



Booking.com

RAPPORT OM BÆREDYGTIGE REJSER 2023



Dilemmaet om bæredygtige rejser i 2023

Den årlige rapport om bæredygtige rejser fra Booking.com udkommer for ottende år i træk og er baseret på oplysninger fra over **33.000 rejsende i 35 lande og områder**. Rapporten belyser, hvordan den økonomiske usikkerhed påvirker vigtige beslutninger vedrørende bæredygtige rejser i år. Rapporten fremhæver et dilemma, hvor folk føler sig nødsaget til at vælge mellem at spare, eller træffe mere bæredygtige rejsevalg.

I en turbulent verden med geopolitiske konflikter og stigende inflation har rejsende i stigende grad indset, at det haster med at handle for at redde planeten for de kommende generationer.

Den mest omfattende undersøgelse om bæredygtige rejser fra Booking.com til dato viser en stor forskel mellem folks handlinger. Nogle er mere bevidste om, hvordan de bruger penge ud fra opfattelsen af, at bæredygtige rejser er for dyre, mens andre er villige til at betale mere for disse rejsemuligheder for at føle sig sikre på, at de er med til at gøre en forskel.

På trods af økonomiske begrænsninger står det klart, at der er en enorm interesse i bæredygtige løsninger – især dem, der ikke påvirker udgifterne. På mikroniveau omsætter nutidens ansvarlige rejsende deres intention til handling, hvilket resulterer i en markant stigning i bæredygtig rejseadfærd, f.eks. ved at slukke for airconditionslægget og genbruge håndklæder på overnatningsstedet. De rejsende træffer også bevidste valg, der er større end hverdagens vaner, f.eks. ved at vælge mere bæredygtige transportmuligheder og handle lokalt.

Uanset om det er i forbindelse med økonomi eller miljø, genovervejer de rejsende, hvad "værdi" betyder for dem. På makroniveau peger de bæredygtige tendenser på en stigning i mere formålsbestemte rejser i 2023,

hvor rejsende finder mere meningsfulde måder at bruge deres penge på. Flere og flere deltager i bæredygtige aktiviteter som har en positiv indvirkning på rejsemålenes dyreliv, naturbeskyttelse og lokalsamfundet. Derudover er der flere der engagerer sig i lokal velgørenhed og etiske indsatser.

Selvom de rejsende erkender, at klimaforandringerne har stor betydning, er der stadig en vis uoverensstemmelse mellem påvirkning og reel handling. Fra begrænset information til en oplevet mangel på troværdige muligheder – rapporten afdækker de forhindringer, der er i forhold til at rejse mere bæredygtigt, og de store anstrengelser, som rejseselskaberne skal gøre sig for at vinde de rejsendes tillid. Det vil derfor tage tid at skabe en ægte bæredygtig rejsebranche, men der gøres fremskridt, som sikrer, at det bliver nemmere for alle at opleve verden på en mere bevidst og ansvarlig måde.



Rejsende genovervejer, hvad "værdi" betyder for dem personligt, f.eks. ved at deltage i bæredygtige rejseaktiviteter, eller finde mere meningsfulde måder at bruge deres penge på.



Glenn Fogel

Administrerende direktør i
Booking.com

"I løbet af de otte år, hvor Booking.com har lavet denne undersøgelse, er det betryggende at se, at folk i stigende grad føler, at der skal handles nu og træffes mere bæredygtige rejsevalg. Rapporten peger i en positiv retning af, at de rejsendes tankegang ændrer sig i en meget mere bæredygtig retning, hvilket også har udmøntet sig i en alt mere bæredygtig rejseadfærd.

Hos Booking.com mærker vi også presset, og det er vores ambition at skabe en mere bæredygtig virksomhed og bidrage til en mere bæredygtig rejsebranche. Det vil kræve tid, samarbejde og systemændringer.

