



MAĐARSKA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA - IZDANJE 2025.



SADRŽAJ

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU	3
MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU	10
PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. I 2024. GODINI	22
PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU	34
DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU ..	36
REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)	37
TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE	40
TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA	41

OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Službeni naziv

Mađarska

Političko uređenje

Mađarska (od 1. siječnja 2012. službeni naziv države je Mađarska, dok je ranije glasilo Republika Mađarska) republika je s jednodomnim parlamentom, a od 2010. godine na vlasti je stranka FIDESZ (stranka desnog centra), u četvrtom mandatu - ponovo su pobijedili na izborima 3. 4. 2022., osvojivši 68% mandata u parlamentu, što znači da ponovno imaju dvotrećinsku većinu (135 od 199 mjesta). 2012. godine promijenjen je izborni zakon te je smanjen broj parlamentarnih zastupnika s 386 na 199, pri čemu se 93 bira razmjernim sustavom preko stranačke liste na nacionalnoj razini, a ostalih 106 većinskim sustavom u izbornim jedinicama koje biraju po jednog zastupnika.

Predsjednik Republike – dr. Tamás Sulyok (od 5. ožujka 2024. godine)

Predsjednik Vlade – dr. Viktor Orbán (od 29. svibnja 2010. godine)

Predsjednika Mađarske bira parlament svakih 5 godina. Iako predsjednik nema velike ovlasti, on imenuje predsjednika Vlade. Predsjednik Vlade bira ministre po vlastitom nahođenju. Svaki kandidat za ministra mora proći otvoreno ispitivanje pred jednim ili više parlamentarnih odbora, a također ga treba formalno prihvatiti i predsjednik Mađarske.

Mađarski parlament (Országgyűlés) je jednodomni i ima 199 zastupnika (prema izbornom zakonu od 1. siječnja 2012.) Parlament je najviše državno tijelo, koje predlaže i odobrava zakone koje predlaže premijer.

Kako bi ušla u parlament, svaka stranka mora osvojiti najmanje 5% glasova građana. Izbori za parlament održavaju se svake 4 godine (zadnji su bili u travnju 2022. godine, idući će se održati 2026. godine).

Vladajuća mađarska stranka je FIDESZ (od ukupno 199 zastupničkih mjesta imaju 116 mjesta).

Ustavni sud od 15 članova ima pravo spriječiti zakone koje ocijeni neustavnima.

Od 1. svibnja 2004. Mađarska je punopravna članica EU.

Površina i najveći gradovi

Površina Mađarske je 93.030 km², a graniči s Austrijom, Slovačkom, Ukrajinom, Rumunjskom, Srbijom, Hrvatskom i Slovenijom.

25 naselja Mađarske s najviše stanovnika:



Izvor: Wikipedija

Glavni grad: Budapest/Budimpešta ima 23 okruga, 1.644.146 stanovnika što čini 16.7% ukupnog stanovništva Mađarske - 2022. godine.

Ostali veći gradovi u Mađarskoj:

Naselje	Rang	Županija	Broj stanovnika (Popis stanovništva 2022.)	Površina (km ²)
Debrecen	županijsko središte	Hajdú-Bihar	199.520	461,7
Szeged	županijsko središte	Csongrád	157.372	281,00
Miskolc	županijsko središte	Borsod-Abaúj-Zemplén	147.480	236,7
Pécs	županijsko središte	Baranya	138.420	162,77
Győr	županijsko središte	Győr-Moson-Sopron	128.050	174,6
Nyíregyháza	županijsko središte	Szabolcs-Szatmár-Bereg	116.439	274,5
Kecskemét	županijsko središte	Bács-Kiskun	108.334	322,57
Székesfehérvár	županijsko središte	Fejér	94.906	170,89
Szombathely	županijsko središte	Vas	78.522	97,50

Stanovništvo

Prema podacima KSH (Državni zavod za statistiku/Popis stanovništva, održan između 1.10. i 28.11.2022.godine) 2022. godine Mađarska je imala 9.603.634 stanovnika.

Prema službenim podacima, žena (4.982.788) je više nego muškaraca (4.620.846).

Dobna struktura:

- 0 – 14 godina – 1.393.232
- 15–29 godine – 1.561.544
- 30–49 godine – 2.811.621
- 50–84 godine – 3.653.469
- 85 i više godina – 183.768

Očekivana prosječna životna dob stanovništva pri rođenju je 75,8 godina (72,55 godina za muškarce, a 79,05 za žene).

Opće karakteristike gospodarstva

Mađarsko gospodarstvo je gospodarstvo srednje veličine i otvoreno je tržišno gospodarstvo (politički i institucionalno). Mađarska je članica OECD-a od 1995. godine, WTO-a od 1996. godine i EU od 2004. godine. Najvažnije sastavnice BDP-a su: poljoprivreda 4%, industrija 28% i uslužne djelatnosti 68%. Mađarsko gospodarstvo karakterizira visoka inflacija, rekordna zaposlenost (točnije nedostatak radne snage), pozitivna vanjsko-trgovinska bilanca, kao i kontinuitet (pozitivni porast) svih gospodarskih makro-pokazatelja u narednom periodu. Najvažniji infrastrukturni projekti su rekonstrukcija pruge Budimpešta – Beograd (kineski kredit) i proširenje nuklearne elektrane Paks II (ruski kredit).

Poljoprivreda; više od polovice mađarskog zemljišta je obradivo, a proizvodnja hrane u Mađarskoj dostatna je za njene potrebe. Poljoprivreda se temelji na proizvodnji žitarica, suncokreta, krumpira, šećerne repe, uzgoju svinja, stoke, peradi, ovaca, vina. Zahvaljujući razvijenoj poljoprivredi Mađarska prehrambena industrija zapošljava preko 120.000 ljudi i sudjeluje u ukupnom mađarskom izvozu sa 7,5%. Više od 85% ove industrije čine mala poduzeća (s manje od 10 zaposlenih), a udio stranog kapitala iznosi skoro 47% (meso, ulje, sokovi, konditorski proizvodi). Najveći investitori su Bonduelle, Bunge, Givaudan, Globus, Mars, Nestle, POPZ i Unilever.

Industrija se u velikom dijelu (osim prehrambene) temelji na proizvodnji motornih vozila, elektronicima, farmaciji, rudarstvu i energetici, metalurgiji, tekstilnoj industriji i građevinarstvu. Jedna trećina mađarske industrije nalazi se u i oko Budimpešte, a ostali centri su u Debrecenu, Gyoru, Miškolcu, Pečuhu i Segedinu. Autoindustrija je najvažnija izvozna grana i u ukupnom izvozu sudjeluje sa 21%. U ovu industrijsku granu uključeno je više od 600 tvrtki, a temelj ove industrije čine automobili Audi, Mercedes-Benz, Opel, Suzuki i BMW. Mađarska je jedan od najvećih proizvođača elektronike u Srednjoj i Istočnoj Europi i elektronička industrija čini 22% mađarske proizvodnje. ITC sektor čini 10% ukupnog mađarskog BDP-a koji zapošljava preko 100.000 osoba. Pokriva telekomunikacije, IT outsourcing, IT usluge, proizvodnja softwera

(kompanije se nalaze u Budimpešti, ali neke od njih imaju i regionalne centre) i hardwarea (u središnjoj Mađarskoj). Zahvaljujući prisustvu tvrtki poput Ericcsona, Oraclea, Gamelofta i drugih, Mađarska je danas vodeći regionalni ICT hub centar. Farmaceutska industrija ima bogatu tradiciju u Mađarskoj, danas zapošljava više od 15 000 ljudi i jedna je od najrazvijenijih u Srednjoj i Istočnoj Europi, s tendencijom širenja. Većina tvrtki je locirana oko takozvanih life-science klastera u Budimpešti, Debrecenu, Segedinu i Pečuhu.

