



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Alleinreisende: (Un)bewusste Entscheidungen bei der Wahl des
Reiseziels und der Nutzung künstlicher Intelligenz

verfasst von | submitted by

Giorgia Piacenza BA

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien | Vienna, 2025

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft

Betreut von | Supervisor:

Assoz. Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker Privatdoz.

Abstract

Ziel dieser Arbeit ist es, den Bewusstseitsgrad von Alleinreisenden hinsichtlich sozialer Medien und der Nutzung künstlicher Intelligenz („KI“) darzustellen, denn wie auch die meisten anderen Aspekte des Lebens, wird auch das Reisen zunehmend durch den laufenden Paradigmenwechsel durch den Einsatz der KI beeinflusst. Die Arbeit ist für mehrere Forschungsfelder relevant, da sie alltägliche Aspekte der gegenwärtigen Gesellschaft untersucht und damit neue Perspektiven für Medien, Tourismus und Technologie eröffnet.

Die Forschungsfragen konzentrieren sich auf Alleinreisende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren und zielen darauf ab, zu klären, wie diese Zielgruppe ihre Reiseziele auswählt und oder wie künstlichen Intelligenz bewusst oder unbewusst in der Reiseplanung genutzt wird.

Für die Untersuchung wurde qualitativ vorgegangen: mittels leitfadengestützter Interviews wurde das notwendige empirische Material erhoben und nach der Transkription mittels Inhaltsanalyse ausgewertet. Auf Basis der Inhaltsanalyse nach Mayring wurden die Originalaussagen zunächst paraphrasiert, anschließend generalisiert und reduziert. Daraus resultierten sieben Kategorien, die durch entsprechende Unterkategorien präzisiert wurden.

Die Ergebnisse zeigen, wie erwartet, dass soziale Medien und KI sowohl direkt als auch indirekt die Wahl der Reiseziele beeinflussen, wobei persönliche und menschliche Empfehlungen nach wie vor einen Vorrang gegenüber neuen Technologien haben. Hinsichtlich künstlicher Intelligenz lässt sich ein laufender Paradigmenwechsel beobachten, der sich allerdings noch nicht vollständig durchgesetzt hat. Zwar nutzen alle Teilnehmer*innen KI, jedoch nicht durchgängig bewusst.

Aus diesen Ergebnissen ergeben sich neue Implikationen, die insbesondere die Tourismusbranche betreffen, aber auch die persönliche Entwicklung und den Charakter des Alleinreisens berühren.

The aim of this thesis is to assess solo travellers' awareness of how social media shape destination choice and how artificial intelligence is used during travel planning. The focus on these topics is warranted because travel remains a constant of social life, while the paradigm shift induced by AI increasingly permeates everyday practices. The study is relevant to several research fields, as it examines ordinary facets of contemporary society and thereby opens new perspectives for media, tourism, and technology studies.

The research questions address solo travellers aged 20 to 30 and seek to clarify how this group selects destinations and whether artificial intelligence is employed consciously or unconsciously in the planning process. A qualitative design was adopted. Empirical material was collected through semi-structured interviews and, after transcription, analysed using qualitative content analysis. Following Mayring's approach, original statements were first paraphrased, then generalised and reduced, resulting in seven categories further specified by subcategories.

The findings indicate that social media and AI influence destination choice both directly and indirectly; however, personal, human recommendations continue to take precedence over new technologies. With regard to AI, an ongoing paradigm shift is observable, though it has not yet fully taken hold. All participants report using AI, albeit not always consciously. These insights have implications primarily for the tourism sector, while also bearing on personal development and the shape of solo travel.

Danksagung

Bevor ich mich auf die Reise durch meine Masterarbeit begeben, möchte ich einige Zeilen nutzen, um den Menschen zu danken, die mich auf diesem Weg begleitet haben, und um ein paar persönliche Gedanken zu diesem Weg zu teilen.

Zunächst möchte ich meiner Betreuerin, Assoz. Prof. Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker, Privatdoz., von Herzen danken, die mich durch meine Unsicherheiten und Zweifel begleitet hat und mich mit ihrem Interesse am Thema freundlich unterstützt hat, indem sie meine Fragen zeitnah beantwortete und mir den richtigen Weg aufgezeigt hat. Ebenso möchte ich mich an dieser Stelle bei David Lamprecht für die Unterstützung bei der (sicherlich anstrengenden) Korrektur meiner Arbeit bedanken – ein nicht einfacher, aber notwendiger Schritt. Danke an Sarah, die sich die Zeit für mich genommen hat und mir mit ihrer Hilfsbereitschaft Hoffnung gegeben hat.

Vorrei ringraziare tutte le persone che ho incontrato durante i miei viaggi, credo sia anche grazie a loro che ho sviluppato la mia curiosità per culture nuove e posti da scoprire con rispetto. Un particolare ringraziamento va a Matthias, che attraverso diversi discorsi e dimostrazioni mi ha mostrato la bellezza del mondo e convinto al viaggio e all'indipendenza. Nonostante i nostri stili siano davvero molto diversi questa passione condivisa ci ha sempre fatto trovare un punto in comune. Ringrazio Chiara, che fin da piccola si è presa cura di me con estrema esigenza per motivarmi ad essere sempre una versione migliore di me stessa e che mi ha spesso mostrato la via e le possibilità del mondo andando lei stessa per prima in avanscoperta. Grazie per credere in me. Ringrazio mia mamma che nonostante le difficoltà riesce a lasciarmi libera ed accettare la mia indole senza mettermi i bastoni tra le ruote. Un pensiero per mia nipote Sofia che mi fa scoprire nuovamente il gioco e la curiosità per il mondo con le sue tante domande.

Ringrazio di cuore le persone a me vicine in questo percorso: Francesca che mi ricordava di prendermi del tempo anche per me; Ethan che non si è mai preoccupato per il mio futuro; Hannah che mi sostiene a modo suo tra le giostre della vita; e Luca che soprattutto nell'ultimo periodo ha cercato di motivarmi per poter rincorrere i miei sogni.

Grazie a tutti coloro che mi sono stati vicini in questo periodo.

Inhaltsverzeichnis

Abstract	II
Danksagung.....	IV
Tabellenverzeichnis	IX
Liste der Abkürzungen.....	IX
Einleitung	1
1. Einführung zum Thema	4
1.1 Relevanz des Themas	6
1.2 Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfragen	9
1.3 Aufbau der Masterarbeit.....	10
2. Theoretischer Rahmen	11
2.1 Begriffsdefinitionen.....	11
2.1.1 Soziale Medien	11
2.1.2 Alleinreisende	13
2.1.3 Unterscheidung zwischen Reisen und Urlaub	14
2.1.4 Künstliche Intelligenz.....	15
2.2 Forschungsstand	17
2.3 Angewandte Theorien	22
2.2.1 Diffusionstheorie	23
2.2.2 Theorie des sozialen Vergleichs	25
3. Methodik	27
3.1. Forschungsdesign	28
3.1.1 Zielsetzung der Interviews.....	29
3.1.2 Aufbau und Entwicklung des Leitfadens.....	30
3.1.3 Durchführung der Interviews.....	32
3.2 Ethische Aspekte	35
4. Analyse.....	37

4.1 Analysenmethode	37
4.2 Güterkriterien	39
4.3 Vorgehen der Analyse und Vorstellung der Kategorien	40
5. Kategorien.....	42
5.1 Externe Einflüsse auf das Reiseverhalten	43
5.1.1 Herkunfts- und Lebensort	44
5.1.2 Einfluss der familiären Reisegewohnheiten	44
5.1.3 Kurztrips versus Langzeitreisen	46
5.2 Reiseverhalten der Interviewpartner*innen.....	47
5.2.1 Art des Reisens	47
5.2.2 Wahl des Reiseziels	49
5.2.3 Motivation und Wahlverhalten	51
5.3 Reisekultur der Teilnehmer*innen	54
5.3.1 Zwischen Soloreise und persönlichen Reisegründen	54
5.3.2 Reisen versus Urlaub	57
5.3.3 Definition des Phänomens „Solo-Traveler“	58
5. 4 Reiseplanung der Interviewpartner*innen.....	58
5.4.1 Unterkunftsbuchung	59
5.4.2 Informationsquellen der Reisedestination	60
5.5 Verwendete Technologien.....	62
5.5.1 Google Maps.....	63
5.5.2 Künstliche Intelligenz.....	64
5.6 Kommunikation.....	66
5.6.1 Blogs und Rezensionen.....	67
5.6.3 Soziale Medien	69
5.7 Zukunftsperspektiven der Solo-Traveler.....	72

5.7.1 Zukunftsvorstellung des Reisens	73
5.7.2 Wahrnehmung der Zukunft.....	76
6. Diskussion und Fazit.....	78
6.1 Fazit.....	83
6.1.1 Limitation der Arbeit	84
6.1.2 Weiterführende Forschung	86
7. Bibliographie.....	87
8. Anhänge	94
8.1 Interviewleitfaden.....	94
8.1.1 Interviewleitfaden Deutsch	94
8.1.2 Interviewleitfaden Englisch	100
8.1.3 Interviewleitfaden Italienisch	104
8.2 Transkriptionen von den Interviews.....	108
Interview 1:.....	108
Interview 2	130
Interview 3	143
Interview 4.....	162
Interview 5	175
Interview 6 und 7	197
Interview 8	235
Interview 9	250
Interview 10.....	268
8.3 Interviewprotokolle	285
INT_0	285
INT_1.....	285
INT_2.....	286
INT_3.....	286
INT_4.....	286

INT_5.....	287
INT_6+7	287
INT_8.....	288
INT_9.....	288
INT_10.....	289
Declaration of generative AI and AI-assisted technologies.....	289

Tabellenverzeichnis

Abbildung 1 - Kurzfassung der Theorien	22
Abbildung 2 - Demographische Darstellung der Interviewpartner*innen.....	34
Abbildung 3: Spalten der Interviewanalyse	39
Abbildung 4 - Kategorien und Unterkategorien	42
Abbildung 5 - Was die Teilnehmer*innen beim Reisen suchen (n=34)	52
Abbildung 6 - Faktoren zur Reisezielentscheidung (n=34)	53

Liste der Abkürzungen

Abkürzung	Bedeutung
e-WOM	elektronisches Word-of-Mouth; online vermittelte Weiterempfehlungen
INT	Interview
IP	Interviewte Person
KI	künstliche Intelligenz
SM	Social Media
SMO	Social Media Optimismus; zuversichtliche Grundhaltung gegenüber den Wirkungen sozialer Medien und der Erwartung, dass diese überwiegend positiven Effekte haben.
Solo-Traveler	Alleinreisende Person; Person, die Reisen eigenständig plant
UGC	User-Generated Content; von Nutzenden erstellte Inhalte
WOM	Word-of-Mouth; interpersonale Mundpropaganda

Einleitung

“Conosceva molta gente da quelle parti, e per questo gli piaceva viaggiare: si finisce sempre per fare nuovi amici, anche senza bisogno di trascorrere insieme un giorno dopo l’altro nello stesso luogo.” (Coelho, 2014 S. 37).

„Er kannte viele Leute in dieser Gegend, und deshalb reiste er gerne: Man findet immer neue Freunde, auch ohne Tag für Tag am selben Ort zusammen zu sein.“ (Coelho, 2014, S. 37)
(Übersetzt mit DeepL, 2025)

Diese Worte von Coelho, entnommen aus einem seiner bekanntesten Bücher, „Der Alchimist“, fassen eine zeitgenössische Form des Alleinseins auf eindrucksvolle Weise zusammen. Sie verknüpfen das individuelle Reisen nicht mit dem Wunsch nach Abgrenzung oder Einsamkeit, sondern mit der Suche nach neuen Formen menschlicher Verbundenheit in einer zunehmend globalisierten und digital vernetzten Welt. Coelho deutet an, dass die Wahl des Reiseziels oft nicht zufällig geschieht, sondern durch bestehende soziale Netzwerke beeinflusst wird, die alltägliche Entscheidungen prägen, bewusst wie unbewusst. In diesem Sinne eröffnet der zitierte Satz den Weg in die vorliegende Arbeit, die aus persönlichem Interesse und eigenen Erfahrungen heraus entstanden ist. Sie versteht sich als eine theoretisch fundierte und zugleich praxisnahe Auseinandersetzung mit der Frage, wie sich soziale Beziehungen, Mobilität und digitale Technologien in modernen Lebensformen überschneiden – und wie gerade im Alleinreisen neue Formen der Nähe, Begegnung und Selbstreflexion entstehen können.

Es gibt viele Arten zu reisen. Keine davon ist per se richtig oder falsch. In den letzten Jahren hat sich jedoch zunehmend ein Trend herausgebildet: Immer mehr Menschen entscheiden sich dafür, allein zu reisen – mit dem Wunsch, persönliche Erfahrungen zu sammeln und die Welt auf eigene Weise zu entdecken (Gim et al., 2025, S.100). Besonders junge Erwachsene wählen diese Form des Unterwegsseins, um nicht nur neue Orte kennenzulernen, sondern zugleich eine Reise zu sich selbst zu unternehmen. Aus eigenen Erfahrungen mit dem Alleinreisen heraus hat sich das Thema dieser Masterarbeit nahezu von selbst entwickelt. Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Faktoren die Wahl von Reisezielen junger Erwachsener im Alter zwischen 20 und 30 Jahren beeinflussen, die allein unterwegs sind – und wie persönliche, soziale und digitale Dimensionen, und auch modernste Technologie wie künstliche Intelligenz dabei miteinander verflochten sind.

In dieser Masterarbeit steht das Phänomen des Alleinreisens und dessen Beziehung zu sozialen Medien im Mittelpunkt. Untersucht wird, wie Alleinreisende soziale Medien in Bezug der Reisezielentscheidung nutzen. Außerdem wird analysiert, inwiefern künstliche Intelligenz bereits zur

Reiseplanung genutzt wird und ob es in diesem Feld schon eine Rolle spielt. Soziale Medien, haben in den letzten Jahren zunehmend in allen gesellschaftlichen Bereichen an Bedeutung gewonnen (Wani et al., 2024 S. 321). Die Tatsache, dass dieser Einfluss auch in der Tourismusbranche zentral geworden ist, ist hinreichend in einschlägiger Fachliteratur belegt und soll in dieser Arbeit nicht in Frage gestellt werden. Im Mittelpunkt steht stattdessen, *wie* junge Erwachsene in ihrer Reiseplanung von sozialen Medien, beeinflusst werden mit besonderen Fokus auf die Wahl des Reiseziels. Künstliche Intelligenz (KI) hingegen ist ein vergleichsweise neues Phänomen für die breite Gesellschaft, und ihr Einsatz im Kontext der Reiseplanung wurde bisher kaum untersucht. Daher bleibt diese Arbeit zu dieser Frage ganz offen und sowohl das *ob* als auch das *wie* sollen untersucht werden.

Das Interesse an diesem Thema hat sich phasenweise, aber zunehmend konkret entwickelt und entstammt einer persönlichen Leidenschaft. Ziel dieser Arbeit ist es zu untersuchen, inwiefern sich junge Erwachsene im Alter zwischen 20 und 30 Jahren bei der Wahl ihrer Reiseziele sich beeinflusst fühlen, in welchem Maß sie bereit sind, auf bestimmte Bequemlichkeiten zu verzichten, und ob das neue Phänomen der künstlichen Intelligenz bereits eine direkte Rolle in dieser Zielgruppe spielt. Im Detail wurde eine Stichprobe junger Erwachsener, die schon mindestens einmal in ihrem Leben alleine auf einer Reise waren, befragt, welchen Einfluss digitale Medien auf die Wahl ihrer Reiseziele haben und wie diese genutzt (oder nicht genutzt) werden. Weiters wurde auch die Rolle der künstlichen Intelligenz analysiert und deren (un)bewusstes Nutzungsverhalten untersucht. Der mehrstufige Prozess zur Entwicklung der Forschungsfragen hat zu folgenden Fragestellungen geführt:

FF 1: Welchen Einfluss haben digitale Medien auf die Wahl von Reisezielen bei Alleinreisenden Erwachsenen im Alter von 20 bis 30 Jahren im Kontext individueller Entscheidungsprozesse?

Und:

FF 2: In welchem Ausmaß und mit welchem Bewusstsein nutzen Alleinreisende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren Anwendungen künstlicher Intelligenz zur Reiseplanung und -entscheidung?

Ein relevantes Thema dieser Arbeit ist die künstliche Intelligenz. Obwohl der Fokus dieser Untersuchung auf der bewussten oder unbewussten Nutzung von KI im Reiseverhalten liegt, soll an dieser Stelle offen erwähnt werden, dass auch für die Erstellung dieser Arbeit KI bewusst als Hilfsmittel eingesetzt wurde. In der ersten Phase der Themafindung wurden verschiedene Fragen an KI-Systeme gestellt, um zu prüfen, ob ausreichend Literatur vorhanden ist und ob das Thema bereits

umfassend behandelt wurde. Hierfür kamen sowohl „PerplexityPro“ als auch „ChatGPT“ zum Einsatz. Nach der Festlegung des Themas und der Forschungsfragen wurden die unterschiedlichen KI-Tools wiederholt genutzt, um sicherzustellen, dass die Formulierung klar und inhaltlich sinnvoll waren. Dieses Vorgehen war notwendig, da die Sprache dieser Arbeit nicht meiner Muttersprache entspricht. Aus diesem Grund wurden an einigen Stellen auch die Übersetzungsprogramme „DeepL“ und „Reverso“ verwendet, um Wörter und Sätze sinngemäß wiederzugeben. Zur weiteren Literaturrecherche wurde zudem das Programm „ConnectedPapers“ genutzt. Für die Transkription der Interviews das KI-Tool „TurboScribe“ eingesetzt, dessen Ergebnisse - wie bei allen anderen verwendeten Tools - sorgfältig überprüft und verifiziert wurden. Zur Erleichterung der Zitierung und zur Erstellung der Bibliographie kam das Programm „Zotero“ zum Einsatz, das zwar nicht als künstliche Intelligenz gilt, jedoch als Open-Source-Literaturverwaltungsprogramm den Arbeitsprozess erheblich erleichtert. In einer Arbeit wie dieser, die ein hohes Maß an Engagement und Detailwissen erfordert, trägt die Nutzung solcher Tools dazu bei, den Hauptfokus auf das Wesentliche zu richten – nämlich auf die Suche nach fundierten und plausiblen Antworten im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung. Anschließend möchte ich betonen, dass der Einsatz von künstlicher Intelligenz in dieser Arbeit bewusst und reflektiert erfolgte und keinesfalls darin bestand, Inhalte unkritisch zu übernehmen oder in einer nicht wissenschaftlichen Weise zu verwenden.

Nun, da die grundsätzlichen Fragestellungen dieser Arbeit umrissen wurden, folgt eine kurze, spezifischere Einführung in das Thema, woraufhin die Relevanz, Zielsetzung und der Aufbau der Masterarbeit präsentiert werden. Es folgt das Kapitel der Theorien, das Begriffsdefinitionen, den Forschungsstand und die angewandten Theorien beinhaltet. Das dritte Kapitel bezieht sich auf die Methoden, und die Vorgehensweise des empirischen Teils wird näher betrachtet. Dann folgt das Kapitel der Analyse, gefolgt von dem Kapitel, in dem die herausgearbeiteten Kategorien erläutert werden. Das letzte Kapitel bezieht sich auf die Diskussion und das Fazit der Arbeit; es werde außerdem deren Limitationen dargestellt sowie mögliche weiterführende Forschungen vorgeschlagen.

Es wird allen Leser*innen eine gute Reise durch diese Arbeit gewünscht.

1. Einführung zum Thema

Wir leben in einer zunehmend globalisierten Welt, die sich ständig mit neuen Innovationen konfrontiert sieht. Dies hat sowohl Vor- als auch Nachteile. Einerseits hat die westliche Weltbevölkerung heute zahlreiche Möglichkeiten, die ganze Welt zu entdecken, und entwickelt dabei eine wachsende Lust, Neues kennenzulernen. Andererseits verschieben sich auch ökonomische und demographische Faktoren; Menschen gründen später Familien, überlegen länger, ob sie Eigentum erwerben möchten, und auch die fortschreitende Urbanisierung prägt die letzten Jahre. Eng damit zusammenhängend ist das Phänomen, dass sich immer mehr Menschen auf eine *solo*-Reise begeben (Gim et al., 2025, S.100). Ziel dieser Arbeit ist dieses Phänomen der Alleinreisenden näher zu betrachten und deren Reisezielentscheidungen zu analysieren. Einerseits stellt sich die Frage, inwieweit soziale Medien diese Entscheidungen beeinflussen, und andererseits, in welchem Grad die gesellschaftlich neu eingeführte künstliche Intelligenz (KI) bewusst oder unbewusst benutzt wird.

Mehrere Disziplinen – darunter Soziologie, Kommunikationswissenschaft, Wirtschaftswissenschaft und Technologieforschung – befassen sich mit Aspekten, die für diese Arbeit von zentraler Bedeutung sind. Aus gesellschaftlicher Perspektive stehen in diesen Fall insbesondere Fragen der Mobilität und der Nutzung neuer Technologien im Vordergrund, da sie es ermöglichen, ein Bild zukünftiger Entwicklungen zu entwerfen und jene Transformationsprozesse zu verstehen, die die globale Gemeinschaft prägen werden. Die in dieser Arbeit behandelten Themen sind hochaktuell: Einerseits ist die künstliche Intelligenz erst seit kurzer Zeit einer breiten Öffentlichkeit zugänglich und entfaltet zunehmend Einfluss auf Alltagsentscheidungen; andererseits wird das Alleinreisen – als Ausdruck von Selbstbestimmung und Selbstfindung – zunehmend ein zentrales Element menschlicher Entwicklung. Obwohl diese Perspektiven jeweils Gegenstand zahlreicher Einzelstudien sind, existiert bislang keine Forschung, die diese Dimensionen gemeinsam untersucht. Eine tiefere Literaturrecherche zeigt zwar, dass zahlreiche Studien über Alleinreisende, den Einfluss sozialer Medien und auch über KI existieren, jedoch fehlt bisher Material, das diese Themen miteinander verknüpft.

Die gegenwärtige Situation befindet sich im stetigen Wandel, wobei diese Entwicklung maßgeblich von der Nutzung digitaler Technologien geprägt ist. Immer häufiger wird der eigene Urlaub mithilfe der künstlichen Intelligenz geplant. Das Thema wird bereits häufig in journalistischen Beiträgen aufgegriffen, und auch die Forschung zeigt zunehmendes Interesse daran, indem sie Daten zur Reiseorganisation und zu bevorzugten Reisezielen der Bevölkerung veröffentlicht (Güls, 2025). Bewegung und Reisen sind seit langer Zeit Teil der Gesellschaft, doch noch nie zuvor hatte der

Tourismus den Stellenwert, den er in den vergangenen Jahrzehnten erreicht hat (Yepez & Leimgruber, 2024 S. 1). Dafür sind mehrere Faktoren verantwortlich: Das stetige Wachstum der Weltbevölkerung sorgt für eine größere Zahl potenzieller Reisender, der technologisch bedingte Wandel der Arbeit führt zu neuen, flexibleren Arbeitsformen, und die Globalisierung ermöglicht eine leichtere weltweite soziale Integration, da Beispielsweise sprachliche Barrieren abgebaut werden. All diese Entwicklungen führen zu einer wandelnden Wahrnehmung der Welt, in der menschliche Beziehungen über große Distanzen hinweg nicht nur möglich, sondern zunehmend akzeptiert sind (Gössling et al., 2018, S. 1586). Es entwickeln sich neue Reisegründe sowie neue Arten und Methoden der Reiseorganisation. Insbesondere die Anzahl an Menschen, die alleine reisen, ist gewachsen (Zhang et al., 2024, S. 1). Gleichzeitig entwickelt sich die künstliche Intelligenz rasant weiter und leitet eine Ära technologischer Innovation ein, die nicht nur unserer Art zu produzieren, sondern auch unser Leben und Denken grundlegend verändert (Tuo et al., 2025, S. 794). Zeng und Gerritsen (2014) betonen die Vielfalt der Leitthemen in Studien, welche den Einfluss der sozialen Medien auf den Tourismus untersuchen – von der Frage, *ob* soziale Medien Einfluss haben, hin zu der Untersuchung, *wie* diese konkret genutzt werden. Buhalis & Law (2008), untersuchen die Rolle der Technologie und die Veränderungen, die sie im Tourismussektor bewirkt, insbesondere hinsichtlich Geschäftsstrategien. Conran (2006) analysiert die Authentizität des Tourismus in Thailand und deren Definition. Um einen aktuelleren Überblick zu gewinnen, führten Moradi et al. (2025) eine umfassende Untersuchung der Tourismusforschung durch, basierend auf Veröffentlichungen aus *Current Issues in Tourism* (CIT) wodurch ein Überblick über die Hauptthemen des Forschungsfeldes und die Perspektiven der Autorinnen und Autoren ermöglicht wird. Gyr (2008), verweist auf die Entwicklung der Reisekultur und Urlaubsanalyse und hebt hervor, dass der Tourismus zunehmend globaler und vielsichtiger wird. Immer mehr Menschen unternehmen Reisen allein, und das Phänomen des *solo*-Traveling wächst stetig, wodurch es an Relevanz für die Tourismusforschung gewinnt. Zhang et al. (2024) unterschieden vier Typologien von Alleinreisenden, diese werden dann in Verlauf der Arbeit erwähnt und analysiert. Da eine große Anzahl an einschlägigen Werken zum Thema dieser Masterarbeit gefunden wurde, wird hier die wichtigste Literatur nur überblicksartig vorgestellt und im dann im Kapitel „Forschungsstand“ detaillierter analysiert. Ziel dieser Arbeit ist es, neue Aspekte zu untersuchen und vorzustellen.

Durch diesen kurzen wissenschaftlichen Hintergrund wird deutlich, dass das gewählte Thema dieser Masterarbeit aktuell und relevant ist und die Verbindung zwischen verschiedenen Themenbereichen der Tourismusbranche wird verdeutlicht. Der Prozess der Eingrenzung des Forschungsthemas entwickelte sich während der Themenfindung, wobei die zentralen Begriffe - Alleinreisende,

Reisezielentscheidung, soziale Medien und neue Technologien (insbesondere KI) - zur Bildung der Forschungsfragen und zur thematischen Fokussierung führten. Um die Thematik wissenschaftlich zu analysieren, wurden die Diffusionstheorie von E. M. Rogers (1962) sowie die Theorie des sozialen Vergleichs von L. Festinger (1954) herangezogen und mit den empirischen gewonnenen Daten verknüpft, sodass mögliche Antworten auf die Forschungsfragen entwickelt werden können. Mithilfe eines Interviewleitfadens wurden Interviews mit zehn Teilnehmer*innen durchgeführt, diese wurden dann anschließend mittels qualitativer Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet und in Kategorien und Unterkategorien organisiert. In den folgenden Kapiteln wird zunächst die Relevanz des Themas dargestellt, anschließend werden die theoretischen Grundlagen und die methodische Vorgehensweise erläutert, bevor der empirische Teil und schließlich die Diskussion und das Fazit folgen, in denen die Ergebnisse zusammengeführt und kritisch reflektiert werden.

1.1 Relevanz des Themas

In dem folgenden Unterkapitel wird näher dargelegt, weshalb die vorliegende Forschung von Relevanz ist. Zunächst wird die grundlegende Bedeutung des Themas aufgezeigt, bevor auf die wissenschaftliche und schließlich auf die gesellschaftliche Relevanz eingegangen wird. Auch wenn die in dieser Masterarbeit behandelten Aspekte für sich genommen nicht neu sind, werden sie hier in einem neuen Kontext betrachtet und in einen aktuellen Forschungsrahmen eingeordnet. Der erste Aspekt, das Reisen, stellt seit langer Zeit einen zentralen Aspekt des menschlichen Lebens dar, ein Phänomen der uns nicht nur beeinflusst, sondern auch langfristig prägen kann. Zweitens wird der Aspekt der sozialen Medien betrachtet, welche bereits seit einem längeren Zeitraum im Fokus der wissenschaftlichen Forschung stehen und es heute als allgemein anerkannt gilt, dass sie menschliche Entscheidungen maßgeblich beeinflussen (Macías Urrego et al., 2024 S. 20). Schließlich ist auch die künstliche Intelligenz in den letzten Jahren zu einem zentralen Akteur geworden und gewinnt für immer mehr Menschen, aus unterschiedlichsten Gründen, an Relevanz.

Aus einer wissenschaftlichen Perspektive lässt sich festhalten, dass die kombinierte Betrachtung des Alleinreisens, der sozialen Medien und künstlicher Intelligenz interdisziplinäre Bezüge aufweist und daher für Studien und Vertiefungen relevant ist. Aus der Sicht der Kommunikationswissenschaft sind die soziale Medien mittlerweile integraler Bestandteil unseres Alltags und beeinflussen nicht nur unsere Art zu leben, sondern auch die Entscheidungen, die wir treffen, und folglich auch die Wahl der Orte, die wir besuchen möchten (Wani et al., 2024 S. 321f). In dieser Arbeit wird speziell untersucht, wie diese Beeinflussungsprozesse erfolgen und ob junge Alleinreisende, die im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen, soziale Medien tatsächlich so nutzen, wie es

von der Gesellschaft beschrieben wird, oder ob vielmehr ein verfälschtes Gesellschaftsbild vorliegt. Dieses Thema wird in Laufe der Arbeit vertieft analysiert. Aus wirtschaftlicher Sicht ist es wichtig zu verstehen, wie sich Trends verändern, um die Nachfrage der alleinreisenden jungen Erwachsenen, bedienen zu können. So könnten aus einer touristischer Perspektive beispielsweise zukünftige Werbekampagnen passgenauer auf diese Zielgruppe ausgerichtet werden, indem sie auf die hier identifizierten Einflussfaktoren eingehen. Darüber hinaus liefert die Analyse der Trends, die ins besonders junge Erwachsene betreffen, wertvolle Erkenntnisse für ein verbessertes Management in der Tourismusbranche.

Es ist ebenfalls von zentraler Bedeutung, dass die Veränderungen in der Dynamik des Reisens einen direkten Zusammenhang zu gesellschaftlichen Transformationen aufweisen und somit auch wertvolle Einblicke in breitere kulturelle und soziale Entwicklungen ermöglichen. Ein Aspekt, der oft in den unterschiedlichen herangezogenen Studien und wissenschaftlichen Arbeiten genannt wird, ist die verstärkte Präsenz quantitativer Forschung in diesem Feld. Diese erlaubt eine Erweiterung des analytischen Blickwinkels, vernachlässigt aber gleichzeitig ethnographische Tiefe und persönliche Perspektive (Moradi et al., 2025 S. 5).

Bewegung und Mobilität sind seit Beginn der Menschheitsgeschichte fester Bestandteil gesellschaftlicher Entwicklung. Schon früh waren Menschen gezwungen, aus unterschiedlichen Gründen ihren Lebensraum zu verändern – etwa um Zugang zu besseren Nahrungsquellen zu erhalten, fruchtbareres Land zu erschließen oder neue Arbeitsmöglichkeiten zu finden. Durch die Eisenbahn entwickelte sich eine neue Form des Reisens. Menschen konnten wesentlich schneller und sicherer weiterreisen und die darauffolgende Erfindung des Telegraphen erlaubte es schließlich auch zeitnah mit Familie und nahestehenden Personen in Kontakt zu bleiben. Damit wurde schon früh deutlich, dass Mobilität nicht allein ein Fortbewegungsmittel erfordert, sondern stets auch von Möglichkeiten der Kommunikation begleitet wird (Günther & Hopfinger, 2009, S. 122). Transport und Kommunikation sind also schon seit dem Anfang sehr eng verbunden und zeigen auch gewisser Weise eine parallele Entwicklung auf.

Auch die Individualisierung, eine weitere prägende gesellschaftliche Entwicklung der letzten Jahre ist eng mit dem Reiseverhalten verbunden (Nirkow & Abbasian, 2024 S. 465f). Viele Menschen wünschen sich heute eine perfekt auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Reise, ein wesentlicher Faktor dafür, dass immer mehr Menschen ihre Reisen alleine unternehmen wollen. Auch im Reiseverhalten zeigt sich ein wachsender Wunsch, allein zu reisen, dies spiegelt veränderte gesellschaftliche Rollenbilder und ein gestiegenes Autonomie- und Empowerment-Verständnis wider, ins besonders

bei Frauen. Gleichzeitig bleibt die Forschungslage fragmentiert: Viele Arbeiten beleuchten vor allem weibliche Perspektiven und spezifische Kontexte, wodurch eine umfassende Beschreibung der Gesamtsituation bislang nur eingeschränkt möglich ist (Nirkow & Abbasian, 2024, S. 465). Vor diesem Hintergrund verschieben sich zudem Lebensentwürfe (z.B. Partnerschaft und Familiengründung), und die persönliche Entwicklung gewinnt an Bedeutung; diese Tendenzen werden in motivatorischen Erklärungen des Soloreisens häufig betont. Darüber hinaus verändert auch die Entwicklung künstlicher Intelligenz die Tourismusbranche grundlegend. KI-Systeme sind zunehmend in der Lage, auf Grundlage persönlicher Daten immer detailliertere und individuell zugeschnittene Reiseempfehlungen zu geben. Gleichzeitig wirft dies neue Fragen auf: Werden solche Empfehlungen langfristig für alle Reisenden ähnlich ausfallen und damit bestimmte Destinationen dem Risiko des Massentourismus aussetzen? Oder kann KI tatsächlich zu einer stärkeren Differenzierung und Individualisierung im Tourismus beitragen?

Das wissenschaftliche Interesse am (Massen-)Tourismus ist in den vergangenen Jahren deutlich gewachsen – nicht zuletzt aufgrund seiner engen Verknüpfung mit wirtschaftlichen Entwicklungen. Das Wachstum des internationalen Tourismus entwickelt sich parallel zum sogenannten „globalization phenomenon“ (Globalisierungsphänomen) (Conran, 2006, S. 275f). Damit verbunden ist einerseits eine gewisse Angst vor kultureller Homogenisierung. Die weitgehende „Öffnung“ der Welt hat aber auch dazu beigetragen, dass kulturelle Unterschiede geschätzt werden und Menschen dazu angeregt, über ihre Grenzen hinauszugehen um andere Kulturen und Länder kennen zu lernen, ein Prozess, der sich im Tourismus auch quantitativ widerspiegelt (Conran, 2006, S. 275).

Die Frage, ob sich die gesamte Tourismusbranche durch diese technologischen Innovationen komplett verändern wird, werden wir auch nach der Durchführung dieser Forschung nicht vollumstäadlich beantworten können. Trotzdem kann man anhand der bestehenden Literatur bereits einen zunehmenden Trend zum Individualtourismus erkennen, der jedoch gleichzeitig mit dem Verlust einzigartiger und individueller Erlebnisse einhergeht, da künstliche Intelligenz derzeit noch keine wahrlich personalisierte Antwort auf unsere Reisewünsche bieten kann. Das Reiseerlebnis verändert sich, und es ist interessant zu beobachten, wohin sich das Reisen der Zukunft entwickeln wird. Werden wir nur noch mit VR-Brillen (Virtual Reality) reisen oder werden wir vermehrt nach einzigartigen Erlebnissen suchen, die uns wieder mit der ungestörten Natur oder neuen Aspekten des Alltags verbinden? In dieser Arbeit möchten wir uns einer möglichen Antwort nähern und den aktuellen Trend bei jungen Erwachsenen untersuchen, welche sich durch auf einer Alleinreise selbst näherkommen wollen. Es ist bewusst, dass diese Zielgruppe sehr spezifisch ist und nicht die gesamte

Reisegemeinschaft weltweit repräsentieren kann. Dennoch ist es wichtig, solche Fragen zu stellen, um ein umfassenderes Verständnis für laufende Entwicklungen im Tourismus zu gewinnen.

1.2 Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfragen

Es ist von grundlegender Bedeutung, sich mit der Forschungsfrage selbst auseinander zu setzen, spricht sich „Fragen über die Fragen“ zu stellen, um dann eine qualitativ hochwertige Arbeit leisten zu können. Dieckmann, unterscheidet folgende Formen empirischer Untersuchungen; explorativ, deskriptiv, hypothesentestende und evaluativ. Diese Arbeit wird als explorative empirische Forschung verstanden und soll daher neue Erkenntnisse für die Wissenschaft leisten. Ein weiterer Punkt der wichtig vor der Formulierung der Forschungsfrage ist, ist das eigene Wissen zu hinterfragen. Man soll die eigenen Vorurteile über das Thema erkennen und diese möglichst bewusst verarbeiten. Jedoch soll auch klargestellt werden, dass man keinem „Tabula-Rasa-Denken“ folgen kann, da dies schlicht unmöglich ist (Kuckartz & Rädiker, 2024, S. 29ff).

Die Formulierung der Forschungsfragen für diese Arbeit war zeitintensiv und durchlebte mit steigendem Erkenntnisstand unzählige Veränderungen. Anfangs sollte sich die Arbeit mit einem Generationsvergleich beschäftigen und die Nutzung sozialer Medien und dessen Einfluss auf die unterschiedlichen Generationen näher analysieren und erforschen. Aufgrund limitierter Zeit und limitierter Ressourcen war es dann jedoch nicht möglich, sich mit diesem Thema in ausreichender Intensität und Wissenschaftlichkeit zu widmen. Daher verlagerte sich der Fokus im Verlauf der Forschungsarbeit auf andere Fragestellungen im gleichen Themenfeld. Durch den Austausch mit verschiedenen Personen entwickelte sich die ursprüngliche Forschungsfragen weiter, sodass nicht nur eine Anpassung vorgenommen wurde, sondern schließlich auch eine zweite, hochaktuelle Fragestellung in die Arbeit aufgenommen wurde.

Die erste Forschungsfrage in ihrer endgültigen Fassung lautet nun wie folgt:

FF 1: Welchen Einfluss haben digitale Medien auf die Wahl von Reisezielen bei alleinreisenden Erwachsenen im Alter von 20 bis 30 Jahren im Kontext individueller Entscheidungsprozesse?

Sie zielt darauf ab, zentrale Einflussfaktoren bei der Reisezielentscheidung junger Alleinreisender zu identifizieren. Im weiteren Verlauf der Arbeit entwickelte sich zusätzlich eine zweite Forschungsfrage, die den Aspekt der künstlichen Intelligenz aufgreift und deren bewusste wie auch unbewusste Nutzung in den Blick nimmt:

FF 2: In welchem Ausmaß und mit welchem Bewusstsein nutzen Alleinreisende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren Anwendungen künstlicher Intelligenz zur Reiseplanung und -entscheidung?

1.3 Aufbau der Masterarbeit

Nun, da ein erster Einblick in das Thema gegeben wurde, soll auch der Aufbau dieser Arbeit vorgestellt werden. Da diese Arbeit die Prinzipien der Sozialforschung respektieren und wiedergeben soll, werden demnächst einige dieser Prinzipien genannt. Ein zentrales Prinzip besteht darin, gesellschaftliche Phänomene – hier das Reiseverhalten einer spezifischen Zielgruppe – empirisch zu untersuchen und dabei einen interdisziplinären Zugang zu wählen. Die Sozialforschung zielt darauf ab, soziale Phänomene zu studieren und zu erklären (Atteslander et al., 2010, S. 21).

Wie Atteslander (2010) ausführt, gliedert sich eine sozialwissenschaftliche Untersuchung in fünf Phasen: Problembenennung (bereits in der Einleitung erfolgt), Gegenstandsbenennung, Durchführung (die konkrete Anwendung der gewählten Forschungsmethoden), Analyse (und die damit verbundenen Auswertungsverfahren) und schlussendlich die Verwendung der Ergebnisse (Atteslander et al., 2010, S. 21ff).

Auch die vorliegende Arbeit folgt dieser Struktur. Nach der Einleitung und Einführung in das Thema widmet sich das zweite Kapitel den theoretischen Grundlagen. Darin werden nicht nur die wichtigsten Begriffe definiert und ein aktueller Einblick in den Forschungsstand gegeben, sondern auch relevante theoretische Ansätze erläutert.

Das folgende dritte Kapitel ist der Methodik gewidmet, hier werden sowohl die methodischen Grundlagen als auch die praktische Umsetzung der Erhebung beschrieben. Im vierten Kapitel folgt die Analyse der erhobenen Daten, die den Übergang zum Ergebnisteil bildet. Die Ergebnisse werden entlang der Kategorien dargestellt, die sich aus der Datenerhebung und –Analyse ergeben haben. Nach diesem Kapitel folgt die Diskussion, in welcher auch die Antworten zu den Forschungsfragen zu finden sind, und um Anschluss daran das Fazit, welches nicht nur die Limitationen dieser Arbeit darlegt, sondern auch mögliche weiterführende Forschungsfragen erörtert.

Zum Abschluss dieses Überblicks sei die Einladung ausgesprochen, sich auf diese „Reise“ einzulassen: in die durchgeführte Forschung einzutauchen den eigenen Horizont zu erweitern und neue Aspekte zu entdecken, die zu weiteren Erkenntnissen führen können.

2. Theoretischer Rahmen

Um den theoretischen Rahmen dieser Arbeit abzustecken, werden zunächst die zentralen Begriffe definiert. Anschließend wird der aktuelle Forschungsstand im Schnittbereich zwischen Tourismus, sozialen Medien und künstlicher Intelligenz umfassend erörtert. Schließlich werden auch die sozialwissenschaftlichen Grundlagen dieser Arbeit diskutiert.

2.1 Begriffsdefinitionen

In diesen Teil der Arbeit, werden einige zentrale Begriffe definiert und diese Definitionen durch aktuelle Literatur unterstützt.

Um den Realitätsbezug der wissenschaftlichen Begriffe zu respektieren, müssen diese allgemein definiert und auch deren spezifische Verwendung im vorliegenden Text beschrieben werden (Atteslander et al., 2010, S. 40f). Die in diesem Kapitel für diese Arbeit zu definierenden Begriffe werden direkt von den Forschungsfragen abgeleitet und wurden aufgrund ihrer zentralen Bedeutung für diese Masterarbeit ausgewählt. Im Folgenden werden die Begriffe und Konzepte der „sozialen Medien“, der „Alleinreisenden“ und der „künstlichen Intelligenz“ näher analysiert und definiert.

2.1.1 Soziale Medien

Der Begriff und das Konzept „soziale Medien“ sind seit Jahren Teil des Alltags und werden entsprechend vielfältig definiert. Ein häufig betonter Unterschied betrifft „Social Media“ versus „Social Networking“: Ersteres bezeichnet primär die Werkzeuge bzw. Kommunikationsmittel zur Veröffentlichung und Verbreitung von Inhalten; Letzteres fokussiert auf die aktive Beziehungsarbeit, etwa das Knüpfen neuer Kontakte oder den wechselseitigen Nachrichtenaustausch – also das, was Menschen mithilfe sozialer Medien tun und darauf aufbauend entwickeln (Zeng & Gerritsen, 2014, S. 28).

Soziale Medien sind vergleichsweise jung; frühe Ausprägungen lassen sich in die 1990er-Jahre datieren. Seither sind sie exponentiell gewachsen und haben in kurzer Zeit erheblichen Einfluss gewonnen – im Tourismus wie in vielen anderen Branchen. Die ersten einschlägigen akademischen Publikationen zu sozialen Medien stammen aus dem frühen 21. Jahrhundert; seit 2010 hat der Forschungoutput deutlich zugenommen. Zugleich hat sich der Fokus verschoben: Standen zunächst eher Wirkungen sozialer Medien im Vordergrund, liegt der Schwerpunkt zunehmend auf Nutzungsweisen und Praktiken (Zeng & Gerritsen, 2014, S. 29). Yuan et al. (2022), betonen in ihren Definitionen, dass soziale Medien die unabhängige Erstellung

und den Austausch nutzergenerierter Inhalte (User-Generated Content, UGC) ermöglichen und fördern.

Obwohl die zugrundeliegenden Zahlen veraltet sein mögen, ist bemerkenswert, dass bereits 2009 rund 75% der Internetnutzenden auf sozialen Medien aktiv waren; 2007 lag der Anteil noch bei etwa 56%. Die Dynamik setzte sich fort und deutete auf anhaltendes Wachstum (Kaplan & Haenlein, 2010 S. 59). Laut Analysen von *Kepios*, - eine Organisation die digitalen Trends und online Verhalten der Menschen analysiert um besseren Geschäftserfolge zu schaffen - sind Anfang Juli 2025, etwa 5,41 Milliarden Nutzerinnen und Nutzer in sozialen Medien aktiv, dies entspricht 65,7% der Weltbevölkerung. Wie bereits 2009 prognostiziert, setzt sich das kontinuierliche Wachstum der Social-Media-Nutzung fort und beträgt derzeit rund 4,7% pro Jahr. Nach den neusten, ebenfalls auf Juli 2025 datierten Zahlen nutzen 95,7% der Internetnutzenden mindestens einmal pro Monat ein soziales Netzwerk (*Global Social Media Statistics*, 2025).

Für Unternehmen und Agenturen ergab sich daraus die Notwendigkeit, sich an diese Entwicklung anzupassen, um nicht von einem absehbaren „Social-Shift“ ausgeschlossen zu werden. Zur Einordnung des Konzepts ist ein kurzer Blick auf die Webentwicklung hilfreich: Das frühe Teilen persönlicher Inhalte im Netz entstand u. a. mit „Open Diary“, das Tagebuchautorinnen und -autoren vernetzte. Daraus entwickelten sich Blogs, die wiederum den Übergang zu Social-Media-Plattformen wie MySpace (ab 2003) und Facebook (ab 2004) beförderten. In diesem Kontext werden häufig die Begriffe „Web 2.0“ und „User-Generated Content“ (UGC) verwendet: Gemeint sind Inhalte, die direkt von Nutzenden und nicht etwa von den Betreibern der Plattform erstellt werden. Was anfangs den erleichterten Zugang zu Informationen und den Austausch fördern sollte, wurde so zu einem Netz, das zunehmend durch seine Nutzerinnen und Nutzer selbst geprägt und weiterentwickelt wird. Aus dieser Webentwicklung sind soziale Medien in ihrer heutigen Form hervorgegangen, die strukturell größtenteils auf Nutzerbeteiligung beruhen (wie zum Beispiel Instagram oder TikTok). Für UGC gilt eine gängige Abgrenzung: Er muss (1) auf einer öffentlichen Plattform veröffentlicht sein, (2) ein erkennbares kreatives Engagement zeigen und (3) außerhalb professioneller Erwerbstätigkeit entstanden sein (Kaplan & Haenlein, 2010, S. 60 ff.). Unter sozialen Medien werden im Folgenden Plattformen verstanden, die den Austausch von Informationen ermöglichen und die Produktion, Distribution und Rezeption nutzergenerierter Inhalte strukturell begünstigen.

Soziale Medien sind heute ein alltägliches Werkzeug des Marketings. Ihr Hauptzweck liegt in der Verteilung und Sichtbarmachung von Inhalten; seit Jahren ist deshalb auch ihr Einsatz zur Einflussnahme auf Individuen etabliert. Ein einschlägiges Konzept ist die Social Media Optimization

(SMO), also die Optimierung von Inhalten im Bezug auf soziale Medien, um Reichweiten-, Interaktion- und Konversionseffekte zu steigern. Information ist ein menschliches Grundbedürfnis; über das Internet ist sie – regional unterschiedlich – leichter zugänglich, was die Relevanz sozialer Medien für Informationssuche und Entscheidungsprozesse weiter erhöht (Indah Pratiwi Nuning et al., 2024, S. 251).

Aichner et al. (2021) befassen sich mit Studien, welche das Ziel haben den Begriff Social Media (SM) zu definieren. Durch ein systematisches Literaturreview verschiedener Texte aus den Zeitraum zwischen 1994 und 2019 kommen die Autor*innen zu dem Schluss, dass es eine große Entwicklung im gesamten Bereich der Sozialwissenschaften gegeben hat, die auch zu einer Veränderung in der Definition des Begriffs führte. Die Entwicklung im genannten Zeitraum lässt sich in zwei Phasen unterteilen; die Definitionen, die vor etwa 2010 gegeben wurden, legen den Schwerpunkt eher auf die Funktion der Sozialisierung, während sich Definitionen nach 2010 hauptsächlich auf das Teilen und Erstellen von Inhalten fokussieren (Aichner et al., 2021, S. 220). Vor diesem Hintergrund lässt sich feststellen, dass in den vergangenen drei Jahrzehnten keine einheitliche Definition von Social Media (SM) entstanden ist. Aus diesem Grund werden in dieser Arbeit alle Plattformen, die der Kommunikation, Sozialisierung und interpersonellen Informationsvermittlung dienen, unter dem Begriff „Social Media“ zusammengefasst. Als Beispiel lässt sich WhatsApp anführen: Diese Plattform wird hier als soziales Medium verstanden, da sie die zwischenmenschliche Kommunikation ermöglicht und unterstützt.

2.1.2 Alleinreisende

In der aktuellen Forschung existieren unterschiedliche Zugriffspunkte auf die Definition von Alleinreisenden: Das Spektrum reicht von Personen, die eine Reise vollständig allein antreten und durchführen, bis hin zu Reisenden, die zwar alleine anreisen, vor Ort jedoch zeitweise in Gruppen, mit neu geknüpften Kontakten oder im Rahmen organisierter Aktivitäten unterwegs sind. In manchen Arbeiten werden auch digitale Nomadinnen und Nomaden sowie Besuche bei Familie und Freundeskreis unter Alleinreisen subsumiert, sofern Planung, Mobilität und Entscheidungshoheit primär individual erfolgen. Diese Heterogenität legt nahe, den Begriff konzeptualisiert (Zeitpunkt des Alleinseins, Reisesegment, Zweck) zu verwenden und definitorische Kriterien explizit zu benennen.

Wichtig ist die analytische Unterscheidung zwischen „unabhängigem Reisen“ und „Alleinreisen“; dazu geben Nirkow und Abbasian (2024) eine klare Definition: Unabhängige Reisende (auch Individualreisende) organisieren Anreise, Unterkunft und Aktivitäten eigenständig, ohne

vorgefertigte Pakete oder Gruppenreisen, und streben Autonomie über die zentralen Reiseentscheidungen an. Im Gegensatz dazu definiert sich der Alleinreisende primär durch den Status des Alleinseins in Moment der Ankunft (An- bzw. Unterwegssein ohne feste Begleitung), kann aber situativ durchaus gemeinschaftliche Phase einschließen (z.B. lokale Touren, temporäre Reisegemeinschaften usw.) (Nirkow & Abbasian, 2024, S. 466). Damit ist Alleinreisen keine notwendige Teilmenge des unabhängigen Reisens und umgekehrt: Beide Kategorien überlappen, bleiben jedoch begrifflich unterscheidbar. Inhaltliche Schwerpunkte jüngerer Literatur verorten das Alleinreisen als Ausdruck von Autonomie, Kompetenz- und Selbstwirksamkeitsmotiven, häufig verknüpft mit Selbstfindung, Identitätsarbeit und dem Wunsch nach in anderen Reiseformen nicht-vermittelten, „authentischen“ Erfahrungen. Das Alleinreisen wird als Akt des Widerstands wahrgenommen, die Selbstfindung und die Bildung sozialer Identität unterstützen soll. Dabei wird von den Autoren betont, dass das Phänomen empirisch noch unterforscht ist, insbesondere hinsichtlich differenzierter Typologien (z.B. alters- oder geschlechtsspezifische Muster, Sicherheit- oder Risikowahrnehmungen, oder Nutzungspraktiken digitaler Plattformen) sowie Entscheidungsprozesse (Informationssuche, Rolle von Social Media und UGC) (Zhang et al., 2024, S. 1). Marktberichte und Trendbeobachtungen verweisen auf ein anhaltendes Wachstum des Segments „Solo-Traveler“ im Jahr 2024. Erklärungen für diese Entwicklung reichen von Lebenslauf-Entkopplungen (spätere Partnerschafts- und Familiengründung) über Urbanisierung und flexible Erwerbsmodelle bis hin zu technologischer Unterstützung und kultureller Aufwertung individueller Erlebnisformen. Die steigende Anzahl von Suchanfragen bei Google nach Begriffen wie ‚Alleinreisende‘ oder ‚Solo-Traveler‘ deuten darauf hin, dass sich dieser Lebensstil zunehmend in Richtung Trend bewegt; dies zeigt sich nicht nur in den Daten, sondern auch im Alltag, es können grundsätzlich mehr Reisende gesehen werden (Gim et al., 2025, S. 100). Die Teilnehmer*innen an dieser Arbeit wurden um eine eigene Begriffsbeschreibung gefragt, diese wird in den Kapitel Kategorien sowie in der Diskussion näher betrachtet.

2.1.3 Unterscheidung zwischen Reisen und Urlaub

Eine umfassende Literaturrecherche wurde durchgeführt, um diese beiden Begriffe zu definieren. In der aktuellen wissenschaftlichen Literatur konnten jedoch keine Arbeiten gefunden werden, die sich eingehend mit den Unterschieden zwischen diesen Begriffen beschäftigen. Daher wird in dieser Arbeit versucht, anhand bestehender Definitionen eine begriffliche Einordnung vorzunehmen. Unterschiedliche Wörterbüchern weisen den Begriffen „Urlaub“ und „Reise“ differenzierte

Bedeutungen zu. Laut dem Cambridge Dictionary ('Holiday', 2025) und dem Duden, heißt Urlaub „dienst- oder arbeitsfreie Tage, die der Erholung dienen“ ('Urlaub', 2025). Die gleichen Quellen beschreiben „Reisen“ als eine Fortbewegung mit Zweck ein Ziel zu erreichen oder mehrere Orte zu besuchen ('Reise', 2025) oder als eine gewöhnlicher Weise kurze Fortbewegung mit anschließender Rückkehr ('Trip', 2025).

Schon die Wörterbuchdefinitionen zeigen klare Unterschiede: Urlaub ist primär ein Status der Freistellung zur Erholung, Reise eine Tätigkeit, eine Bewegung samt Aufenthalt. Doch die zwei Begriffe werden teils als Synonyme verwendet, was zu Unschärfe führen kann. Die zentralen Unterschiede sind jedoch in diesem Fall die Wahrnehmungen und das Bewusstsein in deren Verwendung. In Rahmen der Erhebung wurde Teilnehmer*innen explizit die Frage gestellt, ob für sie ein Unterschied zwischen den Begriffen besteht. Die Antworten werden in den Kategorien sowie in der Diskussion ausgewertet.

2.1.4 Künstliche Intelligenz

KI, also künstliche Intelligenz ist nicht so jung, wie häufig angenommen wird. Bereits 1956 wurde bei der Dartmouth Conference von John McCarthy der Begriff „artificial intelligence“ geprägt, wobei die damalige Bedeutungszuschreibung von heutigen Verständnissen abweicht (Tuo et al., 2025, S. 794).

Da das Konzept sowie der Begriff sich in den letzten Jahrzehnten stark entwickelt haben und angewandte künstliche Intelligenz seit einigen Jahren auch für Endnutzer greifbar wurde, haben sich je nach Fachbereich unterschiedliche Definitionen von künstlicher Intelligenz gebildet. Hammerschmidt & Kimpflinger (2023) unterscheiden zwischen schwacher künstlichen Intelligenz, starker künstlichen Intelligenz und Superintelligenz. Schwache KI ist dabei ein Programm, welches sich selber optimieren kann und die menschliche Intelligenz nachahmen soll. Starke KI und Superintelligenz sollen dann den menschlichen Verstand kopieren oder sogar übertreffen können. (Hammerschmidt & Kimpflinger, 2023, S. 201).

Zur Definition von „künstlicher Intelligenz“ werden oft auch Vergleiche zu menschlicher Intelligenz herangezogen. Damit ein Algorithmus „as intelligent“ bezeichnet werden kann soll er menschliches oder rationales Denken und Handeln aufweisen oder wenigsten imitieren können. (Kirste & Schürholz, 2019, S. 21). In Kirste & Schürholz (2019) wird KI, ähnlich wie bei Hammerschmidt & Kimpflinger (2023), ebenfalls in drei unterschiedliche Bereiche unterteilt; diese tragen zwar dieselben

Bezeichnungen, werden jedoch abweichend definiert. Die schwache KI bezieht sich auf spezifische Probleme, die intelligent gelöst werden können, die starke KI soll Probleme wie ein Mensch lösen können, und Superintelligenz weist eine Form auf, die den menschlichen Verstand übertrifft (Kirste & Schürholz, 2019, S. 21). Um diese Unterschiede nachvollziehbarer zu machen, wird die Entwicklung der künstlichen Intelligenz kurz skizziert: Die ersten Vorläufer der schwachen KI beschäftigten sich eher mit Spielen und mathematischen Problemstellungen; die Algorithmen waren dabei aber statisch und basierten auf reinen Logik-Ketten ohne komplexe Selbst-Optimierung. (Kirste & Schürholz, 2019, S. 23). Gegen Ende des 20. Jahrhunderts hat sich die Entwicklung in Richtung *Machine Learning* (ML) vollzogen, bei dem nicht nur ein statistischer Code als Verbindung zwischen Daten und Ergebnisse diente, sondern ein komplexer selbstoptimierender Algorithmus und eine Hypothese. Das heißt, im ML besteht das Ziel darin, einem Computer beizubringen, Daten zu speichern, daraus zu lernen und so in Zukunft eine bessere Leistung zu erbringen (Kirste & Schürholz, 2019, S. 25). Heute, rund zwei Jahrzehnten später, basiert angewandte künstliche Intelligenz auf Prinzipien des *Deep Learning* (DL), bei dem künstliche neuronale Netze nachgebildet werden, welche es erlauben ungeheure Datenmengen effizient zu verarbeiten. Die Ergebnisse dieser DL-Algorithmen, welche häufig menschliche Sprache als Datenbasis heranziehen, weisen oft eine verblüffende Ähnlichkeit zu menschlichem Denken auf, weshalb sie oft als an der Schwelle zu starker KI stehend bezeichnet werden (Kirste & Schürholz, 2019 S. 29).

Um ein direktes Beispiel zu gewährleisten, wurde der folgende Prompt an die KI „PerplexityPRO“ gestellt: „Kannst du mir deine Definition von künstlicher Intelligenz geben?“ Die Antwort lautet: „Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet die Fähigkeit von Computersystemen, Aufgaben auszuführen, die typischerweise menschliches Denken erfordern, wie etwa Lernen, Problemlösen, Sprachverstehen oder Entscheidungsfindung. Sie basiert auf Algorithmen, die Muster erkennen, Daten verarbeiten und selbstständig Rückschlüsse ziehen können“ (Chat GPT, 2025). Die gleiche Frage wurde an ChatGPT gestellt und die Antwort lautet: „Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet den Bereich der Informatik, der Methoden, Modelle und Systeme entwickelt, mit deren Hilfe Maschinen Aufgaben ausführen können, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern. Dazu gehören zum Beispiel Wahrnehmen, Verstehen, Lernen, Schlussfolgern, Planen, Problemlösen oder sprachliche Kommunikation.“ (Chat GPT, 2025).

KI kann auch als Forschungsgebiet wahrgenommen werden, und aufgrund ihrer Heterogenität und der Unterkategorien, die sie definieren, muss ihre Definition an den jeweiligen Fokus angepasst werden (Kirste & Schürholz, 2019, S. 21). Im Fall dieser Masterarbeit soll unter KI alles verstanden werden,

was durch eine Maschine verarbeitet wird; darunter fallen auch KI-gestützte Tools (wie z.B. Booking.com), die nicht direkt als KI-Software wahrgenommen werden. Diese Definition soll einerseits den Unterschied zwischen KI und KI-gestützten Tools beleuchten, andererseits aber auch deren unbewusstes Nutzungsverhalten im Sinne von *artificial intelligence* berücksichtigen.

Die COVID-19 Pandemie und das gleichzeitige Aufkommen nutzerfreundlicher KI-Tools förderte eine rasche Diffusion KI-gestützter Lösungen in die Tourismusbranche (z. B. kontaktarme Services, automatisierte Kommunikation, datenbasierte Kapazitätssteuerung) und verdichtete damit die Verknüpfung von Effizienz, Sicherheit und personalisierten Erlebnissen (López-Naranjo et al., 2025, S. 14).

2.2 Forschungsstand

Der Tourismus Bereich wird schon seit langem aus einer akademischen Perspektive betrachtet, doch der spezifische Themenbereich des Alleinreisens gilt nach wie vor als vergleichsweise untererforscht. In den letzten Jahren, - insbesondere seit der COVID-19 Pandemie - zählt das Phänomen des Solo-Traveling zu den am stärksten wachsenden Reiseformen und gewinnt damit auch im Reisemarkt an Bedeutung (Otegui-Carles et al., 2022, S. 733). Um den Grund für das Wachstum dieses Phänomens zu verstehen, sind zwei Punkte zu betrachten: Erstens eine strukturelle Veränderung der Gesellschaft, etwa spätere Eheschließung und Familienplanung bzw. ein zunehmender Anteil alleinlebender Personen, und zweitens der damit zusammenhängende wachsende Individualismus. Diese Entwicklung betrifft insbesondere Frauen, die sich mit neuen Lebensentwürfen konfrontiert sehen und erweiterte Freiheiten erleben; zugleich wirkt sie aber auch auf alle anderen Bevölkerungsgruppen, da nach der erzwungenen Einengung durch die Pandemie bei vielen ein stärkeres Freiheitsmotiv entstand und sich dadurch eine neue Reiselust insbesondere in privilegierten Gesellschaften ausprägte (Otegui-Carles et al., 2022, S. 733).

Ein eindrucksvoller Indikator für die wachsende Bedeutung dieses Reiseformats ist die Entwicklung digitaler Suchtrends: Zwischen 2009 und 2022 stieg die Zahl der Google-Suchanfragen nach dem Begriff „Solo-Traveler“ um rund 500% (Otegui-Carles et al., 2022, S. 734).

Trotz dieser Entwicklung handelt es sich beim Solo-Reisen nach wie vor um ein relativ junges Phänomen, das eine vertiefte wissenschaftliche Untersuchung verdient. Die bis jetzt genannten Studien, haben einzelne Aspekte bereits aufgegriffen, dennoch zeigt sich insgesamt ein erheblicher Forschungsbedarf, insbesondere hinsichtlich der Zusammenhänge zwischen unterschiedlicher Aspekte des Alleinreisens, der Destinationswahl und digitale Entscheidungsfaktoren wie Social

Media und KI. Im Folgenden werden ausgewählte Forschungsarbeiten dargestellt, die zentrale Facetten des Themas beleuchten und zugleich die Notwendigkeit weiterer Analysen verdeutlichen.

Moradi et al. (2025), analysieren im Artikel „A quarter-century of contributions to tourism scholarship: tracing historical themes and citation patterns in current issues in tourism“ die Entwicklung der Tourismusforschung und geben Einblick in häufig behandelten Themen in einschlägigen Publikationen. Das Ziel ist, aktuelle Trends und Themen zu identifizieren, die zukünftige Forschungsfelder begründen können. Nach 2020 erwiesen sich Loyalität und Zufriedenheit der Reisende als zentrale Themen. Auffällig ist, dass das Alleinreisen bzw. Solo-Tourismus seit 1998 nie eine zentrale Rolle in der Tourismusforschung eingenommen hat und daher gemessen an der Zunahme der gesellschaftlichen Relevanz, eine Forschungslücke darstellt.

Im Jahr 2024 untersucht Popşa die Reisegewohnheiten der Generation Z (Geburtsjahre 1997–2012). Auch wenn die Altersstruktur nicht vollständig der vorliegenden Stichprobe entspricht, sind die Ergebnisse der von Popşa durchgeführten Forschung klar relevant. Die Autorin analysiert eine digital geprägte Reiseklientel und dessen Motivlagen. Es zeigt sich, dass die Gen Z besonders von Geselligkeit, einzigartigen Erlebnissen und umweltfreundlichen Optionen angezogen wird. Zudem wird beleuchtet, dass soziale Medien junge Erwachsene nicht nur im Alltag, sondern auch in ihren Reisegewohnheiten maßgeblich beeinflussen. Bei der Wahl der Reiseziele gelten Empfehlungen aus Freundeskreis und Familie sowie Bewertungen anderer Reisender als Haupttreiber, während klassische Kanäle wie Broschüren oder Reisebüros an Relevanz verloren haben. Über eine Sekundäranalyse hinaus zeigt die Studie eine grundlegende Fokusverschiebung des Einflusses von soziale Medien auf junge Reisende vom „ob“ zum „wie“. Die Generation Z wird bald die wichtigste Reisegruppe weltweit sein; daher ist es zentral, deren Bedürfnisse zu verstehen und Angebote entsprechend anzupassen (Popşa, 2024b, S. 189).

Kouropalatis et al. (2024) identifizieren in einer Meta-Analyse von mehr als 4.753 Fachartikeln der Tourismusforschung sieben thematische Cluster, die die Schwerpunktsetzung des Feldes abbilden. Bereits der erste Cluster „*Destination Selection Factors*“ (1 – Faktoren für die Wahl des Reiseziels) bezieht sich zu einen der Leitthemen dieser Arbeit und umfasst 23,5% des gesamten analysierten Materials. Drei weiteren zentrale Cluster, *impact of tourism on host* (2 - Auswirkungen von Touristinnen und Touristen auf den Gastgeber), *Tourism Expereince* (3 - Touristische Erlebnisse) und *Torusims demand* (4 - Tourismusnachfrage), fokussieren sich auf den Tourist*innen selbst und repräsentieren 56,1% der Kernliteratur (Kouropalatis et al., 2024, S. 302).

Zentral in dieser Arbeit, ist der Fokus auf alleinreisende Personen: Zhang et al. (2024) zeigen, dass

ihre Zahl in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen ist und an Bedeutung für die Tourismusbranche gewonnen hat. Die Autorinnen und Autoren unterscheiden vier Typen von Alleinreisenden: Hedonistische Alleinreisende, soziale Reisende, explorative Alleinreisende und Flucht-orientierte Solo-Traveler; offen bleibt jedoch, anhand welcher Faktoren sie ihre Reiseziele wählen und wie sie neue Technologien nutzen (Zhang et al., 2024, S. 5 ff.).

Der Einfluss sozialer Medien auf menschliches Entscheidungsverhalten wird seit Jahren intensiv untersucht und hat umfangreiche Aufmerksamkeit erhalten. Die Wirkung der sozialen Medien ist vielschichtig und kontextabhängig, zeigen sich jedoch häufig indirekt, insbesondere in Hinsicht auf Meinungsbildung und Entscheidungsmotivation. Für den Tourismus ist dies besonders relevant in Bezug auf die Informationsgewinnung vor Reiseantritt und die Wahl der Urlaubdestination. Mit dem Aufkommen sozialer Medien begann auch die Tourismusforschung, die Wechselwirkungen zwischen beiden Bereichen zu untersuchen; in den frühen 2010er-Jahren etablierte sich die Forschung mit theoretischen und quantitativen Ansätzen (Chuchu, 2019, S. 49 ff). Schon Zeng & Gerritsen (2014) präzisierten die Definitionen sozialer Medien und untersuchten deren Bedeutung für die Tourismusbranche. Sie konstatieren, dass auch im Tourismus die Einflussnahme durch soziale Medien mittlerweile als selbstverständlich angenommen werden kann und fokussieren sich auf die Mechanismen dieser Wirkung. Der/die Nutzer*innen sozialer Medien können beispielsweise eigene Erfahrungen während eines Aufenthalts im Ausland teilen, was zu einer Verschiebung der Informationsaufnahme führt, ein weiterer Aspekt betrifft das Tourismusmarketing von Destinationen und dessen Wandel durch soziale Medien (Zeng & Gerritsen, 2014, S. 29ff).

Ein weiterer relevanter Aspekt ist die Differenzierung der Nutzung sozialer Medien vor, während und nach der Reise, wie Yuan et al. (2022) zeigen. Zwar fokussiert sich die Studie auf die chinesische Bevölkerung, was die Übertragbarkeit auf westliche Kontexte einschränkt, doch die grundlegenden Annahmen bleiben anschlussfähig: Vor der Reise dominiert die Informationssuche durch soziale Medien, während der Reise überwiegen situative Suche nach konkreten Aktivitäten oder die Kommunikation, und nach der Reise steht das Teilen von Inhalten und Bewertungen des besuchten Landes im Vordergrund (Yuan et al., 2022, S. 10). Hervorzuheben ist, dass der größte Einfluss unter anderem auf Unterkunfts- und Destinationswahl liegt (Yuan et al., 2022, S. 10 ff.). Damit verknüpfen sich die Leitstränge dieser Arbeit: Solo-Reisen, Destinationswahl und Technologienutzung.

Studien zum erwarteten sozialen Ertrag des Reisens – verstanden als Summe positiver externer Effekte einer individuellen Handlung für die Gemeinschaft – sind ebenfalls relevant.

So nutzen Soares et al. (2025) Instagram als Untersuchungsfeld, um den Einfluss geteilten Inhalts zu analysieren und um zu prüfen, ob Word of Mouth (WOM) bzw. electronic WOM (e-WOM) für die Nutzer*innen positive oder negative Effekte hervorrufen. Die quantitative Studie zeigt, dass das Teilen von Inhalten auf soziale Medien direkt auf soziales Image, subjektive Norm und e-WOM wirkt. Eine der Fragen dieser Arbeit ist, inwieweit soziale Medien als Motivationsfaktor die Destinationsentscheidung wirken. Ein weiteres zentrales Forschungsfeld betrifft den Einfluss der Technologieentwicklung, insbesondere neuer Technologien, die sich erst in den letzten Jahren gesellschaftlich etabliert haben, auf die Tourismusbranche. Für einen grundlegenden Überblick zur Schnittstelle von Technologie und Tourismus sind Buhalis & Law (2008) relevant: Sie zeigen früh, dass Technologie und Tourismus eng ko-evolviert sind und sich wechselseitig beeinflussen, insbesondere über Internet-getriebenen Vertrieb, Preisgestaltung und Konsumenteninteraktion. Ergänzend zeichnen Günther & Hopfinger (2009) die parallelen Entwicklungslinien von „neuen Medien“ und Tourismus nach, indem sie den Wandel von Telekommunikation und Massenmedien hin zu digitalen Netzwerken als Treiber veränderter Reisepraktiken und Wertschöpfung beschreiben. Sie beginnen mit den Anfängen der Telekommunikation im 19ten Jahrhundert und dem damaligen „modern travelling“ und zeigen, wie technologische Innovationen Informationszugang, Intermediation und Konsum von Reisen transformiert haben. Thomas Cook, einer der ersten modernen Reiseunternehmer, fungiert hier als Schlüsselfigur: Mit seinem Handbuch und organisierten Touren standardisierte er seit 1848 Reiseinformationen und erweiterte deren Reichweite. Der Übergang von analogen Medien zu elektronischen und schließlich digitalen Plattformen markiert nicht nur einen Paradigmenwechsel, sondern auch den Strukturwandel vom „Marketplace“ zum „Marketspace“. Heute setzen Unternehmen zunehmend KI-gestützte Tools ein – von Chatbots über personalisierte Inhalte bis zu dynamischer Preisgestaltung – und deren Relevanz für die Branche wird systematisch untersucht. Der historischen Medien- und Technologiepfad mündet in einer Gegenwart, in der KI Inspiration, Evaluation und Auswahl von Reisezielen mehr und mehr beeinflusst (López-Naranjo et al., 2025, S. 02).

