik den Mechanismus, die Maschine.

Das grundlegende Organisationselement – das Organ – ist der Mensch. Die Organisation gilt als die älteste und wichtigste Schöpfung des Menschen.

Von der Organisation kann man sagen, dass sie eine erfundene menschliche Aktivität ist, deren Aufgabe im Zusammenfügen eines oder mehrerer Organe, wichtiger Elemente für das Funktionieren bestimmter Organisationseinheiten ist, die eine genaue Aufgabe erfüllen soll, egal, ob es sich um eine dauerhafte oder einmalige Aufgabe, ein Geschäft, die Schaffung materieller Güter oder die Realisierung von Dienstleistungen entsprechend dem gesetzten Ziel handelt.

Organisation ist ein weiter Begriff, der in allen Lebensbereichen mit verschiedenen Aufgaben auftaucht. Z.B. Organisation eines Ausflugs, Organisation eines Fußballspiels, Organisation einer Theatervorstellung, Arbeitsorganisation, Geschäftsorganisation usw.

Jede unternommene Organisation hat ihr Ziel. Das Ziel jeder Organisation ist die Schaffung der Bedingungen, der Möglichkeit, das gesetzte Ziel so einfach, schnell, gut und billig wie möglich zu erreichen, und

zwar mit möglichst geringen Kosten, damit der Ausflug, die Eintrittskarte für das Fußballspiel und das Theater, sowie für das Produkt oder die Leistung billiger und demnach zugänglicher für ein breiteres Publikum sind, was letzten Endes größeren Gewinn abwirft.

„Organisation ist im allgemeinen Sinn die bewusste Vereinigung von Menschen, deren Ziel es ist, mit adäquaten Mitteln bestimmte Aufgaben zu erfüllen, mit kleinstmöglicher Anstrengung und in jedem Lebens- und Arbeitsbereich. Es ist insbesondere der Begriff der Organisation von Unternehmen, Institutionen von der Organisation einer bewussten menschlichen Tätigkeit im Sinne der Organisation eines bestimmten Arbeitsprozesses zu unterscheiden.“*

Arbeitsorganisation

Die Arbeitsorganisation existiert in der Gesellschaft des Menschen seit uralten Zeiten, seit der Mensch begonnen hat zu arbeiten. Der Zweck liegt darin, die möglichst einfache, schnelle und billige Realisierung der erhaltenen Arbeitsaufgabe in Produktion oder Dienstleistung zu ermöglichen.

Damit eine Organisation funktionieren kann, müssen die entsprechenden Bedingungen und Elemente in Abhängigkeit von der zu erfüllenden Aufgabe gegeben sein.

Die Grundelemente der Arbeitsorganisation, deren Zweck in der Vorbereitung und Realisierung von gastgewerblichen Dienstleistungen liegt, sind:

1. Menschen – mit dem entsprechenden Berufsabschluss und Alter und in ausreichender Anzahl;
2. Arbeitsmittel – vielfältige Ausstattung und Werkzeuge;
3. Raum – ausgestattet für die Vorbereitung und Realisierung von Dienstleistungen;
4. Arbeitsgegenstände – Nahrungsmittel, Getränke und Sonstiges in der entsprechenden Qualität;
5. Zeit – alle genannten Elemente müssen zur selben Zeit am selben Ort sein.

* Business-Wörterbuch („Poslovni rječnik“), Masmedia, Zagreb, 1991, S. 316.

Die Arbeitsorganisation muss das Zusammenspiel aller genannten Elemente zu einer Einheit, zu einem schaffenden Produktionsmechanismus abstimmen, in dem ein oder mehr Mitarbeiter an der Schaffung eines oder mehrerer Produkte oder Dienstleistungen mitwirken, und zwar um das Ziel des besten Arbeitsergebnisses zu erreichen.

Dies kann am einfachsten durch die Arbeit in der Küche dargestellt werden, wo einige Köche eine oder mehrere Speisen für das Frühstück, Mittagessen oder Abendessen vorbereiten. Obwohl jede Speisenart anders zubereitet wird, mit anderen Zutaten, und obwohl ihre Zubereitungszeit nicht gleich lang dauert, müssen alle Speisen zur gleichen Zeit fertig sein.

Ebenso müssen Kellner ihre Arbeit mit der der Küche in Einklang bringen und die Speisen in dem Augenblick übernehmen, wenn sie fertig sind, da fertiges Essen nach (längerem) Stehen seine Qualität einbüßt. Und das bedeutet, dass auch die Abteilungen untereinander ihre Arbeit abstimmen müssen.

Die Arbeitsorganisation beginnt mit der Organisation jedes Arbeitsplatzes für sich, anschließend mit der Anpassung aller Arbeitsplätze untereinander innerhalb der Abteilung, des Betriebs, und danach mit der Anpassung aller Abteilungen innerhalb des Betriebs bzw. der Geschäftseinheit des gastgewerblichen Objekts. Die Arbeitsorganisation einer Abteilung wird vom Abteilungsleiter geleitet und die Unternehmensorganisation von dessen Geschäftsführer.

Geschäftsorganisation eines Unternehmens

Unter einem Unternehmen (einer Handelsgesellschaft) versteht man eine eigenständige wirtschaftliche Organisation, die von ihrem Inhaber gegründet (oder gekauft) wurde, damit er eine für die Gesellschaft nützliche Tätigkeit ausüben und Verdienst bzw. Gewinn machen kann.

Unter der Geschäftsführung eines Unternehmens im Gastgewerbe versteht man seine ständige Aktivität in der Form der Realisierung von Haupt- und Grundleistungen oder in der Form der Instandhaltung des Objekts oder seiner Bearbeitung im technischen, funktionalen, ästhetischen oder hygienischen Sinn.

Die ersten Unternehmen tauchten in der Zeit der Entstehung des Kapitalismus auf, d.h. zu Beginn der industriellen Revolution Ende des 18. und Anfang des 19. Jahrhunderts auf.

Die Geschäftsorganisation von Unternehmen basiert auf der Arbeitsorganisation, auf welcher die übrigen Unternehmensfunktionen aufbauen. Während sich die Arbeitsorganisation hauptsächlich auf die Produktion, die bedienende und anschaffende Funktion bezieht, bezieht sich die Geschäftsorganisation auf alle Unternehmensfunktionen (produktive, bedienende, anschaffende, finanzielle, personelle, entwickelnde, leitende, kontrollierende Funktion usw.), die gemäß der Geschäftspolitik des Unternehmens in einer einzigartigen Produktions- und kompetenten und höflichen Dienstleistungseinheit gegenüber den Gästen in Einklang gebracht werden muss.

Die Geschäftsorganisation eines Unternehmens wird häufig auch als Unternehmensorganisation erwähnt. Der Geschäftserfolg eines Unternehmens hängt in vielem von der Qualität der Geschäftsorganisation ab.

Das Ziel der Geschäftsorganisation eines Unternehmens ist die Produktion bzw. die Realisierung gastgewerblicher Dienstleistungen zu möglichst geringen Gesamtkosten, damit die Produkte und Leistungen für die Kunden so zugänglich wie möglich und der Verdienst des Unternehmens so groß wie möglich sind.

Der Verdienst ist das Geld, das im Unternehmen bleibt, nachdem das Unternehmen seine Schulden, seine Verbindlichkeiten gegenüber seinen Mitarbeitern, dem Staat und den Lieferanten beglichen hat (Lebensmittel, Getränke, Ausstattung, Verbrauchsmaterial, Strom usw.).

Je größer der Verdienst eines Unternehmens ist, desto besser arbeitet das Unternehmen. Unternehmen, denen es nicht gelingt, ihre Schulden zu begleichen, machen keinen Verdienst, sondern schließen und verschwinden schnell.

Formale und informale Organisation

Die formale Organisation ist die Organisation, die im Unternehmen oder in der Geschäftseinheit durch einen amtlichen Akt von Seiten

eines amtlichen Organs, z.B. dem Aufsichts- oder Verwaltungsorgan oder Geschäftsführer, als solche definiert ist. An die formale Organisation müssen sich alle Mitarbeiter halten, auf die sie sich bezieht. Die formale Organisation baut auf den tatsächlichen Bedürfnissen und/oder der Erfahrung aus früheren Zeiten auf. Z.B. kann in einem Unternehmen in der formalen Organisation feststehen, dass ein Zimmermädchen in ihrer Arbeitszeit 15 Zimmer aufräumen, ein Koch 70 Portionen einer bestimmten Speise, ein Kellner in einer Pension 25 Gäste bedienen muss usw.

Die informale Organisation ist die Organisation, die nicht im Voraus von einem entsprechenden Verwaltungsorgan in der Geschäftseinheit vorgeschrieben und genehmigt wurde, sondern die sich notgedrungen nach Bedarf bildet und von den Leitern der Abteilung, der Küche, des Speisesaals, der Rezeption usw. geführt wird. Eine solche informale Organisationseinheit wird meistens durch einen Mitarbeiter verursacht, der nicht rechtzeitig mitteilt, dass er nicht zur Arbeit kommen kann, oder durch eine Gästegruppe, die unangekündigt vor der Tür des gastgewerblichen Objekts steht und schnell bedient werden möchte.

In solchen Fällen wird der Abteilungsleiter eine neue Arbeitsaufteilung durchführen, indem er den anwesenden Mitarbeitern mehr Aufgaben zuteilen wird, als dies sonst üblich ist, so dass durch zusätzliche Anstrengung die Gäste bedient werden. So wird beispielsweise das Zimmermädchen 20 Zimmer anstatt 15 aufräumen, der Koch 90 anstatt 70 Mahlzeiten und der Kellner vielleicht 30 anstatt 25 Gäste bedienen müssen. Solche Organisationen werden auch als „improvisierte Arbeitsorganisationen“ bezeichnet.

Informale Organisationen einer Arbeit im Gastgewerbe dauern üblicherweise nicht länger als zwei Tage, bis der verhinderte Mitarbeiter wieder zur Arbeit kommt oder ein Ersatz für ihn gefunden wird. Diese Organisation sollte in der Praxis der formalen Organisation so ähnlich wie möglich sein.

DESTINATIONEN FÜR TOURISTEN



Dubrovnik



Cruiser

2. GASTGEWERBE ALS WIRTSCHAFTLICHE TÄTIGKEIT

2.1 Charakter der gastgewerblichen Tätigkeit

Das Gastgewerbe kann als Wirtschafts-, Produktions- und Dienstleistungstätigkeit definiert werden, die im Verkauf, in der Produktion (Vorbereitung) verschiedener Speisen und warmer und kalter Getränke und im Servieren derselben, in der Unterkunftsdienstleistung in besonders vorbereiteten Zimmern und Appartements und in Unterhaltungs- und Freizeitdienstleistungen und deren Verkauf in einem gastgewerblichen Objekt tätig sind. Die Dienstleistungen werden in demselben Objekt verkauft, bestellt und für bekannte Gäste (Kunden) vorbereitet, die sie nach der Benutzung bezahlen.

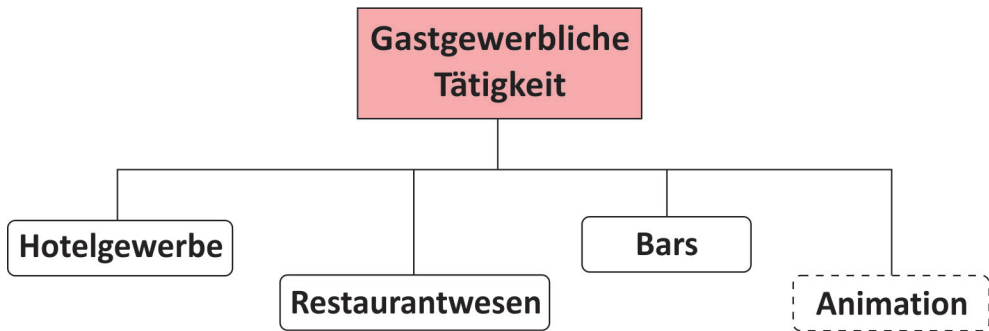
Die Dienstleistungen werden im Gastgewerbe auf eine besondere, gastgewerbliche Weise und gemäß den Berufsregeln für die jeweilige Dienstleistung angeboten.

Obwohl die Dienstleistungen in den Bereichen Spaß, Unterhaltung und aktive Freizeit keine klassischen gastgewerblichen Dienstleistungen sind, knüpfen die Gäste häufig ihren Aufenthalt in einem bestimmten gastgewerblichen Objekt bzw. in einem bestimmten Touristenort gerade an sie, und deshalb werden sie zum Imperativ, zur Pflicht für viele gastgewerbliche Objekte oder touristischen Orte. Sie müssen berücksichtigt werden, und es müssen entsprechende Objekte für diesen Zweck gebaut werden.

Auf die Frage, ob das Gastgewerbe mehr eine Produktions- oder Dienstleistungstätigkeit ist, kann man sagen, dass die Zubereitung von Speisen, warmen und gemischten Getränken mehr eine Produktionstätigkeit ist, während die Unterkunftsdienstleistung und die Dienstleistung des Servierens der zubereiteten Speisen und warmen und

gemischten Getränke eine reine Dienstleistungstätigkeit ist. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass das Gastgewerbe im Grunde sowohl eine Produktions- als auch eine Dienstleistungstätigkeit ist, die viel lebende menschliche Arbeit erfordert, weil bei der Produktion und bei Dienstleistungen wenig maschinelle Hilfe in Anspruch genommen werden kann.

Die Wirtschaftswissenschaft hat das Gastgewerbe in wirtschaftliche Dienstleistungstätigkeiten eingeordnet, die zum Tertiärsektor, dem Dienstleistungssektor, gehören, weil es gilt, dass im Gastgewerbe mehr Dienstleistungen geboten als Speisen, warme und gemischte Getränke produziert werden.



Das Gastgewerbe ist ein Wirtschaftszweig, in dessen Objekten nach dem Prinzip des „guten Wirtschaftlers“ gearbeitet wird, dessen Ziel es ist, möglichst vielfältige und qualitativ gute Dienstleistungen zu möglichst geringen Kosten anzubieten, damit möglichst großer Verdienst gemacht wird.

Aus dem Vorgebrachten geht hervor, dass das moderne Gastgewerbe ein Sammelbegriff ist, der unter einem gemeinsamen Namen die folgenden vier Tätigkeiten und Aktivitäten vereint:

- **Hotelgewerbe*** - hierunter versteht man das Anbieten von Unterkunftsdienstleistungen in Hotels, Motels, Pensionen usw.

* Hotelgewerbe wird im Französischen *hôtellerie*, im Italienischen *alberghiera*, im Deutschen *Hotellerie*, im Englischen *hotellerie* genannt; Die Hotelindustrie wird im Französischen als *industrie hôtellerie*, im Italienischen als *industria alberghiera*, im Deutschen *Hotelgewerbe*, im Englischen *hotels industry* bezeichnet.

- **Restaurantgewerbe** ^{*} - hierunter versteht man das Anbieten von Dienstleistungen in Bezug auf Speisen und warme und kalte Getränke in Restaurants, Gaststätten, Milch Café Bar, Konditoreien u.ä.
- **Bars** (Kaffeehausbetrieb) ^{**} - ihre Arbeit besteht im Anbieten von Dienstleistungen in Bezug auf kalte Getränke, Speisen und warme Getränke in Bars, Kaffeehäusern, Bierstuben, Weinkellern usw.
- **Animation** ^{***} - Die Animation hat die Aufgabe Dienstleistungen anzubieten, die sich auf aktive Freizeitgestaltung in Hotels, Hotelsiedlungen, Appartementsiedlungen usw. beziehen (siehe S. 125).

