

## Utazáskutatás: a magyarok 60%-a tud utazni

Biatorbágy, 2025. 02. 07. – Az ALDI Utazás megbízásából készült országos reprezentatív felmérés szerint a gazdaságilag aktív korú magyarok 60%-a tudott az elmúlt két évben legalább egyszer belföldre vagy külföldre utazni. A hazai utazásokra fejenként átlagosan 105 000, a külföldiekre 250 000 forintot szánnak a turisták. A belföldi desztinációk között tarol a Balaton, a Mátra-Bükk térség, Európában Olaszországba és Görögországba vágnak a magyarok, míg a kontinensen kívül a Maldív-szigetekre utaznának a legtöbben. A legnépszerűbb szállás továbbra is az apartman.

Országos reprezentatív felmérést végzett az NRC 2024 végén a Magyarországon immár 7. éve működő ALDI Utazás megbízásából. A felmérés a magyarok utazási szokásaira, az elmúlt két évi utazási gyakorlatára, költségvetésükre és jövőbeni terveire vonatkozott.

„A magyar lakosság 60%-a tudott az elmúlt években legalább egy vendégéjszakás, szabadidős utazáson részt venni. A megkérdezettek 28%-a utazik csak belföldre, 28%-a belföldön és külföldön is járt, míg 4%-uk csak külföldre ment” – mondja Bernhard Haider, az ALDI országos ügyvezető igazgatója. A belföldre utazást tervezők átlagosan 105 000 forintot szánnak egy főre, és ennek 2,5-szeresét, mintegy 250 000 forintot költenek fejenként a pihenésre azok, akik külföldre mennek.

A belföldre utazók túlnyomó többsége legfeljebb négy vendégéjszakát tölt el, és mindössze 8% azok aránya, akik egy hétnél hosszabb időre választanak magyar utat. A külföldre utazók 37%-a viszont egy hétnél is hosszabb ott-tartózkodást tervez. A legtöbben nyáron utaznak: a belföldre utazók 40%-a csak ebben az időszakban utazik, míg a külföldre járók esetében 25% ez az arány. A tavaszi-őszi szezon kedveltsége sokkal kisebb, és a téli utak kül- és belföldön egyaránt a legkevésbé keresettek.

### Kivel, mivel és milyen célból utaznak a magyarok?

Itthon egyértelműen a wellnesselés – a válaszadók egytizede csak ilyen úton vett részt – és a vízparti nyaralás a legnépszerűbb, a külföldi utak esetében pedig a vízparti nyaralás és a városlátogatás áll fej fej mellett az élen utazási motiváció szempontjából. Itthon tarol még a falusi turizmus, és az egészségmegőrző, rekreációs utak is gyakoriak. Akár hazai, akár nemzetközi útról van szó, a magyarok – különösen belföldre – társasággal szeretnek utazni: 35% csak a párjával, 23% csak családdal, 7% pedig csak barátokkal közösen megy el kikapcsolódni.

Az utazási eszközök esetében bel- és külföldön egyaránt az autó a legnépszerűbb: itthon 61% a csak autóval/motorral utazók aránya, míg 21% csak vonattal vagy busszal indul el. A külföldi utaknál a repülő a második leggyakoribb választás, összességében minden tizedik honfitársunk jut el külföldre évente legalább egyszer légi úton. Érdekeség, hogy külföldi túrák esetében háromszor több a motorkerékpárt választók aránya, mint a belföldi utazók esetében.

„A szállástípusok közül belföldön továbbra is verhetetlenek a magánszállások: a válaszadók 33%-a csak vendégházban, apartmanban vagy egyéb magánszálláshelyen foglal, míg 22% azok aránya, akik csak szállodában szállnak meg. A külföldi utak esetében is ugyanez a sorrend. Ennek megfelelően az ALDI Utazás is bővíti a honlapján közvetlenül foglalható szállások számát, amely immár globálisan meghaladja az 55 000 lehetőséget” – teszi hozzá Bernhard Haider. A legtöbb magyar ellátás nélküli szállást választ, a második legkedveltebb a félpanziós ellátás, még a csak reggelit választók is többen vannak, mint a teljes ellátást igénylők.