Als ergänzende Quelle kann Izchak (2025) erwähnt werden. Es werden in einen Blogbeitrag sechs Beispiele illustriert, wie KI in der Tourismusbranche eingesetzt wird, und zeichnet dabei ein überwiegend positives Bild. Tourismusunternehmen integrieren vermehrt KI-Tools, was nicht nur die Struktur des Reisens, sondern auch die Beziehung zwischen Anbietern und Gästen verändert. Beispielsweise ermöglichen KI-gestützte Systeme personalisierte Erlebnisse und Inhalte, zugleich bleiben Fragen offen, die diese Arbeit in Teilbereichen näher beleuchten will. Auf der einen Seite

ermöglicht künstliche Intelligenz eine Personalisierung von Inhalten; dabei drängt sich aber die Frage auf, wie präzise der Prompt (also die an die KI gestellte Eingabe) formuliert sein muss, um tatsächlich eine Antwort zu erhalten, die den eigenen Wünschen entspricht. Eine weitere Funktion durch KI erleben wir in der allmählichen Ablösung von Reisebüros, die zunehmend durch Chatbots oder digitale Assistenten ersetzt werden. Zudem werden mittlerweile viele Dienste an Flughäfen und, nach und nach, auch in einigen Hotels von Robotern übernommen, die Auskünfte geben oder Passagiere leiten. In Nagasaki wird das Henn-na Hotel bereits seit 2015 von Robotern betrieben, die den Check-in und andere Aufgaben rund um den Aufenthalt vor Ort übernehmen. Weitere KI-Mechanismen ermöglichen eine schnelle Anpassung von Preisen oder die Auswertung von Bewertungen eines Ortes sowie von auf sozialen Medien entstehenden Trends (Izchak, 2025). Zwar hat die gesamte Tourismusbranche einen starken Zuwachs in der allgemeinen Nutzung von künstlicher Intelligenz erlebt, doch zugleich stellen sich naheliegende Fragen zu der verändernden Beschäftigungsquoten, zur Nachhaltigkeit dieser Veränderungen und zur Ethik dieser Praktiken.

Aktuelle Forschungen von Tuo et al. (2025) systematisieren fünf zentrale Anwendungs- und Wirkfelder der KI im und auf den Tourismus; Erstens, „artificial intelligence and tourist perception“: durch KI-gestützte Technologie kann das Konsumentenerlebnis verbessert werden indem diese Erlebnisse recherchiert und hinterfragt werden; Kostensenkungen, Qualitätssteigerungen und Effizienzgewinne zählen zu den häufig genannten Effekten (Tuo et al., 2025, S. 796ff.). Zweitens, „artificial intelligence and tourism marketing and forecasting“: KI unterstützt Nachfrageprognosen und Zielgruppenansprache und kann so Marketingentscheidungen in der Branche fundieren. Drittens, „artificial intelligence and destination management“: In Destinationsmanagement-Prozessen hilft KI, Qualität zu steigern, Markenführung gezielter auszurichten und personalisierte Dienstleistungen zu entwickeln; zugleich rücken Nachhaltigkeit und Umweltschutz als Einsatzfelder in den Fokus. Viertens, „artificial intelligence and tourism enterprise management“: KI ermöglicht bessere Produkte und Prozesse – nicht nur aus Konsumentensicht, sondern auch aus Sicht der Betriebe (z. B. Prozessautomatisierung, Service-Personalisierung, Qualitätsmonitoring). Fünftens, „artificial intelligence integration in strategic and regulatory frameworks“: Besonders dynamisch ist die Einbettung von KI in strategische und regulatorische Rahmensetzungen, seit sich die Technologie verstärkt mit den Sozialwissenschaften verschränkt. Damit rückt neben der Technik auch der gesellschaftliche Kontext in den Blick – einschließlich Fragen der Fairness, Transparenz und ungleicher Verteilung von Chancen und Risiken (Tuo et al., 2025, S. 796ff.).

Zusammenfassend zeigt die Literatur, dass viele Themen dieser Masterarbeit in der Literatur bereits adressiert werden. Ziel dieser Arbeit ist nicht, den Einfluss sozialer Medien auf die Destinationswahl grundsätzlich infrage zu stellen, sondern zu klären, in welchem Zusammenhang sie zur Gruppe der Alleinreisenden steht. Auch der Aspekt der künstlichen Intelligenz wird unter dieser Perspektive fokussiert, zumal KI-Anwendungen erst vor wenigen Jahren breit eingeführt wurden. Von Interesse ist daher, in welchem Ausmaß die Tourismusbranche KI bereits integriert und inwiefern sich Alleinreisende – als wachsende Zielgruppe– davon beeinflussen lassen.

2.3 Angewandte Theorien

Wie jede wissenschaftliche Arbeit stützt sich auch diese Untersuchung auf theoretische Grundlagen. Für die vorliegende Arbeit wurden zwei theoretische Ansätze gewählt: Die Diffusionstheorie und die Theorie des sozialen Vergleichs. Die Diffusionstheorie dient dazu, das allmähliche gesellschaftliche Annehmen von Innovationen zu analysieren (Karnowski & Kümpel, 2016, S. 98). In dieser Arbeit wird sie nicht im Kontext der sozialen Medien eingesetzt, da diese bereits flächendeckend in der Gesellschaft etabliert ist, sondern im Bezug auf künstliche Intelligenz und deren Anwendungszwecke im Bereich der Reiseplanung Alleinreisender. Die Theorie des sozialen Vergleichs hingegen wird herangezogen, um zu untersuchen, ob und inwiefern auch Alleinreisende einem sozialen Druck unterliegen und welche Formen von Beziehungen innerhalb dieser spezifischen Reisegruppe entstehen (Kretz, 2020, S. 1).

Theorie	Zentrale Annahmen	Anwendung auf die Forschung
Diffusionstheorie (Everett M. Rogers, 1962)	Innovationen werden gesellschaftlich über Zeiträume Akzeptiert und in den sozialen Systemen unter bestimmte Bedingungen angenommen.	Wie werden neue Technologien (z. B. KI, soziale Medien) im Reiseverhalten junger Solo-Traveler angenommen?
Theorie des sozialen Vergleichs (Festinger, 1954)	Menschen vergleichen sich ständig mit anderen Individuen. Aus diesen Interaktionen entstehen verschiedene Emotionen.	Vergleichen sich auch Alleinreisende mit anderen Reisende und entsteht sozialer Druck und haben diese vergleichenden Interaktionen einen Einfluss auf deren Reisezielentscheidung?

Abbildung 1 - Kurzfassung der Theorien

Zur besseren Veranschaulichung der verwendeten Theorien, werden die zentralen Annahmen beider Theorien in der Tabelle kurz wiedergegeben.

2.2.1 Diffusionstheorie

Spiller et al. (2022), ordnen im Buch „Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft“ Digitalisierungsforschung in drei Analyseebenen: Mikro (Verhalten einzelner Personen), Meso (vermittelnde Rolle von Gruppen/Organisationen) und Makro (gesamtgesellschaftliche Verbreitung/Institutionalisierung). Für diese Arbeit ist diese Differenzierung zentral: Mikroebene zur Erfassung individueller Entscheidungslogiken Solo-Reisender, Meso zur Analyse der Plattform vermittelten der Diffusionsmechanismen (z.B. eWOM, normative Erwartungen), Makroebene zur Einbettung in sektorweite Digitalisierungsdynamiken und Regulierungsrahmen. Die Diffusionstheorie nach Everett M. Rogers ist hier der Mesoebene zuzuordnen, da sie die Ausbreitung von Innovationen über Kommunikationskanäle in sozialen Systemen erklärt und damit die vermittelnden Effekte von Peers, Communities und Organisationen auf Adoptionsentscheidungen fokussiert.

Das zentrale Werk von Everett M. Rogers, ist das 1962 erschienene Buch „Diffusion of Innovations“. Trotz Ihres Alters und obwohl Rogers bis zu seinem Tod kontinuierlich an der Weiterentwicklung und Aktualisierung der Theorien arbeitete, gilt sie bis heute als eine der meistverwendeten Konzepte in unterschiedlichen wissenschaftlichen Disziplinen. Die grundlegende Annahme der Theorie besteht darin, dass die Diffusion von Innovationen im Prinzip ein sozialer sowie ein kommunikativer Prozess ist (Wolf, 2022, S. 152f). Um das Prinzip dieser Theorie zu verstehen, muss man zuerst verstehen, was Rogers unter „Diffusion“ versteht. Rogers nutzt diesen Begriff in Analogie zur Physik, um zu beschreiben wie eine Innovation (z.B. eine Idee, Technologie oder Praxis) über bestimmte Kommunikationskanäle kontinuierlich innerhalb eines sozialen Systems verbreitet wird. Die Diffusion ist dabei ein Prozess, der sowohl spontan (also ohne Mithilfe einer Institution oder eines Unternehmens) als auch geplant sein kann, die Diffusion kann dabei erfolgreich in ein soziales System eingeführt oder abgelehnt werden. Wesentliche Bestandteile der Diffusionstheorie sind die folgenden: 1. Innovation, 2. Kommunikationskanäle, 3. Zeit und 4. soziale Systeme. Diese Begriffe werden im Folgenden näher erläutert. Ein weiterer zentraler Aspekt besteht darin, dass Innovationen, sowohl für Individuen als auch für soziale Systeme, zunächst mit einem gewissen Maß an Unsicherheit verbunden sind. Daher prüfen potenzielle Nutzerinnen und Nutzer in der Regel sorgfältig die wahrgenommenen Vor- und Nachteile, bevor sie sich für oder gegen die Übernahme (Akzeptanz) einer Innovation entscheiden.

Die Grundprinzipien für die Akzeptanz einer Innovation sind nach Rogers fünf. Erstens muss ein relativer Vorteil (relative advantage) vorhanden sein, also in welchem Maß die Innovation einen wahrgenommenen Nutzen bzw. Mehrwert gegenüber bestehenden Lösungen hat. Zweitens muss ein gewisser Grad an Kompatibilität (compatibility) mit bereits im System etablierten Innovationen bestehen. Drittens ist die Komplexität (complexity), sprich der Grad der Schwierigkeit, die Innovation zu verstehen und anzuwenden von Bedeutung. Viertens ist es notwendig, die Innovation in der eigenen Umgebung in einem begrenzten Umfang Testen zu können und somit eine Prüfbarkeit (triability) zu ermöglichen. Wenn die Innovation schließlich auch leicht beobachtbar (observability) und kommunizierbar ist, hat sie bessere Chancen, angenommen zu werden (Wolf, 2022, S. 154f).

Ein weiteres Grundprinzip der Diffusionstheorie sind Kommunikationskanäle. Die Kommunikation zwischen denjenigen, die bereits über Kenntnisse oder Erfahrungen auf dem Gebiet der verschiedenen Innovationen verfügen, und jenen, die noch keine Kenntnisse darüber besitzen, bzw. in ihrer Adaptationsentscheidung noch unentschlossen sind, ist für die Verbreitung einer Innovation von essenzieller Bedeutung. Rogers betont, dass insbesondere interpersonale Kommunikation innerhalb sozialer Netzwerke entscheidend für die Übernahme einer Innovation ist, da sie Vertrauen schafft und Unsicherheiten abbaut. Rogers teilt den Adaptationsprozess in fünf Schritte ein: Wissen, Überredung, Entscheidung, Implementierung und Bestätigung (Wolf, 2022, S. 156).

Der dritte wichtige Aspekt der Theorie ist die Zeit. Der Autor unterscheidet zwischen fünf verschiedenen Gruppen, die sich zu unterschiedlichen Zeiten die Innovation adaptieren. Es gibt die Innovatoren (ca. 2,5%), dann die frühe Adaptierenden (Early Adopter) (13,5%), die frühe Mehrheit (Early Majority) (34%), die späte Mehrheit (Late Majority) (34%) und die Nachzügler (Latecomer) (16%). Jeder dieser Gruppen weist spezifische Merkmale auf, die von einem höheren oder geringeren Maß an Risikobereitschaft über unterschiedliche soziale und kommunikative Ressourcen bis hin zu variierenden finanziellen oder technischen Möglichkeiten reichen. Die zeitliche Abfolge der Adaptation lässt sich dabei in einem Glockendiagramm darstellen. Die Geschwindigkeit, mit der sich eine Innovation verbreitet, hängt nicht nur von den Eigenschaften der Innovation selbst ab, sondern auch von den individuellen Voraussetzungen der Nutzerinnen und Nutzer sowie von den Charakteristika des sozialen Systems, in dem sie eingeführt wird (Wolf, 2022, S. 157ff).

Nicht zuletzt ist auch das Konzept des sozialen Systems für Rogers von Bedeutung. Er verwendet diesen Begriff für eine Gruppe von Individuen, die gemeinsam ein Problem lösen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Wer mit wem unter welchen Bedingungen interagiert, ist Teil eines

sozialen Systems, das unterschiedliche Strukturen haben kann (direkt-indirekt, funktional-dysfunktional, kollektiv-autoritär, formal-informal) (Wolf, 2022, S. 160f).

Nachdem die Grundprinzipien der Diffusionstheorie erläutert wurden, wird deutlich, dass diese trotz seines Alters von mehr als fünfzig Jahren nichts an Relevanz verloren hat. Ihre Anwendbarkeit in unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen verleiht der Theorie einen ausgeprägten interdisziplinären Charakter, der ihre Bedeutung bis in die Gegenwart unterstreicht. In der vorliegenden Arbeit zeigt sich diese Relevanz insbesondere für zwei Innovationen, welche wir Moment in unterschiedlichen Phasen ihrer zeitlichen Entwicklung vorfinden: zum einen für die Betrachtung der sozialen Medien, die mittlerweile fester Bestandteil des Alltags eines Großteils der Gesellschaft sind, und zum anderen in Bezug auf die Innovation der Künstlichen Intelligenz, die sich erst in jüngerer Zeit in einer neuen Phase breiter Nutzung etabliert hat. Beide in den Forschungsfragen aufgeworfenen Punkte können mit dieser Theorie und durch empirische Arbeit angewandt und untersucht werden. Die theoretische Wissensbasis, die in diesem Kapitel dargestellt wurde, bildet damit die Grundlage für die nachfolgenden Kapitel der Analyse und Diskussion.

2.2.2 Theorie des sozialen Vergleichs

Eine weitere Theorie, die für diese Arbeit relevant ist, ist die Theorie des sozialen Vergleichs. Sie geht auf Leon Festinger (1954) zurück und beschäftigt sich in „A Theory of Social Comparison Processes“ mit dem grundlegenden menschlichen Bedürfnis, die eigenen Meinung, Leistung oder Position im sozialen Gefüge durch den Vergleich mit anderen zu bewerten (Kretz, 2020). Da Individuen in vielen Situationen mit Unsicherheit konfrontiert sind, greifen sie auf soziale Vergleichsprozesse zurück um Selbstbewusstsein aufzubauen und ihren Platz innerhalb der Gesellschaft zu sichern. Dieses Konzept wird im Folgenden näher erläutert und im Kontext der vorliegenden Untersuchung angewandt.

Obwohl die Theorie des sozialen Vergleichs auf den ersten Blick leicht verständlich erscheint, beinhaltet sie mehrere tiefgreifende Aspekte. Die Grundannahme der Theorie ist, dass Individuen grundsätzlich unsicher sind und daher stetige Vergleiche notwendig sind, um ihre Ziele, Ansprüche und ihr Selbstverständnis überprüfen zu können. Trotz ihrer Entstehung im Jahr 1954 besitzt sie auch heute noch hohe Relevanz, insbesondere in einer Gesellschaft, die durch die ständige Sichtbarkeit und Inszenierung anderer Menschen, etwa in sozialen Medien, noch stärker von Vergleichsprozessen geprägt ist als jene der 1950er-Jahren. Je mehr eine Meinung öffentlich geteilt wird, desto intensiver werden Vergleichsprozesse ausgelöst. Festinger geht davon aus, dass Individuen Informationen über sich selbst vor allem durch soziale Vergleiche gewinnen können. Wenngleich die grundsätzliche

Theorie des Vergleichs bis heute einen hohen Stellenwert hat, werden heute die objektiven Vergleichskriterien Festingers, z.B. für die Attraktivität einer Person, kritischer gesehen. (Barbierik et al., 2023, S. 252). Die heutige Forschung betrachtet Vergleichsprozesse vermehrt kontext- und situationsabhängig.

Festinger unterscheidet verschiedene Arten von Vergleichen: Einerseits gibt es Meinungsvergleiche, bei denen das Ziel ist, die „richtige“ oder „gültige“ Haltung zu finden, zum anderen aber auch Fähigkeitsvergleiche, die der Einschätzung und Verbesserung der eigenen Leistungen dienen. Die Wahl der Vergleichsmaßstäbe hängt dabei stark von der Ähnlichkeit zwischen den Individuen ab: Je mehr klassische Dimensionen, wie zum Beispiel, Alter, Herkunft oder Leistungsniveau zwischen den vergleichenden Individuen übereinstimmen, desto wahrscheinlicher ist der Vergleich. Das Ergebnis des Vergleichs kann positiv oder negativ sein. Fällt der Vergleich positiv aus führt dies zu Zufriedenheit und einer Festigung der Position, fällt er aber negativ aus erzeugt dies Unzufriedenheit, welche oft dazu führt, dass Vergleichspersonen gewechselt oder neue Bezugsgruppen gesucht werden. Zudem nimmt die soziale Dynamik Einfluss: Befindet sich ein Individuum in einer Minderheitsposition, ist es wahrscheinlicher, dass es seine Meinung oder Haltung anpasst. In einer Mehrheitsposition hingegen neigen Individuen dazu, Druck auf andere auszuüben, um deren Meinungen oder Einstellungen zu verändern. (Raab, et al., 2010, S. 35ff). Es gibt unterschiedliche Arten von Vergleich und Vergleichsgruppen: Einerseits spricht man von Intragruppenvergleich (Vergleich innerhalb einer Gruppe) und von Intergruppenvergleich (zwischen den Gruppen). Innerhalb der Bezugsgruppe gibt es Vergleiche die komparativ sind (der persönlichen Einschätzung und Selbstverortung dienen) aber auch normative Vergleiche, die sich stärker an Werten orientieren und dadurch maßgeblichen Einfluss auf Einstellungen und Verhaltensweisen haben (Raab, et al., 2010, S. 38f).

Zusammenfassend lässt sich beobachten, dass beide Theorien wertvolle theoretische Grundlagen für diese Masterarbeit darstellen. Einerseits bietet die Diffusionstheorie einen tieferen Einblick in die Akzeptanz aktueller Innovationen innerhalb der Stichprobe der Alleinreisenden, andererseits ermöglicht die Theorie des sozialen Vergleichs eine genauere Betrachtung des tatsächlichen Verhaltens sowie der sozialen Dynamiken. Die Kombination dieser Theorien schafft eine fundierte Basis, um den empirischen Teil dieser Arbeit und die damit verbundenen Fragestellungen zu unterstützen.

3. Methodik

Um die Forschungsfragen, welchen Einfluss digitale Medien auf die Wahl von Reisezielen bei alleinreisenden Erwachsenen im Alter zwischen 20 und 30 Jahren haben und in welchem Ausmaß die künstliche Intelligenz zur Entscheidung bewusst genutzt wird, zu beantworten, wurde die Methode der qualitativen Befragung mittels Interview gewählt. Wissenschaftlich zu befragen heißt, die Kommunikation zwischen Fragende und Befragten in einer konkreten Situation zu analysieren. Fragen und Antworten erzeugen gegenseitige Erwartungen, wobei auch die soziale Situation eine wichtige Rolle spielt (Atteslander et al., 2010, S. 109). Diese Methode eignet sich für diese Arbeit, da sie es ermöglicht die Erfahrungen und Entscheidungsprozesse durch strukturierte Fragen zu erforschen. Um die Stichprobe einzuschränken wurden nur Teilnehmer*innen ausgewählt, welche mindestens einmal in ihrem Leben alleine gereist waren und ein Alter zwischen 20 und 30 Jahren vorweisen. Bewusst wurde nicht im Vorfeld gefragt, ob die Interviewpartner*innen sich mit sozialen Medien oder künstlicher Intelligenz beschäftigen. Der Umfang der Stichprobe ist von 10 Teilnehmer*innen, diese hat sich als heterogen gezeigt und umfasst sowohl Teilnehmer*innen, die soziale Medien aktiv nutzen, als auch Personen, die diese nicht mehr verwenden. Letztere Gruppe besteht teils aus Personen, die keinerlei digitale Plattformen mehr nutzen oder davon träumen sie nicht mehr zu nutzen und teils aus solchen, die sich stattdessen verstärkt mit künstlicher Intelligenz auseinandersetzen.

Die Forschung ist qualitativ und möchte daher nicht finale Antworten zu dem Thema geben, sondern vielmehr neue Aspekte zu diesem Thema hervorheben. Die Forschungsfragen haben sich im Laufe der Literaturrecherche anhand des aktuellen Forschungsstands entwickelt und zielen darauf ab, einen Einblick in ein Thema zu geben, das einen Paradigmenwechsel unserer heutigen Zeit darstellt. Die Interviews wurden mithilfe eines Interviewleitfadens durchgeführt und fanden sowohl persönlich als auch online statt. Die Interviews wurden immer aufgenommen und mithilfe von Online-Tools transkribiert sowie sorgfältig kontrolliert und verbessert. Da die Befragung auf die subjektive Einstellung und das eigene Verhaltensmuster konzentrierte, war eine Videoaufnahme nicht notwendig, daher wurde nur die Audiospur des Videotelefonats aufgenommen. Alle Interviewpartner*innen haben sich sehr offen gezeigt und alle Interviews wurden problemlos durchgeführt.

In den folgenden Unterkapiteln werden unterschiedliche Aspekte der Methode erläutert und ausführlicher erklärt, um eine saubere wissenschaftliche Arbeit zu gewährleisten. Es wird zuerst das

Forschungsdesign beschrieben, also welche Art von Forschung durchgeführt wurde und dann wird die Datenerhebungsmethode näher betrachtet. Weitere wichtige Punkte, die berücksichtigt werden müssen, sind die Auswahl der Stichprobe sowie die Durchführung der Interviews und die ethischen Aspekte.

3.1. Forschungsdesign

Dieses Unterkapitel des Methodik Kapitels widmet sich dem Forschungsdesign. Die Arbeit basiert auf einem qualitativ-empirischen Vorgehen, dessen Ziel es ist, aus der Perspektive der direkt Beteiligten neues Wissen und wissenschaftlich relevantes Material zu generieren. Die qualitative Methodik erwies sich für diesen Kontext als besonders geeignet, da sie durch Offenheit und Flexibilität geprägt ist. Damit bot sie dieser Untersuchung die notwendige Freiheit und zugleich die Möglichkeit, das Vorgehen fortlaufend an die Erfordernisse des Forschungsprozesses anzupassen. Durch leitfadengestützte Interviews mit freiwilligen Teilnehmer*innen, wurde die Vergleichbarkeit zwischen den Fällen ermöglicht; gleichzeitig konnte aber auch jede*r der Teilnehmer*in die eigenen Erfahrungen und Gedanken persönlich und selbständig teilen. Der Interviewleitfaden wurde mithilfe der schon existierenden Literatur entwickelt, und in unterschiedliche Kategorien gegliedert, um die Analyse zu erleichtern. Die Stichprobe wurde durch ein Schneeballverfahren zusammengestellt; die finale Anzahl der Interviews richtete sich nach der theoretischen Sättigung, was bedeutet, dass keine neuen Erkenntnisse aus weiteren Interviews zu erwarten waren. Nach der Durchführung der Gespräche wurden die Transkripte für eine qualitative Inhaltsanalyse verwendet; ausgehend von den Forschungsfragen wurden Kategorien gebildet und die Inhalte in einem Kategoriensystem definiert. Die Kategorien und ihre Unterkategorien sind in Kapitel 5 dieser Arbeit zu finden. Während jedes Interviews wurden zusätzliche Notizen gemacht, welche anschließend als Inspiration für die wissenschaftliche Diskussion dienten.

Ethik und Datenschutz stellten zentrale Aspekte dieser Arbeit dar. Durch eine Einwilligungsfrage wurde die informierte Zustimmung der Teilnehmer*innen gesichert. Zur Gewährleistung der Anonymität erfolgt zudem eine Pseudonymisierung der Daten, indem die Teilnehmenden durch individuelle Codes gekennzeichnet wurden. Um das Risiko eines Verlusts der gewonnenen Daten zu minimieren, wurden diese sowohl auf dem verwendeten Computer als auch in einem externen Speichermedium gesichert.

Wie in der bestehenden Literatur häufig zu beobachten ist, werden vergleichbare Forschungsfragen meist in quantitativen Designs oder in Form von Mixed-Methods-Ansätzen untersucht. Für diese Untersuchung wurde hingegen bewusst ein rein qualitatives Vorgehen gewählt. Einerseits könnte eine Methodenmischung mehr Details bieten und auch die Reliabilität und Glaubwürdigkeit der gewonnen Erkenntnisse weiter erhöhen; andererseits ermöglicht der Fokus auf qualitative Befragung ein tieferes und persönlicheres Eintauchen in die Gespräche und eröffnet damit Aspekte, die in qualitativeren Studien zu diesem Thema nicht zutage treten könnten (Nirkow & Abbasian, 2024, S. 468).

Wie erwähnt, wurde für diese Masterarbeit eine empirische Erhebung durchgeführt. Es handelt sich um eine Primärforschung die in diesem Rahmen neue Daten gesammelt hat. Durch leitfadengestützte Interviews mit jungen Alleinreisenden, die ihre eigenen Erfahrungen, Entscheidungsprozesse und Vorgehensweisen teilen, wurde qualitativ vorgegangen. Die zehn Teilnehmer*innen wurden in Interviews befragt, welche zwischen 20 Minuten und etwa eine Stunde dauerten. Entsprechend der Forschungsfrage waren alle Interviewpartner*innen zum Zeitpunkt des Interviews zwischen 20 und 30 Jahre alt. Alle Teilnehmer*innen hatten bereits mindestens eine Solo-Reise unternommen. Die Kontaktaufnahme erfolgte auf unterschiedlichen Wegen. Ein Teil der Probandinnen und Probanden wurde aufgrund persönlicher Reise-Bekanntschaften mit der Autorin direkt angesprochen und zur Teilnahme eingeladen. Die Rekrutierung der übrigen Teilnehmenden erfolgt mittels Schneeballverfahren, wobei bestehende Kontakte Empfehlungen für weitere potenzielle Interviewpartner*innen aussprachen. In den nächsten Unterkapiteln wird darauf eingegangen, welche Zielsetzung die Interviews verfolgen, wie der Leitfaden aufgebaut wurde und wie die Interviews durchgeführt wurden.

3.1.1 Zielsetzung der Interviews

Wie erwähnt wurde in dieser Arbeit mit der Methode der Befragung gearbeitet. Spezifischer wurden leitfadengestützte Interviews mit zehn Interviewpartner*innen durchgeführt. Das Interview stellt eine soziale Situation dar, welche immer mit gewissen persönlichen Erwartungen, Wahrnehmungen und Reaktionen verbunden ist, welche die Interaktion beeinflussen können. Gleichwohl ist diese Methode angemessen, da sie Einblicke in die Erfahrungen sowie Motive eröffnet, die teilnehmenden Alleinreisenden, prägen und ihre Reisen begleiten. Dadurch lassen sich nicht nur individuelle Erlebnisse, sondern auch situative und kontextuelle Deutungen nachvollziehen, was für das Verständnis der Entscheidungsprozesse besonders relevant ist.

Die qualitative Vorgehensweise dieser Forschung ermöglichte es, die subjektiven Sichtweisen der Teilnehmer*innen zu erforschen, und gleichzeitig einen persönlichen Kontakt herzustellen, um ein Gefühl für die besprochenen Themen zu erhalten. Obwohl eine Vollständige Objektivität im Setting des Interviews nicht möglich ist und eine „Totalkontrolle“ über die Interviewsituation nicht hergestellt werden kann, wurde besonders viel Acht darauf gegeben, die Antwort nicht zu beeinflussen (Atteslander et al., 2010, S. 112). Zur Unterstützung dieser Zielsetzung wurden möglichst neutrale Nachfragen gestellt, suggestive Formulierungen vermieden und ausreichend Erzählraum eingeräumt, was besonders in der zweiten Hälfte der Interviews nicht immer leicht war. Ein zentrales Ziel der Befragungsmethode war es, dem Interviewten die Möglichkeit zu bieten, ihre Perspektiven möglichst frei wiederzugeben. Schon aus den Forschungsfragen lassen sich die wichtigsten Themen dieser Forschung, nämlich der Einfluss sozialer Medien und die (un)bewusste Nutzung der künstlichen Intelligenz, ableiten. Durch die Interviews und die aktive Teilnahme der Alleinreisenden konnten daraus schließlich Kategorien gebildet werden, die dazu beitragen, die Forschungsfragen zu beantworten und einen neuen Blickwinkel auf den Themen gebiet einzubringen. Die so entstandenen Kategorien dienen als verbindende Einordnung und tragen so zur argumentativen Verdichtung bei. Im Anschluss dran wird näher betrachtet, wie der Interviewleitfaden aufgebaut und organisiert wurde. Zunächst werden die thematischen Module vorgestellt, anschließend die Sequenz der Fragen begründet und abschließend kurz auf Pilotierung und Feinjustierung eingegangen. Dadurch wird sichergestellt, dass der Leitfaden eine enge Anschlussfähigkeit an die Forschungsfragen aufweist und die relevanten Aspekte systematisch erfasst werden.

3.1.2 Aufbau und Entwicklung des Leitfadens

Wie bereits dargelegt, wurde für diese Arbeit die Befragung in Form qualitativer Interviews gewählt. Um die Gespräche zu strukturieren und zugleich eine Vergleichbarkeit der erhobenen Daten zu gewährleisten, wurde nach sorgfältigen Überlegungen zur am besten geeigneten Methode ein leitfadengestütztes Interview entwickelt. Leitfadengestützte Interviews sind Einzelgespräche, die auf einem vorab definierten Fragenkatalog basieren und dadurch Offenheit mit Struktur verbinden (Braunecker, 2021, S. 34). Durch die Entscheidung, einen Interviewleitfaden zu erstellen, entstand auch eine bestimmte Dynamik in den Gesprächen. Diese führte zu Vor- und Nachteilen: Einerseits muss die Interviewerin während das gesamte Gesprächs sehr konzentriert mitfolgen, parallel Notizen schreiben und vertiefende Nachfragen stellen, was einen höheren Anspruch an die Durchführung bedeutet. Auch muss die befragte Person zu einer aktiven Mitarbeit bereit sein. Andererseits ermöglicht der Einsatz eines Interviewleitfadens eine gewisse Strukturierung bereits während des Interviews und

verhindert so, dass eventuell wichtige Punkte unterschlagen werden. Das Leitfadeninterview erfordert zudem einen höheren Zeitaufwand, und durch die offene Dynamik des Nachfragens gestaltet sich die Auswertung anspruchsvoller (Atteslander et al., 2010, S.142). Gleichzeitig ermöglicht der Leitfaden eine Vergleichbarkeit über die Fälle hinweg und schafft einen klaren Rahmen, in dem individuellen Erzählungen entfaltet werden können. Der Interviewleitfaden für diese Arbeit wurde in unterschiedliche Teile gegliedert. Erstens gab es eine allgemeine Einleitung durch eine kurze Einführung in das Thema; dabei wurden Forschungsinteresse und Relevanz kurz dargestellt. Anschließend wurden die Forschungsfragen in Erinnerung gerufen, um den Interviewpartner*innen einen klaren Bezug zu Ziel und Fokus des Gesprächs zu geben. Der letzte Schritt vor den tatsächlichen Fragen bestand darin die Teilnehmer*innen auf die notwendige Audioaufnahme hinzuweisen; die Teilnehmer*innen wurden um ihr Einverständnis gebeten, und die Wahrung der Anonymität wurde nochmals betont. Es wurde nachgefragt, ob noch offene Fragen zur Studie bestehen, und zugesichert, dass die Beantwortung sämtlicher Einzelfragen freiwillig ist. Der Interviewleitfaden selbst wurde in vier unterschiedliche Teile organisiert, um die Auswertung zu vereinfachen und eine logische Struktur zu schaffen. Der erste Teil bezog sich auf *allgemeine demographische Fragen*, wobei aber mit den letzten Einzelfragen ein Übergang in Richtung Reisen hergestellt wurde, so etwa mit der Frage: „Bist du als Kind mit deiner Familie mehr als dreimal im Jahr länger als ein Wochenende verreist?“. Der zweite Teil fokussierte sich auf das *Reiseverhalten* und eröffnete mit der Frage: „Warum reist du überhaupt?“. Obwohl man diese Fragen in der Regel als einfach einschätzen könnte, führte sie bei vielen Interviewpartner*innen zu Reflektion und neuen persönlichen Erkenntnissen. Der dritte Teil konzentrierte sich auf die *Reiseplanung*, und der letzte Teil bezog sich auf *Technologien* sowie *Zukunftsperspektiven*. Diese Abfolge sollte sowohl thematische Stringenz sichern als auch eine spätere Zuordnung der Antworten zu Auswertungskategorien erleichtern.

Während der unterschiedlichen Interviews zeigt sich, dass Interviewpartner*innen häufig die darauffolgende Frage antizipierten was darauf hinweist, dass die Struktur des Interviews nachvollziehbar und schlüssig war. Durch gezielte Nachfragen entwickelten alle Gespräche eine ähnliche, aber jeweils eigenständige Dynamik; dies wurde in den Interviewprotokollen entsprechend dokumentiert und floss in die spätere Auswertung ein. Damit wird ein roter Faden zwischen Erhebungsdesign, Gesprächsführung und Analyse gezogen, der die Transparenz des methodischen Vorgehens unterstützt.

3.1.3 Durchführung der Interviews

Die Kontaktaufnahme mit den Interviewpartner*innen erfolgt entweder persönlich oder über sozialen Medien. Für letztere Art der Kontaktaufnahme wurde eine standardisierte Nachricht erstellt, die jedoch nur teilweise genutzt wurde, da sich die Zielgruppe als leicht zugänglich erwies. Ergänzend wurden informellere Nachrichten versendet, in denen kurz erläutert wurde, worauf die Forschung fokussiert und ob Interesse an der Teilnahme besteht. Alle Teilnehmer*innen zeigten Interesse an der Forschung und brachten ein vergleichbar hohes Engagement zum Ausdruck. Trotz den anfänglichen Enthusiasmus traten bei der konkreten Organisation der Interviews einige Hürden auf, da manche der freiwilligen Teilnehmer*innen zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme gerade auf Reisen waren. Dies führte zu mehrfach verschobenen Terminen. Das längste Interview dauerte eine Stunde, während das kürzesten 21 Minuten umfasste. Je mehr Interviews durchgeführt wurden, desto effizienter verliefen diese im Ablauf. Zu Beginn jedes Interviews erfolgte eine kurze Einführung in das Thema, in der auch die Forschungsfragen benannt wurden. Jedes Interview wurde aufgezeichnet; um die ethischen Aspekte zu respektieren, wurde im Vorhinein stets die Einwilligung der Teilnehmer*innen eingeholt. Auch die Anonymität wurde gewährleistet, und es wurde immer betont, dass Fragen, die unangenehm sind, nicht beantwortet werden müssen und keine Begründung für eine Nichtbeantwortung erforderlich ist. Um eine sorgfältige und wissenschaftliche Forschung durchzuführen, wurde nach jedem Interview ein kurzes Protokoll angefertigt, dieses beinhaltet einige Reflektionen und die wichtigsten Punkte des Gesprächs. Diese Protokolle sind im Anhang dokumentiert und können dort eingesehen werden. Die Interviews wurden in verschiedenen Sprachen durchgeführt. Die Interviewpartner*innen konnten zwischen Deutsch, Englisch, Italienisch und Spanisch wählen. Diese Möglichkeit wurde den Teilnehmenden bewusst eingeräumt, um sicherzustellen, dass sie sich während des gesamten Interviews möglichst wohl fühlen. Die Wahl der Sprache erfolgte frei und unabhängig von der Muttersprache. Tatsächlich fanden die Interviews mit drei Teilnehmer*innen nicht in ihrer Muttersprache statt, was zu einigen Missverständnissen führte, die jedoch leicht zu lösen waren. Wie in Abbildung 2 dargestellt, wurden die Interviews in drei verschiedenen Sprachen geführt und in der gesamten Stichprobe gab es insgesamt fünf unterschiedliche Muttersprachen. Diese sprachliche Vielfalt eröffnete zusätzliche Einblicke in kulturell geprägte Ausdrucksweisen und unterstützte ein authentisches Erfassen der individuellen Erfahrungen.

Der nächste Abschnitt bezieht sich spezifisch auf die Auswahl der Stichprobe. In der empirischen Sozialforschung ist oft der Fall, dass man nicht zu einer Vollerhebung gelangen kann

und daher eine Stichprobe gewählt werden muss. Da eine Erhebung der gesamten Zielgruppe meist zeitlich und organisatorisch unmöglich ist und darüber hinaus zu teuer wäre; wird versucht, einen Teil der Grundgesamtheit möglichst repräsentativ zu wählen und damit die Forschung mithilfe dieser Stichprobe zu stützen (Atteslander et al., 2010, S. 273). Dadurch soll eine angemessene Generalisierbarkeit im Rahmen des Design erreicht werden, ohne den Anspruch einer Vollerhebung zu erheben. Aus den zwei Forschungsfragen lässt sich das Profil der Befragten bereits ableiten. Es wurden grundsätzlich junge Erwachsenen zwischen 20 und 30 Jahren befragt, die alle bereits einmal in deren Leben eine Reise allein unternommen haben. Die ersten Interviews wurden explorativ mit Personen aus diesem Feld durchgeführt; anschließend wurden mittels Schneeballverfahren weitere Teilnehmer rekrutiert und die Interviews bis zur theoretischen Sättigung fortgeführt. Anfänglich waren zwischen 10 und 15 Interviews geplant. Es zeigte sich jedoch, dass dies nicht notwendig war. Die gesamte Stichprobe umfasst 11 Interviewpartner*innen; allerdings gilt das erste durchgeführte Interview als Vorversuch und wird daher nur teilweise in der Analyse berücksichtigt. Die Erkenntnisse des Vorversuchs fließen primär in die Feinjustierung des Leitfadens ein.

Der Großteil der Befragten ist 25 Jahre oder älter, nur eine Person ist 30 Jahre alt und zwei Teilnehmer*innen sind zwischen 20 und 24 Jahren. Neun von zehn Teilnehmer*innen, leben derzeit an einem anderen Ort als ihrem Geburtsort; die zehnte Person hat im Ausland studiert und befindet sich aktuell in einer Übergangsphase, da er*sie kürzlich von einer längeren Solo-Reise zurückgekehrt ist. In Bezug auf die Bildung haben drei Teilnehmer*innen einen Masterabschluss bereits abgeschlossen, während sechs der Teilnehmer*innen aktuell noch studieren. Sechs Personen der gesamten Stichprobe sind derzeit nicht erwerbstätig, wobei vier davon Arbeitssuchend sind. Neun von zehn Interviewpartner*innen geben an, dass das Reiseverhalten der Familie, also die Reisen in der Kindheit, einen direkten Einfluss auf ihr aktuelles Reiseverhalten haben. Alle Teilnehmer*innen präferieren längere Reisen, wobei die eigene Definition von „lange Reise“ zwischen mehr als vier Tagen und einem Monat oder länger variiert. Drei von zehn Teilnehmer*innen haben mehr als fünf Solo-Reisen unternommen, während die übrigen Teilnehmenden teils weniger, teils längere Einzelreisen durchgeführt haben. Die Stichprobe umfasst Personen mit fünf verschiedenen Muttersprachen. Die Interviews fanden in drei Sprachen statt, nämlich auf Deutsch, English und Italienisch.

In der folgenden Abbildung werden die demographischen Aspekte deutlicher visualisiert und erlauben einen schnellen Überblick über die Zusammensetzung der Stichprobe. Dadurch wird die

vorherige Beschreibung ergänzt und der Bezug zu den zentralen Merkmalen (Alter, Bildung, Reiseerfahrung, Sprache...) verdeutlicht.

Kategorie	Variable	N=11	Prozent
Alter	20-24	2	18.18%
	25-30	9	81.81%
Geburtsort und Wohnsitz	gleich	2	18.18%
	nicht gleich	9	81.81%
Höchstes Bildungsniveau	Matura	4	36.36%
	Bachelor	4	36.35%
	Master	3	27.27%
Arbeitstätigkeit	Ja	4	36.36%
	Nein	7	63.63%
Familiereinfluss und Unterstützung	Ja	10	90.90%
	Nein	1	9.09%
Anzahl an Reisen/Jahr	<5	8	72.72%
	>5	3	27.27%
Anzahl an Solo-Reisen	<5	4	36.36%
	>5	7	63.63%
Interviewsprache	Deutsch	7	63.63%
	Englisch	2	18.18%
	Italienisch	1	9.09%

Abbildung 2 - Demographische Darstellung der Interviewpartner*innen

Die Interviews wurden in unterschiedlichen Settings durchgeführt. Die meisten Gespräche fanden jedoch online über Meeting-Tools wie Zoom oder Teams statt, abhängig von den Präferenzen der jeweiligen Interviewpartner*innen. Drei von zehn Interviews wurden persönlich geführt. Da sich das Forschungsthema auf Menschen konzentriert, die häufig reisen, und sich die Teilnehmenden aufgrund der Stichprobenwahl an unterschiedlichen Orten befanden, erwies sich die Online-Durchführung insgesamt als die praktikabelste Lösung. Auffällig war, dass die ersten Interviews deutlich länger dauerten als die nachfolgenden. Bei genauer Betrachtung lässt sich daraus schließen, dass der schrittweise Prozess der theoretischen Sättigung Einfluss auf die Gestaltung und Länger der Gespräche hatte. Ursprünglich war die Datenerhebung für den Zeitraum zwischen Mitte April und Mitte Mai geplant. Obwohl die Kontaktaufnahme frühzeitig begann, gestaltete sich die Organisation der Interviews komplexer als erwartet. Infolgedessen verlängerte sich die Erhebungsphase, sodass Interviews schließlich bis Mitte Juni durchgeführt wurden.

3.2 Ethische Aspekte

Um eine gute wissenschaftliche Arbeit zu gewährleisten, ist es wichtig den ganzen Prozess in einer ethisch vertretbaren Weise durchzuführen. Es wurden Richtlinien gesucht, die nicht nur von der Universität vorgegeben sind, sondern auch mögliche Vorschläge von der künstlichen Intelligenz „PerplexityPro“ analysiert und zu dem Thema und der Struktur der Arbeit angepasst wurden (*Masterarbeit - Studienprogrammleitung Publizistik*, 2025). Nach einer ersten Festlegung des Inhaltsverzeichnisses, wurde stichwortartig eine generelle Vorgabe für jedes Kapitel gegeben. Diese Vorgaben wurden dann durch die Literatur erweitert und anschließend anhand der Teilnehmenden und des empirischen Teils festgelegt. Diese erste Phase der Organisation der Arbeit wurde sehr offen gestaltet, um die Transparenz der Arbeit zu gewährleisten. Wichtig war von Anfang an der Datenschutz der Interviewpartner*innen; dafür wurde der schon von Beginn an das Thema erklärt sowie eine generelle Einführung in die Arbeit gegeben, wobei zugleich die Anonymität der eventuellen Teilnahme angesprochen wurde. Alle Teilnehmer*innen, die zur Teilnahme gefragt wurden, haben auch akzeptiert und zeigten sich sehr engagiert und enthusiastisch über das Thema. Die meisten wollten auch nach der Fertigstellung der Arbeit eine Kopie erhalten, um die Ergebnisse zu sehen. Diese Möglichkeit wurde auch als Anreiz angesprochen, es wurde von Anfang an erwähnt, dass es keinerlei Vergütung geben würde. Keiner der Teilnehmer*innen hat Interesse daran bekundet, für seine Teilnahme eine Gegenleistung zu erhalten. Die Zusicherung der Vertraulichkeit wurde von Anfang an eingehalten und es wurde in keinem elektronischen Dokument ein Name oder zu klare Angaben über die teilnehmende Person gemacht. Außer auf einer zur Organisation notwendige handschriftlichen Liste wurden nirgendwo persönliche Daten angegeben. Die Transkription wurde mit dem KI-Tool „TurboScribe“ gemacht; deswegen wurde darauf geachtet, in keinem Audio den richtigen Namen der teilnehmenden Person zu nennen. Falls dieser doch ausversehen erwähnt wurde, wurde selbstverständlich darauf geachtet, die betreffenden Stellen so bald wie möglich zu anonymisieren. Wie bereits erwähnt, wurde schon beim ersten Kontakt mit den Teilnehmer*innen darauf hingewiesen, dass alle sensiblen Daten anonymisiert werden. Nach der Zusage der Interviewpartner*innen wurde gleich zu Beginn des Interviewleitfadens die folgende Frage gestellt:

„Ich benötige aus ethischen Gründen deine Zustimmung:

Ist es für dich in Ordnung, dass ich dieses Interview aufzeichne und das Material anschließend in vollständiger Anonymität für meine empirische Forschung verwende?“

Alle Teilnehmer*innen stimmten dem zu, nachdem ihnen auch erklärt worden war, dass sämtliche Daten vollständig anonym behandelt werden würden. Angesprochen wurde auch, dass es jederzeit möglich sei, einzelne Fragen unbeantwortet zu lassen, falls diese als unangenehm empfunden würden – ohne dass dadurch ein Nachteil für die Teilnehmenden oder die Forschung entstehen würde. Dennoch kam es in keinem Interview vor, dass eine Frage nicht beantwortet wurde. Im Gegenteil, wie bereits angesprochen, zeigten die meisten Teilnehmer*innen großes Interesse an der Weiterentwicklung der Arbeit und äußerten die Motivation, aktiv mitzuwirken. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei den behandelten Themen nicht um hochsensible Inhalte handelte, sondern vielmehr um die persönlichen Reiseerfahrungen der Befragten.

Ein Teil dieser Arbeit konzentriert sich auf den bewussten oder unbewussten Einsatz künstlicher Intelligenz. Aus diesem Grund wurden die verwendeten KI-Tools stets mit einem kritischen Hintergrundgedanken eingesetzt und nicht nur kontrolliert, sondern auch einer doppelten Überprüfung der Richtigkeit der Ergebnisse unterzogen. Beispielsweise wurde das Übersetzungsprogramm „DeepL“ für einige Übersetzungen verwendet, sowohl für Interviews als auch für Textteile, die zunächst in meiner Muttersprache verfasst und dann ins Deutsche übersetzt, überarbeitet und angepasst wurden. Andere KI-Tools, die verwendet wurden, sind zum Beispiel „Connected Papers“, um eine erweiterte Literaturrecherche zu ermöglichen, oder „PerplexityPro“, das hauptsächlich für die grammatikalische Prüfung benutzt wurde, bevor die Arbeit dann durch ein Korrekturat und ein Lektorat überarbeitet wurde. Der verwendete Prompt wies spezifisch auf die grammatikalischen Aspekte hin, und es wurde klar gefordert, den Inhalt und den Kontext nicht zu modifizieren. Der Prompt lautet wie folgt: *„Kannst du mir bitte den folgenden Absatz grammatikalisch korrigieren, ohne den Inhalt oder den Sinn zu modifizieren? Bitte immer die Verbesserung in Klammer und fettgedruckt angeben, damit ich es kontrollieren kann: Jeweiliger Absatz“*.

Zusammenfassend wurde im Sinne einer guten wissenschaftlichen Arbeit, mit Fokus auf Datenschutz, Transparenz sowie offener Kommunikation und Organisation, gearbeitet, sodass die Qualität und Vertrauenswürdigkeit der Ergebnisse gewährleistet werden konnte.

4. Analyse

In diesem Kapitel wird die Analysemethode zunächst vorgestellt. Es wurde beschlossen, die erhobenen Daten durch die Inhaltsanalyse nach Mayring zu kategorisieren und daraus Kategorien und Unterkategorien für diese Arbeit zu entwickeln. Die Inhaltsanalyse ist jedoch eine komplexe Methode, die sich nicht nur mit dem Inhalt eines Textes, sondern auch mit der Kommunikationsebene beschäftigt. Mehrere Definitionen wurden im Laufe der Jahre entwickelt, zusammenfassend kann behauptet werden, dass die Inhaltsanalyse darauf abzielt, Kommunikation durch ein systematisches Vorgehen zu analysieren. Dabei werden bestimmte Regeln befolgt, und die Analyse erfolgt theoriegeleitet. Ihr schließliches Ziel besteht darin, aus Kommunikation bestimmte Aspekte herauszuarbeiten und zu interpretieren (Mayring, 2022, S. 13). Um einen besseren Verständnis des Vorgehens zu gewährleisten, wird im Folgenden diese Analysemethode ausführlicher beschrieben.

4.1 Analysenmethode

Die durchgeführten Interviews wurden, wie bereits erwähnt, alle aufgenommen und transkribiert. Um die Arbeit zu erleichtern, wurde hierfür ein Tool aus dem Bereich der künstlichen Intelligenz verwendet, nämlich TurboScribe. Die Audiodateien wurden mit der Diktatfunktion des Smartphones aufgezeichnet und anschließend auf den Computer übertragen, um die Transkription durchzuführen. Die Webseite TurboScribe ermöglicht die kostenfreie Transkription von drei Dateien pro Tag, sofern diese jeweils kürzer als 30 Minuten sind. Daher mussten einige Aufnahmen vor dem Hochladen entsprechend zugeschnitten werden. Diese Transkriptionen wurden anschließend heruntergeladen und gegebenenfalls wieder zusammengeführt. In wissenschaftlichen Sinn basiert eine Transkription auf einer wortgenauen Verschriftlichung; sie gibt im Detail wieder, was im Gespräch gesagt und verhandelt wurde (Fuß & Karbach, 2014, S. 18). Da die Ergebnisse oft nicht zufriedenstellend waren, mussten die Interviews noch einmal angehört, überprüft und überarbeitet werden. Die Orientierung an den Transkriptionsregeln erfolgte nach Kuckartz (2014 nach Fuß & Karbach, 2014, S. 29).

Nach der Verschriftlichung des gesamten Material begann die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring. Diese zielt grundsätzlich darauf ab, Kommunikation systematisch zu untersuchen und daraus Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte zu ziehen (Mayring, 2022, S.13). Es wurde frühzeitig beschlossen, ein qualitatives Vorgehen zu wählen. Qualitative Forschungsmethoden werden in den Sozial- und Kommunikationswissenschaften häufig eingesetzt, da sie insbesondere in explorativen Untersuchungen als Ausgangspunkt dienen können, auch wenn im späteren Verlauf quantitative Verfahren geplant sind. In den letzten Jahrzehnten hat sich zudem

die Anwendung sogenannter Mixed-Methods-Ansätze durchgesetzt. Für diese Arbeit wurde jedoch – ausgehend von der Annahme, dass qualitative Forschung nicht nur ein Verständnis für das Material selbst, sondern auch für die zugrundeliegenden Zusammenhänge und Prozesse ermöglicht – ein ausschließlich qualitatives Vorgehen gewählt. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass qualitative Studien vor allem dadurch definiert sind, was sie nicht sind: Sie erklären Daten nicht durch mathematische Verfahren, sondern durch interpretatives Vorgehen (Mayring, 2022, S. 17ff). In der Kommunikationswissenschaft ist die Methode zunächst unter dem Begriff „Content Analysis“ bekannt geworden und entwickelte sich ab den 1930er-Jahren vor allem in den USA, unter anderem als Reaktion auf die zunehmende Anzahl von Zeitungs- und Medienpublikationen. In den darauffolgenden Jahrzehnten gewann die Inhaltsanalyse weiter an Bedeutung und wurde methodisch präzisiert (Mayring, 2022, S. 26f). Ein wesentlicher Vorteil der qualitativen Inhaltsanalyse besteht darin, dass das Material stets im jeweiligen Kommunikationszusammenhang betrachtet werden muss. Der Text wird im Kontext interpretiert und auf dieser Grundlage analysiert. Auch wenn es sich nicht um ein standardisiertes Verfahren handelt und keine starren Ablaufschemata existieren, bedeutet dies keineswegs, dass keine methodischen Regeln gelten. Im Gegenteil: die Kategorienbildung stellt das zentrale Ziel und den Kern der gesamten Analyse dar. Auch wenn es sich hierbei nicht um ein standardisiertes Instrument handelt und man nicht von einer immer gleichen Vorgehensweise ausgehen kann, heißt es längst nicht, dass es für diese Analysenmethoden keine Regeln gibt. Die Kategorienbildung ist hierfür zentral und Ziel der gesamten Analyse (Mayring, 2022, S. 49ff).

Ein weiterer wichtiger Aspekt besteht darin, dass diese Auswertungsmethode fertiges Material benötigt. In diesem Fall wurde empirisch vorgegangen, d.h. es wurde Feldforschung betrieben, und das daraus entstandene Material diente anschließend der Analyse. Zunächst wurde eine Stichprobe gewählt und mit Erreichen der theoretischen Sättigung das empirische Teilstück beendet. Die durchgeführten Interviews wurden dann transkribiert und danach mithilfe der Inhaltsanalyse ausgewertet und dargestellt (Mayring, 2022, S. 53).

Ein zentraler Schritt dieser Methodik besteht darin, den Ablauf der Analyse zu verstehen. Das Analysenverfahren dient als notwendiges Organisationsinstrument und macht die Arbeit sowohl für andere nachvollziehbar als auch intersubjektiv überprüfbar. Die Entwicklung des Kategoriensystems ist hierbei von zentraler Bedeutung. Die Kategorien und deren Unterkategorien bilden sich sowohl aus dem Material als auch aus den zugrunde gelegten Theorien und den Forschungsfragen der Arbeit (Mayring, 2022, S. 60ff). In dieser Arbeit wurde induktiv vorgegangen, um die Kategorien zu bilden. Das bedeutet, dass das Kategoriensystem im Vorhinein festgelegt und auf Grundlage des Materials

theoretischen Vorwissen der Literatur und der angewendeten Theorien entwickelt wurde. Bei einem induktives inhaltsanalytisches Vorgehen werden die Kategorien direkt aus dem Material gebildet, und die Analyse orientiert sich daran (Mayring, 2022, S. 84).

Die Analyse dieser Arbeit wurde mit dem Programm Excel durchgeführt. Für jedes Interview wurde eine eigene Seite angelegt, auf der die Spalten – wie in Abbildung 3 dargestellt – für die jeweiligen Daten verarbeitet wurden. Um die Anonymität der Teilnehmer*innen zu gewährleisten, wurde jede*r Interviewpartner*in mit INT_ und einer zufällig vergebenen individuellen Zahl identifiziert. Jede Seite der Analyse hatte unterschiedliche Anzahl an Zeilen, abhängig von der Länge des Interviews und den ausgewählten Sequenzen. Das Interview mit der höchsten Zeilenzahl (nämlich 76 Zeilen) war INT_1. Das kürzeste Interview hingegen war INT_2 mit 43 Zeilen.

Interviewpartner*in	Transkription (Originaltext)	Paraphrasierung	Generalisierung	Reduktion/ Kategorie	Unterkategorie

Abbildung 3: Spalten der Interviewanalyse

In der ersten Spalte wird immer der anonymisierte Name des jeweiligen Interviewpartners angegeben um einen klaren Bezug herzustellen. In der zweiten Spalte findet sich der ausgewählte Originaltext, der aus den Transkripten übernommen wurde. Dieser wird in der dritten Spalte paraphrasiert. In der vierten Spalte erfolgt eine Generalisierung, die schließlich zu einer Reduktion führt und sich an einer Kategorie orientiert. Die letzte Spalte wurde im Rahmen der Verschriftlichung hinzugefügt, um einen strukturierten Überblick zu schaffen. Sie verweist spezifisch auf die zugeordneten Unterkategorien.

4.2 Güterkriterien

Die Gütekriterien einer Forschung sind für wissenschaftliche Arbeiten zentral. Selbst wenn das qualitative Vorgehen der Inhaltsanalyse nicht so streng ist wie in einer quantitativen Forschung, heißt das längst nicht, dass hier die Gütekriterien der *Objektivität*, *Reliabilität* und *Validität* nicht eingehalten werden müssen (Mayring, 2022, S. 52). Durch Objektivität werden subjektive Einflüsse auf die Ergebnisse ferngehalten; das heißt, unabhängig davon, wer die Datenerhebung durchführt, ergeben sich gleiche oder zumindest sehr ähnliche Resultate (Braunecker, 2021, S.107). Die Validität, also die Gültigkeit einer Forschung, besagt, ob die Forschungsmethoden tatsächlich das erfassen, was sie erfassen sollten (Atteslander et

al., 2010, S. 228). Als zentrales Gütekriterium wird Validität in der Methodenliteratur besonders hervorgehoben (Braunecker, 2021, S. 106). Bezogen auf diese Studie heißt das: Der Interviewleitfaden muss die Erhebung von Daten ermöglichen, die eine belastbare Beantwortung der Forschungsfragen zulassen. Die Reliabilität bezeichnet die Verlässlichkeit beziehungsweise die Stabilität der Messung (Atteslander et al., 2010, S. 228). Doch diese „klassischen“ Gütekriterien gelten auch für die Inhaltsanalyse, die darüber hinaus spezifische inhaltsanalytische Gütekriterien erfordert. Nicht nur muss das Material die Gütekriterien berücksichtigen, sondern auch die Konstruktion der Kategorien hat besondere Aspekte zu betrachten. Laut Krippendorfer (1980 zitiert in Mayring (2022, S. 121), ergeben sich die Kriterien für die Qualität der Inhaltsanalyse aus Validität und Reliabilität. In diesem Fall wird die Validität jedoch weiter unterteilt in die materialorientierte, ergebnisorientierte und prozessorientierte Dimensionen der Validität (Mayring, 2022, S. 121). In dieser Masterarbeit wurde konsequent mit Transparenz und Nachvollziehbarkeit gearbeitet. Jeder Schritt wurde beschrieben, und die Vorgehensweisen sowie die angewandten Techniken wurden dokumentiert. Eine klare Dokumentation aller Arbeitsschritte wurde dabei gewährleistet – nicht nur in der Masterarbeit selbst, sondern auch während des empirischen Teils durch die Interviewprotokolle. Selbst Probleme und Unsicherheiten wurden dargestellt, zum Beispiel im Fall von INT_2, bei den aufgrund technischer Probleme der erste Teil des Interviews wiederholt werden musste. Der Interviewleitfaden wurde zudem durch einen Vorversuch zunächst überprüft und angepasst. In Kapitel 7.1 werden auch die Einschränkungen der Masterarbeit reflektiert, wodurch eine kritische Auseinandersetzung mit der gesamten Arbeit erfolgt – ein weiterer Aspekt wissenschaftlichen Arbeitens. Um die Nachvollziehbarkeit und Transparenz während der Analyse zu garantieren, wurden die einzelnen Schritte dokumentiert. Zusätzlich wurde durch die Kontrolle einer zweiten Person die Zuverlässigkeit der Auswertung abgesichert.

4.3 Vorgehen der Analyse und Vorstellung der Kategorien

Wie erwähnt, basiert diese empirische Masterarbeit auf leitfadengestützten Interviews. Nach der Durchführung der Interviews wurden diese transkribiert und erst anschließend begann die Analysephase. Die Inhaltsanalyse nach Mayring wird in verschiedene Teile gegliedert. Da, für diese Arbeit mehrere Interviews durchgeführt wurden, die anschließend gemeinsam ausgewertet werden sollten, gab es verschiedene Überlegungen, um die bestmögliche Form der Darstellung zu finden. Schließlich wurde die Auswertung in einem Excel-Dokument vorgenommen, wobei auf verschiedenen Arbeitsblättern die Interviews analysiert wurden. Die Transkriptionen wurden nach der ersten Kategorienbildung in einem Excel-Dokument in

unterschiedlichen Textstellen aufgeteilt. Daraufhin wurde diesen, um das Verständnis zu erleichtern, paraphrasiert. Aus der Paraphrasen wurden eine Generalisierung abgeleitet, die wiederum zu einer Reduktion führte und schließlich in Kategorien und Unterkategorien mündete. Insgesamt konnten sieben Kategorien gebildet werden, die jeweils weitere Unterkategorien umfassten:

Die erste Kategorie bezieht sich auf den externen Einflüssen auf das Reiseverhalten der Teilnehmer*innen (1), hier haben sich die Unterkategorien Herkunft- und Lebensort, Einfluss familiären Reisegewohnheiten und Kurztrips versus Langzeitreisen entwickelt. Die zweite Kategorie bezieht sich auf das Reiseverhalten der Interviewpartner*innen (2) und auch hier haben sich drei Unterkategorien gebildet, nämlich Art des Reisens, Entscheidung des Reiseziels und die Motivation und Wahlverhalten der Alleinreisende. Die dritte Kategorie bezieht sich auf die Reisekultur (3) und dessen Unterkategorien beinhalten die erste Soloreise, eine persönliche Reisedefinition, dann einen Unterschied zwischen Urlaub und Reisen und zuletzt die Definition des Alleinreisens. Die vierte Kategorie bezieht sich auf die Reiseplanung (4) und unterteilt sich in Unterkunftsbuchung und Informationsquellen. Die nächste Kategorie bezieht sich auf die von den Reisenden verwendeten Technologien (5) und wird in die Unterkategorien „Google-maps“ und „künstliche Intelligenz“ unterteilt. Die vorletzte Kategorie ist die Kommunikation (6) und beinhaltet die Nutzung von Blogs und Rezensionen, sowie der sozialen Medien. Die letzte Kategorie ergibt sich aus einer Frage die erst nach dem Vorversuch in den Interviewleitfaden einen Platz gefunden hat und bezieht sich auf die Zukunftsperspektive des Reisens der Teilnehmer*innen (7) und unterteilt sich in die persönliche Zukunftsvorstellung und die eigenen Wahrnehmungen. Im nächsten Kapitel werden alle Kategorien und Unterkategorien anhand der Analyse näher beschrieben.

5. Kategorien

Im folgenden Kapitel werden die sieben Kategorien und deren entsprechende Unterkategorien präsentiert und anhand direkter Zitate der Teilnehmer*innen analysiert. Um eine bessere Visualisierung zu ermöglichen, werden diese in Abbildung 4 dargestellt. Die Abbildung dient der ersten Orientierung über Struktur und Umfang des Kategoriensystems.



Abbildung 4 - Kategorien und Unterkategorien

Wie in Abbildung 4 ersichtlich, haben die ersten drei Kategorien jeweils drei Unterkategorien, während die anderen vier Kategorien jeweils nur zwei Unterkategorien aufweisen. Die Kategorien wurden aus einer Kombination von deduktiver Kategorienbildung (vor der Analyse) und induktiver Kategorienbildung (aus dem erhobenen Material heraus) entwickelt (Mayring, 2022, S. 84). Dieses Vorgehen verbindet eine theoriegeleitete Strukturierung mit einer am Material entstehenden Erweiterung (Philipp, 2024).

Es wurde nach der Durchführung der Interviews eine vorläufige übergreifende Analyse vorgenommen und zentrale Gedanken sowie erste Ideen wurden protokolliert. Dann wurden bereits einige klare Kategorien gebildet, die sich während der eigentlichen Analyse punktuell verändert haben, jedoch für die argumentative Klarheit der Untersuchung weiterhin konstitutiv geblieben sind. Weitere Kategorien und Unterkategorien entstanden während der laufenden Analyse, weil sie sich für die Beantwortung der Forschungsfrage als relevant erwiesen und zusätzliche, theoriebezogenen Einsichten ermöglichten. Alle Kategorien wurden im Verlauf der gesamten Analysephase systematisch überprüft und, wo erforderlich, präzisiert oder angepasst. Nach Abschluss dieser Phase blieben die Kategorien während des Schreibens und der Ergebnisdarstellung stabil; es wurden keine substantiellen Änderungen mehr vorgenommen. Damit ist der Anspruch eines regelgeleiteten, nachvollziehbaren Vorgehens erfüllt. Im nächsten Kapitel wird der Schwerpunkt auf die

Unterkategorien gelegt, sodass ein allgemeineres Bild der übergeordneten Kategorie zu vermittelt und zugleich die empirische Fundierung durch Zitate sichtbar gemacht wird. In der Diskussion rückt der Fokus bewusst stärker auf die Kategorien wobei die Bezüge zu den Unterkategorien systematisch berücksichtigt werden, um theoretische Einbettung und empirische Evidenz zu integrieren. Zur Sicherstellung eines wissenschaftlichen Standards wurden Direktzitate mit der KI-gestützten Übersetzungssoftware „DeepL“ übersetzt und anschließend persönlich auf inhaltliche Richtigkeit, Terminologie und Stil geprüft (Universität Wien, Center for Teaching and Learning (CTL), 2024). Wie erwähnt, wurden nicht alle Interviews in der Muttersprache der Teilnehmer*innen geführt, um die inhaltliche Integrität zu sichern wurde bevorzugt, die Übersetzungen wörtlich wiederzugeben, anstatt diese grammatikalisch zu korrigieren.

5.1 Externe Einflüsse auf das Reiseverhalten

Die erste identifizierte Kategorie bezieht sich auf persönliche Merkmale, die notwendig sind, um ein präziseres Bild der Personen zu zeichnen, und um eine grobe aber belastbare Einordnung in gesellschaftlichen Kontexte zu ermöglichen. Durch die Unterkategorien können charakteristische Eigenschaften sichtbar gemacht werden, die die vorliegende Stichprobe definieren und individuelle Unterschiede sichtbar machen. Damit wird eine nachvollziehbare Ausgangsbasis geschaffen, an die die folgenden Analyseschritte systematisch anschließen. Um einen kurzen Einblick zu geben, wird anhand der ersten Unterkategorien „Land“ erhoben, in welchem Land die Teilnehmenden aktuell leben. Dabei zeigt sich eine Tendenz, dass die als geeignet für diese Stichprobe eingestuften Personen nicht in demselben Land wohnen, in dem sie geboren wurden. Die familiären Reisegewohnheiten (zweite Unterkategorie) spielen für die meisten Teilnehmer*innen auch in deren gegenwärtigem Reiseverhalten eine Rolle, und obwohl alle Teilnehmende sowohl lange als auch kurze Reisen unternehmen, ergibt sich aus unterschiedlichen Gründen eine Präferenz für längere Reisen. Zugleich bleibt die Definition der „lange Reise“ subjektiv und ist von verschiedenen Faktoren abhängig. Diese Kategorie ist aus der Überlegung hervorgegangen, dass das soziale Umfeld einen unvermeidlichen Einfluss auf individuelles Handeln ausübt. Daraus leiten sich die weiteren Unterkategorien ab. Externe Einflüsse sind relevant, um eine soziale Kontextualisierung zu ermöglichen, zentrale Wertorientierungen der Teilnehmer*innen zu erfassen und maßgebliche Einflussfaktoren zu bestimmen. Andererseits dienen diese Faktoren dazu, Zusammenhänge herauszuarbeiten und jene Aspekte sichtbar zu machen, die die empirischen Befunde mit theoretischen Annahmen verknüpfen. Spezifisch können die hier entwickelten Unterkategorien als

Anknüpfungspunkte für zukünftige Arbeiten dienen, welche die Reiseentscheidung sowie die bewusst oder unbewusste Nutzung von Methoden der Reiseorganisation vertieft untersuchen könnten. In den unterschiedlichen Interviews sowie im Analyseteil wird dieser Aspekt zunächst eingeführt, um eine Einordnung zu ermöglichen und einen demografischen Überblick zu geben, der in der anschließenden Diskussion für die theoriegeleitete Interpretation der Ergebnisse genutzt wird. Damit bleibt der rote Faden zwischen Datenerhebung, Kontextualisierung und theoretischer Einbettung durchgängig erkennbar. Im Folgenden werden sämtliche Unterkategorien systematisch näher betrachtet.

5.1.1 Herkunfts- und Lebensort

Diese Unterkategorie ist eigentlich Teil der bereits vorgestellten Tabelle in dem Kapitel „3.1.3 Durchführung der Interviews“, jedoch hat die Analyse gezeigt, dass acht von zehn Teilnehmer*innen derzeit nicht in demselben Land leben, in dem sie geboren wurden. Diese Beobachtung erfordert eine gewisse interpretative Einordnung. Es zu berücksichtigen, dass einzelnen Angaben situativ geprägt sind: INT_1, gibt an aktuell in seiner*ihrer Geburtsstadt zu leben, da er*sie gerade von einer längeren Reise zurückgekehrt ist und sich in einer anstehenden Entscheidungsphase befindet. Auch INT_4 beantwortet die Frage in besonderer Weise; aus der Analyse geht hervor, dass er*sie zwar im selben Land wohnt, sich jedoch nicht in derselben Stadt aufhält und zum Zeitpunkt des Interviews auf einer längeren Reise durch Südostasien war. Solche Konstellationen verweisen auf die Dynamik von Wohnsitz- und Mobilitätsangeboten in qualitativ-empirischen Erhebungen. Es lässt sich daher, mit gebotener Vorsicht, eine Tendenz feststellen, dass Alleinreisende dazu neigen, nicht in demselben Land zu bleiben, in dem sie geboren wurden. Zu beachten ist jedoch, dass die Stichprobe über Schneeballverfahren rekrutiert wurde. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass alle Teilnehmer*innen Student*innen sind oder waren. Zwei von den Teilnehmern nennen Ihre akademische Karriere als Antwort zu der Frage: „Gibt es noch weitere wichtige Informationen über dich, die für diese Forschung relevant sein könnten? Falls ja, welche?“

5.1.2 Einfluss der familiären Reisegewohnheiten

Der Einfluss familiärer Reisegewohnheiten lässt sich bei allen bis auf eine*n Teilnehmer*in dieser Untersuchung feststellen. Ein*e Teilnehmer*in vertritt die Auffassung, dass seine*ihre Familie glaubt, Kinder könnten sich an Urlaube und Reisen nicht erinnern und diese hätten folglich keinen Einfluss auf spätere Einstellungen

im Erwachsenenalter. Der*die Teilnehmer*in stimmt dem zu und berichtet, sich an die eigenen Reisen in der Kindheit nicht erinnern zu können. Andere Teilnehmer*innen hingegen sind der Ansicht, dass Reiseerfahrungen in der Kindheit – wenn auch unterschiedlich zu den heutigen Reisen – dennoch prägend waren. Dies illustriert INT_3 mit der folgenden Passage:

*"Wir sind nicht sehr viel gereist. Vielleicht haben wir einmal in ein paar Jahren einen Urlaub gemacht. Und wenn, dann war es irgendwo in der Nähe von Portugal. Also Spanien... Ich war in Spanien, Italien, Großbritannien und Frankreich. Das ist so ziemlich alles, wo ich gewesen bin. Es waren vielleicht ein paar Reisen..."*¹ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Im Anschluss führt INT_3 aus: *".... In gewisser Weise, ja. Das hat dazu geführt, dass ich... wahrscheinlich mehr reisen möchte."*² (Übersetzt mit DeepL, 2025). INT_3 legt dar, dass das Reiseverhalten der Familie trotz seltener gemeinsamer Reisen prägend war. Demgegenüber erklärt INT_10:

*"Ja, das haben wir. Ich hatte großes Glück. Meine Eltern und Großeltern waren liebten das reisen und haben uns auf einige Reisen mitgenommen. Wir waren wahrscheinlich nicht mehr als ein- oder zweimal im Jahr unterwegs. Aber ich hatte die Möglichkeit, ziemlich weit zu reisen, als ich ein Kind war."*³ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Er*sie ergänzt, dass seiner*ihrer Einschätzung nach ein deutlicher kultureller Unterschied zwischen europäischen und US-amerikanischen Kontexten besteht. INT_10 lebt derzeit in London und beobachtet, dass es für viele Menschen mit europäischem Hintergrund üblich ist, zu reisen und unterschiedliche Lebenswelten kennenzulernen, wohingegen es in den Vereinigten Staaten tendenziell schwieriger sei, regelmäßig zu verreisen. Vor diesem Hintergrund sieht er*sie die Reisepraktiken der Herkunftsfamilie als unmittelbaren Einflussfaktor. Auch Interviewteilnehmer*in 4, berichtet von familiären Einfluss auf die eigenen Reisegewohnheiten

¹ "We didn't travel very much. Maybe we did like a vacation once in a few years. And when we did, it would be somewhere near Portugal. So Spain... Like, I went to Spain, Italy, the UK and France. Like, that's pretty much where I've been. It was maybe a couple trips..."