Das Gastgewerbe ist eine Tätigkeit, die mit dem Anstieg des Lebensstandards immer wichtiger wird und sich auf die folgenden Bestandteile aufteilt:

2.2 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Tourismus

Wir wissen, dass der Begriff Tourismus Reisen von Menschen und deren längeren oder kürzeren Aufenthalt in einem Ort kennzeichnet, der nicht ihr ständiger Wohnort ist. Ziel dieses Aufenthalts außerhalb des Domizils ist für diese Reisenden am häufigsten Erholung, Unterhaltung, Freizeit oder reine Neugierde – der Wunsch, unbekannte Menschen und Gegenden kennen zu lernen – es kann sich aber auch um Arbeit, Studium, medizinische Behandlungen, die Pilgerfahrt an einen heiligen Ort und anderes handeln. Es gilt, dass ein solcher Aufenthalt nicht kürzer als einen Tag und nicht länger als ein Jahr dauern dürfte.

Damit diese Reisenden, Touristen, das Ziel ihrer Reise qualitativ gut realisieren können, suchen und befriedigen sie ihre existentiellen (primären) und anderen Bedürfnisse meistens in gastgewerblichen

* Franz. *restaurant* – Restauration, Restaurant, Restaurantwesen – Anbieten von Speisen und Getränken, *restaurater (restorater)* – Inhaber eines Restaurants, einer Restauration, Betreiber eines Gastgewerbes, Koch.

** In Zeiten vor dem Zweiten Weltkrieg war ein Kaffeehaus viel mehr als eine Bar, und diese Tätigkeit hieß – Kaffeehausbetrieb. In der heutigen Zeit gibt es viel mehr Bars als Kaffeehäuser. Und der Wert der Dienstleistungen übersteigt bei Weite den in Kaffeehäusern.

*** Franz. *animier* – animieren, „erfreuen, unterhalten, Stimmung machen“. Ein Animateur ist eine Person, die Gäste zu kulturellen und unterhaltenden Aktivitäten animiert.

Objekten, Hotels, Restaurants, Bars und ähnlichen Objekten, für deren Dienstleistungen sie Preise bezahlen, die das gastgewerbliche Objekt festgelegt hat, oder aber in Absprache mit der Reiseagentur, insofern diese den Touristen an dieses Objekt verwiesen hat. Die vielfältigen gastgewerblichen Objekte in einem Ort, die hauptsächlich der Befriedigung der Bedürfnisse und Wünsche von Touristen bestimmt sind, bezeichnen wir als Tourismus-Gastgewerbe.

Das Gastgewerbe eines Ortes wird auch als rezeptiver* Tourismus bezeichnet, und viele halten ihn für die materielle Basis des Tourismus. Diese Massenbewegung des Tourismus hat eine besondere Wirtschaftstätigkeit unter dem Namen „touristische Wirtschaftstätigkeit“ geschaffen, deren Gerüst im Gastgewerbe, im Verkehr, im Handel und in der Landwirtschaft besteht. Der Tourismus und das Gastgewerbe eines touristischen Ortes sind miteinander verbunden, sie hängen voneinander ab. Der Tourismus hilft dem Gastgewerbe bei seiner Entwicklung und Modernisierung. Das Gastgewerbe hilft durch die Entwicklung eines immer breiteren Sortiments an Qualitätsdienstleistungen für möglichst zufriedene Touristen bei der Entwicklung des Tourismus bzw. beeinflusst die Anziehung von Touristen in einem bestimmten Ort, einer Region, einem Land.



Rovinj



Souvenirs

* Das Wort rezeptiv beschreibt die Fähigkeit, jemanden – einen Gast – aufzunehmen. In unserem Fall die Bereitschaft, in- und ausländische Touristen aufzunehmen. Demgegenüber ist ein Emissionsland ein Land, aus dem ausländische Touristen kommen.

2.3 Verhältnis gegenüber anderen Tätigkeiten

2.3.1 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Reiseagenturen

Potentielle Gäste können sich selbst in dem Hotel melden, in dem sie ihren Aufenthalt in einer bestimmten Zeit buchen möchten, aber die meisten Gäste, insbesondere ausländische, wenden sich zwecks Unterstützung an Reisebüros in ihrem Land bzw. Ort.

Reiseagenturen sind spezielle Vermittler zwischen den gastgewerblichen Einheiten (Hotel, Pension, Hotelsiedlung usw.) und den potentiellen Gästen, die in einem bestimmten gastgewerblichen Objekt eine bestimmte Menge und Qualität an Dienstleistungen in einer bestimmten Zeit und zu einem bestimmten Preis bekommen möchten.

Für ihre Leistungen beim Auffinden von gastgewerblichen Objekten und beim Vereinbaren der Dienstleistungen erhalten Reiseagenturen die vereinbarte Vermittlungsprovision von Seiten des Gastgewerbes als Erträge, mit denen sie ihre Verbindlichkeiten begleichen und ihre Pläne verwirklichen.

Das Verhältnis zwischen dem Betreiber des Gastgewerbes und der Reiseagentur wird überwiegend in Verträgen geregelt, wie z.B. im:

- **Rahmenvertrag** – in der Praxis bekannt als „Vertrag auf Grundlage einer angeforderten und bestätigten Reservierung“, in welchem sich der Hotelier verpflichtet, dass er auf Verlangen der Reiseagentur die angeforderte Reservierung für die Unterbringung der Gäste oder eine andere Dienstleistung in seinem Objekt zu dem im Voraus vereinbarten Preis und zur vereinbarten Provision annehmen wird. Auf Grundlage der vom Hotel bestätigten Reservierung zahlt der Gast der Agentur den Wert der geforderten Leistung ein, und die Reiseagentur stellt ihm ein Dokument – einen Gutschein – aus, dessen Kopie sie an das Hotel schickt. Der Gast übergibt im Hotel den Gutschein und „bezahlt“ mit ihm die vertraglichen Leistungen. Nach in Anspruch genommener Dienstleistung stellt das Hotel der Agentur zusammen mit beigelegter Rechnung den Gutschein zur Einziehung zu.

- *Allotment-Vertrag* – Vertrag, in welchem der Hotelier sich dazu verpflichtet, dass er in der vereinbarten Zeit dem Reisebüro eine bestimmte Anzahl an Zimmern im geforderten Hotel, Apart-Hotel usw. zur Verfügung stellen und die geforderten Dienstleistungen zur vertraglichen Provision anbieten wird.
- *Vertrag über die Pachtung von Kapazitäten* – auch als „Festvertrag“ und „Vertrag voll für leer“ bekannt. Dieser Vertrag wird zwischen Hotelier und Reisebüro geschlossen. Anhand des Vertrages pachtet das Reisebüro das gesamte Hotel, die Pension usw. oder nur eine bestimmte Anzahl an Zimmern für eine bestimmte Zeit. Im Vertrag wird definiert, dass die Agentur die gepachteten Kapazitäten zum vereinbarten Preis bezahlt, unabhängig davon, ob sie genutzt wurden oder nicht. Einen solchen Vertrag schließt das Reisebüro mit dem Hotelier dann, wenn es sicher ist, dass die Kapazitäten genutzt werden, und das ist meistens in der Spitze der Touristensaison, während eines Kongresses, Sport-Events usw.

Dies sind die drei Hauptverträge, die am häufigsten für das Geschäftsverhältnis zwischen dem Hotel und der Reiseagentur verwendet werden.

Die Provision für die Reiseagentur – ist der Betrag, den das gastgewerbliche Objekt in Prozent oder als Festbetrag für den Wert der den Gästen gebotenen Dienstleistungen (Pension, Unterkunft, Verpflegung usw.) genehmigt, die das Reisebüro an das gastgewerbliche Objekt verwiesen hat.

Die Provision ist für manche Dienstleistungen üblich, für andere wird sie vereinbart. Je nach Art der Dienstleistung beträgt die Provision zwischen 3% und 15%.

Das Geschäftsverhältnis zwischen der Reiseagentur und dem gastgewerblichen Objekt wird häufig auch als „Touristik-Vermittlung“ bezeichnet.

2.3.2 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Handel

Das Gastgewerbe und der Handel gehören zur Gruppe der Dienstleistungstätigkeiten, jedoch mit sehr unterschiedlichen Arbeitstechnologien und –Organisationen. Die Pflicht des Handels ist es, rechtzeitig den Austausch von Gütern zwischen deren Hersteller und dem Verbraucher durch Vermittlung des eigenen Groß- oder Kleinhandels zu sichern. Das Gastgewerbe gilt als Großverbraucher der verschiedenen Waren, die es im Laden gibt. Damit sind insbesondere Lebensmittel, vielfältige Getränke, kleines und großes Inventar, Verbraucherwaren für die ästhetische und hygienische Instandhaltung der gastgewerblichen Objekte, der Arbeitsbekleidung usw. gemeint. Der Mangel an bestimmten Waren kann sich sehr negativ auf das Geschäft des gastgewerblichen Objekts auswirken.

Der Handel spielt eine wichtige Rolle bei der Anschaffung verschiedener Waren, Lebensmittel und Getränke, jedoch verkauft das Gastgewerbe nur einen sehr kleinen Teil dieser Waren in der Form, in der es sie vom Handel gekauft hat, und zwar selbst dann, wenn bestimmte Getränke und Lebensmittel in der Originalverpackung serviert werden. Zum Beispiel werden alkoholische Getränke in kleine Gläser umgeschüttet, die Bierflasche wird gekühlt, dann abgewischt, damit sie sauber auf den Tisch des Gastes kommt, zusammen mit dieser Flasche ist auch ein Glas zu servieren usw. Brot, Käse und getrocknete Fleischspezialitäten werden in der Küche kleingeschnitten, auf Portionen aufgeteilt und bei Bedarf auf einer Platte oder einem Teller dekoriert und dem Gast anschließend serviert, der an einem Tisch sitzt, der mit einer sauberen Tischdecke bedeckt ist usw. Alles muss auf adäquate und kompetente Weise serviert werden.

Der Unterschied zwischen Gastgewerbe und Handel spiegelt sich auch darin wider, dass das Gastgewerbe in seiner Zusammensetzung neben Dienstleistungs- auch Produktionstätigkeiten hat.

Wie man sieht, ist das Gastgewerbe auf den Handel angewiesen, und der Handel sieht großen Nutzen in der Zusammenarbeit mit dem Gastgewerbe.

2.3.3 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Handwerk

Unter dem Handwerk versteht man eine Tätigkeit, die eine Produktions-, Umsatz- und Dienstleistungstätigkeit sein kann. Diese Tätigkeit wird selbständig und dauerhaft und gemäß dem bestehenden Handwerksgesetz ausgeübt, um Gewinn bzw. Verdienst durch die Herstellung von Produkten, den Umsatz oder Dienstleistungen auf dem Markt zu machen. Das Handwerk kann jede Person ausüben, die von der lokalen Behörde einen Handwerksschein bekommt. Im Rahmen des Handwerks ist es erlaubt, jede Tätigkeit auszuüben, die nicht gesetzlich verboten ist, und wenn dies nicht auf industrielle, sondern hauptsächlich auf manuelle Weise mit Hilfe von Werkzeugen und weniger mit Maschinen erfolgt.

Wenn die Handwerker produzieren, dann tun sie dies in der Regel in kleineren Serien, oder sie stellen Unikate her. Handwerksbetriebe haben eine kleinere Anzahl an Beschäftigten, häufig nur eine Person mit einem oder zwei Familienmitgliedern. Die Handwerkstätigkeit zählt zur so genannten kleinen Wirtschaft.

Für das Gastgewerbe sind Handwerker deshalb wichtig, weil ihre vielfältigen Dienstleistungen, d.h. die Instandhaltung und Reparatur von Elektro- und Wasserleitungen, Zentralheizungen, Wärm- und Kühlanlagen, die Ausführung kleinerer Maurer- oder Malerarbeiten, verschiedener Tischlerarbeiten, das Nähen neuer und das Ausbessern gebrauchter Arbeitsbekleidung und Hotelwäsche, das chemische Reinigen von Anzügen und Wäsche, die Instandhaltung des Fuhrparks für Straßen, die See und Flüsse, die Instandhaltung und Reparatur von Telefonen, Fernseh- und Videogeräten usw. Im Hotel können Frisör-, Rasur-, Manikür-, Pedikür- und Fotoleistungen, sowie andere Leistungen als handwerkliche Leistungen angeboten werden. Eine besondere Handwerksart ist das Kunsthandwerk, das verschiedene Kunstgegenstände aus Holz, Metall, Keramik, Textil usw. mit Kunstwert hervorbringt, sowie Souvenirs.

Die Ähnlichkeit zwischen dem Gastgewerbe* und dem Handwerk erkennt man in kleineren gastgewerblichen Einheiten, wie z.B. Restaurants, die Essen nach Bestellung zubereiten, Kaffeehäusern und

* Siehe Handwerksgesetz, Gesetzblatt 77/93 und 90/96.

Bars mit wenigen Angestellten, mit proportional geringem investierten Kapital entsprechend der Zahl der Angestellten, mit schwacher technischer Ausstattung und niedriger Produktivität, geringer Arbeitsaufteilung (eine Person erledigt mehrere Arbeiten), mit veränderlicher Produktqualität, mit Produktionsleistungen, die bekannten Abnehmern angeboten werden, und die hauptsächlich nicht für Läden, sondern direkt für den Auftraggeber herstellen. Handwerksdienstleistungen tragen in vielem zur Lebensqualität im gastgewerblichen Objekt bei.

Viele gastgewerbliche Objekte, die selbständig tätig sind, und die nicht als Handelsgesellschaften registriert sind (Unternehmen), arbeiten nach dem Handwerksgesetz und dem Gesetz über die gastgewerbliche Tätigkeit und zählen zu Handwerksbetrieben.

2.3.4 Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Industrie

Während das Gastgewerbe zur Dienstleistungs- und zur Produktionstätigkeit zählt, ist die Industrie eine reine Produktionstätigkeit mit einem sehr breiten Sortiment verschiedenster Produkte von unterschiedlicher Lebensdauer, die bei der Herstellung die modernsten Maschinen, Mechanisierung und Automatisierung verwendet.

Die Industrie stellt in der Regel eine größere Anzahl gleichwertiger Produkte in Serien von zehn, hundert und sogar mehreren tausend Stück her, und zwar in der Regel für einen unbekannten Käufer, so dass diese Produkte meistens längere oder kürzere Zeit im Lager aufbewahrt werden, bevor sie zum Käufer gelangen, wobei die Dauer der Nutzbarkeit einiger Produkte in einer größeren Zahl von Jahren gemessen wird.

Von allen Industriearten sind für das Gastgewerbe die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie, die Bau-, Holz- und Textilindustrie, die Glas- und Porzellanindustrie, die Elektroindustrie, die Klimaanlage-industrie usw. am wichtigsten.

Ohne diese Industrien könnte heute kein einziges gastgewerbliches Objekt tätig sein, was bedeutet, dass diese Industrien wesentlich auf das Sortiment und die Qualität der Dienstleistungen Einfluss haben, die das Gastgewerbe anbietet.

Wir wissen, dass das Gastgewerbe auch in der Produktion von Dienstleistungen tätig ist. Diese Dienstleistungen werden für einen bekannten Käufer, den Gast, vorbereitet und durchlaufen kein Lager. Der Gast kann in Bezug auf die Menge, das Aussehen, den Geschmack, die Temperatur, die Länge der Garzeit usw. auf einzelne Dienstleistungen einwirken, ohne dass sich dabei von Seiten des Betreibers des Gastgewerbes der Dienstleistungspreis ändert, was in der Industrie normalerweise nicht der Fall ist. Die gastgewerblichen materiellen Dienstleistungen sind Verbrauchsgüter von kurzer Lebensdauer.

Vom nordamerikanischen Kontinent kommt der Begriff „Hotel-industrie“ und „Gastgewerbeindustrie“, weil dort schon Ende des 19. Jahrhunderts der Bau von Hotels mit mehreren tausend Betten und Restaurant mit einer großen Anzahl an Sitzplätzen, mit riesigen Bankett-Sälen usw. begann. Damals begann man zum ersten Mal mit der Einführung von Standards im Gastgewerbe, was sehr der industriellen Produktion von gastgewerblichen materiellen Dienstleistungen ähnelte. Zum ersten Mal begann man im Gastgewerbe mit der Anwendung des industriellen Geschäftsprinzips. Diese Zeit kann als die erste Phase der Gastgewerbeindustrie bezeichnet werden, während die zweite Phase, so glaubt man, mit der Erschaffung von Hotel- und Restaurantketten begann, die heute hunderte und tausende gleichwertiger Objekte zählen, deren Technologie und Dienstleistungen wie ein Ei dem anderen gleichen. Die dritte Phase der Entwicklung der gastgewerblichen Industrie begann mit der Einführung der Elektronik in die gastgewerblichen Objekte.

