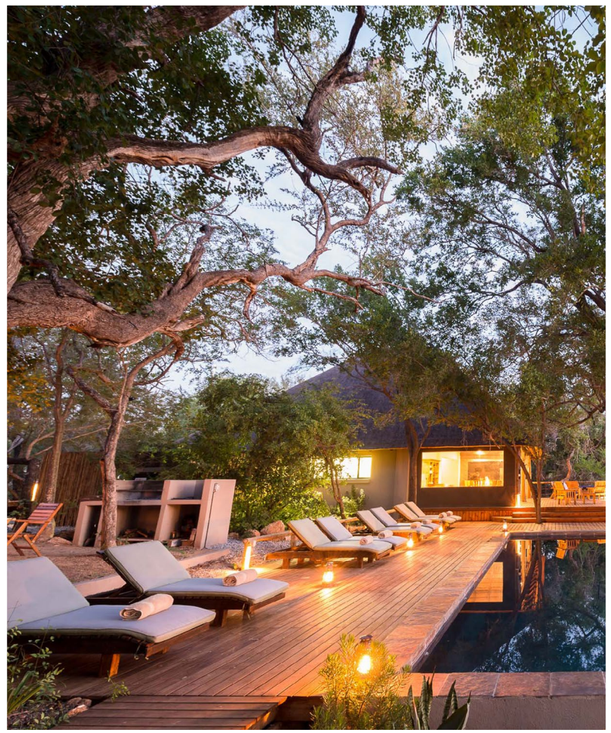
Booking.com

Booking.com Rapport För Hållbart Resande 2022

“Med ökad medvetenhet om klimatkrisen reser människor mer eftertänksamt, mer kreativt och mer avsiktligt.”

30,000+ resenärer

32 länder och områden



Booking.com är nu inne på det sjunde året av sin årliga Sustainable Travel Report som samlade in insikter från över 30 000 resenärer i 32 länder och områden. Den visar att resenärer väljer hållbara resealternativ och att de letar efter varumärken för hållbara val och mer målmedvetna resor.

I takt med att klimatkrisen fördjupas och den globala medvetenheten ökar, skapar människor nya upplevelser och reser mer eftertänksamt, kreativt och avsiktligt. Den hittills mest omfattande undersökning om hållbara resor från Booking.com visar att hållbart resande inte längre är en ambition enbart för ett fåtal, utan för de flesta. Den belyser en ökad önskan att göra mer medvetna val vad gäller hela reseupplevelsen, från transport till boende, samt hur och var människor spenderar sina pengar under sina resor.

För resenärer i dessa tider innebär hållbart resande mer än bara återvinning och att begränsa avfallet. Med en växande respekt för världens lokala samhällen, miljön och biologisk mångfald börjar en regenerativ filosofi att påverka beslutsfattandet. Fler människor söker autentiska kulturupplevelser som stärker och tillför värde till lokala samhällen, samtidigt som de aktivt undviker överbesökta destinationer och att resa under högsäsong för att undvika trängsel och mycket folk.

Med fler resenärer som fattar beslut baserade på oron för klimatet är de också uppmärksamma på hur långt de reser och hur de tar sig dit. Därmed väljer de att resa närmare hemmet och väljer kollektivtrafik eller att hyra cyklar på destinationen för att minska sitt koldioxidavtryck.

Trots att resebranschen gör framsteg när det gäller att tillhandahålla alternativ som gör det möjligt för resenärer att göra mer hållbara val, så avslöjar rapporten de hinder som återstår. Det finns fortfarande ett betydande antal människor som inte är medvetna om hållbara resealternativ och var de kan komma åt denna information. För vissa kopplas termen “hållbara resor” ihop med att behöva offra lyx eller att behöva nöja sig med mindre tilltalande destinationer.

Resenärer behöver tillgängliga alternativ för hållbart resande, mer meningsfull och pålitlig information och verktyg som de kan använda för att fatta bra resebeslut. Där det finns intresse finns även möjligheter, och reseleverantörer har nu en god chans att göra hållbara val enklare för alla.

