



Booking.com

SUSTAINABLE TRAVEL REPORT 2023



Het dilemma dat duurzaam reizen in 2023 opdeelt

Het jaarlijkse Sustainable Travel Report van Booking.com, dat nu voor het achtste jaar op rij wordt gepubliceerd, verzamelde de inzichten van meer dan **33.000 reizigers uit 35 landen en gebieden** en benadrukt hoe economische onzekerheid dit jaar duurzame reis keuzes beïnvloedt. Dit benadrukt een dilemma waarbij mensen zich mogelijk gedwongen voelen om te kiezen tussen kostenbesparingen en het maken van duurzamere reiskeuzes.

In een wereld vol onrust door geopolitieke conflicten en stijgende inflatie, erkennen reizigers steeds meer de noodzaak om nu actie te ondernemen om de planeet te redden voor toekomstige generaties.

Het meest uitgebreide Sustainable Travel-onderzoek van Booking.com tot nu toe benadrukt ook een tweedeling in wat mensen doen; sommigen zijn voorzichtiger in hoe ze hun geld uitgeven, met de gedachte dat duurzame reisopties te duur zijn, terwijl anderen bereid zijn meer te betalen voor deze opties om zichzelf ervan te verzekeren dat zij daadwerkelijk een verschil maken.

Ondanks financiële barrières is het duidelijk dat er een grote vraag naar duurzame oplossingen is – en dan met name oplossingen die geen invloed hebben op de uitgaven. Op microniveau zet de verantwoordelijke reiziger van vandaag de dag zijn of haar intentie om tot actie met een veelzeggende toename van duurzamer reisgedrag, zoals het uitschakelen van de airconditioning en het hergebruiken van handdoeken in accommodaties. Reizigers maken ook bewuste keuzes die verder gaan dan de dagelijkse routine, zoals het kiezen voor duurzamer vervoer over land en lokaal winkelen.

Van de economie tot het milieu, reizigers heroverwegen wat 'waarde' precies voor hen betekent. Op macroniveau wijzen duurzaamheidstrends op een toename van

bewustere reizen in 2023, waarbij reizigers zinnvolle manieren vinden om hun geld uit te geven. Reizigers zijn steeds vaker op zoek naar regeneratieve ervaringen die een positieve impact hebben op bestemmingen, waar wilde dieren, natuur en de lokale gemeenschap baat bij hebben, en die zich bezighouden met lokale filantropie en ethische ervaringen.

Hoewel reizigers de kritieke aard van klimaatverandering erkennen, bestaat er nog steeds een zekere kloof tussen impact en actie. Van beperkte gegevens tot een gebrek aan betrouwbare opties, dit rapport onthult de barrières om duurzamer te reizen en de enorme stappen die reisaanbieders moeten maken om het vertrouwen van reizigers te winnen. Het opbouwen van een daadwerkelijk duurzame branche kost uiteindelijk tijd, maar er wordt vooruitgang geboekt om ervoor te zorgen dat het voor iedereen makkelijker wordt om de wereld op een meer bewuste en verantwoorde manier te ervaren.



Reizigers heroverwegen wat 'waarde' precies voor hen betekent, van regeneratieve ervaringen tot meer zinnvolle manieren om hun geld uit te geven



Glenn Fogel

CEO of Booking.com

"In de acht jaar dat Booking.com dit onderzoek uitvoert, blijft de groeiende urgentie die mensen voelen om nu actie te ondernemen en duurzamere reiskeuzes te maken bemoedigend. Het rapport wijst veelbelovend op de evoluerende reizigers mentaliteit, met een paar merkbare verschuivingen in het duurzamere gedrag dat

reizigers naar eigen zeggen het afgelopen jaar in de praktijk hebben gebracht.

Ook wij voelen die urgentie en bij Booking.com is het onze ambitie om een duurzamer bedrijf te creëren en bij te dragen aan een duurzamere reisbranche. Dit vergt tijd, samenwerkingen en systemische veranderingen

Wat onze eigen activiteiten betreft, hebben we in 2022 als onderdeel van ons [Klimaatactieplan](#) onze ambitie vastgesteld om in 2040 klimaatneutraal te zijn, waarbij we onze roadmap voor emissiereductie afstemmen op het Science Based Targets Initiative (SBTI). Daarmee is het ons doel om tegen 2030 een reductie van 95% in Scope 1- en Scope 2-emissies en een reductie van 50% in Scope 3-emissies te bereiken en tegen 2040 klimaatneutraal te zijn.