Zahvaljujući geostrateškom položaju Mađarske i stalnom ulaganju u prijevozni sektor, logističke i druge usluge u Mađarskoj, značajno raste obim uslužnih djelatnosti.

Turizam u mađarskom GDP-u sudjeluje sa oko 13%. Prema podacima MTÚ- a, Vlada planira do 2030. sudjelovanje sa 16%. Turizam zapošljava (posredno) oko 400.000 ljudi. Mađarska je 2023. godine brojala 13.000.000 stranih dolazaka (višednevni dolasci) od čega je cca 50% bilo u Budimpeštu. Mađarska svoju turističku politiku temelji na jačanju imidža Mađarske (kulturnih, povijesnih i prirodnih znamenitosti) i posebnoj potpori domaćem turizmu, kao i ulaganjima u razvoj, osim Budimpešte i ostalih destinacija diljem Mađarske.

U 2023. godini u Mađarskoj broj zaposlenika u turističkom sektoru bio je oko 400.000, unutar kojeg u sektoru pružanja smještajnih i ugostiteljskih usluga cca. 140.000, što predstavlja 3,7% radne snage na razini nacionalnog gospodarstva.

Aktualno stanje BDP-a, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za naredne godine; BDP po glavi stanovnika

Godina	BDP po tekućoj cijeni, milijardu Ft	BDP po glavi stanovnika, tisuću forinti	BDP po glavi stanovnika, EUR	BDP Indeks obujma, prethodna godina = 100,0%	BDP Implicitni indeks cijena, prethodna godina = 100,0%	Indeks obujma stvarne potrošnje domaćinstava, prethodna godina = 100,0%	Bruto nacionalni dohodak (GNI), milijardu Ft	Omjer GNI/GDP, %
2020	48 425,4	4 966,6	22 384	95,5	106,4	98,2	47 268,7	97,6
2021	55 198,9	5 684,8	24 351	107,1	106,4	104,0	53 443,2	96,8
2022	66 075,2	6 823,3	27 037	104,6	114,5	106,4	64 026,3	96,9
2023	75 086,6	7 827,9	28 770	99,1	114,6	99,3	72 868,1	97,0

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Prognoza za naredne godine

Davatelj/Datum prognoze	2023	2024 PROGNOZA	2025 PROGNOZA
Vlada HU 15.05.2024	-0.7	+2.5	+4.1
Europska komisija 15.05.2023		+2.4	+3.5
OECD 02.05.2024		+2.1	+2.8
IMF 16.04.2024		+2.2	+3.3
MNB (Mađarska Narodna Banka) 26.09.2024		+1.4	+3.2
Századvég 23.09.2024		+1.7	+3.8
Kopint-Tarki 08.07.2024		+2.5	+3.2

Izvor: <https://www.ahkungarn.hu>

Postotak nezaposlenosti u 2023., aktualno stanje u 2024. i procjena budućeg trenda

Godina	2023	2024 PROGNOZA	2025 PROGNOZA
Postotak nezaposlenosti	4.1	3.8	3.6

Izvor: Vlada

Prosječna plaća

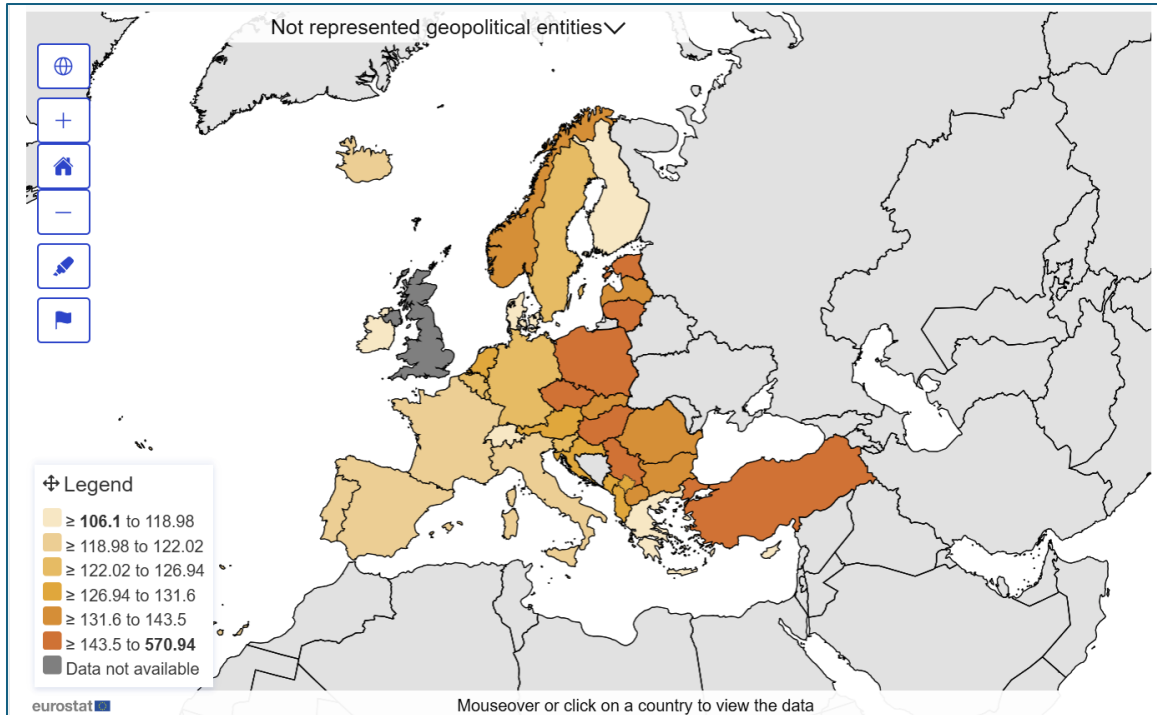
Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (KSH), u rujnu 2024. godine prosječna bruto plaća na nacionalnoj razini iznosila je 627.400 HUF, neto 432.200 HUF. Prosječna bruto plaća bila je veća za 12,5%, prosječna neto plaća za 12,3%, a realna plaća za 9,2% u odnosu na isti mjesec prethodne godine povećanjem realnih plaća od gotovo 4%. Institut predviđa rast efektivnih plaća od oko 4% u 2025., uz realni rast od približno 1,25%.¹

Stopa inflacije

Stopa inflacije u 2023. godini iznosila je 17%, a mjesečna inflacija za listopad 2024. godine iznosi 3,2% u odnosu na listopad 2023. godine.

Harmonizirani indeks potrošačkih cijena (HICP) u zemljama Europske unije, godine 2023.