2.4 Gastgewerbe als einer der Hauptträger des touristischen Angebots

Unser Gastgewerbe ist, wie wir gesehen haben, mit zahlreichen Wirtschaftszweigen verbunden, und eines seiner Teile ist nahezu abhängig vom Tourismus. „Der Begriff Tourismus bedeutet Reisen, Bewegung, Touristenverkehr.“ Man muss den Tourismus als gesellschaftliche Erscheinung vom Tourismus als Wirtschaftstätigkeit unterscheiden. Der Tourismus als gesellschaftliche Erscheinung umfasst das Reisen, das Bewegen (Verkehren) von Individuen und

Gruppen, die vorübergehend ihren ständigen Aufenthaltsort verlassen, verreisen, Touristendestinationen besuchen und sich in solchen Orten aufhalten.

Der Tourismus als Wirtschaftstätigkeit besteht im Anbieten vielfältiger Dienstleistungen in Bezug auf den Verkehr in- und ausländischer Touristen, und zwar auf wirtschaftlicher Basis (gegen Vergütung).*

Das Gastgewerbe ist mit Sicherheit der wichtigste Faktor, der den Tourismus als gesellschaftliche und wirtschaftliche Tätigkeit in einem bestimmten Touristenort, einer Touristengegend oder einem Touristenland fördern kann.

Es heißt, dass das Gastgewerbe „rezeptiver Tourismus“** ist, weil jede Ankunft eines Touristen in einem bestimmten Ort auch die Benutzung vieler oder nur einiger gastgewerblicher Leistungen, Unterkünfte, Speisen, Getränke, Unterhaltungs- und Freizeitangebote einschließen. Dies ist der Grund, warum Touristen das meiste Geld in gastgewerblichen Objekten lassen bzw. in den Orten ihres vorübergehenden Aufenthalts.

Einigen Indikatoren zufolge haben Touristen im kroatischen Gastgewerbe allein für die Begleichung ihrer existentiellen Bedürfnisse rund 80 % der für touristische Zwecke bestimmten Mittel verbraucht. Wenn man dies im weltweiten Verhältnis betrachtet, sieht man, dass der durchschnittliche Tourist im Gastgewerbe nur 50 % dieser Mittel verbraucht und den Rest in Läden und für Unterhaltung ausgibt, was ein Zeichen dafür ist, dass er insgesamt mehr verbraucht. Der Grund dafür liegt darin, dass unsere Gastgewerbebetreiber zu wenig Unterhaltung und Spaß anbieten, und dass die Läden keine Waren haben, die Touristen anziehen würden, weshalb die Gäste mit Geld nach Hause kehren, das sie verbrauchen wollten, es aber nicht getan haben.

Dass das Gastgewerbe die materielle Grundlage (Basis) des Tourismus darstellt, sagt man deshalb, weil es durch seine Anwesenheit im Touristenort den Touristen ihre existentiellen Bedürfnisse sichert, und sogar viel mehr als das.

* Dr. Milko Štambuk, Organisation „our“ im Gastgewerbe, Školska knjiga, 1982, S. 13.

** Franz. *reception* – Empfang, Aufnahme, rezeptiver Tourismus – gastgewerbliche Objekte, die Touristen aufnehmen, bewirten.

Das Gastgewerbe ist der wichtigste rezeptive Faktor für Touristen in einem Touristenort, und wenn es diesen nicht gäbe, dann wäre der wirtschaftliche Nutzen vom Tourismus für diesen Ort sehr klein, weil ihnen zu wenig Unterhaltung und zu wenige Waren in den Läden angeboten werden.

2.5 Funktionen des Gastgewerbes

Unter den Funktionen des Gastgewerbes als wirtschaftlicher Tätigkeit versteht man seine Rolle, seine Pflichten, die es während seiner Existenz erfüllen und erledigen muss, und zwar gemäß dem, was im Gründungsakt des Unternehmens (der Handelsgesellschaft) steht, auf dessen Grundlage das Unternehmen beim zuständigen Handelsgesetz registriert ist, und auf Grundlage der Tradition, die im jeweiligen Ort oder in der jeweiligen Region herrscht. Das Unternehmen arbeitet über seine Geschäftseinheiten, die Hotels, Restaurants, Kaffeehäuser, Bars usw. sein können.

Die Grundfunktionen des Gastgewerbes sind:

- Unterkunftsdienstleistungen
- Dienstleistungen in Bezug auf Speisen und kalte und warme Getränke, und immer häufiger ist auch die Rede von Dienstleistungen aktiver und passiver Freizeit- und Unterhaltungsdienstleistung
- Kongress-, Konferenz- und ähnliche Dienstleistungen.

Im Hinblick auf den Charakter können diese Funktionen in zwei Gruppen eingeteilt werden:

- wirtschaftlich-kommerzielle und in
- gesellschaftliche oder unwirtschaftliche Funktionen.

Wirtschaftlich-kommerzielle Funktionen

- **Produktionsfunktion** – bezieht sich auf die Produktion materieller Leistungen, verschiedener Arten von warmen und kalten Speisen, Süßwaren und Getränken (siehe Hilfstätigkeiten, S. 32)
- **Verkaufsfunktion** – hier besteht die Aufgabe darin, so viele Produkte und Dienstleistungen wie möglich zu verkaufen.

Der Verkauf erfolgt auf die zwei folgenden Arten:

- a) persönlich im gastgewerblichen Objekt
- b) durch Vermittlung der in- oder ausländischen Reiseagentur.

Die gastgewerblichen Dienstleistungen werden zuerst verkauft und dann vorbereitet. So wird für einen bekannten Gast oder für den, der bestimmt kommen und die Dienstleistungen konsumieren wird, gearbeitet. Der Gast – Käufer – kann eine oder mehrere Dienstleistungen bestellen (kaufen), ebenso wie ein ganzes „Dienstleistungspaket“ (Unterkunft, Verpflegung, Freizeit, Ausflüge usw.).

- **Dienstleistungsfunktion** – folgt nach der Verkaufs- und Produktionsfunktion. Das Anbieten von Unterkunftsdienstleistungen unterscheidet sich im technischen und technologischen Sinn in Vielem von den Dienstleistungen in Bezug auf Speisen, sowie warmen und kalten Getränken. Dienstleistungen im Gastgewerbe werden in einem speziell dafür vorbereiteten Ambiente von dafür qualifiziertem Fachpersonal gemäß den üblichen Regeln angeboten.
- **Unterhaltungsfunktion** – wird immer wichtiger im gastgewerblichen Angebot. Die Unterhaltungsfunktion im Gastgewerbe gibt es schon seit einer Reihe von Jahren, sie ist im Grunde so alt wie bestimmte Arten der gastgewerblichen Objekte – die ersten Schenken, Kaffeehäuser, die heutigen Nachtclubs und Bars usw. Sie besteht aus dem Betrachten oder Teilnehmen an Tänzen, verschiedenen Gesellschaftsspielen, vom Singen oder nur vom Zuschauen.
- **Freizeitfunktion** – diese Funktion erfolgt in den gastgewerblichen Objekten meistens in Hotels, und zwar organisiert. Sie wird geleitet von kompetenten Personen, die animateure heißen, die für die Freizeitgestaltung der Gäste zuständig sind. Zu diesem Zweck werden am häufigsten Schwimm-, Tauch-, Wasser- oder Schneeskikurse oder –Wettbewerbe, Fußball- oder Basketballspiele und andere Gesellschaftsspiele in Organisation des Animationsdienstes angeboten.

Die Teilnehmer der aktiven oder passiven Freizeitgestaltung im gastgewerblichen Objekt bezahlen diese Dienstleistung direkt oder in Form einer Eintrittskarte im gastgewerblichen Objekt oder durch einen höheren Preis für die übrigen Dienstleistungen, die sie konsumieren. Es heißt, dass die Gäste aktiv Urlaub machen, wenn sie selbst an einigen Aktivitäten teilnehmen, und passiv, wenn sie da sitzen und Musik hören und anderen dabei zuschauen, wie sie tanzen oder Sport machen.

Gesellschaftliche oder unwirtschaftliche Funktionen

Hiermit sind die Bedingungen gemeint, die geschaffen werden, um verschiedene gesellschaftliche Aktivitäten unter dem kulturellen, bildenden, politischen, medizinischen, humanitären, sportlichen und unterhaltenden Aspekt und unter ähnlichen Aspekten im gastgewerblichen Objekt zu organisieren. Die Rolle des gastgewerblichen Objekts läuft in diesen Funktionen auf die kostenlose oder sehr günstige Vermietung verschiedener Räumlichkeiten, Säle mit der adäquaten Ausstattung und Technik für die darin stattfindende Manifestation, Sportplätze, Schwimmbäder usw., was besonders für kleinere und ärmere Orte wichtig ist, die solche Objekte nicht besitzen. In Hotels und ähnlichen Objekten übernachten Menschen aus verschiedenen Gegenden der Welt, mit verschiedenen Berufen, Kulturen, Bildungen, politischen Überzeugungen, finanziellen Möglichkeiten usw. Sie können durch gegenseitiges Kennenlernen positiv aufeinander wirken.

Zu den übrigen Funktionen des Gastgewerbes zählt:

- Die Eröffnung neuer Arbeitsplätze und die Beschäftigung von Arbeitslosen.
- Das Gastgewerbe ist ein Großverbraucher verschiedener Waren und hilft dadurch beim Warenaustausch auf dem Markt.
- Durch den Verkauf von Dienstleistungen an ausländische Gäste wird das Gastgewerbe zum „unsichtbaren Exporteur“, wodurch man an ausländische Zahlungsmittel kommt.
- Das Gastgewerbe hilft bei der Verbesserung des Lebensstandards der arbeitenden Personen, die nach der täglichen Arbeit seine Dienstleistungen nutzen.

- Durch seine unterschiedlichen Preise (Kategorisierung) unterstützt das Gastgewerbe die verschiedenen gesellschaftlichen Schichten aus entfernteren Gegenden, damit sie ihren Urlaub auf angenehme Weise verbringen, verreisen usw.
- Das Gastgewerbe fördert den Geldfluss von reicheren in ärmere Gegenden, insbesondere in touristisch interessantere.
- Das Gastgewerbe hilft im breitesten Sinne des Wortes der Entwicklung des Tourismus und Ähnlichem.

2.6 Bedeutung des Gastgewerbes in der Volkswirtschaft

Unter der Wirtschaft eines Landes versteht man eine gedachte und organisierte menschliche Tätigkeit, deren Ziel es ist, die Produktion (den Reichtum) zu vergrößern und materielle Güter und Dienstleistungen zu nutzen, die einzelne (individuelle) und gemeinschaftliche (gesellschaftliche) Bedürfnisse der Bewohner des Landes befriedigen sollen, und zwar im breitesten Sinne des Wortes, innerhalb einer bestimmten Zeit.

Bei der Einschätzung der Bedeutung eines Wirtschaftszweigs, ist auch zu berücksichtigen, wie sehr dieser zur Entwicklung anderer Wirtschaftszweige beiträgt. Ein Wirtschaftszweig ist nur ein Teil des Ganzen und beeinflusst mit Sicherheit mit seiner Prosperität mehr oder weniger den Erfolg anderer Wirtschaftszweige. In jedem Land gibt es eine oder mehrere Wirtschaftstätigkeiten, die der Staat einige Zeit lang auf unterschiedliche Weise unterstützt (günstige Kredite, Befreiung von Zöllen für den Import von Ausstattung usw.), um anderen Tätigkeiten zu helfen. Zum Beispiel kann der Staat der Zementindustrie helfen, weil es ohne Zement keinen Bau von Einfamilienhäusern, Hotels, Fabriken gibt, ebenso wie die Nahrungsmittelhersteller, damit sie in den Läden billiger sind, wodurch die Konkurrenzfähigkeit im Gastgewerbe angehoben wird.

Die Bedeutung des Gastgewerbes in der Volkswirtschaft eines bestimmten Landes erkennt man am leichtesten durch:

1. die Beschäftigung von Arbeitskräften
2. den Tourismus und „unsichtbaren Export“



3. den Warenumsatz
4. den Lebensstandard
5. die Schaffung materieller Güter
6. die internationale Bedeutung des Tourismus.

Das Gastgewerbe ist eine arbeitsintensive Tätigkeit, was bedeutet, dass es mehr die menschliche Arbeitskraft als Maschinen, Mechanik und Automatik nutzt. Es heißt, dass im Gastgewerbe nie die Arbeit von Maschinen und ähnlichem Überhand über die lebende Arbeitskraft nehmen wird, was für ein Land mit unserem Grad der wirtschaftlichen Entwicklung gut ist, weil es viele Arbeitssuchende gibt.

Im Jahr 1990 beschäftigte das kroatische Gastgewerbe rund 90 tausend Arbeitnehmer mit sehr unterschiedlichen Profilen – von nicht qualifizierten Arbeitern bis zu Doktoren der Wissenschaft. Das heißt, mindestens 180 tausend Personen hatten eine gesicherte Existenz auf Grundlage der Arbeit im Gastgewerbe. Leider wurden im Heimatkrieg viele gastgewerbliche Objekte mehr oder weniger beschädigt, so dass sich die Zahl der Beschäftigten drastisch verringert hat.

Tourismus und „unsichtbarer Export“

Das Gastgewerbe schafft die Möglichkeit, dass in Kroatien neben den einheimischen auch ausländische Touristen Urlaub machen und sich aufhalten. Die vielfältigen Dienstleistungen, die ausländische Touristen in Anspruch nehmen, bezahlen sie in ihrer nationalen Währung, wie wenn wir diese materiellen und immateriellen Dienstleistungen in ihr Land exportieren und sie diese bezahlen würden. Eine solche Art des „Exports“ ist für uns viel günstiger, als der Transport derselben Ware und die klassische Ausfuhr in ihre Länder, weil für uns keine Transportkosten, Zölle und keine Schäden an den Waren infolge des Transports entstehen.

Die Verarbeitung derselben Waren zu Hause schafft Arbeit für einheimische Arbeitskräfte, die sich mit dieser Arbeit die Existenz sichern.

Durch die kompetente Verarbeitung (Technologie) von rohen Lebensmitteln zu Speisen und Getränken können für ausländische Zahlungsmittel auch Waren verkauft werden, die keine erstklassige Qualität haben, und die auf dem Weltmarkt nur schwer oder gar nicht

verkauft werden könnten. Mit den eingenommenen ausländischen Zahlungsmitteln begleicht der Staat seine Verbindlichkeiten gegenüber anderen Ländern.

Warenumsatz

Das Gastgewerbe hat einen Anteil am Warenumsatz als Käufer und Verbraucher der verschiedenen Verbrauchsgüter, von den vielfältigen landwirtschaftlichen Produkten und den folgenden Industrien: Nahrungsmittel-, Textil-, Holz-, Elektro-, Metall-, Glas-, Porzellan-industrie usw.

Mit seinen Ansprüchen beeinflusst das Gastgewerbe wesentlich die Verbesserung der Qualität und die Erweiterung des Sortiments unterschiedlicher Waren dieser Industrien und sogar noch breiter, und dies nützt nicht nur dem Gastgewerbe, sondern auch einem breiteren Verbraucherkreis, und zwar durch den Beitrag zur Entwicklung der genannten wirtschaftlichen Aktivitäten, aber auch zum Vorteil der Gesellschaft im Ganzen.

Diese Politik hat zwei Gründe. Der erste ist der, dass durch die Entwicklung der Standard der Bürger angehoben wird.

Der zweite ist der, dass für den Bau und die Ausstattung, z.B. für Hotels, heute Produkte von rund 35 Industrien verwendet werden. Je luxuriöser das Objekt, desto mehr unterschiedliche Produkte werden erforderlich sein. Darüber hinaus werden gastgewerbliche Objekte oft umgebaut, umgestaltet, wechseln die Ausstattung usw. Das heißt, allein der Bau der gastgewerblichen Objekte wirkt sich auf die Entwicklung mehrerer wirtschaftlicher Tätigkeiten aus.