Als het gaat om ons platform en de impact die we binnen de gehele reisbranche nastreven, erkent ons Travel Sustainable-programma nu de duurzaamheidsinspanningen van meer dan 500.000 accommodaties wereldwijd. We voelen ons gestimuleerd door het aantal van onze accommodatiepartners die stappen ondernemen om duurzamer te werken, maar er is meer werk aan de winkel om het voor reizigers makkelijker te maken duurzamere opties te vinden en te boeken voor de gehele reiservaring.

Bij Booking.com is het ons doel om schaalbare manieren te vinden om ervaringen gedurende de hele reis naar voren te brengen die de band tussen reizigers en bestemmingen echt verrijken, van impactvolle activiteiten tot het ondersteunen van lokale gemeenschappen.

Om het ethos van duurzamer reizen onder de aandacht van het grote publiek te brengen, is het aan ons in de reisbranche om reizigers op een geloofwaardige en betrouwbare manier meer informatie te verstrekken. Met voortdurende samenwerkingen binnen de branche en de toewijding van onze partners, zijn we op weg om duurzamer reizen de norm te laten worden, en niet de uitzondering."

"Met voortdurende samenwerkingen binnen de branche en de toewijding van onze partners, zijn we op weg om duurzamer reizen de norm te laten worden, en niet de uitzondering."





Een urgentie om nu actie te ondernemen

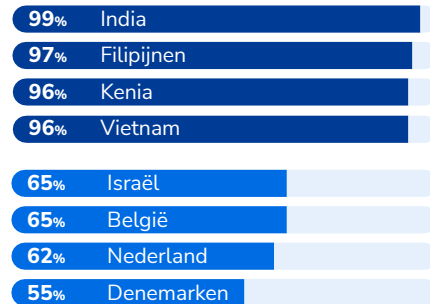
In een tijd van algemene, wereldwijde onzekerheid, met de onrust van klimaatverandering en de stijgende kosten van levensonderhoud, blijft duurzamer reizen een belangrijk aandachtspunt voor reizigers:



62%

bevestigt dat duurzamer reizen belangrijk voor hen is

4 Hoogste



4 Laagste

Het nieuws blijft een belangrijke, beïnvloedende factor:



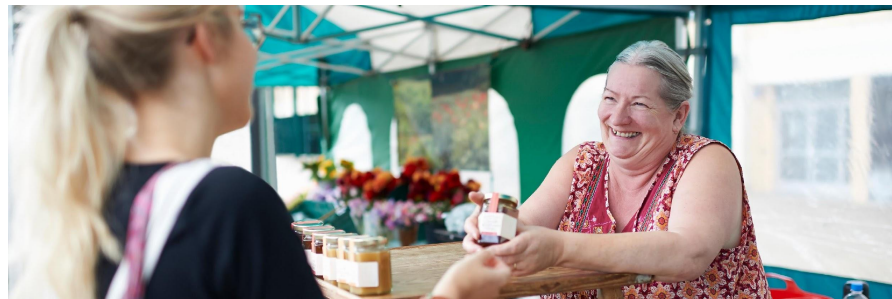
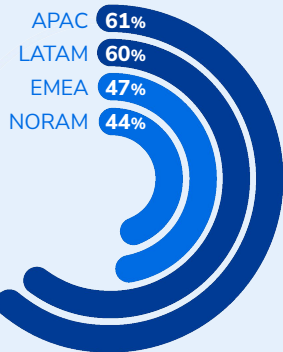
33%

beschouwt zichzelf als goed geïnformeerd over duurzaamheid, met het nieuws en de sociale media als de twee belangrijkste kennisbronnen over het onderwerp



30%

zegt dat recent nieuws over klimaatverandering hen heeft beïnvloed om duurzamere reiskeuzes te maken

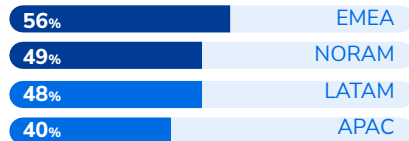


Maar het nieuws wijst ook op een dilemma waarmee mensen worden geconfronteerd als het gaat om bewuster omgaan met wanneer, waar en hoe ze reizen. Mensen weten steeds minder goed wat ze prioriteit moeten geven wanneer ze wat voor hen belangrijk is proberen te combineren met de dagelijkse verplichtingen:



61%

denkt dat het milieu de komende zes maanden zal verslechteren



75%

gelooft dat de crisis in de kosten van levensonderhoud de komende zes maanden zal verergeren



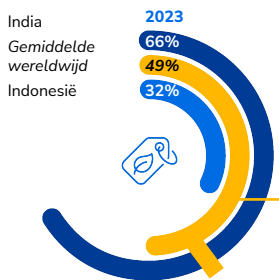


Kosten versus Geweten

Het economische klimaat is de afgelopen 12 maanden drastisch veranderd, en de belangrijkste thema's die de mensen nu bezighouden zijn de crisis in de kosten van levensonderhoud en de klimaatcrisis:



Met de stijgende inflatie zitten reizigers vast in het idee dat ze een keuze moeten maken tussen duurzaamheid en uitgaven. Voor deze mensen kan de combinatie van duurzaamheid en reizen niet urgent lijken omdat ze zich zorgen maken over de rekeningen en de energiecrisis.



53% vindt duurzamere reisopties te duur

(meer dan **40%** in 2022)



42%

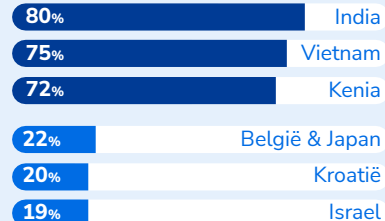
wil tips over hoe je met een beperkt budget duurzamer kunt reizen

Aan de andere kant zijn voor anderen bucketlistreizen weer terug van weggeweest en met een urgentere focus op bewuste keuzes:

30%

zou bereid zijn meer te betalen voor reisopties met een duurzame certificering

3 Hoogste



Laagste

Nu steeds meer reizigers het knelpunt voelen, zijn ze op zoek naar duurzamere reisopties die rijk zijn aan beloningen, met de behoefte aan stimulering:



41% wil kortingen en economische incentives om voor milieuvriendelijke opties te kiezen

(Meer dan **15%** in 2022)



30%

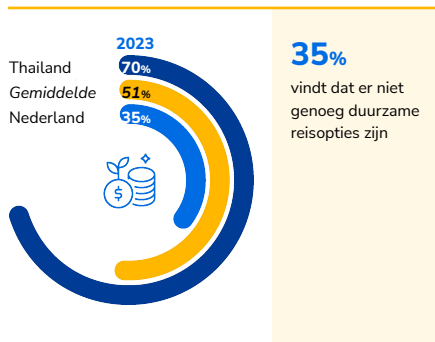
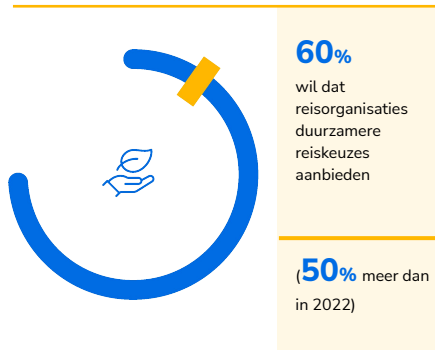
zou worden aangemoedigd om duurzamer te reizen via beloningpunten voor het maken van duurzamere keuzes die ze kunnen inzetten voor gratis extra voordelen of kortingen via online reisplatforms.



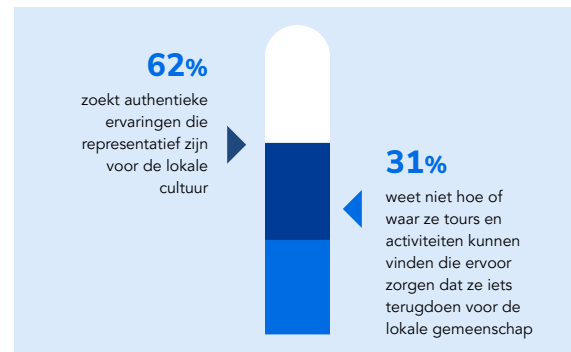


Barrières doorbreken

Het zijn niet alleen de kosten die worden gezien als een belemmering om duurzamer te reizen. Van beperkte gegevens tot een vermeend gebrek aan opties, de barrières om duurzamer te reizen lijken groter dan ooit, met een paar veelzeggende verschuivingen in de afgelopen 12 maanden.



