Booking.com
RAPPORT OM HÅLLBART RESANDE
2023

Dilemmat som delar hållbart resande under 2023

För åttonde året presenteras Booking.coms årliga rapport om hållbart resande, som samlar insikter från över **33 000 resenärer i 35 länder och områden**. Den visar hur ekonomisk osäkerhet bidrar till allt mer medvetna och hållbara beslut kring resande. Detta belyser dilemmat att människor kan känna sig tvingade till att välja mellan att dra ned på kostnader eller göra mer hållbara val kring sitt resande.

I en turbulent värld som präglas av geopolitiska konflikter och stigande inflation, inser resenärer i allt större utsträckning att det är brådskande att agera för att rädda planeten åt framtida generationer.
Den hittills mest omfattande undersökningen från Booking.com om hållbarhet kopplat till resor, belyser en splittring i människors handlingar. Vissa är mer medvetna om hur de spenderar sina pengar och tycker att hållbara resealternativ är för dyra, medan andra är villiga att betala mer för dessa alternativ för att känna sig säkra på att de bidrar på ett positivt sätt.

Trots ekonomiska hinder är det tydligt att det finns ett enormt sug efter hållbara lösningar - särskilt sådana som inte påverkar kostnaderna. På mikronivå omvandlar dagens ansvarsfulla resenärer sina goda intentioner till handling genom att öka sina hållbara resebeteenden, som att stänga av luftkonditionering och återanvända handdukar på sina boenden. Resenärer gör också medvetna val bortom vardagliga vanor, som att välja mer hållbara transportalternativ och att handla lokalt.

Från ekonomin till miljön. Resenärer omvärderar vad "värde" betyder för dem. På makronivå pekar hållbara trender mot en ökning av ett mer medvetet resande under 2023, där resenärer hittar mer meningsfulla sätt att spendera sina pengar.

I allt större utsträckning söker de regenerativa upplevelser som har en positiv inverkan på djurliv, naturvård och det lokala samhället på destinationerna. De engagerar sig mer i lokal filantropi och etiska upplevelser.

Samtidigt som resenärer är väl medvetna om klimatförändringarnas kritiska natur, finns det fortfarande inte någon direkt koppling mellan påverkan och handling. Från begränsad information till en uppfattad brist på trovärdiga alternativ. Denna rapport avslöjar hinder för att resa mer hållbart och de stora steg som reseleverantörer behöver göra för att vinna resenärernas förtroende. Sammanfattningsvis kommer det att ta tid att bygga en verkligt hållbar resebransch, men framsteg görs för att se till att det blir lättare för alla att uppleva världen på ett mer medvetet och ansvarsfullt sätt.

Resenärer omvärderar vad "värde" betyder för dem, med allt från att skapa regenerativa reseupplevelser, till att hitta mer meningsfulla sätt att spendera sina pengar.

Glenn Fogel

VD på Booking.com

"Under de åtta år som Booking.com har genomfört denna undersökning, fortsätter människor känna att trycket ökar på att agera nu och göra mer hållbara resval. Det är lovande att rapporten pekar på att resenärernas inställning utvecklas, med några märkbara förändringar i de mer hållbara beteenden som resenärer säger att de har tillämpat under det senaste året.

Även vi känner trycket och på Booking.com är vår ambition att skapa ett mer hållbart företag samt bidra till en mer hållbar resebransch. Det kommer att ta tid, kräva samarbete och systemförändringar. När det gäller vårt eget företag satte vi under 2022, som en del av vår klimataktionsplan, ambitionen att år 2040 nå netto-noll utsläpp och anpassade även vår handlingsplan för utsläppsminskning till Science Based Targets Initiative (SBTI). Vårt mål är att minska utsläppen med 95 % inom scope 1 och 2, med 50 % inom scope 3 till år 2030 samt att nå netto-noll år 2040.

