PRESSEMITTEILUNG

SO bleibt der Urlaub lange in Erinnerung:
Neue Studie von HomeAway/FeWo-direkt und Wissenschaftlern der University of Texas erforscht erstmals, wie Urlaubserinnerungen entstehen

Austin/Frankfurt a.M., 15.11.2016 – Hände weg vom Laptop, rauf in die Berge, das Budget ist irrelevant: Wer sich an den nächsten Urlaub besonders lange und gerne erinnern möchte, der sollte schon von der Planung an ein paar Dinge beachten. Heute veröffentlichte Forschungsergebnisse von HomeAway/FeWo-direkt und Wissenschaftlern der University of Texas zeigen Faktoren, die das Erinnern an eine Reise beeinflussen. Die empirische Untersuchung hunderter Urlauber hat ermittelt, dass sowohl das ausgewählte Reiseziel, die Urlaubsbegleitung als auch die Verwendung von Smartphones, Tablets und Co. einen signifikanten Einfluss darauf haben, wie eine vergangene Reise im Gedächtnis bleibt. Übrigens: „Je teurer, desto besser" – das gilt für unvergessliche Ferien laut Studie nicht.

„Die ‚Science of Memories'-Studie ist die erste umfassende Untersuchung dazu, was einen Urlaub buchstäblich ‚unvergesslich' macht", so Forschungsleiter Art Markman, Professor für Psychologie an der University of Texas in Austin, der die Daten und Aussagen von mehreren hundert Urlaubern gemeinsam mit HomeAway analysierte. „Während sich die psychologische Forschung bislang zumeist auf die Untersuchung der emotionalen Stimmung und der gesundheitlichen Vorteile von Reisen fokussierte, liefert die aktuelle Studie wertvolle Ergebnisse dazu, wie Urlaubserinnerungen entstehen und wie diese langfristig konserviert werden können – von der wissenschaftlichen Bedeutung von Selfies bis hin zu überraschenden Erkenntnissen darüber, welche Reiseziele am einprägsamsten sind."

Vorfreude und die richtige Reisebegleitung gegen Alltagsamnesie

Schon die richtige Einstellung bei der Urlaubsvorbereitung hilft dabei, sich auch nach der Reise noch gut an die Urlaubstage zu erinnern. Wer sich schon vor Reiseantritt auf selbige freut und begeistert an die Planung herangeht, hat im Gegensatz zu denjenigen, deren Emotionen beispielsweise von Stress oder Frustration geprägt sind, eine **73 Prozent höhere Wahrscheinlichkeit**, sich im Nachhinein positiv an die vergangene

Reise zu erinnern. Noch gesteigert werden kann dies durch die optimale Reisebegleitung. Ein Mix aus Familienangehörigen und Freunden ist die ideale Rezeptur dafür, denn wer in Kombination mit beiden Gruppen verreist, erinnert sich zu **mindestens 20 Prozent** besser an seine Reise. Ganz besonders positiv wirken sich auch Reisen zu speziellen Anlässen auf das Gedächtnis aus, seien es Hochzeiten, Geburtstage oder Junggesellenabschiede. Eine um **69 Prozent bessere Erinnerung** an die erlebten Gefühle während eines solchen Urlaubs ist das Ergebnis.

Der Berg ruft, das Echo schallt in den Alltag nach – Kosten spielen keine Rolle

Auch das Reiseziel hat einen Einfluss auf unsere Urlaubserinnerungen. So bleibt ein Urlaub im Gebirge zu **12 Prozent** besser in Erinnerung als beispielsweise eine Städtereise. Ob nobel im Schweizer Chalet oder in der gemütlichen Ferienwohnung am Berg residiert wird, macht übrigens keinen Unterschied: Die Kosten einer Reise haben keinerlei Einfluss auf deren Erinnerung.

Selfies beeinflussen die Urlaubserinnerung positiv

Gute Nachrichten für alle, die gerne Selfies von sich posten: Im Urlaub erweist sich das als perfekte Strategie, um diesen gut in Erinnerung zu behalten. Reisende, die ihr Smartphone für Fotos zücken, erinnern sich im Vergleich um **40 Prozent** besser an ihre Ferientage. Aber Achtung – nicht jedes soziale Netzwerk ist gleichermaßen von Vorteil, um dort das Selbstbildnis oder das Landschaftsfoto zu posten. Wer seine Schnappschüsse mittels der App Instagram statt Facebook teilt, kann sich bis zu **24 Prozent** besser an seine Gefühle während des Urlaubs erinnern.