² "... In a way, yes. It's made me... probably want to travel more"

³ "Yeah, we did. I was fortunate. My parents and grandparents ehm really loved to travel and took us on some trips. We would probably go, I mean, no more than once or twice a year. But I did have a chance to travel pretty far when I was a kid."

und formuliert: *„Auf jeden Fall. Mein Vater ist super viel gereist früher, im gleichen Alter wie ich. Und das hat auf jeden Fall mich influenced und auch geholfen, dass ich es auf jeden Fall mache.“*

5.1.3 Kurztrips versus Langzeitreisen

Dieser Aspekt aus den Interviews ist besonders aufschlussreich, weil zwischen den Antworten zwar eine weitgehende konzeptionelle Einigkeit besteht, die individuellen Definitionen jedoch deutlich variieren.

Alle Teilnehmer*innen unternehmen sowohl längere als auch kürzere Reisen und bevorzugen überwiegend erstere. Wie eine „lange Reise“ zu definieren ist, hängt jedoch von mehreren Faktoren ab und zeigt innerhalb der Stichprobe eine große Spannbreite. INT_1 bezieht sich auf Erfahrungen der letzten drei Jahren und definiert eine lange Reise als ungefähr drei Monate. INT_6 und INT_7 stimmen darin überein, dass ab etwa drei Wochen von einer längeren Reise gesprochen werden kann, und führen aus:

„Ich würde schon sagen, mindestens drei Wochen, wo man die Zeit hat, bei einer Reise reinzukommen, und dann noch Zeit dazu, um sich frei zu bewegen, das frei zu genießen und nicht, wo alles schon fix verplant ist.“

Sowie: *„Ja, ich würde auch sagen, ich mache meistens immer ein, zwei große, also das heißt so über drei Wochen, und dann mehrere kleine Wanderungen, ein paar Touren mit Freunden.“*

Die mehrfach genannte Drei-Wochen-Marke ist jedoch nicht für alle maßgeblich; weitere Teilnehmer*innen nennen: *„Lange Reisen sind über eine Woche, würde ich sagen.“* Aber auch: *„Für eine lange Reise würde ich sagen, mehr als drei oder vier Tage. Also etwa eine Woche“⁴* (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Damit wird deutlich, dass die Dauerwahrnehmung individuell unterschiedlich ist. Je nachdem, wie eine Reise wahrgenommen wird, unterscheiden sich auch die Zuordnungen zu „lang“ und „kurz“. Dabei spielt die jeweilige Lebensphase eine zentrale Rolle: Wer studiert, verfügt häufig über längere Zeitfenster für Reisen; wer berufstätig ist, muss die verfügbaren Urlaubstage über

⁴ „For a long trip, I would say more than three days or four days. So like around a week”

das Jahr hinweg einteilen. Dies Kontextfaktoren erklären einen Teil der beobachteten Varianz in den Definitionen.

5.2 Reiseverhalten der Interviewpartner*innen

Die zweite Kategorie ist selbsterklärend und zentral für diese Arbeit. Sie befasst sich mit dem Verhalten der Teilnehmer*innen während ihrer Reisen und gliedert sich in unterschiedliche Aspekte. Einerseits liegt der Fokus darauf, *wie* die Interviewpartner*innen reisen. Die Teilnehmer*innen dieser Untersuchung zeigen eine ausgeprägte Präferenz für die Praktiken des Rucksack-Tourismus (backpackings), deren Gründen in einer Unterkategorie vertieft analysiert werden. Eine weitere Unterkategorie adressiert die Entscheidung über das Reiseziel, ein zentrales Element dieser Masterarbeit. Dabei zeigt sich unter anderem eine Verbindung zur späteren Unterkategorie „Soziale Medien“. Ein Balkendiagramm veranschaulicht ergänzend, welche Aspekte die Interviewpartner*innen auf Reisen suchen und welche Faktoren ihre Reisezielentscheidungen beeinflussen.

Diese Kategorie hat sich weitgehend aus dem zweiten Teil der Interviews herauskristallisiert. Sie geht unmittelbar aus den Leitfragen hervor und eröffnet verhaltensbezogene Einblicke in das Reiseverhalten. Zudem werden Muster sichtbar, wie sich die Interviewpartner*innen bewegen, Mobilitätsoptionen nutzen und Reisen planen. Über die Unterkategorien „Entscheidung des Reiseziels“ wird eine mögliche direkte Antwort auf die erste Forschungsfrage vorbereitet und zugleich eine tragfähige Grundlage für den Diskussionsteil geschaffen. Diese Kategorie erweist sich als besonders relevant, da sie über ihre Unterkategorien ein konkretes, empirisch fassbares Verhalten abbildet; dadurch werden Zusammenhänge sichtbar und die praktische Relevanz hervorgehoben

5.2.1 Art des Reisens

Aus der Literatur hat man ein Bild von Alleinreisenden, die sich in eine bestimmte Richtung bewegen. Es werden unterschiedliche Typen von Reisenden vorgestellt, die jedoch einem gemeinsamen Verständnis der Backpacker-Bubble entsprechen. In dieser Stichprobe wurden Backpackers befragt, aber auch einige junge Erwachsene, die andere Reiseformen bevorzugen. 80% der Teilnehmer*innen geben an, dass sie ihre Reisen am liebsten mit dem Rucksack unternehmen, zwei von ihnen betonen zudem mehrfach, dass sie ihre Trips direkt mit dem Surfen verbinden und daher Ziele bevorzugen, die mit dem Surfboard gut erreichbar sind. Der Rucksack wird nicht nur als praktisch wahrgenommen, sondern auch als tatsächlicher Komfort: *„Und ich liebe einfach den Komfort, also ich würde niemals einen Koffer nehmen, ich würde immer*

den Rucksack aufziehen.“ Eine weitere genannte Art des Reisens ist das Reisen im Van. Dabei wird hervorgezogen, dass man nicht nur das gesuchte Freiheitsgefühl erlebt, sondern zugleich die eigene Gemütlichkeit bewahrt:

„Der Van... Ja. Es war auch eine schöne Erfahrung, weil man viel Freiheit hat, aber man hat auch den gleichen Raum, den man nicht teilen muss. Manchmal sind Jugendherbergen ein bisschen überfordernd, es gibt immer Menschen, man weiß nie, wo man schlafen wird. Zum Beispiel ob jemand in deinem Bett ist, man muss viel teilen. Und irgendwann ist es auch ermüdend. Einen Van zu haben, ist wirklich schön weil man viel Freiheit hat, aber man kann auch ein bisschen in seinem kleinen Haus bleiben und sich Zeit für sich selbst nehmen, ohne dass jemand anderes da ist. Ja, ich habe es auch geliebt. Ich denke, wenn ich nicht alleine alleine gewesen wäre, denn Südamerika mit einem Van war ein bisschen gefährlich... Ich denke, wenn man mit Freunden zusammen ist, ist es okay. Aber in meinem Fall war ich mir nicht sicher. Ich fühle mich nicht sicher, allein in einem Van, mitten auf der Straße.“⁵ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Hier wird nicht nur das Reisen mit dem Van angesprochen, sondern auch Sicherheitsaspekte und motivationale Gründe. Die Wahl der Reisemodalität hängt damit zusammen, wie sicher man sich fühlt und wonach einem in der jeweiligen Lebenssituation ist. Diese Themen teilt auch INT_2, der*die dies prägnant zusammenfasst:

„Ja, je nachdem, wie mein mentaler Zustand oder mein mein ... ja meine Kapazitäten sind zu dem Zeitpunkt, wo ich in was für einer Lebensphase stehe, also ob ich gerade noch studiere oder noch keinen Job habe oder einen Job habe. uunndddd... ja!“

INT_2, hat kürzlich das Berufsleben begonnen und macht unbewusst den Unterschied sichtbar, der sich in den Reisepraktiken widerspiegelt. Dies zeigt auf, dass Reisen nicht nur zur persönliche Weiterentwicklung beitragen, sondern selbst einem kontinuierlichen Wandel unterliegen, der eng an

⁵ “The van... Yeah. It was a nice experience also because you have a lot of freedom, but you have the same space also that you don't have to share. Sometimes hostels are a bit overwhelming because there's always people, like you never know where you're going to sleep. Like if there's no someone in your bed or so it's a lot of sharing. And at some point it's tiring also. Having a van, it's really nice also because you have a lot of freedom, but you can also stay a bit in your little house and then take some time for you without anybody else like in the place. Yeah, I loved it also. I think like if I wasn't alone alone, because South America with a van was a bit dangerous... I think if you are with friends, like it's okay. But in my case, I was like, I'm not sure. I'm not sure alone in a van, like in the middle of the road”

Erfahrungen und Lebensphasen gekoppelt ist. Nur zwei der zehn Teilnehmer*innen nennen „Spazieren“ als bevorzugte Art des Reisens, was ein unerwartetes Ergebnis darstellt. Festzuhalten ist hingegen, dass neun von zehn der Befragten öffentliche Verkehrsmittel und langsames Reisen bevorzugen. INT_6 betont zudem, dass Begegnungen mit Menschen unterwegs dazu inspirieren, neue Reiseformen kennenzulernen und möglicherweise auch auszuprobieren. Die Ergebnisse zeichnen ein konsistentes Muster zwischen Präferenz für flexible, eigenständige Mobilität, Sicherheitsorientierung und die Abhängigkeit vom Lebensabschnitt auf, wobei soziale und kulturelle Begegnungen als Impuls für Veränderungen dienen.

5.2.2 Wahl des Reiseziels

Aus der Analyse des gesammelten Materials hat sich herausgestellt, dass neun von zehn Teilnehmer*innen bei der Wahl des Reiseziels vom eigenen Umfeld beeinflusst werden. INT_10, der*die sich weitgehend aus den meisten sozialen Medien zurückgezogen hat, betont die Bedeutung der Visualisierung eines Ortes für das Aufkommen von Reiselust. Er*sie sagt:

*„Ich denke, ein großer Teil davon ist Mundpropaganda. Wenn ich also einen Freund habe, der sagt: „Oh, ich war an diesem Ort, er ist wirklich schön“, oder mir ein Bild davon schickt. Ich hatte zum Beispiel gerade eine Freundin, die mit ihrer Familie in Chile war und mir Fotos davon geschickt hat. Und ich dachte: „Oh mein Gott, da will ich auch mal hin.““*⁶ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Anschließend führt er*sie aus und betont erneut: *„Bilder sind das Größte.“*⁷ (Übersetzt mit DeepL, 2025). Große Einigkeit besteht jedoch bei der Relevanz von der Mundpropaganda (Word of Mouth - WOM): Fast alle Teilnehmer*innen verweisen auf diese, wenn auch in unterschiedlicher Form, und erkennen an, vom Umfeld und den eigenen Mitmenschen beeinflusst zu werden. Von INT_2 wird präzisiert durch welche Faktoren er*sie in seiner*ihrer Reiseziel-Entscheidung beeinflusst wurde: *„Durch Menschen, deren Erfahrungen und social Media und Videos und Fotos.“* Auch hier ist also

⁶ “So I think probably a lot of it is like word of mouth. So if I have a friend who says, “oh, I went into this place, it's really beautiful” or like sends me a picture of it. So like I just had a friend who was in Chile with her family and sent me photos of it. And I'm like, “oh, my God, I want to go there.””

⁷ „Pictures is like the biggest thing.“

ein starker Einfluss des visuellen Aspekts und ein bewusstes Ansprechen der sozialen Medien bemerkbar. Auch INT_4 unterstreicht diese Sicht auf die soziale Medien ebenso wie den Einfluss nahestehender Personen:

„ehm.... Ich glaube, Social Media ist schon ein großer Punkt. Die ganzen Reels auf Instagram oder TikTok, ganz schlimm. Aber auch mit meinem... vor allem mit Vater viel gesprochen, weil er das vorher gleich in die Länder bereist hat. Oder auch mit Freunden, die schon mal ähnliche Reisen gemacht haben durch Südostasien. Also ich glaube, so ein Teil aus allem, so grobe Richtungen, einfach was man von Leuten hört und dann detailreichere Planung ist dann soziale Kanäle... TikTok sowaas.“

INT_3 nennt einen weiteren Faktor für die Zielentscheidung, nämlich die Flugpreise:

„Ja, ja, ich meine, ich habe die Flugpreise erwähnt. Zum Beispiel habe ich letztes Mal überlegt, ob ich nach Südostasien oder Südamerika fliegen soll, und Südamerika ist viel teurer. Also habe ich mich sofort für Südostasien entschieden. Und dann, ja, all die anderen Dinge, die ich gesagt habe, über die Meinungen meiner Freunde und meiner Familie.“⁸ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Er*sie verweist damit auf den finanziellen Aspekt des Reisens als wichtigen Entscheidungsfaktor, zumal er*sie nach eigener Einschätzung noch nicht viel gereist ist und daher viele Zieloptionen offen sind. Weitere Faktoren die die Zielwahl beeinflussen, werden von INT_5 genannt. Neben WOM und finanziellen Erwägungen betont er*sie die Faszination für Menschen aus anderen Ländern, die Neugier weckt, welche durch Besuch vor Ort gestillt wird. Die eigenen Erfahrungen vor Ort dienen dazu, Herkunft und Kontexte der Mitmenschen besser zu verstehen und deren Empfehlungen gezielt zu nutzen.

INT_9 fügt hinzu, dass auch die Stimmungslage bedeutsam ist: *„Eeehm... Das ist ganz abhängig von der Stimmung. Also nach Marokko bin ich zum Beispiel gefahren, weil ich die ganze Zeit marokkanische Musik gehört habe, so Wüstenmusik.“* Er*sie wollte sehen, wie sich diese Musik auf Menschen und Kultur auswirkt, und diese Neugier war ein zentraler Grund für die Wahl des

⁸ “Yeah, yeah, I mean, I mentioned the flight prices. For example, I considered last time I considered Southeast Asia or South America and South America is way more expensive to fly there. So I immediately just chose Southeast Asia. And then, yeah, all the other stuff that I said about like my friend's opinions and family's opinions.”

Reiseziels. Von den zehn Teilnehmer*innen geben acht an, soziale Medien zu nutzen, zwei behaupten, keine zu verwenden. Zu beachten ist jedoch, dass das Verständnis dessen, was als soziales Medium gilt, uneinheitlich sein kann: WhatsApp ist weltweit eine der meistgenutzten Apps, und obwohl beide betreffenden Teilnehmer*innen diese Anwendung nutzen, gaben sie an, keine sozialen Medien zu verwenden. Im Unterkapitel zu sozialen Medien wird dieses Thema vertieft analysiert.

5.2.3 Motivation und Wahlverhalten

Die Interviewpartner*innen wurden aufgefordert drei Reisemotive, sowie drei Faktoren für ihre Reiseentscheidungen anzugeben. Da sich ihre Antworten in mehreren Punkten überschneiden, wurde entschieden, diese in einer gemeinsamen Unterkategorie zu bündeln und sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede herauszuarbeiten. Diese Fragen ermöglichen es zu verstehen, was Alleinreisende suchen und wie sie ihre Reiseziele tatsächlich wählen. INT_5 fasst die eigene Suche nach Reisemotiven wie folgt zusammen:

„Ja, auf jeden Fall Abenteuer. Das ist das Schönste daran. Ähmnnnnnn... Entspannung. Nun, das kommt darauf an... Nicht, nicht, nicht beim ersten Mal. Ich denke, Abschalten, ist was ich wirklich suche, neue Dinge zu sehen, Dinge, die ich nicht kenne, weil ich denke, dass man so auch neue Dinge lernen kann, neue Lebensarten, neue Sichtweisen. Deshalb ist Abgeschiedenheit ein wirklich wichtiger Aspekt. Abenteuer, natürlich. Auch die Natur. Ich glaube, ich interessiere mich nicht so sehr für große Städte. Ich präferiere, ein bisschen herumzuspazieren und mir Dinge anzusehen, weil die Menschen anders sind... In großen Städten sind die Menschen eher kosmopolitisch. Im Allgemeinen... trifft man nicht so viele Menschen, die anders sind als man selbst. Wenn man Menschen trifft, die auf Reisen sind, ich mein sie haben im Allgemeinen ein Gefühl für die Kultur des Teilens. Aber wenn man mit jemandem, der nichts mit deiner Kultur zu tun hat, muss man andere Wege finden, um eine Verbindung herzustellen. Und ich denke, das ist das Interessanteste am Reisen.“⁹ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

⁹ “Yeah, definitely adventure. This is the nicest part. Ehmnnnn... Relaxing. Well, it depends. Not not not in the first one. I think disconnection, I really what I'm really looking for is like seeing new things, things that I don't know, because I think it's a way to also to learn new stuff, new ways, new ways of things. So disconnection is a really important aspect. Adventure, of course. Nature also. I think like I'm not so interested in huge cities. I prefer to go a bit around and see because people are different. Like big cities are more cosmopolitan. In general... You don't meet so much people that are different from you. Like when you meet people who are traveling generally, well, they have a sense of culture of sharing.

Dieser Interviewausschnitt ist repräsentativ dafür, wie die Frage nach den gesuchten Qualitäten des Reisens beantwortet wurde. Wichtig sind nicht nur Abenteuer, sondern auch Abgeschlossenheit bzw. *Disconnection* als Möglichkeit zur Erholung und zum Kennenlernen neuer Dinge und Kulturen. Die drei genannten Aspekte werden auch von anderen Interviewpartner*innen geteilt; Abenteuer, Neues auszuprobieren und eine besondere Form der Erholung werden von den meisten Teilnehmer*innen als wichtig genannt, was ein konsistentes Erwartungsbild an das Reisen erkennen lässt. Andererseits nennt INT_5 auch die Preisgestaltung, Sicherheitsaspekte und Kultur, wobei Letzteres das eigene Bauchgefühl einschließt. Diese Trias aus Kosten, Sicherheit und kultureller Anziehung spiegelt sich in mehreren Interviews wieder und bildet eine zentrale Entscheidungsgrundlage.

Um ein klares Bild darüber zu erhalten, welche Elemente als relevant wahrgenommen werden und welche Faktoren die Entscheidung für ein Reiseziel beeinflussen, wurden die Ergebnisse in Balkendiagramme visualisiert, um die Daten anschaulicher darzustellen.

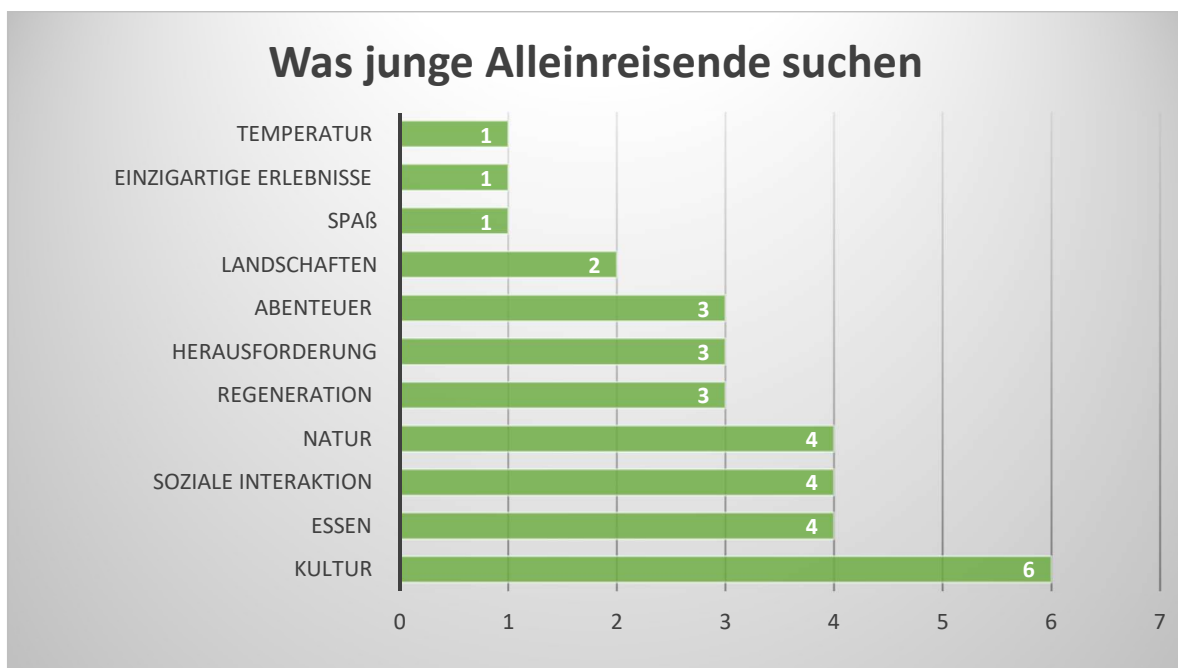


Abbildung 5 - Was die Teilnehmer*innen beim Reisen suchen (n=34)

Wie in der Abbildung ersichtlich, werden Kultur am häufigsten genannt. Es folgen unmittelbar Essen, soziale Interaktion und Natur die jeweils von sechs und vier Interviewpartner*innen genannt wurden,

But when you have like with someone who doesn't have anything to do with your culture, you have to try other other kind of way to connect. And I think this is the most also interesting when you're traveling.”

sodann Regeneration, Herausforderung und Abenteuer mit drei Nennungen. Es folgt Landschaften mit zwei und die restlichen, Spaß, einzigartige Erlebnisse und Temperatur wurden jeweils von einer Person angeführt.

Einige der gesuchten Elemente beim Reisen überschneiden sich mit den Faktoren, die die Reisezielentscheidung beeinflussen. Diese inhaltliche Schnittmenge verweist darauf, dass Motiv- und Entscheidungsdimensionen nicht strikt trennbar sind.

In den Balkendiagramm zu den Faktoren zur Reisezielentscheidung wurden insgesamt 34 Nennungen erfasst. Die Frage war ursprünglich auf drei Faktoren begrenzt, wurde jedoch im Verlauf der Interviews angepasst, um keinen Druck zu erzeugen. Das führte dazu, dass vier von zehn Interviewpartner*innen vier Faktoren nannten. INT_4 nannte Sicherheit, den ökonomischen Aspekt, Kultur und Natur. INT_5 erwähnte Preis, Sicherheit, Kultur und das eigene Bauchgefühl. INT_10 bezog sich auf Sicherheit, Bauchgefühl, neue Orte und die Zugänglichkeit des besuchten Ortes. Wie aus dem Balkendiagramm hervorgeht.

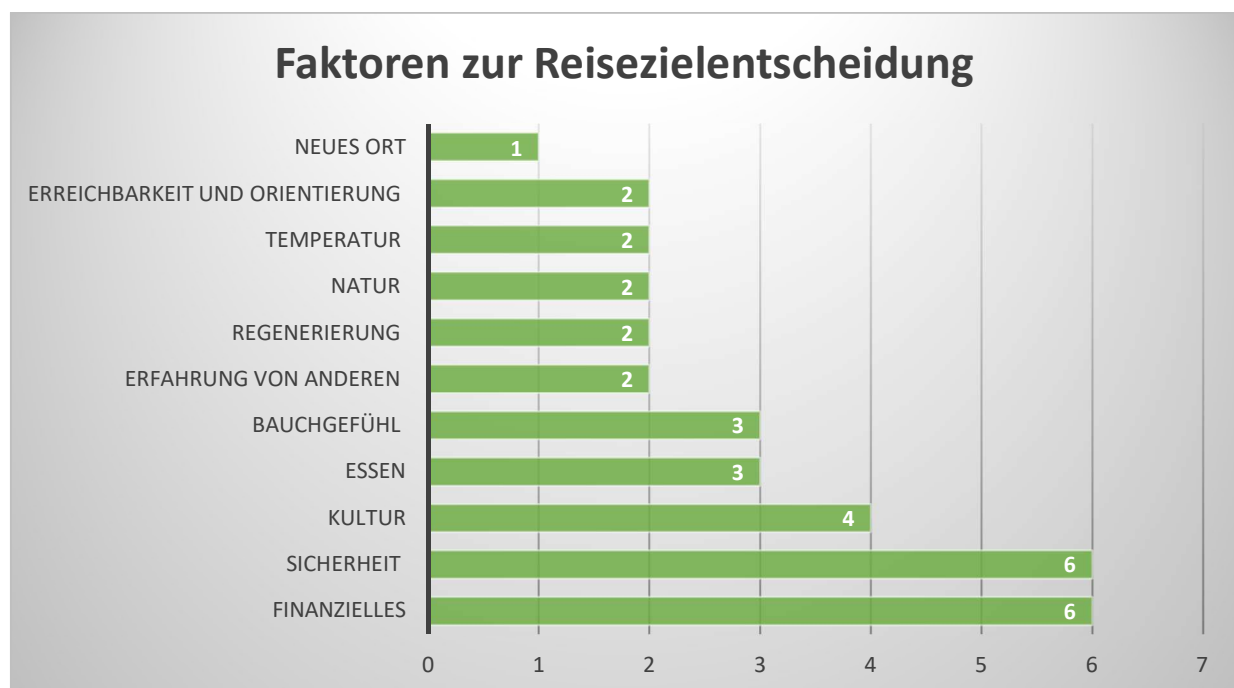


Abbildung 6 - Faktoren zur Reisezielentscheidung (n=34)

Die Visualisierung als Balkendiagramm unterstützt die Vergleichbarkeit von Häufigkeiten und die Transparenz der Kodierung.

5.3 Reisekultur der Teilnehmer*innen

Die Kultur des Reisens wird als faszinierendes Phänomen beschrieben. Dabei geht es nicht um eine spezifische Reiseform; unter dem Begriff werden unterschiedliche Aspekte dieser Praxis verstanden, die von kulinarischen über architektonischen bis hin zu kulturellen Dimensionen reichen (Florence, 2024). Der Begriff Reisekultur ist auch für diese Arbeit relevant und umfasst Aspekte wie die Motivationen, eine Reise zu unternehmen, die Unterscheidung zwischen Urlaub und Reisen sowie eine Arbeitsdefinition des Reisens selbst. Diese Aspekte wurden den Interviewpartner*innen vorgelegt; anhand ihrer Definitionen und Aussagen hat sich die für diese Studie leitende Kategorie der Reisekultur herausgebildet. Diese Kategorie wird durch Unterkategorien strukturiert. Die erste Unterkategorie beschäftigt sich mit der Frage, warum Reisen wichtig ist, und verknüpft damit Aspekte wie den Zeitpunkt der ersten Solo-Reise oder die persönliche Definition von Reisen. Anschließend wird der Unterschied zwischen Reisen und Urlaub thematisiert und durch die Aussagen der Interviewten herausgearbeitet. Zuletzt wurde auf Basis der Analyse eine weitere Unterkategorie identifiziert, die die Definition des Solo-Travelers (Alleinreisenden) adressiert; hier formulieren alle Teilnehmer*innen ihre Perspektive aus der eigenen Lebenserfahrung und berücksichtigen dabei unterschiedliche Aspekte.

Auch in dieser Kategorie wird aufgezeigt, wie die Stichprobe junger Erwachsener das Phänomen des Reisens versteht und warum gereist wird. Die Art des Reisens hat sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert, zugleich zeigt sich eine Tendenz, die Freizeit vermehrt erlebnisorientiert zu gestalten. Abenteuerreisen, die häufig mit Solo-Reisen einhergehen, gewinnen an Beliebtheit und ermöglichen eine intensivere Verbindung zu Menschen und besuchten Orte. In den Unterkategorien wird vertieft dargestellt, wie die Teilnehmer*innen dieser Masterarbeit diese Entwicklung deuten.

5.3.1 Zwischen Soloreise und persönlichen Reisegründen

Die Interviewpartner*innen wurde gefragt, warum sie überhaupt reisen und was Reisen für sie bedeutet. Daraus ergaben sich unterschiedliche, jedoch konsistente Antworten. Reisen wird häufig als Form der Selbstfindung und Selbsterkenntnis beschrieben, die im Komfort der Alltagsumgebung nicht möglich wäre. Im Folgenden erfolgt eine differenzierte Analyse der individuellen Antworten, um die Relevanz einzelner Reisemotive und mögliche Muster der Zielwahl präziser zu bestimmen. Für INT_1 ist Reisen eine Möglichkeit, selbst gesetzte Grenzen zu überwinden; er*sie beschreibt:

... Wow ... also, ich weiß es nicht ... [...] als ich nach Kanada ging und als ich zurückkam, das heißt ... ich habe Erfahrungen gemacht, die mich zum Nachdenken gebracht haben ... Das heißt, sie

haben mir vielleicht auch viele meiner Grenzen bewusst gemacht, als ich sagte: „Mist, ich schaffe das nicht, wie kann ich es alleine machen?“, dann sagst du: „Oh, du musst dich zusammenreißen, du bist hier, entweder du bemitleidest dich selbst oder etwas muss sich ändern“, und ich weiß nicht, als ich dann zurückkam, hatte ich das Gefühl, ich hätte... ich weiß nicht, wie man das sagen kann, in dem Sinne, dass man dann auch ein gewisses Maß an Selbstbewusstsein hat, wie soll man sagen, dass man sagt: „Okay, komm schon, gut, ich habe eine Menge über meine Grenzen gelernt, Dinge über mich, die ich nicht wusste, dass ich dies oder jenes schaffen kann“, und dann war es sehr seltsam, der... Realitätscheck, als ich zurückkam, dass ich vielleicht das Gefühl hatte, dass ich eine Menge Dinge hatte, über die ich sprechen wollte... Oder verstehen wollte, und dann redeten meine Altersgenossen vielleicht noch über die gleichen Dinge wie vor meiner Abreise, alles war so... flach geblieben, und na ja, ich weiß nicht, vielleicht klingt das ein bisschen so, als würde ich mich selbst aufblasen...“¹⁰ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Er*sie schildert die erlebten Gefühle während der ersten großen Reise und die bewusste Auseinandersetzung mit Herausforderungen. Die gefühlte innere Entwicklung bei der Rückkehr und das Sich-Nicht-Widerfinden im eigenen Umfeld führten zu verstärkter Reflexion. So gelang es, persönliche Grenzen zu überschreiten, sich besser kennenzulernen und sich als Person weiterzuentwickeln. Auch für INT_2 ist Reisen ein Mittel zur persönlichen Entwicklung und um neue Kulturen kennenzulernen, schöne Landschaften zu sehen und die eigene Komfortzone zu verlassen. INT_4 nennt ähnliche Faktoren und formuliert: „[...] Ich glaube einfach, aus einer eigenen Komfortzone raus. Andere Kulturen nochmal komplett anders wahrnehmen... [...]“. Von INT_6 und INT_7 wird Reisen als Ausbruch aus dem Alltag bezeichnet, es hilft um belastende Gedanken hinter sich zu lassen und der eigenen Stadt zeitweise zu entfliehen. INT_7 betont zudem, mit weniger Besitz entspannter zu sein, und reflektiert die materialistische Prägung der Gesellschaft; Herausforderungen

¹⁰ “....Wow....allora, non lo s.... [...] quando sono andata in Canada e quando sono tornata, cioè nel senso... ho vissuto delle esperienze che mi hanno fatto pensare.. cioè mi hanno fatto capire anche magari un sacco di miei limiti, quando ho detto “cavolo io non ce la faccio, come faccio a farlo da sola?” poi dici “oh, ti devi sgrezzare, sei qua, o ti piangi addosso, o qualcosa deve cambiare” e non lo so, quando poi sono tornata mi sembrava di aver... non lo so come si può dire, nel senso poi hai anche un livello di *self-awareness*, come si può dire, che dici “ok, dai, va bene, ho imparato un sacco di miei limiti, cose su di me che non conoscevo, che posso farcela o questo o quell'altro”, e poi è stato stranissimo il... *reality check*, quando sono tornata, che magari mi sembrava che io avevo un sacco di cose di cui volevo parlare.. o capire e poi magari in quei coetanei parlavano ancora delle stesse cose di prima che io partissi, c'era rimasto tutto così.. piatto, e vabbè, non lo so, magari sembra un po' che me la sto pompando (tirando)”

werden als grundsätzlich förderlich eingeschätzt. Auch INT_9 unterstreicht diese Sicht: „*Um rauszukommen, um frische Luft zu schnappen, um sich zu erholen, um mit einem neuen Fokus an die Sachen heranzugehen, um erfrischt an die Sachen heranzugehen, um neue Kulturen kennenzulernen.*“ INT_8 reist: „*Weil mich andere Lebensformen und andere Lebensumstände interessieren.*“ und formuliert dies besonders prägend. Durch das Reisen finden INT_5 und INT_10 einerseits neue Perspektiven auf das eigene Leben und verstehen andererseits neue Aspekte der eigenen Biografie, zugleich entstehen neue soziale Kontakte. INT_5 sieht die Reise als Knotenpunkt im Lebenslauf zur Selbstsuche und teilt die Ansicht, dass viele Alleinreisende aus ähnlichen Gründen aufbrechen:

„Ähm, ich glaube, ich habe mein Studium abgeschlossen, das sehr lang war... Und ich musste mir wirklich Gedanken darüber machen, was ich eigentlich machen wollte. Ich war immer mit meinen Eltern und meinen Professoren zusammen. Und das war irgendwann wie eine, ich weiß nicht, eine Art Gehirnwäsche in gewisse Momente. Und ich musste einfach mal allein sein. Und ich wollte auch versuchen, alles alleine zu machen. Ich meine, nicht von anderen beeinflusst zu werden, mir Zeit zu nehmen... Nicht so zu sein, dass ich wirklich selbst entscheiden konnte, wie viel Zeit ich an einem Ort verbringen wollte. Und auch alleine Leute kennenzulernen. Denn ich glaube, dass man wirklich man selbst ist, wenn man alleine ist. In gewisser Weise war es also eine Gelegenheit, viele Dinge zu sehen. Aber zu meiner Zeit, so wie ich es wollte. Aber auch, um ein bisschen mich selbst zu finden. Ich glaube, viele Leute, die alleine reisen, sind ein bisschen auf der Suche nach sich selbst. Ich glaube, das war auch ein Grund.“¹¹ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

In der Diskussion werden die Gefühle dieser Stichprobe mit einschlägiger Literatur in Beziehung gesetzt. Die Interviewpartner*Innen wurden zudem gefragt, wann sie erstmals allein gereist sind; die Angaben variieren deutlich und hängen mit dem individuellen Verständnis von Solo-Reisen zusammen. Das Alter der Befragten liegt zwischen 20 und 30 Jahren; das Alter bei der ersten Solo-Reise reicht von 12 bis 27. Dies deutet darauf hin, dass es keinen festgelegten Zeitpunkt für den

¹¹ “Um, I think I end up my studies, which were very long. And I needed, I really needed to take some perspective on what I wanted to do. And I was always with my parents, with like my professors. And it was a big, I don't know, like brainwashing at some point. And I really need to like be by myself. And I also wanted to try to do it all by myself. I mean, like not being influenced by people, taking my time....Not being like, choose really what time I wanted to spend in the place. And meet also people alone. Because I think like you're really you when you are alone. So I think in a way, it was an opportunity to see a lot of things. But at my time, like doing it the way I wanted to. But also to find a bit myself. Like I think a lot of people who are going alone. Are searching a bit to know better themselves. So it was also that, I think.”

Beginn von Solo-Reisen gibt; die Entscheidung erscheint individuell geprägt und unabhängig vom Lebensalter.

5.3.2 Reisen versus Urlaub

In den Interviews mit verschiedenen Interviewpartner*innen zeigt sich, dass neun von zehn Befragten einen deutlichen Unterschied zwischen Urlaub und Reisen sehen. Die einzige Abweichung von dieser nahezu einhelligen Meinung betrifft die einzige 30-jährige Person, die beruflich bereits etabliert ist. Diese Person verbindet beide Aktivitäten, und begründet damit, dass um zu Reisen Urlaub von der Arbeit genommen werden muss: *"Oh, das ist eine interessante Frage. Ich würde sagen, wahrscheinlich nicht, denn wenn ich auf Reisen bin, muss ich Urlaub nehmen. Es verdoppelt sich also gewissermaßen."*¹² (Übersetzt mit DeepL, 2025). In allen anderen Fällen lässt sich eine deutliche Tendenz erkennen, den Unterschied wie folgt zu beschreiben:

„..... Ja, also Urlaub würde ich sagen, mache ich in der Gruppe.... Wo ich wirklich mich um nichts kümmern muss. Ich kann einfach meinen Kopf ausschalten, weil ich weiß, alles ist geplant. Und für mich ist Reise auch immer Arbeit im Kopf. Also vor allen wenn man dann alleine ist. Und für mich ist Urlaub wirklich mit Menschen zusammen irgendwo hinzufahren und man weiß, was man tut. So man hat... Man hat so das Größte geplant und man ist einfach an der Zeit, so rumzuliegen, nichts zu machen. Und bei Reisen ist ja schon für mich aktiv, okay gut, wo will ich als nächstes hin? Was mache ich hier? Wo gehe ich jetzt erkunden so ein bisschen? Vor allen Dingen bei dem Alleinreisen, das ist für mich Reisen.“

Diese ausführliche Aussage von INT_7 fasst die Erfahrung der großen Mehrheit präzise zusammen. Urlaub steht demnach für Entspannung, geringen Organisationsaufwand und mentale Entlastung durch Vorplanung, während Reisen – insbesondere allein – mit aktiver Planung und kognitiver Arbeit verbunden ist.

¹² “Oh, that's an interesting question. I would say probably not, because if I'm traveling, I am having to use holiday. So it kind of doubles“

5.3.3 Definition des Phänomens „Solo-Traveler“

In der Literatur wird häufig diskutiert, wie Alleinreisen zu definieren ist. Laut genannten Studien existieren vielfältige Formen, eine Reise allein anzutreten; daher wurde auch hier erhoben, wie die Teilnehmenden den Begriff „Solo Travel“ verstehen. Es zeigte sich Einigkeit darüber, dass Alleinreisen nicht mit Alleinsein gleichzusetzen ist, sondern beschreibt, auf sich selbst gestellt zu sein:

„...aber ich denke, dass Alleinreisen wirklich... ich weiß nicht... die Aktion des starten ist, weil man sowieso dann auf dem Weg eine Menge Leute trifft, und dann baut man die Erfahrung fast maßgeschneidert für sich auf.“¹³ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Hier verdeutlicht INT_1, dass sich der Begriff auf den eigenständigen Reiseantritt bezieht und erklärt:

„...aber ich denke, dass das Solo Reisen... ich weiß nicht... die Aktion des Reisens ist, weil man wirklich auf dem Weg eine Menge Leute trifft, und dann baut man die Erfahrung fast auf seinen eigenen Bedingungen auf.“

INT_9 ergänzt den Freiheitsaspekt und betont: *„Auch eine Art von Freiheit, die man dann hat, wenn man ganz auf sich alleine gestellt ist und man sich auch neu entdecken kann in anderen Orten.“*

Aus diesen und weiteren Interviews lässt sich ableiten, dass der Begriff primär den alleinigen Antritt einer Reise bezeichnet, während der Verlauf der Reise mit persönlicher Entwicklung verbunden ist, die jedoch nicht zwangsläufig allein stattfinden muss.

5. 4 Reiseplanung der Interviewpartner*innen

Diese Kategorie wurde im Verlauf der Analyse mehrfach angepasst. Planung ist ein zentrales Thema dieser Arbeit, da sich auch praktische Fragen stellen, unter welchen Bedingungen diese Stichprobe ihre Reisen plant. Es zeigt sich, dass die Reisen der Interviewpartner*innen zunehmend weniger detailliert geplant werden. Lässt sich diese Tendenz zur reduzierten Planung generalisieren, oder handelt es sich um eine Gewohnheit, die mit wachsender Reiseerfahrung entsteht? Diese Kategorie

¹³ „...però penso proprio che solo travel sia... non so... l'azione di andare, perché comunque veramente proprio *on the way*, incontri un sacco di gente, poi ti costruisci l'esperienza quasi su misura per te.“

ist zudem zentral, weil sie erklärt, wie Mundpropaganda und Informationssuche die Inspiration der Teilnehmer*innen prägen.

Nur einige Interviewpartner*innen verstehen ihre Reise als Projekt und recherchieren bewusst und zielgerichtet nach Aktivitäten, die meisten gehen jedoch spontan vor und lassen sich vom Umfeld inspirieren. Besonders hervorgehoben wird aber die Informationssuche zur Sicherheit im Zielland vor der Abreise. Hier besteht ein klarer Zusammenhang mit der Reisezielentscheidung; wie auch in Abbildung 6 erkennbar, hat Sicherheit hohe Relevanz. Kostenoptimierung ist ebenfalls bedeutsam, nimmt jedoch tendenziell mit zunehmendem Alter ab. Mit wachsender Erfahrung steigt die Spontanität der Alleinreisenden deutlich an, wodurch die Tendenz zur Vorab-Buchung abnimmt.

5.4.1 Unterkunftsbuchung

Es zeigt sich in dieser Stichprobe, dass die Teilnehmer*innen größtenteils ähnliche Gewohnheiten bei der Unterkunftsbuchung teilen. Die generelle Tendenz besteht darin, die Unterkunft für die ersten Nächte zu reservieren und danach entweder einige Tage im Voraus oder erst am selben Tag zu buchen. Mit Ausnahme von INT_4 gab niemand an, für mehrere Orte gleichzeitig Unterkünfte zu buchen; auch diese Person hat ihre Buchungsroutine während der Reise angepasst:

„ja wie gesagt... Ich habe ganz am Anfang im Voraus gebucht. Im 1. Land habe ich sogar fast 2 Wochen im Voraus gebucht mit kostenloser Stornierung. Und seitdem... 2-3 Tage im Voraus oder in letzter Zeit einen Abend im Voraus.“

Für sieben von zehn Teilnehmer*innen ist es wichtig, am ersten Ankunftsort eine Unterkunft gesichert zu haben, um entspannt zu starten. Sobald man im Zielland ist und ein Gefühl für die Rahmenbedingungen hat, werden Unterkünfte oft am selben Tag gebucht – selbst wenn klar ist, dass man am Ort bleibt, oder wenn die Stimmung (der sogenannte „vibe“) noch unsicher ist. Dies wird mit dem Freiheitsgefühl verknüpft, jederzeit Entscheidungen treffen zu können:

„Nein. Also, wie gesagt, für mich ist es eigentlich dann immer so die erste Nacht. Okay, das organisiere ich noch. Aber ich buche tatsächlich auch nie ein Hostel irgendwie gleich für drei Nächte oder so....“

„Also. Ja, voll. Weil ich möchte mir da auch selber einfach kein Zeitkorsett oder sowas geben.“

„Also, ich will das wirklich immer so Tag für Tag entscheiden können, was ich jetzt machen will.“

Wie auch INT_9 sehr klar formuliert, steht Autonomie im Vordergrund; INT_6 ergänzt eine pragmatische Begründung:

„Aber auch weil Hostelzimmer oder Hostelbett findest du eh die ganze Zeit und dann das Angebot entspannt mich an der Planung, weil ich weiß, egal wie, egal wann, ich kann auch um Mitternacht buchen und ich werde ein Bett finden.“

Es gilt jedoch nicht für alle gleichermaßen. INT_10 äußert eine stärker vorausplanende Vorgehensweise: *„Ja, genau. Das Erste, was ich tue, wenn ich das Reiseziel ausgewählt habe, ich nehme an, ich habe bereits einen Flug gebucht... Das Erste wäre also, eine Unterkunft zu finden.“*¹⁴ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Insgesamt zeigen die Interviews unterschiedliche Buchungsstrategien, jedoch lässt sich feststellen, dass fast immer der erste Ort vorab gebucht wird und die weiteren Nächte eher spontan entschieden werden. Mit wachsender Reiseerfahrung nimmt die Vorabplanung tendenziell ab, da die Sicherheit steigt, kurzfristig passende Unterkünfte zu finden.

5.4.2 Informationsquellen der Reisedestination

Diese Unterkategorie leitet sich aus zwei in den Interviews gestellten Fragen ab. Einerseits wurde erhoben, ob aktiv nach Informationen zum gewählten Reiseziel gesucht wird, andererseits wo und wie die Teilnehmer*innen Informationen über ihre Reiseziele erhalten. Es zeigt sich, dass viele der Interviewten im Vorfeld kaum Informationen suchen; Informationen zirkulieren vielmehr über Mitmenschen und das Phänomen der Mundpropaganda (World of Mouth - WOM) oder werden über traditionelle und digitale Kanäle wie Bücher und das World Wide Web recherchiert. INT_1 betont das sich unter Reisenden bildende Netzwerk und dass unterwegs andere Reisende die primäre Informationsquelle sind. INT_2 gibt an, relevant Hinweise meist online, von anderen Personen oder via ChatGPT zu beziehen. Auch INT_5 nutzt das Internet – insbesondere YouTube – sowie Reisebücher, hebt jedoch hervor, dass in Print und online häufig dieselben Inhalte zu finden sind. Aus

¹⁴ “Yeah. First thing that I do would be if I've chosen the destination, I'm assuming I've already done flight. So the first thing would be finding somewhere to stay.”

seiner*ihrer Sicht ist der direkte Austausch mit Bekannte und Einheimischen die beste Form der Erkundung:

„In diesem Fall gibt es nicht so viel zu planen [bezieht sich auf die Reise nach Argentinien]. Ich meine, wenn man eine Woche Zeit hat, muss man natürlich etwas planen, denn wenn man etwas sehen möchte, muss man sich fortbewegen und sich ein wenig überlegen, was man unternehmen möchte, damit man es auch wirklich tun kann. Aber ich meine, je nach Land...“¹⁵ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

INT_5 differenziert weiter nach Reiselänge und –typ und ergänzt:

„Ja, das stimmt. Aber es war auch eher Neugier, als ich zum Beispiel nach Afrika gereist bin. In Sambia gibt es nicht so viel Tourismus. Und irgendwann wird auch die Kultur wichtig, weil es viele Dinge gibt, die anders sind, wenn man mit Menschen spricht. Ich weiß nicht, man darf den Kindern nicht den Kopf berühren, weil das Unglück bringt. Es gibt viele Dinge, die man besser wissen sollte, um eine Idee zu haben um, um.. um die Kultur zu respektieren.“¹⁶ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Daraus ergibt sich ein doppelter Fokus: spontane Exploration bei gleichzeitiger kultureller Vorbereitung zur Respektwahrung.

INT_3 entscheidet bewusst, vorab nur wenige Informationen zu suchen, stärkt stattdessen die Orientierung an Hinweisen aus dem sozialen Umfeld. Die Zurückhaltung bei der Vorabrecherche wird als Teil des Abenteuercharakters verstanden; allenfalls werden gezielt Hinweise erfahrener Solo-Reisender eingeholt. INT_4 etabliert eine zweistufige Vorgehensweise: vor der Reise Bücher zur Länderübersicht, während der Reise KI-Tools und soziale Medien für ortsspezifische Tipps; gleichzeitig gewinnen Empfehlungen von Familie, Freund*innen und anderen Reisenden an Gewicht.

¹⁵ “not so much to plan in this case [speaks about the trip to Argentina]. I mean, if you have one week, of course, you have to plan something because if you want to see about like you have to move and you have to have decided a bit what you're going to do, you kind of like just you can do it. But I mean, depending on the country...”

¹⁶ “it's yeah. But it was more to be curious also when I went to Africa, for example. In Zambia, there's not so much tourism. And at some point, the culture is also important because there's a lot of things that are different to talk with people. I don't know, not touching the head of the children's because it's bad luck. Like there's a lot of things that I mean, it's better, always better to have an idea to.. to to respect the culture.”

Int_7 meidet die Planung und damit Vorabinformationen, orientiert sich bei Bedarf an Google und Mitmenschen. INT_10 erprobt neue Suchwege:

„[...]Ich weiß vielleicht ein bisschen über die Stadt Bescheid, aber es ist wahrscheinlich so, dass ich zum Beispiel... Ich bin vor etwa einem oder zwei Monaten mit meinem Bruder nach Dublin geflogen. Als ich auf ihn wartete, habe ich einfach gegoogelt, was man dort so unternehmen kann. Ich glaube, ich habe auch ChatGPT gefragt... Aber das war eher so... ich bin halt am Flughafen gesessen.“¹⁷ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Insgesamt werden selten umfassende Recherchen im Vorfeld vorgenommen; stattdessen werden punktuelle Fragen situativ gestellt, etwa zu Aktivitäten am konkreten Ort. INT_9 verweist weiterhin auf Bücher als „old-style“-Methode und unterstreicht zugleich die Bedeutung von Freund*innen und Familie. Auch INT_8 zeigt ein verbreitetes Muster: keine oder nur geringe aktive Vorabrecherche, bevorzugt Informationen über persönliches Umfeld; für die Reiseplanung gilt Entsprechendes, wobei der Einfluss sozialer Medien und Mitmenschen bewusst wahrgenommen wird.

5.5 Verwendete Technologien

Die Gesellschaft hat sich gewandelt, und es fällt heute schwer, sich Reisen ohne die Annehmlichkeiten der Technologie vorzustellen. Einerseits wächst der Druck, sich technologisch vorzubereiten (etwa, wenn Fluggesellschaften Bordkarten ausschließlich per App akzeptieren), andererseits hat man sich an bestimmte Komfortstandards gewöhnt, und technologische Entwicklungen verändern wiederum das Verhalten der Menschen. Reisen wird damit zunehmend als techno-soziale Praxis erfahrbar, in der persönliche Autonomie und infrastrukturelle Abhängigkeiten zusammenwirken.

Google Maps diente als naheliegendes Beispiel in dieser Masterarbeit; die dazugehörige Frage wurde von den Interviewten positiv aufgenommen und führte zu reflexiven Antworten. Künstliche Intelligenz (KI) ist derzeit hoch relevant, wird jedoch von den Teilnehmer*innen unterschiedlich genutzt und bewertet. Während einige KI-gestützte Tools als effiziente Orientierungshilfe schätzen, betonen andere die Gefahr, Spontaneität, Umwege und Zufallsbegegnungen zu verlieren.

¹⁷ “[...] I might know a little bit about the city, but it's probably like, for example.... I went to Dublin with my brother ehmm... like a month or two ago and I landed. And while I was waiting for him to land, I just did like a Google and... on like things I can do here. And I think I like asked ChatGPT... But that was like moree... I was like sitting in the airport.”

In den Aussagen zeigt sich eine Ambivalenz zwischen Navigationssicherheit und dem Wunsch nach situativer Offenheit. Diese Kategorie fasst die Rolle digitaler Hilfsmittel im Reisealltag zusammen. Zusammenfassend zeigt sich ein pragmatischer Technikgebrauch: Digitale Tools werden selektiv und zweckgebunden eingesetzt, während Erfahrungen vor Ort und soziale Interaktionen als sinnstiftende Elemente priorisiert bleiben. Die zentrale Frage dieser Kategorie ist daher weniger, ob Technologie genutzt wird, sondern wie viel Struktur sie geben soll, ohne den gewünschten Freiheitsgrad zu schmälern.

5.5.1 Google Maps

Google Maps ist heute fester Bestandteil im Leben vieler junge Erwachsene. 40% der Teilnehmer*innen glauben an, ohne dieses Tool nicht reisen zu können. 20% halten eine Anpassung für wahrscheinlich, während sich die übrigen 40% auch ohne die virtuelle Weltkarte wohlfühlen. INT_7 ist bereit, die nächste Reise ohne dieses technologische Hilfsmittel zu unternehmen, um zu prüfen, ob die Umstellung gelingt. Demgegenüber fragt sich INT_1, wie früher ohne Google Maps gereist wurde, lässt jedoch zuweilen das eigene Handy bewusst im Hostel, um das Abenteuer intensiver zu erleben, und verweist darauf, dass eine Rückkehr in eine Welt ohne Google Maps in mehrfacher Hinsicht schwierig wäre. 30% der Teilnehmer*innen betonen, dass dieses Tool auch zur subjektiven Sicherheit beiträgt und eine Form von Kontrolle ermöglicht. Hierzu zählt auch der praktische Nutzen, der nicht nur die Navigation erleichtert und Sicherheit vermittelt, sondern auch Recherchearbeit zu Sehenswürdigkeiten, Unterkünften und Zielen reduziert.

„Ja, genau, ich würde die Erfahrung gerne machen, es wäre interessant, aber, na ja, uff j..., eine Menge an... wenn man ankommt und müde ist, man weiß nichts, also ist es immer schön... zumindest weiß ich, weiß ich wie ich gehen muss...“¹⁸ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Mehrere Interviewpartner*innen beschreiben Google Maps als „*Lebensretter*“ und formulieren Ihre Haltung mit „*Google Maps unbedingt*.“ Ein*e Teilnehmer*in, mit Zöliakie, schildert eine Vorgehensweise zur Entdeckung geeigneter Orte direkt in Google Maps, die im wortwörtlichen Sinn lebenswichtig sein kann. Da hochwertige Restaurants nicht immer als zöliakiefreundlich

¹⁸ “Yeah, exactly, I would love to do the experience, it would be interesting but, well uff yeah a lot of... when you arrive and you are tired you don’t know anything so it’s always nice... at least I know I know how to go...”

gekennzeichnet sind, ermöglichen App-Bewertungen und die Suchfunktion, gezielt nach dem Begriff „Zöliakie“ zu filtern, um verlässlich passende Optionen zu finden. Zugleich weist INT_6 auf eine subtile Beeinflussung durch das Tool hin:

„Aber oft wird man auch Ziele quasi schon beeinflusst von Google Maps, weil oft bin ich in einer neuen Stadt und ich schaue auf der Karte und dann drücke ich, was ist das, was ist das, und dann du siehst die Bilder und dann bist du so, ah, das ist schön, könnte ich dort gehen.“

Abschließend ist festzuhalten, dass bei der Nennung von Google Maps niemand Rückfragen zum Gegenstand hatte oder Unklarheiten zeigte. Alle nutzen das Tool routiniert, und viele möchten nicht darauf verzichten. Angesichts der Innovationen welche Google Maps seit der Markteinführung 2005 durchlebt hatte, lässt sich auch eine nahe Zukunft erdenken, in der künstliche Intelligenz in vergleichbarer Weise in den Alltag integriert ist. Die nächste Unterkategorie prüft daher, ob KI bereits von jungen Reisenden bewusst eingesetzt wird.

5.5.2 Künstliche Intelligenz

Das Phänomen der künstlichen Intelligenz ist ein zentrales Thema dieser Arbeit und ein treibender Faktor für den gesellschaftlichen Wandel der Gegenwart. Beobachtbar ist, dass alle Teilnehmer*innen das Thema ernsthaft adressieren und es bei den meisten bereits Reflexionen ausgelöst hat. Nur die Hälfte der Teilnehmer*innen gibt an, KI bewusst im Kontext des Reisens genutzt zu haben. INT_3 antwortet deutlich und bestimmt auf die Frage nach der Nutzung von KI während der Reisen: *„Nein, ich habe es nicht benutzt. Ich habe es nicht benutzt. Nicht ein bisschen. Nicht einmal ein kleines bisschen.“*¹⁹ (Übersetzt mit DeepL, 2025). Weitere Teilnehmer*innen geben an, KI nie auf Reisen verwendet zu haben, zeigen sich jedoch offen gegenüber moderner Technologie, insbesondere bei zeitlich verdichteten Reisen, wo es gilt jeden Moment auszuschöpfen. INT_7 sagt, KI nie genutzt zu haben, räumt aber eine indirekte Nutzung ein, etwa durch Apps und Webseiten, die KI integrieren, ohne dass dies stets bewusst wahrgenommen wird. Daraus lässt sich ableiten, dass eine unbewusste Nutzung von KI durchaus präsent ist. Er*sie führt fort: *„Ich meine, ich glaube, jede große Firma benutzt jetzt KI, also ich glaube, du kannst gar nicht mehr nicht KI benutzen. Also egal, was du*

¹⁹ „No, I didn't use it. I didn't use it. Like, nothing. Not even a little bit.“

machst.“ Auch INT_8 stimmt zu: „*Nein, bisher noch gar nicht. Oder noch nicht bewusst.*“ Andere Teilnehmer*innen skizzieren die aktuelle Lage unter Reisenden:

*„Nein, ich muss sagen, ich weiß nicht, ob es jetzt einen Mittelweg gibt. Es gibt entweder 0 oder 100, diejenigen, die ihn alles Fragen... von ganzen Konversation was ich mir denken komm schon, ich kann es dir sagen wenn du willst... und diejenigen, die ein bisschen... super super dagegen sind im Moment. Also von dem, was ich gesehen habe, gibt es im Moment nur 0 oder 100, es gibt noch nicht wirklich einen Mittelweg, ein Gleichgewicht, sagen wir mal.“*²⁰ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Der*die Interviewpartner*in gibt an, dass ihm*ihr bekannte Personen KI Anwendungen entweder ständig oder nie verwenden, eine teilweise Anwendung der KI ist ihm*ihr nicht bekannt. Andere Interviews zeigen aber eine solche partielle Nutzung auf: so gibt INT_1 an, gelegentlich Inspiration über ChatGPT zu suchen. Mehrere Interviewten nutzen KI ähnlich – als Ideenquellen, nicht als alleinige Planungsinstanz. INT_2 prüft Routenvorschläge in Relation zu verfügbaren Zeit, verzichtet aber auf eine vollständige Auslagerung der Organisation an KI. INT_4, verwendet ChatGPT ebenfalls zur Inspiration, stellt aber die methodische Rückfrage: „*Was fällt unter (KI) noch, außer ChatGPT?*“ INT_9 hat versucht, Reisen mit KI zu organisieren, war jedoch mit den Ergebnissen unzufrieden. INT_10 holt sich Hinweise von KI und beschreibt diese als praktisch für die Organisation, mit steigender Nutzungsfrequenz in jüngster Zeit:

*"Ja, ich würde sagen, ein bisschen. Ich könnte also, ich glaube, ich habe es schon erwähnt, Chat-GPT benutzen, um zu sagen, weißt du, als wir letztes Jahr in Rom waren, ich hab an Chat-GPT gefragt: „Ich bin mit einer Gruppe von Leuten in Rom. Wenn ich nicht viel Geld ausgeben will, und möchte etwas Unterhaltsames tun, wie dies, dies und das. Was sollen wir heute machen?“ Und das war wirklich nützlich, vor allem, wenn man mit einer Gruppe von Leuten unterwegs ist und versucht zu entscheiden, was man machen soll.“*²¹ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

²⁰ “No, devo dire, non so se c'è una via di mezzo adesso. C'è chi 0 e chi 100, che chi gli chiede qualunque cosa... da conversazione intera che dico dai te lo dico io se vuoi... e chi invece è un po'... super super contro in questo momento. Quindi da quello che ho visto appunto in questo momento proprio 0 o 100, non c'è proprio ancora una via di mezzo, un balance diciamo.”

²¹ “Yeah, I would say a little bit. So I might use I think I mentioned like I might use like a chat GPT to say, you know, for example, when we went to Rome last year, I was like chat GPT: “I'm with a group of people in Rome. Like if I don't

Er*sie führt weiter: „Ja, mehr und mehr. Ich würde sagen, dass ich erst in den letzten paar Monaten damit angefangen habe. Früher habe ich es hier und da benutzt. Jetzt benutze ich es sehr oft.“²² (Übersetzt mit DeepL, 2025). In Summe zeigt sich ein heterogenes Nutzungsbild: zwischen expliziter Ablehnung, punktueller Inspiration und zunehmender Integration in die Mikroorganisation von Reisen. Die zentrale Entwicklungslinie verläuft von unbewusster zu bewusster Nutzung, wobei Vertrauen, wahrgenommener Nutzung und situative Passung als Schlüsselfaktoren fungieren.

INT_6 äußert zudem, dass häufig ausschließlich ChatGPT als KI verstanden wird: „Ich nehme auch nur ChatGPT als K.I. wahr obwohl es schon auch wo anders ist“. Im selben Interview wird eine gezielte Unterscheidung zwischen eigenständigen KI-Systemen und KI-gestützten Webseiten vorgenommen. Diese Differenzierung wird im Diskussionskapitel vertieft behandelt.

5.6 Kommunikation

Der Interviewleitfaden ist in vier Teile gegliedert; der letzte Abschnitt trägt den Schwerpunkt „Technologien und Zukunftsperspektive“. Dazu wurden die Interviewpartner*innen gefragt, ob sie selbst Blogs und Rezensionen schreiben und/oder lesen. Die Aussagen der Teilnehmer*innen zeigen hier weitgehende Übereinstimmung. Ein zentraler Baustein dieser Forschung ist zudem die Rolle sozialer Medien und deren Einfluss auf Reiseentscheidungen. Für die Arbeit ist entscheidend zu verstehen, in welchen Ausmaß sich die Teilnehmer*innen damit beschäftigen. Untersucht werden welche Funktionen soziale Medien in der Reiseplanung übernehmen und ob sie vor, während und nach der Reise unterschiedlich genutzt werden. Zur analytischen Strukturierung wird zwischen Informationssuche, Inspiration und soziale Validierung unterschieden. Vor der Reise dominieren Inspirations- und Planungselemente, während unterwegs situative Entscheidungen im Vordergrund stehen; nach der Reise treten Reflexion, Bewertung und Erfahrungsteilung hinzu. Diese Phasenlogik ermöglicht es, Medienpraktiken präzise der jeweiligen Reisesituation zuzuordnen. In den folgenden Unterkategorien werden diese Aspekte vertieft analysiert, um ein konsistentes Gesamtbild zu erarbeiten, welches dann in der Diskussion kritisch reflektiert wird. Ergänzend werden

want to spend a ton of money, I want something fun to do like this, this and that. What should we do today?” And that was really useful, especially when you're with a group of people and trying to decide what to do.”

²² “Yeah, more and more so. I would say I've gotten into it probably in the last like few months. I used to use it here and there. I'm now using it a lot.”

dabei Unterschiede nach Nutzungstiefe, Plattformtyp und intendiertem Nutzen herausgearbeitet, um Muster und Abweichungen transparent zu machen.

5.6.1 Blogs und Rezensionen

Die Interviewpartner*innen wurden gefragt, ob sie Reiseblogs und Rezensionen lesen. Es zeigte sich, dass nicht alle Blogs lesen und die Gründe für das Lesen variieren, während alle Teilnehmer*innen Rezensionen nutzen – allerdings aus unterschiedlichen Motiven. INT_3 antwortet mit einem klaren und kurzen „Nein“ auf die Frage, ob Blogs gelesen werden, reagiert nachdenklicher, sobald es um Rezensionen geht:

*"..... Ich lese... Ich lese Bewertungen..... Ja, ich lese Rezensionen über Hostels..... Auch, weil man dadurch einen Eindruck von den Leuten bekommt, die dort sind und vom Alter und so... Und ich lese Bewertungen von Restaurants... Aber vielleicht achte ich manchmal nicht wirklich auf sie. Ich habe nur... Denn wenn ich ein... Ich gehe dorthin, weil ich eine Empfehlung habe. Also ziehe ich die tatsächliche Empfehlung dieser Person einem zufälligen Typen im Internet vor. Aber manchmal überprüfe ich sie doch."*²³ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Was diese*r Interviewpartner*in prägnant formuliert, spiegelt die Haltung vieler aus der Stichprobe. Zwar werden Rezensionen von allen gelesen, doch das Vertrauen in persönliche Empfehlungen ist überwiegend stärker. Auch INT_5 betont die Bedeutung des Austauschs mit Einheimischen, um die besten Orte zu entdecken und rät davon ab, ausschließlich auf Rezensionen zu vertrauen. Er*sie differenziert zudem nach Reiseziel: In Städten wie Barcelona werden Bewertungen als primär touristisch geprägt empfunden und daher als verzerrt eingeschätzt. INT_6 rückt die Subjektivität von Rezensionen in den Mittelpunkt und schildert die eigene Erfahrung:

„Ja, schon, aber weil es gibt ja schon ein Gefühl, aber man lernt auch, dass die meisten Rezensionen dann doch am Ende von Touristen sind. Das hat mir wieder in Griechenland damals erstaunt, wo wir waren in Kreta und es wurde uns ein Restaurant mit Rebecca (eine Freundin)

²³ “..... I read... I read reviews..... Yeah, I read reviews of the hostels..... Also because it gives you an impression also of the people who are there and the ages and stuff.. And I read reviews of restaurants.. But maybe sometimes I don't really pay attention to them. I just... Because if I have a... I'm going there because I have a recommendation. So, I'll take that one person's actual recommendation over a random guy online. But sometimes I do check it.“

empfohlen von lokalen Leuten. Und wir sind hingegangen und es war einer der leersten und es hatte nicht mal gute Bewertungen, also nicht schlecht, aber so im Vergleich. Und dann, es war einer der besten Abendessen meines Lebens. Und da habe ich wirklich konkret realisiert, okay, egal wie viele Sterne, es ist einfach auch, von welcher Perspektive die Sterne gegeben werden und so.“

Auch INT_7 liest keine Blogs, nutzt aber Rezensionen; gleichzeitig beschreibt er*sie sich als „Google Bewertungsoffer“ und reflektiert die Beeinflussung durch Sternbewertungen (1 Stern = schlecht – 5 Sterne = das Beste) ebenso wie durch Texte. INT_9 konsultiert Blogs nur auf Reisen, nicht im Alltag, hält Rezensionen für relevant – etwa zur Einschätzung der Matratzenqualität in Hostels – vertraut aber letztlich stärker dem eignen Bauchgefühl. Ein weiterer interessanter Aspekt betrifft die Nutzung von Blogs und Rezensionen zur Suche nach Gluten freien Angeboten. INT_10 vertraut Rezensionen stark, fehlen sie, wird dies als mögliches Indiz für Betrug gewertet. Auf die Frage, ob Rezensionen beeinflussen, antwortet er*sie: *„Ja, auf jeden Fall. In der Entscheidung.....Denn ich denke, das hilft bei der Entscheidung, besonders bei Airbnb, wenn es keine Bewertungen gibt, nehme ich an, dass es ein Betrug ist.“*²⁴ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Aus dieser Unterkategorie lässt sich Folgendes ableiten:

- Blogs werden von sieben der zehn Teilnehmer*innen gelesen, davon lesen jedoch nur zwei regelmäßig, während fünf sie vorwiegend unterwegs nutzen,
- Blogs werden als „ältere“ Vorläufer heutiger Influencer*innen wahrgenommen, gelten als schwerer zu verfolgen, aber oft als persönlicher und glaubwürdiger,
- Rezensionen werden von allen genutzt, gleichwohl wird persönlichen Empfehlungen in der Mehrzahl mehr Vertrauen entgegengebracht.

Übergreifend zeigt sich ein hybrides Informationsverhalten: Kuratierte Online-Bewertungen dienen als Orientierung, finale Entscheidungen werden jedoch häufig durch persönliche Empfehlungen, lokale Hinweise und das eigene Urteil getroffen.

²⁴ „Yeah, definitely. In the decision..... Because I think it helps you decide, especially like Airbnb, if there's no reviews, I assume it's a scam.“

5.6.3 Soziale Medien

Soziale Medien spielen in dieser Arbeit eine zentrale Rolle und wurden daher während der Interviews aus unterschiedlichen Perspektiven hinterfragt und von den Interviewpartner*innen diskutiert. Einerseits wurde erhoben, ob soziale Medien eine Rolle in der Reiseplanung spielen, andererseits ob sie überhaupt genutzt werden und ob sich die Nutzung vor, während und nach der Reise unterscheidet. Zu beachten ist, dass der Begriff „soziale Medien“ im Vorfeld nicht einheitlich definiert wurde und sich erst später im Forschungsprozess zeigt, dass eine präzisere Definition hätte vorgegeben bzw. erfragt werden sollen. Diese unterschiedlichen Aspekte wurden ursprünglich in separaten Kategorien geführt, zur besseren Lesbarkeit werden sie jedoch im folgenden Unterkapitel mit zugehörigen Unterkategorien zusammengeführt und vertieft analysiert.

Von den zehn Teilnehmer*innen erkannten nur wenige WhatsApp oder YouTube als soziale Medien an und bezogen diese bei der Frage nach der Nutzung soziale Medien nicht automatisch mit ein. Folglich gaben zwei Teilnehmer*innen an, überhaupt keine sozialen Medien zu nutzen, während acht reflektierten, dass sie trotz Verzicht auf „klassische“ Plattformen wie Instagram, Facebook oder TikTok über das Smartphone dennoch Teil dieser Medienwelt sind. Wurde nach aktiver Nutzung gefragt, gaben nur vier von zehn an, Inhalte tatsächlich zu posten oder zu teilen. INT_6 berichtete, soziale Medien auf Reisen intensiver zu nutzen, vor allem, um Erlebnisse zu dokumentieren und später zur Selbstreflektion heranzuziehen:

„Ja, wenn ich auf Reisen bin, definitiv mehr als wenn ich zu Hause bin. Ich weiß nicht, ob ich es so mache wie... (denkt nach) Die Sache ist wenn ich dann zurückkomme und einen Moment Stress habe oder eine schlechte Zeit, zum Beispiel bei der Arbeit, wenn es regnet und so weiter. Es hilft mir sehr, alles zu sehen, was ich in meinem Jahr gemacht habe, und zu sagen: „Oh, du hast tolle Sachen gemacht.“ Und dieser Moment ermöglicht dir auch, andere Momente wie diesen besser zu genießen. Ich mache es also eher für mich selbst, denke ich. Aber ja, ich mache es sehr oft.“²⁵(Übersetzt mit DeepL, 2025).