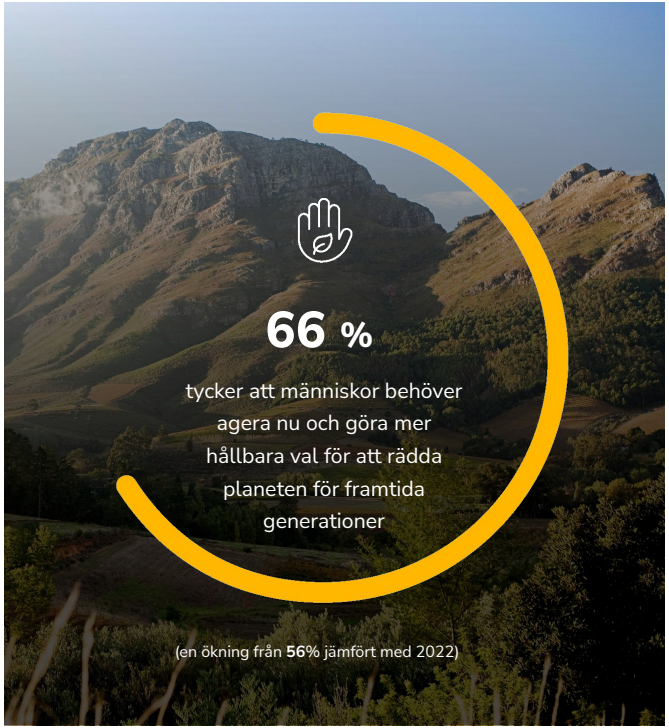
När det gäller vår plattform och den påverkan vi strävar efter inom resebranschen, uppmärksammas nu fler än 500 000 boenden över hela världen för deras hållbarhetsinsatser, inom vårt Travel Sustainable-program. Vi stärks av att se det höga antalet boendepartners som vi arbetar med ta steg för att vara mer hållbara. Men det återstår mer arbete för att göra det lättare för resenärer att hitta och boka mer hållbara alternativ under hela reseupplevelsen. På Booking.com är vår ambition att hitta skalbara sätt att erbjuda upplevelser under hela resan, som verkligen stärker kopplingen mellan resenärer och destinationer, från aktiviteter som skapar resultat till stöd för lokala samhällen.

För att göra hållbart resande större och till ett relevant alternativ är det upp till oss i resebranschen att tillhandahålla mer information till resenärer på ett trovärdigt och pålitligt sätt. Med fortsatt branschsamarbete och engagemang från våra partners är vi på god väg mot att hållbara resor blir normen och inte undantaget."

"Med fortsatt branschsamarbete och engagemang från våra partners är vi på god väg mot att hållbara resor blir normen och inte undantaget."

Det är bråttom att agera

Under en tid av allmän global osäkerhet, med klimatförändringar och stigande levnadskostnader fortsätter hållbart resande att vara i fokus för resenärer



67 %
bekräftar att det är viktigt att resa mer hållbart

De fyra högsta

99%	Indien
97%	Filippinerna
96%	Kenya
96%	Vietnam

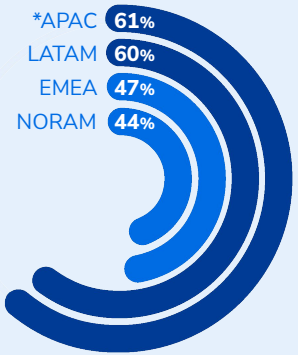
65%	Israel
65%	Belgien
62%	Nederländerna
55%	Danmark

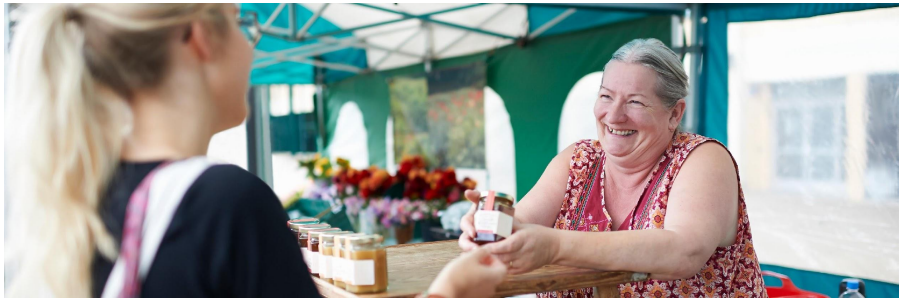
De fyra lägsta

Nyheter fortsätter att vara en viktig påverkansfaktor:

36 %
betraktar sig själva som kunniga om hållbarhet, där nyheter och sociala medier är de två främsta källorna till kunskap om ämnet.

