

Abstract: Weltweit gab es im Jahr 2015 circa 270 Millionen junge Reisende. Auch in den Sozialen Medien tritt das Thema „Reisen“ immer wieder in den Vordergrund, in Form von Blogs, kommerziellen Angeboten und privaten Posts – in Letzteren wird besonders das Schöne und Außergewöhnliche der individuellen Reisen betont. Gegenstand dieser Arbeit ist die Untersuchung eines Zusammenhangs zwischen Sozialen Medien und dem Reiseverhalten. Das Forschungsinteresse liegt insbesondere bei den Wirkungen von privaten Veröffentlichungen auf Facebook auf die Youth Traveller. Analysiert wurde der Einfluss auf Einstellungen und Verhalten bezüglich eigener Reisen – sowie ein mögliches Entstehen eines Gruppenzwangs unter den Rezipienten.

Methodisch wurde das Verfahren einer Triangulation gewählt. Zunächst wurden auf der Basis qualitativer Leitfadenterviews mit sechs Probanden unterschiedlichen Reiseverhaltens Ideen für Hypothesen und Definitionen entwickelt. Anschließend wurde eine quantitative experimentelle Befragung durchgeführt, um die Ergebnisse der qualitativen Studie validieren und ergänzen zu können. Daran haben 174 Personen teilgenommen. Sie verteilen sich auf drei Gruppen, um den unterschiedlichen Einfluss von geposteten Texten und veröffentlichten Bildern zu erforschen. Einstellungsveränderungen wurden an einer Reihe von Emotionen gemessen; Verhaltensveränderungen wurden anhand bevorzugter Reiseziele, der Art des Reisens und der Selbstpräsentation in Sozialen Medien gemessen. Um einen möglichen Gruppenzwang zu erkennen, wurde der Wunsch nach Gruppenzugehörigkeit mit dem sozialen Umfeld des Rezipienten in Zusammenhang gebracht.

Nach der Auswertung der statistischen Daten konnten lediglich zwei der insgesamt neun Hypothesen bestätigt werden:

1. Personen, die viel reisen, neigen eher zur Selbstpräsentation in Sozialen Medien, als Personen, die nicht viel reisen.
2. Das Individuum reist häufiger, wenn das eigene soziale Umfeld auch viel auf Reisen ist.

Dennoch sind „Soziale Medien“ und „Reisen“ zwei durchaus zentrale Themen im Leben junger Menschen. Ein Einfluss von Sozialen Medien auf das Reiseverhalten sollte deshalb nicht ausgeschlossen werden. Vielmehr kann die vorliegende Studie unter Einhaltung der aufgeführten Kritik eine Grundlage für weiterführende Forschung darstellen.

Art der Arbeit: Bachelor-Arbeit

Verfasserin: Marie Perponcher

E-Mail: marieperponcher@gmail.com