

Marketing-Management in der Gemeinschaftsgastronomie

Konzepte - Methoden - Erfahrungen

Stuttgart. In der Gastronomie sind zufriedene Gäste das Ziel allen Handelns und zugleich Garant für den ökonomischen Erfolg. In der Gemeinschaftsgastronomie gilt darüber hinaus, den Anforderungen der jeweiligen Träger gerecht zu werden. Die Gästebedürfnisse, die Ansprüche der Träger und die notwendige Wirtschaftlichkeit stellen hier das magische Dreieck des Marketing dar.

In "Marketing-Management in der Gemeinschaftsgastronomie" zeigt der Autor Siegfried Bober auf, wie durch den optimalen Einsatz aller Marketinginstrumente gast- und zukunftsorientiertes Management realisierbar ist. Neben den grundlegenden Anleitungen zum strategischen Management erhält der Leser zahlreiche konkrete Handlungsanweisungen für die Praxis.

Dr. Siegfried Bober, Professor an der FH Hamburg im Fachbereich Ökotrophologie, ist Gesellschafter und Unternehmensberater der CCV Creativ Consult Verpflegung GmbH, Barsbüttel. Als Autor zahlreicher Fachbücher sowie als Referent und Moderator von Branchenveranstaltungen ist er seit vielen Jahren Kenner der Gemeinschaftsgastronomie.

Dr. Siegfried Bober:

Marketing-Management in der Gemeinschaftsgastronomie

343 Seiten, Format: 17x24 cm

Preis: 68 Euro (D)/70 Euro (A) unverb. Preisempf./115 (sFr).

Stuttgart: Matthaes Verlag, 2001, ISBN 978-3-87515-500-6

Textumfang: ca. 1404 Zeichen inkl. Leerzeichen