Ondanks hun goede bedoelingen, weet **31%** van de reizigers niet waar ze duurzamere opties kunnen vinden. Bijvoorbeeld:





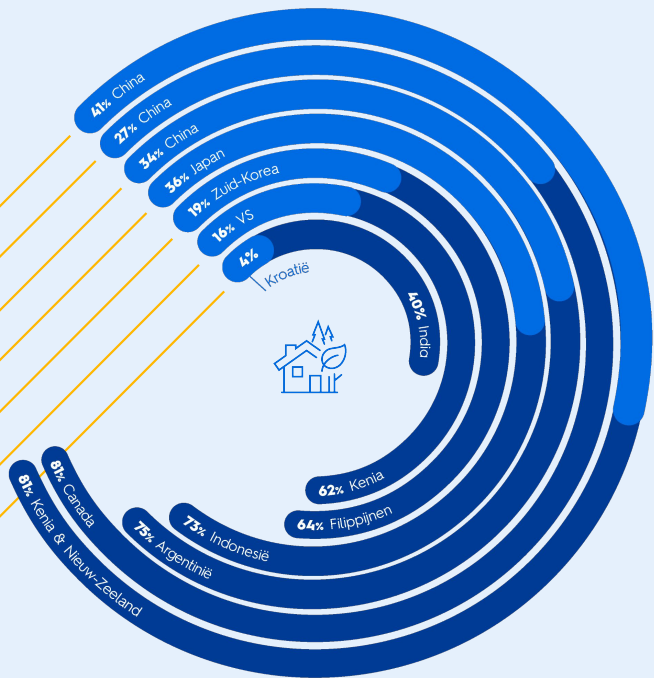
De verantwoordelijke reiziger

Ondanks de bestaande barrières en de krappere portemonnee, is het duidelijk dat er een enorme vraag is naar oplossingen, waarbij 40% meer vastbesloten is om nu duurzamere keuzes te maken dan toen ze een jaar geleden reisden.

Mensen zeggen in de afgelopen 12 maanden hun intentie te hebben omgezet in actie door thuis – en in toenemende mate op reis – actieve, kleine stappen te ondernemen voor een duurzamere toekomst.

Thuis

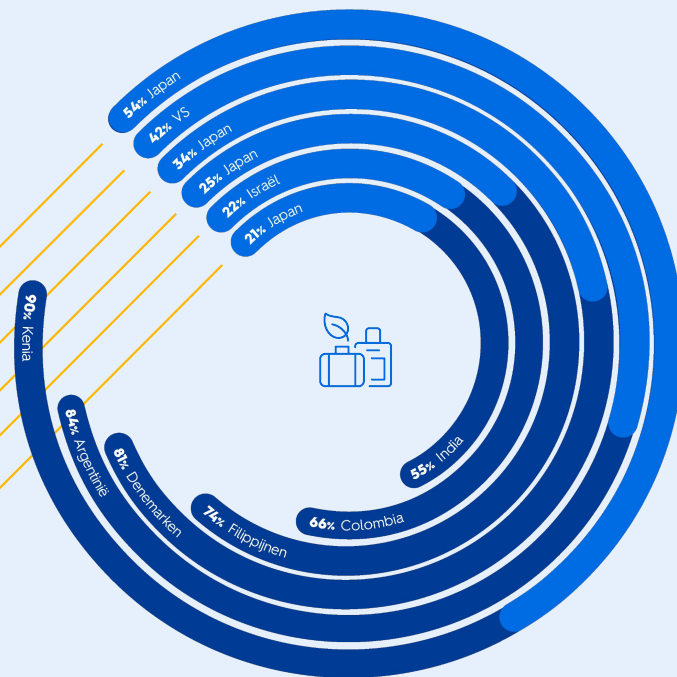
- 69% gebruikte herbruikbare winkeltasjes
- 64% recycled afval
- 53% had een eigen, herbruikbare waterfles bij zich
- 46% verminderde hun gebruik van wegwerp plastic
- 43% nam het openbaar vervoer of de fiets in plaats van de auto
- 26% gaf de voorkeur aan kleine, zelfstandige winkels
- 10% volgde een uitsluitend plantaardig of vegetarisch dieet