Lebensstandard

Der größte Reichtum eines Landes sind seine Bewohner, die Menschen, ihre Gesundheit, ihr Fleiß, ihre Redlichkeit und Kompetenz. Wir wissen, dass die Gesundheit eng mit richtiger Ernährung einhergeht. Und nur ein gesunder Mensch, ein gesunder Mitarbeiter, kann an seiner Arbeit alles von sich geben, Initiative ergreifen, hoch produktiv und effizient sein.

In seinen Geschäftseinheiten trägt das Gastgewerbe durch das Anbieten seiner Unterkunfts-, Verpflegungs- und Getränkedienstleistungen, sowie durch die klassische und gesellschaftliche Ernährung sowohl für die Mitarbeiter auf dem Arbeitsplatz als auch für die übrige Bevölkerung bedeutend zur Verbesserung des Lebensstandards bei.

Durch die gesellschaftliche Verpflegung in Fabriken und Institutionen wird den Mitarbeitern in der Nähe ihres Arbeitsplatzes ermöglicht, warm zu essen, so dass sie die auf dem Arbeitsplatz aufgebrauchte Energie wieder ersetzen und ihre Arbeitsfähigkeit steigern. Ein gutes Angebot an Mahlzeiten ist häufig das Korrektiv in der einheitlichen Ernährung innerhalb der Familie.

Catering ist bei uns eine relativ neue Art des Gastgewerbes, die auch als „externes Gastgewerbe“ bekannt ist. Das Catering bietet seine Dienstleistungen in Bezug auf Speisen, kalte und warme Getränke zu verschiedenen Anlässen auf Verlangen des Auftraggebers an – in seiner Wohnung, seinem Haus, Garten oder auf seiner Terrasse, auf hohem fachlichen und kulturellen Niveau – wodurch die Familienmitglieder von jeglicher Arbeit für solche Feierlichkeiten befreit werden.

Dem Gastgewerbe ist auch die logische Pflicht zugefallen, allen Interessierten zu jedem Anlass eine warme Mahlzeit zum Mitnehmen anzubieten, gesunde, leckere, vielfältige und ausreichende Speisen im Urlaub, auf Reisen oder im Wohnort, entsprechend den Bedürfnissen und ihren Möglichkeiten.

Es liegt im Interesse aller, dass eine arbeitstätige Frau nach der Arbeit in ein Restaurant gehen kann, um mit ihrer Familie die notwendige Mahlzeit einzunehmen, wie es heutzutage in vielen wirtschaftlich fortschrittlichen Ländern üblich ist.

Schaffung neuer Güter

Wir wissen, dass es die Aufgabe des Gastgewerbes ist, Dienstleistungen anzubieten. Damit das Gastgewerbe dies jedoch realisieren kann, müssen zuvor die entsprechenden materiellen Voraussetzungen gegeben sein, d.h., es müssen neue gastgewerbliche Objekte, Hotels, Hotelsiedlungen, Motels, Restaurants, Bars usw. gebaut werden, was

der Beweis dafür ist, dass das Gastgewerbe auch neue materielle Güter schafft.

In allen Ländern, die genug Eigenkapital haben, ist es nicht schwer, von Banken einen Kredit für den Bau eines gastgewerblichen Objekts zu bekommen, sei es, dass es sich um touristische Objekte oder Objekte für Geschäftsleute in Handels- und Industriezentren handelt, weil dies die staatliche Politik ist.

Internationale Bedeutung des Gastgewerbes

Seine internationale Bedeutung bekommt das Gastgewerbe, indem es:

- über den Tourismus internationale Klientel beherbergt
- durch das Gastgewerbe an neue Erkenntnisse über die Gewohnheiten, Bedürfnisse, Wünsche und Möglichkeiten der ausländischen Gäste kommt
- das Sortiment und die Qualität der Dienstleistungen mit dem vergleichen kann, was ausländische Gäste brauchen und wünschen
- durch den Kontakt mit ausländischen Gästen seinen fachlichen und allgemeinen Horizont erweitert
- seinen Platz und seine Bedeutung im gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Leben des Landes einnimmt.

Grundlagen der Wirtschaft und ihre Tätigkeiten

Die Wirtschaft ist eine durchdachte und organisierte Produktions-tätigkeit, die nach der Investition materieller Güter, menschlicher Arbeitskraft und nach Zeit verlangt. Ziel der Wirtschaft ist eine möglichst weit reichende Befriedigung der ökonomischen Bedürfnisse sowohl des Einzelnen als auch der Gesellschaft als Ganzes mit Produkten und Dienstleistungen. Die Wirtschaft ist Grundlage des gesamten gesellschaftlichen Lebens einer bestimmten Mitte, Region, eines bestimmten Landes und noch weiter. Sie umfasst alle Produktionstätigkeiten des jeweiligen Gebiets.

Um ihre Bedürfnisse zu befriedigen, nutzen die Menschen verschiedene materielle Güter, wie z.B.: Speisen, Getränke, Bekleidung,

Wohnungen und viele andere Produkte, ohne die sie nicht leben könnten, bzw. ohne die ihr Leben mehr oder weniger erschwert wäre.

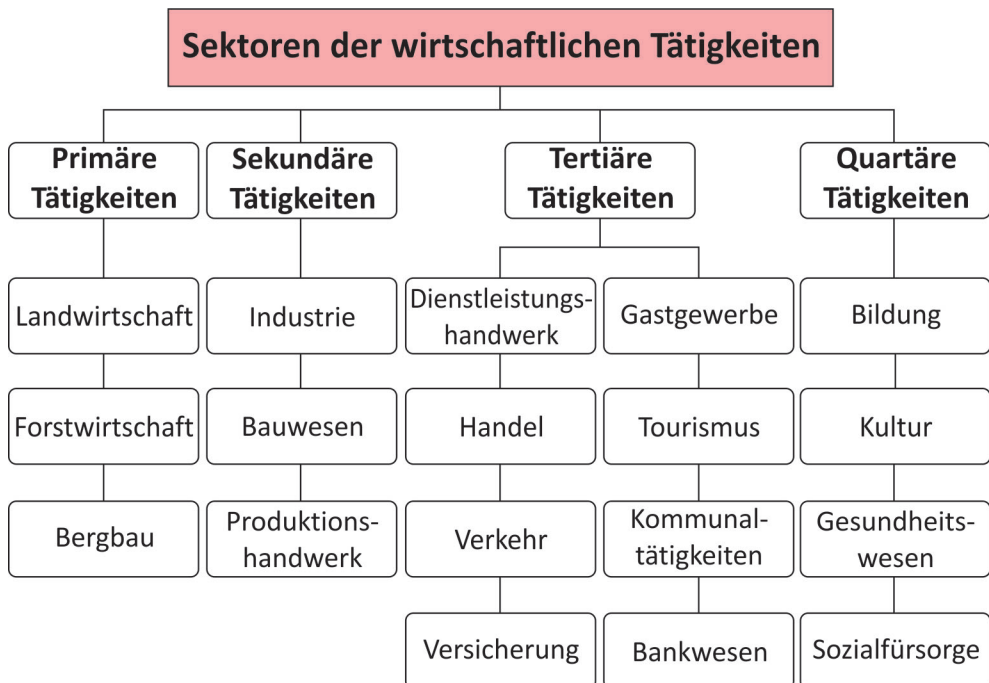
Das gesellschaftlich-materielle Leben durchläuft vier eng miteinander verbundene Phasen: die Produktion, die Aufteilung, den Austausch und den Verbrauch.

- Die **Produktion** ist die organisierte Wirkung des Menschen auf Arbeitsgegenstände (Material) mit Hilfe von Produktionsmitteln (Maschinen, Geräte, Werkzeuge usw.), damit er ein Produkt herstellen kann, das bestimmte Bedürfnisse einer Einzelperson oder einer Menschengruppe erfüllt.
- Durch die **Aufteilung** werden die Produktionsergebnisse auf den Verdienst der Mitarbeiter und die Bedürfnisse der lokalen Mitte und des Landes sowie auf die erneute Produktion aufgeteilt.
- Der **Austausch** in der modernen Waren- und Geldwirtschaft ist der Austausch von Waren gegen Geld – An- und Verkauf – nach den Gesetzmäßigkeiten, Gepflogenheiten oder gesetzlichen Vorschriften des Marktes.
- Der **Verbrauch** bezieht sich auf den Verbrauch hergestellter Waren und kann persönlicher Verbrauch für existentielle und sonstige Bedürfnisse sein.
- Der **allgemeine und gemeinschaftliche Verbrauch** ist der Verbrauch, der für den Bau oder die Instandhaltung verschiedener kommunaler Bedürfnisse erforderlich ist (Wasserleitungen, Straßen, Theater), aber auch für staatliche Bedürfnisse. Zu den wichtigsten wirtschaftlichen Tätigkeiten zählen: Industrie, Landwirtschaft, Bergbau, Handel, Gastgewerbe, Tourismus, Bauwesen, Verkehr, Kommunalwirtschaft und Bankwesen.

Die moderne ökonomische Wissenschaft teilt alle wirtschaftlichen Tätigkeiten in vier Hauptgruppen, Sektoren, ein: primäre, sekundäre, tertiäre und quartäre Tätigkeiten.

- Primäre wirtschaftliche Tätigkeiten sind die Landwirtschaft mit der Fischerei, der Bergbau und die Forstwirtschaft.
- Sekundäre wirtschaftliche Tätigkeiten sind unterschiedliche Verarbeitungstätigkeiten, zum Beispiel die Industrie, das Bauwesen, das Produktionshandwerk usw.

- Tertiäre wirtschaftliche Tätigkeiten umfassen den gesamten Dienstleistungsbereich, wie z.B.: Gastgewerbe, Tourismus, Handel, Verkehr, Kommuntätigkeiten, Dienstleistungshandwerk, Bankwesen, Versicherung usw.
- Die quartären wirtschaftlichen Tätigkeiten zählen zu den Dienstleistungstätigkeiten, und das sind: Bildung, Kultur, Gesundheitswesen, Sozialfürsorge, Wohndienstleistungen.



Die tertiären oder Dienstleistungstätigkeiten sind in wirtschaftlich entwickelten Ländern ständig in Schwung und entwickeln sich schnell weiter. Die kräftige Entwicklung primärer und sekundärer Wirtschaftstätigkeiten ermöglicht auch die Entwicklung der Dienstleistungstätigkeiten, die einen Überschuss an Arbeitskräften beschäftigen, der infolge der erhöhten Produktivität als Folge der Anwendung moderner Technologien in den primären und sekundären Tätigkeiten (Sektoren) entsteht.

Im breiteren Sinne zählen zu den Dienstleistungstätigkeiten auch verschiedene andere Produktions- und Nichtproduktionstätigkeiten, die am Ende ihrer Arbeit eine Dienstleistung hervorbringen.

Für diejenigen, die mehr wissen möchten

Gesellschaftliches Bruttonationaleinkommen oder Bruttosozialprodukt

- Das **Bruttonationaleinkommen** oder Bruttosozialprodukt ist die Summe aller materiellen Güter und Dienstleistungen, die in einem Jahr oder im betrachteten Zeitraum in den Tätigkeiten eines Landes realisiert wurden, wie z.B.: Gastgewerbe, Industrie, Bergbau, Forstwirtschaft, Landwirtschaft, Bauwesen, Handel, Verkehr und Kommunikation, Produktionshandwerk und Kommunalstätigkeiten, sowie die Summe des Werts der erzielten Preise dieser Produkte und Dienstleistungen. Diese Werte werden gebildet durch: materielle Kosten, Abschreibung und den neu geschaffenen Wert. Das Bruttonationaleinkommen betrug in Kroatien im Jahr 2000 pro Einwohner (per capita) rund 5.000 USD.
- Das **Nationaleinkommen (Volkseinkommen)** („netto oder reines Gesellschaftsprodukt“) ist der neu geschaffene Wert, der entsteht, wenn vom Bruttonationaleinkommen die auf die erweiterte Reproduktion aufgewandten Mittel abgezogen werden. Das Nationaleinkommen ist der Gesamtwert der geschaffenen Güter in einem Jahr oder in einem bestimmten, betrachteten Zeitraum eines Landes, der in seinen vielfältigen Tätigkeiten entstanden ist, nachdem alle Geschäftskosten abgezogen wurden.
Das Nationaleinkommen ist der beste Erfolgsindikator der Volkswirtschaft, von ihm hängt die weitere Entwicklung der Wirtschaft eines Landes, der Lebensstandard ihrer Bewohner usw. ab.
Das realisierte Nationaleinkommen wird üblicherweise in drei Teile aufgeteilt:
 - a) auf den persönlichen Verbrauch der Bevölkerung: Anhebung des Lebensstandards usw.
 - b) auf den allgemeinen gesellschaftlichen Verbrauch: Gesundheits- und Schulwesen, Militär usw.
 - c) auf Investitionen: für den weiteren Ausbau des Landes.
- Die **Zahlungsbilanz** eines Landes ist die Vergleichsdarstellung ihrer finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten im Ausland

innerhalb eines bestimmten Zeitraums, was meistens das Kalender- oder das Geschäftsjahr ist. Die Zahlungsbilanz hat ihre Ertragsseite (Aktiva) und ihre Schuldseite (Passiva).

Alle Transaktionen (große Handels- und Bankgeschäfte) eines Landes mit dem Ausland können in die folgenden zwei Gruppen aufgeteilt werden:

- a) Waren- und Dienstleistungstransaktionen: Zahlungen importierter und exportierter Waren und Dienstleistungen aus Verkehr, Tourismus, Versicherung usw.
- b) Internationale Finanztransaktionen: kurzfristige und langfristige Darlehen, Unterstützungen, Auswanderer- und Arbeiterüberweisungen usw.

Die Zahlungsbilanz kann aktiv oder passiv sein. Die aktive Bilanz hat größere finanzielle Forderungen als Verbindlichkeiten und die passive größere Verbindlichkeiten als Forderungen. Bei einer ausgeglichenen Zahlungsbilanz sind die Verbindlichkeiten und Forderungen ausgeglichen.

Die aktive oder ausgeglichene Zahlungsbilanz entwickelter Länder ist ein Zeichen dafür, dass im Land geordnete wirtschaftliche Verhältnisse herrschen, und dass das Land, falls dies noch nicht der Fall ist, sich der internationalen Arbeitsaufteilung anschließen kann.

Testen Sie Ihr Wissen

1. Definieren Sie die gastgewerbliche Tätigkeit.
2. Aus welchen Aktivitäten besteht das Gastgewerbe?
3. Wie ist das Verhältnis zwischen dem Gastgewerbe und Reiseagenturen?
4. Erklären Sie das Verhältnis zwischen Gastgewerbe und Handel.
5. Warum ist die Industrie wichtig für das Gastgewerbe?
6. Welche Bedeutung hat das Gastgewerbe für die Entwicklung des Tourismus?
7. Zählen Sie die Funktionen des Gastgewerbes auf.

8. Worin spiegelt sich die Bedeutung des Gastgewerbes in der Volkswirtschaft wider?
9. Was ist Wirtschaft, und welches sind ihre wichtigsten Tätigkeiten?
10. Welche Tätigkeiten zählen zu den primären, sekundären und tertiären?
11. Erklären Sie die Arbeitsorganisation.
12. Zählen Sie die Hauptelemente der Arbeitsorganisation auf.
13. Was versteht man unter einem Unternehmen, und wann sind die ersten Unternehmen entstanden?
14. Was ist der Unterschied zwischen Arbeitsorganisation und Geschäftsorganisation?
15. Erklären Sie den unsichtbaren Export.
16. Wie wirkt sich das Gastgewerbe auf den Lebensstandard aus?
17. Zählen Sie primäre und sekundäre Tätigkeiten auf.
18. Was ist die Bedeutung der tertiären und quartären Tätigkeit?
19. Wie werden gastgewerbliche Objekte eingeteilt?
20. Beschreiben Sie mit eigenen Worten, was Wirtschaft ist.

