

Schluss mit Liebe, nicht mit Urlaub? Jeder Zweite würde trotz Trennung mit der Ex verreisen

- So reisen Paare: Wer zahlt im Urlaub, wann geht es zum ersten Mal gemeinsam auf Reisen, das sind Red Flags im Urlaubsparadies
- TUI Musement-Studie: Reisen bleibt ehrlichste Beziehungsprobe

Palma de Mallorca, 29. Januar 2026. Der Valentinstag steht vor der Tür und romantische Kurztrips stehen bei vielen ganz oben auf der Wunschliste. Doch was passiert, wenn alles bereits gebucht ist und die Beziehung noch vor der Abreise endet?

Eine aktuelle Studie von [TUI Musement](#), dem führenden Anbieter von Ausflügen, Touren und Aktivitäten, zeigt: Für viele Reisende ist das kein Ausschlusskriterium. 51 Prozent der Befragten würden trotz Trennung mit einer früheren Partnerin oder einem früheren Partner verreisen. Allerdings gilt das nicht uneingeschränkt: 26 Prozent würden sich nur dann darauf einlassen, wenn die Trennung einvernehmlich verlaufen ist.

Männer zeigen sich dabei deutlich entspannter als Frauen (57 Prozent gegenüber 44 Prozent). Auch das Alter beeinflusst die Haltung: 62 Prozent der Generation Z würden eine gemeinsame Reise trotz Liebes-Aus antreten, bei den über 45-Jährigen liegt der Anteil bei 45 Prozent.

Doch die Studie wirft nicht nur einen Blick auf Trennungsreisen. Sie beleuchtet umfassend, wie Paare gemeinsam reisen – von der ersten Reise über Entscheidungsprozesse und Budgetfragen bis hin zu typischen Konfliktpunkten im Urlaub.

Wie lange warten Paare bis zur ersten gemeinsamen Reise?

Gemeinsam zu verreisen gilt für viele als echter Beziehungstest – und dennoch gehen zahlreiche Paare diesen Schritt früh. Mehr als 35 Prozent fühlen sich bereits nach einem Monat Beziehung bereit für eine gemeinsame Reise, 10 Prozent sogar schon nach einer Woche. Besonders hoch ist dieser Wert bei italienischen und spanischen Männern (16,5 Prozent bzw. 17 Prozent).

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Grundsätzlich zeigen sich Männer in den ersten drei Monaten einer Beziehung reisefreudiger als Frauen. 16 Prozent der Frauen würden hingegen lieber mindestens ein Jahr warten, bevor sie gemeinsam verreisen.

Ein Blick auf die Altersgruppen überrascht: Vor allem Generation X (13 Prozent) und Babyboomer (14 Prozent) würden bereits nach einer Woche gemeinsam verreisen – ein Hinweis darauf, dass mit zunehmendem Alter Gelassenheit und Entscheidungsfreude wachsen.

Wer übernimmt die Reiseplanung?

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

Entscheidungen über Programm, Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten gehören zu den zentralen Fragen jeder gemeinsamen Reise. Laut Studie treffen 66 Prozent der Paare diese Entscheidungen gemeinsam. In Spanien ist dieser Wert mit 75 Prozent besonders hoch.

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Im Vereinigten Königreich hingegen wird die Reiseplanung häufiger delegiert: In 45,5 Prozent der Fälle übernimmt eine Person klar die Organisation.

Auch hier zeigt sich ein Altersgefälle: Während mehr als 70 Prozent der Reisenden aus der Generation X und der Babyboomer gemeinsam planen, liegt der Anteil bei der Generation Z bei nur 51 Prozent.

Wie teilen Paare die Reisekosten?

Das Reisebudget bleibt ein klassischer Konfliktpunkt. Insgesamt geben 69 Prozent der Befragten an, die Kosten entweder gleichmäßig zu teilen oder ein gemeinsames Budget zu nutzen. Besonders fair geht es dabei in Spanien zu, wo 80 Prozent der Paare ihre Ausgaben ausgewogen aufteilen.

