PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE – Ud med autopiloten og ind med det gode liv: Booking.com forudser syv rejsetrends for 2024

Pressemeddelelse · Kultur, sport og fritid



Den førende digitale rejseplatforms hidtil mest omfattende undersøgelse af rejseforudsigelser forudser, at rejser får en helt central plads i folks liv i det kommende år.

Booking.com: Kruger Shalati – The Train on The Bridge

KØBENHAVN, 1. NOVEMBER 2023 – nu hvor 2023 bevæger sig ind i sine sidste måneder, og 2024 dukker optimistisk op i horisonten, har der hos mange meldt sig en følelse af træthed som et resultat af konstante kriser med forøgede leveomkostninger og bekymringer om klimaforandringer. Folk over hele verden har distanceret sig følelsesmæssigt fra nyhederne og begivenheder derhjemme for at kunne tage sig en tiltrængt pause.

Hvor rejser i tidligere år har været en måde at *slippe væk* fra det hele, viser en ny undersøgelse fra Booking.com, at det at rejse *bliver* lig med at leve i 2024: Mere end halvdelen af danske rejsende (62%) siger, at de føler sig mere levende end nogensinde når de er på ferie, og 46% vil gerne være mere som deres "ferie-jeg" til hverdag. Dette er fordi 53% også mener, at de er den bedste udgave af sig selv, når de er på ferie. Kunstig intelligens ser ud til at forandre år 2024 – de rejsende benytter sig i stigende grad af teknologi til at udføre de mere grundlæggende rutineopgaver, hvilket giver dem mere frihed til at være kreative, bruge deres intuition og få inspirerende oplevelser.

For at udforske, hvordan rejser kan få folk til at slå autopiloten fra og få et bedre liv, har Booking.com foretaget en undersøgelse blandt mere end 27.000 rejsende fra 33 lande og områder og sammenholdt resultaterne med virksomhedens indsigter som en førende rejseplatform for at kunne forudsige syv rejsetrends for 2024.

1. (Alter) Ego-entusiaster

I 2024 vil rejsende føle sig mere i live ved at skabe deres helt eget episke alter ego på ferien – en fjerdedel af danske rejsende (25%) finder på historier om deres virkelige liv, som de fortæller til folk, de møder på deres rejser. Disse alter ego-entusiaster elsker spændingen ved at skabe en 2.0-udgave af sig selv, og de gør en stor indsats for at opfinde den bedste udgave af dem selv: 43% elsker at kunne være anonyme, når de rejser og kunne genskabe sig selv.

Mere end halvdelen (53%) føler, at de er den bedste udgave af dem selv, når de er på ferie, at de kan smide hæmningerne og omfavne nye sider af deres personlighed, hvilket understreger ideen om at folk påtager sig nye personligheder, når de er ude at rejse, for at føle sig mere i live. 31% ville endda betale for at leje en bedre bil end den, de kører i derhjemme, for at få oplevelsen af at leve det bedst mulige liv. Derudover siger over en tredjedel (37%) af de rejsende, at de føler sig som "hovedpersonen" på deres rejser og oplever, at de kan være stjernen i deres eget liv.

Det flyder med aliaser og avatarer – både i den virkelige og den virtuelle verden. Disse digitale alter egoer med rejsefeber kan i metaverset tage hen hvor de vil, og gøre hvad de vil, og i 2024 kan personerne bag dem bringe deres digitale fantasier til live på virkelige destinationer.

2. De kuldesøgende

Varmen har officielt haft sin storhedstid med rekordhøje temperaturer, der har forårsaget hedebølger rundt om i verden. Den stegende hede har gjort at stadig flere rejsende søger mod køligere himmelstrøg for at kunne køle ned og slappe af. Over en tredjedel af de danske rejsende (36%) fortæller, at klimaforandringer får indflydelse på deres ferieplanlægning i 2024.