Glenn Fogel
CEO of Booking.com

Hållbarhet formar framtiden för resor

"Under de sju åren Booking.com har genomfört den här undersökningen är det inspirerande att se att medvetenheten om vikten av hållbart resande växer konsekvent, inte bara hos resenärer utan även hos våra partners. Med ökat tryck på våra naturresurser och den inverkan vårt sätt att leva onekligen har på miljön, inser våra partners behovet av att förbereda sig för en mer motståndskraftig och regenerativ framtid för sina företag och bredare samhällen.

Hållbart resande betyder olika saker för olika människor, och att skydda naturen och miljön är inte det enda; vi måste också beakta de sociala, ekonomiska och kulturella konsekvenserna. Vi på Booking.com tror att resor kan vara en stark och positiv kraft som ger ökad kulturell förståelse, socioekonomiska möjligheter för samhällen och har potentialen att hjälpa till att återuppliva och skydda vår planet för framtida generationer.

Denna rapport belyser ett uppmuntrande skifte i viljan att resa mer hållbart. Den visar också att människor känner sig bemyndigade att omvandla hållbara avsikter till effektfulla val under hela reseupplevelsen.

Det är dock tydligt att det finns mycket kvar att göra för att utveckla uppfattningar och förändra beteenden. Ju mer hållbar praxis vi kan hjälpa våra partners att identifiera och implementera, desto mer kan vi experimentera med hur vi på bästa sätt kan lyfta fram denna information för kunderna, vilket i slutändan gör hållbarhet till en transparent och lätt identifierbar del av resebeslutsprocessen.

Medan de resenärsinsikter som identifieras i denna rapport ger oss vägledning, så ger lösningar oss vägar framåt.
Under 2021 tog vi några stora steg för att göra hållbara resor till ett enklare val för alla.
Vår nya hållbarhetssymbol för hållbara boenden bryter ny mark genom att erkänna hållbarhetsinsatsen på mer än 100 000 boenden runt om i världen, och ger resenärer ett konsekvent och lättförståeligt sätt att identifiera ett bredare utbud av hållbara vistelser.

Och vi tror att 2022 kommer att ge oss möjligheten att påverka ännu mer. På Booking.com kommer vi att utöka vårt program för hållbart resande och stödja fler insatser som görs för att minska koldioxidutsläppen i resebranschen. Vi vill använda vår röst för att tala till en bredare publik och i slutändan öka genomslagskraften i hela branschen.

Vi har ambitiösa mål för vad vi vill uppnå.
Att bygga en fullständigt hållbar resebransch kommer att ta tid, samordning och gemensamma ansträngningar, men framsteg är möjliga genom fortsatt innovation, partnerstöd och branschsamarbete. Tillsammans kommer vi fortsätta att göra det lättare för alla att uppleva världen på ett mer medvetet och ansvarsfullt sätt."

"Det blir allt tydligare att miljövänliga, hållbara och ansvarsfulla resor är mycket mer än bara en trend. Det måste bli branschstandard."

På jakt efter mer hållbara vistelser

Det råder ingen tvekan om att hållbart resande är viktigt för resenärer, 67% bekräftar att detta stämmer för dem. 45% av de resenärerna säger att de senaste nyheterna om klimatförändringar har påverkat dem när det gäller att göra mer hållbara reseval, och önskan att resa mer hållbart växer:

64%
av resenärerna vill göra fler ansträngningar under nästa år för att resa mer hållbart **(en ökning med 22% från 2021)**

40%
är nu mer fast beslutna att göra hållbara reseval när de reser än de var för ett år sedan

Uppmuntrande nog fortsätter medvetenheten och synligheten av mer hållbara vistelser:

32%
bekräftar att de har sett ett hållbart boende på en resewebbplats under det senaste året

23%
söker aktivt information om hållbarhetsinsatser som gjorts för ett boende innan de bokar

71% av resenärer har för avsikt att bo på ett hållbart boende minst en gång under det kommande året

47% av resenärer som har bott i ett hållbart boende minst en gång under det senaste året varierar skälen:

37% ville hjälpa till att minska sin påverkan på miljön

27% ville ha en mer lokalt relevant upplevelse

26% ansåg att hållbara boenden behandlar samhället bättre

För vissa handlar den hållbara upplevelsen mer om det estetiska:

11% upplever hållbara boenden som stilfulla och trendiga

11% tycker att de är perfekta för att lägga ut på sociala medier

Trots att undersökningen visar att medvetenheten om hållbara vistelser tydligt växer, så finns det fortfarande mycket att göra för att fler hållbara boendealternativ ska bli enklare att hitta för alla. Ett stort antal människor är fortfarande osäkra på hur de ska resa mer hållbart, vilket visar att det finns ett behov av att resebranschen ger resenärer mer transparent och begriplig information.