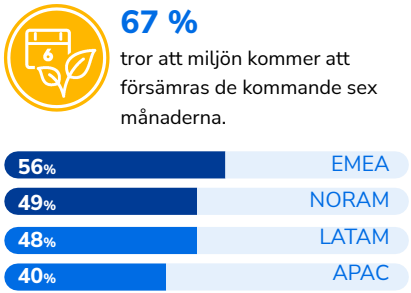
43 %
säger att nyhetsrapporteringen om klimatförändringar har påverkat dem till att göra mer hållbara resval.



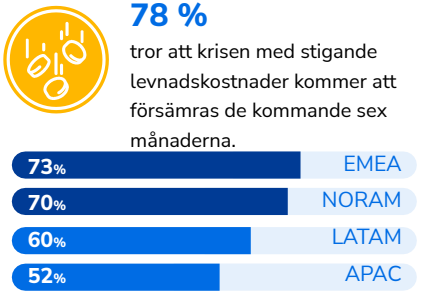


Men nyheterna pekar också på ett dilemma som människor står inför när det gäller att vara mer medvetna om när, var och hur de reser. Människor är allt mer osäkra på vad de ska prioritera när de försöker förena det som är viktigt för dem med kraven i vardagen:

67 %
tror att miljön kommer att försämras de kommande sex månaderna.



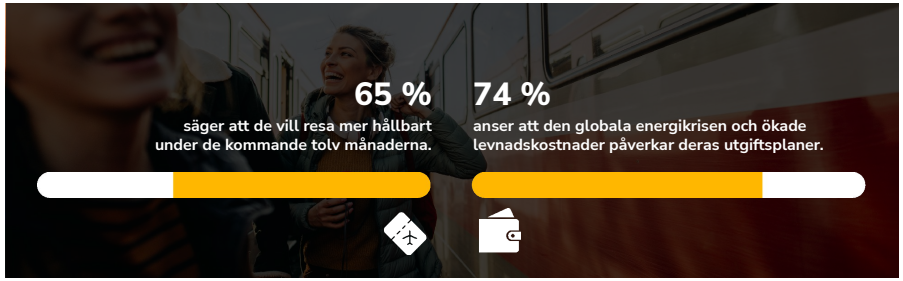
78 %
tror att krisen med stigande levnadskostnader kommer att försämras de kommande sex månaderna.



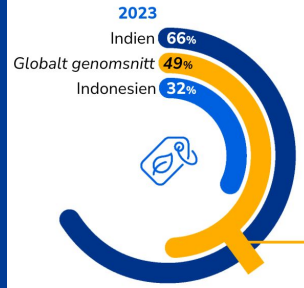
*APAC- ASIEN
LATAM - LATINAMERIKA
EMEA - EUROPA, MELLAMÖSTEN OCH AFRIKA
NORAM - NORDAMERIKA

Utgifter vs. samvete

Den ekonomiska situationen har förändrats drastiskt under de senaste tolv månaderna, och de stora ämnen som de flesta har i åtanke idag är kriserna kopplade till levnadskostnader och klimat



Med stigande inflation har resenärer en bestämd uppfattning att de måste välja mellan hållbarhet och utgifter. För dessa människor kan hållbara resor vara mindre viktigt, eftersom de är oroar sig för räkningar och energikrisen.



52 %
anser att mer hållbara resealternativ är för dyra.

(en ökning från **40%** år 2022)

48 %
vill ha tips på hur man kan resa mer hållbart till lägre kostnader.

Å andra sidan är resor verkligen tillbaka för många samtidigt som fokus ligger på att göra mer hållbara val:

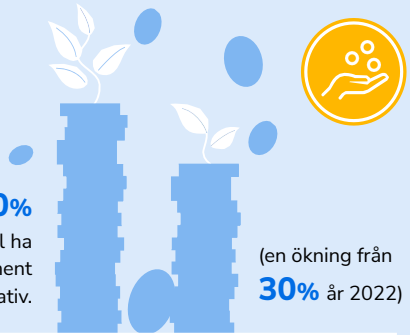
De tre högsta

- 80% Indien
- 75% Vietnam
- 72% Kenya

- 22% Belgien & Japan
- 20% Kroatien
- 19% Israel

De tre lägsta

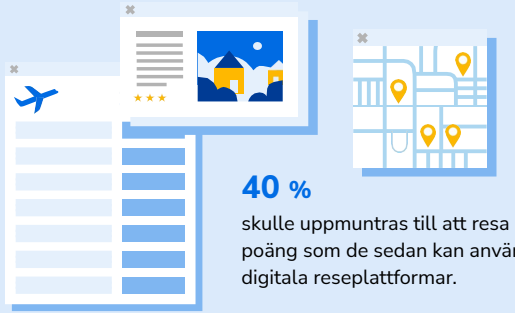
Med ett ökande antal resenärer som inser allvaret, söker de efter mer hållbara resmöjligheter med många förmåner, vilket skapar ett behov av incitament.