3. GASTGEWERBLICHE DIENSTLEISTUNGEN

3.1 Begriff gastgewerbliche Dienstleistungen

Das Gastgewerbe ist eine Wirtschaftstätigkeit, deren grundlegende Funktion im Anbieten von gastgewerblichen Dienstleistungen besteht, die Unterkunftsleistungen, Verpflegungs- und Getränkeleistungen auf eine kompetente gastgewerbliche Weise umfassen. Wie wir erwähnt haben, bieten einige gastgewerbliche Objekte auch Animationsdienstleistungen (Freizeit, Unterhaltung, Sport usw.) an.

Die gastgewerbliche Dienstleistung, nennen wir sie die „Hauptdienstleistung“, wegen welcher der Gast das gastgewerbliche Objekt besucht, wird in der Regel von „Begleitdienstleistungen“ begleitet, die dem Gast ohne (direkte) Vergütung angeboten werden, und das können zum Beispiel ein angenehmes Ambiente, eine angenehme Atmosphäre, Gemütlichkeit und Luxus, freundliches Personal, erstklassiges Tischinventar, Dienstleistungsqualität, vielfältige Informationen usw. sein.

Häufig sind gerade solche „Begleitdienstleistungen“, die den Gast nichts kosten, bei der Auswahl des gastgewerblichen Objekts für das Mittag- oder Abendessen, den Urlaub, Ausflug usw. entscheidend. Alle lieben freundliches und diskretes Personal, eine gute Dienstleistungsqualität und einen freien Stellplatz. Niemand möchte gerne schlecht gelaunten Kellnern begegnen, warmes Bier trinken oder auf eine unordentliche Toilette im gastgewerblichen Hotel gehen.

Ein zufriedener Gast ist der Gast, der weder Kritik an den „Hauptdienstleistungen“ noch an den „Begleitdienstleistungen“ übt. Schlechte „Begleitdienstleistungen“ können der Grund dafür sein, dass auch die „Hauptdienstleistung“ schlecht bewertet wird, dass die

konkreten Objekte bei der Auswahl für die Unterkunft, ein Essen oder ein Getränk ausgelassen wird.

Jede Dienstleistung ist so gut, wie es ihr gelingt, die Erwartungen ihres Konsumenten, Benutzers, Gastes zu erfüllen.

3.2 Aufteilung der gastgewerblichen Dienstleistungen

Gastgewerbliche Dienstleistungen kann man in zwei Hauptgruppen einteilen:

- a) Waren- oder materielle Dienstleistungen, wie z.B. Speisen, kalte und warme Getränke
- b) Nichtwaren- oder immaterielle Dienstleistungen, wie z.B. die Benutzung des Hotelzimmers, die Organisation verschiedener Veranstaltungen, Unterhaltungsaktivitäten usw.

Es ist fast unmöglich, die gastgewerblichen Objekte, die materielle Dienstleistungen anbieten, von denen, die immaterielle Dienstleistungen anbieten, streng zu trennen, weil selbst ein Restaurant als bester Vertreter von Objekten mit materiellen Dienstleistungen zu einem kleineren Teil auch immaterielle Dienstleistungen anbietet, wie z.B. Erlebnisse auf Grundlage eines angenehmen Ambientes, einer angenehmen Atmosphäre, Musik, gastronomischer Genüsse. Ebenso haben einige Bars, deren Haupttätigkeit Unterhaltungs- und Spaßdienstleistungen sind, also immaterielle Dienstleistungen, in ihrem Angebot ein kleineres oder größeres Angebot an verschiedenen Getränken und Speisen. In vielen Hotelzimmern gibt es Mini-Bars mit Getränken und Süßigkeiten.

Das heißt, die gastgewerbliche Dienstleistung kann als Sammelbegriff (integraler Begriff) angesehen werden, in welchem materieller Nutzen und immaterielle, psychologische Erlebnisse mit eingeflochten sind. Diese Dienstleistungen werden genossen (Speisen), genutzt (Hotelzimmer) oder erlebt (Unterhaltung, Spaß).

Während seines Bestehens unterliegt das gastgewerbliche Objekt Veränderungen, und die gastgewerbliche Dienstleistung begleitet

diese Veränderungen (Tendenz der ständigen Verbesserung des Qualitätsniveaus).

Je mehr gastgewerbliche Objekte mit materiellen Dienstleistungen in ihrem Angebot auch qualitativ gute immaterielle Dienstleistungen haben werden, und je mehr gastgewerbliche Objekte mit immateriellen Dienstleistungen in Ihrem Angebot materielle Dienstleistungen haben werden, desto besser werden sie ihre Gäste, Verbraucher, zufriedenstellen.

Materielle Dienstleistungen

Zu materiellen Dienstleistungen zählen Produkte, die aus verschiedenen Nahrungsmitteln zubereitet werden, wie z.B. vielfältige warme, kalte, salzige und süße Speisen und Getränke und alkoholische und alkoholfreie Getränke, die thermisch bearbeitet sein können, aber nicht müssen (gekocht oder bei hoher Temperatur erwärmt), oder die je nach Art und Bedarf nur temperiert (Bier, Wein usw.) oder ausgeschenkt (starke alkoholische Getränke) werden, wenn sie in den gefüllten Originalflaschen serviert werden, die vor dem Servieren auf Grund von Staub auf der Flasche usw. mit einem sauberen Tuch abgewischt werden müssen.

Unter dem Aspekt der Güter^{*} können die gastgewerblichen Dienstleistungen zu Verbrauchsgütern von kurzer Lebensdauer gezählt werden. Verbraucher solcher Dienstleistungen (Gäste) lassen sich beim Bestellen derselben von Emotionen, momentanen Gefühlen, leiten.

Immaterielle Dienstleistungen

Zu diesen Dienstleistungen zählt die Vermietung adäquater Zimmer, Appartements usw. Der Benutzer dieser Dienstleistungen erwirbt durch deren Benutzung keinen materiellen Nutzen. „Die Benutzung von Unterkunftsdienstleistungen resultiert in keinerlei fertigem Produkt. Diese Dienstleistung existiert so lange, bis der Gast das

* Zu den dauerhaften materiellen Gütern zählen Güter, deren Lebensdauer lang ist, wie z.B. Häuser, Maschinen, Werkzeuge, Autos, Rohstoffe usw. Käufer solcher Güter lassen sich beim Kauf von rationalen (vernünftigen) Gründen leiten.

Zimmer oder Appartement benutzt. Wenn er es verlässt, endet die Dienstleistung. Der Prozess der Produktion und Realisation läuft gleichzeitig. Die Unterkunftsdienstleistung ist kein Produkt, von dem Vorräte angehäuft werden können.“*

Eine andere Art immaterieller Dienstleistungen ist die, die z.B. durch Hören von Musik, Lieder im gastgewerblichen Objekt, durch Schauen eines bestimmten Programms in der Bar, im Café, durch Tanzen auf der Terrasse usw. erlebt wird.

Man kann sagen, dass zusammen mit dem Genuss solcher immaterieller Dienstleistungen auch der Konsum materieller Dienstleistungen einhergeht.

Wir haben gesagt, dass alle gastgewerblichen Dienstleistungen auf kommerzieller Grundlage verkauft werden, d.h. sie müssen direkt oder indirekt ihre Kosten decken und einen bestimmten Gewinn abwerfen.

Charakteristika der Dienstleistungen

Wenn theoretisch über Dienstleistungen diskutiert wird, denkt man immer an immaterielle Dienstleistungen, von denen man sagt, dass sie

- *ungreifbar*
- *unteilbar*
- *nicht lagerfähig*
- *heterogen*

sind.

Die **Ungreifbarkeit** der Dienstleistungen geht daraus hervor, dass sie nicht „gesehen, berührt, probiert, gerochen, besessen“ werden können. Die Qualität der Dienstleistung vor ihrer Benutzung kann nur angenommen werden, und erst nach der Benutzung kann sie persönlich und subjektiv bewertet werden. Die Qualität der Gemütlichkeit eines Hotelzimmers kann erst bewertet werden, nachdem man darin gelebt, eine Nacht verbracht hat usw.

Die **Unteilbarkeit** der Dienstleistung setzt die obligatorische gleichzeitige Präsenz des Dienstleistungsgebers und ihres Benutzers, des Empfängers, voraus. Um ein Hotelzimmer benutzen zu können, muss der Gast im Zimmer sein, darin übernachten, lesen, sitzen usw. Um

* Dr. F. Radišić, Ökonomik und Geschäftsorganisation im Hotelwesen, O. Keršovani, Opatija 1989, S. 64.

bestimmte Informationen bekommen zu können, muss man neben dem Informationsgeber sein. Die Dienstleistung wird in der Regel gleichzeitig mit ihrem Erhalt bzw. ihrer Benutzung produziert. Neuheiten können nicht gelesen werden, wenn es sie nicht gibt. Das Mittagessen im Restaurant kann Ihnen nicht serviert werden, wenn sie nicht dort sind.

Die **Nichtlagerfähigkeit** der Dienstleistung geht daraus hervor, dass die Dienstleistung gleichzeitig produziert und benutzt wird. Wenn Sie zu der Zeit, in der das Programm ausgeführt wird, nicht in der Bar sind, dann ist das Programm für Sie verloren.

Wenn es Ihnen nicht gelungen ist eine Übernachtung im Hotelzimmer zu verkaufen, dann ist das Geld, das Sie dafür hätten bekommen können, für alle Zeiten verloren. Die Ausführung eines Live-Programms kann nicht angepasst werden, ebenso wenig wie eine nicht angebotene Dienstleistung gelagert und am anderen Tag in doppelter Menge verkauft werden kann.

Die Folge der Nichtlagerfähigkeit der Dienstleistung bzw. der Nichtausnutzung bestimmter Kapazitäten innerhalb einer bestimmten Zeit ist der Verlust eines möglichen Verdienstes. Deshalb verkaufen manche Hotels, die Zimmer z.B. bis 20 Uhr abends nicht verkauft haben, nach dieser Uhrzeit „zum letzten Preis“ (engl. last minute price), z.B. um 20 oder 30% niedriger als der Regelpreis. So arbeiten auch Fluggesellschaften.

Die **Heterogenität** der Dienstleistung resultiert aus Schwierigkeiten, die fast unmöglich zu standardisieren sind, weil sie meistens aus viel individueller oder gemeinschaftlicher menschlicher Arbeit bestehen und von vielen Menschen auf verschiedene Arten angeboten werden. Hier fließen mehr oder weniger Wissen, Fähigkeiten, Motivation usw. mit ein. Dienstleistungen dieser Art können auf verschiedene Weise angeboten werden, je nach technischer Ausstattung, je nach der Person, für die sie bestimmt sind, je nach zu erzielendem Niveau usw. Es ist die Sorge jedes guten Leiters einer Dienstleistungsorganisation, eine gute Dienstleistung anzubieten – eine Dienstleistung, mit der möglichst viele Benutzer zufrieden sein werden.

Es ist eine allgemeine Erscheinung in der Welt, dass in wirtschaftlich stärker fortgeschrittenen Ländern in der primären und sekundären

Tätigkeit proportional dazu immer weniger Mitarbeiter eingestellt werden. Die Produktion geht jedoch nicht zurück, weil man über immer effizientere Technologie (Automatik) verfügt, die eine schnellere und größere Produktion mit immer geringerer menschlicher Präsenz ermöglicht. Gleichzeitig steigt der Bedarf nach der Einstellung in den Dienstleistungstätigkeiten, den tertiären und quartären Tätigkeiten, was ein Beweis dafür ist, dass diese Tätigkeiten sich immer weiter entwickeln. Ursache dafür ist der Anstieg des Lebensstandards bei gleichzeitiger Verringerung der Arbeitszeit in Unternehmen und Anstalten, was der Bevölkerung ermöglicht, ihre Bedürfnisse und Wünsche in Bezug auf physische und psychische Erholung, Freizeit, Gesundheit, Schönheit, körperliche Kondition, Spaß, Unterhaltung und Reisen zu befriedigen. Dies ermöglichen größtenteils die unterschiedlichen Leistungen der Dienstleistungstätigkeit, das Gastgewerbe, die Medizin, der Verkehr, die Unterhaltung, das Schulwesen, der Sport usw.

Je reicher ein Staat wirtschaftlich gesehen ist, desto mehr investiert er in Dienstleistungstätigkeiten, um auf möglichst vielfältige und gute Weise die Bedürfnisse seiner Bewohner zu befriedigen.

Prozentsatz der beschäftigten Bevölkerung nach Tätigkeiten Ende des 20. Jahrhunderts

Tätigkeiten	USA	Japan	SSSR	Jugoslawien
Primäre	3	9	20	16
Sekundäre	27	35	39	50
Tertiäre	70	56	41	34

Quelle: Ökonomisches Lexikon, Informator, Zagreb, 1991, S. 856

3.3 Haupt- und Zusatzleistungen und Nebentätigkeiten

Die gastgewerblichen Dienstleistungen sind im Hinblick auf ihre Bedeutung wie folgt aufgeteilt:

1. **Hauptdienstleistungen** (grundlegende), primäre oder existentielle Dienstleistungen
2. **Zusatz-, Nebendienstleistungen**, sekundäre Dienstleistungen

3. Hilfstätigkeiten

Zu den Hauptdienstleistungen zählen:

- Unterkunftsdienstleistungen
- Verpflegungsdienstleistungen
- Getränkedienstleistungen

Zu den **Zusatzdienstleistungen** zählen die Dienstleistungen, die hauptsächlich in Unterkunftsobjekten geboten werden:

- Empfang und Beförderung der Gäste vom Bahnhof, Busbahnhof, Flughafen oder von der Anlegestelle bis zum Hotel, zusammen mit ihrem Gepäck
- Tragen des Gepäcks des Gastes von der Rezeption bis zum Zimmer oder Appartement
- Aufbewahren verschiedener Wertgegenstände der Gäste in Form von Geld, Wertpapieren, Schmuck usw. im Hotelsafe
- Wechsel ausländischer Zahlungsmittel (Geld, Schecks)
- Folgendes für die Gäste anbieten: Telefon, Fax, Internet und andere Kommunikationsmittel gegen Bezahlung
- Kürzere oder längere Vermietung von Räumen im Objekt: Geschäftsräume mit oder ohne Ausstattung
- Vermietung von Übersetzungs- oder Kongressausstattung
- Organisieren und Anbieten von Animationsdienstleistungen
- Organisieren von Modeschauen, Ausstellungen, Ausflügen, Vorträgen usw.
- Kinderspielplätze, Kinderhort
- Anschaffung verschiedener Karten: Reisekarten, Karten für Theater, Kino usw.
- Vermietung von Sportausstattung: Boote, Gleitboote, Motorräder usw.
- Vermietung von Sportplätzen: Volleyball, Tennis, Basketball, Handball
- Vermietung von Tierboxen
- Waschen, Reinigen, Ölwechsel, Garagenplatz und Bewachen von Autos, Bügeln der Gästewäsche, chemische Anzugreinigung usw.

- Frisör- und Rasierdienstleistung, Massage, Sauna (Dampfbad), Schönheitssalon
- Verkauf in- und ausländischer Zeitungen, Zeitschriften, Postwertmarken, Tabakprodukten, Führern, Landkarten, Blumen
- Herausgabe von Informationen über Transportmittel, Ausflüge, Vorführungen, Sportergebnissen, Empfang und Versendung von Gästepost
- Verabschiedung und Beförderung der Gäste bis zu öffentlichen Transportmitteln usw.
- Surfen im Internet
- Laden mit Blumen, Souvenirs, Zeitungen, Tabak, Schmuck, Apotheke.