²⁵ “Yeah, when I'm traveling more than when I'm home, definitely. I don't know if I'm doing it like you're...(thinks) the thing is when I come back then and when I have a moment of stress or a bad time, like working and it's raining and everything. Like it's helping me a lot to like see all I did in my year and say: “oh, you have like, you did some great stuff”.

Anschließend wurde erhoben, ob soziale Medien die Reiseplanung beeinflussen. Hier fielen die Antworten heterogen aus: INT_3 verneint klar, INT_4 und INT_8 bejahen knapp, andere differenzieren. INT_7 gibt an, keine sozialen Medien zu nutzen, reflektiert jedoch einen indirekten Einfluss. INT_2 spricht von Ideenfindung über Instagram: „...ehm... naja, und eben eine Ideenfindung kommt von Instagram, ja.“ Während INT_10 die Rolle eher bei der Zielwahl als bei der Detailplanung verortet: „Ich würde sagen, keine große Rolle, nein. Ähm... Es geht wahrscheinlich eher darum, wohin man geht, und nicht um die Planung.“²⁶ (Übersetzt mit DeepL, 2025). Insgesamt wird ein latenter, teils unbewusster Einfluss moderner Plattformen und Technologien auf Wahrnehmung und Auswahlentscheidungen anerkannt, auch wenn dieser nicht immer explizit benannt wird. Darüber hinaus wird der Einfluss algorithmischer Systeme angesprochen, selbst wenn soziale Medien nicht direkt genannt werden. INT_6 reflektiert:

„Ja, nein, aber wenn ich genauer dran denke, auch ja, weil in den letzten paar Jahren, wo ich in Portugal war, ich wäre wahrscheinlich direkt nach Lisbon geflogen, wenn die... Preise vom Flugzeug durch den Algorithmus, durch alles anders gewesen wären. Und dann, es kostet weniger nachfahren, das ändert meine Reiseankommenpunkt, und dann überlege ich mir, von hier könnte ich nach Sevilla oder wie auch immer. Also wieder, ich bin sicher nicht so aktiv beeinflusst, aber auf jeden Fall, weil am Ende ja.“

Preis- und Verfügbarkeitslogik, etwa die Wahl des Ankunftsorts können sich durch den Einfluss von Algorithmen verändern, wodurch Reiseverläufe indirekte umgesteuert werden. INT_5 nutzt bei zeitlicher gebundenen Reisen gezielt YouTube-Videos zur Orientierung, betont jedoch einen situationsabhängigen Einsatz:

„Was die Reiseplanung angeht, ja. Als wir zum Beispiel mit dem Van unterwegs waren, habe ich mir viele Videos auf YouTube angesehen. Meistens waren das Videos von Leuten, die mit dem Van

Like, and this moment also allows you to have like better other moments like this. So I'm doing it more for myself, I think. But yeah, I'm doing it a lot.”

²⁶ “I would say not a big role, no. ehmm... It probably is the way the role it plays is probably on where to go, not on the planning...”

durch Galicien gereist sind, um zu sehen, wie ich die Reise organisieren könnte, also eher so etwas wie die Organisation der der der ... ”²⁷ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Wie aus dem Zitat ersichtlich, _5 lässt sich INT von sozialen Medien nur gewisser Weise beeinflussen. Dagegen formuliert INT_1 eine klare Distanz: Auf Social Media häufig aufzufindende Orte erscheinen zu touristisch, die eigenen Suche richtet sich weniger nach populären Posts als nach alternativen Eindrücken. INT_9 schließt sich an und betont den Einfluss abstrakter Ortsideen stärker als den einzelner Social-Media-Inhalte. Zusammenfassend zeigt sich, dass soziale Medien für die meisten Teilnehmer*innen einen Einfluss ausüben, der auch bewusst wahrgenommen wird. Der Fokus dieser Arbeit liegt aber weniger auf dem *Ob* des Einflusses als auf dessen Ausmaß und der Frage, ob und wie konkret die Zielwahl dadurch geprägt wird.

Folglich wurde nach Unterschieden in der Nutzung der sozialen Medine vor, während und nach der Reise gefragt. Zwei Personen berichten von keiner Differenzierung, zwei weitere nutzen soziale Medien vorab zur Inspiration, während der Reise zur Dokumentation bzw. zum Teilen und nach der Reise zur Informationspflege über besuchte Orte. Eine Person nutzt TikTok als Reise-App: Vor der Reise allgemein zur Ideensammlung, unterwegs spezifisch nach Städte/Activities gefiltert, nach der Reise aber kaum noch – andere Plattformen bleiben aktiv. INT_1 informiert sich nicht über soziale Medien, nutzt sie jedoch unterwegs für den Austausch mit Reisenden und nach der Reise zur Veröffentlichung einzelner Momente. INT_5 und INT_9 folgen während der Reise den besuchten Orten auf ihren Profilen, um später Reiselust zu reaktivieren (INT_9) oder Entwicklungen der Orte nachzuverfolgen (INT_5). INT_9 beschreibt:

„Ja, also doch, also das, was ich schon gerne mache, ist dann so die Orte, die ich gefunden habe und die interessant sind, dass ich denen dann auf Instagram folge, weil dann kriegst du ja schon immer noch, sozusagen noch Updates, was in dem Ort gerade noch los ist und wer noch da ist und so und das ist natürlich schon, dass macht dann auch wieder automatisch Fernweh.“

²⁷ “In the way to plan trips, yes. For example, when we went in van, like I saw a lot of videos on YouTube. Most of the time YouTube of people like doing Galicia with the van just to see how I could do the trip like it was more like organising the the the...”

INT_8 unterscheidet ebenfalls phasenbezogen: Vor der Reise nutzt er*sie soziale Medien zur Informationssuche, unterwegs zum Teilen von Erlebnissen, danach zum Kontakthalten mit Mitreisenden. INT_6 gibt an nicht bewusst zu differenzieren, verweist jedoch darauf, dass das Smartphone automatisch Alben bildet und Präferenzen erkennt. INT_10 nutzt das Smartphone vor und während der Reise primär zu Planungszwecken, nach der Reise entfällt die Nutzung, da keine Inhalte geteilt werden: „*Während, würde es wahrscheinlich nur dazu dienen.. ich denke, vor und währenddessen, würde nur zu Planung dienen.*“²⁸ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Es zeichnet sich ein hybrides, phasenabhängiges Nutzungsprofil sozialer Medien ab, das zwischen Inspiration, Planung, Dokumentation und nachträglicher Bindung an Orte oszilliert.

5.7 Zukunftsperspektiven der Solo-Traveler

In dieser Arbeit wird nicht nur die Gegenwart behandelt, sondern auch die Zukunft in den Blick genommen. Wie bereits angesprochen, ist die Aktualität der Arbeit nur bedingt stabil, denn einerseits vollzieht sich durch das Aufkommen von KI-Anwendungen ein Paradigmenwechsel, der sich erst verfestigen muss, andererseits leben wir in einem konstanten Innovationszyklus, in dem Neuerung entweder angenommen werden oder mit der Zeit verschwinden. Diese Dynamik erfordert eine perspektivische Betrachtung über den unmittelbaren Status quo hinaus. Vor diesen Hintergrund werden in den nächsten zwei Unterkategorien die Einschätzungen aller Interviewpartner*innen zusammengeführt, um Zukunftserwartungen junger Erwachsener in Bezug auf das Reisen sichtbar zu machen. Im Zentrum stehen dabei antizipierte Veränderungen in Entscheidungsprozessen, Reisepraktiken und der Rolle technologischer Unterstützung. Zugleich wird danach gefragt, inwieweit Wert wie Autonomie, Sicherheit, Nachhaltigkeit und Spontaneität künftig gewichtet werden.

Methodisch werden die Aussagen entlang wiederkehrender Motive verdichtet -etwa Technologieakzeptanz, Informationssuche, Planungsgrad, soziale Einflüsse und Kostenbewusstsein -, um Kontinuitäten und Brüche zwischen Gegenwartserfahrungen und Zukunftsbildern zu identifizieren. So lässt sich zeigen, ob heutige Tendenzen (z. B. selektive Nutzung digitaler Tools oder phasenbezogene Medienpraktiken) in die Zukunft fortgeschrieben werden oder bewusst korrigiert werden sollen. Abschließend rahmt dieser Abschnitt die nachfolgenden Ergebnisse

²⁸ “During, it would probably only be to... I think before and during, it would only be for planning purposes.”

doppelt: als Momentaufnahme im Wandel und als explorative Prognose. Die darauffolgenden Unterkategorien konkretisieren diese Vorannahmen anhand der Interviewdaten und leiten daraus Implikationen für zukünftige Reise- und Planungspraktiken ab.

5.7.1 Zukunftsvorstellung des Reisens

Wie INT_1 behauptet, führen sozialen Medien dazu, dass sichtbar wird, was andere Menschen tun, und es entsteht fast automatisch ein Vergleichsmodell, welches das Individuum beeinflusst. Er*sie meint:

*„Du siehst all diese Dinge, die du tust, und ich sage, jetzt hat er*sie schon 200 Millionen Länder gesehen, und ich bin viel weiter zurück. Das ist also ein gewisser Druck, aber andererseits hat jeder sein eigenes Tempo.“²⁹ (Übersetzt mit DeepL, 2025).*

Er*sie bezieht sich auf die Post und Stories auf Instagram, benennt den entstehenden Druck, hält sich jedoch zugleich vor Augen, dass jede Person ihr eigenes Tempo hat – um die „Reise des Lebens“ genießen zu können. INT_2 verschiebt den Blick auf Zukunftsaspekte des Reisens: einerseits zunehmende Exklusivität des Flugreisens, andererseits das wachsende Feld des virtuellen Reisens:

„Dass es sehr viel exklusiver sein wird, also so mit Flugzeugen zu verreisen. Und dass dafür sehr viel mehr virtuell erstellt wird und nicht mehr dieses Selbst vor Ort sein.....“

Zugleich wird ein positiver Trend zum regionalen Reisen betont:

„...dass sich das mehr auf so naheliegende Regionen fokussiert und nicht, dass es weiterhin so dieses 24 Stunden irgendwo hinfliegen sein wird.“

Obwohl INT_3 eigene künftige Reisen als kürzer und weniger abenteuerlich einschätzt, rückt er*sie den Schwerpunkt auf Standardisierung. Durch KI können viele Menschen ähnliche Empfehlungen erhalten, was Reiseentscheidungen vereinheitlichen könnte:

²⁹ „Che vedi tutte queste cose che fai e dico, ecco ora ha già visto 200 milioni di paesi e io sono indietrissimo. Quindi è un po' di *pressure*, però da un'altra parte ognuno ha i suoi tempi.“

„Es wird so etwas wie eine zentrale Anlaufstelle für alle möglichen Dinge sein, zum Beispiel für Empfehlungen, und man kann dort alles planen und improvisieren. Ich frage zum Beispiel: „Ich bin hier, was kann ich hier unternehmen?“ Ja, es wird also eine zentrale Anlaufstelle für alles sein. Das wird definitiv die Art und Weise verändern, wie wir Reisen angehen.“³⁰ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

Interviewpartner*in 4 erwartet eine Erleichterung des Reisens durch veränderte Infrastruktur und vergleicht die heutige Situation mit jener in der Jugendzeit seiner*ihrer Eltern: bereits heute seien Wege, Straßen und Brücken vorhanden, die es vor 40 Jahren nicht gab. INT_5 sieht strukturelle Unterschiede im Reisen der Zukunft und äußert Unsicherheit über die eigene künftige Reiseweise, ist jedoch sicher, dass mit Familie manche aktuellen Formen nicht mehr möglich sein werden. Zugleich wünscht er*sie, dass jede Person einmal im Leben eine Solo-Travel-Erfahrung macht. Dabei reflektiert er*sie Ressourcenfragen realistisch:

„Ja, nicht um dramatisch zu sein, aber es ist einfach wie bei den Ressourcen, es ist um immer realistisch zu sein. Alle wollen mitmachen und alle dürfen mitmachen, und das ist schön und nett. Aber ja, realistisch, wenn wir alle mitmachen, das wird nie.... aufhalten.“

Hier treten Umwelt- und Belastungsorgen hervor, verbunden mit leiser Skepsis gegenüber einer rein listenhaften Abarbeitung von Orten: *„Das Schöne an den Knotenpunkten ist auch die zu entdecken, wenn es einfach eine To-do-List wird..... Es nimmt schon ein bisschen die Seele an den Orten auch.“* Weitere Kriterien nennt Interviewpartner*in 7: ökonomische Dynamiken und die Prägung einer Generation durch soziale Medien. Es wird kritisiert, dass Jugendliche das Zeigen der Reisen über die Erfahrung stellen könnten:

„Ja, meine große Angst ist, dass die Generation, die jetzt vor allem nach uns kommt, sie ist halt schon mit Instagram aufgewachsen.... Und ich glaube, da wird immer mehr noch dieses „hier, guck mal, wo ich bin, guck mal, ich reise, um zu reisen, um euch dieses geile Bild zu schicken, weil ich so

³⁰ “It'll be like a one stop shop for all sorts of things for like recommendations and, you know, everything you can do the planning there, you can do improvisation there. Like I'm asking, “I'm here, what can I do here?” Yeah, so it'll be a one stop shop for everything. So definitely change the way we approach travel.”

ein.. Worldpacker bin...“. Und ich glaube, diese Instagram-Fluten zu Orten wird es noch verstärkt geben.... Also ich glaube, das wird auch nicht abnehmen, das wird nur zunehmen.“

Zugleich formuliert er*sie eine Hoffnung:

„Meine Meinung nach ist nicht relevant, aber das ist meine Hoffnung, dass sich Leute nicht den Komfort immer mehr zu eigen machen, sondern lieber den „Unkomfort“, das Unkonventionelle als den Konventionellen. Also anstatt der Gruppe zu folgen, auszugehen und drum herum zu gehen als die gerade Linie. Das ist mein Endsatz.“

Das ist eine Einladung an jüngere wie an gegenwärtige Generationen, Neues auszuprobieren und die eigene Komfortzone bewusst zu verlassen. Sowohl INT_7 als auch INT_8 verweisen auf ökonomische Effekte. Mit wachsendem Wohlstand neuer Mittelschichten (z.B. China) steigen globale Reiseaufkommen, was Infrastruktur, Orte und Umwelt belastet:

„Das Ding ist halt, die Welt wird immer reicher, das heißt, du merkst es allein jetzt schon, die ganze... plötzlich... chinesische Mittelschicht kann plötzlich reisen, und du hast eine Milliardenbevölkerung. Und stell dir mal vor, jetzt ist allein.. ist allein sagen wir zehn Prozent, das sind einfach hundert Millionen, die dann einfach zack reisen...“

Dasselbe Zukunftsbild hat INT_8, welcher behauptet, dass durch den zunehmenden Reichtum der Welt, weniger Interesse für die Umwelt besteht. Doch gleichzeitig wird von INT_8 auch angesprochen, dass es immer mehr *billigere* Arten des Reisens möglich sind und dass man daher mehr Reisende auf der eigenen Straße findet. Interviewpartner*in 9 betont die zunehmende Rolle von KI in der Reiseplanung:

„Doch, ich glaube schon. Ich glaube schon gerade auch im Sinne von vielleicht, dass man Reisen irgendwie schon gesamt geplant und sich irgendwie mit der AI zusammenstellen lässt.“

Und weiter:

„Ich meine, ich habe das heute jetzt auch gemerkt auf der Flugsuche nach Brasilien. Ich habe das alles mit Gemini, also dem Google-Ding da irgendwie bearbeitet. Und das war wirklich fast wie im Reisebüro.“

Die Organisation für eine Reise nach Brasilien habe sich durch Gemini „wie im Reisebüro“ angefühlt, woraus die Prognose folgt, dass die Nutzung klassischer Reisbüros zurückgehen könnten. Mit bewussterem KI-Einsatz werden Systeme persönlicher Präferenzen lernen und immer passgenauere Preisvorschläge generieren. Aus dieser Perspektive unterstreicht INT_10 – bei Skepsis gegenüber dem Metaversum (einem rein digitalen Raum) - die wachsende Alltagsrelevanz von KI und sozialen Medien.

Aus der erhobenen Zukunftsperspektiven ergibt sich ein geteiltes Bild: Die Mehrheit rechnet mit spürbarem Einfluss von KI auf künftige Reisegewohnheiten, ohne jedoch das Ende des Reisens zu sehen. Im Gegenteil: Das Erlebnis der Soloreise bleibt – in je eigener Ausprägung – bedeutsam für Selbstkenntnis und Bewusstseinsentwicklung. Obwohl mehr als die Hälfte der Stichprobe ein charakteristisches Reisegefühl beschreibt, äußern nur rund 40% explizit den Wunsch und Einladung zur Soloreise.

5.7.2 Wahrnehmung der Zukunft

Diese Unterkategorie bezieht sich auf ein Zukunftsgefühl, das die Teilnehmer*innen im abschließenden Teil des Interviews aus einer persönlichen Perspektive geäußert haben. Diese Frage entstand nach dem Vorversuch des Interviewleitfadens mit Interviewpartner*in 0, und brauchte jedoch aufschlussreiche Sichtweisen junger Erwachsener hervor. Ausgehend von der Feststellung, dass 70 % der Beteiligten eine positive Haltung zur Zukunft des Reisens teilen, während 10% eine klar negative Sicht äußern und 20% ambivalent bleiben, lassen sich unterschiedliche Erwartungshorizonte erkennen. INT_3 formuliert eine optimistische Auffassung zur künftigen Rolle von KI im Reisen:

„Ich denke, es ist für die meisten Menschen positiv ... Ich denke, es ist positiv, es gibt dir Unabhängigkeit ... auf Reisen gibt es dir so etwas wie ... ja ... du kannst es einfach tun ... ganz allein, ohne groß nachzudenken, du fragst einfach Chat GPT ...“³¹ (Übersetzt mit DeepL, 2025).

³¹ “I think it’s positive for most people... I think it’s positive, it gives you independence... in your travel, it gives you like yeah... you can just do it... by yourself, without thinking much it’s just ask Chat GPT....”

Eine vergleichbare Verbindung von Reiseplanung und KI stellt auch INT_9 her, der*die betont, dass bereits heute Reisen mit neuen Tools umfassend organisiert werden können. Im Gegensatz dazu rückt INT_4 die Problematik des Massentourismus in den Vordergrund, der durch erleichtertes Reisen zunehme, und plädiert für eine ausgewogene Balance:

„Ich glaube, da muss ein guter Kompromiss gefunden werden, den ich persönlich nicht sehe. Weil die Länder auf den Tourismus auch einfach angewiesen wird.“

Damit wird die Abhängigkeit mancher Destinationen vom Tourismus benannt, zugleich jedoch ein negativer Nebeneffekt massenhafter Ströme impliziert. Auch INT_7 verknüpft die Hoffnung in kommende Reisenden-Generationen mit kritischen Vorbehalten, insbesondere im Hinblick auf soziale Medien und deren performativen Druck.

Zusammenfassend zeigen die Antworten ein Spektrum zwischen technikoptimistischen Erwartungen und besorgten Einschätzungen. Das Zukunftsgefühl ist damit mehrheitlich positiv, bleibt jedoch von Ambivalenzen und normativen Abwägungen gerahmt.

6. Diskussion und Fazit

Im diesem Kapitel werden die unterschiedlichen Kategorien, welche aus der durchgeführten Untersuchung und den geführten Interviews hervorgegangen sind, dargestellt und analysiert. Anschließend werden die entsprechenden Schlussfolgerungen gezogen. In dieser Masterarbeit wird der Frage nachgegangen, auf welche Weise alleinreisende Personen in ihrer Wahl von Reisezielen beeinflusst werden und inwiefern junge Erwachsene (20-30 Jahren) Social Media und künstliche Intelligenz bewusst oder unterbewusst zur Reiseplanung einsetzen. Die zu beantwortenden Forschungsfragen lauten: Welchen Einfluss haben digitale Medien auf die Wahl von Reisezielen bei alleinreisenden Erwachsenen im Alter von 20 bis 30 Jahren im Kontext individueller Entscheidungsprozesse? Und in welchem Ausmaß und mit welchem Bewusstsein greifen Alleinreisende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren auf Anwendungen künstlicher Intelligenz zur Reiseplanung und -entscheidung zurück? Um diese Fragen zu beantworten, wurden in den Fragebogen Unterkategorien entwickelt, die zur Gewinnung von Erkenntnissen beigetragen haben. Im ersten Teil der Interviews wurden den Teilnehmenden demografische Daten erhoben, die halfen, Tendenzen in den Merkmalen von Alleinreisenden zu identifizieren. Anschließend wurden Reisemotivation sowie das Verhalten während der Reise beleuchtet. Von besonderer Relevanz war die Aufforderung an die Teilnehmenden, eine eigene Definition des Phänomens „Solo-Traveler“ zu formulieren. Hierfür wurde kein Bezug zur benutzten Literatur genommen. Zum Beispiel wurde der Unterschied zwischen „unabhängigen Reisenden“ und „Alleinreisenden“, wie von Nirkow & Abbasian (2024) genannt und in der Begriffsdefinition erläutert, von den Teilnehmer*innen nicht wahrgenommen. Dennoch nimmt die Bedeutung des Alleinaufbruchs, die sowohl in der Literatur als auch in dieser Arbeit den Zustand eines Alleinreisenden charakterisiert, einen zentralen Stellenwert ein. Die Mehrheit der Antworten auf die Frage zur Definition des Phänomens „Alleinreisende“ von den Teilnehmende ähnelten sich: Mit der Entscheidung, zum Alleinreisen sind verschiedenen Ziele verbunden. Während einige den Wunsch äußerten, sich selbst besser kennenzulernen, sahen andere im Verlassen der eigenen Komfortzone einen wichtigen Beweggrund für das Alleinreisen. Die teilnehmenden jungen Erwachsenen betonten zudem, dass sie nach Herausforderungen suchen, die sie mit einem anderen Lebensstil konfrontieren. Zhang et al. (2024) heben in ihrer Forschung hervor, dass dieses Forschungsfeld noch unterforscht ist, da unzählige Unterscheidungen getroffen werden müssen, wie zum Beispiel kulturelle Aspekte, die zweifellos die Entscheidung eines Individuums beeinflussen, eine Reise alleine zu erleben. Ein weiterer Faktor ist das Herkunftsland. In der Stichprobe waren Personen aus fünf Herkunftsländern vertreten. Doch Ziel dieser Masterarbeit war weniger, die

Beweggründe für das Alleinreisen umfassend zu erheben, sondern zu untersuchen, inwiefern die Wahl des Reiseziels beeinflusst wird. Eine bekannte Theorie der Kommunikationswissenschaft, die hier unterstützend verwendet werden kann, ist die Uses-and-Gratifications-Theorie (Katz et al., 1973). Sie geht auf die Anfänge der Medienforschung zurück und besagt, dass Medien genutzt werden, um dem Individuum eine Gratifikation zu vermitteln (Katz et al., 1973, S. 509). In diesem Zusammenhang werden Informationen über bestimmte Reiseziele genutzt und deren Auswahl erfolgt, um bestimmte Bedürfnisse zu befriedigen und persönliche Interessen zu folgen. Diese Bedürfnisse sind individuell verschieden; einige davon können in den Unterkategorien dieser Stichprobe identifiziert werden. Beispielsweise spielen bei der Entscheidung für ein Reiseziel auch Faktoren eine Rolle, bei denen Aspekte der Selbstkenntnis berücksichtigt werden müssen. In der Unterkategorie 5.3.1 lassen sich weitere, ähnliche Gründe finden. So werden Orte und Inspiration online entdeckt und – wie INT_1 beschreibt – genutzt, um die eigenen Grenzen zu überwinden. Die Belohnung bzw. Gratifikation kann auch verborgen sein und sich darauf beziehen, die eigene Komfortzone zu verlassen, sich selbst besser kennenzulernen oder neue Wege zu beschreiten, die einen Perspektivwechsel ermöglichen.

In dieser Frage wurden mehrere Einflussaspekte identifiziert. Zunächst lässt sich festhalten, dass der bewusste Einfluss durch soziale Medien gemäß den Aussagen der Interviewten nur einen kleinen Teil des Gesamtbildes ausmachen und menschliche Interaktionen gegenüber digitaler Inspiration bevorzugt werden. Dies gilt sowohl für die Wahl des Reiseziels als auch für die Planung von Aktivitäten am ausgewählten Ort. Dies lässt sich mit der Theorie des sozialen Vergleichs erklären. Nach Festinger (1954) ist der Mensch fortwährend interpersonalen Vergleich ausgesetzt; fehlen objektive Kriterien, orientieren sich Bewertungen an Personen aus dem Umfeld (Festinger, 1954, S. 118). Wie mehrere Teilnehmende bestätigen, werden Ratschläge aus dem persönlichen Umfeld gegenüber Empfehlungen aus sozialen Medien überwiegend bevorzugt. Wie auch Popşa, (2024) in ihrer Arbeit feststellt, sind junge Erwachsene zwar von sozialen Medien beeinflusst, jedoch auch erheblich vom eigenen sozialen Umfeld. Dies war, wie bereits erwähnt, auch in der Stichprobe dieser Arbeit zu beobachten. Da die Wahl eines Reiseziels keiner objektiven Wahrheit folgt und stark vom persönlichen Geschmack abhängt, erfolgt der Vergleich vorzugsweise mit ähnlichen Reisenden. Wie die Theorie nahelegt, verstärkt sich der Vergleichseffekt bei als ähnlich wahrgenommenen Personen. Nutzer generierte Inhalte (UGC – user generated content) gelten als einflussreich; für die vorliegende Stichprobe trifft dies jedoch nur eingeschränkt zu. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei der Unterkunftswahl, die häufig kurzfristig erfolgt. Der Einfluss soziale Medien ist vor allem vor dem Reiseantritt erkennbar, jedoch erst nach Festlegung des Reiseziels. Einige Teilnehmende berichten von indirekter Beeinflussung; trotz der Präferenz von Empfehlungen aus dem eigenen Netzwerk wird

der Medien- und Technologieeinfluss von manchen Teilnehmern*innen als subtil und nahezu unmerklich beschrieben. Wie auch in der Literatur, beispielsweise bei Kaplan & Haenlein (2010) genannt wird, ist es wichtig, UGC klar zu definieren. UGC stellt, entsprechend den Ergebnissen dieser Stichprobe, ein wichtiges Element der heutigen Gesellschaft dar.

Für die Teilnehmer*innen dieser Studie sind Geolokalisierungs-App wie GoogleMaps wichtiger als soziale Medien. Es wurde erfragt, ob Reisen ohne Buchungs-App oder digitale Karten vorstellbar sei. Vor dem Hintergrund rascher technologischer Entwicklungen erschien die Rückkehr zu Papierkarten einigen Befragten interessant, anderen lediglich hypothetisch. Reiseblogs werden – wenn überhaupt- vorwiegend anlassbezogen genutzt. Blogs werden nicht regelmäßig gelesen; Accounts außerhalb von Instagram kaum verfolgt. Selbst bei bekannten Persönlichkeiten legen Teilnehmende strenge persönliche Auswahlkriterien an. Tendenziell werden *Content-Creator* mit weniger *follower* bevorzugt, da diese als glaubwürdiger und transparenter wahrgenommen werden. Bewertungen auf GoogleMaps oder in Reise-Apps wie Hostelworld werden hingegen von allen Teilnehmenden in verschiedenen Phasen der Reise herangezogen. Bewertungen werden persönlich gewichtet: Einerseits erfolgt ein Vergleich mit anderen, (wohin geht diese Person? Befinde ich mich in meiner „Bubble“? Wer ist dort aufzutreten? Hostelworld zeigt durch Flaggen, welche Nationalitäten im Hostel vertreten sind); Andererseits genießen Empfehlungen aus dem eigenen Bekanntenkreis besonders Vertrauen. Wie in mehreren Teilen dieser Arbeit angesprochen und auch in der Literatur vertreten wird. Kontakt und Empfehlungen von Einheimischen werden hochgeschätzt; die aktive Kontaktaufnahme wird positiv bewertet. Entgegen mancher Erwartung dienen soziale Medien weniger der Zielwahl als vielmehr der Informationssuche vor der Anreise. Während der Reise werden soziale Medien vor allem für Kontaktpflege genutzt; teils auch als „modernes Fotoalbum“ zur Dokumentation und zum Teilen des Erlebten genutzt. Der Unterschied in den Nutzung sozialer Medien vor- während und nach der Reise, wie auch in Yuan et al. (2022) beschrieben, war auch in dieser Arbeit wichtig und war ein wichtiger Teil des Interviewleitfadens. Allerdings wurde von den Teilnehmenden dieser Unterschied meist nicht bewusst wahrgenommen, bis er explizit thematisiert wurde. Die Ergebnisse ähneln denen der Studie von Yuan et al. (2022), sind jedoch nicht identisch. Vor- und während der Reise werden soziale Medien hauptsächlich zur Informationssuche genutzt, während sie nach der Reise vor allem dazu dienen, Erinnerungen zu teilen und um über besuchte Ort informiert zu bleiben. Allerdings geben nur wenige Teilnehmer*innen an, sich nach der Reise näher mit dem Thema auseinanderzusetzen. Die Fragestellung zur Definition von sozialen Medien wurde bewusst offen gestaltet, um Beeinflussung zu vermeiden; häufig war jedoch eine Nachfrage zu Arbeitsdefinition erfragt, da diese nicht immer den tatsächlich genutzten

Anwendungen entsprach. Beispielsweise geben einige Teilnehmer*innen an, keine sozialen Medien zu nutzen, obwohl der Kontakt über eine als soziales Medium einzustufende Plattform wie z.B. WhatsApp erfolgte. Vergleich- und sozialer Druck durch soziale Medien werden bereits im ersten Interview (nach dem Test-Interview) thematisiert, wobei aufkam, dass der Einfluss der sozialen Medien es oft erschwert die Reise individuell im individuellen Tempo zu gestalten.

Zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage erwiesen sich einige Kategorien als relevanter als andere. Grundsätzlich wird eine, teils indirekte-Beeinflussung, durch externe Meinungen eingeräumt; soziale Medien werden jedoch von niemandem als primäre Inspirationsquelle für die Zielwahl genannt. Hinsichtlich der Reiseorganisation zeigt sich für Vor-Ort-Aktivitäten ein differenzierteres und weniger eindeutiges Bild. Die Zielwahl erfolgt überwiegend unabhängig von sozialen Medien, die Auswahl von Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten werden hingegen stärker durch diese beeinflusst. Wie auch in Sakshi et al. (2020) gezeigt wird, werden soziale Medien für die Feinkonzeption einer Reise genutzt, also um die Aktivitäten zu organisieren oder bestimmte Sehenswürdigkeiten zu „speichern“. Die Wahl des Reiseziels wird überwiegend von anderen Faktoren bestimmt. Die Präsentation in den unterschiedlichen sozialen Medien hat einen großen Einfluss auf die Nutzer*innen, weshalb es wichtig ist, sich darauf zu konzentrieren und dies bewusst wahrzunehmen (Sakshi et al., 2020, S.8f).

Ein weiterer Aspekt, zu dem die Teilnehmenden befragt wurden, betraf die Präferenz für lange oder kurze Reisen sowie deren jeweiligen Definitionen. Die Antworten zeigten dabei eine deutliche Tendenz zugunsten längerer Reisen. Kürzere Reisen wurden zwar ebenfalls als attraktiv beschrieben, jedoch weniger im Zusammenhang mit dem Alleinreisen oder dem tieferen Eintauchen in eine fremde Kultur. Auffällig ist, dass die Definition der Reisedauer stark von der jeweiligen Lebenssituation abhängt. So wird beispielsweise von einer Person in einem etablierten beruflichen Kontext (sichtbar in INT_10) bereits eine Woche als „lange Reise“ wahrgenommen. In diesen Fällen tritt die Differenzierung zwischen Urlaub und Reise in den Hintergrund, da berufstätige Personen für jede Abwesenheit vom Arbeitsplatz eine Anzahl von begrenzten Urlaubstagen aufwenden müssen. Nawijn et al. (2010) untersuchen in diesem Zusammenhang die Wahrnehmung zwischen Reisen und Glücksempfinden. Eine eindeutige Tendenz konnte nicht festgestellt werden; vielmehr wird das Reisen als eine Form der Flucht aus der Alltagsroutine beschrieben (Nawijn et al. 2010, S. 36). In der vorliegenden Arbeit zeigt sich, dass die Länge einer Reise zwar relativ ist, jedoch eng mit der empfundenen Zufriedenheit und dem Aspekt der Entdeckung verknüpft wird.

Bezüglich des Paradigmenwechsels durch künstliche Intelligenz und der Zukunftsperspektiven ergibt sich ein anderes Bild. Der Einsatz der künstlichen Intelligenz zur Reiseplanung befindet sich für viele Reisende noch in der Etablierungsphase, doch alle benutzen diese auf unterschiedlicher Weise unbewusst. Eine Nutzung zur konkreten Reiseorganisation wird kaum genannt aber es scheint ein gewisses Interesse daran zu geben. Angemerkt sei, dass die konkrete Definition von künstlicher Intelligenz für viele der Teilnehmer*innen unklar war. Keiner der Teilnehmer*innen gibt an, KI für die Organisation seiner*ihrer Reisen zu nutzen, doch mehrere nennen diese als Inspirationsquellen. Wie in Kirste & Schürholz (2019) beschrieben, ist die Definition von künstlicher Intelligenz noch nicht einheitlich. In dieser Arbeit ist der Unterschied zwischen KI und KI-gestützten Tools zentral, und die Nutzung einiger Apps und reiseunterstützender Tools wird nicht als KI wahrgenommen, obwohl auch vielgenutzte Portale wie Booking.com auf unterschiedliche KI-gestützte Tools setzt. Angesichts dynamischer Entwicklungen fällt es schwer, Unterschiede zwischen neuen technologischen Angeboten eindeutig zu erfassen. Teilweise wird nur ChatGPT als künstliche Intelligenz wahrgenommen; andere Anwendungen sind unbekannt oder werden nicht als KI erkannt. Dies lässt sich im Sinne der Innovationstheorie erklären – insbesondere hinsichtlich unterschiedlicher Einführungs- und Annahmestufen. Einzelne Funktionen werden bereits genutzt, ohne sich eine umfassende Anwendung derzeit vorstellen zu können. Vertiefende Nachfragen zeigen, dass die Fokusgruppe –bedingt durch Spontanität und Reiseerfahrung- weniger planend vorgeht und sich stärker von Situationen leiten lässt.

Weiteres zur zweiten Forschungsfrage: *„In welchem Ausmaß und mit welchem Bewusstsein nutzen Alleinreisende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren Anwendungen künstlicher Intelligenz zur Reiseplanung und -entscheidung?“* Es ist festzuhalten, dass etwa die Hälfte der Teilnehmer*innen angab, mindestens einmal künstliche Intelligenz (hauptsächlich ChatGPT) in direkten Reisekontext genutzt zu haben. Vertiefende Fragen legen nahe, dass KI faktisch von allen –zum Teil unbewusst-mitgenutzt wird. Daher ist zwischen expliziten KI-Tools und KI-gestützten Anwendungen zu differenzieren. Auch verbreitete Buchungsanwendungen setzten KI-Funktionen ein- oft ohne bewusste Wahrnehmung von dem Nutzer. Beispielsweise kommen bei Suche, Personalisierung von Inhalten, Support und der Optimierung zukünftiger Suchanfragen KI-Verfahren zum Einsatz. Einige Teilnehmer*innen revidierten ihre Antworten, nachdem präzisiert wurde, was unter KI zu verstehen ist. Wichtig ist somit die begriffliche Unterscheidung zwischen KI und KI-gestützten Tools.

Ein weiterer Motivationshintergrund dieser Arbeit ist die Frage, ob durch zunehmende KI-Nutzung standardisierte Vorschläge entstehen und dadurch die Einzigartigkeit der eigenen Reise verloren geht.

Dazu werden verschiedenen Standpunkte entwickelt: Einerseits könnten Antworten teilweise standardisiert sein, andererseits lernen Systeme aus Nutzung und passen bei präziser Fragestellung Ergebnisse an dem/die jeweilige*n Nutzer*in an. Hammerschmidt & Kimpflinger (2023) beschrieben, wie künstliche Intelligenz für viele Menschen bereits Teil des alltäglichen Leben ist und erläutern, dass der Mehrwert letztendlich darin besteht, das Nutzererlebnis zu optimieren (Hammerschmidt & Kimpflinger, 2023, S. 198). Charakteristisch für die Teilnehmenden ist zudem die Bereitschaft, weniger touristische, weniger standardisierte Sehenswürdigkeiten aufzusuchen und Reisen individuell zu gestalten. Für die Zukunft wird es interessant sein, ob sich die verschiedene KI-Systeme so auf ein Individuum fokussieren können, dass sie dessen Vorlieben verstehen und optimierte Empfehlungen anbieten können. Daher gilt –nach Aussagen einiger Interviewten– der Kontakt zu Einheimischen als besonders wichtig, da er spezifische und passgenaue Hinweise ermöglicht.

Wie in dieser Arbeit auch aufgezeigt, zeigen auch weitere Studien und Forschungen, dass UGC (user-generated content), also Inhalte die direkt von Nutzern generiert werden, einen viel größeren Einfluss auf die Individuen haben als kommerzielle Werbung. Soziale Medien, haben auch die Tourismusbranche verändert und sind zu einer der am meiste benutzen Quellen bei der Reiseplanung oder Inspirationsgewinnung geworden. Dabei wir jedoch unbewusst zwischen „echten Freunden“ und „Social-Media-Freunden“ unterschieden, wobei geographische Grenzen in den sozialen Medien eine neue Bedeutung annehmen (Yang et al., 2025, S 2).

6.1 Fazit

“Neben der Erzählung neuer Geschichten, hinterfragen akademische Bücher auch frühere Geschichten und Darstellungen“ (Pavlenko, 2006, S. 227).³² (Übersetzt mit DeepL, 2025).

In diesem Schlusskapitel wird nochmals auf die beiden Leitfragen eingegangen.

Zur ersten Forschungsfrage zeigt sich, dass soziale Medien die Zielortwahl der befragten Personen lediglich begrenzt beeinflussen; aktuell erweist sich das soziale Umfeld der Einzelnen als

³² “In addition to telling new stories, academic books also challenge earlier stories and accounts” (Pavlenko, 2006 S.227)

bedeutsamer als die digitale Sphäre. Zugleich ist aber eine nicht unmittelbar wahrgenommene, indirekte Beeinflussung durch soziale Medien zu berücksichtigen, die einige Teilnehmende erst nach vertiefter Reflexion benannten.

Hinsichtlich des Bewusstseinsniveaus und der Nutzung von künstlicher Intelligenz ist die Antwort eng an den Erhebungszeitpunkt gebunden und unterliegt voraussichtlich einer dynamischen Entwicklung. Derzeit wird KI bewusst, aber eher oberflächlich eingesetzt, primär zur Inspiration und weniger für die eigentliche Reiseplanung. Gleichwohl nutzen alle Teilnehmenden KI auf die eine oder andere Weise, teils ohne es zu bemerken. Daraus lässt sich – vorbehaltlich künftiger, spezifischerer Untersuchungen – ableiten, dass der bewusste Einsatz von KI zunehmen und KI mittelfristig einen größeren Stellenwert im Alltag einnehmen wird.

Zusammenfassend lässt sich dieses Forschungsprojekt als Bilanz einer „Reise“ mit jungen Erwachsenen schließen. Im Kern zeigt sich: Personen, die sich für das Alleinreisen entscheiden, neigen auch dazu, ihren Lebensmittelpunkt früh aus dem Herkunftskontext zu verlagern und die eigene Komfortzone bewusst zu verlassen. Der familiäre Einfluss ist dabei deutlich erkennbar – sowohl in verstärkender Form, wenn Reiseverhalten vorgelebt wird, als auch kontrastiv, wenn gegenteilige Erfahrungen den Wunsch stärken, die Welt eigenständig zu erkunden. Das Alter beim ersten Solo-Trip erweist sich als individuell und kontingent; ausschlaggebend sind vor allem intrinsische Motive der Selbst- und Welterkundung. Auch die Reiseziele werden überwiegend situativ und weniger durch soziale Medien bestimmt. Gleichwohl besteht ein untergründiger Einfluss digitaler Umwelten, deren Wirkung im Alltag mitunter unbewusst bleibt. Entscheidender für die Zielwahl sind nahestehende Personen aus der eigenen sozialen Sphäre (Freundeskreis, Familie, Bekannte). Mit wachsender Reiseerfahrung nimmt zudem die Spontaneität zu. Mehrere Teilnehmende können sich vorstellen, ohne Geolokalisierungs-Apps zu reisen – eher als selbstgesetzte Herausforderung denn als dauerhafte Anpassung des Lebensstils. Künstliche Intelligenz dient gegenwärtig primär als Inspirationsquelle und wird meist indirekt genutzt; ihr bewusster Einsatz greift in der Regel nicht in die konkrete Planung ein. Zugleich ist eine unbeabsichtigte, implizite Nutzung bei allen Beteiligten präsent und dürfte perspektivisch zunehmen. Mit Blick in die Zukunft überwiegt unter den befragten jungen Erwachsenen (20–30 Jahre) eine grundsätzlich positive, hoffnungsvolle Reiseorientierung.

6.1.1 Limitation der Arbeit

Die Limitationen dieser Arbeit werden ausdrücklich anerkannt: Zwar verfolgt sie das Ziel, bestehende Forschungslücken zu schließen, doch ist ihre Gültigkeit angesichts der fortlaufenden Entwicklungen

in den behandelten Fachgebieten nur eingeschränkt. Zudem ergeben sich die Grenzen dieser Masterarbeit insbesondere aus zeitliche Vorgaben sowie begrenzten verfügbaren Ressourcen. Eine nennenswerte Einschränkung besteht in der fehlenden Differenzierung nach Geschlecht, die potenziell zu differenzierten Ergebnissen und neuen Perspektiven hätte führen können. Eine weitere Limitation betrifft die Methodik und ist unmittelbar durch das knappe Zeitbudget beeinflusst. In dieser Arbeit wurde ausschließlich mit leitfadengestützte Interviews gearbeitet, einer geeigneten jedoch begrenzt generalisierbaren Methode, die durch standardisierte Fragebögen komplementär hätte erweitert werden können. Die Teilnehmer*innen wurden mittels Schneeballverfahren rekrutiert. Dieses Vorgehen führt häufig dazu, dass Personen mit ähnlichen sozialen oder fachlichen Hintergrund ausgewählt werden. Für vertiefte Analyse bzw. eine Weiterentwicklung der Arbeit wäre es jedoch sinnvoll gewesen, kulturelle Unterschiede detaillierter zu berücksichtigen. Entsprechende Daten konnten im Rahmen dieser Arbeit nicht erhoben werden. Obwohl eine theoretische Sättigung erreicht wurde, hätten sich mit einer größeren Stichprobe zusätzliche Facetten und Vergleichslinien untersuchen lassen. Im Verlauf der Arbeit zeigt sich zudem, dass das unmittelbare Forschungsinteresse der Forscherin sowohl Vor- als auch Nachteile mit sich bringt. Einerseits ermöglicht der persönliche Bezug ein sensibles Verständnis für Emotionen und Sichtweisen der Teilnehmenden; andererseits erschwert er in Teilen die vertiefte Distanzierung in verschiedenen Aspekten des Forschungsprozesses und die konsequente Aufrechterhaltung einer objektivierenden Perspektive.

Weitere Interessante Aspekte, die in dieser Arbeit nicht berücksichtigt worden, stehen thematisch in engem Zusammenhang, eröffnen jedoch eine gänzlich andere Perspektive; beispielsweise Heimweh Kulturschock sowie die unterschiedliche Wahrnehmung alltäglicher Erlebnisse, Sitten und Gebräuche. Ein weiterer Punkt, sind terminologische Unterschiede zwischen den verwendeten Interview-Sprachen. Eine mögliche zukünftige Forschungsarbeit könnte daher die Sensibilität für kulturelle, und sprachliche Anpassungsprozesse in den Blick nehmen, die Reisende im Verlauf ihrer Erfahrungen entwickeln.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Kombination aus begrenzten Ressourcen, methodischer Fokussierung und fehlender Geschlechterdifferenzierung den Interpretationsrahmen dieser Ergebnisse einschränkt, ohne jedoch deren explorativen Erkenntniswert zu mindern. Für künftige Studien bieten sich Mixed-Methods-Designs, eine systematische Erhebung demografischer Differenzkategorien und eine größere, diversere Stichprobe an, sodass Generalisierbarkeit und Tiefenschärfe gleichermaßen erhöht werden könnten.

6.1.2 Weiterführende Forschung

„Anders als in der Fiktion dienen Schlusskapitel im wissenschaftlichen Genre nicht nur dazu, lose Enden zusammenzuführen, sondern auch dazu, neue Fragen zu stellen, die sich an folgenden Linien orientieren“ (Pavlenko, 2006, S. 227)³³

Im Verlauf der Durchführung dieser Arbeit haben sich weitere spannende Themen abgezeichnet, die als Ansatzpunkt für zukünftige Forschung in diesem Feld dienen können. Die erste Idee knüpft an den ursprünglichen Projektgedanken an, ließ sich jedoch aufgrund begrenzter Zeit und Ressourcen nicht realisieren: ein Generationsvergleich. Es wäre erkenntnisreich, zu untersuchen, wie unterschiedlichen Generationen mit sozialen Medien und neuen Technologien interagieren, um Differenzen systematisch zu analysieren und belastbare Zukunftsperspektiven abzuleiten. Ein weiterer Strang betrifft geographische und kulturelle Unterschiede im Bezug zum Forschungsthema. Bereits in dieser Arbeit zeigten sich deutliche Variationen, die jedoch zugunsten anderer Vertiefungen bewusst nicht systematisch verfolgt wurden. Künftige Studien könnten diese Differenzen vergleichend herausarbeiten – etwa zwischen Weltregionen, urbanen und ländlichen Räumen oder tourismusintensiven und-peripheren Orten. Die unterschiedlichen Typologien des Reisens wurden hier nicht im Detail analysiert; stattdessen wurde nach bevorzugten Reiseformen gefragt, ohne die Stichprobe auf bestimmte Typen von Reisenden zu begrenzen. Anschließende Arbeiten könnten gezielt Typologien (z. B. Solo-, Van-, Backpacking-, Slow- oder Abenteuerreisen) erfassen, um Muster in Motivation, Planung, Mediennutzung und Sicherheitswahrnehmung zu vergleichen. Ein letzter Vorschlag bezieht sich auf die Reisedauer als unterscheidendes Kriterium. Die vorliegende Studie hat diesen Aspekt nicht streng fokussiert, doch bietet dieser Potenzial, weitere Forschungslücken zu schließen - insbesondere im Kontext des vergleichsweise neuen Phänomens der „Digital Nomads“. Hier wären Längsschnitt- und Mixed-Methods-Designs geeignet, um Alltagspraxen, Ortsbindungen, digitale Infrastrukturen und Wohlbefinden über Zeit zu erfassen.

³³ Unlike in fiction, closing chapters in the scholarly genre serve not only to tie up loose ends, but to ask new questions along the lines (Pavlenko, 2006 S. 227)

7. Bibliographie

- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Atteslander, P., Cromm, J., Grabow, B., Klein, H., Maurer, A., & Siegert, G. (2010). *Methoden der empirischen Sozialforschung* (13., neu bearbeitete und erweiterte Auflage). Erich Schmidt Verlag.
- Barbierik, L., Bacikova-Sleskova, M., & Petrovova, V. (2023). The role of social appearance comparison in body dissatisfaction of adolescent boys and girls. *Europe's Journal of Psychology*, 19(3), 244–258. <https://doi.org/10.5964/ejop.6443>
- Braunecker, C. (2021). *How to do empirische Sozialforschung: Eine Gebrauchsanleitung*. Facultas. <https://doi.org/10.36198/9783838555959>
- Chuchu, T. (2019). Technology as an Emerging Educational Tool for Tourism Information Sourcing: A Content Analysis 2006 to 2018. *International Journal of Recent Contributions from Engineering, Science & IT (iJES)*, 7(2), 49. <https://doi.org/10.3991/ijes.v7i2.10772>
- Coelho, P. (2014). *L'Alchimista* (R. Desti, Übers.; 4a ed. anniversario). Bompiani.
- Conran, M. (2006). Commentary: Beyond Authenticity: Exploring Intimacy in the Touristic Encounter in Thailand. *Tourism Geographies*, 8(3), 274–285. <https://doi.org/10.1080/14616680600765230>
- Corcoran, K., & Cruisius, J. (2016). Sozialer Vergleich. In *Enzyklopädie der Psychologie*. Hogrefe.
- Daniel Haimovich & Nadav Ravid. (2025). *Connected Papers* (Kostenloseversion) [Software].
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Florence. (2024, Januar 6). Wie Reise-Kultur Anspruch mit Komfort verbindet. *kulturvermittlung-online.de*. <https://kulturvermittlung-online.de/wie-reise-kultur-anspruch-mit-komfort-verbindet/>

- Fuß, S., & Karbach, U. (2014). *Grundlagen der Transkription: Eine praktische Einführung*. Verlag Barbara Budrich.
- Gim, J., Kim, S. I., Park, S., & Kim, H. (2025). Traveling alone, reviewing differently: Identifying distinctive hotel evaluation behaviors of solo travelers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 42(1), 100–117. <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2425103>
- Global social media Statistics*. (2025, Februar). [Report]. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/social-media-users>
- Gössling, S., Cohen, S. A., & Hibbert, J. F. (2018). Tourism as connectedness. *Current Issues in Tourism*, 21(14), 1586–1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1157142>
- Güls, A. (2025a, Februar 11). Reiseziele 2025. *Tourismusanalyse*. <https://www.tourismusanalyse.de/2025/reiseziele-2025/>
- Güls, A. (2025b, August 4). Urlaub 2025: So reisen die Deutschen. *Stiftung für Zukunftsfragen*. <https://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/urlaub-2025-so-reisen-die-deutschen/>
- Günther, A., & Hopfinger, H. (2009). Neue Medien – neues Reisen? Wirtschafts- und kulturwissenschaftliche Perspektiven der eTourismus Forschung. *Zeitschrift Für Tourismuswissenschaft*, 1(2), 121–150. <https://doi.org/10.1515/tw-2009-0203>
- Gyr, U. (2008). *Reisekultur und Urlaubsanalyse: Standorte und Forschungstrends in neueren Untersuchungen* [Text/html,application/pdf,text/html]. <https://doi.org/10.5169/SEALS-118254>
- Hammerschmidt, W., & Kimpflinger, A. (2023). Künstliche Intelligenz im Tourismus-Marketing – Mehrwert-Potenziale für die Customer Journey. In M. A. Gardini & G. Sommer (Hrsg.), *Digital Leadership im Tourismus* (S. 197–213). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37545-4_8
- Holiday. (2025). In *Cambridge Dictionary*.

- Indah Pratiwi Nuning, I Nyoman Adi Sudipta, & Wahyu Indra Satria. (2024, Dezember 2). Optimizing the Use of Social Media as a Marketing Tool in Digital Marketing. *Jurma : Jurnal Program Mahasiswa Kreatif Universitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia*, 250–254.
- Izchak, O. E. (2025, August 21). *6 Examples of How AI is Used in the Travel Industry*. Mize. <https://mize.tech/blog/6-examples-of-how-ai-is-used-in-the-travel-industry/>
- Jaroslav “Jarek” Kutylowski. (2025). *DeepL* (Version Kostenlose Version) [Software].
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Karnowski, V., & Kümpel, A. S. (2016). Diffusion of Innovations. In M. Potthoff (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung* (S. 97–107). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09923-7_9
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. JSTOR.
- Kirste, M., & Schürholz, M. (2019). Einleitung: Entwicklungswege zur KI. In V. Wittpahl (Hrsg.), *Künstliche Intelligenz* (S. 21–35). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-58042-4_1
- Kretz, V. E. (2020). Social Comparison Theory. In J. Bulck (Hrsg.), *The International Encyclopedia of Media Psychology* (1. Aufl., S. 1–5). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0156>
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2024). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Umsetzung mit Software und künstlicher Intelligenz* (6. Auflage). Juventa Verlag.
- Lacárcel, F. J. (2022). *Main uses of artificial intelligence in digital marketing strategies linked to tourism*. <https://doi.org/10.34623/MPPF-R253>

- López-Naranjo, A. L., Puente-Riofrio, M. I., Carrasco-Salazar, V. A., Erazo-Rodríguez, J. D., & Buñay-Guisñan, P. A. (2025). Artificial intelligence in the tourism business: A systematic review. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 8, 1599391. <https://doi.org/10.3389/frai.2025.1599391>
- Macías Urrego, J. A., García Pineda, V., & Montoya Restrepo, L. A. (2024). The power of social media in the decision-making of current and future professionals: A crucial analysis in the digital era. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2421411. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2421411>
- Masterarbeit—Studienprogrammleitung Publizistik. (2025, November 4). [Post]. Universität Wien. <https://spl-publizistik.univie.ac.at/master/studienabschluss/masterarbeit/>
- Mayring, P. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (13., überarbeitete Auflage). Beltz.
- Moradi, E., Kazemi, N., Salehipour, M. R., Norouzi Seyed Hosseini, R., & Ghaderi, Z. (2025). A quarter-century of contributions to tourism scholarship: Tracing historical themes and citation patterns in current issues in tourism. *Current Issues in Tourism*, 1–23. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2446978>
- Nawijn, J., Marchand, M. A., Veenhoven, R., & Vingerhoets, A. J. (2010). Vacationers Happier, but Most not Happier After a Holiday. *Applied Research in Quality of Life*, 5(1), 35–47. <https://doi.org/10.1007/s11482-009-9091-9>
- Nirkow, A., & Abbasian, S. (2024). Solo traveling behavior in pre-pandemic and post-pandemic eras – a comparative analysis. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 19(4), 465–477. <https://doi.org/10.1108/CBTH-01-2024-0029>
- OpenAI. (2025a). *ChatGPT* [Post]. Definition von künstlicher Intelligenz [Software].
- OpenAI. (2025b). *ChatGPT* (Kostenloseversion) [Software].
- Otegui-Carles, A., Araújo-Vila, N., & Fraiz-Brea, J. A. (2022). Solo Travel Research and Its Gender Perspective: A Critical Bibliometric Review. *Tourism and Hospitality*, 3(3), 733–751. <https://doi.org/10.3390/tourhosp3030045>

- Pavlenko, A. (2006). *Emotions and Multilingualism* (1. Aufl.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511584305>
- Perplexity AI. (2025). *Perplexity AI* [Post]. Definition von künstlicher Intelligenz [Software].
- Philipp. (2024, Januar 14). *Deduktiv Induktiv Kombination Qualitative Inhaltsanalyse* (Mayring & Co.) [Wissenschaftliche Methoden]. shrike! <https://shrike.de/deduktiv-induktiv-kombination-qualitative-inhaltsanalyse/>
- Popşa, R. E. (2024). Exploring the Generation Z Travel Trends and Behavior. *Studies in Business and Economics*, 19(1), 189–189. <https://doi.org/10.2478/sbe-2024-0010>
- Raab, G., Unger, A., & Unger, F. (2010). Theorie sozialer Vergleiche. In *Marktpsychologie* (3., S. 30–41). Gabler Verlag | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6314-7_3
- Redaktion. (2025, Januar 6). Der Wandel der Reisekultur: Von Pauschalreisen zu individuellen Abenteuern. *LokalKlick*. <https://lokalklick.eu/2025/01/06/der-wandel-der-reisekultur-von-pauschalreisen-zu-individuellen-abenteuern/>
- Reise. (2025). In *Duden*.
- Sakshi, Tandon, U., Ertz, M., & Bansal, H. (2020). Social vacation: Proposition of a model to understand tourists' usage of social media for travel planning. *Technology in Society*, 63, 101438. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101438>
- Spiller, R., Rudeloff, C., & Döbler, T. (Hrsg.). (2022). *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2>
- Trip. (2025). In *Cambridge Dictionary*.
- Tuo, Y., Wu, J., Zhao, J., & Si, X. (2025). Artificial intelligence in tourism: Insights and future research agenda. *Tourism Review*, 80(4), 793–812. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2024-0180>

- Universität Wien, Center for Teaching and Learning (CTL). (2024). *KI-generierte Übersetzungen* (Handout).
https://ctl.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/z_ctl_neu/Angebote_fuer_Studierende/Handouts_Leitfaeden_und_Ressourcen/Handouts_und_Leitfaeden/2024_06_14_KI-generierte_Uebersetzungen.pdf.
- Urlaub. (2025). In *Duden*.
- Wani, Z. A., Bhat, A., Vishnoi, V., Praveen, H., Simon, N. H., & Hephzibah, D. (2024). Impact of Social Media on Society: A Literature Review. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 50(4), 320–328. <https://doi.org/10.9734/ajess/2024/v50i41334>
- Wolf, C. (2022). Diffusion of Innovations: Von Everett M. Rogers (1962). In R. Spiller, C. Rudeloff, & T. Döbler (Hrsg.), *Schlüsselwerke: Theorien (in) der Kommunikationswissenschaft* (S. 151–170). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-37354-2_10
- Yang, X., Lin, Z., Kargar, M., & Djafarova, E. (2025). The echoes of social media friends' travels: Social influence and venue selection in a hyperconnected world. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1), 1069. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05450-2>
- Yepez, C., & Leimgruber, W. (2024). The evolving landscape of tourism, travel, and global trade since the Covid-19 pandemic. *Research in Globalization*, 8, 100207. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2024.100207>
- Yuan, Y., Chan, C.-S., Eichelberger, S., Ma, H., & Pikkemaat, B. (2022). The effect of social media on travel planning process by Chinese tourists: The way forward to tourism futures. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2021-0094>
- Zeng, B., & Gerritsen, R. (2014). What do we know about social media in tourism? A review. *Tourism Management Perspectives*, 10, 27–36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.01.001>
- Zhang, Z., Zhang, Y., Li, Y., & Shen, Z. (2024). Solo traveler typology based on personal value: Incorporating cluster analysis into means-end chain. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101247. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101247>

Verwendete AI-Tools:

Aravind Srinivas, Denis Yarats, Johnny Ho, & Andy Konwinski. (2025). *PerplexityPro* (ProVersion) [Software].

DeepL, (2025). Übersetzt mit DeepL. In *DeepL*. <https://www.deepl.com/it/translator>

OpenAI. (2025b). *ChatGPT* (Kostenloseversion) [Software].

Perplexity AI. (2025). *Perplexity AI* [Post]. Definition von künstlicher Intelligenz [Software].

Transkriptions- und Spracherkennungs-Tool. (2025). *TurboScribe* (Kostenlose Version) [Software].

8. Anhänge

8.1 Interviewleitfaden

8.1.1 Interviewleitfaden Deutsch

Hallo,

falls es für dich in Ordnung ist, würde ich dir zunächst eine kurze Einführung in das Thema geben, bevor wir direkt mit den Fragen starten.

Zunächst einmal vielen Dank, dass du meine Einladung angenommen hast und an meinem Projekt teilnimmst. Ich weiß deine Zeit sehr zu schätzen. Falls du Interesse hast, kann ich dir nach Abschluss meiner Arbeit gerne eine Kopie meiner Masterarbeit zusenden – so kannst du die Ergebnisse einsehen und sehen, welchen wertvollen Beitrag deine Unterstützung geleistet hat.

Wie du wahrscheinlich bereits weißt, lauten meine Forschungsfragen:

FF 1: Welchen Einfluss haben digitale Medien auf die Wahl von Reisezielen bei Alleinreisenden Erwachsenen im Alter von 20 bis 30 Jahren im Kontext individueller Entscheidungsprozesse?

und

FF 2: In welchem Ausmaß und mit welchem Bewusstsein nutzen Alleinreisende im Alter zwischen 20 und 30 Jahren Anwendungen künstlicher Intelligenz zur Reiseplanung und -Entscheidung?

In den letzten Jahren habe ich durch das Reisen um die Welt viele wertvolle Erfahrungen gesammelt. Nach einigen Herausforderungen bei der Themenfindung für meine Masterarbeit hat es sich fast von selbst ergeben, dass ich mich für die Tourismusforschung entschieden habe. Ich finde dieses Thema äußerst spannend, und die Untersuchung der Veränderungen im Tourismus – insbesondere im Zusammenhang mit neuen Technologien – bietet eine interessante Möglichkeit, auch unsere Gesellschaft besser zu verstehen.

Wenn es für dich passt, würde ich nun mit der Aufnahme beginnen. Ich erinnere dich daran, dass alles vollständig anonym bleibt und die Aufzeichnung ausschließlich dazu dient, unser Gespräch später präzise zu transkribieren.

Falls eine Frage zu persönlich oder unangenehm für dich ist, kannst du das einfach sagen – du musst nichts beantworten, womit du dich nicht wohlfühlst.

Wenn du keine Fragen hast, können wir loslegen.

Ich benötige aus ethischen Gründen deine Zustimmung.

Ist es für dich in Ordnung, dass ich dieses Interview aufzeichne und das Material anschließend in vollständiger Anonymität für meine empirische Forschung verwende?

Einstieg: Allgemeine demographische Fragen

- Wie alt bist du?
- In welchem Land bist du geboren? Und wo wohnst du jetzt?
- Was ist dein höchster Bildungsabschluss?
- Was ist dein Beruf?
- Wie oft würdest du sagen, dass du im Jahr verreist?
- Magst du eher kurze Reisen (z. B. ein Wochenende oder ein verlängertes Wochenende) oder lange Reisen?
- Bist du als Kind mit deiner Familie mehr als dreimal im Jahr länger als ein Wochenende verreist?
 - Falls mit Familie verreist→ Glaubst du, dass die Reisen, die du als Kind miterleben dürftest, einen Einfluss auf dein jetziges Reiseverhalten haben? Wenn ja, warum?
 - Falls mit Familie nicht verreist→ Glaubst du, dass das nicht Reisen mit deiner Familie einen Einfluss auf dein jetziges Reiseverhalten hat? Wenn ja, warum?

- Wann und wo hast du deine erste Solo-Reise gemacht?
 - Wie viele Reisen hast du alleine gemacht?
 - Gibt es noch weitere wichtige Informationen über dich, die für diese Forschung relevant sein könnten? Falls ja, welche?
-

Reiseverhalten

- Warum tust du überhaupt reisen?
 - Was ist deine Definition von Solo-Traveler?
 - Wie entscheidest du, welche Art von Reise du unternehmen wirst?
 - In welcher Art tust du am meisten Reisen (Fahrrad, Fliegen...)?
 - Wie entscheidest du dich für deine Reiseziele?
 - Kannst du mir drei Aspekte sagen, die du beim Reisen suchst? (z. B. Abenteuer, Entspannung, Nachhaltigkeit...)?
 - Welche drei Faktoren sind für dich bei der Entscheidung des Reiseziels besonders wichtig?
 - Suchst du aktiv nach Informationen über deine Reiseziele? Falls ja, wie und wo?
 - Siehst du einen Unterschied zwischen „Reise“ und „Urlaub“?
 - Hast du noch etwas im Kopf, das für dich in diesem Teil des Gesprächs relevant ist?
-

Reiseplanung

- Wenn du dein Reiseziel festgelegt hast, wie gehst du dann weiter vor?
 - Haben sich deine Reisegewohnheiten über die Jahre verändert? Falls ja, was machst du heute anders als früher?
 - Buchst du deine Unterkünfte immer im Voraus oder entscheidest du spontan vor Ort bzw. kurz davor?
 - Welche Informationsquellen benutzt du zur Planung deiner Reise (z.B. Familie, Freunde, soziale Medien...)?
 - Spielen soziale Medien (z. B. Instagram, YouTube) eine Rolle in deiner Reiseplanung?
 - Glaubst du, du könntest heutzutage ohne Google Maps oder Booking und weitere Technologien entspannt reisen?
 - Hast du noch etwas im Kopf, das für dich in diesem Teil des Gesprächs relevant ist?
-

Technologien und Zukunftsperspektiven

- Spielen Technologien (z. B. Apps, Online-Buchung) eine Rolle bei der Wahl deiner Reiseziele?
- Und in der Reiseplanung?
- Benutzt du Tools aus der künstlichen Intelligenz für deine Reisen?
(Achtung: → immer Name der KI fragen!!)
- Falls du Apps benutzt, benutzt du eine Kombination zwischen verschiedene Apps oder eher nur eine?
- Liest du Reiseblogs?

- Liest du Rezensionen?
 - Falls ja, beeinflussen sie deine Entscheidungen? (z. B. auf Google Maps oder Booking.com)
- Nutzt du diese Technologien bzw. soziale Medien vor, während und nach der Reise in unterschiedlicher Art?
(Pre → Recherche, Während → Kontakt austauschen, Post → Foto oder Inhalte teilen?)
- Nutzt du überhaupt soziale Medien?
 - Falls ja, welche sind es?
 - Folgst du auf diesen Plattformen regelmäßig Travel Influencern?
- Erstellst du selbst Inhalte, z. B. durch Instagram-Posts oder YouTube-Videos?
 - Falls ja, tust du das vor, während oder nach deiner Reise?
 - Und warum tust du es?
- Wie stellst du dir das Reisen in zehn Jahren vor? Welche Entwicklungen erwartest du?
- Hast du noch etwas im Kopf, das für dich in diesem Teil des Gesprächs relevant ist?

Rückblick

Kurze Zusammenfassung des Gesprächs

Ausblick

Ich bedanke mich nochmals herzlich für deine wertvolle Zeit.

Ich befinde mich aktuell in der Erhebungsphase, also im empirischen Teil meiner Masterarbeit. Sobald ich alle Interviews durchgeführt habe, werde ich diese analysieren und anschließend in Verbindung mit theoretischen Grundlagen in meiner Arbeit auswerten.

Voraussichtlich werde ich bis Ende Juli oder Anfang August mit dem Schreiben meiner Masterarbeit fertig sein. Wie bereits erwähnt, kann ich dir gerne eine elektronische Kopie zukommen lassen.

Letzte Frage:

- Gibt es noch etwas, das du für relevant hältst und das wir bisher nicht angesprochen haben?

Super! Ich danke dir nochmals und stoppe jetzt die Aufnahme.

8.1.2 Interviewleitfaden Englisch

RQ 1: What influence do digital media have on the choice of travel destinations among solo travelers aged between 20 to 30?

and

RQ 2: Is artificial intelligence consciously used in travel decision-making and planning by this target group?

If a question is too personal or uncomfortable, feel free to say so – you don't have to answer anything you're not comfortable with.

If you have no questions, we can get started.

I need your consent for ethical reasons.

Is it okay for you that I record this interview and use the material in complete anonymity for my empirical research?

Introduction: General Demographic Questions

- How old are you?
- In which country were you born? And where do you currently live?
- What is your highest educational qualification?
- What is your profession?
- How often would you say you travel in a year?
- Do you prefer short trips (e.g., a weekend or a long weekend) or long trips?
- As a child, did you go on trips longer than a weekend with your family more than three times a year?
 - If you traveled with your family → Do you think the trips you experienced as a child influence your current travel behavior? If so, why?
 - If you did not travel with your family → Do you think not traveling with your family has influenced your current travel behavior? If so, why?
- When and where did you take your first solo trip?

- How many trips have you taken alone?
 - Are there any other important facts about you that might be relevant for this research? If so, which ones?
-

Travel Behavior

- Why do you travel at all?
 - What is your definition of a solo traveler?
 - How do you decide what kind of trip you will take?
 - What is your most common way of travel (bike, plane, etc.)?
 - How do you choose your travel destinations?
 - Can you name three aspects you look for when traveling (e.g., adventure, relaxation, sustainability)?
 - Which three factors are most important to you when choosing a destination?
 - Do you actively search for information about your destinations? If yes, how and where?
 - Do you see a difference between "travel" and "vacation"?
 - Is there anything else on your mind that you think is relevant for this part of the conversation?
-

Travel Planning

- Once you've chosen your destination, how do you proceed?
- Have your travel habits changed over the years? If yes, what do you do differently now?
- Do you always book your accommodation in advance, or do you decide spontaneously on-site or shortly before?
- What sources do you use to plan your trips (e.g., family, friends, social media)?
- Do social media (e.g., Instagram, YouTube) play a role in your travel planning?
- Do you think you could travel comfortably today without Google Maps, Booking, and other technologies?
- Is there anything else on your mind that you think is relevant for this part of the conversation?

Technologies and Future Perspectives

- Do technologies (e.g., apps, online booking) play a role in choosing your travel destinations?
- And in your travel planning?
- Do you use tools based on artificial intelligence for your travels?
(Note: → always ask for the name of the AI!!)
- If you use apps, do you combine multiple apps or stick to just one?
- Do you read travel blogs?
- Do you read reviews?
 - If yes, do they influence your decisions (e.g., on Google Maps or Booking.com)?
- Do you use these technologies or social media differently before, during, and after your trip?
(Pre → research, During → staying in touch, Post → sharing photos or content?)
- Do you use social media at all?
 - If yes, which ones?
 - Do you regularly follow travel influencers on these platforms?
- Do you create your own content, e.g., through Instagram posts or YouTube videos?
 - If yes, do you do it before, during, or after your trip?
 - And why do you do it?
- How do you imagine travel will be in ten years? What developments do you expect?
- Is there anything else on your mind that you think is relevant for this part of the conversation?

Review

Brief summary of the conversation.

Outlook

Thank you again for your valuable time.

I am currently in the data collection phase, which is the empirical part of my master's thesis. Once I've completed all the interviews, I will analyze them and then evaluate them in the context of theoretical foundations in my thesis.

I expect to finish writing my master's thesis by the end of July or the beginning of August. As mentioned, I'll be happy to send you a digital copy.

Final Question:

- Is there anything else you think is relevant and that we haven't yet discussed?

Great! Thanks again – I will now stop the recording.

8.1.3 Interviewleitfaden Italienisch

Ciao,

se per te va bene, vorrei prima darti una breve introduzione al tema, prima di iniziare con le domande.

Innanzitutto, grazie mille per aver accettato il mio invito e per partecipare al mio progetto. Apprezzo molto il tuo tempo. Se ti interessa, posso inviarti una copia della mia tesi di master una volta completata, così potrai vedere i risultati e il prezioso contributo che hai dato con il tuo aiuto.

