

“TOURISMUSMEDIEN – MEDIENTOURISMUS.

Reisen mit der Maus“

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades eines/r
Diplom-Kulturwissenschaftler/in (Medien) an der Fakultät Medien der
Bauhaus-Universität Weimar

Eingereicht von:

Susanne Kern

Betreuer:

Prof. Dr. M. Maier

Reg.-Nr.: MK/16/2001

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Abbildungsverzeichnis	4
1 Tourismus	5
2 Der Tourismusmarkt	7
2.1 Der Tourismusbegriff	10
2.2 Das touristische Produkt	11
2.3 Information	12
2.4 Trends im Tourismusmarkt	14
2.4.1 Urlaubsziele der Deutschen	14
2.4.2 Reiseformen und Bedürfnisse	15
2.4.3 Zukünftige Entwicklungen im Tourismus	19
3 Neue Medien im Tourismus	21
3.1 Internet und Tourismus	22
3.1.1 Technische Voraussetzungen	24
3.1.1.1 Übertragungstechnik	24
3.1.1.2 Zugangsgeräte und -technik	27
3.1.2 Besonderheiten des Online-Marketings	27
3.1.2.1 Information	29
3.1.2.2 Kommunikation	31
3.1.2.3 Online-Werbung	33
3.1.2.4 Kundenbindung	35
3.1.3 Vertriebskanal Internet	36
3.1.4 Entwicklungen im Mobilfunk	43
3.2 Digitale Speichermedien	47
3.2.1 CD-ROM	47
3.2.2 DVD	48
3.3 Automaten und Informationsterminals	50
3.4 Reiseverkaufsfernsehen und Interaktives Fernsehen	51
3.4.1 Interaktives TV	51
3.4.2 TV-Informationendienste	52
3.4.2.1 Teletext	52

3.4.3 Reiseverkaufssender.....	54
3.4.3.1 TV-Travel-Shop	55
3.4.3.2 tm 3.....	56
3.4.3.3 Via 1	57
3.4.3.4 Liberty TV	58
3.4.3.5 www.travel	58
4.1.1 Vorteile und Nachteile der Nutzung neuer Medien	60
4.2 Auswirkungen neuer Medien auf die Printmedien Katalog und Reiseführer	61
5 Ausblick	66
Literaturverzeichnis	67
Linkverzeichnis	69
EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG.....	71

Literaturverzeichnis

Mike Barowski, Achim Müller: Online-Marketing. Berlin: Cornelsen Verlag, 2000

Bausinger, H.: Reisekultur: Von der Pilgerfahrt zum modernen Tourismus, 2. Auflage, 1999

Bolz, N., Bosshart, D.: Kultmarketing. Die neuen Götter des Marktes, 2. Auflage, Düsseldorf: ECON-Verlag, 1995

Echtermeyer, M.: Elektronisches Tourismusmarketing: globale CRS-Netze und neue Informationstechnologien, Berlin: de Gruyter, 1998

Freyer, W.: Tourismus-Marketing: Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, München: Oldenbourg Verlag, 1997

Hennig, Ch.: Reiselust. Touristen, Tourismus und Urlaubskultur, 1999

Kabel, P.: Digitale Marktplätze im virtuellen Raum, in: Horx, M., Wippermann, P.: Markenkult. Wie Waren zu Ikonen werden, ECON-Verlag 1995

Keller, P. (Hg.): Globalisation and tourism, International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST) Reports, Vol. 38, New Zealand 1996

Kotler, P., Bliemel, F.: Marketing-Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung, 9. Auflage, Stuttgart, 1999

Opaschowski, H. W.: Tourismusforschung, Opladen: Leske und Budrich, 1989, (Freizeit- und Tourismusstudien Band 3)

Opaschowski, H.W.: Deutschland 2010. Wie wir morgen arbeiten und leben -
Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, Ostfildern
1997

Opaschowski, H. W.: Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert,
1. Auflage, Hamburg: Germa Press, 2001

Schertler, W. (Hg.): Tourismus als Informationsgeschäft. Strategische Be-
deutung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien im Touris-
mus; Wien: Wirtschaftsverlag Ueberreuter, 1994

Schulze, G.: Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, .
Auflage, Frankfurt/M. CMPUS Verlag, 1997

Online-Marketing im Reisemarkt Trends 2001. Studie von IAC (Interactive
Advertising Center)

Der Markt für Urlaubs- und Geschäftsreisen. Daten, Fakten, Trends, Focus
Medialine 2000

Tourismus, Medien, Kultur. Innovative Impulse für die Region Saale-Ilm,
Projektskizze der Bauhaus-Universität Weimar, Fakultät Medien

fwv International – Zeitschrift für die Tourismuswirtschaft, Nr. 5/2001

connect, Nr. 10/2001

Horizont 33, 2001

Linkverzeichnis

www.amazon.de
www.focus.de
www.focus.de/traxx
www.iac-online.de
www.web.de
www.touristikreport.de
www.fvw.de
www.horizont.net
www.dafu.de
www.umts.de
www.t-mobile.de
www.viagintercom.de
www.viaginterkom.de/umts/index.html
www.travel24.com
www.travelchannel.de
www.expedia.de
www.bucherreisen.de
www.fit-for-travel.de
www.flug.de
www.tiss.com
www.buchungsmaschine.de
www.travelchannel.co.uk
www.traveldealsdirect.com
www.libertytv.com
www.travel.net
www.lonelyplanet.com
www.citysync.com
www.polyglott.de
www.langenscheidt.de
www.superteletext.tv
www.storm-chaser.com
www.hundeschlittentouren.com

www.spacetourism.de

www.amazon-safaris.com

www.nepalonline.net/shiva

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich, dass ich diese Arbeit selbstständig und ausschließlich für meine eigene berufliche Tätigkeit erstellt habe und dass ich keine Rechte an anderen Personen übertragen habe.

Die Arbeit wurde ohne Hilfe anderer Personen erstellt und ist meine eigene Leistung.

Ort, Datum

Unterschrift