Dette medfører også en forventet stigning i rejser til steder med vand, så folk kan køle sig lidt ned i heden. To tredjedele (66%) siger, at de straks føler sig mere afslappede, når de er tæt på vand, og en tredjedel (33%) er interesserede i en ferie med fokus på vand i 2024. Mens mange tager afsted for at koble af på en vandferie, er der tegn på at vandaktiviteter med fokus på mindfulness hurtigt er ved at blive den næste mainstream-udgave af meditation, hvor begejstringen for svømning i åbent vand møder isterapi-bevægelsen (tak, Wim Hof). På denne friske form for wellness-rejser vil vandyoga, vandlydsbade og snemeditation blive populære, og der vil komme en kraftig stigning i antallet af isterapi-resorter, undervandshoteller og “mermania”, hvor vand ikke længere er et del-element, men selve hovedformålet.

3. Overraskelser på ønskelisten

I 2024 skal du bare medbringe dig selv. Danske rejsende ønsker i stigende grad at opleve overraskelsesmomenter, udforske det ukendte og vove sig ind i uopdagede områder på ferien. Over en tredjedel (35%) vil gerne booke en overraskelsestur, hvor alt, inklusive destinationen, er ukendt lige indtil ankomst. De mere eventyrlystne rejsende i 2024 er trætte af hverdagens ensformighed og går aktivt udenom standardiserede ferieoplevelser. Hele 70% foretrækker at søge væk fra de mere turistprægede steder, og næsten en tredjedel (29%) vil gerne rejse sammen med fremmede.

Ved at gå væk fra detaljeret planlægning og i stedet opsøge tilfældige møder og oplevelser, prøver denne type rejsende at slippe kontrollen, lade tilfældet råde og gribe de muligheder, der byder sig til. Et flertal (53%) vil gerne rejse i 2024 uden på forhånd at have planlagt alt

ned til mindste detalje, så de har fleksibilitet til at gribe mulighederne, og mere end halvdelen (59%) foretrækker at rejse uden meget faste planer, så de kan ændre retning hvis noget føles godt i øjeblikket.

Rejsebranchen har været hurtig til at imødekomme dette behov med teknologibaserede fleksible tjenester, der giver rejsende mulighed for at afbestille, ændre planer samt købe nu og betale senere, med bare et enkelt tryk. Den eksplosive udvikling inden for kunstig intelligens (AI), der allerede har resulteret i lanceringen af Booking.coms AI Trip Planner, bliver endnu mere fremtrædende i 2024: 36% af de danske rejsende vil gerne lade AI-teknologi planlægge en rejse for dem – og globalt har en tredjedel af babyboomerne (30%) og hver femte (20%) fra mellemkrigsgenerationen omsider ladet sig overbevise om, at kunstig intelligens kan hjælpe dem med rejseplanerne i det kommende år.

4. Kulinariske arkæologer

Madentusiaster vil i 2024 dykke endnu dybere ned i historien bag forskellige typer mad på deres ferie for at finde frem til nye kulinariske specialiteter. I dag er næsten halvdelen af de danske rejsende (48%) mere interesserede i at lære om historien bag delikatesserne på forskellige rejsemål sammenlignet med tidligere. Kulinariske arkæologer dropper næste års madtrends for i stedet at fokusere på det solide håndværk bag traditionelle retter: De benytter sig af gastroturisme til at udforske de unikke historier, områder og produkter, der er med til at skabe skønne og særegne madkulturer.

Over tre fjerdedele (77%) vil gerne prøve traditionelle lokale retter i 2024. Der er et særligt fokus på det historiske element, og mange rejsende vil gerne opleve det underrepræsenterede i forskellige kulturer i andre dele af verden og udforske de hemmeligheder, som enten er blevet glemt eller er gået tabt. Forvent en stigning i "kulturhistoriske" oplevelser, hvor de rejsende tages med på historien bag den mad der serveres, hvilket både kan give positiv opmærksomhed og ekstra indtjening til lokalsamfund rundt om i verden.

