PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE – Forvent det uventede: Booking.coms rejseforudsigelser for 2027 viser, at det ultimative rejseflex er at droppe den faste rejseplan

Pressemeddelelse · Administration og støtte



Billedet er genereret med kunstig intelligens

5.11.2026 08:10:00 CET | Booking.com | Pressemeddelelse

- 68% af danske rejsende er interesserede i at lade en AI-agent tage sig af deres arbejde, mens de er på ferie, og hele 45% ville udnytte denne dækning til at snuppe en ekstra fridag.

- 72% af rejsende er interesserede i at tage på en ferie specifikt for at gøre noget, de normalt aldrig ville gøre, mens 41% aktivt ønsker at overraske deres venner og familie med deres valg.
- 47% har genovervejet, hvem de vil invitere med på en rejse på grund af forskelle i forbrugsvaner, mens 69% af forældrene gerne vil rejse uden børn, så de kan bruge flere penge på sig selv.
- 68% er interesserede i paranormale rejseoplevelser, og over halvdelen (56%) er åbne over for at forsøge at komme i kontakt med nogen på "den anden side".
- 75% ville vælge en destination ud fra, hvordan de ønsker at føle sig, snarere end hvor de ønsker at rejse hen, og næsten tre fjerdedele (72%) ville bruge et søgeværktøj, der anbefaler destinationer baseret på deres følelsesmæssige tilstand.

KØBENHAVN, 5. november 2026 – I årevis har måden, vi rejser på, fulgt en velkendt formel. Vælg en destination. Pak kufferten. Følg rejseplanen. Men i 2027 bliver der gjort op med denne formel. Rejsende vælger rejser, der overrasker vennerne, booker ud fra deres humør og vælger rejsefæller ud fra, hvad de har råd til. Det, der kommer til at kendetegne rejser i det kommende år, er overraskelsesmomentet, som selv en algoritme ikke kan forudsige.

Booking.coms rejseforudsigelser udkommer nu for 11. år og kombinerer virksomhedens egen forbrugerundersøgelse med bredere indsigter fra rejsebranchen for at identificere de adfærdsmønstre og motivationer, der kommer til at præge rejser i det kommende år. I år, hvor Booking.com markerer 30 års innovation i branchen med en mission om at gøre det nemmere for alle at opleve verden, har virksomheden også inddraget egne medarbejdere, herunder rejse- og teknologieksperter, for at få deres input. Baseret på data fra mere end 28.000 rejsende på tværs af 32 lande og områder samt medarbejdernes indsigt i, hvordan folk søger efter og booker rejser, har Booking.com identificeret ni trends, der kommer til at præge rejseåret 2027.

Plot Twist-rejsen

I 2027 vil rejsende overraske alle, der troede, de havde gennemskuet dem, og samtidig overraske sig selv med en tur, ingen så komme. Det er slut med at tænke "det er ikke rigtig mig": 72% af danske rejsende er interesserede i at vælge en ferie specifikt for at gøre noget, der ligger helt uden for deres sædvanlige jeg.

Reaktionerne fra andre er også en del af det, der gør det spændende. 41% ønsker aktivt at overraske deres venner og familie med deres rejsevalg. Disse rejser handler om at bryde med status quo og at omskrive den historie alle troede, de kendte, og byde på en overraskende twist. Og for 39%, der har slettet eller undladt at dele opslag om en ferie, fordi den føltes for forudsigelig eller almindelig, kan 2027 blive året, hvor de endelig har noget, der er værd at dele. Den bedste souvenir? Reaktionen fra alle andre.

Social valuta

Dit rejsebudget afgør ikke kun, hvor du tager hen. Det afgør også, hvem du rejser med. I 2027 bliver budgettet et stadig mere afgørende filter for, hvem der kommer med på rejsen – og ingen kan vide sig sikre. Næsten halvdelen af danske rejsende (47%) har genovervejet, hvem de skal ud og rejse med på grund af forskelle i pengeforbrug. 52% har oplevet spændinger eller uenigheder på en rejse, fordi folk havde forskellige forventninger til økonomien.

For 41% har løsningen været endnu mere drastisk: De har nemlig fjernet personer fra en rejsegruppe. Og for forældrene? Her er børnene ikke nødvendigvis med på gæstelisten, for 69% af forældrene vil gerne rejse uden børn, så de kan bruge flere penge på sig selv. Velkommen til en tid, hvor der bliver sorteret benhårdt i rejsefællerne. Tjek først din bankkonto. Derefter gæstelisten.

Betalt ferie: Drevet af AI

Søndagsangst kan være på vej ud takket være AI. Mere end halvdelen (58%) af danske rejsende siger, at den sidste dag af ferien bliver mindre afslappende, fordi tankerne kredser om at vende tilbage til arbejdet, og 40% tager endda deres laptop med på ferie for at holde styr på indbakken. Her kan AI måske give et tiltrængt pusterum. Men stoler rejsende nok på AI til at lade computeren blive hjemme?