50%

av resenärerna vill ha rabatter och ekonomiska incitament för att välja miljövänliga alternativ.

(en ökning från **30%** år 2022)



40 %

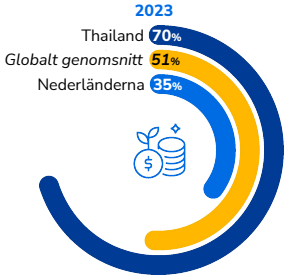
skulle uppmuntras till att resa mer hållbart, om hållbara val gav poäng som de sedan kan använda för förmåner eller rabatter på digitala reseplattformar.

Bryta igenom barriärer

Det är inte bara kostnader som uppfattas som ett hinder för att resa mer hållbart, det kan även vara allt från begränsad information till en uppfattad brist på alternativ. De hinder som upplevs försvåra valet av mer hållbara resor verkar vara fler än någonsin, och det har skett tydliga förändringar under de senaste tolv månaderna.

67 % vill att reseföretag ska erbjuda fler hållbara resealternativ.

(upp från **54 %** år 2022)



41 % anser att det inte finns tillräckligt med hållbara resealternativ.

Trots goda intentioner vet **36 %** av resenärerna inte var de kan hitta mer hållbara alternativ. Till exempel:

68 % söker genuina upplevelser som speglar den lokala kulturen.

35 % vet inte hur eller var de ska hitta upplevelser och aktiviteter som säkerställer att de ger tillbaka till det lokala samhället.

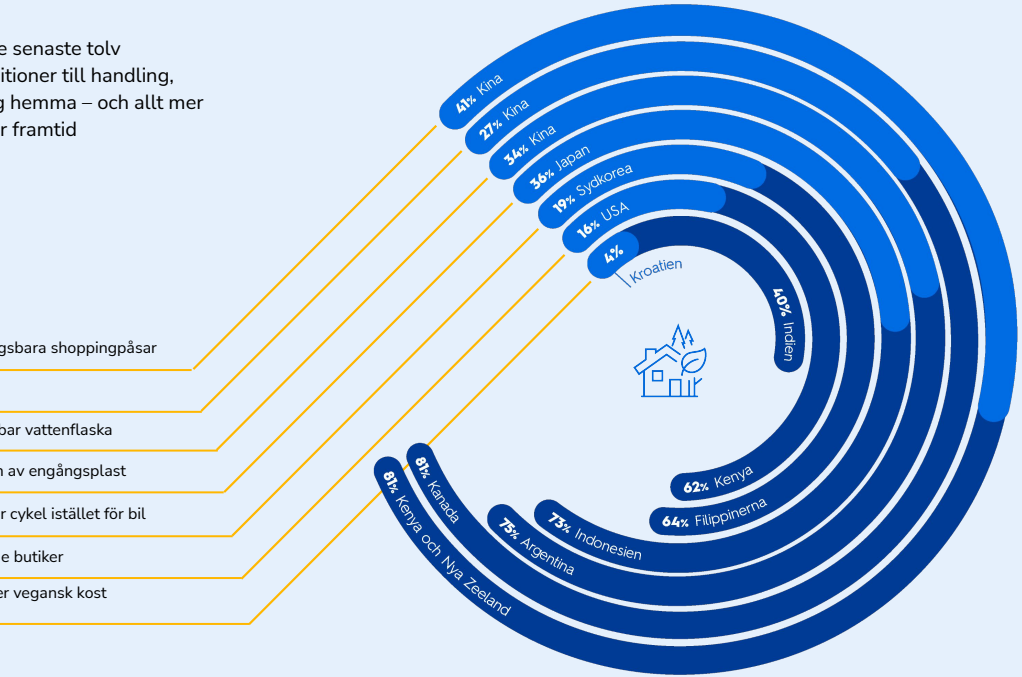
Den ansvarsfulle resenären

Trots befintliga hinder och en tunnare plånbok, är det tydligt att det finns ambitioner att söka lösningar där 45 % är fast beslutna att resa mer hållbart än året innan.