Zu den **Hilfstätigkeiten** gehören:

- Herstellung von Brot, Brötchen, Kuchen, Eis, konservierten Früchten, Gemüse (eingemachtes)
- Herstellung von Soda-Wasser, künstlichen alkoholischen Getränken, Eis
- Instandhaltung der Objekte in einem einwandfreien Zustand (kleinere Bau- und Handwerksarbeiten), der Elektroinstallationen, Ausstattung, Transportmittel
- Stromherstellung – Aggregat
- Waschen und Pflegen der Bettwäsche, der Arbeitsbekleidung der Mitarbeiter und sonstiger Textilgegenstände im Objekt
- Einrichten und Instandhalten der Umgebung des Objekts, des Parks, der Pflanzen (Hortikultur) usw.

Diese Hilfstätigkeiten kann das gastgewerbliche Objekt nur für seine Gäste (Unternehmen) ausüben, damit sich die Gäste so wohl wie möglich fühlen und so zufrieden wie möglich mit Ihrem Hotelaufenthalt sind.

Hilfstätigkeiten existieren in vielen Hotels. Ihr Zweck liegt in der Minderung der Geschäftskosten, der Steigerung der Rentabilität, der schnellen und effizienten Erledigung der anvertrauten Arbeiten.

Ohne viele dieser Dienstleistungen könnte das moderne Hotelgewerbe nicht bestehen bleiben. Sie sind zu Standarddienstleistungen

geworden. Je mehr Sterne ein Hotel hat, desto mehr Bedarf nach Zusatzdienstleistungen gibt es.

Einige der Zusatzdienstleistungen sind im Preis der Hauptdienstleistung inbegriffen, während die meisten gesondert bezahlt werden, was dem Hotel einen bedeutenden Ertrag bringt.

Die gastgewerblichen Dienstleistungen müssen auf einem entsprechenden fachlichen Niveau im Rahmen der Gepflogenheiten und gültigen Regeln zum kommerziellen Preis gemäß der Dienstleistungsqualität und unter Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften und der Kategorie des gastgewerblichen Objekts angeboten werden.

3.4 Leistungssortiment und –Qualität, Ambiente, Atmosphäre und Komfort

Sortiment der Dienstleistungen

Das Sortiment der gastgewerblichen Dienstleistungen ist eine Gesamtauswahl, das Dienstleistungsangebot, das im gastgewerblichen Objekt für eine bestimmte Zeit angeboten wird, unabhängig von seiner Art oder Kategorie.

Die Auswahl der angebotenen Speisen wird in der Speisekarte und die der Getränke über die Getränkekarte (Getränkepreisliste), der Weine in der Weinkarte, der Kaffees in der Kaffeekarte usw. dargestellt.

Die Auswahl der Dienstleistungen im gastgewerblichen Objekt hängt von einer ganzen Reihe von Faktoren ab, wie z.B.: der Nachfrage der Gäste, ihren Bedürfnissen, Wünschen und Möglichkeiten, die Dienstleistungen zu bezahlen, der fachlichen Kenntnisse des Objektleiters, des Kochs, Kellners und Barmans, der Stärke der Konkurrenz, der Jahreszeit, der technologischen Möglichkeiten, dem Gewerbekapital des Objektinhabers, der Objektkategorie usw. Das Sortiment bzw. das Produktions- und Dienstleistungsprogramm, das im gastgewerblichen Objekt angeboten wird, kann wie folgt sein:

- **eng** – besteht aus einer kleineren Anzahl von üblichen Dienstleistungen

- **tief** – Zubereitung mehrerer Arten von Speisen mit dem gleichen Lebensmittel
- **breit** – reiche Auswahl an Dienstleistungen, die sich untereinander nach Arten der Lebensmittel oder Getränke, nach dem Reichtum der Normen, der Art der Zubereitung und natürlich nach Preisen unterscheiden, was eine größere Nachfrage ermöglicht, weil mehr interessierte Verbraucher vorhanden sind; Dies sind die Merkmale von Restaurants mit internationaler Küche
- **Standardsortiment** – die Auswahl der Dienstleistungen ist nicht reich, es gibt eine gute Auswahl an üblichen Leistungen für diese Art und Kategorie des gastgewerblichen Objekts, die Preise sind unterschiedlich und zugänglich.

Die Gäste sind an einem möglichst breiten Sortiment an Dienstleistungen interessiert, die angemessene Qualität und akzeptable Preise haben, und zwar für einen bestimmten Teil der Verbraucher (Gäste).

Dienstleistungsqualität

Unter der Qualität einer Dienstleistung oder eines Produkts versteht man ihre Fähigkeit, die Bedürfnisse oder Wünsche des Verbrauchers – Dienstleistungsempfängers - so gut wie möglich zu befriedigen. Die Dienstleistungsqualität im Gastgewerbe unterliegt sehr der subjektiven Einschätzung des Gastes. Zu diesem Zweck führen die Gastgewerbebetreiber Gespräche mit Gästen oder machen ab und zu schriftliche Umfragen, um ein möglichst objektives Bild über ihre eigenen Dienstleistungen zu bekommen. In manchen Hotels werden solche Umfragen ständig durchgeführt. Es gibt einen bekannten Spruch: „Lassen Sie sich von Ihren Gästen beraten!“.

Die Qualität der gastgewerblichen Dienstleistung hängt von mehreren Elementen ab:

- vom Fachwissen des Gastgewerbebetreibers, der die Dienstleistung anbietet oder realisiert
- von der Qualität der Lebensmittel und Getränke

- von der Art des Zugangs zum Gast; Jeder Gast ist ein Individuum für sich und erfordert eine persönliche Zugangsweise
- von der Qualität des Materials und Designs des Inventars, das beim Servieren und Verzehren der Speisen und Getränke verwendet wird – dem Ambiente und der Atmosphäre, die in Räumlichkeiten herrschen, in denen serviert wird
- vom Komfort (von der Gemütlichkeit) im Objekt – von der Breite des Sortiments der Dienstleistungen, die angeboten werden usw.

Jedes Element, aus dem die einzelne Dienstleistung besteht, beeinflusst ihre Gesamtqualität. Aber die Dienstleistungsqualität muss auch durch ihre Übereinstimmung mit dem Preis betrachtet werden. Der Gast wird gefragt, ob die Dienstleistung den ihr zugeteilten Preis wert ist. Er muss das Gefühl haben, dass er weniger zahlt, als die Dienstleistung wert ist, oder zumindest, dass der Preis der Dienstleistung entspricht.

Die Qualität der einzelnen Dienstleistung ist vergänglich, weil die Zeit fast jede „angreift“. Die Gäste reisen durch die Welt, sehen viel, und wenn sie zurückkehren, dann erwarten sie vom Gastgewerbebetreiber bessere Dienstleistungen und ein größeres Angebot. Daher müssen Gastgewerbebetreiber die Bedürfnisse und Wünsche ihrer Gäste beobachten und zufriedenstellen. Dies ist der einzige Weg, damit die Gäste mit ihren Gastgewerbebetreibern und diese wiederum mit dem Geschäftsergebnis ihres Objekts zufrieden sind.

Von der Qualität der Dienstleistung hängen auch das Ansehen und die Prosperität des gastgewerblichen Objekts und seines Verwaltungspersonals ab. Es heißt, dass Qualität kostenlos ist. Dabei ist nicht gemeint, dass sie geschenkt sein muss, sondern dass die Dienstleistung schon bei der ersten Produktion zufriedenstellend sein soll. Die Dienstleistung ist in allen materiellen und immateriellen Teilen zu planen. Die Kategorisierung der Dienstleistungsobjekte ist nichts weiter als eine Bewertung ihrer Qualität.

Ambiente

Unter dem Ambiente im gastgewerblichen Objekt ist die Funktionalität des Raums mit all seinen sichtbaren physischen Eigenschaften und seiner Inneneinrichtung gemeint: die Ausstattung, die den Raum füllt, die Lichtstärke, die Sauberkeit, die Wand- und Deckendekoration, die Farbkombination. Jede Art und Kategorie von gastgewerblichen Objekten, jedes Objekt für sich, muss ein eigenes, ursprüngliches (originales) Ambiente haben. Jede Ecke des Objekts, das vom Gast besucht wird, muss besonders sein. Um dies zu erreichen, werden die Räumlichkeiten von Personen des entsprechenden Fachs eingerichtet: von Ingenieuren, Innenarchitekten, die auf die Innengestaltung von gastgewerblichen Objekten spezialisiert sind. Vom Ambiente sagt man, dass es attraktiv, warm, ursprünglich, angenehm, unangenehm usw. sein kann.

Atmosphäre

Die Atmosphäre eines gastgewerblichen Objekts ist das Sinneserlebnis des Gastes insgesamt. Sie muss so sein, dass der Gast sich angenehm, intim, zufrieden, bewirtet, feierlich, willkommen, sicher fühlt. Neben gutem Essen und guten Getränken, einem guten Programm, guter Unterhaltung, Musik und einem korrekten Dienstleistungsangebot ist die Atmosphäre ein wichtiges Motiv für den häufigen Besuch von Gästen (Gewinnung ausländischer Gäste). Die Atmosphäre kann die notwendige Voraussetzung sein, damit sich das Geschäft in einem Objekt erfolgreich entwickelt.

Auf die Atmosphäre im Objekt haben die Gäste, ihr Verhalten, ihre Kleidung, ihre Bewegung, die Art ihrer Geselligkeit, aber auch Licht, Musik, Lufttemperatur, Vorhänge, dekorierte Tische, Kerzen auf den Tischen, Getränkeflaschen, teures Inventar auf den Tischen usw. Einfluss bzw. bilden sie. Die Atmosphäre im gastgewerblichen Objekt muss nach ihrer Qualität und nach der Wahl ihrer Dienstleistungen den Wünschen der Gäste entsprechen, sie muss ein „psychologischer Bestandteil“ sein, die der Dienstleistungsnehmer wertschätzt und in Erinnerung behält. Im Restaurant ist zur Zeit des Mittag- und Abendessens eine ruhige, stille Atmosphäre mit diskreten Musikklingen

gefragt, damit man das Gespräch an den Nachbartischen nicht mitbekommt.

Komfort

Im gastgewerblichen Objekt versteht man unter Komfort die unterschiedliche, für den Gast bestimmte Gemütlichkeit, beginnend beim gemütlichen und angenehmen Eingang in das Objekt, bis zur Garderobe, dem Regenschirmständer, bequemen Stühlen, ausreichend Platz an den Tischen für ein angenehmes Sitzen, Sessel oder Halbsessel in einer Aperitif-Bar, die Ausstattung des Sanitärraums, Spiegel, kleine Tische vor den Spiegeln, Kleiderhaken usw. Unter Komfort versteht man auch die Ausstattung mit alldem, von dem man annimmt, dass es gebraucht und genutzt wird, und dass es das Leben in einem bestimmten Raum erleichtert und angenehm macht. Komfort kann zum Beispiel sein: einfach, bescheiden, reich, luxuriös. Gastgewerbliche Objekte mit mehr Sternen müssen angenehmer sein und umgekehrt.

3.5 Bedeutung und Art der Realisierung gastgewerblicher Dienstleistungen

Die Bedeutung gastgewerblicher Dienstleistungen für den modernen Menschen, der dynamisch lebt, ist groß. Das Dienstleistungsspektrum, das in städtischen Gegenden zur Verfügung steht ist breit gefächert – von den lebensnotwendigen (existentiellen) bis zu solchen, die alltägliche kleine Wünsche in Form von Essen und Getränken erfüllen können.

Gastgewerbliche Dienstleistungen heute ermöglichen lange Reisen in der Welt, das Verbringen des Urlaubs auf einem anderen Kontinent, eine warme Mahlzeit am Arbeitsplatz, das Feiern eines Familienfests außerhalb des eigenen Heims, das Verzehren einer gewünschten Mahlzeit direkt nach einem anstrengenden Arbeitstag usw.

Vielzählige Male hat es sich bewiesen, dass die Inanspruchnahme von gastgewerblichen Dienstleistungen proportional zum Anstieg des Lebensstandards bzw. zum Anstieg der Menge der materiellen Güter, die auf den Kauf solcher Dienstleistungen verbraucht werden können,

wächst. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass die Nachfrage nach gastgewerblichen Dienstleistungen ständig wächst.

Art der Realisierung gastgewerblicher Dienstleistungen

Die **Realisierung materieller Dienstleistungen** hängt davon ab, um welche Dienstleistungen es sich handelt, ob sie materieller oder immaterieller Natur sind.

Die Realisierung materieller Dienstleistungen hängt von der Art der Bestellung des Gastes ab. Dies können Speisen, warme oder kalte Getränke sein. Um eine Mahlzeit kompetent in den gegebenen Umständen zu servieren, muss man die Art der Dienstleistung und die Art des Servierens derselben kennen. Diese muss nämlich fachgemäß und entsprechend der Objektkategorie sein.

Getränke werden entweder gekühlt oder bei Zimmertemperatur serviert. Weißwein und Bier werden kalt serviert, während Rotwein immer bei Zimmertemperatur serviert wird. Die meisten Getränke werden warm serviert, aber es gibt auch solche, die kalt besser schmecken.

Die **Realisierung immaterieller Dienstleistungen** unterscheidet sich wesentlich von der materieller Dienstleistungen. Wenn es sich um die Unterkunftsdienstleistung handelt, dann vereinbart der potentielle Gast an der Rezeption des Hotels oder eines anderen Unterkunftsobjekts mit dem Rezeptionspersonal die Zeit der Benutzung der Unterkunft, den Preis und die Zahlungsart. Der potentielle Gast kann vor der endgültigen Absprache das Zimmer oder Appartement besichtigen und, insofern er zufrieden mit dem Gesehenen ist, mit der Benutzung der Dienstleistung beginnen. Die Benutzung der Dienstleistungsunterkunft beginnt nach 12 Uhr und dauert bis 12 oder 14 Uhr des letzten Tages. Ob der Gast diese Zeit im Zimmer bzw. Appartement verbringen wird, oder ob er das Zimmer nur zum Schlafen aufsuchen wird, ist seine Entscheidung. Der ausgemachte Preis für die Dienstleistung ändert sich nicht.

Durch materielle Dienstleistungen und Übernachtungen befriedigen Gäste ihre primären (physiologischen) Bedürfnisse, wodurch sie ihr biologisches Gleichgewicht herstellen, das dem Menschen einen

gesunden Organismus gibt, der für Arbeit und andere Aktivitäten fähig ist.

Die gastgewerblichen Dienstleistungen können auch als Gruppenbegriff (integraler Begriff) aufgefasst werden, der materiellen und immateriellen Nutzen und psychologische Erlebnisse umfasst, die der Gast häufig in einem bestimmten gastgewerblichen Objekt konsumieren kann.

Gastgewerbliche Objekte müssen die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste verfolgen, was bedeutet, dass die Leitung des Objekts in diesem Zusammenhang auf deren Ergänzung, Austausch und auf die Einführung neuer Dienstleistungen achten muss.

Das Vorbereiten und Bedienen erfolgt nach den Regeln des gastgewerblichen Bedienens, nämlich:

- *fachgemäßes Bedienen* – Dienstleistungen in einem gastgewerblichen Objekt nach den fachgemäßen gastgewerblichen Regeln unter Anwendung der entsprechenden Kenntnisse, Fähigkeiten und Arbeitsmittel.
- *kulturelles Bedienen* – umfasst das höfliche Verhalten des Personals gegenüber dem Gast, den hygienisch einwandfreien Zustand der Räumlichkeiten und des Inventars, das von den Gästen benutzt wird, ein gepflegtes und angenehmes Ambiente, in dem sich der Gast aufhält, und korrektes und hygienisches und ästhetisches Aussehen des Personals.
- *ökonomisches Bedienen* – Bedienen des Gastes in möglichst kurzer Zeit, zu möglichst geringen Kosten und mit einer solchen Dienstleistungsqualität, mit der der Gast zufrieden sein wird, während gleichzeitig die Geschäftsergebnisse optimal sind.
- *rechtzeitiges Bedienen* – das Realisieren einer bestimmten Dienstleistung geht aus dem Anspruch hervor, dass der Gast nur so lange wartet, wie technologisch notwendig ist, damit eine Dienstleistung vorbereitet und anschließend sofort geliefert und er bedient wird.