Op vakantie

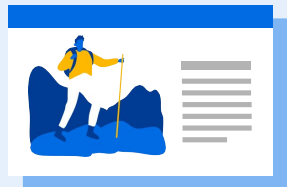
- 62% schakelde de airconditioning in accommodaties uit als ze er niet waren
- 67% heeft dezelfde handdoek meerdere keren hergebruikt
- 51% gebruikte een eigen, herbruikbare waterfles
- 78% schakelde het licht en de apparaten in accommodaties uit als ze er niet waren
- 42% recyclede hun afval op reis
- 40% koos ervoor hun kamer niet dagelijks te laten schoonmaken



Van toerist naar wereldverbeteraar

In 2023 zorgt de verantwoordelijke reiziger voor een omschakeling van verantwoord reizen – en elke kleine stap telt. Deze gedragsverandering benadrukt de dringende actie die reizigers ondernemen in hun streven naar het maken van duurzamere keuzes om de planeet te redden voor toekomstige generaties.

Sterker nog, reizigers ondernamen actie om bewuste keuzes te maken op vakantie die verder gingen dan de dagelijkse microhabitats in de afgelopen 12 maanden.



Vervoer



Hoogst



Laagst



46% reisde buiten het hoogseizoen in een poging om overbevolking te vermijden

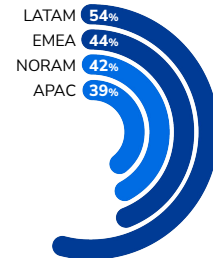
Hoogst



Laagst

Lokaal kopen

Er is ook sprake van consensus onder reizigers over het aannemen van de 'koop lokaal'-mantra op vakantie en om de kracht van hun valuta ten goede te gebruiken:



41%

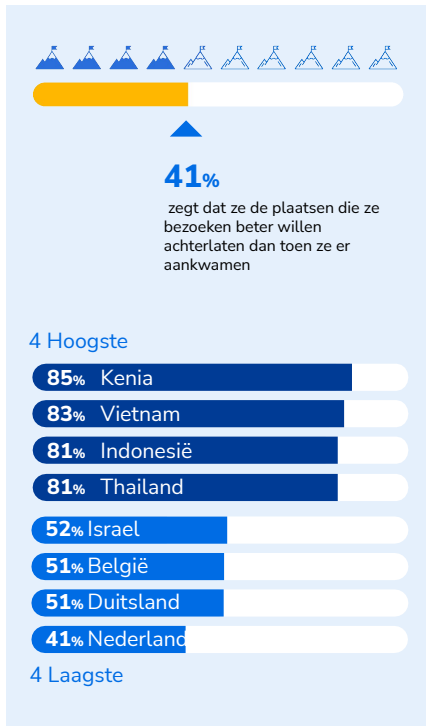
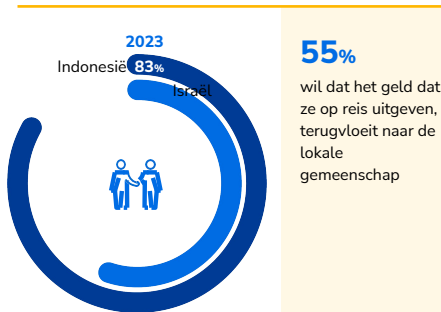
geeft de voorkeur aan kleinen, zelfstandige winkels



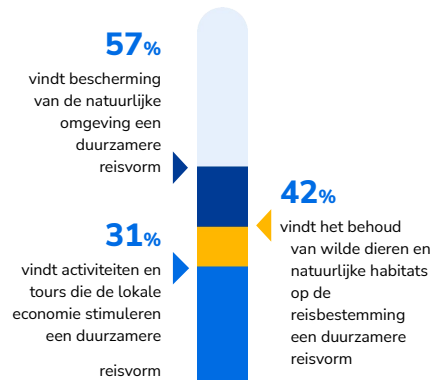


De toekomst van regeneratief reizen

Door de toenemende klimaatangst kiezen de reizigers van vandaag de dag steeds vaker voor een regeneratieve benadering van reizen en zoeken ze naar vakanties met een maximale, positieve impact:



Reizigers heroverwegen ook wat zij als duurzamere vormen van reizen beschouwen:





Vertrouwen, de waarheid en de reisbranche

Tegen de achtergrond van een toenemende klimaatangst worden reizigers verantwoordelijker – van hun accommodatie tot hun vervoerskeuzes. Als gevolg daarvan zoeken ze betrouwbare zekerheid bij het boeken van alles wat met de reiservaring te maken heeft:



46%

zou zich beter voelen over een verblijf in een bepaalde accommodatie als ze zouden weten dat het een duurzaamheidscertificaat of -label heeft