Come probabilmente già sai, le mie domande di ricerca sono:

***DR 1:** Che influenza hanno i media digitali sulla scelta delle destinazioni di viaggio da parte di viaggiatori solitari tra i 20 e i 30 anni?*

***DR 2:** L'intelligenza artificiale viene utilizzata consapevolmente da questo gruppo nelle decisioni e nella pianificazione del viaggio?*

Negli ultimi anni ho fatto molte esperienze preziose viaggiando in tutto il mondo. Dopo alcune difficoltà nella scelta del tema per la mia tesi di master, è stato quasi naturale orientarmi verso la ricerca turistica. Trovo questo argomento estremamente interessante, e lo studio dei cambiamenti nel turismo – soprattutto in relazione alle nuove tecnologie – offre un modo affascinante di comprendere meglio anche la nostra società.

Se per te va bene, comincerei ora con la registrazione. Ti ricordo che tutto rimane completamente anonimo e che la registrazione serve esclusivamente per trascrivere con precisione la nostra conversazione in un secondo momento.

Se qualche domanda ti sembra troppo personale o scomoda, sentiti libero/a di dirlo – non devi rispondere a nulla che ti faccia sentire a disagio.

Se non hai domande, possiamo iniziare.

Consenso Etico

Ho bisogno del tuo consenso per motivi etici.
Sei d'accordo che io registri questa intervista e utilizzi il materiale, in completo anonimato, per la mia ricerca empirica?

Inizio: Domande demografiche generali

- Quanti anni hai?
 - In quale Paese sei nato/a? E dove vivi attualmente?
 - Qual è il tuo titolo di studio più alto?
 - Qual è la tua professione?
 - Quante volte viaggi all'anno, indicativamente?
 - Preferisci viaggi brevi (es. weekend) o lunghi?
 - Da bambino/a, facevi viaggi in famiglia più di tre volte all'anno (più lunghi di un weekend)?
 - Se sì → Pensi che questi viaggi abbiano influenzato il tuo comportamento attuale? In che modo?
 - Se no → Pensi che il fatto di non aver viaggiato in famiglia abbia influenzato il tuo comportamento attuale? In che modo?
 - Quando e dove hai fatto il tuo primo viaggio da solo/a?
 - Quanti viaggi hai fatto da solo/a?
 - C'è qualche altra informazione importante su di te che pensi possa essere rilevante per questa ricerca?
-

Comportamento di viaggio

- Perché viaggi?
- Qual è la tua definizione di "viaggiatore solitario"?
- Come decidi che tipo di viaggio intraprendere?
- Qual è il tuo mezzo di viaggio preferito (es. bici, aereo...)?
- Come scegli la destinazione del viaggio?
- Puoi indicarmi tre aspetti che cerchi in un viaggio? (es. avventura, relax, sostenibilità...)
- Quali sono i tre fattori più importanti per te nella scelta di una destinazione?
- Cerchi attivamente informazioni sulla destinazione? Se sì, come e dove?

- Vedi una differenza tra “viaggio” e “vacanza”?
 - Vuoi aggiungere qualcosa che ritieni rilevante su questo tema?
-

Pianificazione del viaggio

- Una volta scelta la destinazione, come prosegui con la pianificazione?
 - Le tue abitudini di viaggio sono cambiate nel tempo? Se sì, in che modo?
 - Prenoti sempre in anticipo o decidi spontaneamente sul posto o poco prima?
 - Quali fonti di informazione usi per pianificare il viaggio? (famiglia, amici, social media...)
 - I social media (Instagram, YouTube...) influiscono sulla tua pianificazione?
 - Pensi che riusciresti a viaggiare con tranquillità oggi senza Google Maps, Booking e simili?
 - Vuoi aggiungere qualcosa su questo punto?
-

Tecnologie e prospettive future

- Le tecnologie (app, prenotazioni online, ecc.) influenzano la scelta della destinazione?
- E la pianificazione del viaggio?
- Usi strumenti di intelligenza artificiale per i tuoi viaggi?
 - (Nota: sempre chiedere il nome specifico dell'IA)
- Se usi app, ne combini più di una o ne usi solo una?
- Leggi blog di viaggio?
- Leggi recensioni?
 - Se sì, influenzano le tue decisioni? (es. su Google Maps o Booking.com)
- Usi queste tecnologie/social media in modo diverso prima, durante e dopo il viaggio?
 - (Prima → ricerca; Durante → contatti; Dopo → condividere contenuti)
- Usi i social media?
 - Se sì, quali?
 - Segui influencer di viaggio su queste piattaforme?
- Crei tu stesso/a contenuti (es. post su Instagram, video su YouTube)?
 - Se sì, prima, durante o dopo il viaggio?
 - E perché lo fai?
- Come immagini il viaggio tra 10 anni? Quali sviluppi ti aspetti?

- **Il fatto che viaggiare diventi piú facile secondo te è positivo o negativo?**
 - Vuoi aggiungere qualcosa su questo tema?
-

Prospettiva futura

Ti ringrazio ancora per il tuo tempo prezioso.

Attualmente sono nella fase di raccolta dati, cioè nella parte empirica della mia tesi di master. Una volta completate tutte le interviste, procederò con l'analisi dei dati e li metterò in relazione con la teoria.

Prevedo di completare la scrittura entro fine luglio o inizio agosto. Come già detto, sarò felice di inviarti una copia elettronica.

Ultima domanda:

- C'è qualcosa che ritieni importante e che non abbiamo ancora toccato?
-

Perfetto! Ti ringrazio ancora e ora interrompo la registrazione.

8.2 Transkriptionen von den Interviews

Die nächsten Seiten sind den Transkriptionen der unterschiedlichen Interviews gewidmet. Das Interview der als *Interview 0*, bezeichnet wird, gilt als Voruntersuchung zur Entwicklung des Interviewleitfaden und wurde daher nicht in der Analyse miteinbezogen, wurde jedoch als Probe benutzt und daher auch inkludiert.

Interview 1:

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

G: E poi, perdonami, ma io lo faccio in tedesco, ne ho fatta solo una per adesso, però dovrebbe andare. Adesso mi sistemo tutto e poi ti spiego un attimo come. Okaaay... zaa..

Tu hai fatto il master? Hai fatto...

IP: io ho fatto il Bachelor

G: ah il Bachelor, giù a Bolzano?

IP: nono, l'ho fatto in Olanda... ho fatto 4 anni in Olanda

G: aah figo figo... allora... beh io ho fatto il bachelor in sociologia, adesso stavo facendo il master in giornalismo e comunicazione. Eeeh le mie due domande di ricerca sono, appunto, che influenza hanno i media sulle scelte delle destinazioni di viaggio da parte di viaggiatori solitari tra i 20 e i 30 anni...

IP: okay...

G: e la seconda è l'intelligenza artificiale viene utilizzata consapevolmente da questo gruppo nelle decisioni e nella pianificazione del viaggio. Quindi principalmente sono quattro parti dove ti faccio delle domande, tu rispondi a quello che vuoi, quello che non vuoi, non serve che rispondi, è proprio spontan.

IP: vamos!

G: Allora, iniziamo da un po' di domande generali, così quanti anni hai intanto?

IP: 26.

G: 26. In quale paese sei nata e dove vivi attualmente?

IP: Bolzano, tutto.

G: Tutto a Bolzano?

IP: Che dolore!

G: nooo Qual è il tuo titolo di studio più alto?

IP: Il bachelor.... Ti serve anche in cosa?

G: In cosa, sì.

IP: Ok, era un corso sperimentale che si chiama Trend Watching & Concept Creation.

G: Ok, fighissimo intanto, suona molto bene!

Ridono entrambe

G: E qual è la tua professione? Hai detto che sei in cerca adesso?

IP: Sì, appunto a qualche mese fa lavoravo a marketing per una corporate. È stato molto facile andar via.

Ridono entrambe

G: Hai venduto un po' l'anima al diavolo nelle corporate grandi.

IP: Perché in teoria doveva essere un'aziendina qua local, non è che mi ero documentata troppo bene, a dir la verità. Ho detto, vabbè, mi serve un lavoro. Il primo che trovo, cioè comunque appunto io cercavo qua, ho cercato tanto in Danimarca, cose varie, però il mio settore qua in Italia si traduce come marketing fondamentalmente perché non esiste quello veramente studiato. Loro mi hanno chiamato, ho detto, vabbè dai comunque sei un'aziendina di qua. E poi sono arrivata lì, ho scoperto

che in realtà avevano tipo 60 filiali in giro per l'Europa, quindi ho detto, vabbè. Però insomma comunque era un ambiente toxic, total, super maschilista, super... Grande classico comunque nella logistica, quindi vabbè.

G: Non ti è piaciuto troppo, diciamo?

IP: No, no, no, no.

G: Ok, quante volte viaggi all'anno indicativamente?

IP: Negli ultimi tre anni ho fatto... quindi sono i tre anni che io sono tornata a vivere qua a Bolzano, ho sempre poi fatto più o meno tre mesi fuori.

G: mmhm.. Quindi tre mesi all'anno più o meno te li fai da qualche parte?

IP: Sì.

G: eeh principalmente da sola?

IP: Sì, sì, sì.

G: figo.. Ok, quindi preferisci viaggi brevi, ad esempio weekend, oppure preferisci questi viaggi più lunghi?

IP: Viaggi più lunghi.

G: viaggi più lunghi... E da bambina facevi viaggi con la tua famiglia? Di questo genere?

IP: eehh sni... allora cioè fondamentalmente in generale la risposta è no, nel senso che anche ferie al mare così non le abbiamo quasi mai fatte, però ... eehh mia nonna è brasiliana, non so se..

G: ah

IP: è ok. Praticamente quindi quando eravamo magari piccolini una volta ogni, in realtà tipo 8-9 anni magari andavamo a fare esperienze in Brasile a trovare nonni, bisnonni, cose varie. E quindi appunto quando ero piccola ho fatto due-tre volte in Brasile insomma con la family.

G: okay..

IP: e basta..

G: Quindi hai famiglia lì in Brasile?

IP: Non più, però appunto comunque a suo tempo sì.

G: Ok, pensi che questi viaggi o che non fare viaggi come li fai adesso abbia influenzato il tuo comportamento di viaggio attuale?

IP: Sì, direi di sì, nel senso che sicuramente vedo una grande differenza, vabbè immagino anche l'età sicuramente influisce abbastanza sul mio approccio e anche appunto le attività che voglio fare, che prediligo.... però sicuramente anche magari avere delle attenzioni, perché comunque magari una volta vai da una parte impari che ci sono degli usi e costumi che magari sono lontani dai nostri, mettiamo, e quindi magari la prima volta dici ah ma cos'è questa cosa? E invece poi ci fai attenzione perché comunque dici ok, sono in questo paese per imparare, per scoprire come vivono loro con la loro cultura, come affrontano la vita diciamo e quindi c'è giusto... secondo me nel senso io poi non mi piace magari cercare di fare come fanno loro quando sono nei vari posti e quindi sto più attenta diciamo a capire, a imparare questi usi e costumi e cercare di usarli, di fare insomma.

G: Ok, bello. E quando e dove hai fatto il tuo primo viaggio da sola?

IP: Il mio primo viaggio da sola è stato in Canada.

G: Ok, quanto tempo sei stata via?

IP: Perché ho fatto l'anno all'estero, quindi cioè è da sola ma non proprio, nel senso avevo 16 anni e sono partita da questo piccolo paesino sotto l'Alaska praticamente, super bello perché è super immessa nella natura, mini, quindi c'è zero, c'è proprio small city life, proprio totale, camping, a manetta e tutto. E cos'è che era dove l'ho fatto?

G: E quanti anni avevi? Beh in quarta...

IP: 16 anni e sono stata lì un anno.

G: Un anno? Sì. Hai viaggiato poi da lì più o meno ogni anno o quanti viaggi più o meno da sola hai fatto?

IP: Allora, poi appena sono tornata, sono andata da sola... l'anno stesso a Copenhagen, poi l'anno dopo a Berlino, poi ho fatto un paio di cose, sono andata anche in Spagna e poi durante l'anno, cioè poi appunto ero qui, ho finito le superiori, mi sono trasferita in Olanda e ho fatto lì cinque anni e poi quando ero lì ho fatto l'Erasmus... e ho fatto l'Erasmus in un'isola dei Caraibi...

G: figo...

IP: e sono rimasta appunto sei mesi, sono tornata e poi ho fatto un mese e mezzo in Costa Rica, l'anno scorso ho abitato tre mesi a Berlino e poi quest'anno adesso ho fatto questi tre mesi più itineranti, diciamo.

G: mmmhm Figo, quindi più di una volta l'anno anche, prima di...

IP: sì sisiisi...

G: E i posti che hai nominato dopo il Canada erano, cioè non ti sei trasferita lì, erano proprio viaggietti, viaggi.

IP: Esatto, quindi ho vissuto Canada, Olanda e poi vabbèh questa isola dei Caraibi per sei mesi e poi con il lavoro l'anno scorso ho chiesto di farmi trasferire a Berlino e quindi ho fatto tre mesi a Berlino.

G: mmhm okay eeehm... Beh, c'è qualche altra informazione proprio demografica che dici è importante eeemm... per il mio sviluppo da viaggiatrice?

IP: Sì, mi manca totalmente tutta la parte dell'Asia, che è assolutamente da recuperare questa cosa, perché non è possibile, cioè nel senso, sono contenta e comunque penso di essere più attirata dal mondo sudamericano dal casino, la musica, le vibes, è super, mi attira da morire, però devo assolutamente anche andare dall'altra parte, mi manca troppo.

G: Ok, ci sta, ci sta.

Ridono

G: Va bene, dai, andiamo alla seconda parte dell'intervista ed è il comportamento di viaggio proprio... e la prima domanda è perché viaggi?

IP: Wow....allora, non lo s.... tutto diciamo che è iniziato dal in Canada comunque appunto, perché penso che i miei viaggi in Brasile ero troppo piccola, non è che mi ricordo particolarmente di quei viaggi e non lo so, mi ha dato una sensazione super strana quando sono andata in Canada e quando sono tornata, cioè nel senso... ho vissuto delle esperienze che mi hanno fatto pensare.. cioè mi hanno fatto capire anche magari un sacco di miei limiti, quando ho detto cavolo io non ce la faccio, mi faccio farla da sola, poi dici oh, ti devi sgrezzare, sei qua, o ti piangi addosso, o qualcosa deve cambiare e non lo so, quando poi sono tornata mi sembrava di aver... non lo so come si può dire, nel senso poi hai anche un livello di self-awareness, come si può dire, che dici ok, dai, va bene, ho imparato un sacco di miei limiti, cose su di me che non conoscevo, che posso farcela o questo o quell'altro, e poi è stato stranissimo il... reality check, quando sono tornata, che magari mi sembrava che io avevo un sacco di cose di cui volevo parlare.. o capire e poi magari in quei coetanei parlavano ancora delle stesse cose di prima che io partissi, c'era rimasto tutto così.. piatto, e vabbè, non lo so, magari sembra un po' che me la sto pompando,

G: nonono

IP: è stranissimo perché dici, ho visto un sacco di cose e magari poi ti senti un po' non capito, cioè questa era un po' la mia sensazione, quando sono tornata ho detto... non riesco a spiegare queste sensazioni che ho, che ho vissuto, che ho provato, e quindi non dico un po' è marginata, però mi sentivo che io proprio mi stavo magari un po' staccando dalle amicizie più solide con cui ero cresciuta e cose varie,

G: mmhm

IP: e infatti poi questo è quello un po' che mi ha spinto anche ad andare poi in Olanda, perché ho detto, vabbè, ho imparato l'inglese, sfruttiamolo, anche perché qua, non lo so, non mi ci vedo a lungo termine, e quindi poi sono andata su, ho fatto questa esperienza e comunque poi sì, e da lì è tutto cominciato insomma, diciamo che è proprio questo, che mi frega sta roba, un botto, perché adesso dico, cazzo, (ride) è una lama a doppio taglio, perché da una parte dici, ah, che bello il mondo, che bello scoprire l'altro, ma ogni volta che torni, per quanto sei pieno da una parte, sei svuotato dall'altra, e dici, adesso io cosa faccio qui,

G: sisi

IP: fermo in un punto.

G: Quindi il viaggio è direttamente connesso a questa sensazione poi di sentirsi appunto pieno e vuoto. Eeeh...

IP: Totalmente, perché quando sei via, magari ci sono anche dei momenti che hai un po' questo feeling, cavolo, un po' mi manca casa, magari.. o... o dici, ma vorrei che qualcuno venisse qui con me a vedere questa cosa, perché quando viaggi da solo comunque, ok, lo condividi con le persone che incontri durante la strada e tutto, però magari, alcuni punti dove sono andata, ho detto, cavolo, ragazzo, questo mi piacerebbe un botto... però no, mandalo una foto e via. E.. E quindi non lo so, invece poi quando torno qua, adesso mi sento terribilmente spaesata, perché ho visto delle cose che mi hanno lasciato totalmente a bocca aperta, ho parlato con persone super interessanti, e diventa una cosa che ne vuoi sempre di più quasi, cioè una droga, non lo so. Ecco, e quindi è... è una fregatura fondamentalmente

G: Capisco. Ecco. Allora, qual è la tua definizione di viaggiatore solitario, che sarebbe tradotto malissimo in italiano, però insomma solo traveler, no?

IP: Sì. Allora, mi dà fastidio quando, perché appunto un paio di persone mi hanno detto allora com'è andata la vacanza? No, ragazzi, io non ero in vacanza, attenzione! Sì. Allora, mi dà fastidio quando, perché appunto un paio di persone mi hanno detto allora com'è andata la vacanza? No, ragazzi, io non ero in vacanza, attenzione! Poi, ti dico io anche in alcuni momenti proprio social zero, perché ho detto

basta la small talk mi sta uccidendo, fai magari un ostello, ah che giro fai? Ed è la sesta volta che lo dici in un giorno, e penso che un po' sia la parte bella, perché puoi prenderti proprio i tuoi spazi per dire ok, adesso affronto questa cosa come voglio io, mi serve del tempo per me, però dall'altra parte puoi dire ok, so che in questa zona c'è un attimo più di vita, allora adesso se mi sento magari un po' che ho voglia di stare con la gente, capire, così, allora magari vado più in quella direzione, però penso proprio che solo travel sia... non so... l'azione di andare, perché comunque veramente proprio on the way, incontri un sacco di gente, poi ti costruisci l'esperienza quasi su misura per te.

G: mmhm mmhm E riesci appunto a trovare un equilibrio tra il sociale e anche l'introspettivo...

IP: totalmente

G: mmhm

IP: Esatto, totalmente. Sì

G: E qual è il tuo mezzo di viaggio preferito? Adesso immagino appunto essendo stata più in Sud America o lontana, magari un giro in bici non l'hai mai fatto, o hai fatto anche quelle esperienze? Ooh...

IP: Allora, ho passato una quantità di tempo indescrivibile sugli autobus,

G: okay..

IP: cioè interessante veramente, il giro per me magari qua diciamo, ho fatto dieci ore in bus, aah quante? Cioè lì magari ne fai ventiquattro, poi diventano trenta, perché ci sono sempre intoppi, cose varie. Però devo dire... le mie gambe, ho camminato tantissimissimo e penso che, cioè, le gambe assolutamente... Comunque qua non è che io sia una chissà grande hiker o qualcosa così, no? Ehmmm Cioè mi sono messa un po' alla prova sotto questo punto di vista e mi è piaciuto tantissimo, infatti devo assolutamente cambiare lifestyle, devo iniziare a cambiare di tipo. Mi è piaciuto tantissimissimissimo, veramente.

G: okay

IP: però sì sì bus e gambe... e a piedi

G: Bellissimo... E come scegli le tue destinazioni di viaggio?

IP: Allora, ti dico, questo ultimo viaggio proprio comunque era un po' particolare, non avevo mai fatto una roba del genere, più che altro perché sono partita solo col volo di andata e avevo prenotato solo le prime tre notti a Città del Messico e per il resto non sapevo. E infatti, cioè, generalmente

comunque parlando con le persone ho scelto poi le varie tappe perché praticamente magari mi ero fatta un'idea che ho detto, ah dai allora vado poi in su di qua, faccio questo e così. Una sera, proprio subito, ero a bere una roba lì fuori dall'ostello e c'erano questi che chiacchieravano, abbiamo fatto due chiacchiere e mi fanno, ma su di là? Ma no, tu devi assolutamente andare di là, non fai l'esperienza giusta. Ho detto, va bene, sei così passionato che devo andare di là, vado di là.... E poi appunto da lì, cioè, quasi tutto così,

G: okay...

IP: veramente chiacchierando, cercando di capire un po' cosa avevano fatto gli altri e avendo una cosa, cioè, fare un giro che avesse un po' senso, non poteva andare su, giusto?

G: Sì, sì, certo, certo. Ok, quindi però l'aereo iniziale, tipo adesso, ok, sei andata in Messico, però di solito, come dici, ok, anziché andare in Messico vado in Argentina o vado dove capita, insomma?

IP: Ok, allora io sapevo che volevo fare questo viaggio dall'America centrale in giù, che la vera verità è il biglietto che costava di meno..

G: okay

Ridono entrambe

IP: nel senso, cercavo più o meno zona qui, o zona sud, che quindi o da giù sarei andata in su o da su sarei andata in giù,

G: okay..

IP: quindi questo. Generalmente è un po' questo il criterio, in generale.

G: mmhm mmhmm.. Ok, mi puoi dire tre aspetti che cerchi in un viaggio, o due, insomma, qualcosa che tu...

IP: Allora, ok, aspetta, aspetti nel senso... cosa vog...

G: Cosa ti aspetti da un viaggio? Tipo, vai in cerca di più un viaggio avventuroso, oppure di relax...ehh conoscere gente, conoscere la cultura?

IP: Ok, allora... cibo numero uno, totale, nel senso, comunque mi piace tantissimo provare, cioè, ho lo stomaco abbastanza debole, però ogni volta ci casco, cioè, ci riprovo, dico, vado, dai, andiamo, perché è comunque super, super interessante, nel senso, anche, magari è stupido, però appena arrivo

in un posto, un paio di supermercati me li devo girare, devo capire la situazione, come sono disposti, cosa succede, cosa si mangia, e poi con che carretti della strada, cose varie sono hit numero uno.

G: mmhm

IP: Poi, beh, sicuramente la cultura, comunque, nel senso, se vado in un posto voglio capire, cioè, what's going on, nel senso, cosa si fa, cosa si dice, e anche assolutamente la lingua, cioè, imparare magari le parole basi, cioè, io ci provo poi, tipo anche se lo spagnolo non lo so, perché non lo sapevo per niente, quindi proprio inventando, anche la gente diceva ma che cazz.... ah dai, ora ci siamo capiti un po'!

G: ci sta

IP: No, non so, ecco, quindi, cioè, cibo, cultura slash lingua, direi, e poi...sì, un po' più avventuroso, nel senso, negli ultimi anni, negli ultimi giri che ho fatto, ho cercato proprio il meno possibile di usare magari Google Maps o cose varie e camminare in giro, nel senso, ok, sapere che oltre di qua è meglio non andare, sapere che dopo una certa ora è meglio no, però anche, cioè, tantissime volte, anche se viaggio, lascio proprio il telefono in ostello da dire, dai, vediamo dove si arriva, cosa si fa, quindi proprio scoprire... anche in zona, anche appunto, magari chiedendo, ma cosa c'è da fare oggi pomeriggio qui, così, no? E infatti, tipo, ogni un paio di occasioni, poi anche con alcune persone, ci siamo trovati in foreste o completamente nella giungla da un secondo all'altro dopo aver arrivato dalla città, quindi è fighissimissimo.

G: Figo!

IP: Assolutamente, sì, sì, total.

G: Fighissimo questo, bello. Allora, quali sono i tre fattori più importanti per te nella scelta di una destinazione?

IP: Allora, vabbè, numero uno comunque è la situazione economica.. nel senso, non lo so, cioè nel senso mia, sicuramente, e anche del posto, magari nel senso, cioè... per arrivarci, comunque deve essere un buon balance tra quanto voglio andare e quanto costa lì il volo, fondamentalmente, perché mi ero rode di sapere che magari, certo, a 500 euro io devo pagare l'800, mi gira il cazz..

Ridono

IP: quindi cercare un attimo un po' il giusto compromesso.

G: Però sul volo, non sulla situazione del paese, dove vai?

IP: Beh, allora ti dico, nel senso, anche adesso è successo che tutti mi dicevano, no, di assolutamente andare in Patagonia, Patagonia, Patagonia, ho detto va bene e sono uscita stirata dalla Patagonia, nel senso, veramente.... però dall'altra parte, cioè, infatti ho fatto un po' di valutazione anche su questo punto di vista, ho detto, cavoli, ok, sono qui, mi stanno consigliando così tante persone, cioè, visto che sei qua di farlo, ok, vado a spendere un pochino più del budget che avevo in mente, però, cavolo, una volta che sono qua, cioè, è un po', quanto... avevo nella mia testa senso e quanto lo voglio fare, e poi vabbè, è un po' la parte economica, insomma, e ne è valsa la pena da morire, cioè, totalmente, beh, a parte che comunque penso, cioè, in qualunque posto, comunque anche così lontano dalla nostra realtà, così... cioè, ne vale la pena, generalmente ne vale la pena, quindi, questo è un po' tutto, poi, cos'altro può essere? Beh, cioè, sicuramente anche... lo ripeto, però, cibo totalmente anche, che poi è anche stranissimo, perché comunque noi abbiamo un'idea del cibo che può essere anche il cibo messicano, come può essere il cibo vietnamita o tutto in giro, abbiamo una certa idea, molto noi, come abbiamo le nostre cose qui, no? Invece arrivi là e hai dei sapori completamente diversi, quindi è anche, è interessante che magari ti aspetti una cosa e poi ti arriva una cosa totalmente diversa e ci sta, ti ha la sorpresa continua.

Ridono

G: fighissimo

IP: E poi non lo so, un terzo punto, a dirti la verità, nel senso... ho sicuramente una lista di cosa vorrei fare prima e cosa vorrei fare dopo, però vorrei fare tutto!

Ridono

G: è sii..

IP: È difficile, è difficilissimo! Scegliere... eeh fare una scelta, quindi.. cioè, però a dire la verità, non è vero che tutto, perché tipo in America adesso, cioè, non mi chiamano, nel senso, dunque ci sono un sacco di persone che dicono, ah, vorrei farmi un giro in America, Canyon, tutte queste cose così, fighissima, però veramente fondissimissimissima alla mia lista. Non so se.. cioè.. Non so se dipende, comunque sicuramente anche da una questione politica, cioè nel senso comunque, sicuramente i media hanno anche tanto sotto questo punto di vista, nel senso, tutta la questione, cioè, vuoi o non vuoi Trump, cose varie, tutto quello che sta succedendo, ha un impatto, sicuramente, anche su come viene visto un paese, cioè, mi immagino, insomma, un po', quindi quello anche, però... E anche forse un po' per sentito dire, magari, cioè non so come dirlo in modo giusto, però un po' la mentalità, perché nel senso, cioè, se devo pensare di andare in ognun posto, comunque pensate, chissà com'è la comunità, come sono le persone, e gli americani, non è, che abbiano anche chissà che reputazione, ecco, non lo so, è un mix di cose, sicuramente ci sono un sacco di bias, cioè,

G: mmhm

IP: cose di sempre sentito dire, però sì, mettono sicuramente l'America molto in fondo alla lista.

G: Ok, ok, ci sta. Beh, prima c'è l'Asia, a questo punto.

IP: Cioè, non si può dire niente, adesso deve esserci l'Asia, infatti.

G: Ci sta.... Tatata... Cerchi attivamente informazioni sulla destinazione, e se sì, come o dove ti informi?

IP: Sì, allora, comunque, sicuramente, adesso per questo ultimo viaggio con l'intelligenza artificiale ho provato a mettere dentro un sacco di roba, eehm o anche, appunto, quando ero lì chiedevo cosa si fa stasera in questo quartiere, in questa zona, dopo le cinque o tutte le ore così, eeehe... se no stia anche comunque, vabbè, ovviamente quando poi sei lì in loco parlando, chiacchierando, o chiedendo attivamente, magari anche, un paio di occasioni è successo che andiamo in altri ostelli, oltre il nostro, a chiedere, ma voi, che si dice di qua? Cioè, cosa fate voi?

G: Certo.

IP: E quindi, no, ci sta. Se no, vabbè, cerco anche magari su blog, cose varie, sono un po' più old style, perché alcuni miei amici mi hanno detto, ah, cerca su TikTok, faccio non so come si fa. (ride) Ma non è asi.

Ridono

G: Uguale.

IP: Da più che altro, non lo so, forse ho un po' questa sensazione anche che, vabbè, poi tutti i blog comunque sono fatti da persone, c'è chi ha sponsor, chi non ha sponsor, quindi comunque anche lì devi attivamente a guardare, però ho un po' come la sensazione che magari su TikTok sia un po' più.... finto, non lo so, è una sensazione totalmente mia personale, quindi, non lo so, non mi dà... perché comunque fanno vedere sempre le cose super belle, mi sembra un po' romanzata, come si può dire.

G: okay

IP: Quindi cerco di evitare i social per queste cose, anche perché comunque con TikTok o con Insta così tantissimi posti sono proprio saturati ormai, nel senso sono veramente pieni, pieni, pieni.... Ehh.. cioè Non lo so, magari perdono un po', perché comunque c'è un turismo un po' diverso, magari come lo intendo io. Poi ovviamente nel senso in Perù dici, ok sono qua, cosa fai? Non fai Machu Picchu perché c'è un sacco di gente?

G: certo

IP: No, cioè lo fai, c'erano alcuni posti che comunque lo fai, però sì, non lo so, ci sono tanti altri posti invece che abbiamo proprio, cioè ho schimpato, perché ho detto, non lo so, non me la sento.

G: mmhmmh beh...

IP: non lo so..

G: quindi neanche Instagram usi?

IP: no.. devo dire di no ..

G: okay

IP: ma secondo me anche perché più che altro io non sono capace... ad usarlo nel modo giusto per scoprire questo tipo di cose...

G: mmh

IP: cioè..no... cioè se lo sai usare bene magari.. forse è anche utilissimo e ti aiuta... cioè io non sono capace

Ridono

G: anche te un pó boomer allora

Ridono

IP: la verità è questa..

G: ci sta... allora hai nominato già prima però adesso magari più specifico...

IP: okay

G: se vedi una differenza appunto viaggio e vacanza

IP: sì, sisisisisi.. nel senso.. se io vado a fare una il week endino qua in Toscana che ne so quella è una vacanza Nel senso è una cosa chill, magari si sta con la tendina nel posto, si chilla un po' in spiaggia e basta...

G: mmhm

IP: e quindi questo è proprio come una vacanza. Un viaggio dove vai, fai, scopri...cioè nel senso anche chi mi dice vado a fare il viaggio e poi sta nel resort va bene, però...

Ridono

IP: cioè non è come lo intendo io, quindi...e secondo me fare un viaggio che poi magari devi strutturare, organizzare, fare, così, cioè può diventare anche impegnativo, nel senso c'erano dei giorni che dicevo io sono stanca, proprio stanca, però quando fai i voli, fai un giorno e non fai niente,

G: macché

IP: no, tutto il tempo è stressosissimo, quindi ecco.

G: eh sì.. E quindi è principalmente ehmm legato alle attività che fai, magari tra il viaggio e la vacanza, la vacanza la vedi un po' più chill, così, invece nel viaggio sei sempre attiva a fare cose? Può essere

IP: Sì, sì, è anche un po' il mood con cui tu vuoi affrontare questa esperienza, nel senso tu dici guarda a me, di sapere... cosa si fa, qual è il cibo tipico, che ne so, non mi interessa, io voglio stare a bordo piscina con mia margarita e il mojito... va bene, però appunto c'è un mood completamente diverso, allora cioè non lo so se è anche un po' senso andare fino laggiù,

G: sì

IP: ovvio che nel senso ce l'ha per ognuno, però (ride) è un po' diverso, quindi direi mood e aspettative del viaggio, nel senso cosa vuoi andare a fare e poi le attività in sé, sì.

G: mmhm Ok, arriviamo alla parte della pianificazione del viaggio, eehm appunto una volta scelta la tua destinazione, come prosegui, qual è la prima cosa che devi fare, dici va bene vado in Messico e poi cosa fai?

IP: Ok, questa è sicuramente la parte appunto in cui è un difetto total che ho, secondo me, perché.. dico ma sì, poi vedo, poi si fa... e magari non sempre, magari sapere un paio di cose prima non sarebbe male, (ride) nel senso.. boh.. ho veramente prenotato le prime tre notti, e poi ho detto quando sono lì vedo e poi ho andato avanti così letteralmente tutto il viaggio... però comunque ovviamente poi sapevo che volevo fare determinate cose, le mattinate che me le prendevo per organizzare i prossimi 4-5 giorni ehmm capire la questione ticket, non ticket, autobus, orari, cose varie...e e devo dire che ho usato un sacco, che bisogna dire Reddit, che ci sono un sacco di gente che fa domande e se tu fai una domanda ti rispondono in un secondo di persone che magari appunto hanno fatto questa esperienza o chi conosce che fa e l'ho trovato super super utile.

G: mmmhm okay.. Le tue abitudini di viaggio sono cambiate nel tempo e se sì in che modo?

IP: Allora sì, eehm boh sicuramente magari prima i viaggi che ho fatto in passato li prendevo un po' di più anche, come si può dire, un po' più sportivi nel senso di ah sì la festa, questo quell'altro.. avevo un mood comunque anche un pochino più festaiolo, adesso no, mi devo svegliare a quattro che fare hiking, devo andare su... alle otto e mezza mi devo fare la doccia

Ridono

IP: e andare a letto, quindi sicuramente questo, eh anche magari una volta sicuramente attaccavo anche bottone con tutti, aah anche se magari non è scattata la scintilla diciamo, però dai va bene perché non me la sento magari di stare sola, adesso invece proprio, cioè anzi mi piace anche fare le cose da sola,

G: mmmhm

IP: e invece poi se con qualcuno non scattava magari appunto che c'erano conversazioni interessanti, fare, cioè succedere le cose anche magari un pochino più in modo spontaneo, senza dire ah allora no facciamo un gruppo perché dobbiamo andare su questo con l'altro e prendere le cose un pochino più... relax diciamo. Questo sì

G: okay okay.. Allora qui c'è una domanda che hai già risposto, però te la faccio lo stesso,

IP: vai

G: prenoti sempre in anticipo decidi spontaneamente sul posto poco prima, decidi proprio lì al volo.

IP: All'ultimo...

G: all'ultimo... ehm

IP: no dai un paio di giorni prima dai, o proprio quando era proprio così il giorno prima, però cioè quasi non dico di giorno in giorno, però magari anche sai quando devo stare un pochino di più in un posto magari prenotavo solo le prime due notti per vedere com'era un po' la vibe, poi in caso, un paio di volte è successo che poi mi sono spostata però, oppure poi era tutto in pieno quindi mi sono trovata fregata perché in questo modo comunque non è che va sempre tutto bene,

G: sisisi

IP: vuol dire, andavo e dicevo allora vorrei altre due notti, eh no non c'è, non c'è posto, no.

G: eeh

IP: E quindi così.

G: Quali fonti di informazioni usi per pianificare il tuo viaggio? Magari non solo.. tecnologiche ma anche famiglia, amici?

IP: Ok, allora, beh sicuramente comunque adesso ho creato appunto comunque anche un po' di amicizie con persone che viaggiano e tutto, quindi è anche bello poi scambiarsi dove sei andato tu, cosa hai fatto tu, ma ti do il numero di quello. Quindi è stato anche molto bello quando ero in Patagonia, un mio amico mi fa ma guarda i miei amici sono andati settimana scorsa, aspetta dammi il loro numero, ti do il loro numero, oppure ho conosciuto sto ragazzo in Messico che mi fa ma no il mio ragazzo è giù adesso. Noi ci siamo parlato e ci siamo mai viste prima e mi ha fatto il giro all'una al contrario dell'altra e quindi ci mandavo tipo i feedback delle cose, quindi è super bello proprio, cioè come se si creasse una rete per

G: sì!

IP: per aiutarsi a vicenda. E poi vabbè anche mio fratello è una persona che viaggia tanto e quindi anche con lui spesso in confronto parlo e anche lui mi dà un po' di, ci diamo un po' di contatti a vicenda, cose varie... e cioè fondamentalmente sì con questa rete un po' conoscevo e poi non lo so vado un po' a sensazioni, nel senso, ok Messico devo assolutamente fare quindi.. adesso la mia top 1 è Vietnam, però non so non sono mai stata, ho visto poca roba, però è proprio.. va.. è settoriale.

G: Figo!

IP: Ecco, quindi un po' così.

G: Allora, i social media no? Instagram e Youtube così, influenzano la tua pianificazione in generale?

IP: Non particolarmente, cioè nel senso c'è un ragazzo che seguo su Youtube, cioè non neanche così attivamente però appunto comunque mi piace guardare i suoi video perché li trovo interessanti e si chiama Human Safari, non so se sei presente. Vabbè cioè lui è un ragazzo che tendenzialmente fa i viaggi da solo e poi è diventato comunque abbastanza famoso quindi adesso si fa anche un po' organizzati queste robe qua no? Però c'è una buona attitude nel senso di come fa e viaggia... e cioè fondamentalmente da lui guardo, ho visto delle cose che ho detto ah cazzo questo lo voglio fare. Dai social non lo so appunto come ti dicevo un po' prima, ho sempre paura che ci sia un po' una cosa mascherata o che non lo so che si fa vedere comunque, cioè a voi non voi credo io che sui social si faccia vedere tanto la parte bella o quando le cose vanno bene, capito.

G: Sì sì sì.

IP: E quindi non lo so, mi puzza, mi puzza.

Ridono

G: Ok, quindi diciamo che YouTube è il social che usi di più..

IP: per queste cose...

G: per informarti.

IP: Esatto sì sì direi di sì. E poi appunto sto Reddit come ti dicevo un po' prima, si può chiamare social non so.

G: Ma sì, mettiamola. Allora, pensi che riusciresti a viaggiare con tranquillità senza Google Maps, Booking, Hostelworld e questi.. queste app che insomma sono utili?

IP: Sono utilissime, sì. Non lo so, bella domanda... Nel senso, cioè un paio di volte me lo sono chiesta come facevano una volta senza Google Maps, cioè.. ma anche solo, non lo so, una sera ero in un Uber e ho detto ma secondo me è l'altra strada, fare giusto un check. Non lo so, però per una questione di sicurezza ha fatto tanto, nel senso fare solo anche un controllio o anche solo capire, sai, appunto avevo sto bus da 20 ore, che era in ritardissimo, però poi avevo il volo e dicevo da quanto manca, quindi fai un controllo. Cioè.. Non lo so come facevano, ovviamente tornare indietro dopo che era uno strumento così difficile, però chissà come... cioè è difficile pensare che si viaggiava anche tranquilli senza, è stranissimo... ehm.. Cioè è anche bello prenotare perché sennò mi immagino che devi andare boh ostello per ostello il momento che arrivi e chiedere se c'è posto, però magari delle volte arrivi che sei sfatto, delle volte arrivi che sono le 2 di mattina, eehh strano... non lo so, cioè in sicurezza hai detto la domanda.

G: No, solo se riusciresti a viaggiare senza.

IP: Ah, ok, non so se a lungo termine, nel senso magari se è una cosa di un paio di giorni o una cosa così ci si può provare, se dovesse essere una cosa di una mesata o qualcosa che ti sposti tanto, mi sa difficile.

G: Si complica vero un po'... è comodo vedere la mattina e dici vabbè vado qua e dici hostel world, vedo com'è.

IP: esatto...

G: però sì...

IP: Anche le review degli altri, comporre anche solo i prezzi e dire ah questo costa la metà, perfetto, o questo... le review stop, che ne so, è strano, strano strano effettivamente difficile.

G: Ok, hai altro da aggiungere sulla pianificazione del viaggio in generale?

IP: No, dai.

G: Ok, allora, tecnologia e prospettiva futura.

IP: vai

G: Le tecnologie, ehmm appunto app, prenotazione online, eccetera eccetera, se queste cose influenzano la scelta della tua destinazione. Mi spiego meglio magari, se appunto dici, ehmm non lo so, vado in un posto dove non prende il telefono, ci vai lo stesso, ooh o tipo in Cina no? Che magari non possono usare determinate app che noi utilizziamo, ti influenza oppure dici no vabbè lo faccio lo stesso?

IP: mmhm No, non mi influenza particolarmente, nel senso, comunque anche in.. nei vari paesi che abbiamo fatto, non ho mai fatto la sim per avere internet in giro, cose varie, e anche poi tipo in Patagonia ho fatto questo, c'era questo trekking che sono cinque giorni..dove non va assolutamente il telefono perché sei dentro un parco naturale, cioè sono stati cinque giorni più belli della mia vita. (ride)... Perché comunque devi seguire il sentiero, quindi c'è tu, voglio andare al rifugio A, B o C, ok, quindi ti fai il tuo sentiero e basta, segui il colore sugli alberi, fai avanti cinque giorni così, cammini otto, nove ore al giorno e.. poi parli con le persone che sono al rifugio e via, o ti leggi un libro, quello che vuoi, ed è... magico... magari dico magico così perché sono solo cinque giorni anche ovviamente, nel senso non è un tempo folle, però un bel detox.

G: sì!! Ok, e invece le tecnologie influenzano la pianificazione del tuo viaggio?

IP: eeh questo Sì, le app dicevi??

G: Sì, ma anche da dire appunto da casa, se tu non puoi guardarti niente da fare poi nel posto in cui hai deciso di andare, dici, fa lo stesso, non guardo niente, o...

IP: Non lo so, allora nel senso comunque se sto andando verso in una certa direzione e mi fermo qua, vuoi che perché magari è un viaggio lungo quindi devi fare una pausa, o.. stai andando perché te l'ha consigliato qualcuno, o hai visto qualcosa, c'è qualcosa da fare da qualche parte, comunque un po' lo trovi, o anche solo un giro per captare che situa c'è, quindi no dai, non direi che influenza troppo.

G: troppo

IP: no dai..

G: okay.. ehm.. Usi strumenti di intelligenza artificiale per i tuoi viaggi e se si quali?

IP: eeh ho usato un paio di volte c'è anche GPT per capire, per vedere se c'era un'attività la sera nel quartiere, oo.. cioè nei vari quartieri o nelle zone, però devo dire che non sempre, vabbè ovviamente super accurato, e di più di tutti l'ho usato in Brasile, a Rio, perché comunque magari ci sono un sacco di cose anche online e cose varie, quindi forse è più facile perché magari in paesini un pochino più piccolini non è che mettono... cioè lo devi sapere se c'è la sagra,

G: sì certo..

IP: perché magari lo devi sapere e basta, cioè come si dice quando si dicono le cose a voce.

G: sisi passaparola

IP: ecco sì passaparola.. ecco..E quindi invece però per Rio ho usato tantissimo, è super super comodo.

G: Ok, quindi c'è GPT, no? E pensi che si userà sempre di più? Hai conosciuto anche tanta gente che lo usa già? Oppure è una cosa nuova che stai provando e magari non se ne parla neanche troppo tra viaggiatori?

IP: No, devo dire, non so se c'è una via di mezzo adesso, c'è chi 0 e chi 100, che chi gli chiede qualunque cosa... da conversazione intera che dico dai te lo dico io se vuoi... e chi invece è un po'... super super contro in questo momento. Quindi da quello che ho visto appunto in questo momento proprio 0 o 100, non c'è proprio ancora una via di mezzo, un balance diciamo.

G: mmhm okay.. Vabbè dai, se usi app per magari prenotare, ti faccio l'esempio e poi magari per altro, ne combini più di una oppure ti fermi su una e dici, bom va bene, questo è quello che dice quella?

IP: No, comunque giravo tra hostelworld, booking e magari alcuni magari hostellini piccoli poi non avevano il sito quindi ti fermi così, se no in caso preferivo prenotare direttamente dal sito perché magari gli altri si prendono una commissione e se è uno ostello che mi chiede 10 euro a notte, cioè che sono piccolini, che si tengano tutto,

G: sisi

IP: da percentuale a questi big.

G: Quindi di solito guardi su hostelworld /booking però poi vai sulla pagina?

IP: Esatto.

G: Ah, ok. Sul sito web.

IP: Sì, lo sito loro. Esatto. Quando possibile.

G: Certo. E leggi blog di viaggio? Hai detto di sì?

IP: Sì.

G: Ne hai uno preferito che usi proprio come indicazione o quello che capita?

IP: No, cioè smanetto un po', magari faccio un pó di... non ho un preferito, quindi no.

G: okay.. E invece le recensioni che me le hai nominate prima, le leggi volentieri?

IP: sisisi

G: è quello che ho capito, e lì influenzano la tua decisione poi se andare o non andare in un posto?

IP: eeeh Sni, cioè c'è veramente gente che lascia delle revisioni che ti fanno cadere le braccia. Ah no, io non sono andato perché gli do una review, cioè gli do una stella sola perché volevo mangiare e un altro mi stava usando la forchetta. Cioè Sai le cose che ti dici ma che sarà colpa della stella? Vabbè, no comunque... dipende totalmente non lo so, comunque dipende totalmente, comunque alla fine sì come no.

G: mmhm

IP: Un buon 50-50, dipende su che argomento diciamo, nel senso se mi dici.. non va l'acqua calda, amen. Cioè nel senso in un paio di giorni non è che muore nessuno.

G: mmhm

IP: E gli dici sono la cacca di topo nel letto, faccio un attimo il check se c'è qualcos'altro.

G: Chiaro.

IP: Quindi così, un po' fifty fifty dai.

G: E per andare a mangiare hai detto che è abbastanza importante per te,

IP: sì

G: nel viaggio, quindi di solito vai in posti che hanno una recensione oppure proprio street food così?

IP: Street food o nel mercato, cioè

G: mmhm

IP: nel senso veramente nei mercati ho mangiato benissimo e delle porzioni che wow, piattona, montagna, quindi sì street.

G: Ok, poi.. usi le tecnologie o i social media in modo diverso prima, durante e dopo il viaggio?

IP: mmmhm Non lo so...ehmm... cioè in che senso?.... Parli proprio di come li uso?

G: Sì, nel senso magari sai prima, non lo so, ti fai la ricerca, poi durante magari appunto ti scambi i contatti con la gente, oppure dopo condividere anche contenuti appunto su Instagram o

IP: ah sisi

G: cose del genere. Però hai detto che non lo usi, Instagram, facciamo l'esempio Instagram, prima del viaggio non lo usi?

IP: No, perché non saprei da dove cominciare appunto, durante il viaggio sì, ci sta a scambiarsi così, anche perché dici vediamo cosa fai tu, mi hai raccontato, dai buona fortuna, allora vediamo, poi ti seguo così, eehm sì a me piace caricare cose su Insta.

G: Però lo fai di solito dopo il viaggio o lo fai durante?

IP: Dopo, durante veramente poco, veramente minimo.

G: Ok, ehmmm hai detto che principalmente usi.. per condividere appunto le esperienze che fai è Instagram, cioè non fai contenuti tipo su YouTube o cose del genere.

IP: nhnh..

G: okayy.. Come immagini il viaggio tra dieci anni, quali sviluppi ti aspetti?

IP: okayy allora.. vabbeh Viaggiare comunque è sempre più alla portata di tutti ovviamente, economicamente parlando, informazioni e tutto, quindi già adesso.. fai conto che io sono stata in Sud

America comunque in bassissima stagione... e c'era tantissima gente comunque, tutto strapieno, tante cose, c'era chi prenotava mesi e mesi e mesi in anticipo per paura di non poter andare... quindi io credo che cioè o diventerà un casino totale.. o sarà iper mega regolata, avrà un sacco di regole o tasse, o... giocare poi sempre un po' con l'aspetto economico forse... perché adesso veramente anche entrare a un parco, che una volta era solo un parco, dove ci sono le montagne, per vedere le montagne devi pagare un ingresso.

G: mmh...

IP: Cioè forse, mi immagino che per cercare di regolare un po' il flusso di persone useranno sì l'aspetto economico sempre di più per cercare di non... come si può dire, cioè come si può dire.. non di far passare la voglia magari, che se dice ah questo se questo costa x allora magari una fetta di persone non viene a vederlo.

G: mmhm

IP: Sia per una questione, va bene, di mantenimento e tutto, anche perché in tanti posti è proprio sporcizia, immondizia, buttate per terra delle persone, ah la carta non mi serve la butto qua o che ne so, quindi sia probabilmente per un mantenimento sotto questo punto di vista per pulire, raccogliere, fare, sia per tagliarsi via una fetta di... di persone. Quindi appunto, mi immagino, super iper mega regolato, o un casino sia,

G: un casino

IP: un po' sì.

G: Ok, e allora, siccome non conosco Teams così bene, faccio un attimo un copia e incolla di tutto quello che abbiamo detto fino ad adesso.

IP: vai ... no Aspetta, no, c'è lo cane che si sta mangiano le ciabatte

G: oh

IP: Ok.

G: Ma la tua telecamera ti segue dove vai, è fighissimo.

IP: Sì, ma infatti, no, mi è un po' fastidioso ma non so come togliere.

Ridono

IP: Prima ho provato.

G: È pazzesco, l'ho notato adesso che ti stavi... Allora, abbiamo quasi finito, eh.

IP: no beh vai tranqui...

G: Vediamo..... Bene. Boh, non me lo copia. Ma perché, sai, ogni tanto tipo dopo un'ora si blocca tutto e siccome... Ah, ok, boh, fatto. Va bene, allora, l'ultima domanda era come ti aspetti il viaggio tra dieci anni. Abbiamo detto, appunto, o un casino o super strutturato.

IP: Temo, temo di sì.

G: Ci sta. Però all'inizio di questa risposta mi avevi detto che, appunto, diventa sempre più facile viaggiare di per sé, no?

IP: mmh

G: E secondo te questo è un aspetto positivo o negativo?

IP: mmhmmh mmh.. Allora, in principio molto positivo. Perché, secondo me, è un'esperienza che bisognerebbe fare. Nel senso... tantissime persone ormai si spostano in tutte. Secondo me, se uno rimane fermo nel proprio, comunque ci sono anche tante persone, magari anche qua a Bolzano, che ho conosciuto che non sono mai uscite dall'Italia, hanno una visione anche delle cose che ormai è distorta. Nel senso, non è.. ormai veramente è un luogo comune, tutto il mondo è paese, ma è nel vero senso che la gente si sposta, fai a vivere qui, torni di qua, su, giù. Eeeh... E' veramente ormai proprio una visione distorta pensare che tu hai il tuo piccolo spazio, il tuo quadretto e così. E secondo me è veramente un'esperienza che una persona deve fare, cioè viaggiare, scoprire.... Io credo che ti liberi, ti apra la mente, insomma. Capire che non solo il modo che hai te è quello giusto, anzi, è un modo come un altro di fare le cose e basta. Però dall'altra parte, quando persone che pensano che come fanno loro è giusto, punto e basta e si inizia ad andare in giro a fare così, comunque è un po' qua che si crea anche un po' di casino. Magari nel senso... eeeh... Cioè, c'è scritto che qua le foto non le puoi fare, non è che perché tu devi farti i tuoi contenuti, hai deciso che tu la foto la devi fare, allora la devi fare. Guarda!

Ridono

IP: Non lo so, ci sono appunto alcune situazioni che magari si creano. Che... Non lo so perché ovviamente ognuno immagino che veda il viaggio, il viaggiare e andare in un posto in modo diverso. Comunque... Ha delle aspettative anche diverse, quindi a seconda un po' di quello che uno vuole fare da questo viaggio, poi... come dicevo prima, poi agisci e reagisci anche in modo diverso. Quindi alla base il fatto che sia facile viaggiare... è una meraviglia perché diventa... potenzialmente è aperto, è

possibile per tutti fare un'esperienza di questo genere.... Dall'altra forse bisogna fare un pochino più di ricerca di viaggi... viaggi consapevoli, di un turismo un pochino più sostenibile. Ecco...

G: Ok, vuoi aggiungere qualcosa che pensi di cui non abbiamo parlato?

IP: Che non lo so, fondamentalmente io innamorata del mondo, però comunque... sì, non lo so, è bellissimo... Poi io sono agitata che devo fare tutto subito, voglio che sia successo tutto adesso. Quindi... Non lo so, penso comunque anche che la situazione social mette a me mette un pó di ansia, mi sento che mi metta pressione perché poi magari c'è anche queste persone che lo fanno per lavoro e dico, ma cos'ho sbagliato?

Ridono

IP: Che vedi tutte queste cose che fai e dico, ecco ora ho già visto 200 milioni di paesi e io sono indietrissima. Quindi è un po' di pressure, però da un'altra parte ognuno ha i suoi tempi.

G: esatto esatto...

IP: Ecco, no dai, questo è quanto.

G: Ok, super, okay io non ho più domande,

IP: okay

G: se dici che va bene magari spengo anche la registrazione così facciamo.

Interview 2

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

Ich war krank und musste den ersten Teil des Interviews erneut aufnehmen, da die Aufnahme beim ersten Versuch nicht gelungen ist.

IP: Also wegen mir würde ich gar keinem denken. Tut mir leid, dass du dich nicht so gut fühlst.

G: Nein, alles gut, wirklich.... Ach Gott. Gut, noch einmal, demografische Fragen. Wie alt bist du?

IP: 25, ich komme aus Deutschland und wohne jetzt in Groningen.

G: Perfekt. Dein höchstes Bildungsniveau, Abschluss?

IP: Masterstudiengang.

G: Dein Beruf jetzt gerade?

IP: Psychologin.

G: Genau, und wie oft würdest du sagen, dass du im Jahr verreiste? Einmal in Europa und außerhalb Europa?

IP: Innerhalb Europa vielleicht zehnmal oder öfter und außerhalb Europa vielleicht einmal im Jahr.

G: Gut, und du magst, magst du kurze Reisen oder lange Reisen?

IP: Längere Reisen, ja.

G: Okay, Zeit ungefähr war ein Monat, oder, hast du gesagt?

IP: Ja, also wenn es außerhalb Europa ist, ein Monat, wenn es innerhalb, dann kürzer.

G: Okay. Bist du als Kind mit deiner Familie mehrmals, mehr als dreimal im Jahr verreist?

IP: Innerhalb Europas ja, außerhalb nein.

G: mmhm Hat dich das beeinflusst?

IP: Ja.

Beide lachen

G: aaaayy.. Okay, wann und wo hast du deine erste Solo-Reise gemacht?

IP: In Ecuador, 2018.

G: Und da bist du länger dortgeblieben, gell?

IP: Ja, achsoo

G: ja sorry...

IP: also ich war da ein Jahr insgesamt und hab von dort aus dann kürzere Reisen gemacht.

G: Okay, und wie viele Solo-Reisen hast du gemacht?

IP: Insgesamt, ich glaube, drei.

G: mmhm... Wo?

IP: Ecuador und Vietnam, ja.

G: mmhm

IP: Also dann in Ecuador mehrere.

G: mehrere mmhm

IP: Also außerhalb Europas, ne? Ja

G: ..., ja, ja. Gibt es noch weitere wichtige Informationen über dich?

IP: Nein.

Beide lachen

G: Okay, dann Reiseverhalten, warum tust du überhaupt reisen?

IP: ehmmm.. Weil es für mich eine Art der Weiterentwicklung ist, ich lerne neue Dinge, ich mag es mir gern, andere Kulturen anzugucken...ehmm in schönen Landschaften unterwegs zu sein und aus meiner Komfortzone rauszukommen.

G: mmhm Und was ist deine Definition von Solo-Traveler?

IP: Die Reise alleine antreten.

G: Wie entscheidest du, welche Art von Reise du unternehmen wirst?

IP: Ja, je nachdem, wie mein mentaler Zustand oder mein mein ... ja meine Kapazitäten sind zu dem Zeitpunkt, wo ich in was für einer Lebensphase stehe, also ob ich gerade noch studiere oder noch keinen Job habe oder einen Job habe. uunndddd... ja

G: mmh In welcher Art tust du am meisten reisen?

IP: Fliegen. Also Solo-Reise, ja, also ich (lacht) Auto und Fliegen und Solo-Reise eher Fliegen und Bus.

G: ja.. Und wie entscheidest du dich für deine Reiseziele?

IP: Durch Menschen, deren Erfahrungen und Social Media und Videos und Fotos.

G: Und eben die drei Aspekte, die du beim Reisen suchst?

IP: Herausforderung, schöne Landschaften und Soziale interaktion oder kultureller Austausch.

G: mmhm... ehmm.. ah ja... Welche drei Faktoren sind für dich bei der Entscheidung des Reiseziels besonders wichtig?

IP: Finanzielles....ehhhmm... was war.... dann Erfahrungsberichte von anderen Menschen. Und..... Das fällt mir nicht mehr ein.

G: wähl ein neues

Beide lachen

G: Berichte, hast du gesagt, von Leuten oder?

IP: Ja, habe ich das nicht gerade schon gesagt? Also finanzielle Berichte von anderen Menschen.

G: Die Herausforderung, nein, Reiseziel(???)

IP: Wie viel Zeit ich habe. Ja, gut.

G: Genau, da waren wir eben vorher schon. Aber suchst du aktiv nach Informationen über deine Reiseziele und falls ja, wo und wie?

IP: Ja, online meistens oder von anderen Menschen und dann manchmal mit Chat-GPT.

G: Aha, okay. Siehst du einen Unterschied zwischen Reisen und Urlaub?

IP: Ja.

G: Kannst du ein bisschen das Unterschied beschreiben?

IP: Also, ja eigentlich sollte.. oder ja.. also Reisen ist für mich der aktivere Teil, ein Land kennenzulernen oder ein Ort und unterwegs zu sein. Und.. Urlaub kann Reisen sein, aber würde ich unterscheiden dadurch, dass die primäre Funktion ist, sich zu entspannen und runter zu kommen.

G: mmhm mmhm Genau, passt. Dann willst du noch was zu deinem Reiseverhalten sagen, was dir wichtig ist?

IP: nein

G: Passt. Dann kommen wir schon zum dritten Teil, zwar die Reiseplanung. Das wird mein kürzestes Interview sein.

Beide lachen

G: Es sind sechs Minuten vergangen und wir haben da tatatata.

Beide lachen

G: lustig. Wenn du dein Reiseziel festgelegt hast, wie gehst du dann weiter? Also was machst du zuerst?

IP: Ganz lange gar nichts..

G: oke....

IP: ... und entweder ich entscheide, wenn ich im Land bin, was ich machen möchte. Beziehungsweise, ich würde sagen, eine Woche vorher startet bei mir der Adrenalinschub, es wird real und dann fange ich an, nach Informationen zu suchen, was ich unbedingt sehen möchte und mache mir grobe Stops für Dinge, die mir wichtig sind. Und von da kucke ich dann...

G: mmh aahah... Okay, das heißt, du entscheidest dich für einen Ort und dann machst du länger nichts, aber tust du dann buchen... also sobald du dann entscheidest, tust du dann auch einen Flug buchen?

IP: achso. Ja, wenn ich mich für ein Reiseziel entschieden habe, ist das meistens direkt mit dem Flug zusammen.

G: Okay,

IP: Genau

G: haben sich deine Reisegewohnheiten über die Jahre verändert und falls ja, was machst du heute anders als vielleicht bei deiner ersten Reise?

IP: ehmmmm... Oh, das ist eine gute Frage..... Ehm..... was mach ich anders?.....Vielleicht mich weniger abhängig machen von meinem sozialen Umfeld oder überhaupt von sozialen Kontakten und

mehr darauf vertrauen, dass ich ne gute Zeit haben werde, egal wie sich das soziale Umfeld bewegt oder verändert. Und ich suche vielleicht auch gezielter Situationen, wo ich so bin..... Obwohl, das stimmt vielleicht gar nicht. Ich würde sagen, ich suche vielleicht mehr die Herausforderung, aber weiß ich nicht.

Beide lachen

IP: ehmmm... Ja, was mache ich sonst anders?

G: Aber generell kann man sagen, dass du selbstsicherer geworden bist für deine Entscheidungen?

IP: Ja, vielleicht, ja.

G: Habe ich das so richtig verstanden?

IP: Ja, ich habe natürlich noch nicht so viele Solo-Reisen gemacht, deswegen ist der Vergleich... es wär nicht so riesig, aber ja, Selbstsicherheit kann man sagen.

G: mmmhm und so praktisch, machst du das Sachen anders oder?

IP: Weniger einpacken.

Beide lachen

IP: Ich glaube, mich besser absichern in Situationen. Und noch, ja keine Ahnung. Ich habe nicht das Gefühl, dass, also ja, weiß ich nicht.

G: Nein, passt schon gut. Buchst du deine Unterkünfte im Voraus oder entscheidest du dann spontan vor Ort, wo du übernachten wirst?

IP: Meistens so in der Nacht davor.

G: mmhmhnm... Welche Informationsquellen benutzt du zur Planung deiner Reise?

IP: The World Wide Web (lacht) und Menschen.... ganz selten mal Bücher.... Ja

G: Und spielen dabei Sozialmedien eine Rolle in der Reiseplanung oder eher nicht?

IP: Also für den anfänglichen... für die anfängliche Inspiration ja, aber eigentlich.... checke ich immer alles nochmal online nach.

G: und welche... Und du hast vorher Instagram genannt, spielen da andere Social Media vielleicht auch eine Rolle oder hauptsächlich Instagram?

IP: Eigentlich nur Instagram, ja.

G: okay... Glaubst du, du könntest heutzutage ohne Google Maps oder Booking oder Hostelworld oder was auch immer entspannt reisen?

IP: Am Anfang wahrscheinlich nicht, aber ich glaube, ich könnte mich darauf einlassen irgendwann, ja.

G: mmhm.. Wie glaubst du, wäre das für dich?

IP: Ich glaube am Anfang stressig, weil die Kontrolle einfach komplett wegfällt und man sich einfach auf das einlassen muss, was kommt. Und dass ich glaube, dass ich als Person eh gerne in Kontrolle bin, so deswegen wäre das auf jeden Fall eine Umstellungsperiode, ja.

G: Okay, wir sind eigentlich auch mit der Reiseplanung schon fertig und kommen jetzt zu Technologien und Zukunftsperspektiven. Und die erste Frage ist, spielen Technologien, zum Beispiel Apps oder Onlinebuchungen, Tools, eine Rolle bei der Wahl deiner Reiseziele?

IP: Ähm, warte, was waren nochmal die Beispiele dafür?

G: Apps oder Onlinebuchung, Tools, also zum Beispiel sagst du, okay, bevor ich starte, schaue ich mir an, wo ich übernachten kann, als Beispiel. Und dann siehst du vielleicht, okay, das ist komplizierter als ich dachte und dann sagst du, okay, dann wechsle ich quasi mein Reiseziel.

IP: Nee, soweit gucke ich meistens nicht.

G: Nein, okay. Und Apps, keine Ahnung, wenn du irgendwas auf Instagram siehst, was deinen gewählten Reiseziel negativ darstellt, könnte das dann deine Entscheidungen... beeinflussen?

IP: Ich glaube, den Entscheidungsprozess wahrscheinlich schon, ja.

G: Aber wenn

IP: wenn ich mich entschieden habe, dann nicht.

G: Okay, ja. Eeehmm... Und hast du jetzt gerade gesagt, Reiseplanung, bei der Reiseplanung haben diese neuen Technologien eine Einflüssung?

IP: Also, jetzt aber diese Buchungs-Apps, meinst du?

G: Ja, generell, auch, keine Ahnung, vielleicht folgst du irgendwelchen Influencern oder sowas.

IP: Oder meinst du auch bei ChatsGBT, ja, und das Internet auch, aber...ehm... naja, und eben eine Ideenfindung kommt von Instagram, ja.

G: Okay. Und benutzt du Tools aus der künstlichen Intelligenz für deine Reise?

IP: Ja.

G: Was zum Beispiel?

IP: ChatsGPT.

G: Und sonst?

IP: Ähm, künstliche Intelligenz... das wars.

G: Okay. Benutzt du Booking zum Beispiel?

IP: Achso, ja, das ist auch eine künstliche Intelligenz?

G: Ja.

IP: Echt?

G: Ja.

IP: Warum?

G: Es ist nicht unbedingt, also 100% künstliche Intelligenz quasi für ChatsGPT, aber es stützt sich auch auf künstliche Intelligenz.

IP: Ist dann so was, aber ist dann Flugbuchungssysteme, sind das dann auch künstliche Intelligenzen? Okay.

G: Tatsächlich.

Ja. Okay. Ja, dann das auch, ja. Also, wie ich meine Flüge buche, Unterkünfte auch, ja.

G: Okay. Aber... und wie benutzt du ChatsGPT?

IP: Ähm, ich frage, also meistens um so Itineraries zu machen.

G: Okay.

IP: Ja, mit dem Zeitraum, den ich habe und die Dinge, die ich sehen möchte, was da das Beste wäre. Und dann manchmal macht es Sinn für mich, manchmal nicht.

G: Und, ähm, vertraust du der App, also der der künstlichen Intelligenz auch so weit, dass du sagst, okay, ja, ich mache das dann auch für ein Wochenende zum Beispiel?

IP: Also letztendlich ist das für mich eher, um irgendwie so Anhaltspunkte zu haben, dass falls ich irgendwann nicht mehr weiß oder keine Entscheidung, also nicht eine spezifische Entscheidung habe, aber meistens ist es eigentlich so, dass mein.. das sich der Verlauf der Reise... dann so davon

abhängig ist, mit wem ich unterwegs bin und ob ich dann immer noch zu dem bestimmten Ort möchte oder nicht.

G: ahaaa

IP: Also es ist nicht der Leitfaden, der überall steht.

G: Ja, es ist eine Inspiration quasi....

IP: Genau.

G: Und benutzt du eine Kombination zwischen verschiedenen Apps oder eher nur eine und du beziehst dich ja auf die eine App?

IP: Ne, verschiedene. Also bei Flügen vergleiche ich natürlich ganz viele verschiedene Anbieter und genauso ist es eigentlich bei Booking oder Hostel World oder Airbnb.... Ich glaube, das sind so die Main, die ich benutze.

G: Und als Social Media nur Instagram.

IP: Ja, also was fällt denn da noch ein? Facebook?

G: Facebook oder Twitter, YouTube auch vielleicht.

IP: Ah ja, dann YouTube vielleicht.

G: Und liest du Reiseblogs?

IP: Ja.

G: Hast du eine, immer unterschiedlich?

IP: Ja.

G: Okay. Und liest du Rezensionen und falls ja, tun sie deine Entscheidungen beeinflussen?

IP: Nicht über das bestimmte Land, aber über einzelne Sehenswürdigkeiten ja. Ich würde schon sagen, wenn viele Menschen in den Rezensionen sagen, lohnt sich nicht oder schicken Fotos und ich mag es nicht dann, dann besuche ich das nicht.

G: Okay. Und für Restaurants und so auch?

IP: Ja.

G: Schreibst du selber Rezensionen?

IP: Nein

G: Okay.

IP: machst du das?

G: Nein...

Beide lachen

G: Ich habe es zweimal im Leben gemacht. Nützt du diese Technologien oder Sozialen Medien vor, während und nach deiner Reise in unterschiedlicher Art?

IP: ehmmmmmm....

G: Nehmen wir als Beispiel Instagram. Du hast gesagt, du schaust eben vielleicht, du bekommst Inspiration auf Instagram. Benutzt du das dann auch während deiner Reise und tust du vielleicht nach deiner Reise auch selber was posten und so weiter?

IP: Ja, also ich würde sagen, vor der Reise gucke ich für Inspiration, genau. Während der Reise ist es dann eher, dass ich selber dann halt Videos oder so poste, aber in meinen Storys, also nicht in meinem normalen Feed. Und nach der Reise bekomme ich dann halt mehr Reise....videos natürlich vorgeschlagen.... Aber das ist dann nicht unbedingt mein Verhalten, sondern von der App.

G: Okay... Und mit zum Beispiel ChatGPT benutzt du das während du dort bist?

IP:..... Also ChatGPT benutze ich nur im äußersten, keine Ahnung, wenn ich es selber zu schwer finde, da eine Struktur reinzubekommen. Und das ist ganz selten, deswegen während. Ja

G: während... Das heißt, du schaust nicht davor, bevor du dann wirklich startest?

IP: Nee, eigentlich nicht.

G: Okay. Genau, die die sozialen Medien, die du hast, eben Instagram...ehmm... tust du dann auch quasi regelmäßig dann auch posten über deine Reise? Tust du das teilen mit deinen Followers und so weiter? Influencerin.

Beide lachen

IP: Ab und zu, ja, ab und zu würde ich was posten, ja.

G: Ja..... Genau. Aber YouTube benutzt du nicht so, also für davor oder nach?

IP: ah Na ja, doch YouTube davor, genau, um zu gucken, was Menschen so raten für das Land oder deren Input einfach, ja.

G: mmhm Gut. Wie stellst du dir das Reisen in zehn Jahren vor? Welche Entwicklungen erwartest du? In dieser Branche.

IP: Dass es sehr viel exklusiver sein wird, also so mit Flugzeugen zu verreisen. Und dass dafür sehr viel mehr virtuell erstellt wird und nicht mehr dieses Selbst vor Ort sein.

G: Okay.

IP: Ja, vielleicht,

G: ist das....

IP: vielleicht...

G: `tschuligung

IP: dass sich das mehr auf so naheliegende Regionen fokussiert und nicht, dass es weiterhin so dieses 24 Stunden irgendwo hinfliegen sein wird.

G: Okay. Ist das eine positive Entwicklung für dich oder eher nicht?

IP: Ja, beides. Positiv in dem Sinne, dass es vielleicht... obwohl, ja.... ich glaube, so viel trägt unser Flug, ihr müsst mir jetzt gar nicht zum Thema Krise beisagen, das ist ja nur dieser eine Prozentanteil von den super reichen Menschen. Ehhm... Aber in der Hinsicht ist das natürlich was Positives oder wäre es, falls es so kommen würde. Und andererseits ist es natürlich super schade, weil einem ganz viel genommen wird dadurch, ja.

G: ja... Mhm. Ja, ich habe eigentlich meine Fragen schon alle durch. Falls du noch was dazu sagen möchtest, gerne. Ansonsten....

IP: Nö.

G: Dann tu ich mal das kürzeste Interview ever stoppen.....

Interview 3

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

G: All right.... Ehm so the first part is an introduction and general demographic information, so like how old are you?

IP: I'm 24.

G: Young. In which country were you born and where do you live currently?

IP: I was born in Lisbon, Portugal and I live in Milan, Italy.

G: Cool, what is your highest educational qualification?

IP: I am currently pursuing my master's degree.

G: Ehmm in what?

IP: In corporate finance.

G: Okay, do you work?

IP: Not at the moment.

G: aaaand okay, how often would you say you travel in a year?

IP:....For leisure?

G: Yes.

IP: ehmmm... I don't know, like four times.

G: Four times?

IP: Yeah.

G: Okay. Do you prefer...

IP: Do you want a range?

G: Sorry?

IP: Do you want a range?

G: Sure.

IP: Three to six.

G: Three to six? Aaah okay, okay, okay.

IP: Like, I don't know.

G: No, no, good, good, good.... Ehmm And how long are these travels normally?

IP: Between... Most, between a week and two weeks.

G: mmhm

IP: A couple of just... Maybe like one or two are just like a weekend or something.

