

ALBRECHT J E N N

DIE DEUTSCHE GASTRONOMIE

*EINE HISTORISCHE UND
BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE
BETRACHTUNG*

DEUTSCHER FACHVERLAG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
-------------------	---

1. Teil: Die Geschichte der deutschen Gastronomie

A. Von der germanischen Zeit bis zum Untergang des Römischen Reiches . . .	10
I. Die germanische Gastfreundschaft und Geselligkeit	10
II. Das römische Gastgewerbe	11
B. Das Mittelalter	13
I. Die nichtgewerbliche Gastgebung	13
II. Die vorgewerbliche Tätigkeit	15
III. Die erwerbswirtschaftliche Gastgebung	17
1. Veränderungen zwischen Mittelalter und Neuzeit	17
2. Das Leben, Kochen und Essen im Mittelalter	18
3. Tabernen, Gastwirtschaften und Garküchen	23
4. Domschenken und Ratskeller	26
C. Das Gastgewerbe der Neuzeit bis zur napoleonischen Zeit	28
D. Das 19. Jahrhundert, Zeit des Aufbruchs, bis 1914	35
I. Determinanten des Fortschritts	35
II. Die Gastronomie der Oberschicht und der kleinen Leute	39
1. Die Gastronomie der Aristokratie und Bourgeoisie	39
1.1 Die Anfänge der Restaurationsbetriebe	40
1.2 Die Gesellschaftshäuser	43
1.3 Die Kaffeehäuser	44
2. Die Gaststätten der einfachen Bürger und Arbeiter	47
2.1 Die Speiselokale	47
2.2 Die Schanklokale	50
3. Naherholung und Ausflugslokale am Beispiel Nürnbergs	52
E. Das Gastgewerbe zwischen 1914 und 1948	53
I. Der Erste Weltkrieg und die Weimarer Jahre	53
II. Das III. Reich und die unmittelbare Nachkriegszeit	58
F. Der Neuanfang nach der Währungsreform	64
I. Die Leistung der Gastronomie in den Nachkriegsjahrzehnten	65
1. Die großen Herausforderungen	66
2. Einige positive Impulse	72
3. Die Lebensumstände des Personals	74
II. Die Impulse aus der Individualgastronomie	75
1. Die ausländischen Spezialitäten-Restaurants	75
2. Die gehobene Küche	77
III. Die Ursprünge der systematisierten Gastronomie	81
1. Mövenpicks Philosophie	81
2. Wienerwald: Musterbeispiel der Systemgastronomie	85

2. Teil: Bestandsaufnahme und Perspektiven

A. Die Organisations- und Kooperationsformen	92
I. Der Eigentumsbetrieb	92
II. Die Gastronomie	93
III. Die Bierliefer- und Pachtverträge	93
IV. Das Franchising	95

B. Die Grundlagen der Unternehmensplanung und -Steuerung	101
I. Die drei konstruktiven Größen	102
II. Die Situationsanalyse	104
III. Das Zielsystem	105
IV. Strategische Entscheidungen	106
C. Die Gastronomie: Spiegelbild veränderter Erwartungen	111
I. Die Gäste des ausgehenden 20. Jahrhunderts	111
1. Statistisches, Soziales und Ökonomisches	111
2. Der Außer-Haus-Konsum wichtiger Bevölkerungsgruppen	115
II. Die Erlebnisgastronomie	122
1. Die theoretischen Grundlagen des Gästeverhaltens	122
2. Die praktische Erlebnisgastronomie	124
III. Die Eß- und Trinkgewohnheiten	130
IV. Der Umweltschutz	135
D. Das Spektrum gastronomischer Möglichkeiten	137
I. Die systematisierte Gastronomie	140
1. Die Fast Food-Gastronomie	142
2. Die Handelsgastronomie	148
3. Anmerkungen zur Systemgastronomie	151
4. Die Marktrestaurants und -hallen	153
II. Die Individualgastronomie	157
1. Die speiseorientierte Gastronomie	157
1.1 Die bürgerlichen Gaststätten	157
1.2 Die ausländischen Spezialitäten-Restaurants der neunziger Jahre	163
1.3 Vollwert-Restaurants	168
1.4 Die Imbißbetriebe	169
1.5 Die Gourmet-Restaurants	173
2. Die Schankbetriebe	182
III. Sonderformen der Gastronomie	192
1. Die Autobahn-Raststätten	193
2. Die Gemeinschaftsverpflegung	198
E. Die EG und ihr Einfluß auf die Gastronomie	206

3. Teil: Die Gastronomie der DDR und der Neuen Bundesländer

A. Die Grundlagen der Staats- und Gesellschaftsordnung	210
B. Schlaglichter des Lebens in der DDR	213
C. Die Gastronomie bis zur Zeit der politischen Wende	216
I. Die Gliederung der öffentlichen Gastronomie	216
II. Der Versuch einer Situationsbeschreibung	218
1. Die Kapazität, die Struktur und die Preisbildung	218
2. Der qualitative Stand	222
3. Einige Lichtblicke	225
D. Die Neuen Bundesländer und ihre Gastronomie	231
Die wichtigsten Gesprächspartner	241
Bildquellenverzeichnis	243
Darstellungsverzeichnis	245