¹ Izvor: [KSH/Zavod za statistiku](#)



Izvor: Eurostat

Prognoza za naredne godine

Datum prognoze	2023	2024 PROGNOZA	2025 PROGNOZA
Vlada HU 30.04.2024	+17.6	+4.2	+3.6
Europska komisija 15.05.2024		+4.1	+3.7
OECD 02.05.2024		+4.0	+3.9
IMF 16.04.2024		+3.7	+3.5
MNB (Mađarska Narodna Banka) 26.09.2024		+3.7	+3.2
Századvég 23.09.2024		+4.0	+3.7
Kopint-Tarki 08.07.2024		+4.0	+3.5

Izvor: <https://www.ahkungarn.hu>

Vanjskotrgovinska bilanca

	2023.	siječanj-rujan 2024. (prva procjena)
Izvoz /milijun EUR/	149.189	108.213
Uvoz /milijun EUR/	140.015	98.600
Bilanca /milijun EUR/	9.173	9.613

Izvor: KSH

Procjena daljnjeg gospodarskog stanja u ostatku 2024. te u 2025. godini

Institut Egyensúly očekuje rast mađarskog gospodarstva za 2,4% u 2024. godini, dok će se ta stopa rasta prema očekivanjima ubrzati na 3,1% do 2025. godine, tj. gospodarski rast bi se mogao vratiti. Neto izvoz mogao bi biti pokretač rasta ove godine, dok bi sljedeće godine potrošnja i ulaganja također mogli ponovno doprinijeti rastu. Rast u 2024. mogao bi biti potpomognut širenjem industrije novim kapacitetima zahvaljujući visokim stopama ulaganja posljednjih godina, poljoprivrede, te uslužnih sektora značajnog izvoznog potencijala (npr. logistika, prijevoz, usluge smještaja, servisni centri).

Inflacija je, nakon izuzetno visoke stope od 17,5% 2023. godine, počela usporavati. Predviđa se da će inflacija na kraju godine biti umjerena, jednoznaменkasta, uglavnom zbog troškova koji su već ugrađeni u cijene. Iako će povećanje indeksa potrošačkih cijena (inflacija) 2024. godine biti cca. 4,6%, u ciljnu razinu središnje banke može se vratiti tek 2025. godine.

U svim slučajevima makroekonomske projekcije, moraju se s mnogim neizvjesnostima i širokim rasponom predvidjeti potencijalni utjecaji neočekivanih događaja.

U nastavku su dva najvažnija faktora od ovih neizvjesnosti. Oba rizika prikazana su prema nižem rastu BDP-a i većoj inflaciji.

1. Geopolitičke napetosti, daljnja eskalacija

BDP (-), Inflacija (+)

U listopadu je nastavljen izraelsko-palestinski sukob koji sa rasplamsavanjem intenzivira tenzije, što se tiče geopolitičkih pitanja. Mogućnost eskalacije na Bliskom istoku i moguće intenziviranje sukoba velikih sila također ozbiljno ugrožavaju izgledе mađarskog gospodarstva. U slučaju otvaranja nove ratne fronte, nagli rast cijena energenata i sirovih materijala bi doveo do veće inflacije, niže realne plaće, a time i slabljenja potrošnje. Rivalstvo velikih sila moglo bi ugroziti sve značajnije kineske FDI projekte koji stižu u Mađarsku, što bi predstavljalo negativan rizik za gospodarski rast.

2. Slabljenje europskog gospodarstva

BDP (-), Inflacija (+)

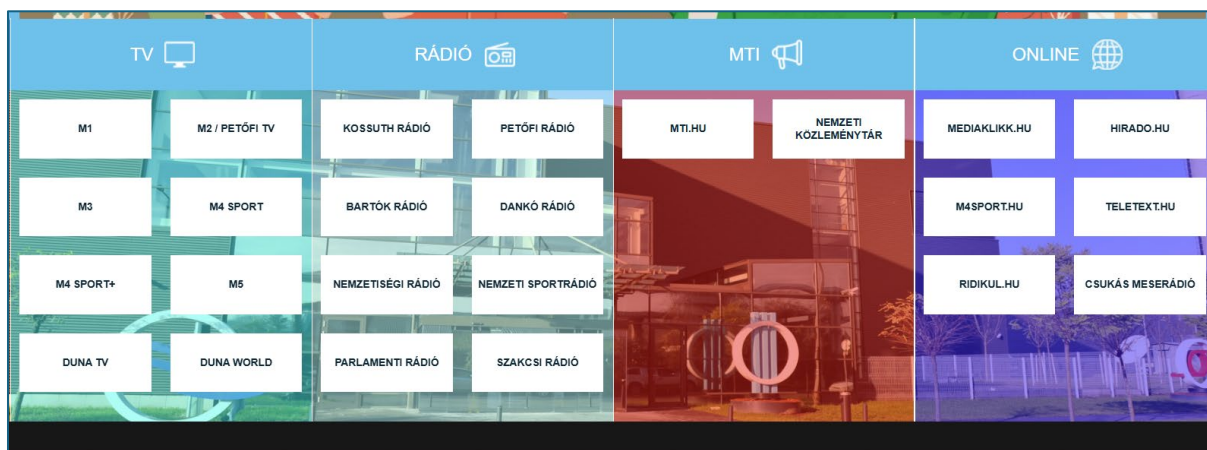
Mađarska čak i u globalnoj usporedbi ima iznimno otvoreno gospodarstvo i više od tri četvrtine vanjske trgovine odvija se sa zemljama EU-a. Slabljenje europskog gospodarstva, a posebno njemačkog gospodarstva stoga predstavlja ozbiljan izazov mađarskoj ekonomskoj politici. Ako je oporavak Europe sporiji od očekivanog, može imati negativan učinak na vanjskotrgovinsku bilancu i rast BDP-a. A sporiji rast preko smanjenja potražnje dodatno bi kočio inflaciju.²

Vlada ima velika očekivanja za razdoblje koje je pred nama. S tim u vezi, premijer Viktor Orbán je rekao da će proračun za 2025. otvoriti put za razvoj događaja u Mađarskoj za koji izraz 'fantastično' nije neopravdan. Reкао je da je u nacrtu zacrtan proračun za novu ekonomsku politiku koja će zatvoriti jedno razdoblje i otvoriti perspektive, nade, prilike, dodavši da će se proračun usredotočiti na najmanje igrače, prvenstveno obitelji. Obiteljska porezna olakšica bila bi udvostručena, rekao je. Pozivajući se na razgovore s poslodavcima i sindikatima, Vlada nastoji povećati plaće kao jedini lijek koji bi mogla ponuditi protiv povećanja cijena, rekao je, ističući dugoročni Vladin cilj da podizanje prosječne plaće na milijun forinti mjesečno.³

MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

Aktualni prikaz glavnih medija

Javni RTV sustav: Duna Médiaszolgáltató Nonprofit Zrt. (www.dunamsz.hu) koji upravlja sljedećim platformama (TV; RADIO, MTI – Mađarska izvještajna agencija, Online):