G: Okay. Do you prefer short trips like weekends or longer trips?

IP: Longer trips.

G: mmhm ehmm... Did you as a child travel with your family and if so, where?

IP: We didn't travel very much. Maybe we did like a vacation once in a few years. And when we did, it would be somewhere near Portugal. So Spain... Like, I went to Spain, Italy, the UK and France. Like, that's pretty much where I've been. It was maybe a couple trips.

G: Do you think that the travel behaviour that you had as a child and with your family influenced your travel behaviour now?

IP: In a way, yes. It's made me..... probably want to travel more.

G: mmhm

IP: So I felt like I didn't travel enough. I didn't get many opportunities when I was younger. But then at the same time, it was like enough for me to understand that I want to do it more.

G: Okay, nice. Ehmmmm When and where did you take your first solo trip?

IP: First solo trip was where I met you. And it was to Southeast Asia. And I passed through Thailand, Cambodia and Vietnam.

G: mmmhm So last year, right?

IP: Yeah, in 2024, and it was like a seven-week trip.

G: mmhm Well, how many trips have you taken alone?

IP: Just that one.

G: Okay...

IP says something but couldn't understand...

G: Sorry, go on.

IP: So far.

G: So far! Good, good. Is there any other important fact, information that might be relevant for this part.... of interview?

IP: I think like maybe... Like, my education was very international, which also kind of like wanted me to do this.... I studied international school, then I went to did my bachelor's abroad as well. So I kind of always wanted to give this a try. And another thing is I did a trip with two of my closest friends in 2022.. I think. I think it was in 2022. And it was the first time I went far away. It was to Thailand. And it gave me the confidence that I could do it alone. Because if I had only been to Spain or France, I didn't really want to do that trip alone the first time. So yeah, maybe those two things.

G: mmhm Where did you study?

IP: Where did I study?

G: Yeah, because you said you did an international school and then...

IP: The international school was in Lisbon. But all my colleagues were from all over the place. And my bachelor's was in the UK in Bath, a small town.

G: Okay.... All right, so we come to the travel behaviour part. And the first question is, why do you travel at all?

IP: Two reasons. One.... scheduling. It's easier to do it by yourself. It's difficult to find people, especially as you get older, that are willing to do these big trips with you or have the time even..... And... two, to meet people, to be able to improvise the trip. Like, I can just by the one way take it and then do whatever I feel like doing myself and I don't have other responsibilities. I'd say those two reasons are probably the main ones.

G: mmhm What is your own definition of solo traveller?

IP: What, sorry?

G: Your definition of solo traveller.

IP:.....Just a person who travels by themselves. (laughs) A person who goes somewhere where they don't know anyone for the purposes of getting to know a culture and meeting new people.

G: Okay. How do you decide what kind of trip you will take?

IP: mmhm.....Since I haven't seen that much with like my family, for example.... It's just like what I've heard. And also, to be completely honest, like flight prices. If I wanted to go to China, but Vietnam is cheaper, I'd go Vietnam because I want to see both anyway. So like now, why not do Vietnam first?

G: mmhm Okay. So you mentioned also like what you hear. So like you exchange with friends.

IP: Yeah. So if my friends have been there, obviously like it's very different experiences because my friends probably went there with family or something and then they're staying in hotels and I want to

stay in hostels and it's a different experience. But if I get an over.. overall... overall positive feedback of the country, then I 100% will keep it in mind for future travels.

G: Mm-hmm. What is your most common mode of travel, way of travel?

IP: When I'm in the other, what do you mean? Like to go to the location or within the location?

G: ehmm Both in the sense, you know, this like either backpacking or bikepacking is also a thing in the last years, this kind of thing. So how is your trip normally?

IP: So mostly..... buses, they're the most flexible. I can do them at night and save a night at the hostel. Sometimes that allows me to do more of like the stuff you want to do in the country. So mostly buses... and I don't know if it's a bit further like in a flight within the country or something.

G: Okay, but you like the solo trip that you did was backpacking, right?

IP: I was bikepacking?

G: Backpacking, backpacking.

IP: Yeah, it was backpacking. Yes, it was backpacking. Yeah, to be fair, yeah, I mean, you know this.

G: I know, but I'm supposed to be like super natural.

IP: A lot of buses, then from one city to the other, I went on a bike and then I also did a bike like loop at the north of Vietnam. So it was a mix, but most of the time between cities, it was bus. Now it's backpacking for sure.

G: Yeah, did you ever consider to do a bikepacking thing or something like that? Like literally like biking.

IP In a bicycle or in a motorbike?

G: No, no, bicycle.

IP: Absolutely not. I would not do that.

G: Okay.

IP: At least not now, no.

G: Okay. And how do you choose your travel destinations? You already mentioned like the economic part is something. Ehhmm

IP: Yeah, yeah, I mean, I mentioned the flight prices. For example, I considered last time I considered Southeast Asia or South America and South America is way more expensive to fly there. So I immediately just chose Southeast Asia. And then, yeah, all the other stuff that I said about like my friend's opinions and family's opinions.

G: mmhm Okay, can you name me three aspects you're looking for when travelling? Like adventure, relax or something like that.

IP: Okay..... I would definitely say adventure.

G: Uh-huh.

IP:.....And fun. You can include that in, I don't know, like maybe the demographics of the people that travel there or something. Like younger people will have more fun. And..... I would say like experiences that are unique to that place.

G: Okay.

IP: So like, I don't care if it's cold or warm. Like if it's cold, then you better have like the Northern Lights or something for me to see, you know.

G: Okay.

IP: Something specific.

G: Makes sense... Which three factors are the most important to you when choosing a destination?

IP: Safety.

G: mmhm

IP: frouid

G: What, sorry?

IP: Food.

G: food, mmhm

IP: And.....

G: Two is also good.

IP: No, I'm trying to think of how to phrase this, but like points of interest.

G: Okay.

IP: You know?

G: Yeah. Like what you can do there at the end.

IP: Exactly.

G: Right. Okay. Ehmmmmmmmmmmmmmmmmmmmm Do you actively search for information about your destination before you're going? And if yes, how and where?

IP: Very limited. (Laughs) Very limited. I see... I... Honestly, when I went to Vietnam, all I did was talk to like two friends that did it. They briefly mentioned stuff that I wrote down, but then I didn't

even do any research. I like looked it up on Google, saw images and was like, this is cool. This is cool. And I just went. So very limited research. As I said, I want to be able to get there and.... just figure it out. For me, that's part of the adventure, which is, as I said before, like one of the things that I'm looking for.

G: Okay. And how do you figure it out on the place? Like talking to people or guides?

IP: Talking to people that are probably more experienced in solo travelling, or maybe they've come from the places that you want to go and they can give you tips. Hostel managers always have information, pamphlets, whatever you want. Ehmm Yeah, that's pretty much it.

G: ehmm Okay. Do you see a difference between travel and vacation?

IP: Do I see what?

G: A difference between the aspects, different aspects maybe, or the definition of travel and vacation.

IP: yeah yeah..... Probably like a bit..... I feel like one can be the other, but maybe the other one can't be the other. You know what I mean?

G: More or less.

IP: I can go on a... My vacation can be travelling and it can be something active.

G: mmhm

IP: But like travelling doesn't necessarily have to be a vacation. You can travel for other purposes.

G: Okay.

IP: So you know what I mean?

G: So... Like work travel maybe.

IP: Yeah, it could be something like that.

G: Yeah. Oh, okay, okay, okay. So you see that travel more active. Did I understand it correct? Because you said vacation can be active and become a travel. Can be?

IP: Yeah, yeah, yeah, yeah. I'd say like a vacation... Vacation is always going to be something that you do for..... yourself. It's personal. And it can be active or it can be going to a resort and just chilling by the beach. Travelling..... can be something different. ... it's.... It's probably not going to be chilling by the beach. And it's probably going to be more... Yeah, definitely more active. But it can also be something for work, for example. That's active as well. And that's a different perspective. So there's different lenses to look at it.

G: Perfect. Um, we are almost halfway. We come to the travel planning part. And the first question, once you've chosen your destination, how do you proceed? What is the first thing that you do once you say, okay, I go to Vietnam, for example?

IP: First thing I do?

G: Yeah.

IP: Buy the flight tickets.

G: Perfect. What's next?

IP: That's the first thing I do. And it's close to the only thing I do.

G: Okay. Nice. Okay. Have your travel habits changed over the year?

IP: This year?

G: Yeah.... Yes. Mainly, yes.

IP: I mean, I've only done that one trip. That one big solo trip, because it's the only time I've had so far. So that was the change. Like, now it's back to what it was before, which is like mostly just travelling to see your friends, like I did. I went to Ireland or, you know, going back home to Portugal or something like that. So I'd say I'm pretty consistent. The big trips are the inconsistent parts.

G: And what would you, like, if you say, okay, tomorrow I leave for another trip, for another solo trip, what would you do differently? Maybe..... Or is there anything that you would do differently?

IP:..... Yeah. I'd probably make it longer.

G: Of course.

IP: I was a bit nervous, of course, it was my first one. And then I had commitments that I had to do after the trip. So I gave myself time to get ready for those commitments, but I probably would have just like come back from the trip and straight into those commitments. I didn't need that extra time. So either extend it as much as possible or just not buy the return flight and then figure it out when I can return. So be less... strict on when to return.

G: Even less strict.

IP: Even less strict.

G: Okay. Do you always book your accommodation in advance or you decide, like, shortly before?

IP: It's pretty much on the day.

G: On the day. Yeah. And what sources do you use to plan your trip? You mentioned you spoke with friends, family, maybe?

IP: Yeah, friends, family, friends of friends sometimes, because, you know, I personally don't have many friends who have solo travels, but I can find people that have through friends.

G: So word of mouth.

IP: Yeah, word of mouth. Yeah. And, like, sources that I use for planning?

G: Yes. Or not planning, just have information about your destination also.

IP: Google.

G: Okay.

IP: Google and stuff.....eh.....

G: What about social media?

IP: I don't plan much. Like, I don't plan much. Then, like, restaurants and stuff, I just hear what people say once I'm there. Like, I don't really use TripAdvisor or any of that to, like, book hostels. I use Hostelworld or Booking.com..... But yeah, that's pretty much it.

G: What about social media? Do they play a role in your travel planning or not?

IP: No. Not really.

G: Okay.

IP: Yeah, like, not really, to be honest.

G: No, no, fair, fair. It's interesting. Do you think you could travel comfortably today without Google Maps or Booking or the other apps that you mentioned? Like Hostelworld?

IP: Comfortably? No.

G: Okay.

IP: Like, absolutely not.

G: Okay. And travel at all?

IP: Would I travel at all?

G: Yeah, like, would you feel comfortable or not comfortable? Would you manage to travel also without these apps?

IP: I would manage. And I would change probably my approach into more planning before going.

G: mmhm

IP: I'd learn to read a map.

Laugh

IP: or just be better at it. Yeah, I mean, it would require just more research. Because I feel like those platforms give me a lot of freedom once I'm there.

G: mmhm mmhm All right. Um..... well, we are already at the last part. You are giving good and clear answers,

IP: let's go

G: as I know you.

IP: That's good.

G: Okay, so technologies and future perspective. Ehmmm... Do technologies like apps, online booking, and these kind of things play a role in choosing your travel destination?

IP:.....Like, give examples? Sorry.

G: Yes. For example, if you want to go to China, and you know there you cannot use Google Maps and all the other apps that we are using normally. Is that influencing your decision? And maybe you say, okay, I go maybe to another place where I can use them? Or does it matter?

IP: For me, it doesn't matter, because usually they have alternatives. You think in Vietnam with the Uber app there was the...

G: Grab.

IP: Grab. exactly.. Like, I don't mind, like, there will be alternatives. Yeah, there will be alternatives. And then once you're there, you can also meet people and they tell you all these apps that you can use or different ways to accomplish something. So that's fine.

G: Did you buy a SIM card when you were there? Like, during... Sorry?

IP: I did, I did. I used an app called Ataro.

G: Do you, or did you use tools based on artificial intelligence for your travels?

IP: No, I'm pretty sure I didn't. I don't even know if that... Like, if ChatGPT was a thing, then was it?

G: Yes, it was.

IP: I feel like I haven't used ChatGPT at all at that point.

G: No, right.

IP: No, I didn't use it. I didn't use it. Like, nothing. Not even a little bit.

G: Okay. But you used Booking, for example.

IP: Booking I did.

G: Okay.

IP: Booking.com I used. HostelWorld I used. Grab. Wait, I have... I think I have a folder called travel.

Laughs

IP: 12GoTrain.

G: Oh, yeah.

IP: ehm..... Skyscanner to find the flights cheaper. And then it's just a bunch of different airline apps and other things that I've already mentioned.

G: Yes. And if you use an app, for example, do you... Or, yeah, an app. Do you combine multiple to compare, maybe? Or do you just use one and you totally think it's okay that one is enough?

IP: ehm..... I think at first I compare them. Then I realise if I prefer one over the other. Or if one gives better options or better user-friendly design or whatever. Like, I use more HostelWorld than I did Booking. Just because for me it was easier...ehmm... I guess it depends. Like, in Vietnam prices are so cheap that it's not worth comparing. If it's going to be 10 more cents. If this app makes it easier for me, then I'm just going to use it. So, yeah.

G: Depends.

IP: Yeah, depends, yeah.

G: Okay. Do you read travel blogs?

IP: No.

G: No. Do you read reviews?

IP: I read... I read reviews..... Yeah, I read reviews of the hostels..... Also because it gives you an impression also of the people who are there and the ages and stuff. And I read reviews of restaurants. But maybe sometimes I don't really pay attention to them. I just... Because if I have a... I'm going there because I have a recommendation. So, I'll take that one person's actual recommendation over a random guy online. But sometimes I do check it.

G: Okay, so they don't influence your decision of going somewhere or not?

IP: If I got a recommendation from a person that I met, even if it's not for a long time, then probably it doesn't influence me much. For the hostels, yeah, because... Yeah. Because you have some bad experiences at hostels.

G: Yes. Yeah. Do you use technologies or social media in a different way before, during and after your trip? We could use the example of Instagram if you want.

IP: Not really because I'm not very active on social media. That's also like why I don't really use it. Okay. I'm very active on those kinds of social things. I have them. But I don't follow many people. I don't engage. I don't post. So, it was like this before and it's still like this.

G: okay, So, also YouTube you don't..

IP: I use YouTube. That's a good point. I did use... The question was if I interact differently with... With the social media or the technology before, during, before and after. I took a camera with me to like video stuff, but then I never posted it.

G: I know.

IP: I do have the stuff. I don't know. But that's a good point. Like it really didn't change when I used it. Because even though I tried, I was like, no, this just isn't for me.

G: Okay. So, it's like the photo pictures or the videos that you take are mainly for you and not really for the social media.

IP: Yes, exactly.

G: Yeah. Well, the next question was do you use social media at all? And I guess the answer is no.

Laughing

IP: exactly Do you like...

G: You said you have Instagram. So, you follow like Travel Influencer or something like that? ... Or also on YouTube, maybe.

IP: I don't know. I don't follow, but it's a lot on my For You page.

G: Okay.

IP: Like people going to different places and recommending stuff or just vlogging.

G: Yes.

IP: That's a lot on my For You page.

G: And you see these things, but they don't influence you?

IP: nah... They probably do, but not in a direct way.

G: Okay.

IP: But maybe it stays in my mind and then I remember. I don't know. It's a good question. Probably it does. It would be foolish to say it doesn't.

G: But like they don't influence you in a direct way. In the sense that you maybe see a reel and then you say, oh, I want to go there as well. And you maybe save it on Google Maps or something.

IP: No. No.

G: No. Interesting.

IP: Maybe I should.

G: No, no, no, no. I mean, why should you?

IP: Don't plan anything. That's really the... That's like what you'll take away from this the most is no planning, just going.

G: Yeah. Well, that's perfect.

IP: It's a way.

G: Yeah, definitely. How do you imagine travel will be in 10 years?

IP: Oof. Like for me or you mean like spaceships?

Laught

G: Both.

IP: ehm.....Well, for me, probably less..... I don't know, maybe I'll be married or something or have a family. So I'm not going to be doing these crazy adventure things. Or not as often, at least. Or not as definitely not as long because, you know, you have other commitments.

G: mmhm

IP: And in general, I'd say it's probably going to get a bit worse. It's going to get more popular. Locations are going to get more ehm... busy and overall more globalisation means less individual cultures or less influence from other cultures one on one on each other, you know.

G: mmmhm

IP: So, yeah.

G: So that's a negative development for you.

IP: yeah

G: That it's going to be probably more doable for more people.

IP: Yeah, exactly.

G: And do you think that artificial intelligence is going to be like a main part in the future travel plans?

IP: Yeah, I think for most people, it negates the need of like a travel agency or something that people will become more independent in the way they can travel.

G: mmhm

IP: It'll be like a one stop shop for all sorts of things for like recommendations and, you know, everything you can do the planning there, you can do improvisation there. Like I'm asking, I'm here, what can I do here? Yeah, so it'll be a one stop shop for everything. So definitely change the way we approach travel.

: and it's goo.. like positive or negative? in your opinion

IP: I think it's positive for most people..i think it's positive, it gives you independence.. in your travel, it gives you like yeah... you can just do it... by yourself, without thinking much it's just ask Chat GPT....

G: mmhm

IP: but yeah i'll make it... i'll probably make it that more people are willing to do it and then becomes a worse experience for everyone, for the others..

G: okay, yeah

IP: who knows?

G: we will see

Laugh

IP: yeah we will see... this is my first thoughts

G: yeah yess defintly...ehmmmmm okay is there anything you... in your mind that you think is relevant for the interview in general?

IP:.....mh I don't think so

G: all right then I will stop the recording

Interview 4

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

G: Super... ehmm Genau, fangen wir erstmal an. Wie alt bist du und in welchem Land bist du geboren und wo wohnst du jetzt?

IP: Ich bin 25 und bin in Deutschland geboren und wohne zurzeit in Frankfurt.

G: Okay du bist gerade...

IP: Also auch in Deutschland.

G: ja, du bist gerade jetzt auf Reisen, gell?

IP: Genau, ja.

G: Okay, in Südostasien bleiben wir generell.

IP: Ja, in Südostasien, mehrere Länder.

G: okay, Was ist dein höchstes Bildungsniveau, Bildungsabschluss?

IP: Bachelor of Science.

G: Arbeitest du gerade?

IP: Nein, arbeite gerade nicht.

G: Wie oft würdest du sagen, dass du im Jahr verreist?

IP: ehm..... zählen da auch kleine Kurztrips rein oder so richtige Reisen?

G: Ja, vielleicht können wir beide Aspekte machen. Einmal so kurze Reisen und dann auch längere.

IP: Meistens eine längere, also so eine oder zwei Wochen und dann schon so zwei oder drei Kurztrips versuchen zu machen.

G: Okay.

IP: Über das Wochenende.

G: und magst du eher kurze Reisen oder längere? Was hast du lieber?

IP: Das ist eine gute Frage. Ich glaube längere, weil man dann mehr vom Land sieht und nicht nur eine Stadt, sondern meistens dann doch.. mehr eintauchen kann und dann ja einfach mehr sieht.

G: Bist du als Kind mit deiner Familie mehr als dreimal im Jahr länger als ein Wochenende verreist?

IP: Nein, ne... nicht mehr als dreimal, aber schon einmal pro Jahr oder zweimal.

G: mmhm... Und glaubst du, dass dieses Verhalten von deiner Familie dich in deiner jetzigen Reiseart beeinflusst hat?

IP: Auf jeden Fall. Mein Vater ist super viel gereist früher, im gleichen Alter wie ich. Und das hat auf jeden Fall mich influenced und auch geholfen, dass ich es auf jeden Fall mache.

G: mmhm Cool. Wann und wo hast du deine erste Soloreise gemacht?

IP: ehmm 2019 nach Australien.

G: wow..

IP: Genau, im November.

G: Cool. Wie lange bist du da geblieben?

IP: Fünf Monate.

G: woow

IP: Ich wäre länger geblieben, aber Corona kam.

G: Ach ja, stimmt.

IP: genau

G: Und wie viele Reisen hast du alleine gemacht, so ungefähr? Also so längere meine ich jetzt?

IP: Jetzt erst zwei, das ist die zweite.

G: Aha, okay. Gibt es, glaubst du, weitere Informationen über dich, die wichtig sind für diese Forschung?

IP: Vielleicht. Ich war in der Schulzeit auch schon im Ausland. Also ein Auslandssemester gemacht. Und in der Uni auch. Und ich glaube, das hilft einem auf jeden Fall beim Eigenständigreisen. Weil man es da vor Ort mit anderen Leuten zu tun hat und nicht alleine ist. Aber dort erst mal hinkommen, alleine, ja... baut Selbstbewusstsein auf.

G: Ja, absolut. Wo warst du da?

IP: In den USA. Der Ort heißt Bloomington Normal. Das ist so zwei Stunden von Chicago entfernt.

G: In der Oberschule.

IP: Genau, in der Oberschule. Und dann während der Uni in Warschau in Polen.

G: Also Erasmus hast du, oder?

IP: Ja, genau, Erasmus.

G: Okay, passt. Wir kommen schon zum zweiten Teil. Und zwar eben Reiseverhalten. Und die erste Frage ist, warum tust du überhaupt reisen?

IP: Ich glaube einfach, das sind gute Frage. Ich glaube einfach, aus einer eigenen Komfortzone raus. Andere Kulturen nochmal komplett anders wahrnehmen... Und jetzt in dem Falle so lange alleine reisen, einfach komplett anders eintauchen. Dass es kein Urlaub ist in einem Hotel, sondern wirklich ein Hostel mit anderen Leuten zusammen.

G: mmh

IP: Und einfach ein komplett anderes Leben als zu Hause zu haben.

G: Wie lange bleibst du jetzt unterwegs? Weißt du das schon, oder ist es offen?

IP: Ja, also ich muss Ende Juni zurück, beziehungsweise die erste Juli-Woche. Also ich habe den Flug noch nicht, aber das ist zwischen dem 30. Juni und dem 7. Juli.

G: Okay. Was ist deine Definition von Solo-Traveler?

IP: uuh ehm..... Ich glaube, alleine wohin kommen, aber insgesamt nie alleine sein. Also einfach, dass man wirklich im Bus Leute kennenlernt, am Flughafen, wenn man Check-In hat. Also theoretisch alleine machen, aber dadurch, dass es so viele machen, ja alleine zusammen sein.

G: schön, schöne Definition.

Lachen beide

G: Cool... Wie entscheidest du, welche Art von Reise du unternehmen wirst?

IP: jetzt... Jetzt speziell für diese Reise?

G: Ja, wenn du sagst, du willst jetzt eine Reise machen und du willst eben alleine starten. Also hast du da mehrere Optionen oder denkst du immer, okay, Backpacken?

IP: Es gibt schon mehrere Optionen, aber jetzt besonders für... Südostasien war mir auf jeden Fall klar bewusst, ich will Backpacken mit einem Rucksack und mehrere Länder so bereisen, auch mit Hostels und nicht von einem Hotel-Resort zum nächsten....

G: Ja,

IP: reisen.

G: Und wenn du irgendwo anders gehen würdest oder in der Zukunft vielleicht eine andere Reise machen wirst, wirst du eher an das Backpacken denken oder auch andere Arten von Reisen?

IP: Ich glaube, es kommt auf die Länge an. Wenn ich alles so bis zu drei Wochen, würde ich wahrscheinlich eher so Urlaub-mäßig, im Sinne von, dass man eine Basis in einem Land hat. Also wenn ich dann auch nur ein Land bereisen würde, würde ich eine Basis machen und dann vielleicht ein Auto mieten oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln das Land erkunden. Wenn es länger ist oder ich bewusst entscheide, mehrere Länder, zwei, drei zusammen zu machen, dann wäre es bewusst Backpacken von einem Ort zum nächsten.

G: mmhm Okay. Und was.... Und in.. in welcher Art tust du am meisten Reisen? Also eher mit Auto oder eher Backpacken und so weiter? Und welche ist deine Lieblingsart... wenn es eine gibt?

IP: Ich glaube, am meisten ist es dann doch mit Auto oder mit Züge. Auch weil es von Europa aus leichter ist und auch kurzfristig machbar ist. Aber am liebsten ist eine lange Reise mit dem Backpack wirklich weit weg von Europa.

Lachen

G: Okay. Wie entscheidest du dich für deinen Reiseziel?

IP: ehm.... Ich glaube, Social Media ist schon ein großer Punkt. Die ganzen Reels auf Instagram oder TikTok, ganz schlimm. Aber auch mit meinem.. vor allem mit Vater viel gesprochen, weil er das vorher gleich in die Länder bereist hat. Oder auch mit Freunden, die schon mal ähnliche Reisen gemacht haben durch Südostasien. Also ich glaube, so ein Teil aus allem, so grobe Richtungen, einfach was man von Leuten hört und dann detailreichere Planung ist dann soziale Kanäle... TikTok sowaas.

G: Kannst du mir drei Aspekte sagen, die du beim Reisen suchst?

IP: Aus der eigenen Komfortzone rauskommen, ehmmm neue Leute kennenlernen und so viel wie möglich vom Land sehen.

G: Fokussierst du dich da eher auf... quasi die Landschaft oder Städte erkunden?

IP: ehmm Ein Mix aus allem. Also ich finde Landschaft schon besonders, aber ich habe gemerkt, es braucht auch ab und zu mal eine große Stadt dazwischen, wo dann auch andere Leute sind und ein ja... ein bisschen mehr, in Führungsstrichen, Zivilisation.

G: okay.. und welche drei Faktoren sind für dich bei der Entscheidung des Reiseziels besonders wichtig?

IP: Schon Sicherheit, besonders als alleinreisende Frau. Ehm.....ehm.. was noch.... Im Moment besonders, wie bezahlbar das Land ist. Also ob ich da für eine längere Zeit sein kann. Und was das Land als Kultur und Natur zu bieten hat. Also was für Sehenswürdigkeiten es gibt, die mich persönlich interessieren.

G: mmhm super... Das hast du schon mehrmals angesprochen, aber jetzt vielleicht ein bisschen mehr strukturiert, wenn es geht. Ehmmm siehst du einen Unterschied zwischen Reise und Urlaub?

IP: Ja, auf jeden Fall. Ich finde Urlaub besonders, also bei mir persönlich, ist erstens, weil es kürzer ist, wesentlich mehr getaktet. Und ich weiß im Vorhinein schon, was ich im Urlaub machen werde. Also welche Orte ich besuche, wie lange ich übernachten werde. Ehmm.. Meistens sogar schon Orte, wo man essen gehen könnte. Und beim Backpackenreisen, am Anfang hatte ich noch ein paar Orte rausgesucht und was vorreserviert an Unterkünften. Und jetzt entscheide ich, wo ich am nächsten Tag hinmöchte. Also wesentlich planloser.

G: mmh okay Interessant super... Dann kommen wir schon zur Reiseplanung. Ehmm Wenn du dann dein Reiseziel festgelegt hast, wie gehst du dann voran? Was ist das Erste, was du machst?

IP: ehmmm Unterschiedlich. Am Anfang, als ich noch zu Hause war, habe ich Reisebücher ausgeliehen und durchgelesen, um so eine grobe Idee zu bekommen. Dann Chat-GPT, das ist dann doch eine große Hilfe. Ich nutze es jetzt nicht so ins Detail, aber besonders, bevor ich in ein Land reingehe, einfach um kurz zu fragen, was sind die Must-Sees, wo... also welche Orte sollte man

besuchen, was ist wichtig zu beachten oder so. Aber ich hole mir da nur Inspiration. Ich folge nicht eins zu eins, was Chat-GPT mir sagt. Aber es hilft schon mal, um grob herauszufinden, der Ort. Und dann geht es mit TikTok weiter. Das hätte ich nicht gedacht. Am Anfang der Reise hatte ich es gar nicht. Aber es hilft dann doch schon, auch noch mal visuell zu sehen die Orte und nicht nur zu lesen.

G: mmhm

IP: Aber ich habe jetzt gemerkt, zum Ende hin, höre ich dann doch lieber auf, was andere Leute mir erzählen. Weil TikTok dann doch so ein paar Orte anstreift, wo ich mir denke, das ist ein Bild, das schön aussieht. Der Rest ist aber doof. Und jetzt bin ich da, also Ich versuche nicht zu sehr darauf zu... mich zu fokussieren, dass ich eins zu eins was mache, was die angeben. Sondern eher, wenn ich Leute treffe, mit denen vibte man gut, dass ich deren Empfehlung folge.

G: Haben sich deine Reisegewohnheiten über die Jahre verändert? Du hast diese erste Reise in Australien genannt. Vielleicht hast du da große Unterschiede gemerkt?

IP: ehmmm Ja. Erstmals in Australien war ich mit dem Auto unterwegs. Und das war genau nach der Schule. Ich war unfassbar sparsam unterwegs. Ich habe Haferbrei mit Wasser gegessen, weil Milch teurer war. Jetzt merke ich, ich versuche schon noch, nicht mein Geld rauszuschmeißen. Aber ich bin in dem Land, ich möchte was von dem Land sehen. Ich bin auch bereit, für das spezielle Essen, was hier besonders ist, 2-3 Euro mehr auszugeben.

G: ja

IP: Weil es ist im Endeffekt teurer, wieder zurückzukommen. Die Erfahrungen sind jetzt wichtiger.

G: ja Hast du auch schon angesprochen, buchst du deine Unterkünfte immer im Voraus oder entscheidest du spontan vor Ort?

IP: ja wie gesagt... Ich habe ganz am Anfang im Voraus gebucht. Im 1. Land habe ich sogar fast 2 Wochen im Voraus gebucht mit kostenloser Stornierung. Und seitdem... 2-3 Tage im Voraus oder in letzter Zeit einen Abend im Voraus.

G: oke... Welche Informationsquellen benutzt du zur Planung deiner Reise?

IP: Ja, ChatGPT am Anfang. Immer noch Reiseführer ab und zu und Blogbeiträge. Es gibt 2 YouTuber-Travel-pärchen, denen ich folge. Better Beyond. Und das andere... die ist auf Instagram. Ah Instagram nutzte ich.. Reiseinstrumenten. Cravetraveling ist ihr Name. Aber da achte ich darauf, dass sie alle schön wenig Follower haben, weil es ganz authentisch ist, dass man Infos bekommt. Ehhmm Instagram Reels und TikTok.

G: okay...

IP: Das ist eine Information, die man dort bekommt ja.

G: aha aha okay. Ja, das heißt, soziale Medien spielen dann tatsächlich eine wichtige Rolle in deiner Reiseplanung.

IP: Ja. Ja.

G: Glaubst du, du könntest heutzutage auch ohne Google Maps oder Booking oder andere weitere Technologien entspannt reisen?

IP:.....Ich glaube, nicht entspannt. Ich glaube, es wäre möglich. Aber es wäre kein entspanntes Reisen für mich. Jetzt von A nach B zu kommen und einfach sicher eine Unterkunft zu haben, ist Google Maps für mich.

G: Okay. Das heißt, Google Maps benutzt du auch zum Schauen, welche Orte du besuchen kannst oder eher zur Sicherheit?

IP: ehmmm... Eher zur Sicherheit, also... für Navigation, um in einen Ort von A nach B zu kommen. Dafür

G: okay

IP: genau

G: Cool. Wir sind jetzt schon bei den letzten Teilen, Technologien und Zukunftsperspektiven. Und die erste Frage, spielen Technologien eine Rolle bei der Wahl deiner Reiseziele?

IP: ehmm..... Jetzt in meinem Fall für Südostasien, also die wende ich gerade bereits nicht, weil das von Anfang an für mich schon feststand, dass ich nach Thailand, Laos, Vietnam und Kambodscha möchte. Aber jetzt habe ich auch das Reiseziel von Sri Lanka gesehen oder Philippinen. Und ich habe jetzt persönlich keine Zeit, aber da hat Social Media mich schon dazu bestimmt, dass ich auf jeden Fall in der Zukunft nach Sri Lanka möchte und auf die Philippinen.

G: mmh Und spielen Menschen, die du triffst, auch eine Rolle? Im Sinne, wenn du mit jemandem sprichst, der sagt, ich war in Sri Lanka, bist du dann auch angezogen in der gleichen Art oder nicht?

IP: Ja, ich glaube sogar fast noch mehr, weil man, wenn man mit den Personen redet, einfach noch mal die Emotionen, die sie für das Land empfunden haben, wesentlich mehr mitkriegt.... Ja, doch, ich glaube, den vertraue ich dann noch mehr, als wenn mir nur jemand sagt, du musst unbedingt hier hin, das ist das Hauptland... Vertraue mal im Regen. Da vertraue ich weniger, als wenn die Person, die mir gegenüber sitzt und mir sogar Bilder zeigt, sagt, ja, ich war dort und dort und bleibe vier Tage dort.

G: mmhm und in der Reiseplanung schon, hast du eben vorhergesagt.

IP: Ja, also, genau. Doch, ich habe jetzt schon ab und zu meine Orte, die ich so gut gedacht habe, geändert oder halt die Reihenfolge oder einen Ort noch dazu gemacht, weil mir Leute gesagt haben, oh mein Gott, du musst unbedingt dort hin, das sieht so toll aus. Und dann habe ich danach selber Nachforschung angestellt und war so, okay, ich bin überzeugt, ich mache zwei Tage noch dort.

G: okay, genau, benutzt du Tools aus der künstlichen Intelligenz für das Reisen generell? Also außer ChatGPT vielleicht?

IP: Was fällt unter noch, außer ChatGPT?

G: Ähm, auch Booking eigentlich.

IP: Ah, okay, ja, nee, also auf jeden Fall fürs Booking.com, obwohl ich meinen Hauptteil meiner Unterkünfte mit Hostelworld buche.

G: Und tust du dann... Genau. Entschuldigung.

IP: doch, ja Nee, genau, nee, eigentlich, das war der Satz, dass ich mich da inspirieren lasse.

G: Okay, tust du dann eben nur auf Hostelworld buchen oder tust du das dann vergleichen?

IP: Meistens bin ich zu faul und buche direkt auf Hostelworld, auch weil man dort diesen Chat bekommt und es einfach nochmal so ein Sicherheitsnetz mir gibt, wenn das Hostel dann doch ein Fehlgriff ist, dass man da nochmal schreiben könnte und sich mit Leuten in Verbindung setzen kann.... Sonst aber ab und zu, besonders wenn es teuer ist, vergleiche ich auch verschiedene Plattformen, ob es beispielsweise auch billiger auf Booking oder Agoda hier in Asien ist oder... ja Hostelworld. Das sind eigentlich die drei, die ich benutze.

G: Und außer von Unterkunft, tust du für andere Aspekte auch verschiedene Apps benutzen oder eher eine?

IP: Nee, ich hatte überlegt so Aktivitäten oder so, aber dann habe ich gemerkt, es ist besser, wenn ich am Straßenrand in einem Ort es mit einer Person dort buche. Also get your guide, das habe ich auf der Reise gar nicht benutzt und plane ich auch nicht zu benutzen.

G: mmhm Liest du Reiseblogs? Du hast gesagt hauptsächlich zwei, oder?

IP: Ja, genau. Das eine heißt Better Beyond, beziehungsweise ja doch Better Beyond und Eileen Travers müsste das sein. Das sind beides zwei deutsche Pärchen, die besonders durch Südostasien gereist sind, was halt in meinem Fall gerade sehr

G: ja

IP: relevant ist. Und auch so reisen, dass sie zwar Highspots einem zeigen, aber nicht nur, sondern eine ehrliche Meinung dazu geben, weil sie kein Geld dafür bekommen.

G: Okay, liest du Rezensionen?

IP: Ja, also besonders für Unterkünfte, denen vertraue ich auch sehr. Nicht immer gut, aber doch, da lese ich unfassbar viele, genau für Unterkünfte und wegen Touren oder so jetzt nicht, aber da vertraue

ich dann, wenn Leute mir sagen, hey, ich habe an der Ecke gebucht, das war gut, also sozusagen mündliche Rezension.

G: Entschuldigung, auch auf Google Maps? Also so für Restaurants?

IP: Ja, für Restaurants doch sehr... besonders für Essensorte, einfach weil mein Magen nicht für das asiatische Essen ausgelegt ist. Meine eigene Regel, dass ich mindestens 4,6 Sterne haben muss, oder 4,5, doch da da vertraue ich sehr.

G: Okay, also die beeinflussen dann schon deine Entscheidung, ob du überhaupt irgendwo hingehst zum Schlafen oder zum Essen.

.....

G: aah Mel, bist du noch da?

Kurze Verbindung Probleme

IP: oh Nein, du warst plötzlich weg.

G: Ja, jetzt habe ich nichts.... Bei mir steht immer noch, dass du zum Stummgeschalten bist, egal.

IP: echt hey, hallo, kannst du mich hören?

G: Ja, ich kann dich hören.

IP: Okay, gut. Super.

G: Genau, dann beeinflussen dich diese Rezensionen dann tatsächlich bei deiner Entscheidung?

IP: Ja, besonders beim Essen. Also von Google Maps sind die ausgegeben, ob ich zum Restaurant gehe oder nicht.

G: mmhm okay. Nutzt du die Technologien, die wir jetzt genannt haben, oder die sozialen Medien, vor, während und nach deiner Reise in einer unterschiedlichen Art?

IP: mmmhm.. ich würds....Ich würde behaupten, also jetzt besonders TikTok auf jeden Fall. Da habe ich vor der Reise angefangen und grob... ja so generell geschaut, was ich in den Ländern machen möchte. Dann auf der Reise wirklich spezifisch, dann nicht geschaut, ja, was will ich in Kambodscha machen, sondern was kann man in Siem Reap machen, also wirklich in der Stadt. Ich würde jetzt selber behaupten, dass ich TikTok nach der Reise nicht nutzen werde. Also, weil.... ich es sehr gut finde für Reiseinfo, aber jetzt sonst nichts. Ich würde sagen, Google Maps werde ich auch weiter benutzen, ehmm halt, um von A nach B zu kommen. Wahrscheinlich auch in Deutschland schaue.. ja.. ich auf die Rezensionen von Orten, ob sie gut sind, ob ich da hingehere oder nicht. Würde ich behaupten, dass das Level gleich ist von davor, zwischenzeitlich und danach. Aber, ja, und ChatGPT, ja, aber andere Themen. Also nichts, was reiserelevant ist danach.

G: mmhm.. Und nutzt du überhaupt soziale Medien? Also, im Sinne, tust du dann selber auch was posten oder eher nicht?

IP: Ja, ich poste das gleich mit Storys. Also, ich glaube, ich schaue meine Storys am liebsten an. Also, ich mache sozusagen mein eigenes Tagebuch und auch Beiträge, aber jetzt nicht im Sinne von, um anderen Leuten Tipps zu geben, sondern einfach, um meine Momente festzuhalten.... Also, da ist Instagram ganz hoch. Den Rest, ich glaube, ist kein Tipp. Und ab und zu schreibe ich eine Review, aber das dann eher, wenn der Ort schrecklich war. Okay. Dass ich Leute davon abhalte, dahin zu gehen.

Lachen

G: Achtung, Achtung. Okay. Und für die Influencer, so Travel-Influencer hast du gesagt, du schaust eher, dass sie eine kleine Anzahl an ehmm Follower haben, oder? Was du folgst.

IP: Ja, weil ich habe bemerkt, wenn die unter, besonders unter 10.000 beziehungsweise unter 50.000, dann ist es einfach noch das authentische Reisen, was ich auch mir zahlen kann. Einfach im Hostel zu übernachten oder Homespaces, Guesthouses. Ab dem Moment, wo sie größer werden, werden sie halt in Resorts eingeladen oder machen krasse Sachen, was schön zu beobachten ist, aber mir kein Mehrwert gibt für die Reise, die ich plane.

G: ja mmhm... ja genau... Erstellst du selber Inhalte und eben Stories und Post hast du genannt. YouTube keiner, YouTube-Videos.

IP: nein

G: Und TikTok auch nicht wirklich.

IP: Also TikTok ist eher ein Tool. Gar nicht. Nee, da habe ich nur einen Account, um andere Leute anzuschauen, nicht selber.

G: Okay, genau. Die letzte ehhh Frage ist, wie stellst du dir das Reisen in 10 Jahren vor? Welche Entwicklungen siehst du da?

IP: Das ist eine gute Frage. Ich glaube, es wird noch voller, als es jetzt schon ist. Also ich bin froh, dass ich jetzt gerade... besonders nach Laos reise oder nach Vietnam, weil die Länder einfach unfassbar im Kommen sind. Und dementsprechend will ich auch versuchen, so bald wie möglich nach Sri Lanka zu kommen, weil ich finde, man merkt es am Thailand... Die Länder sind einfach überlaufen da, weil einfach super viele Leute hingehen. Ich meine, ich auch. Also ich zähle dazu. Aber ich glaube, es wird einfach noch voller und noch digitaler. Also überall wird Infrastruktur, überall werden Flughäfen gebaut. Und ich glaube, es wird auch alles viel vermüllter. Aber ich glaube, es wird auch leichter zu reisen. Also ich glaube, es wird noch leichter, als es jetzt schon ist. Einfach weil die Infrastruktur bald gebaut wird und Flughäfen und alles.

G: siehst du es...

IP: Das heißt, es ist wahrscheinlich leichter, von A nach B zu kommen.

G: ja, siehst du das als positive Entwicklung oder eher negative?

IP: Teils, teils. Also... Jetzt im Vergleich ehmm zu meinem Vater, der ist vor 50, vor 40 Jahre gereist. Bei ihm in Malaysia gab es zum Beispiel die eine Straße noch gar nicht, die ich benutzt habe. Das heißt, die mussten mit einem Boot fahren. Und das ist natürlich für mich, in dem Sinne fand ich es gut, dass Infrastruktur gebaut wurde, weil es für mich leichter war, von A nach B zu kommen. Aber ich glaube, es muss ein Maximum gefunden werden, dass nicht alles verbaut wird und überall teure Resorts hin gebaut werden.

G: ja

IP: Ich glaube, da muss ein guter Kompromiss gefunden werden, den ich persönlich nicht sehe. Weil die Länder auf den Tourismus auch einfach angewiesen wird.

G: mmh Verstehe. Ehmm hast du sonst noch welche Informationen die noch sehr relevant sind, die eh für Alleinreisende, was du ansprechen möchtest?

IP: ich glaub, was ich mir damals gewünscht hätte, ist das ich jetzt persönlich jetzt in Thailand gestartet wäre, weil das Land einfach super gemacht ist für Alleinreisende Person, egal ob Mann oder Frau, weil's einfach schon sehr... ja... developed ist und sicher.. man hat ein sicheres Gefühl... bei bestimmten Länder, jetzt zum Beispiel Malaysia, ich fand es schön aber ich hätte mir gewünscht andere Länder davor bereist einfach nur um für mich... noch sicherer zu fühlen... einfach die Wahl der Länder am Anfang... wenn es überhaupt die aller erste Reise ist ehmm..... ja man da drauf achten sollte wie wo... man sich gut fühlt...

G: mmhm Oke, ja super, dann würde ich meine Aufnahme stoppen, wenn alles gesagt wurde.

Interview 5

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

G: All right, so the the first part and the first question is how old are you and in which country were you born and where do you currently live?

IP: ehm So I'm 26, I'm coming from France and I'm living actually in Barcelona in Spain.

G: What is your highest education qualification?

IP: An engineering degree and a master's degree.

G: In what?

IP: In agronomics engineering and in international management.

G: Okay, what is your profession?

IP: I was working, I'm still working actually in.... selling marketing services in a publicity company who's working for agronomics companies.

G: How often would you say you travel in a year?

IP: ehmmmmmm I think three, four times. Generally, I used to do like a big trip in the like abroad Europe, but I'm still doing a lot of weekend and stuff like this. So yeah, four times I would say.

G: So do you prefer rather like short trips like weekends or longer trips?

IP: I prefer long trips.

G: yeah

IP: I don't always have enough holidays to take like a month to go abroad, but yeah, I think like a large trip lets you gives you the opportunity to disconnect and connect with other culture better than just a weekend.

G: mmhm did you travel as a child with your parents?

IP: Yes, a lot. I went to Africa with my grandmother for one month and a half when I was like 14 or 15. I went to Morocco with my parents. I went to Thailandia with my mom. So yeah, a lot.

G: Ah, wow. And do you think this travel behavior of your family influenced also your way of travel?

IP: I'm pretty sure, yes. They wanted me to travel because they thought, well, that I was not feeling, so I was not feeling that I was so privileged, you know, when you live in a country that you have everything and you can do whatever you want, then like traveling opened a bit your mind when you're a child and allows you to see that, well, there's a lot of different culture and opportunities also to travel, to see the world. So yeah, they wanted me to travel and then I loved it. So I think I kept the habit.

G: Okay, nice. When and where did you take your first solo trip?

IP: ehmmmm... My first solo trip, I think to Spain, to Barcelona when I was 18 or even 17, I think. Yeah, we went with my cousin, it was, I think, but she was younger than me. So it was a trip between friends more than really family. And it was close. So for our first trip, it was okay to, well, to lose a bit ourselves. It was not so dangerous. So yeah, it was Spain, really near from where I live.

G: Okay. And the first one, maybe outside of Europe?

IP: First one outside of Europe alone, I think Morocco. I went to Morocco, I was 20 maybe. And I went with a friend. So a few, a week only, but it was Africa.

G: Okay. And how many trips have you done alone?

IP: Well, Morocco, Argentina, of course. I don't even know. Germany... Spain.. eehmm Italia. No, six to be like.

G: Okay.

IP: London also, yeah.

G: Okay. And these trips that you take alone are normally longer or shorter?

IP: Like just a week or two, or maybe also like a month? Yeah, a week. Generally, when I went to South America, it was like a whole month. And alone, alone without anyone I knew, almost two months.

G: Okay.

IP: Was the biggest, I think, alone trip that I did.

G: Okay. Okay, we are already in the second part, like about the travel behavior. And the first question is, why do you travel at all?

IP: Um, I think I end up my studies, which were very long. And I needed, I really needed to take some perspective on what I wanted to do. And I was always with my parents, with like my professors. And it was a big, I don't know, like brainwashing at some point. And I really need to like be by myself. And I also wanted to try to do it all by myself. I mean, like not being influenced by people, taking my time....Not being like, choose really what time I wanted to spend in the place. And meet also people alone. Because I think like you're really you when you are alone. So I think in a way, it was an opportunity to see a lot of things. But at my time, like doing it the way I wanted to. But also to find a bit myself. Like I think a lot of people who are going alone. Are searching a bit to know better themselves. So it was also that, I think.

G: mmhm... And what is your own definition of a solo traveler?

IP: Like the definition.... Eh uh Difficult. Being, I don't know. It's like que flusja (Spanish), to let it be

G: ehm yeah... flow.

IP: Yeah, like follow the flow. And don't have time, don't have hours to do exactly what you want. When, whenever you want. Spend the time that you want in a place. Walk if you want. Eat if you want. Whenever you want. It was freedom for me traveling alone.

G: Okay,

IP: I think

G: wow, nice. Interesting. How do you decide what kind of trip you will take?

IP: How I decided?

G: How do you, like when you say, okay, I'm gonna do a trip. Then how do you choose what kind of trip it's gonna be? Like, do you like to backpack or to go road trip or something like that?

IP: I think, well, it depends also on the country maybe. Would have been different in other country for sure. But when I went to South America, for example, I, well, I was a student. I didn't work. So

there was also the part when I was, well, a bit limited with my money. I couldn't do anything I wanted. Eeeh... But I choose to backpack and to stay in hostels because it was also good places to meet people. And at some point it's, I wanted to travel alone, but I didn't want to stay alone, like talking to nobody during months. So I wanted to meet people. And hostels were... it was the best like option for me to stay as long as I wanted to meet people from my age and to meet people who were also traveling. So when to do excursion, for example, stuff like that, it was way easier to have people around that were traveling also. So yeah, hostels, it's what motivated my decision.

G: What is your, like your favorite way of travel? Also backpack or was it just a coincidence that you did backpacking in that trip?

IP: I think it was because I was really alone. But for example, I used to, for example, in Spain to travel in a caravan. In a caravan.

G: The van.

IP: the van.. Yeah. It was a nice experience also because you have a lot of freedom, but you have the same space also that you don't have to share. Sometimes hostels are a bit overwhelming because there's always people, like you never know where you're going to sleep. Like if there's no someone in your bed or so it's a lot of sharing. And at some point it's tiring also. Having a van, it's really nice also because you have a lot of freedom, but you can also stay a bit in your little house and then take some time for you without anybody else like in the place. Yeah, I loved it also. I think like if I wasn't alone alone, because South America with a van was a bit dangerous. I think if you are with friends, like it's okay. But in my case, I was like, I'm not sure. I'm not sure alone in a van, like in the middle of the road.

G: sisi

IP: It's not a good idea, but that would have been a great solution also.

G: Okay. How do you choose where to go?

IP: eeeh.... I think I knew people there from the country where I was going. So I asked to local people because I was feeling comfortable. But if I don't know the country, well, I have this habit to buy a

book, a French book, which is Le Routard. And they are really known for a trip because you have everything that you can find, like all the touristic place, but also the restaurant, the hotel. So I always have one when I'm going to do a trip. But then, yes, for example, when I went to Argentina, I spent a lot of time looking videos on YouTube from people who have done the same kind of trip than I was doing, just to see a bit like the options that I had. But generally, you always find the same stuff... in every support. I mean, you can do internet, you can do books, touristic books or stuff. You're always going to have the destinations, the more touristic. And then at one point, if you have the time and if you're there, then you can ask local people. I remember when I had time in Argentina and I was meeting people local, which were nice, like I was like, can you give me some places that, well, people don't usually go to see because I have time so I can spend a lot of time going around and then trying some new stuff. So, yeah, I think like when you don't know, you have to at some point you have to look for information because if you're going to the capital and then what am I going to do?

G: But like the destination itself, you choose, for example, because you meet, you know people from there.

IP: Yeah, I think the culture, meeting people from there, maybe like the idea to go. I mean, I was first I wanted to do South America for sure, but I was I wanted to do Colombia. I wanted to do Bolivia, Peru. It was like my dream destination. And then meeting a lot of Argentine people, studying abroad. I was curious to see, I was like, people are so nice and I really want to see like where are coming from, like and then how is it there? And yeah, I think it's more that reason that motivated me to go there actually.

G: And for the for a future trip, how would you decide where to go?

IP: Hmm, I was I was thinking like with my boyfriend to like make turn a globe and then like put some fingers at some point, because yeah, I think like I would love to. I still want to do Colombia, Ecuador, like Central or Central America. But yeah, I'm also curious to see other kind of destination right now, because I did a lot of country with culture that are really similar to ours. Well, as some South Asia is not really similar. But for example, Africa, when I went to South Africa, I was one of the in Zambia was one of the best trip that I ever do. Not because of the countries like this. Ehmm paisajes....yeah,

G: landscape.... it's OK,

IP: yeah.. but more like the difference. The difference of culture was so interesting because it has nothing to do. So I don't know, like trying something that I didn't imagine would be nice to to to to plan. OK, something that I never think about and say, OK, let's go like just to see how it is. Yeah, I would love to do that.

G: OK, can you name three aspects you look for when traveling? Like do you like tend to do like adventure or relax? So I don't know these kind of things.

IP: Yeah, definitely adventure. This is the nicest part. Ehmmmm... Relaxing. Well, it depends. Not not not in the first one. I think disconnection, I really what I'm really looking for is like seeing new things, things that I don't know, because I think it's a way to also to learn new stuff, new ways, new ways of things. So disconnection is a really important aspect. Adventure, of course. Nature also. I think like I'm not so interested in huge cities. I prefer to go a bit around and see because people are different. Like big cities are more cosmopolitan. In general... You don't meet so much people that are different from you. Like when you meet people who are traveling generally, well, they have a sense of culture of sharing. But when you have like with someone who doesn't have anything to do with your culture, you have to try other other kind of way to connect. And I think this is the most also interesting when you're traveling.

G: mmhm... And which three factors are the most important to you when choosing a destination?

IP: mmh.... Ehm.... Prices?

G: Sure.

IP: Yeah, no, definitely. I think like depending on your situation, like you cannot afford every destination you want. Prices, well, security at some points also. More if you're alone. I mean, when you go in a country, well, Yemen is not the best option right now. I think like there's a lot of country you want to see, but it's not possible. So, yeah, security and the culture there. There's a lot of country. I never had the like United States I would love to see. But I'm not.. no sé... like connecting so much with the culture. Like south asia, I really wanted to meet these people because I was like so much peace, so much calm. And I was like so curious to see that. South Argentina, well, it was like this kind of welcoming like people I also wanted. So the culture of the country, I think it's so. What you

are perceiving from the country, because it's not the reality. But yeah, what you see from the country and the kind of people in the country is really important also.

G: mmhm Super. Do you actively search for information about your destination? Like maybe with the book that you mentioned?

IP: Yeah, actively. I went to like four months, so I knew I had the time, but I was so curious also. So, yeah, I think naturally I'm searching before.

G: OK,

IP: not so much to plan in this case. I mean, if you have one week, of course, you have to plan something because if you want to see about like you have to move and you have to have decided a bit what you're going to do, you kind of like just you can do it. But I mean, depending on the country...

G: yeah yeah yeah...

IP: it's yeah. But it was more to be curious also when I went to Africa, for example. In Zambia, there's not so much tourism. And at some point, the culture is also important because there's a lot of things that are different to talk with people. I don't know, not touching the head of the children's because it's bad luck. Like there's a lot of things that I mean, it's better, always better to have an idea to.. to to respect the culture.

G: sure

IP: Also, I'm not arriving, not knowing anything about the history, about the languages, about like all this stuff. So, yeah.

G: OK, so it's more information about like the culture that you're going to meet. Then what kind of things you want to see in the country?

IP: Yeah, I mean, the first thing is is like, well, well, how am I going to communicate with people then? Yeah. I have an idea of the like the country and like to know if there is like, yes, some region, for example, that I really want to see.

G: si

IP: But I mean, I was not planning when I had time. I was not planning day by day. I was like, I want to go there. I want to go there. At the end, I didn't do anything of what I was planning. So I mean, well, it was like really about letting me be and not not being on the clock like this. So I just was just to know a bit more about the country, about the history, the people.

G: OK, OK, OK. Ehmmm OK, do you see a difference between like travel and vacation?

IP: Yeah, well, generally they go together. But in this case, I was not working like if we talk about Argentina or also Zambia, for example, when I stay in one month and a half, it was really like vacation. Sometimes it can be only to stay in, I don't know, your parent's house or in a house and just chill, relax. When traveling, you have like this kind of perception of going through like traveling is like, let's go on an adventure. Let's go like putting myself in situations that are a bit more difficult. Sometimes, you know, you're going to laugh about it then. But on the moments you don't feel in the holidays, sometimes you feel like I'm tired. I don't understand, my bus is canceled. I mean, it's not the same. It can be, it can be, it can go together. But I mean, sometimes holidays can also be just like you're resting when traveling is a bit more different from.

G: OK, makes sense. OK, we come to the traveling planning part. And once you choose your destination, how do you proceed? What is the first thing that you do?

IP: Um, well, for my part, generally, depending where I arrive, it's like being safe for the first week.

G: OK.

IP: Like reserving a place to stay one week in the capital. Generally, you arrive in the capital just to have the time also to like arrive, meet people, seeing the ambience. Like I remember like being in Buenos Aires, I didn't know exactly where I was going to be then. But I began to understand a bit how it was working like at this moment. I mean, the people, the way to like the money, everything was how to change money, how to because everything is complicated when you arrive like you're a baby in a new world. You're like, I don't know how it's working. So, yeah, maybe like this time to plan and to rest a bit after. But then, yeah, it was it was more about where I wanted to go and find some places to stay. And I had generally when you're traveling also more in bigger, bigger countries,

you have time in the plane, in the buses and then to see which activities you want to do and when you want. But it was more like the places like the hostels where I was going to stay. I was it was the only thing. And then traveling, I was reading my book and saying, OK, what what do we have here? Like I'm going to arrive in Hinchou. I have 10 hours of bus. Then it was more this way, I think. But first, it was only the hostel like when I'm going to stay and sleep, which is the most it was the most important for me.

G: OK,

IP: it's only that I agree.

G: Have your travel habits changed over the year? Like and if yes, maybe what changed?

IP: I think the older I get, less.... I'm less, the less I plan.. like when I think my first trip, I was a bit anxious because, well, first time you're traveling, it's stressed by the plane, the hours, what I'm going to do if I don't understand people and then traveling more and more, you realize that there's always a solution. People are going to help you. So the last trip, last trip that I did, it was like in a van and we didn't plan absolutely anything. It was like searching for a place to sleep when we were arriving in the like when we were tired and saying, well, now, let's find something..

Both laugh

IP: I mean, sometimes it's sometimes you miss some some stuff traveling this way. But in a way, it's chiller. I love the fact that..ehm... Well, now when when I'm leaving, I'm just like, OK, let's let's see. Let's see what you want to do in the moment. So yeah, I'm planning less.

G: OK,

IP: terrible over the time...

G: okay, this you actually already answered. If you book your accommodation in advance or you decide spontaneously, you said like the first week you try to book and then you just go with the flow.

IP: And then I just go. First, I wanted to like I had a lot of places that I wanted to stay. And at the end, I ended cancelling like the place because I decided to go on the other way. So, yeah, I think like just the week after, yes, planning something to just not arrive and being outside on the 9 p.m. searching for a place like it's it's a lot of stress. So, yes, the places where I was sleeping, that's nothing, nothing really like in a larger long term. It was really short term.

G: ok. OK. What sources do you use to plan your trips?

IP: I used a lot Airbnb also and hostels. Eeehmmm When I had booking, I was looking on booking on Airbnb, but most of the time Airbnb. Yeah.

G: And like you mentioned also before, like people that you meet, do you ask also them like where could I stay in this place or it's more...

IP: When they knew and they went before, of course, I was asking. Moreover, when I went to the north of Argentina, a lot of my friends when they were coming from here. So I don't know when I went to Jujuy and they said to me, OK, not the hostel, but they want like Tilcara is very nice and you're in the middle. So it's easier. And I didn't have to think so much. So it was nice to have like some advices. And I think it's the first thing that I'm going to take if I have the option to choose between my my proper instinct and some people who went there and said to me, well, this is awful. Don't go.

G: OK.

IP: Like I trust people in general that went there and are coming more or less coming from the from this country, of course.

G: And do you use also social media for inform yourself?

IP: For the hostel and stuff? Not so much. I mean, I see I saw a lot like of people traveling and it gave me the like the like the yeah, the will to go. I was like, oh, it seems so nice. I want to visit that.

G: okay

IP: But yeah, more places and views. And I don't know, like, yes, but not so much to plan and not so much social media. I think I followed like all the places where I went to see like and to see how it's going, like how it's evolving and stuff. But no, I'm not using so much social media.

G: OK. Do social media. Do you have social media?

IP: yeah hah

G: Which one?

IP: Not TikTok, not TikTok, but Facebook, Instagram. Yes. Instagram a lot. I use it a lot.

G: OK.

IP: In my opinion.

G: Too much? Nah

IP:.. Yeah, sometimes. I mean,

G: ah okay “not so much.”

IP: I'm losing a lot of time scrolling. Sometimes I'm like, *Name*, no. You're getting stupid.

G: para...

IP: Like the time when I take a book and I'm spending more time like scrolling then reading. Well,

G: yes. Yes, yes. And do social media like Instagram or YouTube maybe play a role in your travel planning and also like in the choosing of your destination?

IP: In the way to plan trips, yes. For example, when we went in van, like I saw a lot of videos on YouTube. Most of the time YouTube of people like doing Galicia with the van just to see how I could do the trip like it was more like organising the the the...

G: route.

IP: ...the routes yeah, it was finding the best option to see everything in a short time because it was like holidays at this moment. It was like two weeks. So like, OK, how do I do that first? How can I do to pass from the middle and ending there and then coming back? So, yeah, I used it. I use most of the time YouTube for this kind of videos, but not so much Instagram...

G: So you watch like people that already did that and then you save it maybe.

IP: And it was it was like seeing all the places that people said like, OK, this is nice and this is like this is worth it. So it's just to have advice

G: an idea

IP: and advice and itinerary that is like the most simple possible and the most easier. At the end, I didn't respect it. But at the beginning, I had an idea of what I could do and the options that I had.

G: mmhm So do you do you have like do you buy a SIM card when you are in a foreign country?

IP: Yeah, depending on the time I'm spending and in Europe or with outside of Europe also. Yeah. But when I went to Argentina for a month, I was like, you know, there's no way I'm paying so much. So I bought a SIM card. Ehmmm... But I mean, I had the chance also to have people on site when I arrived that said to me, better take this one. It's not going to be expensive. It's easy because if I was alone, I mean, would have taken me a long time to understand how it was working to buy a SIM card there... But yeah, I think like when it's more than a month... it's better to have a SIM card. This time I didn't take it and it was a nightmare. I paid a lot.

G: ah si?

IP: I paid a lot of money. And at the end, I was always looking for Wi-Fi. And when I was in the natural reserve, it was like, OK, where where where do you have Wifi? There at the end of the garden and I was obliged to go there to call ehmm like i'm fine... yeah it was a bit complicated

G: mmhmm, okay, do you think you could travel comfortably without google maps or booking and other technologies maybe?

IP: uuff comfortably...

G: mmhm

IP: I'm not sure... I was a lot on google maps, because... ehm sometimes when I was on the side I was looking for advice on google maps and I was looking for example where to eat, I was like, or I was asking people but at some point they say the name of the restaurant and they are gonna say to you yeah tres quadras a la derecha tres a la izquierda una ... and then either you write it on the paper.. I did that once when I arrived like.. I remember my friend told me like you have to go there and have to say this to buy a card for the metro it was.. and I didn't had anything so it was doing on the maps but you are not feeling comfortable

G: mmhm mmhmm

IP: I mean... yes google maps most.. more than anything, the rest is like well you can find the way to too too to like do well without google maps.. we are a generation that is a bit a bit lost

G: yes, yes.. I mean probably we could but it would not be easy no?

IP: yeah, exactly, I would love to do the experience, it would be interesting but, well uff yeah a lot of... when you arrive and you are tired you don't know anything so it's always nice... at least I know I know how to go...

G: yeah more or less

IP:... laughs

G: yes, i'm the blue point I know where I am...

IP: Yeah, the blue point is me. Okay, we're good. Yeah, I mean, it's helping a lot.

G: Yes. Okay, so last part, technologies and future perspectives. So, do technologies, like apps, online booking situation, play a role in choosing your travel destination?... Like if you say, okay, this may be China. I used China as an example. You know that there you cannot use some apps that we use here. Does this influence your decision to go there or it's the same?

IP: mmhh eeh..... Well, Google Maps is a part of this.

G: You cannot use Google Maps in China.

IP: Oh, yeah, it would be definitely. I think when you don't have so much time, apart if you really want to go in a country for some reason, that is like your destination, there's something you really want to see. But if it's like having options, you're going to definitely prefer the places where, well, at least you have your reapers, no? you have you.... You know that there's some, you're going to travel and see things that you don't know, but you have some things that you can, tools that you know how to use. This can help me in any situation. Ehhmmm... Well, then I didn't know, apart from China, I never went in a country when you didn't have access to this kind of app, I think. So I never had this problem traveling. But definitely, I mean, it's something, more people that are older. I mean, in my opinion, I would try to look on chat.GPT or I don't know, like, well, what kind of app can I use, like what they are using, and maybe try to familiarize before going to be sure that like I have some, but I imagine my father or my mom, like, oh, they're going with like a tourist, tourist like travel organization or something like this. This could be an option, but I'm not really interested in that. So yeah, I would try. If really I want to go to a country, it's better. But if I have several options, and there are easier ways to travel and to be disconnected without struggling with technologies. Yes, definitely. My boyfriend, for example, Pedro, I'm pretty sure like he loves to struggle with technology. I'm super bad at it.

G: Okay, that's good. That's good. Okay, and do technologies play a big role in your travel planning?

IP: I think definitely taking more space right now. Even in Barcelona, for example, last time I wanted to... because we talk a lot about architecture, because there's a lot of modernist, like buildings that are interesting to see.... And, well, I went on ChatGPT and I was like, can you give me like a route when I can see like of two hours walking, when I can see the most...of the, and definitely it's helping. Like it's, I think like now you have, you can personalize your travel way easier than before eeh... with technology, which can be super useful, of course. And more if you don't have so much time to

spend in a country, like it can be a good way to make yourself more efficient and when you, what you really want to see. So yes, yes, I think it's going to take more place.

G: Okay. Do you use tools based on artificial intelligence for your travels?

IP: Yeah, now, yes.

G: Yeah, also in Argentina now you use them?

IP: In Argentina, not so much, but maybe because I had a lot of time. I think it was also, it was not this kind of travel when I organized stuff because I was there for a long time. So I was like, you have the time to do anything you want. And I didn't have like a ticket of return. So I mean, my way of traveling was really different for any of any like other trip that I did because I had time. Like, I mean, when you don't have time, you try to be more efficient and don't lose so much time like searching, asking people.

G: sisisi

IP: It's really nice. I loved it. But true, like when you do two weeks and you go on the other side of the planet, well, you want to, you don't want to lose so much time losing yourself. It's nice to do it a bit, but I mean, I think I would plan more. I would plan more. And artificial intelligence is the easiest way also. The tool that is the most, if you know how to ask..

G: si

IP: for sure you're going to have an answer that is going to be personalized and easy and access super easy to information. So yeah, I would definitely use it a bit. Maybe not to plan everything, but at least to see a bit and to see what he's telling me. What do you think about it? Like, yeah, I would do it, I think.

G: Okay. If you use apps, like for example, for booking places, do you combine multiple apps or you just use one and you stick to that?

IP: mmmh I try to at least use two apps to have like the best option. But I'm not the kind of people who are like searching all the options and then comparing. And I'm really like, I try to do two to see if there is another better option between booking and Airbnb. And I did that all along. I mean, it was one time booking, one time Airbnb, more Airbnb also, because most of the time you have someone that is more personalized. And for example, when I went to Brazil, I wanted like a ehmmm a cabana. A little house in the forest. We really wanted to do something more natural, more like, yeah, adventurous and stuff. And you could have this option to book like to search only that in Airbnb. So it was really nice to... And then you have the people generally who are closer to the house. So he was like, he gave us a lot of advices and it was a place there was no tourists, there was nothing. So it was really nice to have someone just nearby the house who knew a bit how to... And at the end, yeah, he told us, yeah, if you want to, I have another one which is higher, there's no lights and electricity, but it's like really nice view if you want to spend one night. Then we were like, okay, yeah. It was Airbnb has this kind of personalized offer.... To see people who are leaving or to share an apartment, for example. It can be much more interesting when you're traveling alone because then you have someone local who can help you.

G: Okay. Ehm papapa Do you read travel blogs? Like follow people?

IP:....Not so much.

G: no

IP: I read one or two people.

G: But not like usually you don't.

IP: No, no, it's not something that I'm like used to do.

G: Okay. And do you read reviews?

IP: No, books. I'm old school.

G: Nice. Okay, so like it's a Google Maps, you don't use it?

IP: The what?

G: The like the stars and like...

IP: Ah, the stars. Reviews, I think like you were talking about magazine.

G: Ah, no, no, no.

IP: Yes, yes, a lot. A lot, I use it a lot. But then it depends also on the country, I feel because for example, if you go to Barcelona and you use this kind of app, it's not helping so much because there's a lot of people who are going who have no idea of the quality of the food in the place and who are not in the place. So yes, you have some guide reference and stuff, but sometimes like the price is very high, the food is not so good and you have a really good note. And then like you go in a place like lost... lost in a neighborhood was not like so attractive and you have like super good food. So I can ask local people, I always ask, but I'm still looking a bit like the advices more if it's expensive, I think.

G: Okay.

IP: You know, if I know I'm going to pay a lot, like I'm going to watch a bit the reviews, of course.

G: So it's not like influencing directly your decision to go or not to go somewhere?

IP: No, if I see that there's like rats and it's super expensive and bad and you have like, of course, it's going to influence directly my decision.

G: okay

IP: But then I love to see a bit like for myself also, because like I'm not trusting 100%. More in big cities. I mean, little cities. Yeah, because there's not so much option.

G: si

IP: So it allows you to see a bit the comparison, but in huge places, not so much.

G: Okay. Do you use technologies or social media in a different way before, during and after your trip?

IP: Yeah, of course. During the trip, it's well, most of the time to remember, to share and to remember. And then I really like to follow all the places where I went. Because then like it's keeping you a bit in the trip for a looong time. Like right now I'm seeing stories of, I don't know, Angraia, for example, when we stayed like Argentina. And it's like, oh, look at that. They have done that. They have done that. And also keep the contact with the people you met. So yeah, it's a bit different. First, you're seeing views and then like a picture of the country and I don't know, reviews on food or something like Italian food, for example. And then you're going to keep the restaurant and see what they are cooking and say, oh, that Stracciatella que habia trovado alli.. estaba incredible

Laughing

IP: So yeah, using different, of course.

G: Okay, okay, okay. Do you use social media at all? In a sense, do you post stuff?

IP: Yeah, when I'm traveling more than when I'm home, definitely. I don't know if I'm doing it like you're really, the thing is when I come back then and when I have a moment of stress or a bad time, like working and it's raining and everything. Like it's helping me a lot to like see all I did in my year and say, oh, you have like, you did some great stuff. Like, and this moment also allows you to have like better other moments like this. So I'm doing it more for myself, I think. But yeah, I'm doing it a lot.

G: Nice. Do you follow like travel influencer or like on YouTube also, not just on Instagram?

IP: Not so much, really.

G: Okay. Ehmmm Yeah. Yes. So you use more maybe to do a difference, you know, Instagram to post and to look for yourself, YouTube to get a bit informed, right?

IP: mmh yeah

G: And are there other social medias that you are using for like related to travel?

IP: Yeah, on Facebook, I'm not using it not so much in general, but less for traveling. TikTok, I don't have it. Yeah, YouTube, I think I use more YouTube to plan trips really.. than Instagram.

G: How do you imagine we'll be traveling in 10 years? What development do you expect?

IP: ahh.. ehmm.. I don't know. Depends on my situation, I guess. Well, I don't know if I'm going to have children, but of course, if you have children, like it's something you cannot... For the first year, you cannot do what you do when you are alone at 26. I'm pretty sure like you need some more comfort, more stability, need to plan a bit more. Because right now we can like just... We can support a lot of things like that are happening. And you're like, okay, I'm not going to sleep. It's okay. Very badly. For example, when I did the trip to Jujuy and then Brazil, we came back with a sarna.

G: sarna?

IP: It's like something that you have under your skin that like something like

G: uuuh

IP: this. I wouldn't take the risk with children to sleep in a...

G: Like the worm?

IP: Yeah, they are like little...

G: Bedbugs.

IP parasites..

G: ah Yeah.

