

En bättre resa: Lokalt, oförstört och genuint hellre än All Inclusive

Resmål och pris styr bokningen snarare än hotellet. God mat associeras mer med semester än att umgås med familjen. Framför allt vill man sola och bada på semesterresan men All Inclusive ligger långt ner på prioriteringslistan. Och miljöfrågan är absolut på tapeten, enligt Apollos senaste undersökning.

Apollo ställer regelbundet frågor till en Resepanel för att stämma av intressanta frågor. Senast under hösten framkom en del svar som stjälpde några vanliga sanningar i resebranschen och bekräftade en del tendenser.

– En intressant iakttagelse är att vi associerar semester mer med god mat än att umgås med familjen. Dessutom säger närmare 80 % att de helst äter på lokala restauranger, något vi ser hänger väl ihop med att allt fler väljer lugna, mysiga, genuina tillflyktsorter, säger Kajsa Moström, informationschef på Apollo.

Det är alltså resmålet som styr bokningen först och främst (81,9 %), och priset (70,8 %). Hotellet kommer i tredje hand (44,8 %). När det väl gäller hotellet däremot är läget det viktigaste. Närhet till strand och en balkong vill man också ha. På fjärdeplats kommer "hög servicenivå" som en viktig aspekt, 22,9%, och att hotellet erbjuder All Inclusive är viktigt för 12%.

– Våra gäster efterfrågar en större valfrihet nu när det kommer till boende med mat. Den ökade efterfrågan på All Inclusive har stagnerat något och många vill nu kunna välja mellan AI, halvpension och helpension eller att inte ha någon mat inkluderad alls, säger Kajsa Moström.

Vi har länge sagt att man bokar sin resa allt tidigare, men det gör man inte längre. Tvärtom har man svårare att bestämma sig vart man ska resa och väntar med att boka. Förändringen beror delvis på att man tänker mer på ekonomin, men det är fortfarande så att resor prioriteras även om det är lågkonjunktur. 3 % bokar sin resa 12 månader i förväg och knappt 25% 6 månader innan resan.

De allra flesta associerar semester med sol och bad, 58,6 %. På andra plats kommer "nya upplevelser", 42,6 % och sedan "inga måsten" på 36,8 %. Här poppar också att "äta gott" upp på en god fjärdeplats, 36 %, med god marginal ner till att umgås med familjen på 20%.

Resultaten är hämtade ur en undersökning med 500 respondenter som Apollo genomförde i augusti med hjälp av Resepanelen.

För mer information kontakta: Kajsa Moström, informationschef Apollo, tel: 08-673 85 03, 070-672 32 00

Apollo är Sveriges tredje största researrangör och står för det bredaste charterutbudet. Apollo är sedan den 1 januari 2001 ett helägt dotterbolag till den schweiziska resekoncernen Kuoni. Den skandinaviska delen av koncernen heter Kuoni Scandinavia och där ingår förutom Apollo i Sverige, Norge, Danmark och Finland även flygbolaget Novair, Golf Plaisir och Lime travel i Sverige samt Falk Lauritsen och Krone Golf i Danmark. Kuoni Scandinavia har närmare 1000 medarbetare och totalt 1 miljon resenärer till resmål i hela världen.