

Sociala medier konkurrerar ut den klassiska resebroschyren

26 procent av svenskarna planerar att åka på en bilsemester i Europa under 2013. Medan 35 procent av det svenska folket föredrar att hämta information inför resan från sociala medier, föredrar endast 22 procent tryckt material som den klassiska resebroschyren. Det visar en ny undersökning utförd av undersökningsföretaget Netigate på uppdrag av TT-Line.

Frågorna är många inför bilsemesteren; Vad rekommenderar andra? Vad ligger vart? Och vilka sevärdheter är värda att se? 35 procent av svenskarna vänder sig till sociala medier för att hämta information om resmålet och 21 procent väljer också att, efter resan, dela med sig till andra genom sociala medier som till exempel Facebook och den egna bloggen. Det visar en undersökning om svenskarnas syn på bilsemester där 1 137 personer i åldersgruppen 18 till 90 år har medverkat.

Undersökningen visar även att svenskar helst upplever lokala guldkorn på resan. Och att vi inte har upptäckt det riktiga resmålet om vi enbart har besökt de klassiska sevärdheterna.

- Svenskar vill uppleva smultronställen, vilket kan vara en anledning till att sociala medier har blivit populärare än det tryckta materialet eftersom det är lätt att dela med sig av mer personliga tips. Cafét i hålet i väggen eller den där välkomnande familjen längs vägen finns inte med i resebroschyren, säger Tony Hansson, marknadsansvarig TT-Line.

Topplista: Så vill svenskarna ha information om vad som finns att se/göra på semestern

1. På olika reseforum på internet, 35 procent
2. I reseguider/reseböcker/övrigt tryckt resematerial, 22 procent
3. Av vänner som har varit där förut, 16 procent

För mer information om undersökningen vänligen kontakta:

Karolina Israelsson, presskontakt TT-Line passagerartrafik, 073-338 86 24, karolina@ripler.se

För mer information om TT-Line vänligen kontakta:

Tony Hansson, marknadsansvarig TT-Line, 0410 562 56, tony.hansson@tline.se

Om undersökningen:

Undersökningen är genomförd av Netigate på uppdrag av TT-Line. 1 137 svenskar, mellan 18-90 år, svarade på frågor om bilen och bilsemesteren i januari 2013. Respondenterna är spridda geografiskt över hela landet.

Om TT-Line

TT-Line förbinder Sverige med Tyskland sedan 1962. Med cirka 650 000 passagerare och 350 000 fraktenheter per år är rederiet marknadsledare på passagerar- och godstrafik mellan länderna. De sex fartygen går upp till 14 gånger dagligen mellan Trelleborg och Travemünde eller Rostock. TT-Lines miljövänliga fartyg ingår i Green Ships och rederiets engagemang för en ren miljö och effektiva transportlösningar har erkänts upprepade gånger. Utsläppen av svaveldioxid uppfyller EU:s och internationella krav. TT-Line erbjuder en ny, flexibel och smart prissättning för resor. Priserna baseras på tidpunkten för bokningen och platstillgången på den aktuella avgången, vilket gör att det ofta finns pengar att spara för den som bokar tidigt. Läs mer på www.tline.com.