IP: That are under your skin. It was okay. Like, I mean, we did the treatment of... But you can't do that with a family. I mean, it not impossible. We slept in places which were like we knew. We didn't

know if it was clean, not clean. We had some backpacks. But at the end of the day, like if you have children, you don't want to come back with the same thing for food. Also, like if you're going, you don't know you're traveling. You don't search so much and you don't plan. Well, at some point, I was eating on the road and I was like, okay, like grilled meat ...seems cooked. Well, we're gonna eat it. I would not like do that with the family. So I mean, this is the point. And then maybe also much money. So like, I feel like, yeah, if I had a lot of money, maybe more money than I have today. I would take more, maybe like two days in a hostel, for example, in a hotel, like to chill. This kind of thing, maybe like a paradise. When I was in Brazil, for example, we were staying in the Airbnb, which was pretty nice. But at some point we were seeing like houses that you could rent like on the sea, like near the sea, super nice. We're like, well, if we had some money, so maybe, yeah, maybe like

G: at some point..

IP: a bit of comfort in 10 years. Even if I love to have this adventurous side, I know when I was, for example, with my mom, when I was going to Thailand, yeah, we spent like one week and a half in the jungle, like going village from village, walking like 12 kilometers per day. We were like dying. But at the end of this trip, like we took one week in a super hotel and it was like resting in the swimming pool and like visiting a bit around, but it was chiller. So I mean, yeah, I mean, my mom couldn't afford to do one more week like this, like impossible. So yeah, I guess it's going to change a bit.

G: Okay. And in general, like not for you personally, how do you see this, like the development? How are technology, for example, influencing the future travels?

IP: ehmmmmmm... I mean, for the, look, the good part is that like people are seeing a lot of places to go and it's really inspiring. And it's also sharing from like, you can stay here and I have a lot of friends. Like I have one right now that is in Bolivia. I have one that is like in North Europe. So I see a lot of stuff that I wouldn't see because I was not switching for info. So it's a lot of sharing. And this is the good part after, I think at some point also a lot of people who were traveling, for example..... in Argentina, they had so much picture of places in particular that are super touristic where everybody goes. And at the end, everybody was doing the same thing.

G:mmmh

IP: And it was a way of traveling, which was a bit of like arriving, taking a picture, I'm here, then going on another side and sharing again, I'm here. And I was like, I'm not sure this is a good thing because it was taking a plane, arriving in the place, like going out of the plane, taking a picture in the, I don't know, the waterfall of Iguazu, for example. A lot of people were staying two days. And I mean, the region is wonderful. There's a lot of stuff to do. There's a lot of nature, other waterfalls everywhere. Like, I mean, you do 10 kilometers and you have another one that is huge and there is no one and you can swim inside and stuff. So, I mean, people are missing sometimes a bit of the experience, just like seeing like places they have to go just to post it and say, I went to Argentina. I did Ushuaia, Patagonia, Bariloche. I went to Jujuy and then I went to, and you're like, and how much time did you spend? Two weeks?

G: How?

IP: How did you do that? Like you took planes and planes. You had, you passed all the time in trains. I mean, I wanted to go to Mendoza, for example, on the South. I really wanted to do it. But at the end of the day, I didn't do it because, well, distance were huge. I traveled in bus. I saw a lot of countryside, like a lot of, sometimes I was like just stopping in the village. There was no one. They had one auto. They were looking at me like, what are you doing? But I mean, this was a part, a really nice part also because at the end of the day, I remember more these places when I was like.... like, what are we doing there? Like on the moment we were a bit panicked, but we laughed about it a lot. And it was really, at the end, it was really the country. I mean, you see what is the country and how is the region really and the fields and what they are cultivating, what they are eating in the countryside. So yeah, I think that it has the positive side of the negative side. It's always the same. But yeah, I tried to do it the more, the simplest way I could do it, like without using too much of contents. This place is wonderful. Like I really want to go there. Yeah, but it's like 12 hours. So think about it. You have a lot to see around like first. So yeah.

G: Okay, super. Do you have any other things that you want to add in general about the topic?

IP: About traveling?

G: Yes, about traveling, about being alone.

IP: I think traveling alone is at one point something.... I have a friend from Austria and he said to me that they had to do travel at the end of the studies. Like they had to decide between like one year of military experience or humanitarian trip, for example, alone. I mean, it's a really good way to be open-minded. I think it's really important. Of course, if I had children one day, I'm going to be like, okay, go alone. Like go, you need to see how is it like outside. Because if not, you're beginning to be, I don't know, I have friends who have never traveled and it's still my friends, but we have really different point of view. And I can reach people from the entire world like easily because traveling helps you to understand better people. So it's an experience more when you are alone, when you really have to exercise yourself to be open-minded and to talk to people because when you arrive, you're alone for a moment. And then you say, okay, I really need to meet people. I can stay by my side during, like alone with myself two months is going to be very long. So it's helping you also to do the effort to go to see people, to understand people. So yeah, for me it's really important.

G: Okay, thank you very much.

IP: you're welcome

G: I'll stop the registration then.

Interview 6 und 7

Interviewpartner immer als IP bezeichnet
IP1 und IP2

G: Okay

IP1: prova prova

G: So, erstmal, wie alt bist du, aus welchen land.. ehm in welchem Land bist du geboren und wo wohnst du jetzt?

IP1: 28, Italien, geboren in Bozen und ich lebe jetzt in Wien.

IP2: Ich bin 23, komme aus Deutschland, aus dem wunderschönen Hallesale und wohne jetzt in Jena.

G: Und was ist dein höchster Bildungsabschluss?

IP1: Oberschule.

Lachen alle

G: Was lachst du auch?

IP2: Nein, Oberschule ist in Deutschland was Anderes.

G: Achso.

IP1: Was bedeutet vabbeh dopo

G: Und du?

IP2: Ja, auch Oberschule, anstrebender Bachelor.

G: ja, und arbeitest du jetzt?

IP1: Ja, als Kellnerin.

IP2: Zurzeit arbeite ich nicht

G: Wie oft würdest du sagen, dass du im Jahr verreist?

IP1: eeh.. Ich würde sagen, ich mache hauptsächlich eine größere Reise pro Jahr, wo ich mir einen Monat ungefähr nehme und dann los bin. Ansonsten Kleinigkeiten, aber auch nichts Großes auf jeden Fall.

G: Und die Kleinen, wie oft oder wie viele?

IP1: In den letzten Jahren immer weniger, aber zwei, drei so Kleinigkeiten in den europäischen Städten, immer innerhalb von Europa derweil

G: Und bei dir?

IP2: Ja, ich würde auch sagen, ich mache meistens immer ein, zwei große, also das heißt so über drei Wochen, und dann mehrere kleine Wanderungen, ein paar Touren mit Freunden.

G: Und magst du eher kurze Reisen, also eben so beismäßig, wie du gesagt hast, oder eher lange Reisen?

IP1: Auf jeden Fall lange Reisen.

G: oke. Und was definierst du mit lange Reise?

IP1: Ich würde schon sagen, mindestens drei Wochen, wo man die Zeit hat, bei einer Reise reinzukommen, und dann noch Zeit dazu, um sich frei zu bewegen, das frei zu genießen und nicht, wo alles schon fix verplant ist.

IP2: Ja, ich präferiere auch lange Reisen, weil wenn man schon einen Monat im Hostel arbeitet und danach nochmal weiterreist, dann ist ja schon der eine Monat weg. Also, ich tendiere zu Monat plus.

G: Okay okay, super. Bist du als Kind mit deiner Familie mehr als dreimal im Jahr länger als ein Wochenende verreist?

IP1: mmh... Als Kind, ehrlich gesagt, ich denke schon, also immer nichts Riesiges, aber wir waren, in meinen Erinnerungen, auf jeden Fall über Ostern, so eine Woche in einer Stadt, im Sommer immer in Apulien, da hauptsächlich mit meiner Mutter. Und dann, wenn es noch irgendwann im Herbst oder Frühling Zeit gab, mit dem Wohnwagen, ausgemietetem Wohnwagen in der Gegend....Reisen nahe an der Tür, aber wir haben uns schon bewegt.

G: Und glaubst du, dass dieses Reisen mit deiner Familie als Kind deine Reisenverhalten jetzt beeinflusst hat?

IP1: Ehrlich gesagt, nein, überhaupt nicht. Und ich habe damals nie verstanden, wo meine Mutter gemeint hat, es macht nicht, meiner Meinung nach, riesiger Sinn, große Reisen mit kleinen Kindern zu machen, weil die bringen nur begrenzt was mit. Und natürlich auch nur als Jugendliche checkst du das halbwegs, aber jetzt verstehe ich, weil ich habe echt wenige Erinnerungen im Vergleich zu wie viel wir gemacht haben, sagen wir. Und dann... es ist einfach eine andere Art zu reisen, wenn du jünger bist und du folgst auch anderen Interessen. Ich wollte in das Hauptgeschäft, zum Beispiel die erste H&M oder so, du bist zwölf, du denkst nicht, ich bin in Paris.

G: Bist du mit deiner Familie als Kind gereist?

IP2: Ja, also bei mir ging es nie wirklich in den Süden, bei mir ging es immer nur in die Kälte, in den Norden, also Norwegen und eigentlich immer nur wandern... Aber ob wir mehrmals als im Jahr, schon, dann noch mit kleinen Ostseetrips... und ob mich das beeinflusst hat, auf jeden Fall hat es mich so beeinflusst, dass ich nicht so reisen will, wie meine Eltern mit vier Stunden vorher am Flughafen seien, so würde ich das eher beschreiben, dass mich das beeinflusst hat.

G: aha

IP1: Aber wenn ich darf, hat dich auf jeden Fall auch beeinflusst, zum Beispiel auf der Berge.

IP2: Ja, wenn man das so sagen will, ja auf jeden Fall, diese Verbundenheit zu der Natur hat mich auf jeden Fall schon sehr früh geprägt. Es gab eine Zeit, wo ich es absolut gehasst habe, so 16, so von 11 bis 16 wollte ich wirklich nicht wandern und nichts mehr machen, aber ab 16 war es dann wirklich wieder die Verbundenheit mit der Natur und dann eigentlich auch nur wandern, so wie ich es schon immer gemacht habe mit meiner Familie.

G: ehmmmm.. Wann und wo hast du deine erste Soloreise gemacht?

IP1: Ich denke, ich weiß nicht, ob es als Reise zählt, aber ich... erinnere mich, die größte inpackt, wo ich zwölf war, wo man den Austausch mit einer deutschen Familie gemacht hat und da war ich zwei, drei Wochen und das war quasi das erste Mal. Es war nicht Soloreisen im Sinne von Planen, aber es war allein unterwegs sein und dasselbe war dann mit 16 immer bei der Gastfamilie, das waren eher die erste Erinnerungen, Erfahrungen, weil dann das Schwierige ist nicht unbedingt das Planen selbst, also natürlich brauchst du ein bisschen Erfahrung, aber das verstehst du schnell mit der Zeit, aber es

ist eher irgendwo sein, wo du die Sprache nicht ganz verstehst und die Leute nicht ganz kennst alles und das muss ein bisschen familiär werden ... am Anfang. Ja.

IP2: Ja, also so richtig allein reisen war nach dem Abitur, acht Monate durch Portugal und so ein bisschen die Welt, aber so richtig allein reisen, ich wurde schon sehr früh so alleine auf Zugreisen geschickt, so fahr mal zu dem Elternteil, fünf Stunden, du schaffst das schon irgendwie.

Alle lachen

IP2: Das war wirklich so, kommt schon an irgendwie.

G: Okay, und wie viele Reisen hast du alleine gemacht?

IP1: Werde ich nicht wissen, so zu zählen, mehrere kleine, also nichts wie gesagt außerhalb Europas, was meiner Meinung nach auch einen Unterschied macht, acht zehnt...ungefähr.

G: Schon mehrere?

IP1: Schon mehrere, ja.

IP2: Ja, bei mir würde es glaube ich auch so Richtung zehn gehen, vor allem kleinere, wenn man noch Wanderungen hinzuzählt, geht das dann aber auch in die 20.

G: Ja, okay, passt. Gibt es noch weitere Informationen über dich, die relevant sind?

IP1: Nicht, dass ich wüsste.

IP2: nö

IP1: wird noch rauskommen...

G: Okay, dann kommen wir schon zum Reiseverhalten und die erste Frage ist, jetzt tun wir wechseln, warum tust du überhaupt reisen?

IP2: Warum tue ich überhaupt reisen? Auf jeden Fall zu einem Punkt, dass ich Deutschland entfliehen will. Auf jeden Fall auch den Punkt, dass ich merke, dass ich auf Reisen, wenn ich meinen Rucksack habe, wo, keine Ahnung, zehn Kilo, 18 Kilo drin sind, ehm.. ich so viel mehr Freude empfinde, als wenn ich in meiner Wohnung sitze mit, keine Ahnung, 200 Kilo Materialismus und einfach dieses Freiheitsgefühl, dieses Entdeckungsgefühl, wenn man auch alleine reist, so mein Gott, was ist dieses Haus? Wo gehe ich da hin? Was ist das? Alles klar, das ist da, die Gasse, so. ehmm.. Aber ja, auch so ein bisschen um der Gesellschaft, vor allen Dingen auch so die Gruppe aus meinem Studienkreis, wo alle so sehr, ja, wir machen jetzt das, das, das, das. Also auf jeden Fall, um zu entfliehen und auch schon immer wieder mich so ein bisschen neu selbst zu entdecken.

IP1: Ja, mmmh... ich denke, unbewusst, ein bisschen für jeder kommt das auch zu einer Ebene, wo du irgendwie detached vom allem bist, wenn du unterwegs bist. Weil dann du hast nicht deine Gedanken von zu Hause, deine Alltagsorganisationsdingen. Du bist weg und nicht, dass die Sachen nicht existieren, aber die kommen ein bisschen weg von den Augen und das schafft schon ein bisschen Ruhe, wahrscheinlich, wegen dem entschleunigten Rhythmus. Ja... und ein bisschen wegen Neugier, weil am Ende, ja, es geht nicht mal unbedingt um Reisen, natürlich, ich mache das selbst gerne, aber ich denke auch, dummer Beispiel, aber jetzt in den letzten Zeiten, wo wir auch nur zu den Yoga-Klassen neu waren oder wenn man in der Routine was Neues da mit einbringt, dann freut sich der Kopf. Und bei so einer Welle wie beim Reisen, ja, ist auf jeden Fall guter Input, dass man wieder zurück mitnehmen kann und das fühlt man.

G: si

Lachen alle

IP2: Das wäre eigentlich eine der größten Sachen, warum ich gerade reisen will, vor allen Dingen ans Meer ist eigentlich mein Surfen, dass ich weiter surfen will. Also das treibt mich auf, wirklich, das ist ein guter Arschtritt, so aus der Komfortzone und aus seinen Teufelskreisen so zu Hause rauszukommen. Vor allen Dingen, wenn man das Board da so liegen sieht und dann so denkt, komm,

G: let's go..

IP2: ich geh wieder raus.

G: Okay, okay. Und was ist deine Definition von Solo-Traveler oder Alleinreisender?

IP2: Also für mich gibt es da eigentlich gar nicht so die krasse Definition. Ich würde einfach sagen, dass wenn man alleine losfährt, also auch wenn man dann später vielleicht mal kurzzeitig mit anderen Leuten, die man dann kennenlernt, nicht vielleicht die man schon kennt, dann zusammenreist, finde ich, ist man immer noch ein Solo-Traveler und einfach, wenn man nicht die Sicherheit hat oder die sich auch noch auf eine andere Person verlassen kann, so zum Beispiel reisen, alles klar, fährt der Bus, willst du gucken, ob der Bus fährt? Nein, keine Person ist da, du musst selber gucken, ob der Bus fährt, wo fährt er und du kannst dich halt auf keine andere Person verlassen.

IP1: Aber mittlerweile mögen sich auch viele Leute quasi, es ist fast ein..ehm... schöner Begriff, wo Leute mögen zu sagen, ich bin Solo-Traveler und so, aber ich habe schon ein bisschen eine genauere,

G: ja?

IP1: ja, weil es... keine Ahnung, wenn du wieder mit allen möglichen Komforts unterwegs bist, dann kannst du dich Solo-Traveler nennen, aber....blöder Beispiel wieder, aber es ist einer von diesen Begriffen wie Hippie, du kannst Hippie auf verschiedenen Ebenen sein und nur weil du dich so nennst, bedeutet das nicht unbedingt, dass du die Erfahrung in der Art machst, wie es am meisten was bringt, meiner Meinung nach, weil ich habe in den letzten Jahren auch in Hostels schon gesehen, wie sich die Gesellschaft quasi rundherum diese Strukturen geändert hat und es gibt echt viele, viele junge Leute, die dann aber mit so einem 40 Kilo Koffer unterwegs sind und Glätteisen und alles mögliche und natürlich sind die allein unterwegs und die sind Solo-Traveler, aber es geht etwas verloren,

G: ahaaa

IP1: nur um sich danach zu nennen.

G: Und wie würdest du das quasi eben definieren?

IP1: Ja, das wird schon irgendwie Komfort und nicht, weil es komplett unkomfortabel sein muss, aber vor allem jetzt mit Social Medias und alles, es gibt schon eine Spaltung zwischen Leuten, die verreisen wollen für die Gründe, die wir davor genannt haben, und Leuten,

IP2: Reisen

IP1: die das so auf

IP2: Reisen um zu zeigen, dass sie Reisen...

IP1: dem Teller stellen. Genau, aber ich denke, man merkt es einfach, es gibt Leute, die wirklich auch nur unterbewusst, aber verreisen, um zu zeigen, dass sie verreist haben und da ist die Einstellung schon anders und wieder, dann kann man allein unterwegs sein und alles, aber

G: der Sinn

IP1: ja.

G: Das Sinn geht verloren ein bisschen.

IP1: Ja.

G: eeh Okay, wie entscheidest du, welche Art von Reise du unternehmen wirst?

IP2: Meinst du jetzt Solo-Traveler zusammen?

G: Nein, also Solo-Traveler, wir gehen davon aus, dass es nur um Solo-Traveler geht, aber zum Beispiel, warum sagst du, ich will jetzt Backpacken oder ich will jetzt einen Roadtrip machen?

IP2: Oh, das ist, lustiger weise entscheidet sich das jetzt wieder immer mehr mit Surfen.

G: okay

IP2: Also ich würde jetzt viel eher einen Roadtrip machen mit meinem Surfboard hinten drin, weil du kommst einfach viel besser überall hin. Wenn ich theoretisch in ein fernentlangtes Land fahren würde, wo ich nicht so leicht mein Board mitnehmen kann, wo es eigentlich super beschwerlich ist, immer von Bus zu Bus mit meinem Board zu rennen, dann würde ich mich eher für ein Backpacking.

Aber so oder so, dass ich auch nicht Auto fahre, zwar einen Führerschein habe, ist eigentlich immer das Backpacking meine erste Wahl.

G: okay

IP2: Und ich liebe einfach den Komfort, also ich würde niemals einen Koffer nehmen, ich würde immer den Rucksack aufziehen.

IP1: Ja, aber dann wieder, weil du so aufgewachsen bist, ich denke, weil es dauert schon Zeit, um sich am Komfort vom Rucksack zu gewöhnen.

G: Aber wie entscheidest du, welche Art von Reise du unternimmst?

IP1: Wahrscheinlich, ich bin irgendwie schon beeinflusst von den Geschichten, die ich rundherum mich höre.

G: mmhm

IP1: Also ein bisschen auch Modell, auch wenn es sich nicht so anfühlt. Aber damals, wo ich auch diesen Volunteer im Hostelprojekt gemacht habe und alles, das habe ich auch durch den Leuten mitbekommen. Und dann es kommt wie ein kleiner Seed in deinem Gehirn und du fängst dann zu recherchieren und du erkundest, es gibt noch mehr Leute, die das machen und bla bla. Ja... Und zum Beispiel jetzt, ich merke wieder, ich hätte Lust etwas Yoga-related zu machen. Das kommt sicher nicht nur von mir, ich weiß, es gibt ein Angebot, ich höre von den Leuten, es gibt ein Angebot. Und ich denke, ich hätte Interesse an dieser Art von Erfahrung. Ja, aber so direkt, keine Ahnung.

G: Von den Leuten einfach?

IP1: mit geschichten.. Ja, von den Leuten.

G: Okay, ehmm oke und was ist.... in welcher Art wirst du am meisten reisen? Ich schätze mal mit dem Backpack.

IP2: Ja, Backpack, auf jeden Fall mit dem Rucksack.

G: Und du auch?

IP1: Ja, schon.

G: eeeh..Wie entscheidest du dich für deine Reiseziele?

IP2: Für meine Reiseziele? Ich glaube, jetzt geht das Ding wieder. Die Mundpropaganda und auch, ich gucke einfach online nach schönen Wellen. Also ich gucke, wo sind schöne Wellen, wo kann man vielleicht auch noch schön wandern. Ich habe geschaut, oke schöne Wellen in Europa plus wandern und bin dann halt durch ein bisschen Internet in Nordspanien rausgekommen.

G: Wo schaust du das? Einfach googeln?

IP2: einfach google.. Also ich bin da eigentlich, glaube ich, ziemlich primitiv unterwegs und höre auf die Leute, wo es gut klingt. Und dann gucke ich ein bisschen, wo es schöne Wellen gibt und dann fahre ich da hin. Das ist eigentlich ziemlich unkompliziert bei mir.

G: Und wenn es nicht surf-related ist?

IP2: So zum Beispiel wandern, also ich benutze auch gerne Wanderführer. Also wenn es um Wanderung geht, da hat mein Vater echt eine gute Kollektion, das klaue ich mir immer viele. Oder auch jetzt anders, bei Komoot gucke ich auch gerne einfach, da gibt es ja schon fertige Routen und so.

G: ah ja

IP2: Und dann gucke ich einfach, okay, was sieht cool aus und dann fahre ich einfach hin.

IP1: mmmh.... Ja, ich.... Wieder.., ich bin entweder von Leuten.. low-key beeinflusst. Ich muss zugeben, wenn ich zu viele Leute höre, die an einem Ort gehen wollen oder so, dann habe ich quasi den Gegeneffekt, wo ich weniger Lust kriege, weil ich weiß, es ist gerade viel los und alle wollen hin. Aber wenn es nur ein bisschen ist, dann, ich denke, es weckt schon wieder mein Neugier und ich recherchiere auch.. basic auf Google. Oder man fängt an zu schauen, wie die Preise sind, wie man

hinkommt und alles. Und je machbarer es scheint, desto mehr geht man in die Richtung realisieren und man überzeugt sich und man fängt dann darüber zu träumen.

G: okay Und kannst du mir drei Aspekte sagen, die du beim Reisen suchst?

IP2: Oh, das ist ganz einfach.

Alle lachen

IP2: Günstig

G: Ja.

IP2: Das muss günstig sein....eeeh... Leckerer Essen ist auch wichtig für mich....

IP1: Doch nicht so einfach.

IP2: Und Wellen.

IP1: ja....

IP2: Und Wellen.

G: klar

IP2: Und wenn nicht Wellen, dann schöne Berge.

G: ja

IP2: Das war's.

G: Also so eine Naturelle Landschaft.

IP2: Ja genau, auf jeden Fall auch schöne Landschaft. Also ich würde jetzt niemals nach Ägypten.

Alle lachen

IP2: Also sorry.

G: bamm

IP2: Nein, nein,

G: dissing für Ägypten....

IP2: die Landschaft ist auch schön. Die Landschaft ist auch schön, aber halt, ich mag das Grüne vor allem. Also das habe ich auch gemerkt, als ich in Marokko war. Mir hat das Grüne sehr schnell sehr gut gefällt.

G: Also so wüste-mäßig interessiert dich das nicht? Unndd

IP2: War ich jetzt. War auch schön, so mal eine andere Extreme zu sehen, aber ich präferiere auf jeden Fall das Grüne.

G: ja, macht Sinn...

IP2: Und die Berge und die Natur vor allem. Also Natur, günstig und leckeres Essen.

IP1: Okay. NO! Bei mir günstig, ja, aber keine Ahnung. Günstig ist auch immer ein bisschen eine Frage... welche Entscheidung man trifft. Natürlich gibt es bestimmte Orte, aber man kann es immer günstig schaffen. Oder nicht..... Nein, Ruhe. Also ich bin auf jeden Fall, vor allem mit dem Älterwerden ehrlich gesagt, komplett überfordert an Orten wie also Rimini oder auch in Griechenland, Rodi,

G: ja

IP1: wo es zu viele Leute gibt. Weil es gibt auch diesen Partytourismus. Und der bringt mich schnell aus. Da will ich auf jeden Fall hinweg. Und ich suche auch aktiv hinweg zu kommen..... Dann, ja, Natur auch auf jeden Fall. Also es muss jetzt nicht große Wanderungen sein von mir.

G: Aber auch in der Wüste, auch unterschiedliche Natur?

IP1: Ich persönlich zum Beispiel brauche schon das Meer. Vor allem, dass ich nicht an einem Ort damit lebe. Ich merke, es ist ein großer Plus. Also ja, Meer und Temperatur wahrscheinlich auch.....

G: ja

IP1: Aber immer bedingt von der Lebenssituation. Aber ich mag schon sehr gerne an warmen Orten, wo es ein bisschen diesen Lebensrhythmus gibt. Aber ja, Temperatur würde ich jetzt auch kurz mit Sozialität verbinden. Weil dann, südliche Länder haben auch eine andere Geschwindigkeit vom Leben.... Keine Ahnung, ganzer Kontext gefällt mir auf jeden Fall.

G: okay

IP2: Aber das würde ich auch sagen, ich vermeide auf jeden Fall Menschenmassen. Also vor allem Städte, wenn ich reise... drei, vier Tage, dann bin ich weg. Dann muss ich wieder in die Natur. Also das so plane ich auch, dass ich mir ein bisschen Städte angucke. Aber selbst da eigentlich gehe ich immer nur außerherum, in die Natur.

IP1: Ja weil... Ich denke, das hattest du auch so, wo du in Asien warst oder so, dass du dir denkst, okay, ich mache gerne die Tours.

G: si..

IP1: Und ich bin schon gerne mit Leuten, dass ich die kennenlerne im Hostel und so. Aber das skaliert auch schnell, dass es dann diese riesigen Gruppenaktivitäten sind. Und Big Family und keine Ahnung, das weißt du.

G: jajajaj

IP1: Und es ist der Kompromiss zwischen den beiden Sachen zu finden, wo du trotzdem Leute kennenlernst und dich auf anderen anlernst. Weil es ist auch wunderschön, man hat spezielle Verbindungen und blablabla. Ja,

G: ja, das, glaube ich, kommt eher mit der Erfahrung quasi.

IP1: si

G: Weil am Anfang fühlt man sich vielleicht, okay, ich starte allein, ich mache eine Soloreise, aber dann sehe ich vielleicht, dass ich es mit anderen Leuten Zeit überbringe. Und dann verlasse ich mich auf die anderen.

IP1: ja

G: Und dass eben kommt mir dann während der Reise. Und dann denkst du, okay, ich bin gerne mit anderen Leuten, aber ich suche auch das Gleiche mit Städten und der Natur. Aber ja. Ehmmm.... Welche drei Faktoren sind bei der Entscheidung des Reiseziels besonders wichtig? Also es kann schon auch das Gleiche sein.

IP2: ich würd sagen...

G: genau das gleiche....

IP2: ja... Günstig, wenig Menschen, Naturnähe und Meeresnähe für mich zum Surfen. Und Bergesnähe, wenn es das Optimale ist.

G: was?

IP2: Und Bergesnähe auch noch. Also wirklich, Nordspanien war für mich wirklich ein Traum. Die perfekte Kombination von allem, was ich mir je gewünscht habe.

IP1: Ja, für mich auch dasselbe.

G: okay

IP1: Und in den letzten Jahren habe ich verstanden, ich liebe es. Oktober ist mein perfekter Monat zum Reisen.

IP2: si, september...

IP1: Also wenn diese Voraussetzungen im Herbst passen,

G: ja

IP1: dann bin ich dabei.

G. Okay... Und suchst du aktiv nach Informationen über Reiseziele und falls ja, wie und wo? Du hast schon ein bisschen angesprochen....

IP2: ja.. Also ich benutze einfach nur Google und dann klicke ich mich einfach nur durch. Also dann gehe ich zu der Webseite, okay, klingt gut. Gehe ich zu der Webseite, okay, gut, klingt gut. Gucke auf Komod, super, kann man wandern. Dann gucke ich auch Surfline, wo man die Wellen sieht. Okay, gute Wellen, passt, fahren wir hin.

G: Okay, also schon aktiv.

IP2: Ja, schon sehr aktiv.

IP1: ehmmmm Ja, ich würde sagen, ich nutze Apps eher für die Teile. So Flüge buchen, Hostel suchen.

G: mmmh Warte, du machst einen Sprung

IP1: okay...

G: vorne, aber nach Informationen.

IP1: Nach Informationen.

G: Also wenn du sagst, okay, ich will jetzt nach Marokko, machst du dann eine Recherche oder nicht?

IP1: Ja, das auf jeden Fall, aber eher um zu verstehen, wie ich halbwegs ein bisschen die Route plane und alles. Nur grob. Und da mag ich persönlich immer noch den Old Style Blog von alten Leuten.....

Ich suche natürlich auf Google, aber dann, es gibt oft Leute, die von der eigenen Reise erzählt haben. Und ich lese es mir oft durch, um meine Ahnung zu haben. Okay, viele meinen, das ist schön, das ist nicht schön. Ja

G: ja... Gut, dann siehst du einen Unterschied zwischen Reise und Urlaub?

IP2: Ja, also Urlaub würde ich sagen, mache ich in der Gruppe.... Wo ich wirklich mich um nichts kümmern muss. Ich kann einfach meinen Kopf ausschalten, weil ich weiß, alles ist geplant. Und für mich ist Reise auch immer Arbeit im Kopf. Also vor allen wenn man dann alleine ist. Und für mich ist Urlaub wirklich mit Menschen zusammen irgendwo hinfahren und man weiß, was man tut. So man hat... Man hat so das Größte geplant und man ist einfach an der Zeit, so rumzuliegen, nichts zu machen. Und bei Reisen ist ja schon für mich aktiv, okay gut, wo will ich als nächstes hin? Was mache ich hier? Wo gehe ich jetzt erkunden so ein bisschen? Vor allen Dingen bei dem Alleinreisen, das ist für mich Reisen.

IP1: Ja, no, ich finde....

G: kein großen Unterschied?

IP1: keinen großen Unterschied. Nein, boh weil du auch meinst zum Beispiel, wo wir in Italien waren, es war grob so geplant aber ...

Pause

G: Ach ja.

IP1: Nein, es war grob geplant, aber natürlich ist es ein Urlaub, weil du vielleicht weniger.... Lust auf wirkliche Monumente oder whatever hast, aber... ja, es ist trotzdem ein bisschen noch Reisen, weil ... Also Urlaub, ich denke, ist im Allgemeinen etwas, was wir alle in diesem Raum nicht unbedingt machen, weil Urlaub sehe ich quasi wie ich buche meinen Resort und da stehe ich echt auf meinem Liegestuhl

IP2: das gefällt mir

G: Aber.. aber da siehst du ja einen Unterschied.

IP1: Nein, nein, es gibt auf jeden Fall, aber ich würde nicht sagen, ich mache unbedingt beiden,

G: achso nein

IP1: weil auch wenn du verreist und einen Tag Entspannung machst, dann ist nicht Urlaub. Urlaub ist in meiner Vorstellung schon, wie ich als Kind gemacht habe, dass man sagt, okay, zwei Wochen im selben Haus wie in Apulien und man geht einfach am Strand und alles und einfach nichts .. planen, weil man kein Interesse daran hat... Ja, was schön ist, aber...

G: Okay.... dann kommen wir zur Reiseplanung. Wir sind schon an der Hälfte.

IP1: Ah, sorry, wir geben lange Antworten.

G: Nein, ist gut. Wenn wir Zeit haben, ist es perfekt gut. Also, jetzt wieder bei dir von *Name*... Wenn du dein Reiseziel festgelegt hast, wie gehst du dann weiter, was ist das Erste, was du machst?

IP1: Ganz ehrlich, in den letzten Jahren, ich bin im Allgemeinen organisatorisch schlecht und es stellt mir quasi Druck, zu wissen genau, was ich folgen muss... ja. Ich buche den Flug... und es ist mir oft passiert ist dass ich dann.. wenn ich am Flughafen an anderen Ort ankomme, ich schaue für ein Hostel oder sowas. Aber auch weil Hostelzimmer oder Hostelbett findest du eh die ganze Zeit und dann das Angebot entspannt mich an der Planung, weil ich weiss, egal wie, egal wann, ich kann auch um Mitternacht buchen und ich werde ein Bett finden.

G: Ja, okay.

IP1: Und ja.

G: Super. Du, was ist dann, wenn du das Reiseziel festgelegt hast, was machst du dann?

IP2: Also ich mache sehr wenig Planung, was ich dann da genau machen will, aber ich habe schon gern so die Sicherheit, also ich buche auch gerne, wenn ich meinen Flug habe, buche auch gerne die ersten zwei Hostel-Nächte,

G: oke

IP2: dazu gleich, weil ich dann Weiß, okay, ich komme an, ich kann direkt dahin, ich weiss, wo ich hin muss, alles klar, ich werfe meine Sachen ab und schick. Und danach folge ich einfach der Mund Propaganda und gebe keine Pläne mehr.

G: Aha, also wenn man eben noch zuhause ist, dann ist eigentlich Flug buchen und dann ...

IP2: Ja, und dann einfach schauen. Vielleicht gucke ich gerne mal noch wegen den Wellen und wegen dem Wetter, aber das ist eigentlich nur für meinen Kopf.

G: Okay. Haben sich deine Reisegewohnheiten über die Jahre verändert und falls ja was?

IP1: Hm, also ich muss ehrlich sagen.

G: Das erste Mal mit so einen Rucksack (zeigt mit den Händen einen großen Rucksack).

Alle lachen

IP1: Genau, erste Backpacking-Erfahrung war auf jeden Fall, nein, nicht ein Scheitern, ich habe extrem Spass gehabt, da war ich mit einer Freundin unterwegs drei Wochen, aber ja, da habe ich einen 80-Kilo-Rucksack

Lachen

IP1: dabeigehabt und alle habe...

IP2: Mit Glatteise.

IP1: Ja, genau, das meinte ich.

G: was?

IP1: mit Glatteise Ich hatte es wirklich dabei!

G. zwei...

Alle lachen

IP1: Für lockenden!

G: ewig geil! Okay, also weniger Sachen mit.

IP1: Ja, ich bin auf jeden Fall

G: essentiell

IP1: essentieller geworden und ich würde fast sagen, ein bisschen... anspruchsvoller vielleicht bei den Hostels, im Sinne, dass damals es wirklich nur der billigste war. Und jetzt schaue ich noch... vielleicht wo es eine Terrasse hat oder dass es am Vormittag vielleicht ein Yogakurs gibt oder ich schaue schon ein bisschen mehr, wo ich schlafe.

G: Ja.

IP1: Ja, nein, aber ansonsten eher beim Packen, also bei meiner Einstellung beim Packen und ja, wie viel, auch nur was für Kleider, weil man lernt einfach.

G: Ja, ja.

IP1: Ich werde zu viel labern, mach weiter...

IP2: Also bei mir ist es auf jeden Fall auch weniger Sachen mitnehmen, auf jeden Fall schlauer packen, also auch verschiedene Gadgets nehmen, wie diese Bags, die man noch extra zusippen kann, wo man einfach viel komprimierter Sachen lagern kann....ehm.. Das billige Reisen bleibt immer noch top, also ich werde immer noch in die ranzigsten Hostels, wenn es das günstige ist, habe ich keine Scheu mit. Und ich habe gerade meinen Satz wieder verloren.

G: was du ehmm...

IP1: Was sich verändert hat

G: was sich verändert hat? In deiner reisee....

IP2: Ich hatte gerade mir schon einen Satz zusammengebaut.

G: Ach so.

Alle lachen

IP1: Leuten, Hostel, Gelder, beh Überlegst.

IP2: Ja genau, weniger Planung auf jeden Fall.

G: weniger planen...

IP2: Also am Anfang war ich wirklich so sehr, okay, gut, ich muss das geplant haben, ich muss das geplant haben, ich muss das geplant haben... weil ich dachte, sonst gibt es gross Chaos und jetzt bin ich, okay, dann schliesst sich diese Tür, aber dafür öffnet sich die andere und ich gehe viel mehr mit dem Flow.

G: okay

IP2: Also das ist auch auf jeden Fall erstmal anspruchsvoll, mit dem Flow zu gehen und auch so die Sicherheit von einem festen Ort einfach liegen zu lassen und fallen zu lassen. Aber mir gefällt das viel, viel mehr, als so zu wissen, okay, ich muss um diese Zeit da sein. Und es stresst mich und ich kann diese Zeit jetzt, wo ich jetzt schon bin, gar nicht mehr geniessen, weil ich schon weiss, ich habe Druck, um zu dem Ort zu kommen.

IP1: Das ist ein guter Punkt, weil da.... habe ich sicher auch mehr Druck mit mir selbst gehabt, am Anfang so viele Aktivitäten wie möglich zu machen, so viel zum Erzählen einfach zu haben, wie man kann.

G: ja

IP2: Und die generelle Sicherheit einfach so, dass man weiss, okay, man hat das schon gemacht, man weiss, man kriegt es auch so hin, auch wenn es schwierige Momente, man kann auf jeden Fall auch mit jetzt unerwarteten Situationen viel besser umgehen als davor, wo man war, oh mein Gott, oh mein Gott, oh mein Gott, ich breche meine Reise ab.

G: Ja.

IP2: ja

G: Und glaubst du, dassss ehm dass quasi dieses, was du dazu gelernt hast, sich auch auf dein alltägliches Leben ...

IP2: Auf jeden Fall.... Es hat mir auf jeden Fall, es hat mir auch damals ziemlich viel mit mir selbst geholfen, weil ich damals ziemlich viele Unsicherheiten hatte, auf jeden Fall auch wegen meinem Körper. Und generell, also Selbstsicherheit hat mir das auf jeden Fall gegeben. Ich gehe auf jeden Fall auch mit einem anderen Blick durch die Welt, also viel weltoffener als davor, wo ich nur in meinem kleinen Dorf war. Auch allein, es hat mir so viel mehr den Blick ermöglich... eh eröffnet, was so alles möglich ist. Weil aus meiner kleinen Stadt, okay, gut, da gibt es nur das eine, du arbeitest, du machst dein Studium, du machst deine Ausbildung, du arbeitest, du kriegst eine Familie, du kriegst ein Hauszustopps.

IP1: Aber wir haben auch öfter darüber

IP2: ...und...

IP1: geredet, wie schnell man quasi das vergisst, wenn man nicht mehr unterwegs ist.

IP2: ja genau..

IP1: Im Sinne, dass während du da bist, du weisst das, aber dann kommst du wieder in deinem normalen Leben rein und das ist wieder schwierig.

IP2: Ja, aber trotzdem, es gibt sehr viele Momente, wo ich mir wirklich sehr bewusst bin, wie.... das doch anders sein kann, dass du nicht immer den Wasserhahn auftreten kannst oder irgendwo dein steck... Ladegeräte irgendwo reinstecken kannst und dein Strom durchfließt.

IP1: Ja, ja, ja.

IP2: Also da bin ich auch echt.... Also generell auch Dankbarkeit hat sich auf jeden Fall sehr stark manifestiert für so kleine Dinge, die so alltäglich scheinen mögen für uns in unseren privilegierten westlichen Ländern.

G: Aha, und bei dir hat sich das Problem-solving auf der Reise, quasi auch auf dem alltäglichen Leben gezeigt?

IP1: Ja, nein, ich denke... wenn ich mich erinnere, der größte Schock war bei den bewussteren Reisen, zu merken, dass du wirklich auch komplett schlechte Tage einfach auf Reisen haben kannst... und in deiner Vorstellung, es ist so, wenn ich reise, ist alles wunderschön, alles perfekt, und dann du merkst, boah, ich habe schlechte Laune oder ich fühle lost, ich weiss nicht, in welche Richtung ich heute gehe, was ich mache. Es ist natürlich ein Luxus, aber das hat mir irgendwie auch Ruhe dann gebracht oder Gedanken gebracht, mich wieder runterbringen im alltäglichen Leben, wo ich bin. Okay, es gibt einfach Tage, wo es so sich anfühlt und Tage, wo nicht egal wo du bist, egal was du machst, weil am Anfang ich habe stärkere Gefühle gehabt, auch über die Stadt, wo ich jetzt lebe, weil ich schon so war und es geht, ich habe schlechte Laune wegen Wien, sagen wir, wegen der Stadt und alles. Und dann beim Verreisen lernt man schon, was man mag, aber man versteht auch, es ist einfach so. Es gibt gute Tage und schlechte Tage, egal wo, egal wie, egal mit wem. Ja

G: oke... Also die nächste Frage wäre, ob man die Unterkünfte immer im Voraus bucht, und dann habt ihr beide gesagt, eigentlich nicht. Unddddd welche Informationsquelle benutzt du zur Planung deiner Reise?

IP1: So konkret die App?

G: Ja, ob das Technologien ist, Freunde, Familie, ob ...

IP1: Ja, auf jeden Fall Handy. Handy. Also ja, in der letzten Zeit war immer für flüge, dann die verschiedenen Apps, auch die die Preise vergleichen manchmal, Skyscanner und so. Für Hostels da gibt es schon spezifisch, aber wenn man Recherche macht, auch auf Booking vielleicht, auch auf Airbnb, je nachdem, weil zum Beispiel in Griechenland waren B&Bs viel billiger als Hostels und je nachdem, also da mache ich schon immer mixte Recherchen, Worldbackers, da mag ich auch manchmal einfach so zu scrollen, auch ohne Reiseplanung, weil es gibt einfach so viele.... Projekte unterwegs, so viele Möglichkeiten, da denkst du dir wieder. Ich könnte morgen abreisen und was cooles machen...

G: Ja, also eher so Apps.

IP1: Ja, Handy auf jeden Fall....Und da denke ich mir auch immer, wie lost man ohne Handy wäre, weil ich habe dir ja voriges Mal erzählt, wenn es sich ausschalten würde am Flughafen, egal ob ich etwas geplant habe oder nicht, aber ich bin... lost, weil ich habe kein Ticket, ich habe keine Mittel zum Recherchieren, also natürlich findet man eine Art, aber ...

G: Na, überhaupt jetzt, dass man die Tickets von dem Flugzeug nur scannen darf, und und sollte sie nicht mehr ausdrucken.

IP2: Ernsthaft?

G: ja, also für Ryanair.

IP2: Ja, ja, na, ich muss es hell, aber wie scheiß.

G: Ja, ja, ja, ja, überhaupt für ältere Leute halt. Ja, wurscht. Ehmmm

IP2: Da stimmt, also ich muss auch eigentlich genau das gleiche mache ich auch und googeln, aber ChatGPT.. oder so habe ich noch nie.

G: Also eher so Apps?

IP2: Ja, Apps auf jeden Fall.

G: Okay, okay. Also die nächste Frage, spielen soziale Medien, also Instagram, YouTube, auch andere, eine Rolle in deiner reichsten Planung?

IP1: Hm, wie gesagt, in meinem Kleinen bin ich sicher auch von... Ich habe nur YouTube, was aber auch anders in den letzten Zeiten geworden ist. Und da merke ich schon, man sieht die Videos von den Leuten, wo sie hingehen. Und es ist sicher nicht auf einer bewussten Ebene, aber auf einer unterbewussten Ebene, da bin ich hundert Prozent beeinflusst. Weil auch nur, wo ich die erste Male von Madeira und Azoren gehört habe, da ist der seed reingekommen....Und dann, ich werde die Recherche weiter allein machen, aber das hat nicht von mir angefangen, das habe ich irgendwo gesehen, wo ich auch die Bilder gesehen habe. Und ich war so, wow, Schöne Natur oder Whatsapp-Profilbilder von anderen, weisst du so.

G: Ja, ja, ja. Okay, das heisst... aber bei der Reiseplanung selber, schaust du zum Beispiel so, keine Ahnung, Leute auf Instagram, die so bloggen?

IP1: Nein, also natürlich bei der Planung selbst

G: also nicht instagram YouTube

IP1: ohne Instagram, nein, nein, das nicht. Aber ja, es gibt auch schon, wenn man in der Nische reinkommt, alle Reisende, die dann Reisetipps geben und manchmal die schlagen Apps vor oder zum Beispiel, ich habe öfter in den letzten Zeiten gesehen, wie...ehm... man Geld auf längere Zeit bei einer Reise verdienen kann, Empfehlungen geben, und auch immer von Apps und alles.... Und.. Das nutzt man vielleicht nicht sofort, aber du kriegst das als Information und irgendwann gehst du wieder bei den Leuten recherchieren. Aber konkret...

G: Aber konkret bei der Reiseplanung?

IP1: Ja, nein.

G: Nein okay

IP2: Bei mir ist es gleich, ich benutze auch kein Instagram, das heisst, für mich auch bei der Reiseplanung ist Ich gucke zwar viele YouTube-Videos, so vor allem Surfvideos, aber das ist

eher so eine Motivation, meinen Arsch wieder hochzukriegen, anstatt, gut, da will ich auch hin, aber so, okay, ich will wieder surfen, ich will wieder raus, ich will wieder reisen. Ja

G: Super. Glaubst du, du könntest heutzutage ohne Google Maps, Booking oder andere Apps, die du vielleicht benutzt, ehmmm entspannt reisen?

IP1: Hm, Google Maps wäre das schwierigste, ich denke, weil Unterkünfte kann ich mir noch irgendwie vorstellen, kann man finden, das kann teurer werden, aber man redet mit Leuten und so. Aber Orientierung ist doch ein krasses Thema, weil das nutze ich die ganze Zeit, wenn ich unterwegs bin... und.. Ich könnte mir nicht wirklich vorstellen, wie man ohne machen konnte. Weil es auch nur zu wissen, okay, da gibt es den Hafen mit diesen Schiffen, bla bla bla, und du hast keine Google Maps und du brauchst drei Stunden nur einen Hafenzug. Nein... Aber wie ich bin, das wäre ein grosses Hindernis für mich.

G: Also eher nicht entspannt reisen ohne Google Maps.

IP1: Ja, also, no.

G: Das wird schon schwierig.

IP1: Das wird schon challenging.

IP2: Also bei mir wäre es auf jeden Fall eine Umstellung, aber ich glaube, ich könnte mich wieder daran gewöhnen, weil wir damals auch nur mit Karten gereist sind. Also da war auch kein Google Maps, kein Navi, da waren eigentlich nur schöne Papierkarten.

IP1: Ja, ja, gewöhnen...

IP2: wir wurden auf jeden Fall. Bei Google Maps wäre ... also wie du auch sagst, Booking.com findest du so oder so, aber Google Maps ist schon wirklich Wahnsinn. Allein auch wenn du guckst, Busverbindung, manchmal siehst du auch gar nicht, das ist eine Bushaltestelle und dann ist da gar kein Plan drin. Aber dann guckst du bei Google Maps und hoffst einfach, dass dieses Land das eingetragen hat bei Google Maps. Und damit hatte ich eigentlich.. sonst relativ gute Erfahrungen.

Also Google Maps scheitert auch oft, weil wie gesagt, die Leute müssen das eintragen und sich darum kümmern, und nicht google.

IP1: Aber oft wird man auch Ziele quasi schon beeinflusst von Google Maps, weil oft bin ich in einer neuen Stadt und ich schaue auf der Karte und dann drücke ich, was ist das, was ist das, und dann du siehst die Bilder und dann bist du so, ah, das ist schön, könnte ich dort gehen.

IP2: Ja, das auf jeden Fall.

IP1: Und wenn du das nicht hättest, andere Route.

IP2: Andere Route? Auf jeden Fall weniger Komfort.

G: Ja.

IP2: Auf jeden Fall. Aber ich könnte es mir vorstellen, mir eigentlich gut die nächste Reise komplett ohne Google Maps zu machen und wieder Papier haben.

IP1: viel spaß.

G: okay.. Wenn ihr in einem anderen Land seid, dann kauft ihr ja, oder außerhalb von Europa, ja glaube ich, kauft ihr dann eine SIM-Karte oder nicht?

IP1: Ist mir noch nicht vorgekommen.

IP2: Also ich war auch nur einmal außerhalb von Europa und da habe ich mir dann eine SIM-Karte geholt in Marokko.

IP1: und in Japan? No?

IP2: Doch, stimmt! Ja, in Japan auch.

G: also normal schon

IP2: Das geht auch super schnell bei Japan. Da machst du das einfach über eine eSIM. Und selbst bei Marokko bin ich einfach in irgendeinen Teleshopping-Laden in Tamrach gegangen, und er konnte auch kein Deutsch oder Englisch, wollte ich eigentlich sagen, kein Englisch. Und ich konnte kein Französisch, aber irgendwie habe ich diese SIM-Karte bekommen.

G: ja

IP1: ja

IP2: Weil das ist schon wichtig, in Marokko irgendwie eine Verbindung zu haben.

G: Gut, dann letzten Teil, Technologien und Zukunftsperspektiven, ehmmm wieder bei dir. Spielen Technologien, zum Beispiel Apps, Onlinebuchungen, usw. eine Rolle bei der Wahl deiner Reiseziele?

IP2: Hm..... Dancy Nachbar, sorry, ich war abgelenkt zurück.

Lachen

IP2: So, Reiseziele von, also Apps würde ich nicht sagen, weil ich google halt, wo ich hin will, aber so richtig, dass Reiseziele dann durch meine Apps bestimmt werden, nicht wirklich. Nein

G: Und konkret ein Beispiel, wenn du sagst zum Beispiel, du willst nach China, aber dann verstehst du eben, da kann ich nicht Google Maps benutzen, da kann ich kein WhatsApp benutzen usw. Macht das einen Unterschied für dich oder ist es egal?

IP2: Rein ins Ungewisse, auch wenn es weniger Komfort ist.

G: Du kommst irgendwie klar.

IP2: Ja, und auch allein wieder diesen Kick zu bekommen, würde ich es schon dafür nutzen.

IP1: Ja, nein, aber wenn ich genauer dran denke, auch ja, weil in den letzten paar Jahren, wo ich in Portugal war, ich wäre wahrscheinlich direkt nach Lisbon geflogen, wenn die... Preise vom Flugzeug durch den Algorithmus, durch alles anders gewesen wären. Und dann, es kostet weniger nachfahren,

das ändert meine Reiseankommenpunkt, und dann überlege ich mir, von hier könnte ich nach Sevilla oder wie auch immer. Also wieder, ich bin sicher nicht so aktiv beeinflusst, aber auf jeden Fall, weil am Ende ja.

G: Okay, das heißt auch bei der Reiseplanung dann selber...

IP1: Ja, genau.

IP2: Das würde ich auch sagen, der günstigste Preis leitet mich eigentlich zum nächsten Zielort.

IP1: Ja, weil es nicht nur wegen Sparen, aber es ist auch so ...

IP2: doch doch... Bei mir ist es wegen Sparen sparen.

Alle lachen

G: Bei mir auch.

IP1: na, bei mir halbwegs also schon, aber ja, es bleibt im Hinterkopf.

G: Okay, benutzt du Tools aus der künstlichen Intelligenz für deine Reise?

IP2: Sicherlich unterbewusst, also ich meine, jetzt hat auch schon Google eine AI allein, wenn du eine Suche gibst. Also seitdem habe ich auch nicht noch mal eine Reise geplant, aber bewusst benutze ich nicht ChatGPT oder so. Also da habe ich meinen eigenen Kopf und muss keine KI fragen, wo ich hin will.

G: Okay, French?

IP1: Ja, ja selber. Aber ich könnte mir vorstellen, dass es irgendwie einen einfachen Step wird in der Zukunft. Also auch wieder Low key, aber wo du fragst, hey, ich hatte Lust auf das und das, und ja, wo könnte ich Schönes gehen, wo es nicht so viele Leute gibt, und es könnte auch irgendwie praktisch sein, weil dann musst du nicht die ganze Recherche quasi alleine machen und am Ende, du tust das

sowieso auf dem Internet, also ja, nutze ich gerade nicht, aber ich sehe es nicht als so unwahrscheinlich, obwohl ich nicht die große Technologie-Fan bin.

G: Okay, aber so Booking usw. benutzt ihr schon.

IP1: Ja, ja, schon.

G: Also keine direkte, quasi ChatGPT, sondern eher so ...

IP2: Ja, sicherlich indirekte.

G: Indirekte.

IP2: Ich meine, ich glaube, jede große Firma benutzt jetzt KI, also ich glaube, du kannst gar nicht mehr nicht KI benutzen. Also egal, was du machst.

IP1: Ja, meiner Vorstellung ist KI auch nur ChatsGPT leider.

G: na ja ist so

IP1: Also ich würde jetzt nicht an Booking wie KI denken, aber ich verstehe, dass es das auch ist natürlich. Aber

G: Und falls du Apps benutzt, benutzt du eine Kombination zwischen verschiedene oder eher nur eine?

IP2: Jetzt beim Reisen?

G: ja

IP2: Auf jeden Fall eine Kombination, also allein Hostelworld, Booking.com, Airbnb, Skyscanner, Google Maps, also das variiert eigentlich super krass, „ÖBB“, „deutsche bahn Rome2Rio, Omni,

IP1: ah si Rome2Rio

IP2: also ich benutze sehr viele.

G: Okay.

IP2: Surflin für meine Wellen, Windy für den Wind, also ich benutze eigentlich alles.

G: du?

IP1: Ja, ja, ja, ja, ja, ja, sicher.

IP2: Also da gibt es nicht nur eine App. Aber ich würde sagen, schon die meistgenutzte App alles in eines Google Maps.

G: Okay, ja.

IP2: In den gesamten Reisen.

IP1: Ja, auf jeden Fall. Weil dann, du suchst nach Orten, aber der Punkt ist auch immer, vor allem ohne Auto, wie komme ich hin, wo komme ich hin, du auch.

IP2: Aber was ich auch sehr gerne mache, jetzt zum Beispiel bei Städte erkunden, nutze ich keine Google Maps, sondern laufe einfach und gucke, wo ich rauskomme, weil das ist auch cool.

IP1; Ja, aber dann musst du irgendwie auch zurück und dann kann ich den Weg zurück.

IP2: Ja, aber dann kann ich nicht den Weg zurück mit den Google Maps oder so.

IP1: Ah, okay.

IP2: Wenn du so, lasse ich mich von nichts leiten und gehe einfach dorthin, wo mich meine Nase hinführt.

IP1: Ja, ja, okay.

IP2: Und wo es schön aussieht für mich.

G: Ja. Ähm, liest du Reiseblogs?

IP2: Nein, kein bisschen.

G: Du?

IP2: Ich glaube, ich habe nie einen Reiseblog.

IP1: Ja, ich zum Beispiel schon, also jetzt nicht

G: nein, nicht ständig das Gleiche, aber wenn du dann ...

IP1: Ja, über die Orten, wo ich hin will, auf jeden Fall.

G: Hast du welchen Kopf die du Liest gerne?

IP1: Nein, weil ich mache da immer Recherche auf Google, ehrlich gesagt und der schlägt mir wahrscheinlich vor, was für meinen Algorithmus passt. Aber ich habe zum Beispiel viel im Griechenland gemacht, weil da hatte ich nicht wirklich eine Ahnung, wo ich hin will, und es gab viel Angebot an Inseln und alles. Und dann gab es schon mehrere Leute, die erfahren waren und ausführlich das beschrieben haben. Und das fand ich auch interessant, weil wenn es nicht nur eine Fünf-Sterne-Bewertung ist oder sowas, aber doch eine Erklärung, dann kannst du verstehen, Okay, vielleicht hat es der Person nicht gefallen, aber es könnte was für mich wären. Und der Blog ist schon noch einen neutralen Punkt, wo du dir eine Meinung bildest.

G: Da springen wir direkt in die nächste Frage.

IP1: let's jump

G: Liesst du Rezensionen?

IP1: Jein, also natürlich irgendwie schon, vor allem wenn die auf den zwei Enden sind, weil wenn es extrem schlecht ist oder extrem gut ist, dann bin ich schon beeinflusst.

G: Aber das heißt, grundsätzlich liest du die schon auf Google Maps oder so?

IP1: Ja, schon, aber weil es gibt ja schon ein Gefühl, aber man lernt auch, dass die meisten Rezensionen dann doch am Ende von Touristen sind. Das hat mir wieder in Griechenland damals erstaunt, wo wir waren in Kreta und es wurde uns ein Restaurant mit Rebecca empfohlen von lokalen Leuten. Und wir sind hingegangen und es war einer der lehrtesten und es hatte nicht mal gute Bewertungen, also nicht schlecht, aber so im Vergleich. Und dann, es war einer der besten Abendessen meines Lebens. Und da habe ich wirklich konkret realisiert, okay, egal wie viele Sterne, es ist einfach auch, von welcher Perspektive die Sterne gegeben werden und so.

G: Perfekt, das heisst, die Rezensionen, die du vielleicht liest, ehmmm beeinflussen dich nicht direkt?

IP1: Nein, wie gesagt, ich achte vor allem darauf, wenn ich etwas suche und es poppt eine Rezension auf, die extrem schlecht ist oder extrem gut, wie beim Hostel, wie beim Alles. Ja, oder zum Beispiel bei Unterkünften, da schaue ich schon, weil da will ich schon wissen, wo ich schlafe, ob es Ratten gibt, keine Ahnung. Nein, aber für Google Mapsorten, vor allem für Restaurants nicht, da mag ich schon eher ein Gefühl zu haben, wie viele Leute da sitzen, wie auch immer.

IP2: Ja, bei mir kommt es sehr darauf an. Also ich bin auf jeden Fall ein Google-Bewertungsopfer, also ich geb mir das auf jeden Fall sehr gerne an. Aber ich realisiere auch, je mehr ich reise, eigentlich sind die gut bewerteten immer irgendwelche Hippie-Läden, die absolut überteuert sind und nur gut bewertet sind, weil sie schön aussehen.

G: ja

IP2: Das heisst aber, wenn ich so draussen einfach unterwegs bin, auch beim Reisen, verleihe ich mich leider viel zu oft, immer noch zu gucken, ob es jetzt gut bewertet ist. Die Rezensionen direkt lese ich nicht durch, aber allein so

G: die sterne...

IP2:...die Sterne, wenn da jetzt eine 3.7 oder eine 4.5, dann gewinnt immer die 4.5. Aber bei so Hostels gucke ich grob, aber der Preis gewinnt.

G: ja

IP2: Also da wird auch über eine schlechte Bewertung

IP1: ja?

IP2: ignoriert.

G: Und lässt du selber Rezensionen auch?

IP2: Nein, überhaupt.

G: nie?

IP2 Also ich glaube, ich habe nur einmal eine in meinem Heimatort gegeben, weil die Leute einfach super cool waren.

G: Okay. Und du?

IP1: Sehr selten. Da muss wieder etwas extrem gut oder extrem schlecht sein, wo ich mir denke, wenn es so gut ist, dann will ich der Person helfen und weiterempfehlen. Wenn es so schlecht ist, will ich den anderen

IP2: willst du das Geschäft ruinieren (scherzt).

IP1: die anderen davor bewahren. Eh nein aber schon schon...

G: Und die Technologien, die er benutzt, benutzt du vor, während und nach der Reise in unterschiedlicher Art?

IP2: Technologien jetzt vor und nach, meinst du jetzt auch viele künstliche?

G: Was du willst.

IP2: Also danach benutze ich eigentlich gar nichts mehr. Währenddessen, wie gesagt, Google Maps, Booking.com und ja..... davor genau das Gleiche. Aber danach benutze ich eigentlich nichts mehr, um irgendwas nachzubereiten oder so.

IP1: Nachzubereiten?

IP2: keine Ahnung Um meine Reise, ein cooles Fotoalbum mit einer KI zu erstellen oder mit einem Programm oder einem Journal, das schreibe ich auch per Hand.

IP1: Ja, schön. Aber damals so kräftig, wie das Handy alles alles versteht, dass du im Urlaub warst, weil ich habe immer, obwohl ich keine Albums erstelle oder so, eine zusammenbildende Gruppe von Fotos, wo es einfach steht, Urlaub in Italien, Urlaub in den Bergen. Und ich habe es selbst nicht gemacht, aber es kommt.

IP2: Ach so, das ist so ein eigenes Ding von Apple.

IP1: Ja, ja, auch so Fotomässig.

IP2: Das erkennt auch so die Gesichter und wirft dich dann zusammen.

IP1: Ja.

G: Du, *Name*?

IP1: Nein, selber so davor auf jeden Fall, aber danach gibt es auch nicht vieles zu tun. Si

G: Genau, soziale Medien benutzt ihr die überhaupt?

IP2: YouTube. YouTube wäre das einzige.

G: WhatsApp?

IP2: Ja, WhatsApp auch, Telegram für Waves, aber das war's auch.

IP1: Ja, WhatsApp ist auch auf jeden Fall nützlich unterwegs, weil das ist auch eine schnelle Art, mit Leuten in Kontakt zu treten, man sagt, man trifft sich später und bla bla und alles. YouTube ja, aber unterwegs selbst eher weniger.

G: Okay.

IP1: Aber mittlerweile gibt es auch in vielen Hostels einfach den QR-Code und tritt in der Hostelgruppe rein.

IP2: Die WhatsApp-Gruppe auf jeden Fall hatten wir auch.

IP1: Instagram ist vielleicht nicht mandatory, aber WhatsApp ist schon schwierig. Also wenn man sich entscheidet, Telegram oder Signal zu haben, denken da, da einschränkt es dich ein bisschen, mit wem du kommunizierst, vor allem im Ausland, wo du nicht wirklich..... Netz hast und immer vom Internet quasi abhängig bist.

G: mmhmm Okay, letzte Frage. Wie stellst du dir das Reisen in zehn Jahren vor? Welche Entwicklungen erwartest du?

IP2: mmh also... Also meine grosse Hoffnung und dann meine realistische Sichtweise. Also meine grosse Hoffnung ist, dass es selbst durch diese ganzen Social Media und durch Instagram.. es trotzdem noch Orte gibt und auch Personen gibt, die ungestört von Tourismus leben können oder halt davon nicht so stark beeinflusst werden, oder dass auch Social Media vielleicht einen positiven Impact haben kann auf Orte, die nicht so stark entwickelt sind. Eeeehm... Aber meine realistische Sichtweise ist, dass Instagram, wie es jetzt schon macht, noch mehr ruinieren wird, noch mehr abgelegene Orte durch irgendein Scheissbild abzuzerstören werden, weil jeder sich denkt, alles klar, ich will da auch mein Bikini-Foto unter dem Wasserfall machen oder Badehosen-Foto.

Lachen alle

IP2: Ja genau, also ich glaube, das wird wirklich sehr schwer, dann noch Orte wirklich neu zu entdecken, Wirklich komplett neu.. zu entdecken, weil einfach auch jetzt schon Marokko, wo ich war, du hast keine Buszeiten, so der Bus fährt, wenn er fährt, jetzt gibt's schon gesketchelte Busse, also es wird auf jeden Fall immer mehr von dem weniger Komfort.. Dafür das mehr Abenteuerliche, das

mehr Neuentdecken zu dem weniger Komfort, aber entspannt reisen, du weisst, wo du hinfährst, du weisst, dass du ein Bus fährst. Auf jeden Fall, es wird viel mehr Sicherheit geben, was, glaube ich, dann auch wieder mehr Leute verleitet, reisen zu gehen, was wieder die Orte noch überfüllter machen wird, vor allen Dingen auch im Wasser. Das Wasser wird nicht mehr, aber die Leute werden immer mehr.

G: okay

IP2: Also ich glaube, es wird einfach gut überfüllt, und meine Hoffnung ist trotzdem, dass man trotz allem noch... zwar.. noch weiter wegfahren muss, um seine Ruhe zu haben, aber dass es immer noch ruhige Orte, ohne denen Instagram Tourismus geben wird.

IP1: Hm, no. Ja, aber ich denke leider, es ist auf jeden Fall die zweite Vorstellung im Sinne des, es ist nicht sustainable, dass... dieser Reiserhythmus wie nach dem Covid für sich weitere zehn, zwanzig Jahre ausstreckt, Weil es werden immer mehrere Leute mitmachen wollen, es werden immer mehrere Infrastrukturen da auftauchen.

IP2: Das Ding ist halt, die Welt wird immer reicher, das heisst, du merkst es allein jetzt schon, die ganze... plötzlich... chinesische Mittelschicht kann plötzlich reisen, und du hast eine Milliardenbevölkerung. Und stell dir mal vor, jetzt ist allein ist allein sagen wir zehn Prozent, das sind einfach hundert Millionen, die dann einfach zack reisen....

IP1: Aber ich kann mir leicht vorstellen, es wird sich spalten, es wird eher die Luxustourismusbranche geben....

IP2: Ja, aber ich glaube, vor allem dieser Luxus und dieser Komfort wird dem Off-Grid überrollen.

IP1: Ja, aber auch nur zu sagen, 20 Euro Hostel, das wird nicht mehr geben, weil wenn alle bereit sind, 20 Euro zu zahlen, dann machen die Hostels 40 Euro teuer.

IP2: Ja, genau, das meine ich.

IP1: Ja ja, und dann wird es entweder in der Richtung gehen, Leute reisen und haben viel Geld, oder Leute reisen und haben null Geld, aber es wird nicht mehr so eine mittlere....

G: Mittelschicht

IP1: Mittelschicht geben, weil es kann nicht so bleiben, die Situation.

G: Also es ist eine eher negative Entwicklung.

IP1: Ja,

IP2: auf jeden Fall.

IP1: Ja, nicht um dramatisch zu sein, aber es ist einfach wie bei den Ressourcen, es ist um immer realistisch zu sein. Alle wollen mitmachen und alle dürfen mitmachen, und das ist schön und nett. Aber ja, realistisch, wenn wir alle mitmachen, das wird nie.... aufhalten.

IP2: Und der Aufschluss wird immer besser werden, die Connections, dann fährt der Bus dahin, dann gibt's die Gondel hoch auf den Berg. Und ich meine, das siehst du jetzt allein schon in Deutschland, das ist.... das ist krass. Du machst einen Klettersteig und dann stehst du da oben, fühlst dich wie Reinhold Messner und dann fährt eine Gondel neben dir hoch und denkst so, top, top.

G: Ja, ja, ja, ja.

IP2: Und das glaube ich, wird es immer mehr geben, dass du dann immer weniger, und ich glaube, du wirst immer mehr wirklich ein Auto brauchen, um wirklich komplett wegzubekommen....

G: mmhm ja

IP2: von der großen Masse.

G: Ja,

IP1: ja aber nicht mal im Sinne des Ja, weil alle dann wollen an den Knotenpunkten. Das Schöne an den Knotenpunkten ist auch die zu entdecken, wenn es einfach eine To-do-List wird..... Es nimmt schon ein bisschen die Seele an den Orten auch.

IP2: Ja, meine grosse Angst ist, dass die Generation, die jetzt vor allem nach uns kommt, sie ist halt schon mit Instagram aufgewachsen.... Und ich glaube, da wird immer mehr noch dieses hier, guck mal, wo ich bin, guck mal, ich reise, um zu reisen, um euch dieses geile Bild zu schicken, weil ich so ein.. Worldpacker bin.... Und ich glaube, diese Instagram-Fluten zu Orten wird es noch verstärkt geben.... Also ich glaube, das wird auch nicht abnehmen, das wird nur zunehmen.

G: Ja.

IP2: Und skndvm Touristen, die irgendwie nackt auf in Bali oder was war das? Eine verdammte Deutsche, die sich nackt auszieht bei einem Ritual und hochrennt auf ein Ding und dann rumschreit.

G: Okay, das habe ich nicht gehört. Ja, fein, passt. Gibt es noch etwas, das für das Thema von Reisen, Technologie, allein Reisende relevant ist, deiner Meinung nach?

IP2: Meine Meinung nach ist nicht relevant, aber das ist meine Hoffnung, dass sich Leute nicht den Komfort immer mehr zu eigen machen, sondern lieber den Unkomfort, das Unkonventionelle als den Konventionellen. Also anstatt der Gruppe zu folgen, auszugehen und drum herum zu gehen als die gerade Linie. Das ist mein Endsatz.

G: Super. *Name?*

IP1: Ja, es ist auch für mich sehr leicht, sich über diese Sachen zu beschweren und sehen, wo es Mangel gibt und alles. Aber andererseits, ich muss auch immer wirklich nur an meine Eltern denken, und die hatten diese Möglichkeiten einfach nicht. Damals war es entweder gehst du im Reiseagentur und Buchst, also nicht unbedingt, aber weisst du so, es war viel schwieriger, mit weniger Mittel Sachen erkunden zu können. Und das ist gleichzeitig ein grosser Luxus natürlich, zu sagen, ich habe eine App, ich kann irgendwo drei Monate bleiben, ohne nicht mal zu arbeiten und bla bla.... Und... Ist überflüttet, aber ist auch etwas, das es nicht immer gab und nicht for grended ist.

G: Ja,

IP1: fine

IP2: Was tun wir jetzt eigentlich, wenn das nicht aufgenommen hat?

G: Nein, das hat aufgenommen.

Interview 8

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

Leider war dieses Interview sehr schwierig zu führen da es sehr viele technische Probleme gegeben hat.

G: Let's go ehmm... genau... Wie alt bist du und in welchem Land bist du geboren und wo wohnst du jetzt?

IP: Ich bin 27 Jahre alt, bin in Deutschland geboren, in Berlin und wohne momentan in Wien, Österreich.

G: Was ist dein höchster Bildungsabschluss?

IP: Bachelor.

G: In was?

IP: In Kultur und Sozialanthropologie.

G: Bist du gerade arbeitstätig?

IP: eehmmm Ja, Teilzeit.

G: Okay, passt. Wie oft würdest du sagen, dass du im Jahr verreist?

IP: ehmm Ups, geringfügig, sorry.

G: ja

IP: Im Jahr verreist.... das heißt aus Österreich raus, also da wo ich wohne.

G: Was auch immer du als Reisen definierst.

IP: aah..... Fünfmal im Durchschnitt, maybe mindestens.

G: Fünf? Ja. Okay, und magst du eher so kurze Reisen, also so Wochenende oder verlängertes Wochenende oder eher lange Reisen?

IP: Ich mag lieber lange Reisen, aber mache beides.

G: Und bist du als Kind mit deiner Familie mehr als dreimal im Jahr länger als am Wochenende verreist? Mehr als dreimal im Jahr?

IP:..... Ja, als Kind ein bisschen viel.

G: Ja,

IP: ja

G: ja und glaubst du, dass das Reisen mit deiner Familie einen Einfluss hat auf deine jetzige Einstellung beim Reisen?..... **telefon geräusch**..... Hallo?

IP: Ja, ich meine ja auf jeden Fall.

G: Achso, okay. Ich habe dich kurz nicht mehr gehört. Wann und wo hast du deine erste Soloreise gemacht?