Izvor: www.dunamsz.hu

² Izvor: Institut Egyensúly

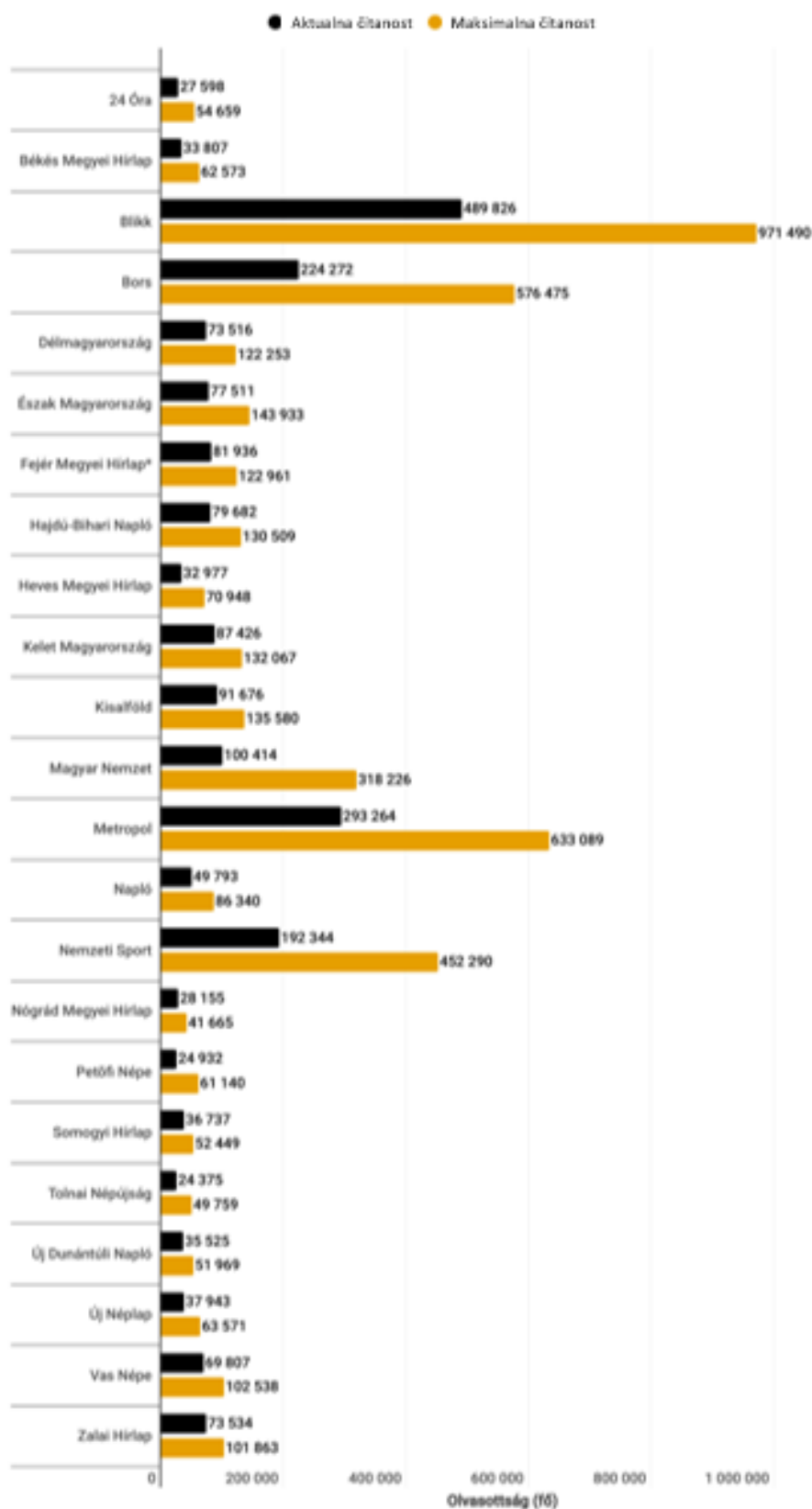
³ Izvor: <https://dailynewshungary.com/hr/pm-orban-end-of-eu-sanctions-against-russia/>

Komercijalne TV postaje:

Naziv kanala:	Kategorija:
RTL	Komercijalni kanal
TV2	Komercijalni kanal
HBO	Premium
Spektrum	Znanstveno naučni
ATV	News kanal
Hír TV	News kanal
VIASAT3	Komercijalni kanal
Comedy Central	Humoristični kanal
RTL Kettó	Komercijalni kanal
Super TV2	Komercijalni kanal
Sláger TV	Music
Spíler TV	Sport
Zenebutik	Music
Minimax	Dječji kanal
Izaura TV	Telenovela
Cartoon Network	Dječji kanal
TV2 Comedy	Humoristični kanal
Prime	Komercijalni kanal
FEM3	Komercijalni kanal
TV2 Séf	Gasztrocsatorna
TV2 Kids	Dječji kanal
Moziverzum	Film
FIXHD	Lifestyle and wellbeing
ATV Spirit	Lifestyle and wellbeing
RTL Gold	Komercijalni kanal
VIASAT6	Komercijalni kanal
VIASAT2	Komercijalni kanal
AXN	Komercijalni kanal

Dnevne novine

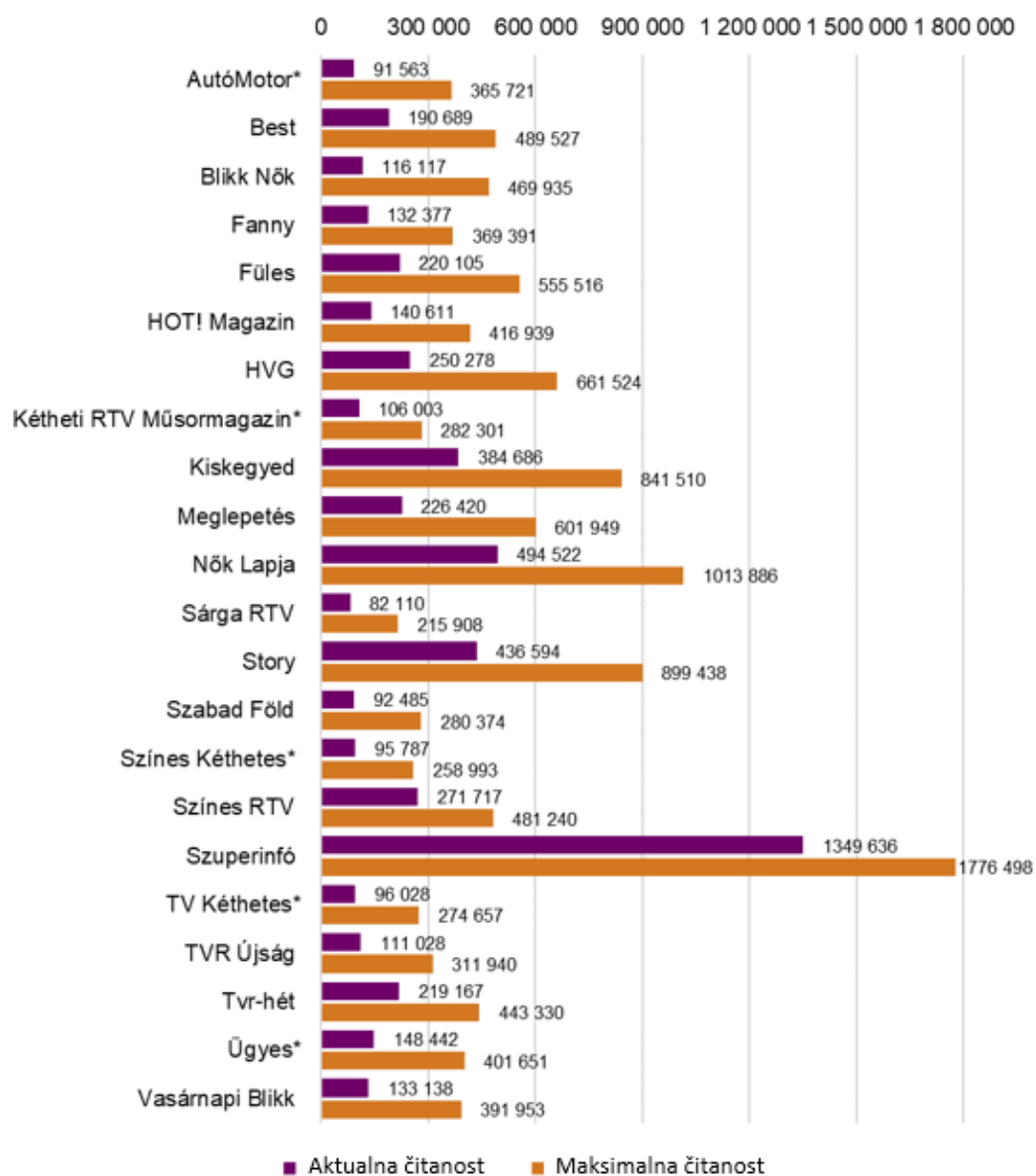
Čitanost tiskanih dnevnih novina 2023.