Madglade rejsende vil i 2024 have en eksperimenterende tilgang, der veksler mellem det digitale og det fysiske, for at skabe oplevelser der taler til alle sanserne – næsten en tredjedel (28%) vil gerne prøve en såkaldt "phygital" madoplevelse med hjælp af VR- og AR-teknologier. Tænk stemningsskiftende belysning, tilpassede dufte og særlige lydlandskaber, der styrker indlevelsen i den gastronomiske tradition.

5. Rejser, der kan genoplade batterierne

Når tingene ramler sammen om ørene på én derhjemme med global usikkerhed og en verden der bliver stadigt mere hektisk, er der mange, der booker ferier med fokus på selvpleje og at genfinde det liv, de virkelig ønsker at leve. Et eksempel på dette er den nye tendens med "søvnturisme", hvor søvn-concierger og banebrydende teknologier hjælper de 41% af danske rejsende, der i 2024 gerne vil rejse udelukkende med det formål at få en god nattesøvn.

Blandt dem, der er vandt til at sove alene, vil over en fjerdedel (26%) af de rejsende gerne afsætte tid til en romantisk ferie, hvor de kan møde en ny partner eller elsker, og næsten en fjerdedel (24%) kunne godt tænke sig at tage en ferie med fokus på at komme sig over en ekskæreste. Anderledes ser det ud for dem, der stadig er i et forhold. Her vil næsten en fjerdedel (23%) i 2024 gerne fokusere på rejser, hvor de kan få et endnu dybere forhold til deres partner. På den anden side vil mange stadigt mere nedslidte forældre gerne helt alene afsted på ferie for at slappe af. 44% planlægger at skulle rejse alene i 2024, hvor de lader børnene **og** deres partnere blive hjemme for i stedet at fokusere på at komme til kræfter igen.

Med ønsket om i endnu højere grad at finde tilbage til deres "virkelige" liv, siger 39%, at den enkle livsstil blandt landbosamfund og indfødte samfund, hvor det at være selvforsynende er en livsstil, ville appellere til dem i 2024. Ud over at vende tilbage til det helt grundlæggende er fokus på at komme mere i balance med naturen og elementerne for at få en pause fra hverdagens trummerum.

6. Rejsende, der søger luksus à la carte

Som følge af øgede leveomkostninger samt den populære trend i 2023 med "stealth wealth" (velstand i smug), vil rejsende i 2024 fokusere på at spare på omkostningerne. Samtidigt vil de på deres ferier benytte sig af lidt ekstra luksus "à la carte" for at prøve at rejse som de rige – selvom det kun er for en kort stund. Denne type rejsende vil gerne fremstå velhavende og skjule den realitet, at de er nødt til at foretage økonomiske nedskæringer. Bag kulisserne er de imidlertid besatte af at have overblik over deres forbrug og tilrettelægger budgetvenlige rejseplaner (med lidt hjælp fra AI-teknologi). Faktisk vil (39%) af de danske rejsende gerne have indsigt og tips fra AI-teknologi, når de er på ferie, for at forbedre oplevelserne med ekstra tilbud og tjenester – alt sammen med blot et enkelt tryk.

Derudover planlægger mere end to femtedele (43%) af de rejsende at vælge rejsemål i 2024, hvor leveomkostningerne er lavere end i deres hjemby. Mange vælger også at rejse til feriesteder tættere på hvor de bor, så de i 2024 kan få luksuriøse ferier til færre penge (27%). Over en tredjedel (35%) af de rejsende er villige til at betale for dagsbilletter for at kunne bruge faciliteterne på et femstjernet hotel frem for rent faktisk at bo der, og et tilsvarende antal forældre (35%) har planer om at tage deres børn ud af skolen for at kunne rejse uden for højsæson og på den måde få pengene til at strække længere i 2024.

7. Bevidste æstetikere

Engang var ordene “bæredygtig” og “stilfuld” ikke nødvendigvis synonyme, og ord som “økorejser” lød mere som noget med primitive campingpladser. I 2024 vil mødet mellem design og opmærksomhed på verden være med til at inspirere til rejser, hvilket giver nye og inspirerende muligheder for rejsende, der gerne vil træffe mere bevidste og ansvarlige valg – ikke bare i forhold til en kort rejse, men som en livsstil.