Laptop bitte zu Hause lassen

Für Reisende als auch Mitreisende oft ein Ärgernis, für die eigene Erinnerung an schöne Urlaubstage jedoch noch hinderlicher: Das Tippen auf Tablet, Laptop oder Smartphone. Wer im Urlaub eine Stunde oder mehr pro Tag arbeitet, riskiert, sich **zu 43 Prozent** schlechter an die wohlverdienten Ferien zu erinnern.

John Kim, Präsident von HomeAway, zur Studie: „Sehen wir den Tatsachen ins Auge – wir können nicht ständig in den Urlaub fahren. Deshalb brauchen wir schöne Erinnerungen, die uns mit denjenigen verbinden, die für uns am wichtigsten sind. Bei

jeder Reise haben wir die Chance, gemeinsam mit den Menschen, die wir lieben, wunderbare Erinnerungen zu schaffen. Mit unserer Studie wollten wir Antworten auf die Frage finden, wie wir unsere Reisenden darin unterstützen können, dass ihnen ihr Urlaub noch besser in Erinnerung bleibt."

Die Studie „Science of Memories" wurde mit mehr als 700 Teilnehmern weltweit durchgeführt und ist die erste, die die Faktoren für bleibende Urlaubserinnerungen untersucht, als auch eine der ersten Studien, die sich mit der Nutzung von Technologie und dessen Effekt auf die Entstehung von Urlaubserinnerungen befasst. In einem mehrstufig aufgebauten, empirischen Verfahren wurden Sommerreisende befragt, um den jeweiligen Stand der Erinnerungen zu messen. Ein Teil der Reisenden nutzte zusätzlich eine App, die während des Urlaubs aufzeichnete, wie viel Zeit die Probanden mit ihren mobilen Endgeräten verbrachten. Die Studie wurde von HomeAway gemeinsam mit Wissenschaftlern der University of Texas in Austin entwickelt und durchgeführt sowie vom Marktforschungsinstitut Hanover Research bei der Analyse der Daten unterstützt.

Weitere Informationen für Journalisten sind unter www.homeaway.com/info/media-center sowie unter www.fewo-direkt.de/lp/unvergesslicher-urlaub erhältlich. Hier sind die Studienergebnisse interaktiv aufbereitet und Reisende finden hilfreiche Tipps für einen unvergesslichen Urlaub.

Über Art Markman

Art Markman, Ph.D., ist ein renommierter Experte auf dem Gebiet menschlicher Kognition und Verhalten sowie Professor der Psychologie an der University of Texas in Austin. Markman veröffentlichte mehr als 150 wissenschaftliche Arbeiten zu Themen des übergeordneten Denkens, darunter der Einfluss von Motivation auf das Lernen und auf die Leistungsfähigkeit, auf die Kategorisierung, die Entscheidungsfindung, das Konsumentenverhalten sowie die Kreativität. Er war neun Jahre als Chefredakteur des Magazins „Cognitive Science" tätig und ist derzeit Mitglied der Redaktionsleitung desselben. Markman arbeitet regelmäßig für die Magazine „Fast Company", „Psychology Today", „Inc." sowie für die „Harvard Business Review" und ist Co-Moderator einer Radiosendung. Zudem wurde Markman in der Fernsehreihe „The Dr. Phil Show" bekannt.

PRESSEMITTEILUNG

Über HomeAway/FeWo-direkt:

Unter der Dachmarke HomeAway sind die führenden Ferienhausportale in Europa, Australien und Amerika vereint. Damit bildet die HomeAway-Familie ein globales Netzwerk für private Ferienhausvermieter und Urlauber. Mehr als eine Million Feriendomizile in 190 Ländern stehen im HomeAway-Netzwerk weltweit zur Auswahl. FeWo-direkt ist eine 100-prozentige Tochter des weltweiten Marktführers HomeAway, Inc. (www.homeaway.com). Pro Jahr suchen Millionen deutschsprachige Besucher auf www.fewo-direkt.de nach ihrem Urlaubsdomizil. Weitere Infos unter www.homeaway.com und www.fewo-direkt.de

© 2016 HomeAway.com, Inc. All rights reserved. HomeAway, Let's Stay Together and the HomeAway logo are trademarks of HomeAway.com, Inc..

Pressekontakt
Janina Roso, Tel.: + 49 (0) 69 - 80 88 - 40 92, FeWo-direkt, Baseler Straße 10, 60329 Frankfurt am Main,
E-Mail: roso@fewo-direkt.de

Pressebüro FeWo-direkt, c/o public link, Steffi Jarosch, Tel.: + 49 (0) 30 - 44 31 88 - 28,
E-Mail: fewo-direkt@publiclink.de