**DIT ZIJN DE REISTRENDS VAN 2022**

*Van friendcations tot slow reizen – dit is hoe wij de wereld in 2022 ontdekken*

**Amsterdam, 5 januari, 2022 – Ondanks de verschillende uitdagingen die 2021 met zich mee bracht, konden we toch voorzichtig weer een beetje proeven van dat vrije vakantiegevoel. Ook in 2022 willen we nieuwe bucketlist bestemmingen bezoeken en droomreizen realiseren. Wel doen we dit op een andere manier. Buiten de gebaande paden, met meer zicht op lokaal impact en duurzaamheid. Dit jaar durven we weer te denken aan mooie reizen naar bijzondere oorden. Daarom hieronder dé reistrends voor 2022.**

1. **Volmondig ‘ja’ tegen elke droomreis**

Door de coronacrisis is onze kijk op het leven veranderd. Volgens een recent onderzoek van Booking.com hebben reizigers behoefte aan meer positiviteit en spontaniteit. We beseffen veel meer wat we kunnen missen en hechten meer waarde aan elke vakantiemogelijkheid die op ons pad komt. De meerderheid van de Nederlandse reizigers zou daarom nu tegen elke vakantie binnen hun budget volmondig ‘ja’ zeggen. Ook uit onderzoek van Amadeus blijkt dat reizigers meer dan ooit open staan voor reizen. Mensen beseffen dat ze meer in het nu moeten leven, en die *once in a lifetime*-reis willen boeken zodra het weer kan. Wachten is geen optie meer.

1. ***Family- and friendcations***

Reizigers zijn er de afgelopen tijd achter gekomen wat nou écht belangrijk is. Voor de pandemie werd reizen gedomineerd door zakenreizigers. Nu is dat echter niet meer zo. Mensen gaan veel vaker op vakantie met familie en vrienden. Uit onderzoek van Airbnb blijkt dat 42% van de respondenten een op familie gerichte reiziger is. Dit percentage is hoger dan elk ander type reiziger. Ook volgens het onderzoek van Amadeus zijn sterke relaties belangrijker dan ooit en gaan mensen hierom graag met vrienden op vakantie. Mensen zien de optie om, aan het einde van de pandemie, eindelijk weer een *real-life* reünie te houden met hun geliefden en de aantal boekingen voor *friendcations* op boekingsplatformen schieten door het dak.

1. **Workations zijn *hot***

‘Digital nomads’ en ‘workations’, deze woorden zijn al een aantal jaren bekend in Nederland, maar mede dankzij de opkomst van Zoom, Teams, en Skype meetings hebben ze een hele andere dimensie gekregen. Thuiswerken is normaler dan ooit, waardoor het voor veel werknemers makkelijker is om vanaf een andere plek te werken. Of dit in Nederland of in het buitenland is, maakt vaak niet veel meer uit. Bedrijven zijn flexibeler geworden en er is online heel veel mogelijk. Volgens Airbnb is het dankzij deze ontwikkeling veel makkelijker om langere tijd in het buitenland te blijven of hier te gaan wonen. UNWTO heeft zelfs het begrip *ed-ventures* geïntroduceerd, waarbij vakantie en educatie gecombineerd wordt. Hierdoor kunnen studenten online of op locatie les krijgen terwijl ouders aan het telewerken zijn.

1. **Duurzaam en slow reizen**

We raken ons steeds meer bewust van de realiteit waarin we leven en zo ook van klimaatverandering. Twee derde van de respondenten in het onderzoek van Amadeus gaf aan dat zij duurzame reizen prioriteit geven. Ook UNWTO merkt hier een verschil in vergeleken met vorige jaren. Reizigers kiezen er vaker voor om op een duurzame en *slow* manier te reizen. Zo boeken we vaker een wat langer verblijf en kiezen we ervoor om tijdens de vakantie het rustiger aan te doen, met meer focus op wellnessactiviteiten. Op vakantie letten we meer op onze ecologische voetafdruk door bij duurzame bedrijven te boeken en producten en eten te kopen bij lokale ondernemingen. Ook is het opvallend dat we vaker een vakantie in eigen land boeken om het even wat rustiger aan te doen.

1. **Flexibeler in het kiezen van vakantieoord**

Door de pandemie zijn mensen veel flexibeler geworden in waar ze precies heen willen. Dit merkte Airbnb vooral in het zoekgedrag van reizigers. Veel potentiële vakantiegangers zochten naar accommodaties zonder een specifieke locatie in te vullen. Verder kiezen mensen er nu vaker voor om naar plekken te reizen die ver weg zijn van het massatoerisme. Geen drukke steden of beroemde toeristische trekpleisters meer, maar juist onbekende plekken ontdekken. Ook Lonely Planet is druk bezig geweest met een onderzoek naar de wensen van reizigers, waar meerdere (nog relatief) onontdekte bestemmingen uit zijn gekomen. Zo staan onder andere Belize, Slovenië en Anguilla op de [2022 Best in Travel List](https://www.lonelyplanet.com/articles/best-in-travel-2022).

**Over USP Marketing PR**

USP Marketing PR is een onafhankelijk PR bureau gespecialiseerd in toerisme, hospitality en lifestyle. Het bureau is opgericht in 1994 en is gevestigd aan de Brouwersgracht in hartje Amsterdam. USP Marketing PR vertegenwoordigt wereldwijde brands zoals: Emirates, NYC & Company, Essential Costa Rica, Tourism Authority of Thailand, Japan National Tourism Organization, Airbnb, St. Maarten Tourism Board en Norwegian Cruise Line. Zie voor meer informatie [www.usp.nl](http://www.usp.nl).

**Noot voor de redactie, niet bestemd voor publicatie:**

Voor achtergrondinformatie en hoge resolutie beeldmateriaal kunt u contact opnemen met:

**USP Marketing PR**

Contact:     Ninette Neuteboom   
Telefoon:    020 423 28 82  
Email:         [pr@usp.nl](mailto:pr@usp.nl)