I dag er komfort og fabelagtigt design ikke udelukkende forbundet med overflod og ekstravagance. Et stigende antal hoteller og andre unikke overnatningssteder reagerer på de betydende miljømæssige og sociale udfordringer, og tilbyder løsninger der både er innovative og æstetiske. Denne type rejsende vil opsøge imponerende arkitektur der har fokus på miljøet, og næsten en tredjedel af danske rejsende (32%) leder efter overnatningssteder med innovative tiltag vedrørende bæredygtighed. Næsten 4 ud af 10 (39%) vil gerne opleve bæredygtighed i praksis, mens næsten halvdelen (48%) leder efter overnatningssteder med masser af planter og grønne områder, når de er på ferie.

I 2024 vil rejsende være involveret i naturbevarende aktiviteter og som belønning modtage bæredygtige rejseplaner, der giver dem adgang til de steder, de hjælper med at bevare – på den mest bæredygtige og ansvarlige måde. Mange er interesserede i bæredygtige rejseapps, hvor de kan få adgang til belønninger (33%) såsom oplevelser med lokale i mindre befærdede områder (37%), eller besøge fjerntliggende steder, som turister normalt har begrænset adgang til (34%). Denne type rejsende er en påmindelse om, at det er muligt både at få en rigtig ferieføelse og samtidig opleve en dybere forbindelse til miljøet og de samfund, man besøger.

Arjan Dijk, Senior Vice President og Chief Marketing Officer i Booking.com kommenterer:

“Vores rejseforudsigelser for 2024 afspejler idéen om, at rejser ikke er et middel til at slippe væk fra livet, men i stedet kan hjælpe os med at leve det bedst mulige liv. Fra spændende eventyr på et nyt rejsemål til at mærke pulsen i en ny kultur og alt derimellem – rejser giver os mulighed for at blive den bedste udgave af os selv. Hos Booking.com er det vores mission at gøre det nemmere for alle at opleve verden, og vi tror på, at rejser kan inspirere, transformere og berige folks liv. Vi ønsker at skabe muligheden for at få ekstraordinære oplevelser, som kan berige hver enkelt rejsende i 2024 og fremover.”

Du kan læse mere om Booking.coms rejseforudsigelser for 2024 på vores globale Newsroom .

KONTAKTOPLYSNINGER

Hvis du har spørgsmål, kan du kontakte Booking.coms pressekontor i Danmark:

Booking@aspekta.dk

METODOLOGI

Undersøgelse med fokus på rejseforudsigelser for 2024 bestilt af Booking.com og udført blandt en række voksne med planer om at rejse i forbindelse med arbejde eller fritid indenfor de næste 12-24 måneder. I alt deltog 27.730 personer fordelt på 33 lande og områder (herunder 1008 fra Argentina, 1012 fra Australien, 505 fra Østrig, 1001 fra Belgien, 1002 fra Brasilien, 1009 fra Canada, 1009 fra Kina, 1002 fra Colombia, 508 fra Kroatien, 504 fra Danmark, 1011 fra Frankrig, 1011 fra Tyskland, 1016 fra Hongkong, 1004 fra Indien, 510 fra Irland, 504 fra Israel, 1014 fra Italien, 1004 fra Japan, 1009 fra Mexico, 1014 fra Holland, 1015 fra New Zealand, 500 fra Portugal, 502 fra Singapore, 1010 fra Sydkorea, 1009 fra Spanien, 502 fra Sverige, 507 fra Schweiz, 504 fra Taiwan, 1003 fra Thailand, 502 fra De Forenede Arabiske Emirater, 1007 fra Storbritannien, 1005 fra USA og 1007 fra Vietnam). Deltagerne udfyldte et online spørgeskema i juli 2023.

KILDE / LOGO / FOTO: Booking.com

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-ud-med-autopiloten-og-ind-med-det-gode-liv-booking-com-forudser-syv-rejsetrends-for-2024/

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