Med hensyn til vores egen virksomhed satte vi i 2022, som en del af vores klimahandlingsplan, ambitionen om at nå netto-nul-udledninger i 2040 og tilpassede også vores handlingsplan for at reducere drivhusgasser til Science Based Targets Initiative (SBTI). Det er derfor vores mål at opnå en reduktion på 95% af scope 1- og 2-udledninger, en reduktion på 50% af scope 3-udledninger inden 2030 og at nå netto-nul inden 2040.

Når det gælder vores platform og den indflydelse, vi stræber efter at have i rejsebranchen, så bliver mere end 500.000 overnatningssteder verden over nu anerkendt for deres bæredygtighedsindsats i vores Travel Sustainable-program. Vi er stolte af vores mange overnatningspartnere, der går ind i kampen om at blive mere bæredygtige, men der skal arbejdes yderligere, så rejsende lettere kan finde og booke mere bæredygtige rejseoplevelser.

Hos Booking.com er målet at finde skalerbare måder at skabe oplevelser gennem hele rejsen, som virkelig styrker forbindelsen mellem de rejsende og deres destinationer – fra meningsfulde aktiviteter til støtte af lokalsamfund.

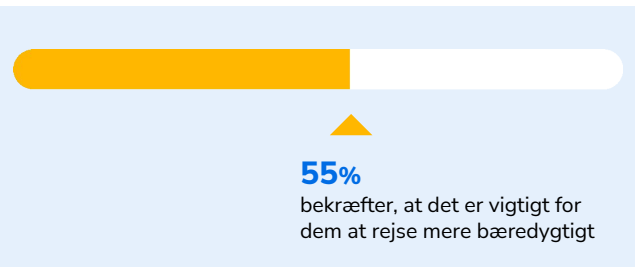
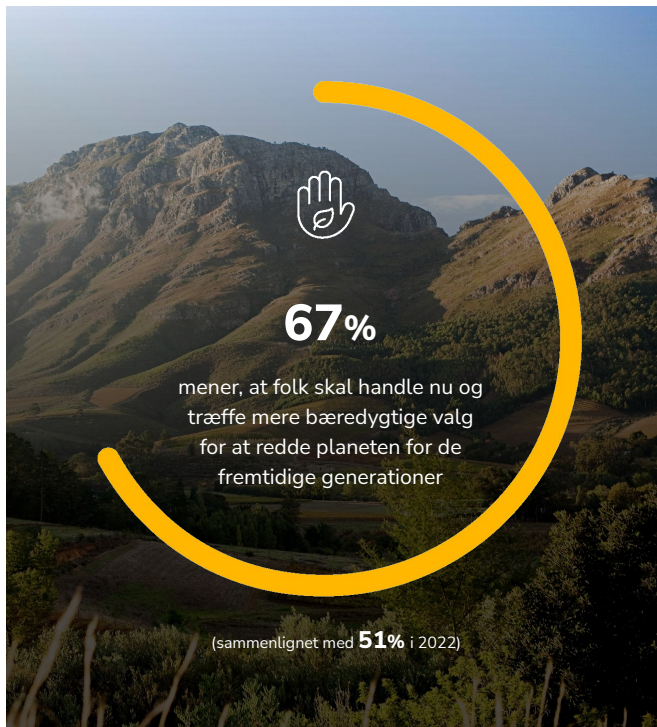
For at fremme en mere bæredygtig rejseadfærd, er det op til os i rejsebranchen at gøre mere information tilgængelig for de rejsende på en troværdig og pålidelig måde. Gennem fortsat branchesamarbejde og vores partners engagement er vi på vej til at gøre bæredygtige rejser til normen og ikke undtagelsen."

**"Gennem fortsat
branchesamarbejde og
vores partners
engagement er vi på vej
til at gøre bæredygtige
rejser til normen og
ikke undtagelsen."**

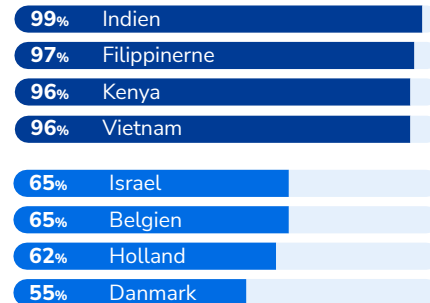


Vi skal handle nu

I en tid med generel global usikkerhed, klimaforandringer og stigende leveomkostninger, er mere bæredygtige rejser fortsat vigtige for de rejsende:



De fire højeste



De fire laveste

Nyhederne spiller fortsat et vigtigt rolle, når det kommer til indflydelse:



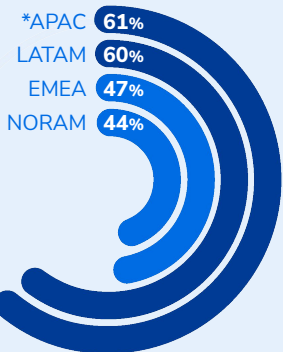
30%

anser sig selv for at være oplyste omkring bæredygtighed, hvor nyheder samt sociale medier er de to vigtigste kilder, når det kommer til at holde sig opdateret omkring emnet

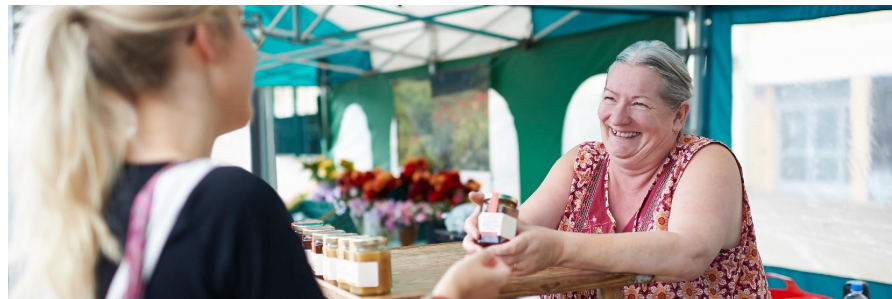


40%

siger, at nyhedsdækningen om klimaforandringerne har påvirket dem til at træffe mere bæredygtige rejsevalg



*APAC- ASIEN
 LATAM - LATINAMERIKA
 EMEA - EUROPA, MELLEØSTEN OG AFRIKA
 NORAM - NORDAMERIKA

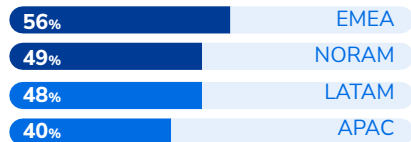


Men nyhederne peger også på et dilemma rejsende står i, når de skal træffe mere bevidste valg med hensyn til hvornår, hvor og hvordan de rejser. Folk er i stigende grad usikre på, hvad de skal prioritere, når de forsøger at forene det, der er vigtigt for dem, med hverdagens krav:



59%

mener, at miljøet vil blive forværret inden for de næste seks måneder



61%

mener, at krisen vedrørende leveomkostninger vil blive værre inden for de næste seks måneder



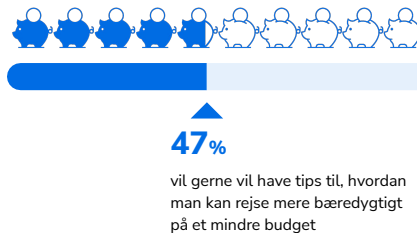
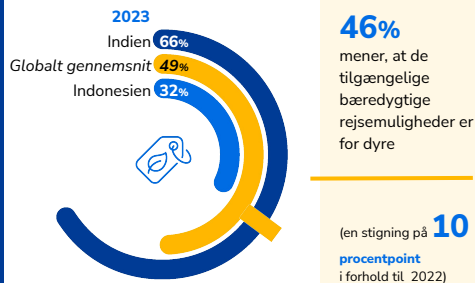


Omkostninger vs. samvittighed

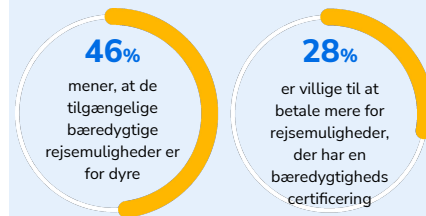
Det økonomiske klima har ændret sig markant de seneste tolv måneder, og de store problemstillinger, der optager folk, er de høje leveomkostninger og klimakrisen.