Resenärer säger att de under de senaste tolv månaderna har omvandlat ambitioner till handling, genom att vidta aktiva små steg hemma – och allt mer när de reser – för en mer hållbar framtid

Hållbara steg i hemmet

71 %	använde återanvändningsbara shoppingpåsar
71 %	återvann avfall
57 %	använde en återanvändbar vattenflaska
55 %	minskade användningen av engångsplast
45 %	valde kollektivtrafik eller cykel istället för bil
35 %	föredrog små, oberoende butiker
11 %	åt enbart vegetarisk eller vegansk kost



Hållbara steg på semestern

44 % stängde av luftkonditioneringen på boendet när de inte var där

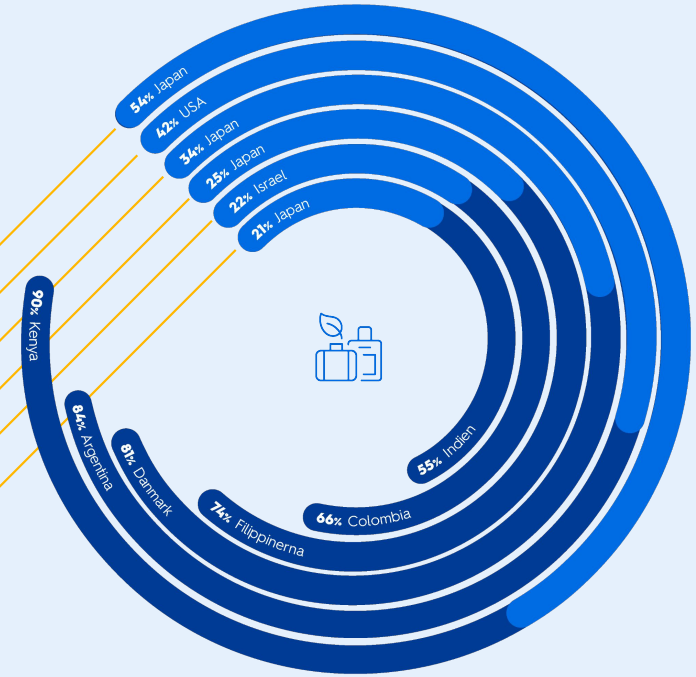
76 % återanvände samma handduk flera gånger

46 % använde sin egen återanvändbara vattenflaska

79 % stängde av lampor och apparater på boendet när de inte var där

35 % återvann sina sopor

50 % valde att inte låta rummet städas varje dag



Från turist till förändringsaktör

Den ansvarsfulle resenären växlar upp sitt ansvarsfulla resande år 2023 – och varje litet steg räknas. Denna förändring i beteende belyser de brådskande åtgärder som resenärer vidtar, när de strävar efter att göra mer hållbara val för att rädda planeten för kommande generationer.

Ännu mer lovande är att resenärer under de senaste tolv månaderna vidtog åtgärder för att göra medvetna val under semestern, utöver vardagliga mikrovanor.

Transport

Högst

60% Filippinerna

31% USA

Lägst

34 %
reste under lågsäsong för att undvika för mycket folk.

Högst

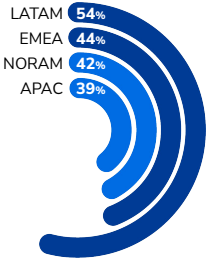
55% Colombia

29% Kina

Lägst

Handla lokalt

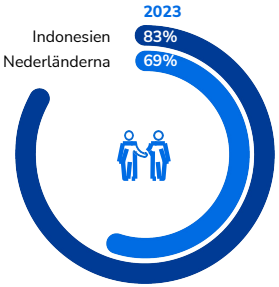
Det råder också enighet bland resenärer om att anta "handla lokalt"-mantrat på semestern och använda sin pengar som en kraft för det goda:



40 %
föredrar små, oberoende butiker.

Regenerativt resande på uppgång

I takt med ökande klimatångest antar dagens resenärer en alltmer regenerativ inställning till resande och söker efter semestrar med högst positiv påverkan.



69 %

vill att pengarna de spenderar när de reser ska gå tillbaka till det lokala samhället.

54 %

säger att de vill lämna de platser som de besöker i bättre skick än när de kom.