Av dem som inte bott i ett hållbart boende under det senaste året:

32% visste inte ens att de fanns

24% visste inte hur de skulle hitta dem

52% skulle känna sig bättre av att bo på ett visst boende om de visste att det hade en hållbarhets-certifiering

68% letar inte aktivt efter ett boendes hållbarhetsinsatser innan de bokar, men om de är lättillgängliga kommer de att granska dem

43% vill filtrera sina alternativ för de med en hållbar hetscertifiering

Bryta stereotyper av hållbara resor

En del resenärer har en specifik uppfattning om hållbart boende och de destinationer dessa boenden är belägna i.
I slutändan finns det en viss tro om att urvalet inte kommer att uppfylla deras önskemål eller behov, och att den typen av resor bara finns på avlägsna eller mindre tilltalande destinationer.

Men hållbart resande finns och kan upplevas i alla former, vilket ger reseplattformar en möjlighet att överraska och glädja människor med hållbara alternativ där de minst förväntar sig dessa.

27% säger att trots att de kan se fler hållbara resealternativ, känns andra alternativ mer lockande

24% säger att hållbart resande inte ger den lyx/komfort de vill ha på semestern

23% säger att hållbara resmål känns mindre lockande än andra destinationer

Av de som inte har bott i ett hållbart boende i år:

19% trodde inte att det fanns några sådana på deras föredragna destination

9% tror att de bara är tillgängliga i avlägsna områden, och dessa resenärer föredrar att bo i städer eller storstadsområden

6% tycker att de verkar mindre lyxiga

Söker alternativa destinationer och tidpunkter

45% av resenärer säger att nyheterna om klimatförändringarna har påverkat dem att göra mer hållbara reseval, och det finns en framväxande samstämmighet om att vilja undvika överbesökta destinationer för att säkerställa en jämnare spridning av påverkan och fördelarna med deras besök.

Detta visar på en möjlighet för reseplattformar att samarbeta med boendeleverantörer för att lyfta fram mer hållbara alternativ i livliga städer och andra populära turistmål, samt att hjälpa människor att upptäcka alternativa perioder och platser att boka sina resor på – utan att offra själva upplevelsen.

Under de senaste tolv månaderna

TFör att undvika för mycket folk har resenärer:

19% valt att ej resa under högsäsong

15% valt att åka till ett mindre populärt resmål

Blicka fram mot de kommande tolv månaderna

För att mildra överbefolkning och/eller säkerställa fördelning av turismen säger resenärer att de är villiga att:

49% undvika populära turistmål och attraktioner

26% uteslutande resa under lågsäsong/utanför högsäsong

24% välja ett alternativ till deras föredragna destination

Många vet inte var man kan hitta dessa mindre trånga platser. 35% kämpar för att hitta attraktiva resmål där det inte är så mycket folk. 29% tycker att det är svårt att hitta hållbara resealternativ i städer eller på andra populära turistmål.

Men 24% säger att reseföretag som föreslår alternativa resmål för att förhindra trängsel skulle uppmuntra dem att göra mer hållbara reseval.

Detta ger möjlighet för alla:

1. Att ge boendeleverantörer incitament att utveckla sina hållbarhetsresor
2. Som ett resultat lyfter reseplattformar fram mer hållbara alternativ
3. Som i slutändan hjälper resenärer att upptäcka alternativa perioder och platser att boka sina resor på, utan att offra själva upplevelsen

Ökad koppling till kultur och lokalsamhällen

Att föra människor och kulturer närmare varandra är det bästa med resande. Undersökningen visar en växande önskan bland resenärer att komma närmare kulturen och samhället när de reser, där 34% känner att lärande om och bevarande av lokala kulturer är en del av hållbart resande.