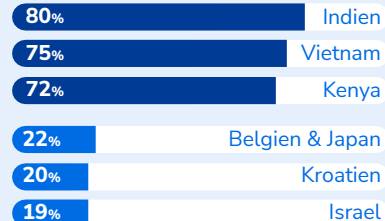
På grund af den stigende inflation sidder rejsende med opfattelsen af, at de skal vælge mellem bæredygtighed og udgifter. For disse mennesker kan bæredygtige rejser virke mindre vigtigt, fordi de bekymrer sig om regninger og energikrisen.



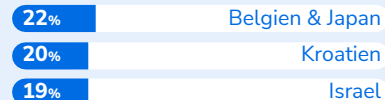
Til gengæld er rejser tilbage for mange, hvor fokus er på at træffe mere bæredygtige valg:



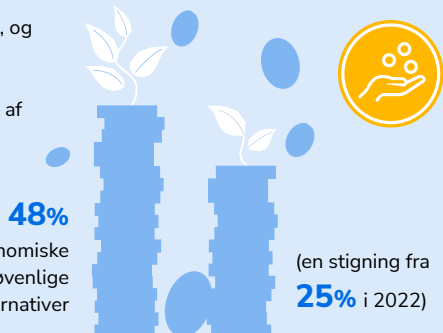
De tre højeste



De tre laveste



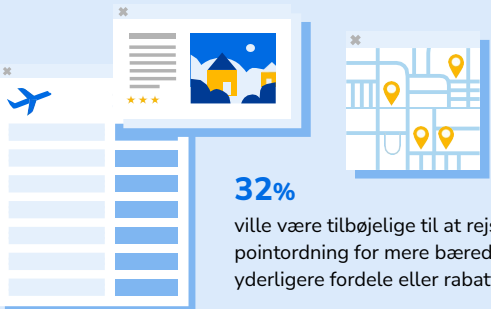
Et stigende antal rejsende mærker alvoren, og søger derfor mere bæredygtige rejsemuligheder, der giver forskellige belønninger, hvilket viser nødvendigheden af at skabe incitament.



48%

ønsker rabatter og økonomiske incitament til at vælge miljøvenlige alternativer

(en stigning fra **25%** i 2022)



32%

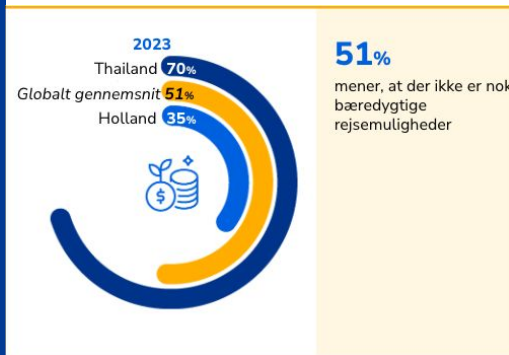
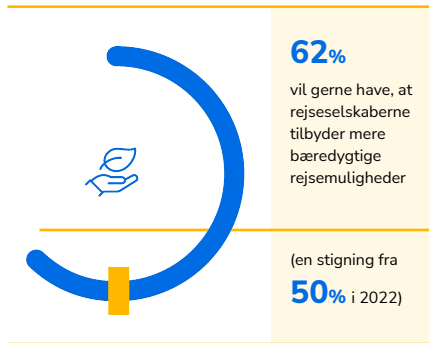
vill være tilbøjelige til at rejse mere bæredygtigt med en pointordning for mere bæredygtige valg, som de kunne bruge på yderligere fordele eller rabatter på online rejseplatforme



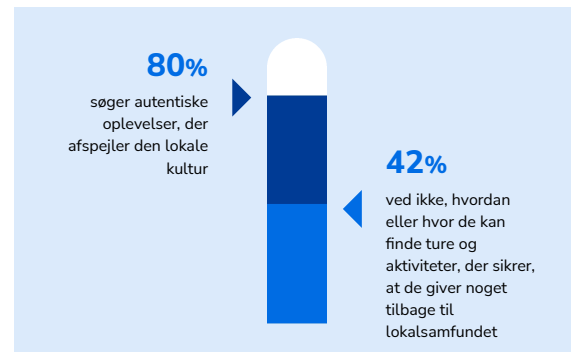


Nedbrydning af barrierer

Det er ikke kun omkostninger, der er en hindring for at rejse mere bæredygtigt. Grundet begrænset information og en oplevet mangel på muligheder, er barriererne for mere bæredygtige rejser større end nogensinde før – med nogle markante ændringer de seneste tolv måneder.