Tænk på AI som en digital afløser, der holder øje med mails, markerer det vigtigste, sender foreløbige svar og holder tingene kørende, mens du selv er helt offline. AI kan dermed gøre overgangen fra ferie til arbejde lettere. 68% af danske rejsende er interesserede i at lade AI tage sig af arbejdet, så autosvaret kan måske få en helt ny digital hjælper. 46% ville være trygge ved at lade AI håndtere deres mails og administration, mens de er væk. Og for de 45%, der ville bede AI om at give dem en opsummering af alt, hvad de er gået glip af, er der

endnu en fordel: en ekstra fridag, helt uden at nogen opdager det. Ekstra ferie med hjælp fra kunstig intelligens.

Vibe-check(in)

Destinationen? Underordnet. Stemningen? Ikke til forhandling. I 2027 ville 75% af de danske rejsende primært vælge en feriedestination ud fra, hvordan de gerne vil føle sig, frem for hvor de vil rejse hen. Og fremtidens søgefilter? Dit humør. Næsten tre fjerdedele (72%) af de danske rejsende ville bruge et søgeværktøj, der anbefaler destinationer baseret på, hvordan de har det, eller hvilket humør de er i.

Ikke overraskende er Gen Z klar til at lade følelserne vise vej og dele data fra wearables, telefondata og oplysninger om deres følelsesmæssige tilstand for at finde den rette destination. 70% af rejsende fra Gen Z er villige til at dele disse oplysninger med en rejseudbyder for at få en mere personlig rejseoplevelse, sammenlignet med blot 24% af babyboomerne. At søge efter rejser ud fra følelser og humør er blevet en realitet. Humørringen har fået selskab af søgefilteret.

All-exclusive

All-inclusive-buffeten har serveret sin sidste ret. I takt med at medicin ændrer appetitten, alkoholfri livsstil vinder frem, og en mere bevidst tilgang til kost bliver normen, begynder rejsende også at skære ned på feriens overflod. Forandringen starter med de rejsende selv: 63% siger, at mindst én ændring i deres sundhed, krop eller livsstil har påvirket deres valg af feriedestination eller aktiviteter de seneste år.

Samtidig ønsker rejsende ikke længere at betale for det, de ikke bruger – hvad enten det er den åbne bar, de springer over, eller buffeten, de går udenom. I 2027 er mindre mere: 58% af danske rejsende ønsker en pakkerejse, hvor de kan fravælge de services, de ikke forventer at benytte. Derudover svarer 55% at deres kost kan påvirke valget af overnatningssted eller destination. Det viser, at det i stigende grad er destinationen, der skal passe til livsstilen, og ikke omvendt. Fremover er den mest attraktive rejsepakke derfor ikke nødvendigvis den, der inkluderer det hele.

Sammen om sveden

Solorejser får et socialt løft. I 2027 handler det for solorejsende, der krydser målstregen rundt om i verden, ikke kun om medaljen, men om hvem der står ved siden af dem, når de

når i mål. Erfaringerne taler for sig selv: to tredjedele (66%) af danske rejsende, der har rejst alene, fortæller, at en fælles fysisk aktivitet eller udfordring har ført til en varig relation eller et venskab.

Sporten er anledningen, men fællesskabet er drivkraften, og 70% ville være interesserede i at blive en del af et fællesskab med ligesindede sportsudøvere eller andre rejsende, mens de er på ferie. At kæmpe sig igennem en fysisk udfordring sammen kan skabe venskaber som få andre ting: at ramme muren ved kilometer 38, snakken efter løbet og gruppechatten, der aldrig bliver stille. Næste år vil de 57% af solorejsende, der er interesserede i at rejse for at deltage i en fitness- eller sportsbegivenhed, have mere ud af oplevelsen: De vil skabe venskaber, der holder på den lange bane.

Terapi på vandrestien

Glem middage med levende lys og parmassage: Den nye romantiske getaway handler måske mindre om sex på stranden og mere om de svære samtaler med din partner. Par rejser ikke kun væk for at flygte fra problemerne. I stigende grad kan ferien også blive stedet, hvor de får talt om dem. Hele 41% svarer, at de ville overveje at tage på en rejse for at løse konflikter eller uenigheder, mens 78% siger, at mindst én ferieaktivitet hjælper dem med at tage ærlige eller svære samtaler.

Og hvilken aktivitet er blandt de mest effektive? Ganske enkelt at gå eller vandre sammen (34%). 2027 kan blive året, hvor par tager de svære samtaler med på ferie: De bytter datenight ud med dagslys, snører vandreskoene og lader den lange gåtur sætte gang i samtalen.