Izvor: Nemzeti Olvasottság Kutatás (NOK)

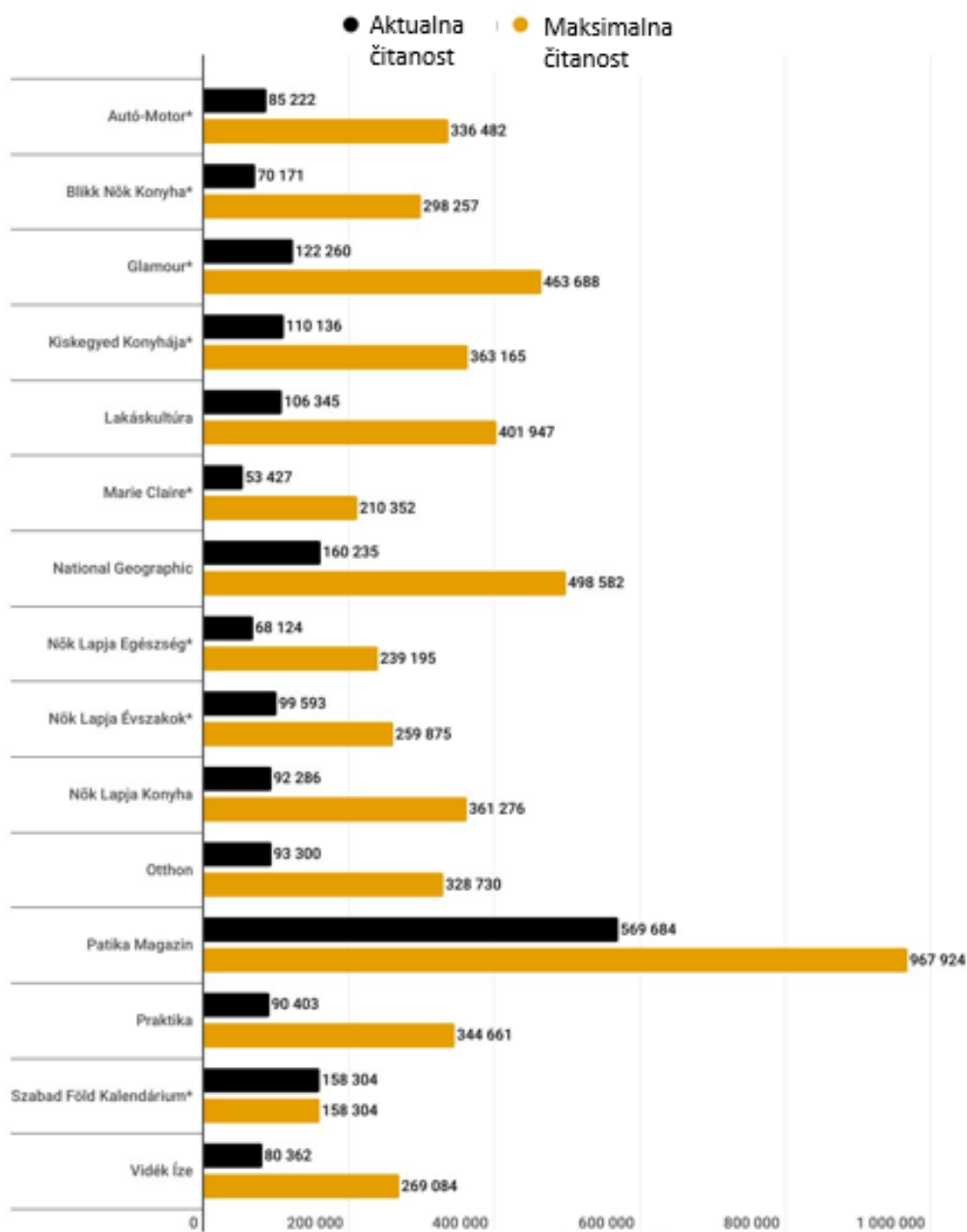
Tjedne novine

Čitanost tiskanih tjednih novina 2023.



Izvor: Nemzeti Olvasottság Kutatás (NOK)

Čitanost tiskanih mjesečnih novina 2023.



Izvor: Nemzeti Olvasottság Kutatás (NOK)

Izdanja prema izdavačkoj kući

Naziv	Izdavačka kuća
24 Óra	Mediaworks Hungary Zrt.
Agrárágazat	Horizont Média Kft.
AutóMotor	Mediaworks Hungary Zrt.
Békés Megyei Hírlap	Mediaworks Hungary Zrt.
Best	Central Média csoport Zrt.
Blikk	BLIKK Kft.
Blikk (digitális kiadás)	BLIKK Kft.
Blikk (nyomtatott kiadás)	BLIKK Kft.
Blikk Nők	BLIKK Kft.
Blikk Nők (digitális kiadás)	BLIKK Kft.
Blikk Nők (nyomtatott kiadás)	BLIKK Kft.
Bors	Mediaworks Hungary Zrt.
Délmagyarország	Mediaworks Hungary Zrt.
Délmagyarország (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Délmagyarország (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
DUE Tallózó	DUE Produceri Iroda Kft.
Dunaújvárosi Hírlap (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Keleti Napló	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Magyarország	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Magyarország (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Magyarország (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Fanny	Mediaworks Hungary Zrt.
Fejér Megyei Hírlap (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
FORBES (nyomtatott kiadás)	Mediarey Hungary Services Kft.
Füles	IQ Press Lapkiadó Kft.
GépMax	Horizont Média Kft.
Glamour	Ringier Hungary Kft.
Glamour (digitális kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Glamour (nyomtatott kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Hajdú-Bihari Napló	Mediaworks Hungary Zrt.
Hajdú-Bihari Napló (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Hajdú-Bihari Napló (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Heves Megyei Hírlap	Mediaworks Hungary Zrt.
Hot!	Mediaworks Hungary Zrt.
HVG	HVG Kiadó Zrt.
INSTYLE	Marquard Group Hungary Kft.
Joy	Marquard Group Hungary Kft.
Joy (digitális kiadás)	Marquard Group Hungary Kft.
Joy (nyomtatott kiadás)	Marquard Group Hungary Kft.
Kelet-Magyarország	Mediaworks Hungary Zrt.
Kelet-Magyarország (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Kelet-Magyarország (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Képmás családmagazin	Képmás 2002 Kft.