De fyra högsta

- **85%** Kenya
- **83%** Vietnam
- **81%** Indonesien
- **81%** Thailand

De fyra lägsta

- **52%** Israel
- **51%** Belgien
- **51%** Tyskland
- **41%** Nederländerna

Resenärer omprövar också vad de betraktar som mer hållbara former av resor:

64 %

anser att en mer hållbar resa bidrar till att skydda den naturliga miljön.

47 %

anser att aktiviteter och turer som gynnar den lokala ekonomin bidrar till en mer hållbar reseform.

54 %

anser att bevarandet av vilda djur och naturliga livsmiljöer på resmålet, bidrar till en mer hållbar reseform.

Förtroende, sanning och resebranschen

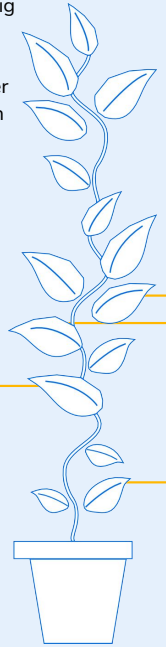
Resenärer blir mer ansvarsfulla med tanke på den ökande klimatångest – från val av boende till transportval. Som ett resultat söker resenärerna en trovärdig försäkran när de bokar hela sin resa.

56 %
skulle må bättre av att bo på ett visst boende om de visste att det hade en hållbarhetscertifiering

43 %
vill använda filter som bara visar alternativ med hållbarhetscertifiering nästa gång de gör en bokning.

58 %
är intresserade av att lära sig mer om varför specifika alternativ anses vara mer hållbara.

Som svar måste reseindustrin anpassa sig för att möta de förändrade förväntningarna hos mer medvetna resenärer och anstränga sig för att vinna deras förtroende.



53 %
gillar när varumärken erbjuder produkter eller tjänster som är mer hållbara, men det påverkar inte alltid deras beslut.

- 61% Kroatien
- 13% Indien

42 %
litar dock inte på att de resealternativen som är märkta verkligen är mer hållbara.

- 58% Indien & Italien
- 23% Indonesien

22 %
letar alltid efter varumärken som främjar hållbarhet.

6 %
köper bara produkter och tjänster från varumärken som främjar hållbarhet

- 49% Indien
- 2% Danmark & Japan

Vi gör det lättare för *alla* att göra mer hållbara resval

Resenärer kan välja mer hållbara alternativ över hela världen inför sin nästa resa genom Booking.coms sökfilter.

Över **500 000** olika hållbara boenden finns tillgängliga, märkta med ett certifierat Travel Sustainable-märke.

Sökfilter för hyrbilar för att snabbt hitta helt elektriska och hybridbilar i **111 länder**.

Resenärer kan nu också hitta och boka grönare taxialternativ **i 95 städer** över hela världen, genom att leta efter en etikett i sökresultaten som anger att taxin är 100 % eldriven.

47 städer världen över där möjligheten att göra biljettköp till kollektivtrafik finns tillgängliga efter genomförd bokning av boende.

Taggning för att indikera när en viss rutt eller transportör erbjuder ett alternativ med lägre utsläpp – för transparens om flygets påverkan och för att jämföra CO2-utsläpp för olika alternativ.

Metodik

Undersökningen beställdes av Booking.com och utfördes oberoende bland ett urval av 33 228 respondenter från 35 länder och områden (1019 från USA, 1002 från Kanada, 1007 från Mexiko, 1005 från Colombia, 1008 från Brasilien, 1015 från Argentina, 1008 från Australien, 504 från Nya Zeeland, 1008 från Spanien, 1002 från Italien, 1008 från Frankrike, 502 från Schweiz, 1008 från Storbritannien, 1000 från Irland, 1008 från Tyskland, 1006 från Nederländerna, 1006 från Belgien, 1004 från Danmark, 1007 från Sverige, 1016 från Kroatien, 1012 från Israel, 504 från UEA, 1012 från Indien, 1001 från Kina, 1000 från Hongkong, 1000 från Thailand, 1020 från Singapore, 1001 från Taiwan, 1000 från Vietnam, 1002 från Indonesien, 1007 från Filippinerna, 1002 från Sydkorea, 1009 från Japan, 1005 från Sydafrika och 510 från Kenya).

För att delta i undersökningen måste respondenterna ha varit 18 år eller äldre, ha rest minst en gång under de senaste 12 månaderna och planera att resa under 2023, samt vara antingen den primära beslutsfattaren eller involverad i beslutsfattandet av deras resa. Undersökningen genomfördes online i februari 2023.