

Urlaub ohne Social-Media-Post? Für die Mehrheit unvorstellbar

- **Für 7 von 10 der unter 30-Jährigen gehört Posten fest zum Urlaub**
- **Rund ein Viertel möchte andere online neidisch machen**
- **Fast 3 von 5 lassen sich in sozialen Netzwerken zu Urlaubszielen inspirieren - aber Hälfte war schon von Realität enttäuscht**

Berlin, 30. Juli 2026 - Entspannter Tag am Strand, lange Wanderung zum Gipfel oder gemütliches Picknick am See – und dieses Urlaubserlebnis nicht online teilen? Für die meisten Urlauberinnen und Urlauber kommt das kaum infrage: Für eine Mehrheit von 57 Prozent der Urlauber mit Social Media gehört es zum eigenen Urlaub dazu, Bilder oder Videos davon in sozialen Netzwerken zu posten. Im vergangenen Jahr waren es erst 50 Prozent. Besonders ausgeprägt ist das bei den 16- bis 29-Jährigen (69 Prozent) und den 30- bis 49-Jährigen (66 Prozent). Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 1.004 Personen ab 16 Jahren, darunter 745 Urlauberinnen und Urlauber, die generell Social Media nutzen, im Auftrag des Digitalverbands Bitkom.

Für viele ist dann auch wichtig, dass diese Beiträge gut ankommen: 44 Prozent wünschen sich nach eigenen Angaben, dass ihre Urlaubsfotos und -videos viel Aufmerksamkeit bekommen. Rund ein Viertel (26 Prozent) gibt zu, Eindrücke aus dem Urlaub auch deshalb auf Social Media zu posten, um andere neidisch zu machen. Für besonders spektakuläre Aufnahmen wird mitunter sogar ein Risiko eingegangen: Ebenfalls 26 Prozent haben sich nach eigenen Angaben schon einmal in Gefahr gebracht, um Urlaubsbilder oder -videos für Social Media aufzunehmen. „Social Media ist für viele zur digitalen Postkarte geworden: Mit wenigen Klicks lassen sich Freundinnen, Freunde und Bekannte am Urlaub teilhaben. Gleichzeitig steigt damit der Druck, Erlebnisse besonders schön, außergewöhnlich oder spektakulär darzustellen“, sagt Dr. Konstantin Peveling, Experte für Social Media beim Bitkom. „Soziale Netzwerke sind aber nicht nur Schaufenster für die eigenen Erlebnisse. Sie sind inzwischen auch eine wichtige Inspirationsquelle für die Urlaubsplanung und können Reiseziele in kurzer Zeit sehr bekannt machen.“

Besonders Jüngere vertrauen auf soziale Netzwerke auch als Ideengeber für den eigenen Urlaub: Insgesamt 58 Prozent der Urlauberinnen und Urlauber mit Social-Media-Nutzung haben in den vergangenen 12 Monaten in sozialen Netzwerken eine Idee zu einer Urlaubsreise bekommen: 27 Prozent einmalig, 31 Prozent sogar mehrfach. Besonders häufig ist dies bei den 30- bis 49-Jährigen der Fall: Unter ihnen haben sich insgesamt 65 Prozent schon von Social Media zu einer Reise inspirieren lassen. Doch nicht alles, was online glänzt, hält auch in der Realität: Insgesamt rund die Hälfte (53 Prozent) war schon einmal enttäuscht von einem Urlaubsziel oder Ausflugsort, weil es in sozialen Netzwerken schöner aussah als in Wirklichkeit.

Kontakt

Merle Wiez

Pressereferentin

Telefon: +49 30 27576-274

E-Mail: m.wiez@bitkom.org

[Download Pressefoto](#)

Dr. Konstantin Peveling

Bereichsleiter für Medienpolitik & Plattformen

[Download Pressefoto](#)

[Nachricht senden](#)

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die [Bitkom Research](#) im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.004 Personen ab 16 Jahren in Deutschland telefonisch befragt, darunter 745 Personen, die in den Urlaub fahren und soziale Netzwerke nutzen. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 17 bis KW 21 2026 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ. Die Fragestellungen lauteten: „Haben Sie in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram in den letzten 12 Monaten eine Idee zu einer Urlaubsreise bekommen?“ sowie „Inwieweit treffen die folgenden Aussagen zum Thema Urlaubserlebnisse und soziale Netzwerke auf Sie zu?“.

Direktlink: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Urlaub-ohne-Social-Media-Post-Mehrheit-unvorstellbar>