Testen Sie Ihr Wissen

1. Worin unterscheidet sich das Gastgewerbe von den übrigen Tätigkeiten?
2. Wie werden die gastgewerblichen Leistungen eingeordnet?
3. Was versteht man unter dem Dienstleistungssortiment (der Dienstleistungsauswahl)?
4. Welche Elemente bilden eine bestimmte gastgewerbliche Dienstleistung?
5. Was versteht man unter fachgemäßer, kultureller, ökonomischer und rechtzeitiger Bedienung mit Dienstleistungen?
6. Zählen Sie die Hilfstätigkeiten im Gastgewerbe auf.
7. Definieren Sie die gastgewerbliche Dienstleistung.
8. Wie sind die gastgewerblichen Dienstleistungen aufgeteilt?
9. Welche Dienstleistungen zählen zu den Haupt- und welche zu den Nebendienstleistungen?
10. Wie kann das Dienstleistungssortiment sein?
11. Was macht die gastgewerbliche Dienstleistung zu einer qualitativen Dienstleistung?
12. Erklären Sie mit eigenen Worten, was Sie unter Ambiente und Komfort und was unter Atmosphäre im gastgewerblichen Objekt verstehen.

3.6 Standards und Standardisierung im Gastgewerbe

Allgemeines über Standards und Standardisierung

Der Begriff Standard* versteht die gesetzmäßige Gewohnheit, Regel, Norm, eine bestimmte Qualität, Form, Größe, ein bestimmtes Gewicht, Maß usw., die bei der Festlegung der Hauptmerkmale eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung verwendet werden. Der Standard schreibt die Bedingungen vor, die von jedem Bestandteil eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung befriedigt werden müssen. In fast allen Bereichen menschlicher Aktivitäten gibt

* *Standard* – etwas Festgelegtes, Übliches, das als Beispiel dient.

es Standards. Standards erleichtern die Vorbereitung der Produktion, die Überwachung und Kontrolle der Produkt- und Dienstleistungsqualität, und garantieren kontinuierlich die gleiche Qualität. Die Anwendung bestimmter Standards ist regelmäßig auf einen Bereich beschränkt. So gibt es zum Beispiel:

- **Interne Standards** – für nur ein gastgewerbliches Objekt, ein Unternehmen
- **Nationale Standards** – für das Gebiet eines Landes
- **Internationale Standards** – gelten in mehreren Ländern usw.

Die Anwendung von Standards im Geschäft nennt sich *Standardisierung*.

Der Zweck der Standardisierung liegt in der Verbesserung der Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung. Standardisierte Dienstleistungen werden in einer besseren Qualität, schneller, kompetenter, freundlicher vorbereitet oder befriedigen die Bedürfnisse und Wünsche der Gäste besser. Das heißt, durch die Anwendung der Standardisierung* werden die dauerhafte Qualität gesichert, die Arbeitsproduktivität gesteigert, die Qualitätskontrolle vereinfacht und die Geschäftskosten verringert. Die Standardisierung erlaubt keinerlei Improvisation zu Gunsten oder zum Nutzen des Gastes oder Gastgewerbebetreibers. Sie garantiert Qualität auf Dauer. Die Standardisierung bemüht sich darum, die besten, optimalsten Lösungen unter Berücksichtigung eigener und fremder Erfahrungen und wissenschaftlicher Erkenntnisse bei der Arbeit zu finden. Sie findet die besten wirtschaftlichen und technischen Lösungen, um die Arbeit zu erleichtern, die Produktionskosten zu senken, Spezialisierungen und den Übergang zur Serienproduktion (Massenproduktion) zu erleichtern usw. Der Standardisierung wird vorgeworfen, dass ihre übertriebene Anwendung die Entwicklung einzelner Produkte und Dienstleistungen verlangsamt, den Markt, den Verbraucher- und Käuferkreis einengt und der Entwicklung des individuellen Geschmacks schadet.

* *Standardisierung* (engl. standardization) – Anpassung einer Sache an eine vorgeschriebene Qualität, Größe, an ein vorgeschriebenes Gewicht, einen vorgeschriebenen Preis usw.

Die ersten Standards im kroatischen Gastgewerbe basieren auf verschiedenen Gesetzen und Verordnungen, die den Geschäftsbetrieb in der gastgewerblichen Wirtschaft geregelt haben. Im Jahr 1980 wurden in der Versammlung des Geschäftsverbands für die Entwicklung des Tourismus in Kroatien bei uns die Minimalen Hotelstandards für Hotels der Kategorie „B“ verabschiedet. Danach begann man im Gastgewerbe, ernsthaft über Standards und Standardisierung in unseren gastgewerblichen Objekten nachzudenken und zu schreiben, insbesondere nach der Verabschiedung und nach dem Inkrafttreten des Gesetzes über die gastgewerbliche Tätigkeit 1995 und der Verordnung über die Klassifizierung, die minimalen Bedingungen und die Kategorisierung gastgewerblicher Objekte 1995. Mit der Einführung des Standards in das gastgewerbliche Haus beginnt auch die Einführung des „Minimums an prostudierter Qualität“, ohne die man dem Marktwettbewerb nur schwer Stand halten kann, der nur Qualität sucht und bewertet.

Im genannten Gesetz und in der genannten Verordnung wurde in die kroatischen Objekte die Grundlage für das Minimum an Standard eingeführt, das die Objekte bei ihrem Geschäftsbetrieb einhalten müssen. Dadurch werden die Objekte in großem Maße an die ausländische touristische und sonstige Konkurrenz und Dienstleistungsqualität angeglichen.

Standardarten

Im Gastgewerbe spricht man von drei Standardarten:

- a) gesprochene (verbale), immaterielle Standards
- b) materielle Standards
- c) technologische Standards.

Gesprochene (verbale) Standards können auch taktische Standards genannt werden. Sie werden im direkten Kontakt mit den Gästen in sehr unterschiedlichen Situationen verwendet.

Es sollte nicht überlassen werden, dass jeder Mitarbeiter auf seine Weise und mit seiner Taktik dem Gast eine bestimmte Situation erklärt, wenn man weiß, dass solche Fälle Bestandteil des Bedienungsprozesses sind, und dass sie größtenteils standardisiert

werden können. Das heißt, der Mitarbeiter kann angewiesen werden, in welcher Situation er über welche Dinge und auf welche Weise sprechen kann, so dass der Gast sich respektiert fühlt, dass er ohne viel Gespräch und Verlust kostbarer Zeit die volle Information bekommt.

Standardisieren kann man das Gespräch mit dem Gast:

- bei der Begrüßung und Unterbringung des Gastes, im Telefongespräch, wenn der Gast eine Information über Dienstleistungen wünscht oder einen Tisch oder Dienstleistungen im Restaurant reservieren möchte;
- beim Verkaufsgespräch, der Entgegennahme von Bestellungen;
- beim Hinausbegleiten des Gastes aus dem gastgewerblichen Objekt;
- im schriftlichen Gespräch mit einem potentiellen Gast;
- im Gespräch mit einem unzufriedenen Gast, der seiner Meinung nach nicht das Gewünschte bekommen hat – die Qualität, die Menge, den Tisch, das Zimmer usw.;
- im Gespräch mit einem angetrunkenen Gast;
- wenn man einem Gast eine unangenehme Mitteilung machen muss;
- wenn sich herausstellt, dass der Gast einen Gegenstand entfremdet hat, dass er Speisen aus dem Speisesaal von den Buffet-Tischen mitnimmt, was er nicht darf usw.

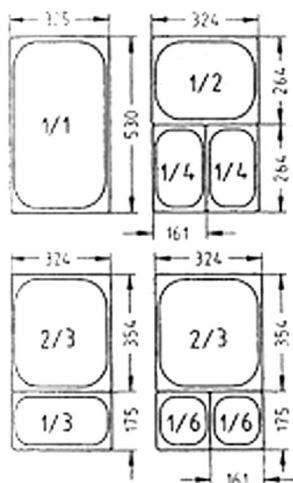
Obwohl die meisten Vorgehensweisen dem Gebiet der Psychologie zugeordnet werden können, sind sie doch zu standardisieren, insbesondere wegen jüngeren Mitarbeitern. Gesprochene Standards sind für Gastgewerbebetreiber besonders wichtig, und dazu zählt auch die Körpersprache (Körperhaltung, Gestikulation, Gesichtsausdruck usw.).

Materielle Standards – zu den materiellen Standards zählen die Standards, die die Art des Materials oder die Größe eines Gegenstands, eines Bereichs oder Raums bestimmen. Standardisiert werden können:

- a) Arbeitsmittel: Räume, Ausstattung (Installationen, großes und kleines Inventar)
- b) Arbeitsgegenstände: Lebensmittel, Getränke und Gewürze.

Jedes gastgewerbliche Objekt kann in Gänze oder in einem Teil standardisiert werden. Standards können nach dem Ort (der Abteilung) angezeigt werden, in dem (der) sie angewandt werden.

Hotel	Restaurant	Standardarten
- Rezeption	- Küche	- Hotelstandards
- Zimmer	- Speisesaal	- Restaurantstandards
- Appartements	- Konditorei	- Gastronomiestandards
- Salons	- Ausschank	- Küchenstandards (Ausstattung)
- Swimmingpool	- Aperitif-Bar	- Speiseraumstandards
- Sauna	- Terrasse	- Verwaltungsstandards
- Solarium	- Lager	- Rechnungsführungsstandards
- Saal	- Toiletten usw.	- Personalstandards
- Toiletten usw.		- Hygienestandards



Die grundlegende Standardgröße eines Gastro-Behälters für Essen ist 325 x 530 mm.
Aus ihr werden kleiner Größen ausgeführt.

Häufig werden in der Praxis die Standards nach der Art des Materials benannt, aus dem sie hergestellt sind. So spricht man z.B. von:

- *Textilstandard* – verschiedene Hotel- und Restaurantwäsche, Arbeitsbekleidung der Mitarbeiter usw.;

- *Papierstandard* – Speisekarte, Getränkepreisliste, Menü, Papiergalanterie für den Hygienebedarf, Papiere, die den Produktionsprozess begleiten usw.;
- *Porzellanstandard* – Arten des Porzellaninventars, das im gastgewerblichen Objekt genutzt wird;
- *Glasstandard* – Arten des Glasinventars, das im gastgewerblichen Objekt genutzt wird;
- *Standard für Lebensmittel und Getränke* – wird in der Praxis meistens als Lebensmittel- und Getränkenorm für eine Mahlzeit, ein Getränk genannt;
- *Standard für den Bau eines gastgewerblichen Objekts nach seiner zukünftigen Kategorie* usw.

Die Standardisierung entscheidet auch über die Menge einer bestimmten Inventarart im Hinblick auf die Größe der Restaurantkapazität, der Zimmerzahl usw., wo das entsprechende Inventar genutzt wird. Bei der Festlegung der Inventarart, was besonders in Objekten der höheren Kategorie praktiziert wird, kann durch die Standardisierung auch der Name seines Herstellers (Marke, Serie) festgestellt werden usw.

Je höher die Kategorie eines gastgewerblichen Objekts (je mehr Sterne es hat), desto anspruchsvoller sind die Gäste. Sie verlangen, dass die Standards, die ihnen zur Verfügung stehen, höher als die Standards in einem Objekt mit weniger Sternen sind.

Im Hotel der höheren Kategorie sind die Zimmer geräumiger, besser ausgestattet, die Ausstattung wird aus besserem (teurerem) Material sein, im Restaurant wird die Wäsche aus feinerem Textil sein, das Besteck kann versilbert sein usw.

Technologische Standards gehen aus der Art des technologischen Prozesses* hervor, unter dem man das Verfahren, das Wissen, die Fähigkeit der Umwandlung einer Materie, der Rohstoffe, in ein

* Der *technologische Prozess* ist eine Fertigkeit, Fähigkeit, mit der eine Materie auf physikalischem, chemischem oder biochemischem Wege in ein neues Produkt umgewandelt wird, in einen neuen Nutzwert, eine Speise, ein warmes oder kaltes Getränk. Die Arten des technologischen Prozesses (Kochen, Braten, Dünsten usw.) verleihen der Speise (dem Produkt) wesentliche Merkmale – Aussehen, Geruch und Geschmack. Für das Gastgewerbe ist die Kombination verschiedener technologischer Prozesse bei der

Halbprodukt oder Produkt bzw. in einen neuen Wert versteht, was alles mit Hilfe menschlicher Arbeitskraft oder mit Hilfe von Maschinen, Geräten usw. erfolgt. Technologische Standards im Gastgewerbe sind schon im Voraus festgelegt oder üblich und längere Zeit akzeptiert, anhand der technologischen Standards werden bestimmte Arten von Speisen (Dienstleistungen) hergestellt, und sie basieren auf den folgenden Technologien:

- *mechanische* – Schneiden, Zerkleinern von Lebensmitteln
- *chemische* – thermische Verarbeitung, Kochen, Braten, Frittieren usw.
- *biochemische* – Reifung von Fleisch, Gärung von Gemüse.

Jede Art von Essen hat ihren materiellen und technologischen Standard, der davon spricht, aus welchen Lebensmitteln die Speise zubereitet wird und auf welche Weise. Ebenso legen die Servierstandards fest, in welchem Inventar das Essen dem Gast serviert wird.

Die Standards schreiben Folgendes vor:

- welche Lebensmittel und wie viele Lebensmittel erforderlich sind, um die geplante Speise zuzubereiten;
- wie viele Mitarbeiter und mit welchem Profil engagiert werden müssen, um die Speisen für die geplante Mahlzeit zuzubereiten;
- wie viele Mitarbeiter und mit welchem Profil engagiert werden müssen, um die geplante Mahlzeit zu servieren;
- wie viele Mitarbeiter an der Rezeption sein müssen, um die angekündigte Anzahl von Gästen zu empfangen und unterzubringen, und welche Fremdsprachen sie sprechen müssen;
- wie viele Zimmermädchen nötig sind, um eine bestimmte Zimmer-/Appartementzahl aufzuräumen;
- wie viel und welches Sanitärmitel nötig ist, um ein Bad, ein WC, einen Swimmingpool zu reinigen und in welcher Zeit usw.

Zubereitung bestimmter Speisen charakteristisch. Jeder technologische Prozess wird in Phasen und die Phasen in Operationen eingeteilt.

3.6.1 Qualität durch ISO Standards

ISO ist eine internationale Organisation für Standards (International Organization for Standardization), die 1946 in London mit der Aufgabe gegründet wurde, die nationalen Standards in den Mitgliedsländern* zu vereinheitlichen.

ISO 9000 ist die gemeinschaftliche Bezeichnung für mehrere Standards, die 1987 von dieser Organisation verabschiedet wurde, die das Minimum der Anforderungen der Standards bedeuten, die von einem Produkt oder einer Dienstleistung der Firma, die das Zertifikat** für ihre Produkte oder Dienstleistungen beantragt, erfüllt werden müssen. Das erhaltene Zertifikat gilt drei Jahre lang und kann danach erneuert werden. In diesem Zeitraum prüft der ISO 9000 Dienst zeitweilig die Qualität des Produkts oder der Dienstleistung, für das das Zertifikat ausgestellt wurde. In dem Fall, dass diese nicht den vorgeschriebenen Qualitätsstandards entsprechen, kann das ausgestellte Zertifikat abgenommen oder annulliert werden. Diese Standards schreiben nur die Anweisungen vor, wie sie anzuwenden sind, nicht aber wie die gewünschte Qualität erzielt werden kann. Die ISO 9000 Standards, die die Qualität regeln, können überall angewandt werden, wo etwas produziert oder eine Dienstleistung angeboten wird. Es gibt mehrere ISO 9000 Standards, unter denen die folgenden drei die bekanntesten sind:

- *ISO 9001* definiert die Qualität der Design-Entwicklung, die Größe und die Form des Produkts.
- *ISO 9002* definiert die Qualität während der Produktion und Benutzung, verlangt vom Unternehmen aber nicht, dass es ein eigenes Team an Wissenschaftlern und Fachleuten hat, die sich um die Entwicklung des Produkts und/oder der Dienstleistung kümmern. Dies können speziell beauftragte Firmen machen. Es gilt, dass die ISO 9002 den gastgewerblichen Bedürfnissen am ehesten entspricht.