På trods af gode intentioner ved **48%** af de rejsende ikke, hvor de kan finde mere bæredygtige muligheder. For eksempel:





Den ansvarlige rejsende

På trods af barriererne og et mindre budget er det tydeligt, at der er en stor interesse blandt de rejsende i at finde løsninger, og 40% er fast besluttet på at træffe mere bæredygtige rejsevalg end året før.

Folk siger, at de i løbet af de seneste tolv måneder har omsat deres intentioner til handling ved at tage små aktive skridt derhjemme – og i stigende grad når de rejser – for at skabe en mere bæredygtig fremtid.

Bæredygtige skridt i hjemmet

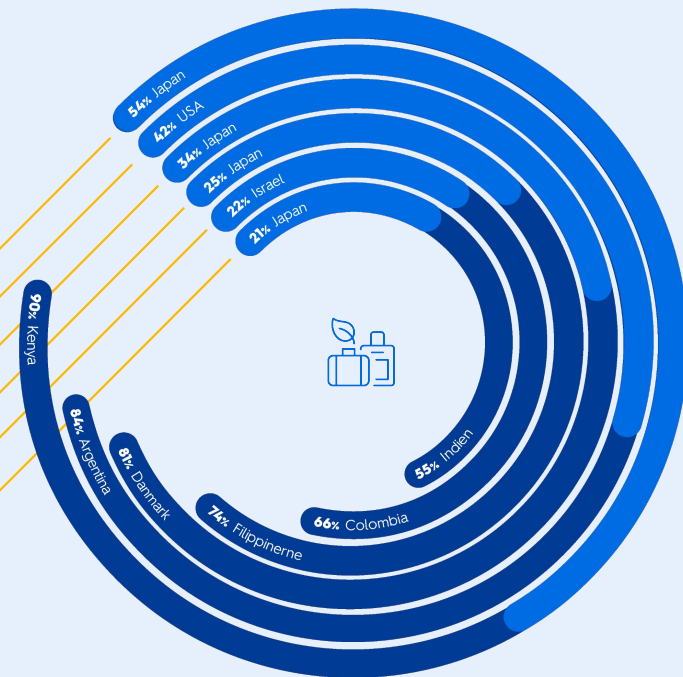
- 75% brugte genanvendelige indkøbsposer
- 79% sorterede affald
- 58% brugte en genanvendelig vandflaske
- 48% reducerede deres forbrug af engangsplastik
- 40% brugte offentlig transport eller cykel frem for bil
- 29% valgte små, selvstændige butikker
- 6% spiste kun plantebaseret eller vegetarisk mad





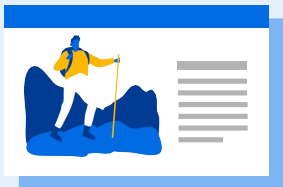
Bæredygtige skridt på ferien

- 58% slukkede for airconditionanlægget på overnatningsstedet, når de ikke var der
- 81% genbrugte det samme håndklæde flere gange
- 44% brugte en genanvendelig vandflaske
- 83% slukkede lyset og apparaterne på overnatningsstedet, når de ikke var der
- 35% sorterede deres affald
- 49% fravalgte daglig rengøring af deres værelse

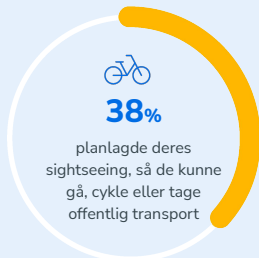


Fra turist til banebryder

Den ansvarlige rejsende accelererer ansvarlige rejser i 2023 – og hvert skridt tæller. Denne adfældsændring understreger den uomgælelige indsats, som rejsende gør i deres bestræbelser på at træffe mere bæredygtige valg for at redde planeten for fremtidige generationer. Endnu mere lovende er det, at de rejsende i løbet af de seneste tolv måneder har truffet bevidste valg på ferien, som stak dybere end små hverdagsvaner.