IP:.....ehm..... Boah..... Lacht..... Ganz, ganz alleine.

G: Ja.

IP:.....

G: Ich habe das jetzt nicht verstanden, sorry.

IP: Ich bin noch am überlegen. Ich würde sagen, das Jahr, als ich nach Costa Rica gegangen bin, aber das war halt auch im Endeffekt mit einer Organisation.

G: Wo bist du gegangen?

IP: Costa Rica.

G: Aha. Ja, wann war das?

IP: ehmm.....2021....

G: Und wie viele Reisen alleine hast du gemacht so ungefähr, also seitdem?

IP: Sagen wir mal fünf.

G: Okay. Ehmmm Passt. Gibt es, glaubst du, weitere wichtige Informationen über dich, die für eben diese Forschung halt relevant sein könnten?

IP: ehm..... Ich bin mehrmals umgezogen als Kind. Vielleicht hat das einen Einfluss daran. Das ist für mich normal.....

G: aha oke.....

IP: woanders neu anzufangen.

G: Ja. Wooo.. Wie oft und wo bist du da umgezogen, wenn ich fragen darf?

IP: Einmal von Berlin nach Luxemburg, dann in Luxemburg nochmal, dann von Luxemburg nach Wien, von Wien fürs Erasmus nach Utrecht in den Niederlanden und dann das Jahr nach Costa Rica auch nochmal. Ja

G: Wow.

IP: Und dann für Praktika nach Berlin.

G: Doch, doch, schon ziemlich viel umgezogen.

IP: Ja.

G: Alright. Na, dann kommen wir zum zweiten Teil. Das ist das Reiseverhalten. Und die erste Frage ist, warum tust du überhaupt reisen?

IP: ehm... Weil mich andere Lebensformen und andere Lebensumstände interessieren.

G: mmhhh Perfekt. Was ist deine Definition von Solo Traveller?

IP:.....Eine Person,
die.....das.....die das Reisen nicht komplett abhängig macht von anderen Menschen.

G: Okay.

IP: Von Mitreisende.

G: Ja. Wie entscheidest du, welche Art von Reise du unternehmen wirst?

Telefon Geräusch

IP: Wo ich Menschen kenne.

G: Ich habe jetzt nur Menschen kenne gehört. Hast du was davon noch gesagt?

IP: Ich mache das abhängig davon, wo ich Menschen kenne.

Telefon Geräusch - Kommunikation unterbrochen

G: Von was nochmal? Aaahhhh.....

Kommunikation unterbrochen

G: Hallo? Hörst du mich?

IP: Ja.

G: Okay. Jetzt höre ich dich auch wieder.

IP: Oh nein.

G: ja...

IP: Ich meinte von dem, was andere Menschen erzählen, werde ich beeinflusst und von Social Media.

G: Was du halt auf Social Media siehst.

IP: Ja.

G: Okay. Und in welche Art tust du am meisten reisen? Also hier meine ich zum Beispiel Backpacking, Fahrrad, also Bikepacking oder fliegen auch, Bus und so weiter und so fort.

IP: Ich glaube sehr viel Zug und Backpacking.

G: mmhm Wie entscheidest du dein Reiseziel?

IP: Also davon, ob ich jemanden sehen will oder was zu erledigen habe irgendwo.

G: Aha.

IP: ehmm Oder wo man surfen kann.

G: Okay. Cool..... Kannst du mir drei Aspekte sagen, die du beim Reisen suchst?

IP: ehm..... (nicht verstanden) na das Umfeld..... Sicherheit

G: mmh

IP: und ehmmmm.....irgendwas Kulinarisches ausprobieren.

G: Kulinarisch?

IP: Mhm.

G: Cool. Und welche drei Faktoren sind für dich bei der Entscheidung des Reiseziels besonders wichtig?

IP: Die gleichen(?)

G: Okay. Kann ja, ja. Gut. Dann suchst du aktiv nach Informationen über deine Reiseziele und falls ja, wie und wo?

IP: Nein, nicht so viel eigentlich. Und wenn dann..... wenn dann..... wenn dann..... entweder über Menschen, die schon mal da waren und die Informationen geben können. Oder..... oder ich, ich weiß nicht, oder ich google.

G: Mhm. Okay ... Siehst du einen Unterschied zwischen Reisen und Urlaub?

IP: Ja, auf jeden Fall.

G: Okay. Könntest du das kürzer beschreiben?

IP: Urlaub ist zum Erholen.

G: Warte, warte, warte. Nochmal.

IP: Oh. Urlaub ist für mich eher so zum Erholen. Man geht an einen Ort..... und bleibt auch eher in dem Umfeld. Und Reisen ist eher, dass man sich mehr bewegt und dass man mehr schleppen muss.

G: Ja. Super.....ehm..... Gut, dann kommen wir zum dritten Teil schon, also die Reiseplanung. Und wenn du mal ein Ziel, also ein Reiseziel für dich festgelegt hast, wie gehst du dann weiter vor?.....Name?

Kommunikation wird unterbrochen

G: Hola..... mh!

Der Telefonat wird unterbrochen und IP ruf wieder zurück

.....

G: Jetzt, Entschuldigung, meine... Ja.

IP: Okay. Wenn man oft nicht die Zeit hat, alles zu sehen, suche ich mir raus, was beliebt ist und hoffe auch oft einfach drauf, dass ich Leute kennenlerne, die mir andere Sachen noch zeigen.

G: Mhm. Okay. Also, sagen wir so, du sagst, okay, ich will da hin und dann tust du eben ein bisschen so schauen, was dort zu machen ist, also die Sehenswürdigkeiten.

IP: Ja.

G: Okay. Haben sich deine Reisegewohnheiten über die Jahre verändert, glaubst du?

IP: Ähm..... ja.

G: In welcher Art?

IP: Ähm, ich war früher sehr viel mit den Fahrtfindern unterwegs,

G: ja.....

IP: das heißt, früher war es sehr viel mit Zelt und in so einer Gruppe. Ja. Ich mache jetzt viel mehr alleine oder in Gruppen, die ich dann vor Ort kennenlerne..... Mhm. Oder gehe halt Menschen besuchen, die ich schon kenne.

G: Ja.

IP: Und gehe, glaube ich, auch anders mit Geld um. Mhm. Ich würde nicht sagen, dass ich sparsamer geworden bin..... nur ein bisschen mir klarer geworden ist, wo man sparen kann und wo nicht.

G: Mhm. Cool. Ähm, buchst du deine Unterkünfte normalerweise im Voraus oder entscheidest du eher spontan?

IP: Ja, Unterkünfte schon im Voraus.

G: Alle?

IP: mmmmmmmmmmh Ja.

G: Okay, das heißt, wenn du irgendwo länger auch weg bist alleine, dann schaust du, dass du das für die ganze Zeit quasi einen Plan hast, damit du weißt, wo du deine Unterkünfte buchen sollst.

IP: Ja. Oder ich kenne halt, also oft ist es halt, dass ich einfach bei Leuten übernachte, die ich schon kenne und dann erledige ich das so.

G: Ja. Okay. Welche Informationsquellen benutzt du zur Planung deiner Reise?

IP: Äh....., Google und... Instagram.

G: Mhm.

IP: that's it

G: Und so von Familie, Freunde und so weiter ihr nicht?

IP: Ah ja, und Freunde.

G: Okay. Passt. Ähm, spielen soziale Medien eine Rolle in deiner Reiseplanung?

IP: Ja.

G: Wie?

IP: Ähm, wenn ich Sachen, also ich benutze halt hauptsächlich nur Instagram. Ja. Also wenn ich Sachen auf Instagram sehe, dann denke..... ich, also ich hinterfrag das schon..... Natürlich sind das ja meistens auch dann die gleichen Orte und dann zeigt das ja auch.. dass da neue Menschen hingehen und wie touristisch das eigentlich ist. Aber dann gibt es halt auch so witzige Seiten, die sich halt darüber lustig machen. Oder Seiten, also es gibt genug Leute, die auch an andere Orte gehen und so und die jetzt nicht so die Haupttouristenattraktionen sind.

G: Ja.

IP: Genau, das heißt von da nehme ich auf jeden Fall die Information. Ich schaue jetzt ein paar Leute, die irgendwie..... Bikepacking um die Welt machen. Das finde ich sehr interessant. Das finde ich sehr krass. Das inspiriert mich aber auf jeden Fall auch, mal endlich damit anzufangen.

G: Aha.

Lachen

G: Ja. Cool.

IP: Ja. Wenn es dir mal gesundheitlich besser geht. It's a process.

G: Ja. Ja. Glaubst du, du könntest heutzutage auch ohne Google Maps oder Booking oder andere so Seiten und Unterstützungen, die man heutzutage hat, entspannt reisen?

IP: Nein, Google Maps ist kompletter Lebensretter.

G: Ja.

IP: Und auch online schnell ein Ticket zu suchen hilft auch. Besonders mit dem ganzen Gepäck auf dem Rücken.

G: Ja.

IP: Dass man da nicht irgendwo noch hinrennen muss oder so.

G: Ja. Okay. Wir sind eh schon bei dem letzten Punkt.... Also zu dem letzten Teil. Gut. Spielen Technologien, also Apps oder Online-Buchungen gerne eine Rolle bei der Wahl deiner Reiseziele?

IP: Ja. Ich kann ja dann nur das von Weitem auswählen, was da auch drauf ist quasi.....ich hab...

G: Welche Apps?

IP: Ich habe jetzt... ehm.... Booking auf jeden Fall. Booking und auch einfach normal Google und Instagram halt..... ehm..... Und Google Maps glaube ich auch, wenn man sich da auch mal dann die Grundwürdigkeiten oder was auch immer da passiert in der Stadt oder so entspannt.

G: Ja.

IP: Ja. Aber zum Beispiel bei Ländern, die ich dann schon kenne, wo ich schon mal war, jetzt kommt wie Costa Rica, da gehe ich dann hin erstmal mit Booking und dann gucke ich, was ich noch vor Ort finde für andere Optionen.

G: mmhm

IP: Weil ich da schon weiß, dass es die nicht online gibt.

G: Okay. Ja. Und bei der Reiseplanung macht das auch einen Unterschied oder eher nicht?

IP: Was genau?

G: Diese Technologien halt generell.

IP: Ja, weil man sich viel besser vorbereiten kann.

G: Ja.

IP: Und auch gewarnt werden kann vor Sachen, wo irgendwelche Scams passieren oder so. Oder sich Bewertungen durchlesen kann oder so. Oder wenn Leute, wie heißt das nochmal, Workaway machen und darüber berichten. Und diese Bewertung ist auch extrem wichtig, glaube ich.

G: Cool. Ehmmm... Benutzt du Tools aus der künstlichen Intelligenz für deine Reise?

IP: Nein, bisher noch gar nicht. Oder noch nicht bewusst.

G: Okay. Weil, zum Beispiel, du hast Booking genannt, oder?

IP: Ja.

G: Okay. Das stützt sich auch auf künstliche Intelligenz.

IP: Okay.

G: Also man könnte sagen, dass man vielleicht, also ja, wie du gesagt hast, nicht bewusst. Du schreibst nicht ChatGPT, was kann ich da machen. Ja.

IP: Ja

G: Okay. Und falls du Apps benutzt, benutzt du eher eine Kombination zwischen verschiedenen, also gleicher Art oder eher nur eine? Zum Beispiel zur Buchung benutzt du dann nur Booking oder vergleichst du das mit HostelWorld oder..... anderen Apps?

IP: Nein, ich vergleiche es auf jeden Fall mit anderen Optionen. Ja, auf jeden Fall.... Ah, weißt du, was wir auch noch vergessen haben? Skyscanner und so.

G: Aha, ja. Und liest du da... Ui.

Lautes Geräusch

G: Liest du Reiseblogs?

IP: Tatsächlich manchmal, wenn, ja, wenn ich mehr Informationen haben will zu Orten oder zu Reisemöglichkeiten.

G: Okay.

IP: Das ist mir schon öfters passiert, dass ich dann auf so Blogs stoße.

G: Aber du liest keinen jetzt so... wie sagt man?

IP: Aktiv?

G: Aktiv, ja.

IP: Nein.

G: Eher zur Information, wenn du irgendwo hingehst.

IP: Ja. Ja. Beim Vergleichen passiert mir das auch.

G: Ja. Und liest du Rezensionen?

IP: Ja.

G: Beeinflussen diese Rezensionen deine Wahl, ob du überhaupt irgendwo hingehst oder nicht?

IP: Auf jeden Fall..... Ich glaube besonders bei Restaurants..... Aber..... Also auch wenn jetzt eine Rezension kommt, ich weiß nicht, pass mal, falls sie sind, denke ich mir trotzdem, ach, ich würde das schon mal gesehen haben.

G: Ja.

IP: So. Ja.

G: Gut. Nutzt du dann die Technologien oder die sozialen Medien während, also vor, während und nach der Reise in unterschiedlicher Art? Zum Beispiel eben Instagram, das du genannt hast?

IP: Ja..... Also vor auf jeden Fall, um die ganzen Informationen zusammenzukriegen.

G: Ja.

IP: Und zu vergleichen. Während. Während. Sorry. Flug zu laden auf Instagram und mit Leuten zu schreiben. Besonders ist es praktisch, mit Leuten zu connecten auf Instagram beim Reisen, weil man halt sieht, wo andere Menschen sind, sieht, was sie gerade auf ihrem Weg sehen.

G: Ja.

IP: Und davon lernen kann und mit denen schreiben kann. Und da eine Telefonnummer, auch wenn die sich wechselt oder so, keine Rolle spielt. Und danach halt, um in Kontakt zu bleiben mit den Leuten.....

G: Cool. Genau. Und du hast gesagt, du benutzt nur Instagram?

IP: Ja. Whatsapp?

G: Kein YouTube, TikTok? Ja,

IP: WhatsApp! Ja. Nein, YouTube, TikTok, nein.

G: Okay. Und folgst du auf diese Plattformen regelmäßig so Travel Influencer?

Telefon unterbrochen

G: Hallo? Ja.

Telefon unterbrochen

G: Ja? Hola. Hehe..... Geht's?

IP: Ja.

G: Die letzten paar Fragen sind's.

IP: Ja. Folge ich,

G: ja, einige. Hast du eine, die du unbedingt lernen willst? Oder sind die alle gleich?

IP: Nee, die sind alle verschieden.

G: Okay.

IP: Also die eine zum Beispiel, die Bikepacking macht, und dann gibt's eine, die so ein bisschen mal andere Länder bereist, außer Bali.

G: Okay.

IP: Also Länder außer Indonesien. Aber mehr fallen mir jetzt auch gerade gar nicht ein. Ich glaube, so hat mein Instagram auf jeden Fall angefangen, wie ich den Leuten gefolgt bin. Aber mittlerweile sind es so viele FreundInnen.

G: Okay.

Sehr schlechtes Audio

IP: Ja. Travel Influencer sind's dann.

G: auch Freund von dir?

IP: Ja.

G: erstellst du auch selber Inhalte?

IP: Ja.

G: Ja... so instagram posts?

IP: Story.

G: Stories

IP: Ja. Ich habe keinen Post mehr gemacht.

G: was nochmal?

IP: Ich habe lange keinen Post mehr gemacht.

G: Aber ein paar Stories, oder?

IP: Ja, auf jeden Fall.

G: Okay, die letzte Frage, und zwar, wie stellst du dir das Reisen in zehn Jahren vor und welche Entwicklungen erwartest du?

IP: Boah.

G: Ja.

IP: Ja. Ähm.....Ja, mal gucken, wie es mit den Kriegen weitergeht, ne? Ja. Ähm.

G: Ja.....

IP: ehm.....

Schlechten Verständnis

G: Du warst jetzt kurz weg?

IP: Ah, ja. Ich habe auch nichts gesagt..... Ach, okay. Ich will nachher mal überlegen.

G: Alles gut.

IP:.....

Telefon unterbrochen

IP: Und dann wahrscheinlich...

G: Ah. Alina? Ja. Oh je.

Telefonat wird unterbrochen → wir entscheiden da es nicht mehr funktioniert die letzte Antwort durch eine Sprachnachricht zu erledigen.

IP: Also in 10 Jahren, wie stelle ich mir das Reisen vor?..... Ich glaube nicht, dass sich so viel verändern wird. Ich glaube..... dass hoffentlich mehr..... öffentliche Transportmittel, Züge, Zugstrecken und so ausgebaut werden..... Ich glaube aber auch, dass es..... nicht passieren könnte. Oder dass Leute mehr Geld haben werden und noch mehr..noch mehr Flugzeuge genutzt werden. Und ja, dass Tourismus mehr und mehr, was ja eh schon passiert, an Popularität gewinnt. Und dass noch mehr..... häufiger gereist wird.....ehm.. für einige Leute. Aber ich habe auch das Gefühl, dass besonders Autos extrem wichtig bleiben und sind fürs Reisen. Also diese..... Welle-Leuten, vielleicht kommt es mir auch nur so vor, aber die halt ihren Van umbauen und mit den Vans reisen und so.....ehmmm.... Genau, dass das irgendwie auch bestehen bleibt auf jeden Fall und vielleicht größer werden könnte..... Aber ja, wie gesagt, ich weiß jetzt nicht, wie sich die Welt entwickelt und wie die Geldflüsse sein könnten und dann sich Sachen extrem drastisch verändern könnten.... Aber ich habe das Gefühl, es gibt mehr Billig-Alternativen zum Beispiel zum Flugzeugreisen.....ehmmmm. Und das ermöglicht dann auch, das zu tun für mehrere Gesellschaftsgeschichten.

Interview 9

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

G: Ja, gut. Also erst mal, wie alt bist du und in welchem Land wurdest du geboren und wo wohnst du jetzt?

IP: 29, geboren in München und jetzt wohne ich gerade wieder in Wien.

G: mmhm Was ist dein höchster Bildungsabschluss?

IP: Abitur. Working on this Bachelor.

G: Bist du gerade arbeitstätig?

IP: Nein, gerade am Arbeitssuchen.

G: Arbeitssuchend, okay. Wie oft würdest du sagen, dass du im Jahr verreist?

IP: mmh Schon fünf bis sechs Mal.

G: mh ja! Und magst du eher kurze Reisen, so Wochenende mäßig oder eher lange Reisen?

IP: ehmmm Meistens schon eher lange Reisen, aber gerne auch mal ein Wochenende.

G: Was ist lange Reisen?

IP: Lange Reisen sind über eine Woche, würde ich sagen.

G: okay... Bist du als Kind mit deiner Familie mehr als drei Mal im Jahr länger als eine Woche verreist?

IP: Nee, wir waren im Skiurlaub und wir waren im Sommerurlaub. Das war es eigentlich.

G: Und glaubst du, dass das Reisen mit deiner Familie dich irgendwie beeinflusst hat in deinem Reiseverhalten jetzt?

IP: mmmh... Ich fahre immer noch gerne in den Skiurlaub und ich fahre immer noch gerne ins All-Inclusive-Hotel.

G: okay

IP: Aber das würde ich jetzt nicht wirklich mit Reisen vergleichen.

G: okay.. Wann und wo hast du deine erste Solo-Reise gemacht?

IP: Ich bin nach Italien gefahren.

G: uuh okay und wo denn?

IP: Nach Bologna. Und das war eigentlich zufällig, weil ich wollte eigentlich Freunde besuchen und bin aber dann in Bologna stecken geblieben sozusagen...

G: okay

IP: Und bin dann von da aus selber weiter. Dann habe ich gemerkt, das geht auch alleine.

G: das geht auch.. ja..

IP:... Und dann habe ich meine Italien-Reise alleine gemacht.

G: Cool.

IP: ja

G: Wie viele Reisen hast du alleine gemacht? ...

IP: ehmm

G: Schon viele, oder?

IP: fiuuu ... Fünf, sechs, also so längeree.

G: Längere. Okay, gibt es noch weitere Informationen über dich, die, glaubst du, für diese Forschung relevant sind?

IP: Nee.

G: Nee, passt.

IP: ja..

G: Das sind wir schon beim zweiten Teil. Okay. Und zwar Reiseverhalten. Warum tust du überhaupt reisen?

IP: Um rauszukommen, um frische Luft zu schnappen, um sich zu erholen, um mit einem neuen Fokus an die Sachen heranzugehen, um erfrischt an die Sachen heranzugehen, um neue Kulturen kennenzulernen.

G: ja! Was ist deine Definition von Solo-Traveler?

IP: Auch eine Art von Freiheit, die man dann hat, wenn man ganz auf sich alleine gestellt ist und man sich auch neu entdecken kann in anderen Orten.

G: mmhm ja! Wie entscheidest du, welche Art von Reisen du unternehmen wirst?

IP: eeehm... Das ist ganz abhängig von der Stimmung. Also nach Marokko bin ich zum Beispiel gefahren, weil ich die ganze Zeit marokkanische Musik gehört habe, so Wüstenmusik.

G: Okay.

IP: Und dann war das für mich, dann hat es mich gerufen, dann hat es sich gezogen. Ich wollte diese Musik, wollte diesen Vibe, diese Stimmung spüren.

G: Ah, Spüren.

IP: Und dann bin ich zum Beispiel dahin gefahren.

G: Okay..... Ja. Und in welcher Art tust du am meisten reisen? So Backpacken, Fahrrad, Bikepacken, whatever.

IP: Nee, nix Bikepacken. Backpacken auf jeden Fall... auf jeden fall

G: Ja,

IP: Auf jeden Fall.

G: Und wenn du dann in deinem Ort bist, tust du dann eher so herumfliegen, Bus, Zug?

IP: Nee, meistens nicht herumfliegen.

G: Fliegen?

IP: Nee, nee. Also du fliegst hin und dann bin ich da und dann schaue ich, wie ich von da aus weiterkomme. Also ich hatte meistens nie eh nochmal einen zweiten Flug.

G: Okay.

IP: Also ich bin echt immer dann Zug gefahren oder Bus gefahren.

G: Hast du auch Hitchhiking gemacht?

IP: mmhhh mmhh (denkt nach) Ja doch, in Mexiko. Klar, sicher.

G: Okay. Wie entscheidest du dich für dein Reiseziel?

IP: Ja, wie gesagt, immer noch ganz schön die Stimmung, auf was man gerade Lust hat.

G: Okay.

IP: Also es gibt ja schon immer eine Motivation, warum man irgendwo hinfährt. Ja. Und das ist dann je nach Land oder je nach Ziel halt irgendeine andere Motivation.

G: Kannst du mir drei Aspekte sagen, die du beim Reisen suchst?

IP: Also erstmal ein Ausbrechen aus dem Alltag... ein Kennenlernen von eben neuen Kulturen und auch eine Art von Erholung dadurch. Also.. sicher.

G: Okay. Und welche drei Faktoren sind bei der Entscheidung des Reiseziels besonders wichtig?

IP: Wie man hinkommt auf jeden Fall, also wie zugänglich das Land ist.

G: mmh

IP: Das Wetter tatsächlich ist auch ein Faktor. Also dass man sich ungefähr darauf einstellen kann....
Und schon auch Sicherheit ist schon auch ein Faktor. Auf jeden Fall. Ja.

G: Suchst du aktiv nach Informationen über dein Reiseziel?

IP: Ja, aber echt noch so mit Lonely Planet.

G: Okay. Mit Bucher?

IP: Ja, wirklich.

G: Geil.

IP: Ich bin echt immer erstmal mal mit Lonely Planet am Start.

G: Perfekt. Und das hast du schon angesprochen, aber siehst du einen Unterschied zwischen Reisen und Urlaub?

IP: Ja, auf jeden Fall.

G: Du könntest kurz erlau...

IP: Genau. Urlaub ist für mich, also wirklicher Urlaub ist dann eigentlich, dass man an einem Ort bleibt, sich nicht bewegt und sich da wirklich durchs Gut gehen lässt. Und Reisen ist natürlich was anderes.

Beide lachen

IP: Natürlich lässt man sich auch gut gehen, aber man ist mal unterwegs. Ja. Nach vorne.

G: Bisschen aktiver?

IP: Ja, auf jeden Fall.

G: Ja. Gut. Dann kommen wir zum Teil von der Reiseplanung.... Wenn du dein Reiseziel festgelegt hast, wie gehst du dann weiter vor? Was ist das Erste, was du machst?

IP: Also das Erste ist eigentlich so schauen, wo du bist, also wo du ankommst. Hostel buchen. Ein schönes Hostel buchen, weil das ist wichtig, weil man ankommt, dass man auch gut aufgehoben ist.

G: Ja.

IP: Für die ersten Tage. Und ähm.

G: Tust du das im Voraus? Oder dann dort?

IP: Nee, Hostel buchst du auf jeden Fall im Voraus. Oder?

G: Oke.

IP: Das ist für mich irgendwie ein wichtiger Faktor. Also natürlich dann so ein, zwei Tage bevor es losgeht.

G: Ja.

IP: Das ist eigentlich dann so der Step, wo du sagst, so, wo komme ich an und was ist es? Und so, dann fühlst du dich da wohl und dann kannst du eh von weiter schauen. Und dann ist eigentlich immer die Frage, okay, wo will ich noch hin? Was will ich noch für Städte sehen? Und da suchst du halt dann die Informationen. Klar, YouTube auch sicher, Travelblogs oder eben wie gesagt Lonely Planet.

Lacht

G: Nimmst du dir dann das Buch auch mit auf die Reise?

IP: Ich hatte schon, ja, Papa hat schon Lonely Planet auch mit in der Tasche.

G: Ja,

IP: (nicht klar...) hat mir wirklich den in der Tasche tatsächlich.

G: Okay.... Paaaasst. Ähmm Okay, also nochmal ganz kurz. Du schaust, dass du einen netten Hostel hast.

IP: Ja.

G: Und dann schaust du weiter, wohin du willst.

IP: Genau. Also, genau. Also so im Vorhinein.

G: Ja

IP: Dass du ein bisschen eine Idee hast.

G: ja.. Passt. Haben sich deine Reisegewohnheiten über die Jahre verändert? Und falls ja, was machst du heute anders als davor?

IP: Ich würde sagen, dass ich jetzt eher in den Femaledorm gehe.

G: Okay.

IP: Dass ich jetzt lieber zwei, drei Euro mehr für den Femaledorn zahle.

G: Okay.

IP: Aber ansonsten hat sich tatsächlich nicht so viel geändert. Also, vielleicht ein bisschen auch.. mehr... Großzügigkeit, wenn es ums Geld ausgeben geht. Also, dass man sich dann vielleicht auch nochmal einen Kaffee mehr leistet.

G: mmh

IP: Und nicht mehr nur aufs Supermarkt essen, da irgendwie durch die Gegend heizt. Ja.

G: Okay..... Aber grundsätzlich jetzt nicht groß. Gut, dann buchst du deine Unterkünfte immer im Voraus.

IP: Nein. Also, wie gesagt, für mich ist es eigentlich dann immer so die erste Nacht. Okay, das organisiere ich noch. Aber ich buche tatsächlich auch nie ein Hostel irgendwie gleich für drei Nächte oder so.

G: Okay.

IP: Ich bin immer ganz schlimm. Fraktion, ich checke heute aus und dann checke ich doch nicht aus.

G: Okay. Ja, ja, ja.

IP: Also. Ja, voll. Weil ich möchte mir da auch selber einfach kein Zeitkorsett oder sowas geben.

G: Ja.

IP: Also, ich will das wirklich immer so Tag für Tag entscheiden können, was ich jetzt machen will.

G: Mhm. Also, schon eher spontan.

IP: Auf jeden Fall.

G: Welche Informationsquellen benutzt du zur Planung deiner Reise?

IP: YouTube, also sowas eben. Auch Travelblogs tatsächlich. Also, hilft meistens auch. Und was kann man noch sagen? Aber wirklich auch gar nicht so. Also, ich habe das jetzt versucht ein bisschen so mit Instagram, dass man irgendwie so Hashtag bla bla bla eingibt. Aber da komme ich überhaupt nicht auf die Informationen, die ich eigentlich für mich irgendwo verwenden kann.

G: Okay.

IP: Also... ja.

G: Oh, Ah na..... Okay, und Familie, Freunde und so weiter eher nicht.

IP: Also, das sie mitfahren?

G: Nein, nein. Also, word of mouth, dass du mit jemandem sprichst und so.

IP: Ähm.....emmh..mmh Ja. Also, ich hatte das jetzt in Sizilien. Das war ganz lustig, weil ich es meinem Vater eben erzählt habe. Und ich fahre jetzt nach Catania. Und er so, „Ach, Catania. Oh, das ist schön. Ja, das ist eine gute Idee“.

Lachen

IP: Und das war dann so auch der finale Punkt, wo ich dann gesagt habe, ah, gut, wenn der Papa sagt, dass Catania schön ist, dann mache ich das auf jeden Fall.

G: Dann let's go.

IP: Also, ja. Manchmal schon, klar.

G: Manchmal auch. Okay.... Dann spielen soziale Medien, zum Beispiel Instagram oder YouTube eine Rolle bei deiner Reiseplanung?

IP: Ich glaube, wenn überhaupt, wäre das jetzt eine Reiseplanung, also wäre das jetzt für mich so ein bisschen das Phänomen Indien. Wenn du, wenn man einfach so diese ganzen Yoga- und spirituellen YouTube-Kanäle so reinzieht, dann ist ja Indien so ein bisschen das Mecker dafür.

G: Okay.

IP: Also, ähm, ja, aber dann tatsächlich eher sowas als jetzt ein Instagram-Post.

G: Mhm.

IP: Also, ja.

G: Mhm. Glaubst du, du könntest heutzutage oder tust du heutzutage auch ohne Google Maps oder Booking oder andere Apps und so weiter entspannt reisen?

IP: Ne, das brauchst du schon. Das ist echt dramatisch, aber das brauchst du schon. Ja. Also, alleine die Tatsache, dass Hostels auch wirklich schnell ausgebucht sind und man da nicht mehr so entspannt einfach mal vorbeischnellt, dafür brauchst du halt dann irgendwie die Sicherheit, weil du wirst dich ja auch irgendwie einstellen können, wo, also, weißt du, gerade wenn es eine große Stadt ist oder sonst was, wirst du ja nicht mit deinem Rucksack da dreimal durch die ganzen Orte, durch die ganze Stadt laufen, bevor du da irgendwie einen Platz hast. Also, ja, Booking, ja, auf jeden Fall.

G: Und Google Maps und so?

IP: Google Maps unbedingt.

G: Unbedingt.

IP: Unbedingt. Also, ich überlege gerade..... Also, zumindest auch jetzt in den Orten, wenn du sagst, okay, du hast jetzt kein WLAN, dann suchst du es dir halt davor schon irgendwo raus, sodass du ein bisschen einteilen kannst, so gut, da ist der Busbahnhof, da ist die Medina oder so und wie laufe ich jetzt? Also, natürlich...

G: Man braucht es.

IP: Man braucht es schon, ja, sicher. Genau.

G: Gut. Schau, wir sind schon beim letzten Teil. Super. Warte, ich kontrolliere noch schnell. Ja.

IP: Läuft noch.

G: ja..Spielen (**klärt sich die stimme**) Spielen Technologien eine Rolle bei der Wahl deiner Reiseziele?

IP: Technologien meinst du jetzt?

G: Apps, Online-Buchung, wenn du zum Beispiel China nimmst und du weißt, dass man dort gewisse Sachen nicht benutzen kann, macht das einen Unterschied für dich oder eher nicht?

IP: mmmmmmmmmh Also, die Technologie nicht benutzen kann in dem Ort, wo ich hinfahre, hatte ich, glaube ich, noch nie.

G: oke

IP: Also, nie diese Situation, wo ich wirklich eingeschränkt war durch irgendwas.

G: Also, spielen sie keine Rolle, weil es noch nicht vorgekommen ist?

IP: Würde ich sagen. Oder ich denke mir auch, selbst wenn ich jetzt nach China fahre, dann hole ich mir eine alternative App.

G: Ja.

IP: Also, das wäre auch nicht der Grund, warum man da nicht hinfährt.

G: Okay. Und bei der Reiseplanung spielen da eben so Apps oder Online-Buchungen eine Rolle, eine wichtige Rolle?

IP: Es war tatsächlich lustig, jetzt eben die Reise nach Sizilien, habe ich wirklich einmal durch die Ryanair-App gescrollt und geschaut, wo kann ich jetzt von Wien aus hinfahren, hatte die Reiseziele dann eben, die Routen im Blick, geschaut, was ist der Flieger, was kostet es, wann fliegt er und bin so erst auf Catania gekommen.

G: Okay.

IP: Also, da wäre ich sonst jetzt zum Beispiel auch nicht draufgekommen.

G: Also, macht das schon ein bisschen was.

IP: Ja, tatsächlich.

G: Benutzt du Tools aus der künstlichen Intelligenz für deine Reise?

IP: Ah, ich überlege gerade. Ich glaube noch nicht. Habe ich da irgendwas gesehen? Doch, also ich habe tatsächlich, stimmt, ich habe das schon mal irgendwie versucht, aber ich bin jedes Mal mit den Vorschlägen, zum Beispiel gute Skigebiete um A, B, C, D, E.

G: Ja.

IP: Und die Beispiele waren aber unterirdisch.

G: Okay.

IP: Also, schlecht.

G: auf ChatGPT meinst du?

IP: Ja, voll. Also, das war totaler Quatsch.

G: Okay.

IP: Konnte nichts damit anfangen.

G: Aber so Booking und so weiter benutzt du schon?

IP: Sicher. Booking auf jeden Fall, klar.

G: Gut. Und falls du Apps benutzt, benutzt du dann eine Kombination zwischen verschiedenen, zum Beispiel jetzt für das Buchen von Unterkünften, oder nur einer?

IP: Ne, schon verschiedene Booking oder Hostelworld, weil es da tatsächlich auch immer einen Unterschied gibt manchmal mit den Preisen. Also nicht zwei, drei Euro, aber...

G: Ja, ja, ja, aber trotzdem. Und für andere Sachen, nicht Unterkünfte irgendwie?

IP: Für Flüge, ja gut, halt auch die verschiedenen Fluganbieter. Und ja, so zum Beispiel auch Airbnb Experience.... So Sachen habe ich jetzt selber noch nie darauf zurückgegriffen. Finde ich aber interessant eigentlich. Auf jeden Fall, war schon nice.

G: Okay. Ja. Und liest du Reiseblogs?

IP: Erst, wenn nicht wirklich das Ziel klar ist, dann im Zuge der Recherche, ja.

G: Okay, also nicht so...

IP: Randomly.

G: Randomly nicht.

IP: Auf gar keinen Fall, ja.

G: Und liest du Rezensionen?

IP: Ja, schon.

G: Beeinflussen die deine Entscheidungen?

Ein Mensch nähert sich um möchte etwas haben..... wir werden unterbrochen

G: Sorry, wir sind gerade dabei, Interviews zu machen.

IP: Wow.

G: Amigo.

IP: Okay.

G: Ob Rezensionen dich beeinflussen?

IP: Ja, auf jeden Fall, ja. Also Rezensionen finde ich schon wichtig, weil ich finde zum Beispiel immer interessant, was die Leute über die Matratzen im Hostel schreiben.

Lachen

G: Macht auch Sinn, zu lesen.

IP: Also ist es schon sicher, doch, natürlich. Man will ja auch irgendwie so ein bisschen einschätzen können. Wobei ich mir auch manchmal denke, also ich selber gebe auch nie Rezensionen ab, weil meistens sind die Dinger auch eh schon so viel bewertet. Ich finde, man kann sich schon durch die Rezension ein gutes Bild machen.

G: Ja.

IP: So ungefähr. Also natürlich gibt es immer Leute, die da maßlos übertreiben. Und dann weißt du aber eh so, du bist aber nicht auf der selben Wellenlänge, also wirst du damit auch keine Probleme haben.

G: Und für Restaurants, oder für was liest du Rezensionen?

IP: Echt nur fürs Hostel,

G: hostel!

IP: ja. Und ja, fürs Restaurant. Restaurants, die recherchiere ich meistens gar nicht so. Also doch schon, aber muss ich ehrlich sagen...alle Rezensionen.. also alle Restaurants, die ich mir im Vorhinein über Google schon rausgesucht habe, waren jetzt meistens, also das ist auch nicht so, also waren meistens nicht so wahnsinnig toll. Also eh okay, aber du hast nicht das gleiche Gefühl, wenn du zu einem Ort direkt hinfährst, weil dann weißt du schon, was es da gibt und was das Menü kostet oder irgendwas, wie wenn du dich einfach....

Geräusch von der Straße

IP: wie wenn du dich einfach durch die Stadt verlierst und mit deinem eigenen Menschenverstand einen guten Ort findest, dann bist du meistens viel zufriedener, als wenn du es davor schon rausgehst.

G: Genau, dann lässt du dich eher auf so ein, wie heißt das..... dein Bauchgefühl

IP: ja genau

G: halt spazierst herum.

IP: Genau, voll, eher.

G: Passt, dann nützt du diese Technologien oder sozialen Medien vor, während und nach deiner Reise und wenn dann auch in unterschiedlicher Art oder nicht?

IP: Also so im Nachhinein nochmal, dass ich es dann, also im Sinne, ob ich es dann nochmal bewerte oder...

G: Auch zum Beispiel Instagram hast du, dass du davor...

IP: Achso, ich poste gar nichts.

G: Okay, oder... ja eben Rezensionen lässt du keine, dann...

IP: Ja, also doch, also das, was ich schon gerne mache, ist dann so die Orte, die ich gefunden habe und die interessant sind, dass ich denen dann auf Instagram folge, weil dann kriegst du ja schon immer noch, sozusagen noch Updates, was in dem Ort gerade noch los ist und wer noch da ist und so und das ist natürlich schon, das macht dann auch wieder automatisch Fernweh.

lacht

G: Ja, und während der Reise tust du dann auch so Kontaktaustausch mit Leuten und so weiter?

IP: Ja, auf jeden Fall, voll.

G: Nutzt du überhaupt soziale Medien?

IP: Äh, ja, schon, aber halt...

G: Welche?

IP: Facebook.

G: Facebook?

IP: Ich bin so alt!

G: Schon, ja.

Lachen

IP: Ja, ich bin bei Instagram, ich bin da wirklich... Also weißt du, immer wenn mir jemand sagt, gib mir dein Instagram, ich bin so, Bro, dann bist du einer meiner 15 Follower, ich chill da nur für mich, so. Und keine Ahnung, ansonsten verbindest du dich halt mit WhatsApp und den Leuten und so. Und dann ist es aber auch so, du bist in dem Ort, okay, du bist nicht mehr in dem Ort, gut, dann brauchst du jetzt auch nicht schreiben, „hey, wie geht's“, also so. Klar, du hast die Kontakte noch und du weißt, wenn du zurückkommst, kannst du dann irgendjemandem schreiben, aber dadurch, dass ich jetzt mein Instagram nicht großartig pflege und mir dann irgendwie alle Kontakte so anhäuf und irgendwie mein Leben da mit den Leuten teile, ist es eh okay.

G: Und auf Facebook tust du da posten oder?

IP: Nee, Facebook ist halt echt auch so für die alten Reiseleute, so ungefähr, aber man nutzt halt auch keinen Mensch mehr, so.

G: Okay, und YouTube schon?

IP: Ja, schon, aber auf YouTube bin ich ja auch nicht vernetzt mit irgendjemandem. Du schon?

G: Nein, nein, nein, nein, aber das ist auch soziales Medium halt, dass man halt schaut und so.

IP: Dass man danach nochmal schaut. Ja, doch, manchmal schreiben, stimmt. Manchmal ist es irgendwie interessant, was war das denn, ich glaube, ich glaube, das waren eh sogar Marokko-Vlogs oder Marokko-Reise-Dinge. Ja, ja, voll. Was ich dann irgendwie nachhinein interessant fand, wie dann so deutsche Kartoffeln sich dann so anstellen.

Lachen

IP: Ja, doch, doch, klar, kommt man auch gern zurück.

G: Okay, passt. Nächste Frage ist, erstellst du selber Inhalte, aber da hast du eh schon Nein gesagt.

IP: Ja, sorry.

G: Nein? Ähm, und wie stellst du dir das Reisen in zehn Jahren vor? Welche Entwicklungen erwartest du?

IP: Puh, ich glaube, dass es tatsächlich noch überlaufender wird. Ich glaube, dass die Leute noch mehr rumfahren werden und die Leute werden noch mehr an die letzten Ecken der Welt kommen.... Und ich habe auch das Gefühl, dass Hostel weiterhin gut ausgebucht sein werden. Und ich glaube, dass es echt tatsächlich ein Massenphänomen wird.

G: Okay, ist das positiv oder negativ?

IP: Ja, ich mein, das ist eh, das ist ja was Schönes. Also warum soll man es den anderen Leuten jetzt nicht gönnen? Aber natürlich hat auch jeder Ort oder alles irgendwo eine gewisse Kapazität an Menschen.... Und ja, es bleibt einfach zu hoffen, dass sich das irgendwie auch anders ausbalanciert. Also ich mache jetzt nicht den Teufel an die Wand. Ich denke im Generellen, ich glaube jetzt nicht, dass alle Orte der Welt überlaufen sein werden. Aber es wird bestimmt diese Tendenz und die Entwicklung, die es jetzt in der Linie gibt, sich nicht auf einmal nach hinten entwickeln.

G: ja

IP: Also es wird wahrscheinlich eher stärker.

G: Aber so künstlich-intelligenzmäßig, glaubst du, wird das auch dann einen Einfluss haben oder eher nicht?

IP: Doch, ich glaube schon. Ich glaube schon gerade auch im Sinne von vielleicht, dass man Reisen irgendwie schon gesamt geplant und sich irgendwie mit der AI zusammenstellen lässt.

G: ja

IP: Ich meine, ich habe das heute jetzt auch gemerkt auf der Flugsuche nach Brasilien. Ich habe das alles mit Gemini, also dem Google-Ding da irgendwie bearbeitet. Und das war wirklich fast wie im Reisebüro.

G: ja

IP: Also das war schon krass. Das ist nämlich wirklich der Service, den du eigentlich im Reisebüro hast, den du dann mit AI abklappern kann. Also du musst zwar immer noch konkret fragen und selber konkret den Input geben. Du kannst jetzt nicht selber zum Beispiel von Kolumbien aus fahren. Aber es ist schon ein Tool, auf jeden Fall. Das ist eigentlich ganz geil.

G: Ja, also eher positiv gesehen.

IP: Ich würde schon sagen, es spart ja einfach Zeit und zeigt dir im besten Fall noch andere Möglichkeiten auf.

G: ja..... Ja.... willst du noch was dazu sagen zum Thema? Generell?

IP: Let's go with the flow, guys. Let's go with the flow.

G: Okay. Warte mal. Dann machen wir da Stopp.....Dann übertreibe ich es auch nicht.....

Interview 10

Interviewpartner immer als IP bezeichnet

G: Aaaaaaaaaaand we start with the general demographic questions. How old are you and in which country were you born and where do you currently live?

IP: I am 30. I was born in the US, but I live now in the UK in London.

G: What is your highest educational qualification?

IP: Master's degree.

G: In what?

IP: My master's was in Masters of Arts in Service Design. And my bachelor's was a Bachelor of Arts in Political Science.

G: mmhm.. What is your profession now?

IP: Now I work in consulting. Ehmm So from the master's I do design work and product management, but as part of a consulting company.

G: mmh.. How often in your year would you say you travel?

IP: I travel a lot. I would say probably at least once a month... ehmm Sometimes twice a month. So that's what, 12 to 20

Both Laughs

IP: yeah exactly

G: 24 times. And do you prefer shorter trips or rather longer?

IP: If I can do longer, that's my preference because it doesn't feel... so rushed and I'm not as tired when I get back. But with work, I'm typically only able to do short trips.

G: What is a long trip? What is the definition?

IP: For a long trip, I would say more than three days or four days. So like around a week.

G: Yes, good.

IP: Or more.

G: Perfect. As a child, did you go on trips that were longer than a weekend with your family?

IP: Yeah, we did. I was fortunate. My parents and grandparents ehm really loved to travel and took us on some trips. We would probably go, I mean, no more than once or twice a year. But I did have a chance to travel pretty far when I was a kid.

G: mmh.. Do you think this travel behavior of your family influenced also your travel behavior now?

IP: I think it probably did because.. I was exposed to different parts of the world when I was young, which I think especially coming from the United States ehmm the U.S. I think is very different than a lot of. So, for example, living in the U.K. now, I think it's a lot of the people I know, it's very common for them to have lived in multiple places and to have traveled quite a bit. Whereas in the U.S., it's quite common that people have never left the country, let alone lived in another country. So I think for me, having that exposure probably did influence my want to live and explore other parts of the world....ehm... And I think the other part of it is my dad traveled a lot for work and he's lived in some other places as well. So like he lived in Japan for a couple of years. And so I think.. he doesn't... his expectation would be that as I grow, it's okay for me to leave home and go and do other things, you know?

G: Okay. So when and where did you do your first solo trip?

IP: My first solo trip was in Croatia... ehm... It would have been probably like three years ago, so actually pretty recent.

G: How long did you stay there?

IP: I was there, I want to say like four or five days.

G: Cool. And how many trips more or less did you do on your own?

IP: That's a really good question. Not a ton. I would say probably like five.

G: mhm Okay. Do you think there are any other important facts about you that are relevant...for this research?

IP: That's a good question. Not that I can think of right now,

G: mmh..

IP: .. but I'll let you know if they come to my mind.

G: Perfect. All right. So let's go to the second part, ehm the travel behavior. And the first question is, why do you travel at all?

IP: mmh So part of it obviously is that my partner lives in another country Who knew? So I end up traveling quite a bit for that. The other part of it is that... I think before I moved out of the US, there was a big part of it. That's like, I just really want to go and see other cultures. And there... is almost like a.... what's the word? I feel like coming to Europe from the States for people is very magical. It's like "aah Europe", you know? And I think now that I live here, that probably has less of an effect on me. But there is obviously still interest in just going places I've never been before. Trying different kinds of foods and like seeing new cities. Ehmmm And I think there is an interest part of that. There's like an adventure part of that. And.. and I also think there's part of it that kind of brings your own life into perspective. Where you can get, I can get very focused on like the things that I'm doing every day and think that those are a really big deal. And then you kind of step outside of your own community and you're like, there's a million ways to live. There's so many people to meet. All of that kind of stuff, I think, is a really nice way to reflect.

G: mmhm mmhm... So what is your own definition of solo traveler?

IP: I would say ehmm choosing to go to a new city or country..... Well, I'm going to say by yourself. I'm sure you may spend some time, like you might meet people, you might spend time with people there. But the actual travel planning is done alone.

G: mmhm mmhmm.. So it's not necessarily then like do all the travel alone.

IP: Yeah, exactly.

G: Okay. Ehmm What is your most common way of travel?

IP: Meaning like getting to the place?

G: Yes.

IP: Probably flight because I would be going to somewhere that's like a few hour plane ride away.

G: And (clears voice) sorry, once you're in the place?

IP: How do I get around?

G: yes also..

IP: So probably on like trains, public transportation...ehm occasionally Uber, but more so I would do trains. And I really like to walk like my favorite way to get to know a city is walking. So if I can walk somewhere, I will.

G: mmhm Perfect. Ehmm And how do you choose your travel destination?

IP: So I think probably a lot of it is like word of mouth. So if I have a friend who says, oh, I went into this place, it's really beautiful or like sends me a picture of it. So like I just had a friend who was in Chile with her family and sent me photos of it. And I'm like, oh, my God, I want to go there.

G: Mm hmm.

IP: ehmm What else? I.... Yeah, if you see images, I think that's the biggest thing.

G: Mm hmm.

IP: And I'll get those. I'm not big on social media, but I'll I'll get those on things like Pinterest. Or I probably used to get that on Instagram before I went off of Instagram. Ehmmm... There was a time... where... what was the other thing I would have seen? Trying to think of like really old tech.

G: loughs ..

IP: Remember, I sent Ethan something on like email or LinkedIn, but I can't remember where I saw the picture.

G: OK.

IP: Pictures is like the biggest thing.

G: Yeah, the visual part makes you like want to go somewhere.

IP: Yeah.

G: Can you name three aspects that you are looking for when traveling?

IP: ehmmm I would say..... food probably is a big one.

G: mmhm

IP: Another would be kind of depends on the type of holiday. But if I'm going somewhere warm, which I..... often like to do..... Well, you know, actually, I take that back...I can make it more general statement like nature. I think it's a really big one for me. So if I'm like I go to a beach or like mountains or something, I want to see the like landscape.....And I think the other one would be..... What would be my third?..... Maybe cultural activities, but I. I feel like if I go into a museum..... It's probably because I'm like.....What should I do today?

G: OK,

IP: and that's a thing I could do is like go see art, you know?

G: OK, so you said landscape, but you don't mean like touristic attractions. You just mean like nature.

IP: Yeah, more like nature.

G: Yeah, perfect. Ehmm parapabam... Which three factors are the most important for you when choosing a destination?

IP: ehmmmmmmmmmm I think one of them for me is probably safety..... I want to make sure that I feel comfortable and safe in the place.....Which in fairness, I say that, but I don't I don't typically do a lot of research ahead of time. And so I think probably that's more of like. A gut feeling slash knowing somebody who's been there is the bigger thing.....And I'm like, OK, if they went and they were fine, I'm good...ehm... I think another is going places I've never been before is really like..... You know, of course, you can go back to somewhere you've been that you liked, but often it's better if you're exploring something new.

G: mmhm

IP: And then..... I think for me, because..... I'm usually going for weekends, easy to get around..... Well, actually, sorry, I'm about to give you four, price ehm... in terms of like airline. And then the last one would be easy to get around. So like I can land and I don't have to rent a car. I can like take a taxi or an Uber into the city or I'm already in the city and I can just get around that kind of thing.

G: Perfect. Mmhm... So do you actively search for information about your destinations? And if yes, how and where?

IP: I..... recently. No, not often. So I will usually like buy the ticket there and then I would probably also make sure I have somewhere to stay. So I might do like a little bit of research on the area to stay in. But that's also mostly just looking at Airbnb....

G: mmhm

IP: And then I find recently I do a lot of the what are we going to do on day of? I might know a little bit about the city, but it's probably like, for example, I went to Dublin with my brother ehmm... like

a month or two ago and I landed. And while I was waiting for him to land, I just did like a Google and..on like things I can do here. And I think I like asked chatGPT.. But that was like moree... I was like sitting in the airport.

G: Yes.

Both lough

G: All right....ehm.... Perfect. So do you see a difference between travel and vacation or holiday?

IP: Oh, that's an interesting question. I would say probably not, because if I'm traveling, I am having to use holiday. So it kind of doubles.

G: mmhm OK. Perfect. Then travel planning. Once you've chose your destination, what is the first thing you do? And.... maybe the second as well.

IP: Yeah. First thing that I do would be if I've chosen the destination, I'm assuming I've already done flight. So the first thing would be finding somewhere to stay. So book like probably an Airbnb, sometimes a hotel. I mean, I'm probably more likely to do a hotel if I was going alone, just because it gives a bit of sense of security. Ehmmm... And then the second thing after that..... do I do any more planning? Oh, you know what I would do is I would ask people.

G: OK.

IP: So for example, like if I was going to Spain and I have a friend who's from that city, I'd be like, hey, I'm going here. Or I knew somebody who'd been there. I'd say, do you have any recommendation? I'd send them a message or speak to another person and ask if they have recommendations.

G: Perfect. Have your travel habits changed over the years?

IP: Yes. I would say I probably did some more planning when I was, you know, like 10 years ago than I do now... ehm... Now it's usually by the seat of my pants.

G: OK. Fair. Why do you think it is so?

IP: .ehm.....Good question. Why do I think I do less planning? Ehmm Because I think when I look things up in advance, I think I end up getting the very touristy spots. And if I don't have a plan, I kind of stumble upon things, which I think is nice.

G: mmh Perfect. Uh.. A little spider on my wall. Amazing.

IP: Oh no.

G: Do you always book your accommodation in advance or do you decide spontaneously or on site shortly before?

IP: The accommodation?

G: Yes.

IP: Definitely in advance. That's the one thing I have to have booked because I will feel stressed and unsafe otherwise.

G: Do you stay in the same place during all your holiday or it happens also that you change accommodation?

IP: Usually the same place..... Sometimes I'll change, but that's pretty rare.

G: OK.

IP: If I change, it's probably because I'm like treating myself to a night somewhere nice.

G: OK. Nice.

IP: But I don't want to pay for that the whole time.

G: Fair. Ehmmmm... What sources do you use to plan your trips? You mentioned already a bit like friends.

IP: Yeah. So friends. ChatGPT sometimes.... I probably just Google generally like things to do in. ehmm.... I have had people send me.... reels from Instagram.

G: OK.

IP: But I'm not really on Instagram anymore, so I wouldn't look for it there. But I know a lot of people do and sometimes they'll send me something and be like, oh, you should go here. And then I get that from them like secondhand.

G: So social media generally don't play a big role in your travel planning.

IP: I would say not a big role, no. ehmm... It probably is the way the role it plays is probably on where to go, not on the planning..

G: the planning itself..

IP: of what I'm going to do.

G: OK. Also YouTube is included.

IP: Yeah. I'm trying to think. I don't think I ever see anything like recommended on YouTube. So even though I do use it, I don't feel like that really influences what I do.

G: OK... And on YouTube now specifically, do you like search for, I don't know, 10 best places to go?

IP: My partner does. So if I'm traveling with him, he'll probably do like, he'll do like.. what to do for 24 hours in Latvia. And then I follow his lead, but I wouldn't look that up myself.

G: OK, fair. Do you think you could travel comfortably today without Google Maps or booking?

IP: Oh, no.

G: OK.

IP: I do not. Yeah, I would have to use Google or Apple Maps. Both for navigation... Well, it's essential for navigation. And then I use it actually quite a bit for we use it a lot for restaurants for me because..... of I have celiac disease. And so when trying to find somewhere that we can go for food, ehm... Ethan does this more than I do, but I've started doing it now too.... You go on the map, find somewhere that has a high rating, and then you search in Google reviews for the word gluten or gluten free.

G: OK.

IP: And if somebody has talked about it in the comments, then the place probably has gluten free food. So that's how I would pick a restaurant.

G: OK. OK. Would you rather than like leave without Google Maps or without booking?

IP: uuhhh So booking being like booking.com?

G: Yes. Booking meaning like in general, like accommodation application generally.

IP: I'd rather live without...ou..... I'd rather live without probably the map. Probably the map because I would definitely want to know where to stay.

G: OK. Cool. Nice. The last part, the technologies and future perspective. EHmm... Do technologies, meaning apps or online booking situation, blah, blah, blah, play a role in choosing your travel destination?

IP: Wait, sorry, say again?

G: If technology.... like I can give you an example. For example, like in China, you know, you cannot use some apps.

IP: yeah

G: If that influences your decision to go or not?

IP: Ah, OK. I don't think it would. I think the only thing that would probably concern me a little bit is if I felt like I wasn't really going to have like any kind of phone access or cell service.

G: OK.

IP: But I've also done that when I was in, when I was living in South Africa, we did like a camping trip in Botswana and Zimbabwe. And I was only OK with it because I was with a big group of people. And I told my family ahead of time that they weren't going to be able to be in contact with me..... But otherwise, I think I'd be nervous about not being able to be in contact with people. But if I couldn't access any like apps or certain apps or websites, I don't think that would bother me that much. You just kind of adjust for the time that you're there.

G: So you want to have like technology, like phone...

IP: yeah

G: but not necessarily the apps.

IP: Yeah. Yeah.

G: And so when you travel, I assume you always get the SIM card, a local SIM card.

IP: No. So my phone plan is international now.

G: OK.

IP: I used to do that. I used to either get a local SIM or I would just pay. My company had a thing where you pay like five or ten, my company, my phone company, like five or ten dollars a day and then they cover it. But my current phone plan covers up to like 25 gigs of data in almost every country. So I don't have to think about it. I get there and it just switches on.

G: Perfect. Mm hmm. And do this like the technologies in general influence your choosing? No. Sorry. Your travel planning.

IP: Mm hmm. I would say yes a little bit in..... Oh, you mean like do I use them for planning?

G: Yes.

IP: Yeah, I would say a little bit. So I might use I think I mentioned like I might use like a chat GPT to say, you know, for example, when we went to Rome last year, I was like chat GPT: I'm with a group of people in Rome. Like if I don't want to spend a ton of money, I want something fun to do like this, this and that. What should we do today? And that was really useful, especially when you're with a group of people and trying to decide what to do.

G: And for yourself, do you also use this kind of organization or planning?

IP: Yeah, more and more so. I would say I've gotten into it probably in the last like few months. I used to use it here and there. I'm now using it a lot.

G: Okay. And just chat GPT as artificial intelligence or also others?

IP: I use Copilot in my work.

G: Mm hmm.

IP: But like personally, I would use chat GPT.

G: Mm hmm. You mentioned also booking, right? That you're using booking.com?

IP: Yeah, probably less so than I would use Airbnb.

G: Okay.

IP: If I was trying to find a hotel, I would just Google like hotels in Rome or whatever.

G: okay

IP: And then I would go through and look at the reviews and the ratings of those. But if I was trying to find an apartment, I'd do Airbnb.

G: Mm hmm. Okay. Yeah. Well, you already answered a little bit, but do you normally combine different apps for a specific thing or do you just use one? And that's okay.

IP: Yeah, it's a good question. Yes, I would say I combine because I probably use like if I'm booking flights, I'd be on Google flights or like Skyscanner.

G: Mm hmm.

IP: And then if I'm booking accommodations, I'd be on like Airbnb or booking.com or something like that. And then if I'm planning, maybe like YouTube, chat GPT, like all, you know what I mean? I'll definitely use a few different touch points.

G: Okay, perfect. And do you read travel blogs in general?

IP: You know, only for the Celiac stuff.

G: Okay.

IP: I'll Google like Celiac..... or Celiac places to eat in Rome and then they'll often be blogs of people saying here are all the good places.

G: Okay, cool. And the reviews, you said also more or less for the same reason.

IP: Yeah.

G: But you mentioned just for the food, but also for like, I don't know, hotels and other stuff?

IP: Yeah, I would Google for hotels, but if I'm using the maps, that's probably just for food or to navigate somewhere.

G: Okay. So the reviews are not really influencing where you stay?

IP: No, not really.

G: Perfect

IP: If it's on Airbnb, I look for like super hosts and I would read the reviews.

G: Okay.

IP: Or if it's, if I'm looking for a hotel, I would Google it and I would, yeah, I would look at the ratings of the hotel.

G: Okay. Mm-hmm. So they influence you a bit?

IP: Yeah, definitely. In the decision.....

G: Mm-hmm.

IP:.....Because I think it helps you decide, especially like Airbnb, if there's no reviews, I assume it's a scam.

G: Right.

IP: Mm-hmm. You know.

G: Yes. Do you use, well, you're not using really social medias, right?

IP: Not a ton. So I have Instagram on my phone, but I don't use it. I don't have TikTok. I have Snapchat. I have YouTube.....

G: Yeah.

IP:.....I don't have Twitter. So not a ton.

G: Okay. And you're, but you're not using them to travel?

IP: Not much. Yeah. No, not really. Like I will have people send me stuff from it and I might accept their recommendations or a siren, but I wouldn't search for it myself.

G: Okay. And well, WhatsApp? Yes, right.

IP: Yeah. Yeah, WhatsApp. So like the initial question is if you used the technology or the social media differently before, during, and after your trip.....mh.....So..... after I probably wouldn't use it because I don't post.

G: Mm-hmm.

IP: During, it would probably only be to, I think before and during, it would only be for planning purposes.

G: Mm-hmm. Okay. Ehmmm.... Tatata You don't use social media,

IP: yeah...

G: so this we can skip.

IP: Aaaaaaaaaaaaaaamazing.

G: This your own content you also don't do. Ehmmmmmmmm And then, well, we are already at the, to the last question. And how do you imagine travel will be in 10 years? What development do you expect in this sector?

IP: That's a good question.....Hmm..... Yeah, it's a really good question. How do I think it will change? Ehmmm... I mean, I think it already people are becoming really reliant on social media for it. And I think that's in a few ways. It's probably like for what to do, how to get around..... And also like there's a lot of out..... I think, wanting to show where you are. So like posting and putting forward or... like, ... like posting either pictures or like stories so people know you can show what you're doing.

G: Mm-hmm.

IP: I'm sure that presence will continue to increase. How I see some changing? I kind of think people are going to shift back more towards hotels and away from Airbnb.

G: Mm-hmm.

IP: Because Airbnb is getting expensive with the cleaning fees. And it's so now it's like just as expensive as hotels....

G: mmmhm

IP: ehmmmmmmmmmm I don't know if with tech people will do more like virtual kind of stuff. Probably not. I feel like the metaverse is not going to take off. Hasn't yet. AI, I think, will be more and more a part of everything we do. So I'm sure AI will continue to expand. I think AI will probably continue to expand in a big way how we do planning.

G: Mm-hmm.

IP: As it gets more personalized. What else? What else? What else?...

G: Do you think?.....

IP: sorry if its not good...

G: No, no, no, it's perfect.... Ehm Do you think like this using more AI to plan is a positive or negative aspect of the future?

IP: I think it's a positive in many ways. I think AI is a really powerful tool and it allows for like hyper, hyper personalization. So, you know, the example I gave where it's like, oh, I want to go to this city and I don't want to spend money. But I do want to do artistic activities. And this is not right. We could never do something like that before. I also think AI is a bit spooky. And I'm very aware of how much data is being collected on me and everybody else..... Not that worried about it because I'm not doing anything bad.

Loughs

IP: But I do think it's significantly increasing opportunities for fraud and like cyber security is becoming a really big issue. Already was, but a bigger issue.....ehmmm... Yeah, I think it's positive, but also it scares me how powerful AI is.

G: Okay..... Perfect. Do you have anything to add that could be useful for the research in general?

IP: mmmhmmmmmmmmmmmmmmmm Not that I can think of off the top of my head, but if anything comes to me, I'll let you know.

G: Thank you. Perfect. Then I will stop the registration here.

8.3 Interviewprotokolle

INT_0

Questa prima intervista è stata una prova di conferma per il filo logico dell'intervista fosse nachvollziehbar. Il*la mia IP mi ha fatto notare involontariamente delle piccole cose che potrebbero essere interessanti da approfondire anche con altri partecipanti. Ma nonostante l'incertezza iniziale e l'emozione di iniziare la parte empirica di questo lavoro penso sia andata abbastanza bene e anche il feedback successivo all'intervista è risultato positivo. Sono soddisfatta e contenta di vedere che funziona. Devo decidere se effettuare i piccoli aggiustamenti per tutti i prossimi partecipanti (sostegno dei genitori – viaggiare facilmente è positivo o negativo e l'utilizzo del cellulare durante il viaggio + eventuale aggiunta dei traduttori). È ora in viaggio.

TEMPO: 00:39:41

INT_1

Intervista molto piacevole. Più di una volta durante l'intervista mi sembrava di intervistare me stessa. Mi viene da chiedermi se sono troppo dentro al tema e se riesco ad essere obbiettiva. Ho cercato comunque di non influenzare la partecipante e gli*le ho raccontato la mia esperienza solo una volta terminata l'intervista. Sento di aver fatto un buon lavoro ed è stato anche molto piacevole. Ha nominato una pagina di YouTube che pensavo di non conoscere ma una volta finita l'intervista ho controllato ed effettivamente lo conosco anche io. Interessante.

È appena tornato*a da un viaggio. Quindi frasca di esperienza e di spunti nuovi, ma ora non voglio più cambiare il flusso dell'intervista e mi devo mantenere concentrata sui temi scelti e non divagare troppo.

TEMPO: 1:00:30

INT_2

Sono malata e la febbre mi ha distratto dal fatto che avevo avviato solo la registrazione di sicurezza sul cellulare e non quella del computer. Purtroppo abbiamo dovuto rifare la parte iniziale dell'intervista. Per fortuna me ne sono accorta relativamente presto e non tutto il lavoro è andato perso.

Che fastidio. Spero non influenzi troppo la ricerca perché le risposte della prima parte dell'intervista ora sono coincise perché già conosciute. Non sarà un problema perché sono solo informazioni demografiche e poco di riflessione. Partecipante molto riflessivo*a e pensa bene alle risposte che da che sono anche abbastanza strutturate.

Spricht an dass er*sie selbstsicherere geworden ist – magari si può approfondire questo aspetto anche nell'analisi.

TEMPO: 00:21:57

INT_3

L'intervista più strutturata che io abbia mai avuto in vita mia. Ponevo la domanda, il*la mio*a IP pensava e mi dava risposte brevi, coincise ma anche molto strutturate e corrette. Molto interessante la differenza da persona a persona. Rifletteva sulle risposte sue risposte ma era sicuro*a di sé.

TEMPO 00:31:11

INT_4

Anche questo*a IP pensava molto bene alle domande e alle risposte prima di parlare. Ha nominato tante volte la differenza tra viaggio e vacanza e si fida più delle persone che delle app, recensioni o intelligenza artificiale per i suoi itinerari e le esperienze. Al momento sta viaggiando per il sudest asiatico.

È molto interessato*a al tema e vuole assolutamente avere una copia della mia ricerca una volta finita. Molto carino*a e disponibile nonostante dovesse prendere un aereo dopo l'intervista per spostarsi in Vietnam.

TEMPO 00:31:06

INT_5

Anche quest'intervista è stata fatta su zoom. IL*la IP, si trova in un'altra città europea ed è stato*a molto gentile a prendersi il tempo per me ed il mio lavoro. Nonostante tutto è stata un'intervista molto divertente, nonostante penso che non essendo la propria madrelingua, il mio interlocutore*la mia interlocutrice non capisse tutte le mie domande con esattezza. Non avendo limiti di tempo, il mio*la mia IP si è preso*a il suo tempo per prima riflettere sulle domande, dovrò forse chiedere dei chiarimenti per l'analisi. Rifletteva sulla risposta da dare e poi rispondeva. È stata molto disponibile e gentile, mi è sembrato ci fosse un velo di insicurezza nelle sue risposte ma comunque ha fornito materiale nuovo e interessante da analizzare e rilevante per questa ricerca. Spero di poter contraccambiare prima o poi con tutte queste persone che sono così disponibili con me.

TEMPO: 00:50:23

INT_6+7

Il setting di questa intervista è stato completamente diverso rispetto alle altre perché è stata un'intervista doppia, ovvero con due persone allo stesso tempo. Per rispettare l'obiettività delle risposte ho concluso che questa maniera fosse la più appropriata dato che altrimenti uno dei due partecipanti avrebbe ascoltato prima tutta l'intervista e poi risposto con una riflessione che avrebbe dato vantaggio o svantaggio sugli altri. Purtroppo non era possibile svolgere le interviste in altra maniera. Nonostante le mie indicazioni a evitare l'aiuto della risposta dell'altro non è sempre stato possibile e non è stato facile neanche per me. Per IP_6, non essendo la lingua dell'intervista la propria lingua madre, credo che alcune volte ci siano stati dei *misverständnisse* nella comprensione e nell'intenzione della risposta. L'intervista è stata divertente e dinamica. IP_7 Invece mi è sembrato*a alle volte insicuro*a, ma non potrei dire se è semplicemente parte del

suo

carattere.

Entrambi i partecipanti non hanno social media classici e quindi hanno dato un'interessante punto di vista e contro prospettiva rispetto ad altri partecipanti che pur non avendo social media non ne fatto grande utilizzo.

Entrambi hanno sviluppato riflessioni interessanti e si sono resi conto che nonostante abbiano social media classici non sono esclusi dall'influenza dei media e anzi utilizzano perfino l'intelligenza artificiale in maniera "poco consapevole".

TEMPO: 1:02:34

INT_8

L'intervista più difficile da condurre. Ci sono stati sia problemi tecnici che dal punto di vista della comunicazione. Il partecipante ascoltava le domande ma ci metteva tanto a rispondere e da un punto di vista personale avrei voluto aiutare spesso a trovare le parole e dare una risposta effettiva. Interessante risposte e alcuni punti di vista sono stati nuovi. In generale sono stati molto frustranti i problemi di connessione e le telefonate interrotte. Il partecipante pone particolare interesse nel WOM. Per molte domande, si ripetono anche gli stessi concetti.

TEMPO: 00:30:04

INT_9

Intervista fatta all'aperto e con qualche interruzione da passanti e rumori intensi della strada (moto). La partecipante sembra molto sicura di sé e risponde direttamente alle domande, ma una affiorano anche insicurezze inaspettate. Modo di affrontare il viaggio diverso da tutti gli altri e prospettive nuove. L'intervista in sé è andata molto bene ed è stata molto divertente. La partecipante è simpatica e scherzosa.

Non ci sono state nuove scoperte o nuovi spunti, forse l'unica cosa è che deve prenotare prima di andare per sentirsi sicuro*a. Sento che ci avviciniamo alla fine, non ci sono più aspetti eclatanti e anche se pongo le domande alla stessa maniera, posso già aspettarmi la risposta che la maggior parte delle volte è anche quella che poi mi viene data.

TEMPO: 00:21:40

L'ultima intervista prevista è stata svolta con un*a partecipante che sapevo essere diverso*a rispetto agli altri perché pur avendo viaggiato tanto da solo*a, si è concentrata su un altro tipo di viaggio meno con lo stile “zaino in spalla” e più con aerei e comodità. Si è dimostrata molto riflessivo*a a durante tutta l'intervista e pur essendo decisa nelle risposte, si prendeva il proprio tempo per rispondere adeguatamente e mi portava con sé nella sua riflessione. Pone anche lui*lei importanza al WOM, che non utilizzando costantemente social media è una delle sue motivazioni principali per effettuare un viaggio. Particolare importanza al luogo di aufenthalt. Ho adattato un pó le domande dopo la prima parte dell'intervista perché ho notato che per ottenere le risposte e le informazioni dovevo pormi io e porre le stesse domande in altra forma. Interessante che nonostante il non utilizzo dei social media l'intelligenza artificiale venga utilizzata per organizzare viaggi in maniera molto più attiva rispetto agli*alle altri*e.

TEMPO: 00:29:48

Declaration of generative AI and AI-assisted technologies

Im Zuge der Erstellung dieser Arbeit kamen generative KI-Werkzeuge ausschließlich zur sprachlichen Optimierung zum Einsatz, insbesondere zur Verbesserung von Klarheit, Lesbarkeit und grammatikalischer Korrektur. Alle KI-unterstützten Ausgaben wurden von der Autorin/dem Autor kritisch geprüft, redigiert und verifiziert. Die Autorin/der Autor versichert, dass die wissenschaftlichen Beiträge, die Analysen und die Schlussfolgerungen eigenständig sind und übernimmt die volle Verantwortung für den Inhalt der Arbeit.

During the preparation of this thesis, generative AI tools were used solely to enhance clarity and readability (e.g., language refinement). All AI-assisted outputs were critically reviewed, edited, and verified by the author. The author affirms that the scholarly contributions, analysis, and conclusions are original and accepts full responsibility for the content of this work.