* ISO ist der Vorläufer der ISA (International Federation of national standardizing associations) – Internationaler Verband für Standardisierung, gegründet 1926 in London.

** Zertifikat (lat.) – schriftliches Dokument über den einwandfreien Zustand oder Originalität eines Produkts, eines Kunstwerks, eines Zeugnisses, einer Bescheinigung.

- *ISO 9003* ist ein Standard für die Sicherung der Qualität in der Massen- und Serienproduktion.

Die ISO 9000 Standards wurden von den Mitgliedsländern der EU und anderen europäischen Ländern angenommen, unter anderem auch von Kroatien. Diese Standards werden in der Produktion verwendet, weil ihre Anwendung die Qualität der Produkte, Dienstleistungen und allgemein des Geschäfts verbessert. Die Qualität der Dienstleistung im Gastgewerbe besteht nicht nur aus der Dienstleistung selbst – der Speise, dem Getränk usw. – sondern aus allem, was eng mit ihr verbunden ist, z.B. dem Servieren, der Genauigkeit und Schnelligkeit, der Wartezeit auf die Dienstleistung, dem Verhältnis des Kellners zum Gast, der Einrichtung des Speisesaals usw., weil der Gast dies alles als integrale Dienstleistung beurteilt. Dies bedeutet, dass die gewünschte Qualität von allen Elementen erfüllt werden muss, die die Dienstleistung bilden, und dass sie die Erwartungen des Gastes erfüllen müssen. Das gewünschte Zertifikat ISO 9000 können sowohl kleinere als auch größere gastgewerbliche Objekte bekommen. Es ist nur erforderlich, eine entsprechende wissenschaftlich-fachliche Anstalt zu beauftragen, die dabei hilft, die entsprechenden Standards für die Qualität der Dienstleistung zu schaffen und zu erhalten, und anschließend von der ISO das Zertifikat zu beantragen. Viele Hotel-, Restaurant- und Fastfood-Ketten haben eigene Forschungsbüros, in denen die Dienstleistungen und ihre Standardisierung in der Praxis initiiert, geschaffen und studiert werden.

3.6.2 Minimale Bedingungen – grundlegende Standards

Die Verordnung über die Klassifizierung, die minimalen Bedingungen und die Kategorisierung gastgewerblicher Objekte versteht unter den minimalen Bedingungen das Nötigste, was ein gastgewerbliches Objekt erfüllen muss, um die gewünschte Kategorisierung (Anzahl der Sterne) zu bekommen. Mit dieser Verordnung wurden die Grundlagen für die Einführung der Standardisierung in unsere gastgewerblichen Objekte geschaffen, wie sie in vielen europäischen Ländern existieren. Als gastgewerbliches Objekt gilt eine gastgewerbliche Einheit, die in geschäftlicher, baulicher oder funktionaler Hinsicht eine Einheit bildet, oder die im Rahmen einer breiteren baulichen Einheit einen getrennten Bereich und die notwendige Funktionalität hat. Die

Verordnung legt demnach das Nötigste fest, das ein Objekt besitzen muss. Aber die Verordnung verbietet nicht, dass das gastgewerbliche mehr oder bessere Ausstattung oder ein besseres Dienstleistungsobjekt hat, wenn der Objekthinhaber dies wünscht und sich leisten kann, wenn er glaubt, dass der Gast sich angenehmer fühlen, mehr ausgeben, zufriedener sein wird usw.

Das bedeutet z.B.:

- dass auf der Speisekarte mehr Speisen angeboten sein können als vorgeschrieben ist;
- dass das Hotelzimmer größer als in der Verordnung vorgeschrieben sein kann;
- dass es im Hotelzimmer eine Minibar geben kann, obwohl dies nicht vorgeschrieben ist usw.

Allgemeine minimale Bedingungen für Unterkunftsobjekte aus der Gruppe „Hotels“

Damit ein gastgewerbliches für die Unterkunft aus der Gruppe Hotel die gewünschte Kategorie bekommen kann – die entsprechende Anzahl an Sternen – muss es die allgemeinen minimalen Bedingungen erfüllen.

Bauliche Bedingungen. Das Objekt muss Folgendes haben:

- mindestens fünf Unterkunftseinheiten, Zimmer und/oder Appartements, die so eingerichtet und ausgestattet sein müssen, dass sie einen normalen Aufenthalt der Gäste im Objekt und die Realisierung der Dienstleistungen ermöglichen;
- die Höhe vom Boden bis zur Decke in Service-Räumen, in denen Essen zubereitet und serviert wird, muss mindestens 2,80 m betragen, in der Unterkunftseinheit muss die Höhe vom Boden bis zur Decke mindestens 2,40 m betragen, in Räumen mit schräger Decke muss die Durchschnittshöhe 1,60 m sein;
- die Mindestbreite des Haupttreppenhauses, das alle Geschosse im Objekt verbindet, beträgt im Objekt mit 2 Sternen 1,30 m und im Objekt mit 5 Sternen 1,60 m;
- die Schalldämmung eines Objekts, in dem Musik, Musikprogramm, Kegel usw. nach 23 Uhr angeboten werden, muss

gemäß den Vorschriften ausgeführt werden, damit die Ausbreitung des Lärms verhindert wird, der die Nachtruhe der Gäste stören kann.

Von diesen Höhen und Breiten in den Räumen abweichen kann man nur in Objekten, die kulturell-historischen oder Ambiente-Wert haben, und zwar mit der Genehmigung des Tourismus-Ministers.

Flächenkapazitäten der Unterkunftseinheiten. Im Unterkunftsobjekt aus der Gruppe Hotel wird die Zimmerkapazität nach der Anzahl der Betten gemessen. Ein französisches Bett wird für zwei Personen gerechnet. In Ausnahmefällen kann in ein Einbettzimmer noch ein Bett gestellt werden. Im Zweibettzimmer können noch maximal zwei Betten hereingestellt werden. Zusätzliche Betten in diesen Zimmern können nur Kinderbetten oder Kinderhochbetten sein. Zusätzliche Betten können in das Zimmer gestellt werden, wenn das Zimmer 3 m² mehr als die vorgeschriebene Zimmermindestgröße hat.

Module der Unterkunftseinheiten. Unter dem Modul versteht man das Maß für eine Größe. In unserem Fall spricht das Modul davon, welche Nutzflächen eine bestimmte Unterkunftseinheit haben muss.

Das *Zimmermodul* verlangt, dass das Zimmer einen Vorbereich (am Eingang in das Zimmer), einen Schlafbereich und ein Bad haben muss.

Das *Appartementmodul* besteht aus dem Vorbereich, einem Bereich zum Schlafen und Wohnen, zum Kochen, Essen und dem Bad.

Das *Modul des Hotelappartements* (Suite) hat einen Vorbereich, Schlaf- und Wohnräume und ein Bad.

Das *Model des Studio-Appartements* verlangt einen Vorbereich, Schlaf-, Wohn-, Koch- und Essräume und ein Bad.

Die Mindestgröße der genannten Module hängt von der Objektkategorie ab.

Hervorheben des Objektnamens und des Kategorie-Kennzeichens. Der Name, die Art und Kategorie des Objekts müssen gut sichtbar am Haupteingang in das Objekt mit den vorgeschriebenen Kennzeichen und dem speziell festgelegten Standard und/oder der besonderen Qualität auf einer Standardtafel, insofern das Objekt ein Recht darauf hat, angebracht werden.

Funktionalität der Ausstattung. Die gesamte Ausstattung im Objekt muss ständig in einem einwandfreien Zustand sein.

Wasserversorgung und Abfallversorgung. Die Versorgung mit hygienisch einwandfreiem Wasser im Unterkunftsobjekt während des Betriebs muss ununterbrochen sein, und das Wasser muss in ausreichenden Mengen zur Verfügung stehen. Dies kann durch den Anschluss an das öffentliche Wassernetz oder auf andere Weise gewährleistet werden (Brunnen, Zisterne usw.). Das hygienisch einwandfreie Wasser ist ein Grundfaktor, der den Betrieb des Objekts auf dem notwendigen hygienischen Niveau ermöglicht.

Der im Objekt durch die Vorbereitung und Realisierung der gastgewerblichen Dienstleistungen entstehende Abfall wird regelmäßig aus dem Unterkunftsobjekt beseitigt, und zwar gemäß den bestehenden Vorschriften.

Stromversorgung. Die sicherste Art der Stromversorgung ist der Anschluss des Objekts an das örtliche Stromnetz. In Ortschaften ohne Stromnetz dient ein Aggregat für die Stromproduktion. Alle Räume des Unterkunftsobjekts müssen elektrische Beleuchtung haben. In den Fluren, Treppenhäusern und an Stellen, die von Gästen begangen werden, muss es nachts Orientierungslichter geben.

Telefonanschluss. Dieser Anschluss muss in jedem Unterkunftsobjekt vorhanden sein, wenn die Möglichkeit eines Anschlusses besteht. In der Vorhalle des Unterkunftsobjekts oder an der Rezeption muss den Gästen mindestens ein Telefon in Form eines festen oder übertragbaren Geräts zur Verfügung stehen.

Brandschutz. Der Brandschutz muss im gastgewerblichen Objekt von seinem Inhaber gemäß den gesetzlichen Vorschriften durchgeführt werden. Das heißt im Objekt müssen feuerfeste Abfalleimer und –Container stehen. Im Aufzug, im Kesselraum, in der Wäscherei, in der Küche und in ähnlichen Räumen muss es ein Rauchverbotsschild geben.

Jeder Feuermelder im Objekt muss fehlerfrei in Betrieb sein, die Feuerlöscher müssen in einem einwandfreien Zustand sein. Im Brandfall dürfen die Aufzüge benutzt werden, wenn es keine Sicherheitsaufzüge sind, wenn solche existieren, für behinderte Personen. Im Objekt muss die Notbeleuchtung funktionieren. In jedem Zimmer oder

Appartement muss an der Eingangstür oder an der Wand neben der Eingangstür und im Flur eine Skizze mit dem Evakuierungsplan für die Gäste aus dem Objekt im Gefahrenfall ausgehängt werden.

Jedem Mitarbeiter müssen Anweisungen erteilt werden, wie er sich im Brandfall zu verhalten hat. Die Mitarbeiter müssen wissen wie man jede Art von Feuerlöschern im Objekt handhabt.

Im Fünf-Sterne-Hotel mit zwei oder mehr Geschossen muss ein Geschoss für Nichtraucher vorgesehen sein.

Heizung und Staubschutz. In Räumen, in denen sich die Gäste bewegen, darf die Temperatur nicht unter 18,5°C sein, und es muss die Zufuhr von Frischluft möglich sein. Unterkunftsobjekte, die nur im Sommer arbeiten, brauchen keine Raumbeheizung.

Staubgeschützt muss Folgendes sein (so lange es nicht in Gebrauch ist): Tischwäsche, Besteck, Gläser, Teller, Platten, Tassen und sonstiges Inventar, das beim Servieren verwendet wird.

Ausgestellte Speisen auf dem Buffet-Tisch und der Selbstbedienungslinie müssen adäquat gemäß den hygienischen Vorschriften geschützt sein.

Die Tischdeckung (das Couvert) darf nicht am Vorabend für den nächsten Morgen auf den Tischen gedeckt werden, weil über Nacht auf die Tische im Speisesaal und anderenorts Staub fällt, es Mücken gibt usw.

Anforderungen für Behinderte. Unterkunftsobjekte, die noch gebaut werden, müssen behindertengerecht sein (für körperlich Behinderte), den Anforderungen aus den Sondervorschriften für dieses Gebiet entsprechen, und sie beziehen sich auf: den Eingang in das Objekt (stufenfreie Rampe), selbst öffnende Türen, niedriger gelegene Schalter und Steckdosen, Gemeinschaftsräume (ohne Höhenunterschiede zwischen den Räumen), Sanitärräume, Bäder usw., die an die Bedürfnisse von Behinderten angepasst sind usw.

Sanitärräume (Räume für die persönliche Hygiene). Zu den Sanitärräumen im gastgewerblichen Objekt gehören das Damen-WC mit WC-Schüssel, Vorbereich mit Handwaschbecken, das Herren-WC mit WC-Schüssel, Pissoir und Vorbereich mit Handwaschbecken, sowie das Bad und die Dusche.

Die WC-Türen dürfen nicht verglast sein, und das Fensterglas muss undurchsichtig sein.

Das WC muss gemäß den Vorschriften ausgestattet sein (WC-Schüssel mit Klobrille, Kleiderhaken, Klobürste, Möglichkeit abzuschließen oder zu verriegeln). Im Damen-WC muss auch einen Abfalleimer mit Deckel und ein Regalbrett zum Ablegen der Tasche geben. In den Toiletten muss es künstliche oder natürliche Belüftung geben.

Der Toilettenvorbereich muss ein Waschbecken mit fließendem warmem und kaltem Wasser, Flüssigseife, Spiegel, einem Ablagebrett, Papierhandtüchern, Handwaschtrockner und Abfalleimer haben.

Am geschlossenen oder offenen Swimmingpool muss es Damen- und Herrentoiletten, Duschen und Umkleidekabinen geben.

Die Böden und Wände in den Sanitärräumen müssen mit wasserundurchlässigen Materialien (Keramik, Stein oder Plastik) bis zu einer Höhe von 160 cm verkleidet sein.

Die Toiletten müssen in der Nähe von Gemeinschaftsräumen liegen, die von den Gästen der Konsum- und Konferenzkapazitäten genutzt werden.

Auf 80 Sitzplätze kommen eine Damen-Toilette und eine Herren-Toilette mit Pissoir. Auf 160 Sitzplätze müssen es zwei Damen-Toiletten und zwei Herren-Toiletten mit Pissoir sein.

Literaturverzeichnis für deutsche Auflage

1. Duden, *Deutsches Universalwörterbuch*, Dudenverlag, Mannheim, 2011.
2. Duden, *Der kleine Duden, Fremdwörter*, Mannheim, 2004.
3. Duden, *Wörterbuch der Abkürzungen*, Band 11, Dudenverlag, 1990.
4. Wahrig G., *Deutsches Wörterbuch*, Bertelsmann Lexikonverlag, 1995.
5. Hurm, A., Uroić, M., *Njemačko – hrvatski rječnik*, Školska knjiga, Zagreb, 2004.
6. Čičin-Šain Buljan M., Kosanović J., Štampalija A., *Poslovni njemački 1*, Mikrorad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2009.
7. Čičin-Šain Buljan M., Kosanović J., Štampalija A., *Poslovni njemački 2*, Mikrorad, Ekonomski fakultet Zagreb, 2009.
8. https://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/sozialoekonomie/bwl/bassen/Lehre/ABWL/10_Organisation_.pdf (06. 02. 2016.)
9. http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Marketing_in_der_Hotellerie.pdf (11. 02. 2016.)
10. <http://www.hotelier.de/hotellerie/hotelgewerbe/37370-beherbergungsbetriebe-arten> (10. 03. 2016.)
11. http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Grundlagen_der_Tourismuslehre_Gesamt.pdf (15. 03. 2016.)
12. http://dr-schnaggels2000.surfino.info/uploads/Einfuehrung_in_die_Tourismuswirtschaft.pdf (25. 03. 2016.)
13. <http://www.klassifizierung.de/betriebsarten.html> (26.03.2016.)
14. <http://www.dehoga-bundesverband.de/zahlen-fakten/betriebsarten/> (01.04.2016.)
15. <http://www.gfl-journal.de/3-2011/Reuter.pdf> (02.04. 2016.)
16. http://www.montemulinihotel.com/ru/photo_gallery (11.04.2016.)

17. <http://www.absolute-croatia.com/dubrovnik-region/dubrovnik/hotels/3> (09.04.2016.)
18. <http://www.opcijatours.hr/cruises-croatia/> (07.04.2016.)
19. <http://hc.mec.com.cn/?p=23688> (11.04.2016.)
20. <https://www.pinterest.com/VedranaAvsec/croatia/> (06.04.2016.)
21. <https://101formasdecomunicar.wordpress.com/> (06.04.2016.)