Opodo Deutschland

07.05.2019 – 14:30 Uhr

#instagramworthy? So beeinflusst Social Media den Urlaub der Deutschen

Hamburg (ots) -

Social Media gehört längst zum Alltag. Doch wie beeinflussen die sozialen Netzwerke - allen voran Instagram - eigentlich die Urlaubsplanung der Deutschen? Dieses Thema hat eine repräsentative Umfrage des Online-Reiseportals Opodo aufgegriffen und 8.000 Teilnehmer befragt*. Das Ergebnis: Fast ein Drittel der Deutschen (31 Prozent) hat bei einer Urlaubsbuchung auch schon einmal einbezogen, ob der Urlaubsort passende Kulissen für Instagram und Co. zu bieten hat. Bei den Männern checken 34 Prozent schon vor der Reise passende Hashtags und Motive, bei den Frauen sind es 28 Prozent.

Retusche der Urlaubsfotos? Alltag für 44 Prozent der Befragten

Um den Daheimgebliebenen den eigenen Urlaub von der besten Seite zu präsentieren, kommen auch gerne die Mittel der digitalen Bildretusche zum Einsatz. Das sagen jedenfalls 44 Prozent der Befragten, die gelegentlich oder oft ihre Urlaubsfotos aufpolieren, bevor sie auf Instagram und anderen sozialen Netzwerken gepostet werden. Gut die Hälfte der Befragten gab aber an, Urlaubsfotos im Nachgang nicht mehr zu bearbeiten.

Doch was denken Deutsche eigentlich von Urlaubern, die ihre Reise engmaschig mit Social Media begleiten? Jeder Dritte ist überzeugt, dass die Urheber der Fotos eine gute Zeit haben. 28 Prozent vermutet dagegen, dass die Urlauber ihre Reise gar nicht genießen, und jeder Fünfte findet sogar, dass es angeberisch ist, viel über den Urlaub in den sozialen Netzwerken preiszugeben.

Darauf wollen Deutsche im Urlaub nicht verzichten

Nur knapp jedem zehnten Deutschen fällt es besonders schwer, im Urlaub auf Social Media zu verzichten. Mit dem Verzicht auf Alkohol, Sport und TV haben sogar noch weniger deutsche Urlauber ihren eigenen Angabe zufolge ein größeres Problem. Sightseeing und Strand sind dagegen schon schwerer aus dem eigenen Urlaub wegzudenken: Ein Drittel empfindet den Verzicht auf Sightseeing im Urlaub als den größten Verlust, und bei 27 Prozent der Befragten ist es der Strandbesuch. Für fast die Hälfte der deutschen Befragten (48 Prozent) sind Landschaften und Aussichten darüber hinaus auch das bevorzugte Motiv für die eigenen Posts in den sozialen Netzwerken.

Top Sechs: Darauf wird ungern im Urlaub verzichtet

Sightseeing (31 Prozent)
Strand (27 Prozent)
Social Media (9 Prozent)
Cocktails (7 Prozent)
Sport (7 Prozent)
TV (7 Prozent)

*Die Umfrage wurde von OnePoll im Auftrag von Opodo durchgeführt. Befragt wurden 8.000 Erwachsene aus Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Italien, Portugal und Spanien im Zeitraum 31.12.18 bis 03.01.19.

Kontakt:

bcw | burson cohn & wolfe GmbH
Angela Schuberth
Tel.: 069 - 23809 27
Mail: edreamsodigeo@bm.com

Medieninhalte

#instagramworthy? So beeinflusst Social Media den Urlaub der Deutschen / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/101081 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Opodo Deutschland/opodo.de"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100050024/100827723 abgerufen werden.