# Minibreaks

# -hetaste restrenden 2018

**Tillsammans med Kantar SIFO och svenska folket har Resia tagit reda på hur och vart man vill resa nästa år. Vad är viktigast på resan? Vad lägger svenskarna helst sina pengar på och hur lång är egentligen den ultimata utlandsresan? Svaren på de här frågorna får du i Resiabarometern 2018.**

– Det som överraskar mig mest är trenden att så många som 53 procent av svenskarna inte vill träna på sin semester. Det finns dock en förklaring till detta. Under 2018 åker man istället på renodlade träningsresor, som vi har en stor efterfrågan på. Att man inte efterfrågar wi-fi på samma sätt som tidigare har såklart flera förklaringar, men det gläder mig och jag hoppas att resenärer istället kan ägna tid åt att umgås med nära och kära. Minibreaks blir en självklarhet att åka på under 2018. Jag älskar den nya trenden och jag tror vi kommer få se många svenskar som åker på flertalet minibreaks under 2018, menar Lina Eklund, PR-specialist på Resia.

**Trend nummer 1 – inspirerande boende och kulinariska äventyr**

Undersökningsresultatet från Kantar SIFO visar att det svenskarna är villiga att lägga största delen av reskassan på är boendet. Samtidigt visar samma undersökning att vi vill att boendet ska vara prisvärt. Med andra ord betyder prisvärt i det här sammanhanget inte detsamma som billigt. Svenskarna är villiga att betala pengar för ett bra hotell med centralt läge, hög standard med bra faciliteter samt att hotellet har service minded och trevlig personal. Det personliga mötet blir viktigare än tidigare. Ett centralt läge kommer långt före både havsnära läge och pool.

**Trend nummer 2 – avkopplad och bortkopplad**

Överallt kan man läsa om att träning på resan ökar och att det är omöjligt att åka på semester utan att ha ett fungerande wi-fi. Resias undersökning visar dock något helt annat inför 2018 års resande. Mer än hälften av svenskarna (53 procent) menar att de inte tränar alls när de reser privat, semestern ska enligt dem handla om avkoppling och ingenting annat. När vi väljer hotellet rankas tillgång på wi-fi som mindre viktigt än både bra pris, bra läge och bra service, vilket kan jämföras med förra året då wi-fi hamnade på andra plats. Det är betydligt viktigare för männen med tillgång till wi-fi än för kvinnor, intressant med tanke på att det hela tiden talas om att det är kvinnor som är mest aktiva i sociala medier.

**Trend nummer 3 – kulturspotting ökar**

Drygt en femtedel av svenskarna, 23 procent, tycker att det absolut viktigaste på resan är att upptäcka nya kulturer och länder. Vi är mer nyfikna än någonsin på det som skiljer sig från det vanliga livet här hemma. Så pass nyfikna att vi prioriterar bort lata dagar på stranden för en trevlig tur till en avlägsen by där vi får hälsa på lokalbefolkningen och uppleva resmålet på riktigt. En intressant trend som växt sig starkare de senaste åren.

**Trend nummer 4 – minibreaks 2018 års hetaste trend**

Weekendresor är mer populära än någonsin. Med skillnaden att svenskarna nu förlängt weekendresan till ett minibreak istället. För bara några år sedan var en weekend lika med 2 nätter. Ganska snart förlängdes detta till 3 nätter, och under 2016 spenderade svensken i genomsnitt 4,12 nätter på plats. Under 2017 och 2018 har den här siffran höjts till 5,09 nätter i snitt. 2017 såg vi ett trendbrott då weekend/minibreak-resandet ökade stort även under sommaren. Vi reser oftare, och stannar ofta borta kortare än en vecka.

**Vad spenderar svenskarna helst pengarna på under resan?**

1. Boendet, 2) Mat och dryck, 3) Upplevelser på plats, 4) Flygresan, 5) Shopping

**Vad är viktigast för val av hotell?**

1. Att det är prisvärt, 2) Att det ligger centralt, 3) Att det har hög standard med bra faciliteter, 4) Att hotellet har trevlig och service minded personal 5) Tillgång till wi-fi

**Vad är viktigast för svensken på resan?**

1. Att få upptäcka nya kulturer och länder, 2) Att få fly vardagen, 3) Att få uppleva nya saker, 4) Att få sol och värme, 5) Att få minnen för livet.

*Topplistorna avser resor som kommer göras under 2018. Uppgifterna baseras på en undersökning gjord i samarbete med Kantar SIFO där 1079 svenskar intervjuats. Intervjuerna skedde i slutet av oktober 2017.*

Ladda ned Resiabarometern 2018 i sin helhet på (länk till Mynewsdesk)

# För mer information, kontakta gärna:

Lina Eklund, PR-specialist Resia AB, telefon: 0702-88 49 75, e-post: lina.eklund@resia.se

# *Resia AB etablerades 1974 och har idag resebyråer utspridda över hela landet, samt onlineförsäljning  i Skandinavien. Med drygt 30 procent av totalmarknaden av resebyråförsålda charter- och paketresor är Resia en av Sveriges största resebyråkedjor. Verksamhet omfattar både semesterresor, affärsresor och grupp- och konferensresor. I moderbolaget Resia Travel Group AB ingår dotterbolagen Resia AB och Bengt-Martins AB samt varumärkena Resfeber, Box Office Cruise Market och Hyttespecialisten. Resia Travel Group omsätter cirka fyra miljarder kronor och har drygt 400 medarbetare med huvudkontor i Göteborg.*

# För mer information, kontakta gärna:

Lina Eklund, PR-specialist Resia AB, telefon: 0702-88 49 75, e-post: lina.eklund@resia.se

***Resia AB*** *är ett värderingsstyrt försäljningsbolag med tillgänglighet, kompetens och personligt engagemang i fokus. Verksamheten omfattar semesterresor, affärsresor och grupp- och konferensresor med försäljning i 46 butiker, på internet och på telefon. Hos oss jobbar branschens vassaste resesäljare – deras passion, kompetens och långa erfarenhet av försäljning och resor är vårt viktigaste konkurrensmedel. Företaget etablerades 1974, och är en av de dominerande aktörerna på den skandinaviska resebyråmarknaden.*