Denna regenerativa filosofi påverkar beslutsfattandet. Genom att skapa och erbjuda mer hållbara val är det möjligt att skapa turismmöjligheter som driver positiv inverkan och tillfredsställelse bland resenärer.

60% vill ha autentiska upplevelser som är representativa för den lokala kulturen

49% vill lämna platserna de besöker bättre än när de kom

12% bekantar sig aktivt med de lokala kulturella värderingarna och traditionerna på sin destination innan sina resor

23% är villiga att betala mer för reseaktiviteter för att säkerställa att de ger tillbaka till lokala samhällen

Trots resenärers vilja att ge tillbaka och anknyta sig under sina resor:

29% sa att de inte vet hur eller var de ska hitta aktiviteter eller turer som säkerställer att de ger tillbaka till det lokala samhället

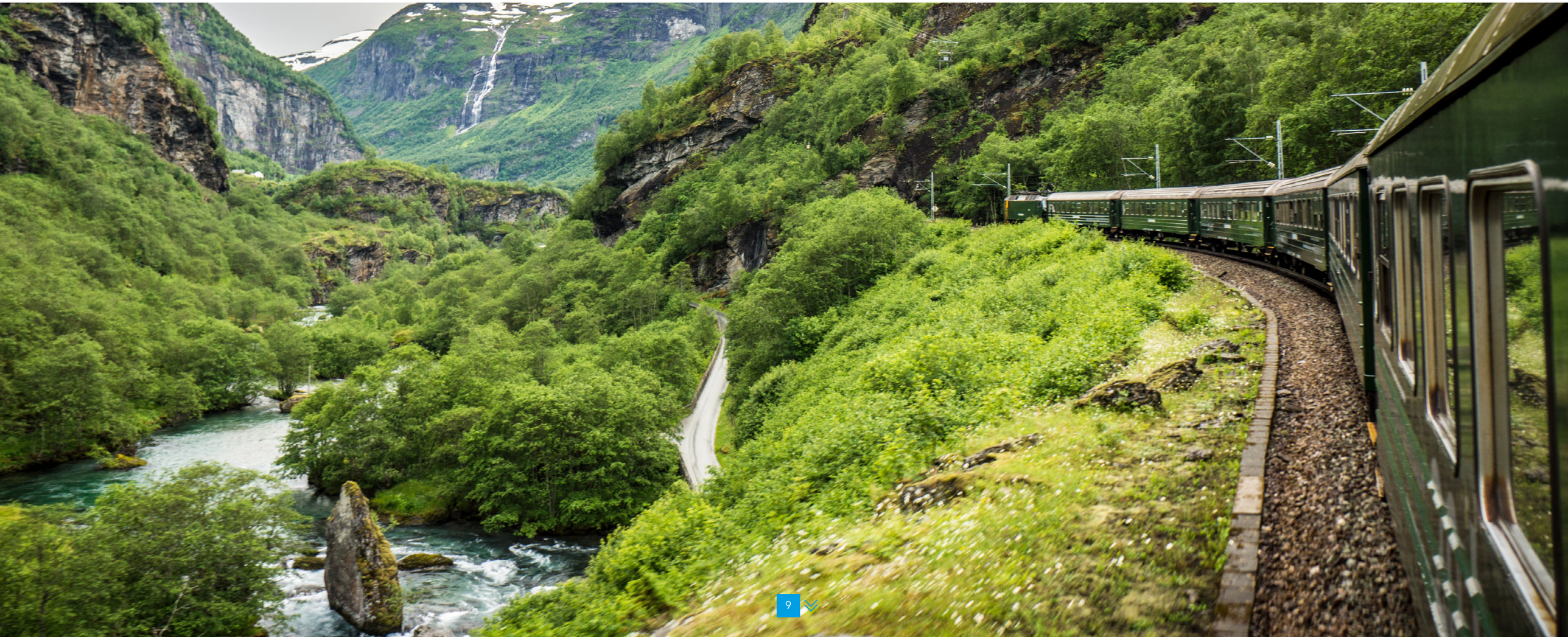
24% anser att resenärerna är ansvariga för att minska negativa effekter av resor och turism

