



Allt fler unga använder AI för att planera resan

En ny undersökning från resebyrån Ticket visar att sociala medier har ökat mest som källa till reseinspiration bland unga svenskar de senaste två åren. Samtidigt börjar AI-verktyg som ChatGPT också ta plats i reseplaneringen.



Resevanor förändras inte bara när det gäller resmålen – även sättet vi söker information på håller på att förändras visar en undersökning från resebyrån Ticket. Bland unga svenskar är det framför allt sociala medier som har tagit allt större plats i reseplaneringen under de senaste två åren. Enligt undersökningen anger 32 procent av svenskarna i åldersgruppen 18–29 år att de idag använder sociala plattformar mer än tidigare för att hitta idéer, tips och information inför en utlandsresa – framför allt på Instagram, YouTube och TikTok.

Undersökningen visar också att AI håller på att etablera sig som en ny inspirationskälla. Cirka 1 av 10 unga svenskar uppger att de under de senaste två åren i högre grad än tidigare har vänt sig till AI-tjänster som ChatGPT för att få inspiration och vägledning kring resmål.

– AI är fortfarande ganska nytt, men växer snabbt som inspirationskälla. Snart kan det bli lika självklart som att googla eller använda sociala medier när man planerar sin resa, säger Tiyoneh Jah, PR- & kommunikationsansvarig på resebyrån Ticket.

Källa: Undersökningen har genomförts mot ett riksrepresentativt urval av svenskar i åldern 18 år och uppåt av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov på uppdrag av Ticket.

Tiyoneh Jah

PR- & kommunikationsansvarig

076-773 34 54

tiyoneh.jah@ticket.se

Ticket Privatresor är Nordens största privatresebyråkedja som ägs av det privata investmentbolaget Braganza. Under varumärkena Ticket, Airngo och Charter erbjuder vi marknads bästa utbud av resor från över 400 olika flygbolag, charterbolag, researrangörer, rederier, hotell och hyrbilsföretag. Verksamheten drivs idag genom 16 sajter i 10 länder tillsammans med 65 butiker i Sverige och Norge där online och butik samverkar under en omnikanal-strategi.