



SCANDINAVIAN TRAVELER

FOR THE MODERN TRAVELER FROM SCANDINAVIAN AIRLINES

BUSINESS + LEISURE = BLEISURE

Efterhånden som grænsen mellem arbejde og fritid bliver mere og mere udvisket, ønsker forretningsrejsende i stigende grad at få mere ud af deres ture ved at tilføje dem noget fritid.

At forlænge en arbejdstur er måske ikke noget nyt fænomen, men det vokser og vil fortsat gøre det, og tendensen drives tilsyneladende af de eventyrlystne og mere krævende millennials.

Ifølge en rapport udarbejdet af lejlighedsudlejningsfirmaet BridgeStreet Global Hospitality har 60% af de forretningsrejsende taget mindst én såkaldt bleisure-tur (business + leisure), og 30% af dem forlænger turen med mindst to dage.

En tendens, der også er på vej op: en anden undersøgelse foretaget af Expedia Media Solutions og Luth Research konstaterer, at længden på en forretningsrejse i forhold til et bleisure-ophold er gået fra to nætter til seks eller mere. Ifølge Expedia er millennials (22 til 35 år gamle) mere tilbøjelige end andre grupper til at benytte lejligheden til at forlænge en forretningsrejse, ca. 48%, sammenholdt med 33% af Generation X'erne (36 til 54 år gamle) og 23% af babyboomerne (55 eller ældre). Kønsfordelingen blandt bleisure-rejsende er næsten lige.

De tre største bleisure-aktiviteter er sightseeing, spisning og lokale kulturelle oplevelser, og hvis de rejsende ikke bor på det hotel, hvor de gør forretning, foretrækker de at bo på boutiquehoteller, eller, hvis de er i grupper, på all-inclusive resorts.

Med hensyn til, hvorvidt man vil lægge fritid oveni, planlagde ca. 66% at gøre det på grund af destinationen. Nogle af de andre karakteristika, der kan påvirke den slags bookinger, er sightseeingsteder (85%), strande (57%), vejr (52%) og kultur (49%), såsom museer eller kunstgallerier.

Fordelene for de rejsende er indlysende, men også turismeerhvervet kan høste nogle vigtige erfaringer her. Hotelejerne skal kende vanerne hos de forretningsrejsende, som udgør et vigtigt marked for dem, og da de fleste, der forlænger deres ture, opholder sig på hoteller for både forretnings- og fritidssegmentet, er det en mulighed for, at hotellerne kan skræddersy deres loyalitetsprogrammer i overensstemmelse hermed.

Også arbejdsgiverne vil i stigende grad tage hensyn til denne type ønsker for nuværende og kommende medarbejdere. Dem, der tilbyder frynsegoder, f.eks. ekstra dage i halen på en forretningsrejse, vil blive opfattet positivt, fordi de ser balancen mellem arbejdsliv og privatliv som en vigtig faktor i unges jobvalg.

I Skandinavien afspejler resultaterne nogenlunde den globale tendens, og ca. 30% af de forretningsrejsende lægger mindst en ekstra dag oven i til sig selv. Alderen på dem, der vælger at forlænge forretningsrejsen, vil falde i de kommende år.

"Stigningen inden for bleisure hænger sammen med, at et stigende antal 18-35-årige bliver forretningsrejsende. De ser det som en mulighed for at opleve verden, uden at det skal koste for meget," siger hun.

"Hvad vi også ser i denne gruppe er en større efterspørgsel efter, at ting skal være problemfri. Ting såsom Fast Track er vigtige – ikke for prestigens skyld, men mere fordi det er bekvemt. På samme måde vil de gerne have pladser tæt ved indgangen, så det er nemmere at komme ud først uden at skulle stå i kø i kabinen eller i terminalen."

"Hvis rejsende i denne region får chancen, vil de gerne forlænge rejsen," tilføjer Månsson. "Der er flere og flere firmaer, der gør det, og de kan ikke se nogen ulemper ved det, så længe det ikke bliver dyrere for dem."

Kilde: <https://scandinaviantraveler.com/dk/livsstil/business-leisure-bleisure>

26. februar 2018