31% skulle vilja att reseföretag föreslår saker att göra och platser att besöka under semestern för att säkerställa att de ger tillbaka till det lokala samhället

Brytpunkten för transport

Resenärer är uppmärksamma på hur långt de reser, hur de tar sig dit och hur de tar sig runt när de väl är där – 53% anser att lägre eller inga CO2-utsläpp genom sitt transportval är en viktig del av vad som utgör "hållbart resande".

När människor försökergöra mer hållbara reseval öppnar sig ett brett utbud av möjligheter för transport- och reseleverantörer att leverera mer hållbara alternativ under hela reseupplevelsen.



När det gäller att utforska närmare hemmet...

23%
valde att resa till en destination närmare hemmet för att minska sitt koldioxidavtryck

34%
ytterligare skulle vara villiga att göra det för att minska utsläppen från transporter

56%
skulle överväga att resa närmare hemmet för framtida resor

26%
tycker att reseföretagen borde föreslå intressanta resmål nära hemmet

När det kommer till framtida resor och de åtgärder resenärerna är villiga att vidta...

66%
säger att de vill använda mer miljövänliga transportsätt (t.ex. gång, cykel eller kollektivtrafik framför taxi eller hyrbil)

30%
skulle låta resan till sin destination ta längre tid för att minska koldioxidutsläppen (dvs. genom att ta ett tåg istället för en bil eller ett flygplan)

16%
skulle betala mer för att se till att deras hyrbil är elektrisk

När det kommer till transportsätt...

30%
skäms över att flyga på grund av dess miljöpåverkan

20%
valde att åka tåg istället för bil under längre sträckor

16%
undersökte kollektivtrafik och/eller alternativ att hyra en cykel på sin valda destination

8%
hyrde en bil med låga utsläpp

När det gäller att boka transport för sina resor...

25%
söker aktivt efter hållbarhetsinformation

63%
letar inte aktivt efter mer hållbara transportalternativ men om informationen är lättillgänglig kommer de att granska den

För de resenärer som inte aktivt letar efter hållbara resealternativ spelar hållbarhetsinsatser i slutändan ändå en roll i deras beslutsfattande:

34%
säger att hållbarhetsinsatsen inte spelar någon stark roll i deras transportval men det kan påverka deras slutliga val

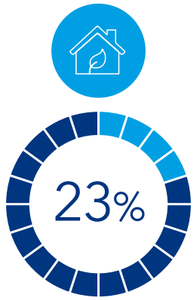
25%
säger att hållbarhetsinsatsen inte spelar någon roll i deras val av transport, men att veta att det bokade transportalternativet följer bästa hållbarhetspraxis får dem att känna sig bättre

Förvandla hållbara avsikter till effektfulla handlingar

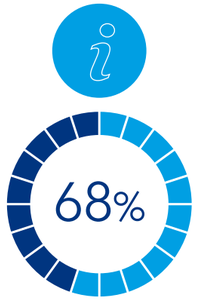
Avsikter att göra framtida resor mer hållbara visar enligt undersökningen resenärernas ökande vilja att ta saken i egna händer och att ta personligt ansvar för sitt eget resebeteende. Detta tyder på att människor fortsätter att tänka holistiskt om sin påverkan, inklusive att göra mer hållbara boendeval.

Även om inte alla resenärer aktivt letar efter hållbara boenden, visar undersökningen att majoriteten är öppna för övervägande, om alternativ presenteras för dem. Att presentera hållbara alternativ för resenärer även när de inte specifikt letar efter dessa, har en positiv effekt på deras förmåga att göra mer hållbara val.

När det gäller att boka boende för sina resor...

