



Charlotte Freitag

Urlaub aus dem Fernsehen

Eine Untersuchung über die Eignung
und Zukunft des TV-Reiseshopping
als touristischem Vertriebsmedium

Freitag, Charlotte:
Urlaub aus dem Fernsehen
Eine Untersuchung über die Eignung und Zukunft des
TV-Reiseshopping als touristischem Vertriebsmedium

Paderborn 2011, XII + 147 S., zahlr. Abb.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Einleitung**
 - 2 Der touristische Vertrieb – eine Branche im Umbruch**
 - 2.1 Strukturen des touristischen Vertriebs
 - 2.2 Phase 1: Von den Anfängen bis Ende der 1980er-Jahre
 - 2.3 Phase 2: 1990er-Jahre bis zum Jahr 2000
 - 2.4 Phase 3: Vom Jahr 2000 bis in die Gegenwart
 - 2.5 Zwischenfazit
 - 3 Reiseshoppingsendungen im Fernsehen**
 - 3.1 Grundlagen des T-Commerce
 - 3.2 Grundlagen des TV-Reiseshopping
 - 3.3 Die Anbieterseite
 - 3.4 Die Nachfrageseite
 - 3.5 Kurzzusammenfassung und Ausblick
 - 4 TV-Reiseshopping aus Verbrauchersicht – empirische Forschungsergebnisse**
 - 4.1 Passantenbefragung: Das Image des TV-Reiseshopping
 - 4.2 Kundenbefragung: Motive für Reisebuchungen im Fernsehen
 - 4.3 Zusammenfassung: Bedeutung der Ergebnisse für TV-Reiseshopping
 - 5 TV-Reiseshopping aus Expertensicht – empirische Forschungsergebnisse**
 - 5.1 Methodik der empirischen Untersuchung
 - 5.2 Beurteilung des TV-Reiseshopping aus Expertensicht
 - 5.3 Prognosen zur Zukunft des TV-Reiseshopping
 - 6 Eignung und Zukunft des TV-Reiseshopping – Ausblick und Fazit**
-