Transport



Højest



Lavest



50%
rejste uden for højsæsonen for at undgå overfyldte rejsemål

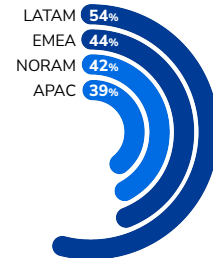
Højest



Lavest

Køb lokalt

Der er også enighed blandt de rejsende om at tilslutte sig mantraet "køb lokalt" på ferien og dermed bruge deres penge som en positiv drivkraft:



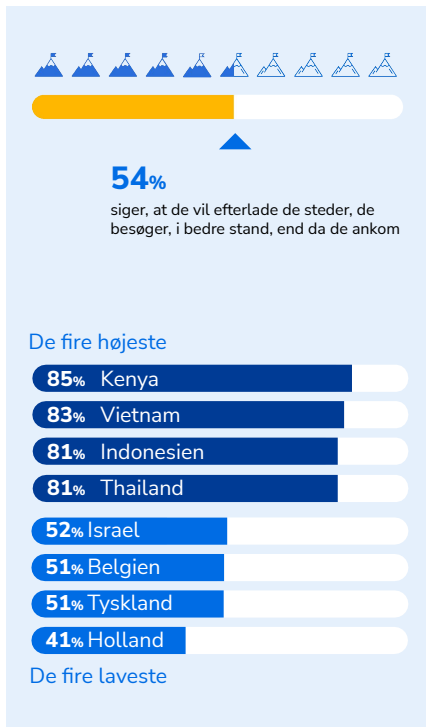
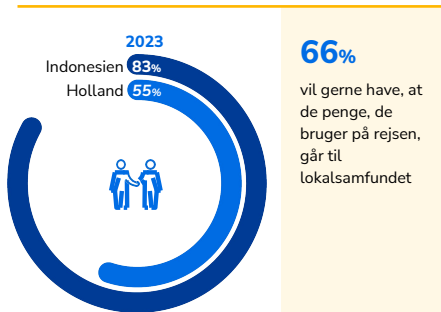
39%
foretrækker små, selvstændige butikker



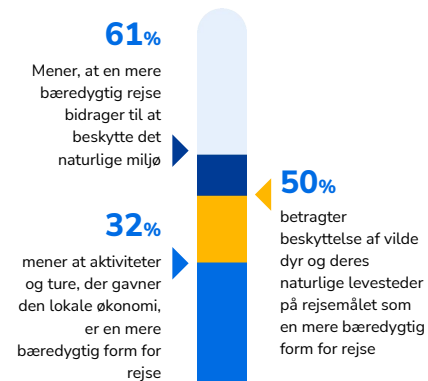


Vækst inden for regenerative rejser

I lyset af den stigende bekymring for klimaet vælger rejsende i dag i stigende grad en regenerativ tilgang til rejser, og søger efter ferier, hvor de kan have en positiv indvirkning.



Rejsende genovervejer også, hvad de betragter som mere bæredygtige rejseformer:





Tillid, sandhed og rejsebranchen

Rejsende er blevet mere ansvarlige i forbindelse med den stigende klimaangst – lige fra valg af overnatningssted til transportvalg. Derfor søger de pålidelig sikring, når de booker hele rejsen.



