

# Hotels.com tutkii Y-sukupolven uutta #TravelBrag-trendiä "BRAGTAG" syrjäyttää vaatimattoman HASHTAGIN matkustuksen muodostuessa Y-sukupolven uudeksi sosiaaliseksi valuutaksi

December 13, 2017

***Oli kyseessä sitten luksussviitti, trendihotelli tai #foodporn, #TravelBragista on tullut olennainen osa matkailua***

- **Ottaako vai eikö ottaa selfie... sitä tuskin edes tarvitsee kysyä:** Lähes joka neljäs matkailija tunnustaa ottavansa hotellille saavuttuaan ensimmäiseksi selfien tai kuvan tai videon huoneestaan tai kuvan tai videon huoneestaan ja lataavansa sen sosiaaliseen mediaan.
- **#Travelbrag-postaukset olennainen osa matkustamista:** Keskimääräinen matkustaja kuluttaa lomalla 53 minuuttia päivässä sosiaalisessa mediassa. Suosituimmat kanavat matkapostausten jakamiseen kotiin jääneille ystäville ovat Facebook (51 %) ja Instagram (43 %).
- **Luksuhuone Instagram-tasoisella näkymällä, kiitos:** 10 % valitsee hotellin sen perusteella, sopiiko hotelli #TravelBrag-postausten jakamiseen sosiaalisessa mediassa

**SUOMI, 6. joulukuuta 2017:** Hotels.com™ Mobile Travel Trackerin\* tekemän tutkimuksen mukaan matkapostausten jakamisesta sosiaalisessa mediassa on muodostunut Y-sukupolven uusi trendi, jota kutsutaan nimellä "travel bragging". Julkaisujen tarkoitus on saada kehuja sekä kavereilta että tuntemattomilta seuraajilta sosiaalisessa mediassa. #TravelBrag-postauksista saa tykkäyksiä, ja 20 % tutkimukseen osallistuneista tunnustavat käyttävänsä matkustaessaan yli neljä tuntia päivässä kännykän käyttämiseen. Lomalla tulee siis helposti katseltua kännykän näyttöä enemmän kuin rantamaisemaa... #sorrynotsorry.

Tarkasteltaessa sosiaalisessa mediassa viihtyvien käyttäjien matkapostausten aiheita,

ruokakuvat (38 %) ovat suosituimpien joukossa. #foodporn-bragtagillä varustetut ruokakuvat esittelevät eksoottisia ruokalajeja kaikkialta maailmasta, ja kuvia julkaistaan niille, jotka ovat jääneet kotiin syömään makaronilaatikkoa. Maistuisiko paistettu hämähäkki?

Filttereitä rakastavasta ja selfie-keppejä käyttävästä 18-29-vuotiaiden sukupolvesta yli kolmannes (38 %) kertoo lataavansa nettiin lomalla mieluummin selfien kuin yhteiskuvan läheistensä kanssa (28 %) #savage. ~~Ja selfieitä rakastavat tutkimuksen mukaan sekä miehet (26 %) että naiset (26 %).~~ Joukossa on kuitenkin vielä myös kulttuurinharrastajia, jotka jakavat mieluummin kaupunkimaiseman (35 %) kuin kuvan lempityylistään (8 %).

Uusi tutkimus vahvistaa lisäksi romantiikan todella kuolleen, sillä 11 % vastanneista tunnustaa matkustavansa mieluummin älypuhelimensa kuin kumppaninsa kanssa. Matkustajat jopa ahdistuvat enemmän puhelimen akun loppuessa (10 %) kuin riidellessään kumppaninsa kanssa matkalla (8 %) #FOMMO (fear of missing my mobile).

Hotels.comin tilaama tutkimus osoittaa uusia trendejä mobiiliteknologian käytössä matkan aikana. Tutkimuksen tulokset julkaistaan toisessa vuosittaisessa Mobile Travel Tracker Report -raportissa.