Képmás családmagazin (digitális kiadás)	Képmás 2002 Kft.
Képmás családmagazin (nyomtatott kiadás)	Képmás 2002 Kft.
Kétheti RTV műsormagazin	Central Média csoport Zrt.
Kisalföld	Mediaworks Hungary Zrt.
Kisalföld (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Kisalföld (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Kiskegyed	Ringier Hungary Kft.
Kiskegyed (digitális kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Kiskegyed (nyomtatott kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Lakáskultúra	Mediaworks Hungary Zrt.
Magyar Demokrata	Demokrata Kiadó és Vagyonkezelő Zrt.
Meglepetés	Central Média csoport Zrt.
Mezőhír	Horizont Média Kft.
Napló (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
National Geographic	Central Média csoport Zrt.
Nemzeti Sport (nyomtatott kiadás)	N.S. Média és Vagyonkezelő Kft.
Népszava	XXI. Század Média Kft.
Nők Lapja	Central Média csoport Zrt.
Nők Lapja (digitális kiadás)	Central Média csoport Zrt.
Nők Lapja (nyomtatott kiadás)	Central Média csoport Zrt.
Otthon	IQ Press Lapkiadó Kft.
Petőfi Népe	Mediaworks Hungary Zrt.
Somogyi Hírlap	Mediaworks Hungary Zrt.
Story	Central Média csoport Zrt.
Szabad Föld	Mediaworks Hungary Zrt.
Színes RTV	Central Média csoport Zrt.
Techmonitor	Techmonitor Publishing Kft.
Telenovella	Maya Média Kft.
Tolnai Népújság	Mediaworks Hungary Zrt.
Trade Magazin	Grabowski Kiadó Kft.
Transpack	Horizont Média Kft.
Új Dunántúli Napló	Mediaworks Hungary Zrt.
Új Néplap	Mediaworks Hungary Zrt.
Vas Népe (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Vasárnap Reggel	Mediaworks Hungary Zrt.
Vasárnapi Blikk	BLIKK Kft.
Vidék Íze	Mediaworks Hungary Zrt.
Zalai Hírlap (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.

Naziv	Izdavačka kuća
24 Óra	Mediaworks Hungary Zrt.
Agrárágazat	Horizont Média Kft.
AutóMotor	Mediaworks Hungary Zrt.
Békés Megyei Hírlap	Mediaworks Hungary Zrt.
Best	Central Média csoport Zrt.
Blikk	BLIKK Kft.
Blikk (digitális kiadás)	BLIKK Kft.
Blikk (nyomtatott kiadás)	BLIKK Kft.
Blikk Nők	BLIKK Kft.
Blikk Nők (digitális kiadás)	BLIKK Kft.
Blikk Nők (nyomtatott kiadás)	BLIKK Kft.
Bors	Mediaworks Hungary Zrt.
Délmagyarország	Mediaworks Hungary Zrt.
Délmagyarország (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Délmagyarország (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
DUE Tallózó	DUE Produceri Iroda Kft.
Dunaújvárosi Hírlap (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Keleti Napló	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Magyarország	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Magyarország (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Észak-Magyarország (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Fanny	Mediaworks Hungary Zrt.
Fejér Megyei Hírlap (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
FORBES (nyomtatott kiadás)	Mediarey Hungary Services Kft.
Füles	IQ Press Lapkiadó Kft.
GépMax	Horizont Média Kft.
Glamour	Ringier Hungary Kft.
Glamour (digitális kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Glamour (nyomtatott kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Hajdú-Bihari Napló	Mediaworks Hungary Zrt.
Hajdú-Bihari Napló (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Hajdú-Bihari Napló (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Heves Megyei Hírlap	Mediaworks Hungary Zrt.
Hot!	Mediaworks Hungary Zrt.
HVG	HVG Kiadó Zrt.
INSTYLE	Marquard Group Hungary Kft.
Joy	Marquard Group Hungary Kft.
Joy (digitális kiadás)	Marquard Group Hungary Kft.
Joy (nyomtatott kiadás)	Marquard Group Hungary Kft.
Kelet-Magyarország	Mediaworks Hungary Zrt.
Kelet-Magyarország (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Kelet-Magyarország (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Képmás családmagazin	Képmás 2002 Kft.
Képmás családmagazin (digitális kiadás)	Képmás 2002 Kft.

Képmás családmagazin (nyomtatott kiadás)	Képmás 2002 Kft.
Kétheti RTV műsormagazin	Central Média csoport Zrt.
Kisalföld	Mediaworks Hungary Zrt.
Kisalföld (digitális kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Kisalföld (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Kiskegyed	Ringier Hungary Kft.
Kiskegyed (digitális kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Kiskegyed (nyomtatott kiadás)	Ringier Hungary Kft.
Lakáskultúra	Mediaworks Hungary Zrt.
Magyar Demokrata	Demokrata Kiadó és Vagyonkezelő Zrt.
Meglepetés	Central Média csoport Zrt.
Mezőhír	Horizont Média Kft.
Napló (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
National Geographic	Central Média csoport Zrt.
Nemzeti Sport (nyomtatott kiadás)	N.S. Média és Vagyonkezelő Kft.
Népszava	XXI. Század Média Kft.
Nők Lapja	Central Média csoport Zrt.
Nők Lapja (digitális kiadás)	Central Média csoport Zrt.
Nők Lapja (nyomtatott kiadás)	Central Média csoport Zrt.
Otthon	IQ Press Lapkiadó Kft.
Petőfi Népe	Mediaworks Hungary Zrt.
Somogyi Hírlap	Mediaworks Hungary Zrt.
Story	Central Média csoport Zrt.
Szabad Föld	Mediaworks Hungary Zrt.
Színes RTV	Central Média csoport Zrt.
Techmonitor	Techmonitor Publishing Kft.
Telenovella	Maya Média Kft.
Tolnai Népújság	Mediaworks Hungary Zrt.
Trade Magazin	Grabowski Kiadó Kft.
Transpack	Horizont Média Kft.
Új Dunántúli Napló	Mediaworks Hungary Zrt.
Új Néplap	Mediaworks Hungary Zrt.
Vas Népe (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.
Vasárnap Reggel	Mediaworks Hungary Zrt.
Vasárnapi Blikk	BLIKK Kft.
Vidék Íze	Mediaworks Hungary Zrt.
Zalai Hírlap (nyomtatott kiadás)	Mediaworks Hungary Zrt.