### Belföldön a Balaton, Európában Olaszország a legvágyottabb úti cél

A felmérés során arra is kíváncsi volt az ALDI Utazás, hogy hová utaznának legszívesebben a magyarok az elkövetkezendő egy-két évben. Az országhatáron belül elsőként a Balatont, aztán a Mátra-Bükk, majd



Sopron-Fertő és Pécs-Villány turisztikai térségét adták meg a válaszadók. Mindemellett szinte egyforma mértékben választanák a honfitársaink Gyula, Tokaj-Nyíregyháza és Bük-Sárvár térségét.

A külföldi desztinációk közül négy napfényben gazdag ország szerepel az élen. Messze a legtöbben Olaszországba utaznának, amit Görögország, Horvátország és Spanyolország követ. Népszerű még Ausztria, Törökország és Ciprus is. A kontinensen kívüli úti célok közül messze a legtöbben a Maldív-szigetekre vágnak, amit Egyiptom, Izland és az USA követ.

„A felmérés eredménye egybecseng az ALDI Utazás elmúlt hétvényi tapasztalatával. A magyar utazók elsősorban nyáron utaznak külföldre, a déli tengerparti országokba – ezért is növeljük például a Görögországban, Horvátországban és Olaszországban foglalható kínálatunkat. A kutatás által is visszaigazoltan legnépszerűbb autós szegmensben az ALDI-ra jellemző kiváló ár-érték arányú kínálatot biztosítunk” – erősíti meg Bernhard Haider.

## **Van kereslet a kedvező árú különleges utakra**

Az ALDI Utazásnál tapasztaltak szerint sokan keresik a különleges, máshol nem elérhető utazásokat. Így az expedíciós hajóutakra és 6 hónapos óceánjárásokra is érkeztek foglalások, bizonyítva, hogy rendkívül élénk az egyedi élmények iránti kereslet. A dél-amerikai utazások iránt akkora volt az érdeklődés, hogy a helyek szinte pillanatok alatt elfogytak, többször volt szükség újabb kontingensek megnyitására a hatalmas igény kiszolgálása érdekében. „Az elmúlt években folyamatosan növekszik nálunk a hajós körutak értékesítése. A pár napos mediterrán utaktól kezdve a távol-keleti utazásokig, minden irányban egyre több a Magyarországról érkező foglalásunk, még a föld körüli hajós utakból is értékesítettünk itthon” – fűzi hozzá Bernhard Haider.

## **A legtöbben maguk szervezik utazásukat**

A válaszok alapján egyértelmű, hogy a személyes tájékozódás és foglalás eltűnőben van. A válaszadók 91%-a leggyakrabban online foglal, csak 9%-uk választja a személyes ügyintézt. Ez nem csupán a szállásközvetítő oldalak esetében van így: az utazási irodák utazásközvetítő szolgáltatását igénybe vevők esetében is mintegy 50%-kal többen inkább nem személyesen, hanem az iroda weblapján foglalnak. Az online foglalás előnyeit a kényelemben, a gyorsaságban, az időbeli rugalmasságban és az alacsonyabb árakban látják az utazók. Az utazási irodák szerepe azoknál a desztinációknál nagyobb, amelyek az európaihoz képest jelentősen eltérő kultúrájú országban találhatóak – például Egyiptom vagy az Egyesült Arab Emírségek esetében lényegesen többen vesznek igénybe közvetítő cégeket. „Az ALDI Utazás egyszerre kínál több tízezernyi szállást az útjukat maguknak szervező, autóval vagy tömegközlekedéssel utazóknak, másrészt olyan szolgáltatásokat biztosít, mint a téli ajánlatoknál a sibirlet, nyáron a kerékpárbérlés, vagyis a klasszikus utazási irodák szerepét is betöltjük. Magyarországon 2024-ben több tízezer vendégéjszakát értékesítettünk, és az idén is erre számítunk” – mondja Bernhard Haider.

## **Sajtókapcsolat**

Pákolicz Attila

E-mail: [a.pakolicz@solutionscom.hu](mailto:a.pakolicz@solutionscom.hu) / [sajto@aldi.hu](mailto:sajto@aldi.hu)