”Me Hotels.comilla tiedämme, että 28 % ihmisistä eivät nauttisi lomastaan ilman älypuhelimiaan – eihän ilman sitä parhaan selfien tai upeiden matkakuvien esittely ystäville onnistuisi ollenkaan! Lisäksi tiedämme, että täydellisen kuvan ottaminen on vieläkin tärkeämpää 8 %:lle matkustajista, jotka tunnustavat poseeraavansa missä vain saadakseen täydellisen selfien, usein jopa turvallisuuden kustannuksella”, sanoo Daniel Craig, joka toimii Hotels.com-brändin mobiiliosaston varatoimitusjohtajana.

”Yli kolmannes matkustajista ei varaisi hotellia, joka ei tarjoa ilmaista Wi-Fiä. Matkustajat haluavat selvästi olla jatkuvasti yhteydessä muuhun maailmaan. Hotels.com tarjoaa runsaasti upeita yöpymispaikkoja, jotka voi varata sovelluksemme kautta helposti yhdellä napsautuksella. Niissä on valinnanvaraa enemmän kuin tarpeeksi selfie-harrastajille, jotka saavat takuulla täydellisen #nofilter-kuvan Instagramiin.”

Aloita seuraava seikkailusi lataamalla Hotels.comin sovellus ja valitse haluamasi #TravelBrag-kohde satojen tuhansien paikkojen joukosta ympäri maailman.

**LOPPU**

Lisätietoja antaa Hotels.comin Pohjoismaiden tiedotusosasto sähköpostitse osoitteessa [nora.maki@cohnwolfe.com](mailto:nora.maki@cohnwolfe.com) tai puhelimitse numerossa +358 (0)41 433 1078.

## Huomautuksia toimittajille

\*Mobile Travel Tracker -tutkimuksen teki One Poll marraskuussa 2017. Kyselyyn vastasi 300 ihmistä Suomessa.

## Tietoa Hotels.com-sivustosta

Hotels.com on Hotels.com, L.P.:n omistama markkinoiden johtava majoitusvaraussivusto, jonka kautta varattaviin majoitusliikkeisiin kuuluu kansainvälisiä hotelliketjuja, täysihoitoperiaatteella toimivia lomakeskuksia, paikallisia suosikkihotelleja ja bed & breakfast -paikkoja ja joka tarjoaa kaiken tarvittavan tiedon täydellisen majoituksen varaamiseen. Asiakkaat saavat välittömiä säästöjä varaamalla huoneen salaiseen hintaan\*\* mobiilisovelluksen kautta, ja Hotels.comin Rewards-ohjelman jäsenet voivat ansaita ja lunastaa palkintoita\*\*\* tuhansissa kohteissa ympäri maailmaa. Hotels.comin iPhone-puhelimille ladattava Concierge-mobiilisovellus on kuin taskuun sopiva oma paikallisopas, jonka avulla onnistuvat esimerkiksi paikallisen julkisen liikenteen palveluiden käyttö, noutoruokatilaukset, ravintolavaraukset ja paikallisiin aktiviteetteihin tutustuminen.

\*\*Salaisia hintoja tarjotaan Hotels.com-sovelluksen käyttäjille, Hotels.com™ Rewards -jäsenille ja henkilöille, jotka voivat avata salaiset hinnat sivustolla tilaamalla Hotels.comin uutiskirjeen. Salainen hintasi näkyy hakutuloksissa Salainen hintasi -bannerin kohdalla. Salaisia hintoja on saatavilla vain tiettyihin hotelleihin valikoituina päivinä. Salaisiin hintoihin sovelletaan samoja ehtoja kuin muihinkin hintoihin.

\*\*\* Palkintoyö ei sisällä veroja tai maksuja. Palkintoyön arvo perustuu sen ansaitsemiseen johtaneiden kymmenen varatun yön keskihintaan. Lue täydelliset käyttöehdot [tästä](#).

*© 2017 Hotels.com, L.P. Hotels.com, Se selkeä valinta, Hotels.com Rewards ja Hotels.com-logo ovat rekisteröityjä tavaramerkkejä tai Hotels.com, L.P.:lle kuuluvia tavaramerkkejä Yhdysvalloissa ja/tai muissa maissa. Kaikki muut tavaramerkit ovat omistajiensa omaisuutta.*