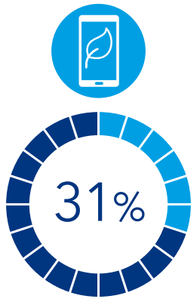


söker aktivt information om hållbarhetsinsatsen för ett boende

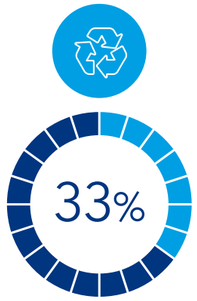


letar inte aktivt efter hållbarhetsinsatsen för ett boende, men om informationen är lättillgänglig kommer de att granska den

Resenärer sa att de skulle känna sig uppmuntrade att göra mer hållbara reseval på webbplatser för resebokningar om:



reseplattformar erbjöd ett filteralternativ för hållbarhet



reseplattformar använde en tydlig symbol så att de enkelt kan identifiera när något är hållbart

Mer hållbart resande för alla

Som en del av Booking.coms uppdrag att göra det enklare för alla att uppleva världen, och som ledare inom resor, anser vi att vi har ett viktigt ansvar för att göra hållbara val enklare, både för boendeleverantörer och resenärer. Vår symbol för hållbara boenden ger nu resenärer ett transparent, konsekvent och lättförståeligt sätt att identifiera ett bredare utbud av mer hållbara vistelser, oavsett vart de vill resa. Initiativet, det första i sitt slag inom branschen och som lanserades 2021 – är tillgängligt för alla typer av boenden, alltifrån lägenheter till hotell och till och med trädkojor, som har implementerat en kombination av hållbara åtgärder som uppfyller de nödvändiga kriterierna för deras destination.

Med fler än 100 000 boenden globalt som nu är erkända för sina hållbarhetsinsatser, med Booking.coms symbol för hållbara boenden, har vi ytterligare utökat antalet tredjepartscertifieringar och symboler som automatiskt kvalificerar boenden för att få det. Utöver de som officiellt godkänts av Global Sustainable Tourism Council (GSTC), Green Tourism och EU Ecolabel, inkluderar detta nu Green Seal, Nordic Swan Ecolabel, Green Hospitality Ecolabel, Ibex Fairstay, Fair Trade Tourism, LEED och Edge.

Att bli koldioxidmedveten

Vi vet hur viktigt det är att föregå med gott exempel och ställa oss själva till svars. Sedan Booking.com blev operativt koldioxidneutralt 2020 har vi förblivit koldioxidneutrala i vår verksamhet och övergått till 100 % förnybar el, en betydande milstolpe för vår verksamhet och en del av företagets bidrag till Booking Holdings klimathandlingsplan. Som den första i sitt slag för alla globala onlinereseföretag, fungerar vår klimathandlingsplan som ett strategiskt ramverk för hur Booking Holdings avser att göra sin verksamhet, sina tjänster och resebranschen mer hållbar. I linje med de mätningar som fastställts av Science Based Targets-initiativet (SBTi), innehåller klimathandlingsplanen ambitiösa mål som syftar till att hjälpa företaget att uppnå nettonollutsläpp till 2040.

Metodik

Undersökning på uppdrag av Booking.com och oberoende utförd bland ett urval av 30 314 svarande i 32 länder och territorier (1 000 från USA, 958 från Kanada, 1 009 från Mexiko, 1 001 från Colombia, 1 003 från Brasilien, 1 017 från Argentina, 1 000 från Australien, 1 000 från Australien från Nya Zeeland, 998 från Spanien, 1 003 från Italien, 996 från Frankrike, 495 från Schweiz, 980 från Storbritannien, 998 från Tyskland, 1 014 från Nederländerna, 991 från Belgien, 985 från Danmark, 984 från Sverige, 964 från Kroatien, 976 från Ryssland, 1 008 från Israel, 1 002 från Indien, 1 004 från Kina, 925 från Hong Kong, 1 006 från Thailand, 988 från Singapore, 1 002 från Taiwan, 1 004 från Vietnam, 1 004 från Sydkorea, 1 003 från Japan, 1 006 från Sydafrika, och 504 från Kenya). För att kunna delta i denna undersökning måste svarande vara 18 år eller äldre, ha rest minst en gång under de senaste 12 månaderna och måste planera att resa under 2022, och vara antingen den primära beslutsfattaren eller vara involverad i beslutsfattandet av deras resa. Undersökningen gjordes online och ägde rum i februari 2022.