41%

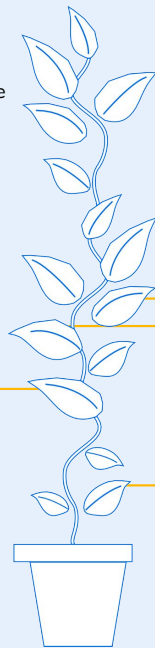
wil de volgende keer dat ze boeken hun opties filteren op accommodaties met een duurzaamheidscertificaat



60%

wil meer weten over waarom bepaalde opties als duurzamer worden erkend

Als reactie hierop moet de reisbranche zich aanpassen om aan de veranderende verwachtingen van deze bewustere reizigers te voldoen en stappen ondernemen om hun vertrouwen te winnen:



51%

vindt het leuk als merken producten of diensten aanbieden die duurzamer zijn, maar het beïnvloedt hun beslissing niet altijd

61%

Kroatië

13%

India

41%

vertrouwt er niet op dat de duurzaam gelabelde reisopties ook echt duurzamer zijn

58%

India & Italië

23%

Indonesië

18%

is altijd op zoek naar merken die duurzaamheid promoten

4%

koopt alleen producten en diensten van merken die duurzaamheid promoten

49%

India

2%

Denemarken & Japan



Oplossingen makkelijker maken, voor iedereen

Reizigers kunnen voor hun volgende reis duurzamere opties over de hele wereld kiezen via de zoekfilters van Booking.com:



500,000+ duurzamere accommodaties beschikbaar, ongeacht het accommodatietype, gelabeld met een gecertificeerde Travel Sustainable-badge.



Zoekfilters voor huurauto's om snel volledig elektrische en hybride auto's te vinden in **111 landen**



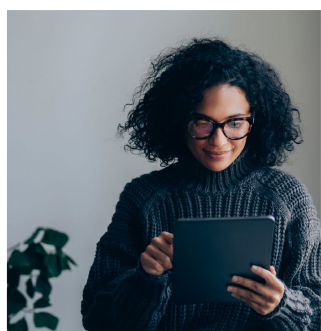
95 steden wereldwijd waar reizigers nu groenere mogelijkheden voor taxivervoer **kunnen vinden en boeken** door te zoeken naar de 100% Elektrisch-tagging in de zoekresultaten



47 steden wereldwijd waar tickets voor het openbaar vervoer nu beschikbaar zijn na het boeken van een accommodatie



Tagging om aan te geven wanneer een bepaalde route of luchtvaartmaatschappij een optie met een relatief lagere emissie aanbiedt – voor transparantie over de impact van vluchten en om de CO2-uitstoot van verschillende opties te vergelijken





Methodologie



Onderzoek in opdracht van Booking.com en onafhankelijk uitgevoerd onder een steekproef van 33.228 respondenten uit 35 landen en gebieden (1.019 uit de Verenigde Staten, 1.002 uit Canada, 1.007 uit Mexico, 1.005 uit Colombia, 1.008 uit Brazilië, 1.015 uit Argentinië, 1.008 uit Australië, 504 uit Nieuw-Zeeland, 1.008 uit Spanje, 1.002 uit Italië, 1.008 uit Frankrijk, 502 uit Zwitserland, 1.008 uit het Verenigd Koninkrijk, 1.000 uit Ierland, 1.008 uit Duitsland, 1.006 uit Nederland, 1.006 uit België, 1.004 uit Denemarken, 1.007 uit Zweden, 1.016 uit Kroatië, 1.012 uit Israël, 504 uit UEA, 1.012 uit India, 1.001 uit China, 1.000 uit Hong Kong, 1.000 uit Thailand, 1.020 uit Singapore, 1.001 uit Taiwan, 1.000 uit Vietnam, 1.002 uit Indonesië, 1.007 uit de Filipijnen, 1.002 uit Zuid-Korea, 1.009 uit Japan, 1.005 uit Zuid-Afrika en 510 uit Kenia).

Om deel te nemen aan dit onderzoek, moesten respondenten 18 jaar of ouder zijn, minstens één keer hebben gereisd in de afgelopen 12 maanden, van plan zijn te reizen in 2023 en ofwel degene zijn die de

besluiten neemt over toekomstige reizen, ofwel betrokken zijn bij de besluitvorming. De enquête werd online afgenomen in februari 2023.