Im Vereinigten Königreich ist das Bild ein anderes: Dort zahlt in 45 Prozent der Fälle eine Person mehr als die andere.

Red Flags im Urlaubsalltag

So sehr Reisen mit Erholung und gemeinsamen Erlebnissen verbunden wird – Konflikte bleiben nicht aus. Mehr als 42 Prozent der Befragten geben an, im

Urlaub häufiger als erwartet mit ihrem Partner oder ihrer Partnerin gestritten zu haben.

Als besonders konflikträchtig gelten:

- eine dauerhaft negative Grundhaltung oder ständiges Klagen
- kontrollierendes Verhalten bei Entscheidungen
- Unpünktlichkeit oder mangelnde Organisation
- ein sorgloser Umgang mit Geld

Dabei zeigen sich klare Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Männer empfinden vor allem eine übermäßige Fixierung auf Fotos oder Social Media sowie exzessives Kofferpacken als störend. Frauen hingegen sehen es häufiger als Warnsignal, wenn Partys gegenüber gemeinsamen Aktivitäten und Erlebnissen Priorität haben.

Auch das Alter beeinflusst die Wahrnehmung: Während sich nur 13 Prozent der Generation Z an einer starken Social-Media-Fokussierung stören, steigt dieser Anteil bei der Generation X auf 24 Prozent.

Fazit

Die Studie bestätigt: Gemeinsames Reisen bleibt einer der ehrlichsten Beziehungstests. Sie zeigt, wie Paare Entscheidungen treffen, mit Konflikten umgehen – und dass selbst dann, wenn die Liebe endet, ein gemeinsamer Urlaub für viele noch immer eine Option ist.

Hinweise für Redakteure

Unabhängige Studie, durchgeführt von Appinio im Auftrag von TUI Musement im Dezember 2025 in Großbritannien, Spanien und Italien.

Über TUI Musement

TUI Musement ist ein globaler Anbieter von Touren und Aktivitäten, der ein sorgfältig ausgewähltes Produktportfolio, skalierbare digitale Plattformen und den Service vor Ort durch lokale Teams kombiniert, um Produkte in drei Kategorien zu beschaffen, zu entwickeln, zu vertreiben und anzubieten:

- Erlebnisse: Ausflüge, Aktivitäten und Eintrittskarten für Attraktionen
- Transfers: Zwischen Flughäfen, Hotels und Häfen

- Reisen: Mehrtägige Reiserouten, die Flüge, Hotels, Erlebnisse und Transfers umfassen

Die Produkte werden von führenden Reiseveranstaltern bezogen oder von TUI-Teams selbst entwickelt. Dazu gehören TUI Collection, das Flaggschiff der TUI Group, und National Geographic Day Tours, einzigartige, geführte Erlebnisse für kleine Gruppen. Die Produkte werden an die über 33 Millionen TUI Kunden über die TUI Websites und Apps - wie die TUI Musement App für Touren und Aktivitäten - sowie über lokale Teams vor Ort und B2B-Partner, darunter einige der weltweit führenden OTAs, Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotels, Reisebüros und Kreuzfahrtgesellschaften, vertrieben. TUI Musement ist einer der wichtigsten Wachstumsbereiche der TUI Group und beschäftigt weltweit rund 7.000 Mitarbeiter.

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikkonzern. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im MDAX-Index der Frankfurter Wertpapierbörse und im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover. Der TUI Konzern bietet für seine über 34,7 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand und bildet die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach. Zum Konzern gehören über 460 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 18 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen der HANSEATIC-Klasse bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen zum Beispiel für Nur-Hotel- oder Nur-Flug-Angebote, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 130 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels und Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem globalen touristischen Plattformunternehmen.

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 25 Ländern auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

TUI Musement
Abteilung Kommunikation
María Sierra
maria.sierra@tui.com