Turistički i stručni magazini (print/online)

Turizmus Kft.	
turizmus.com/bulletin	https://turizmus.com/
Turizmus.com magazin/PRINT	www.turizmuskft.hu
Business Traveller Hungary	https://turizmus.com/
Vendéglátás magazin	https://vendeglatasmagazin.hu/
Anjou Magyarország Kft.	
turizmusonline.hu	http://turizmusonline.hu
Világjáró magazin	http://vjm.hu/
First Class	http://vjm.hu/firstclassmagazin/
Vasárnapi Plusz Kft.	
Az Utazó / The Traveller	http://azutazo.hu/
Kornétás Kiadó Kft.	
toptura.hu	https://toptura.hu/
New Wave Media Group Kft.	
Travelo.hu	travelo.hu
PMC Consulting Kft.	
Aqua magazin	https://aquamagazin.hu/
Player Media Kft.	
Roadster	Roadster - Lifestyle Magazin

Online

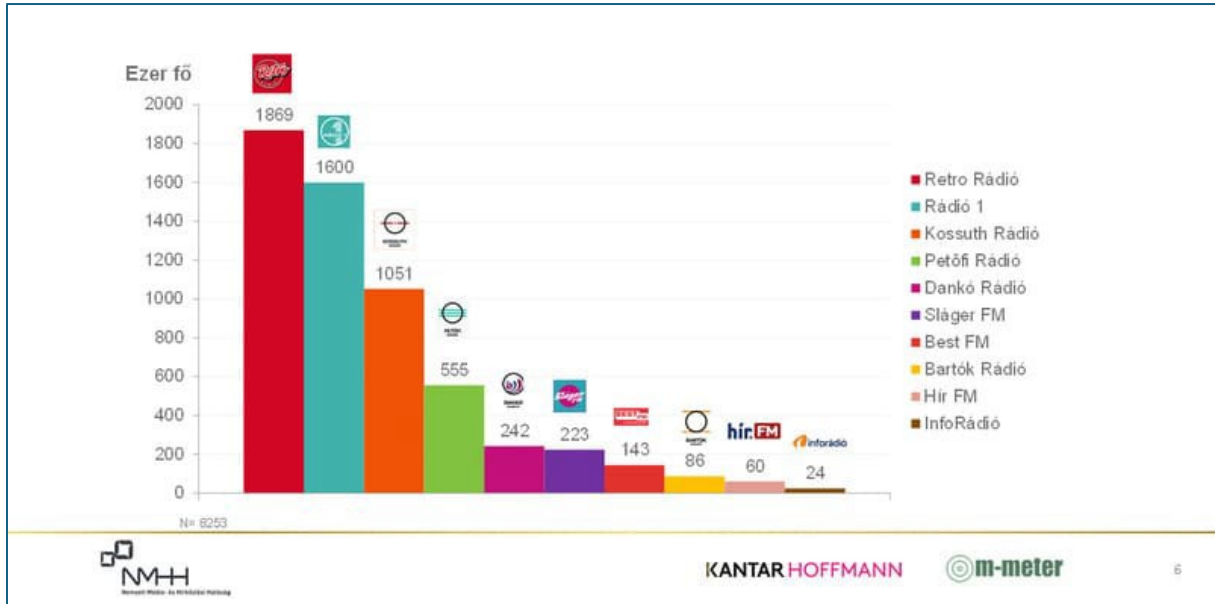
TOP deset portala sa najvišim reachom (prosječni dnevni Real users i mjesečni Real users) – Gemius–EDME, 16–75 godina, u Mađarskoj – listopad 2024.			
Web stranica	Prosječni korisnici	dnevni	Mjesečni korisnici
Index.hu		650.896	2.800.172
24.hu		622.145	3.162.340
Blikk.hu		521.709	2.897.480
Origo.hu		505.582	2.750.940
Telex.hu		442.294	2.177.700
Kiskegyed.hu		426.915	2.135.608
Idokep.hu		418.461	1.655.052
Portfolio.hu		354.414	2.005.796
Gov.hu		341.371	3.265.360
Femina.hu		315.066	2.533.068

Prema demografskim pokazateljima

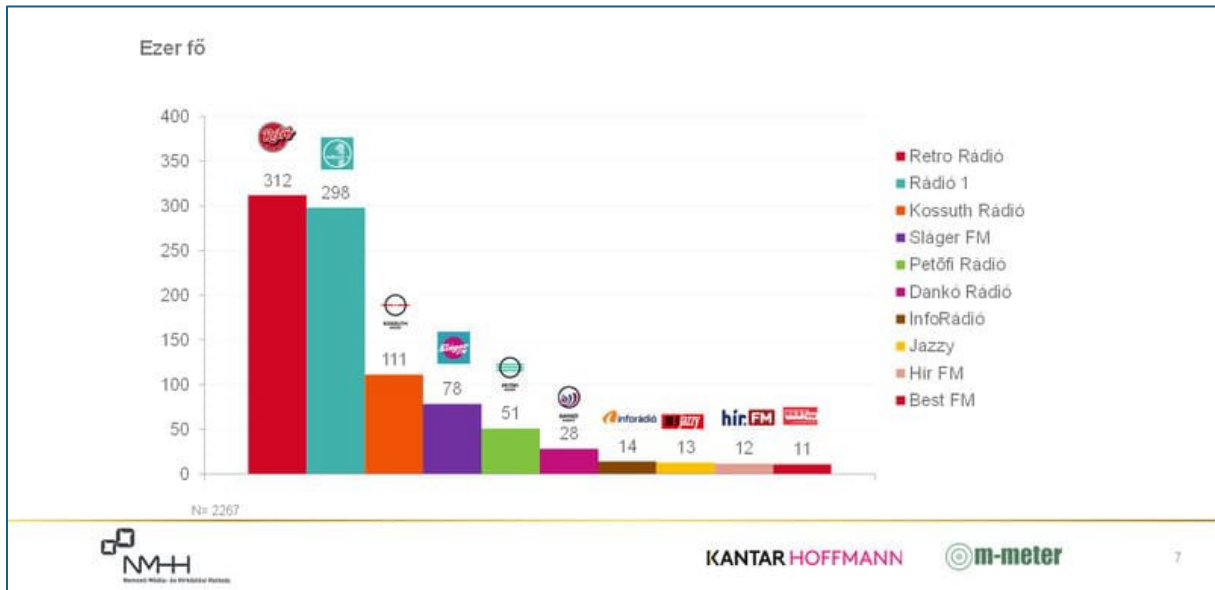
TOP deset portala sa najvišim reachom prema spolu (prosječni dnevni Real users) – Gemius–EDME, 16–75 godina, u Mađarskoj – listopad 2024.		
Ranking	Muško	Žensko
1.	Index.hu	Blikk.hu
2.	24.hu	24.hu
3.	Telex.hu	Kiskegyed.hu
4.	Origo.hu	Index.hu
5.	Portfolio.hu	Origo.hu
6.	Idokep.hu	Femina.hu
7.	Mandiner.hu	Idokep.hu
8.	Blikk.hu	Gov.hu
9.	Hasznaltauto.hu	Nosalty.hu
10.	Hvg.hu	Mindmegette.hu