Rejsen til det hinsides

Den anden side kalder, og i 2027 er nogle rejsende klar til at svare. Mens den klassiske ferie ofte byder på sol, hav og afslapning, søger flere mod noget langt mere urovækkende: hjemsøgte steder, paranormale oplevelser og muligheden for at udforske spørgsmål om døden, minder og hvad der mon venter på den anden side. Interessen for mørkere og mere mystiske rejseoplevelser er stigende, og 68% af danske rejsende er interesserede i oplevelser, hvor de kommer helt tæt på det paranormale.

Og for dem, der vil gå skridtet videre? Mere end halvdelen (56%) ville søge en oplevelse med håbet om at komme i kontakt med nogen på "den anden side", mens 56% er nysgerrige på

oplevelser, der udforsker svære spørgsmål om efterlivet, døden eller spiritualitet. Væk fra hverdagens vante rytme kan rejser skabe et særligt rum for åbenhed og give mulighed for at reflektere og mindes og for nogle at føle sig tættere på dem, de har mistet. Det viser sig, at den mest eftertragtede destination i 2027 måske slet ikke er en strand. Det er det hinsides.

Hotel i skyerne

Flyrejsen plejede at være noget, man bare skulle igennem, men i 2027 er det her, ferien begynder. Wellnesskulturen har for længst fundet vej til hoteller, attraktioner og oplevelser på destinationen, og nu ønsker rejsende det samme i 10 kilometers højde. 88% af danske rejsende svarer, at de ville tage på en langdistancerejse, hvis de var garanteret at ankomme veludhvilede og friske, så forventningerne til flyrejsen er høje.

Højt på ønskelisten står mad- og drikkemenuer eller vejledning om, hvornår man bør time sit koffeinindtag for at understøtte søvnen (23%), belysning designet til at mindske jetlag (21%) og hudplejesæt (14%) som en slags minimumspakke til den lange flyvetur. Og for nogle går ønsket om wellness på flyrejsen endnu længere. Næsten hver fjerde (24%) danske rejsende ville, hvis det var muligt, vælge en særlig "børnefri, stillezone" ombord. Destinationen har altid været det, der solgte rejsen, men i 2027 bliver selve flyrejsen en del af ferieoplevelsen. Rejsende forventer i stigende grad at ankomme lige så friske, som da de tog afsted.

Paul Hennessy, Chief Marketing Officer hos Booking.com siger: "Rejser handler i mindre grad om at følge en formel og i højere grad om at udtrykke, hvem du er. Rejsende udfordrer de traditionelle forestillinger om, hvordan, hvorfor og med hvem vi rejser, og teknologien giver dem større frihed til at gøre det med selvsikkerhed. Hos Booking.com arbejder vi aktivt på at forme fremtidens rejser ved at kombinere AI med en højere grad af personalisering, så hvert trin på rejsen kan tilpasses den enkeltes intentioner og følelser. På den måde gør vi det nemmere for alle at opleve verden på deres egne præmisser."

For mere information om Booking.coms rejseforudsigelser for 2027, besøg venligst: https://www.booking.com/articles/2027-travel-predictions.html

KONTAKTOPLYSNINGERKontakt Booking.coms presseafdeling i Danmark for mere information: Booking@aspekta.dk

Metode

Undersøgelsen om rejseforudsigelser for 2027 er bestilt af Booking.com og udført blandt et repræsentativt udsnit af voksne, der planlægger at rejse i forbindelse med arbejde eller fritid inden for de næste 12-24 måneder. Undersøgelsen blev gennemført online i juli-august 2026 blandt 28.230 respondenter (fejlmargen +/- 0,6%) i følgende markeder: Argentina (1003), Australien (1009), Østrig (505), Belgien (1004), Brasilien (1000), Canada (1007), Colombia (1012), Kroatien (508), Danmark (505), Frankrig (1004), Tyskland (1005), Grækenland (503), Indien (1005), Irland (518), Italien (1004), Japan (1006), KSA (509), Mexico (1007), Holland (1006), New Zealand (1008), Portugal (1006), Singapore (508), Sydkorea (1008), Spanien (1013), Sverige (507), Schweiz (503), Taiwan (505), Thailand (1007), UAE (511), Storbritannien (2017), USA (2013), Vietnam (504).

Gennem spørgeundersøgelser og fokusgrupper bidrog Booking.coms medarbejdere med perspektiver på ændringer i rejsendes adfærd og nye tendenser inden for rejser. Disse indsigter var med til at danne grundlag for de overordnede trendområder og forbrugerundersøgelsen.

For yderligere information:

Booking.com

KILDE / LOGO: Booking.com. ILLUSTRATION: AI-genereret af Pressemeddelelse.dk.

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-forvent-det-uventede-bookingcoms-rejseforudsigelser-for-2027-viser-at-det-ultimative-rejseflex-er-at-droppe-den-faste-rejseplan/

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Booking.com.