48%

ville have det bedre med at bo på et bestemt overnatningssted, hvis de vidste, at det havde en bæredygtighedscertificering



29%

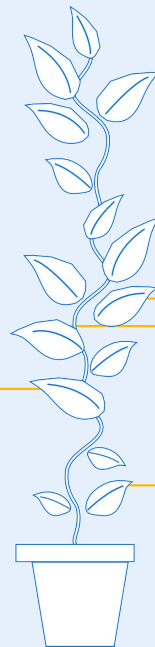
ønsker at filtrere deres valgmuligheder efter bæredygtighedscertificeringer, næste gang de booker et overnatningssted



59%

er interesserede i at lære mere om, hvorfor specifikke muligheder anses som mere bæredygtige

Rejsebranchen må derfor tilpasse sig for at imødekomme de ændrede forventninger fra de mere bevidste rejsende, og arbejde på at vinde deres tillid:



16%

er altid på udkig efter brands, der fremmer bæredygtighed

52%

kan godt lide, når brands tilbyder mere bæredygtige produkter eller tjenester, men det påvirker ikke altid deres beslutning

61%

Kroatien

13%

Indien

45%

har ikke tillid til, at de rejsemuligheder, der er angivet som bæredygtige, faktisk er mere bæredygtige

58%

Indien & Italien

23%

Indonesien

2%

køber kun produkter og tjenester fra brands, der fremmer bæredygtighed

49%

Indien

2%

Danmark & Japan



Løsninger, der gør det lettere for alle

Rejsende kan vælge mere bæredygtige muligheder i hele verden på den næste rejse med søgefiltre på Booking.com.



500,000+ forskellige bæredygtige overnatningssteder er tilgængelige. De er alle mærket som med et Travel Sustainable-mærkat.



Søgefiltre for udlejningsbiler, så det er hurtigt at finde 100 % elektriske biler og hybridbiler i **111 lande**.



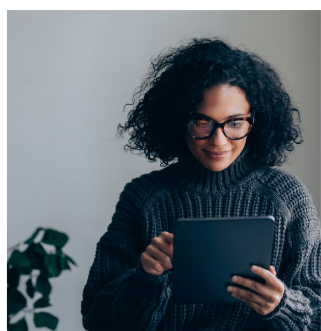
Der er 95 byer på verdensplan, hvor rejsende nu kan finde og booke mere miljøvenlige taxaer ved at kigge efter mærkningen 100 % elektrisk i søgeresultaterne.



47 byer i hele verden tilbyder nu mulighed for at købe billet til offentlig transport efter booking af en overnatning.



Tagging for at vise, hvornår en bestemt rute eller et bestemt luftfartsselskab tilbyder en flyrejse med relativt lavere udledning – for at skabe gennemsigtighed om flyrejsers påvirkning og for at kunne sammenligne forskellige flyrejsers CO2-udledninger.





Metodologi



Undersøgelse bestilt af Booking.com og udført uafhængigt blandt 33.228 respondenter i 35 lande og territorier (1,019 fra USA, 1,002 fra Canada, 1,007 fra Mexico, 1,005 fra Columbia, 1,008 fra Brasilien, 1,015 fra Argentina, 1,008 fra Australien, 504 fra New Zealand, 1,008 fra Spanien, 1,002 fra Italien, 1,008 fra Frankrig, 502 fra Schweiz, 1,008 fra Storbritannien, 1,000 fra Irland, 1,008 fra Tyskland, 1,006 fra Holland, 1,006 fra Belgien, 1,004 fra Danmark, 1,007 fra Sverige, 1,016 fra Kroatien, 1,012 fra Israel, 504 fra de Forenede Arabiske Emirater, 1,012 fra Indien, 1,001 fra Kina, 1,000 fra Hong Kong, 1,000 fra Thailand, 1,020 fra Singapore, 1,001 fra Taiwan, 1,000 fra Vietnam, 1,002 fra Indonesien, 1,007 fra Filippinerne, 1,002 fra Sydkorea, 1,009 fra Japan, 1,005 fra Sydafrika og 510 fra Kenya).

For at deltage i undersøgelsen skulle respondenterne være 18 år eller ældre, have rejst mindst én gang inden for de seneste 12 måneder, og planlægge at rejse i 2023, og de skulle enten være den primære beslutningstager eller være involveret i beslutningstagningen i forbindelse med deres rejse. Undersøgelsen blev foretaget online og fandt sted i februar 2023.