TOP deset portala sa najvišim reachom prema stručnoj spremi (prosječni dnevni Real users) – Gemius–EDME, 16–75 godina, u Mađarskoj – listopad 2024.				
Ranking	Najviše 8 razreda osnovne škole	Srednja strukovna škola	Gimnazija	Viša/visoka škola
1.	Videa.hu	Origo.hu	Index.hu	Index.hu
2.	Menetrendek.hu	Blikk.hu	24.hu	Telex.hu
3.	Blikk.hu	24.hu	Blikk.hu	24.hu
4.	Kiskegyed.hu	Index.hu	Origo.hu	Idokep.hu
5.	Origo.hu	Kiskegyed.hu	Kiskegyed.hu	Origo.hu
6.	24.hu	Videa.hu	Idokep.hu	Blikk.hu
7.	Gov.hu	Idokep.hu	Telex.hu	444.hu
8.	Index.hu	Freemail.hu	Portfolio.hu	Hvg.hu
9.	Idokep.hu	Portfolio.hu	Femina.hu	Portfolio.hu
10.	Freemail.hu	Mandiner.hu	Gov.hu	Kiskegyed.hu

Radio



Dnevna slušanost radio postaja u cijeloj Mađarskoj – 2024.Q3 – (Reach N, 000 osoba)



Dnevna slušanost radio postaja u Budimpešti – 2024.Q3 – (Reach N, 000 osoba)

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA U 2023. I 2024. GODINI

Generalni osvrt na aktualno stanje na emitivnom turističkom tržištu

Mađarski su državljani 2023. putovali u inozemstvo 21,1 milijun puta, 17% više nego u istom razdoblju godinu ranije. Duljina boravka porasla je za četvrtinu u odnosu na prethodnu godinu. Rast je uglavnom potaknut višednevnim noćenjem u slobodno vrijeme i kupovinom. Mađari koji putuju u inozemstvo potrošili su 1.585 milijardi forinti, što je 47% više nego 2022.

Analize, ankete kronološkim redoslijedom

14. 05. 2024. - Više Mađara planira putovanje ove godine

Otprilike dvije godine nakon šoka izazvanog pandemijom koronavirusa, čini se da se želja Mađara za putovanjima sada oporavila, ali stalno rastuće cijene i dalje predstavljaju ozbiljan izazov domaćem turizmu, nalaz je prema istraživanju Tarki koje je naručio Everguest.

"Naše istraživanje među mađarskom populacijom pokazalo je da se raspoloženje oko putovanja nakon pandemije konačno oporavilo: trećina aktivne dobne skupine redovito putuje, dok među onima koji su prošle godine ostali kod kuće, svaka deseta osoba ove godine planira neku vrstu putovanja. Posebno je nevjerojatno da će 83% redovitih putnika putovati i ove godine", rekla je Réka Sályi, direktorica marketinga Everguesta.

Više od polovice ispitanika (54%) putovalo je jednom, više od četvrtine (26%) dva puta, 11% tri puta, a 9% četiri puta ili u inozemstvo na nekoliko dana u protekloj godini ili više puta na nekoliko dana u protekloj godini. Ove godine 54% putnika planira putovati isti broj puta kao i prošle godine, 32% manje i 14% više.

Istraživanje je pokazalo da su muškarci i stanovnici Budimpešte aktivniji putnici. 43% muškaraca i 29% žena želi putovati ove godine. Na temelju mjesta stanovanja, 56% stanovnika Budimpešte, te 31-31% stanovnika ostalih gradova i naselja učinilo bi isto. Što se tiče dobnih skupina, 44% mladih i sredovječnih ljudi, te samo 18% starijih ljudi ima planove putovanja za 2024. godinu. Na temelju stručne spreme, nema razlike u želji za putovanjem.

Balaton i Budimpešta - vječni favoriti

Balaton je i dalje najpoželjnija tuzemna destinacija među Mađarima, a 76% ispitanika ove godine želi provesti odmor na Balatonu. Međutim, petina ispitanika odgovorila je da ove godine ne mogu doći do Balatona zbog financijskih razloga.

Interes za glavni grad nastavio je rasti, zahvaljujući uspješnim domaćim kampanjama. Gotovo tri četvrtine (69%) ispitanika željelo bi posjetiti Budimpeštu ove godine. Ostali su uglavnom opravdavali svoje ne-putovanje u Budimpeštu gužvama u glavnom gradu i visokim cijenama.

Istraživanje je provedeno intervjuiranjem 1.023 osobe, reprezentativne za odraslu populaciju Mađarske.⁴

24. 06. 2024. Groupama Insurance i OTP Banka anketa

Putničke navike Mađara su se promijenile: sada svi traže te mogućnosti

Prema istraživanju koje su naručili Groupama Insurance i OTP Bank ove godine umjesto last minute putovanja daje se prednost putovanjima s boljom vrijednosti za novac, rezerviranim unaprijed. Većina Mađara koji planiraju putovanje obično biraju određeno mjesto i datum najmanje 4-5 mjeseci prije polaska.

Na međunarodnoj razini, mađarski putnici smatraju se osjetljivima na cijene, potrošivši 52,2 eura po noćenju u 2022., u usporedbi s prosjekom EU-a od 87,2 eura, prema podacima Eurostata. Dok su u prošlosti last minute putovanja s popustom jamčila odmor dobre vrijednosti, sada se čini da se trend mijenja.

Četiri petine putnika pažljivo planira svoj odmor unaprijed, pokazalo je novo istraživanje. Većina njih, gotovo 80%, odlučuje se za ovo rješenje jer imaju veći izbor smještaja nego u last minute opciji.

Prema dvije trećine sudionika istraživanja, planiranje je potkrijepljeno i činjenicom da je sigurnost, u slučaju grupnog ili većeg obiteljskog odmora bitan faktor za organiziranje prikladnog vremena za sve. Među onima koji pažljivo planiraju svoje putovanje, značajna je većina onih koji planiraju otići u inozemstvo, obično na plažu, koji ne žele riskirati da im odmor promakne zbog loše organizacije.

Slično zapadnoj Europi, trendovi se mijenjaju i u Mađarskoj, na primjer, putnici rezerviraju duže krstarenje godinu dana prije polaska. Turističke agencije također se sve svjesnije prilagođavaju novim potrebama, pa su i korisnici svjesni da se baš ne isplati čekati povoljne last minute prilike, pa sve više ljudi koristi prednosti first minute rezervacija.

– kaže Judit Molnár, direktorica OTP Travela.

Težnju za sigurnošću i predvidljivošću pokazuje i činjenica da, iako postoji jasna potreba za raznolikošću, većina putnika voli se s vremena na vrijeme vratiti na odredišta na kojima su prije bili. 50% putnika voli ići na provjerena mjesta, a 7% uvijek ode na odmor na isto mjesto ako za to postoji mogućnost.

Izvor: Groupama Insurance i OTP Banka anketa

31. 07. 2024.– Szallas.hu

Ove godine ista dva naselja natječu se za najviše mađarskih gostiju na Jadranu

Prema podacima rezervacija za razdoblje svibanj-rujan on line agencije Szallas.hu najpopularnije destinacije u Hrvatskoj mađarskih gostiju su Vir i Crikvenica, dok su najtraženije regije bile Kvarner i Dalmacija – Zadar. Gotovo dvije trećine rezervacija su za 5-7 noćenja, a tri četvrtine putnika preferira apartmane.

⁴ Izvor: TÁRKI istraživanje

Vir je popularan među Mađarima zbog svojih plaža prilagođenih djeci, dok je Crikvenica poznata po svojim šetnicama uz more, ugodnim restoranima i avanturističkim vodenim programima. Na temelju broja rezervacija sljede Njivice, Selce, Zadar, Starigrad, Medulin, Vodice, Bibinje i Dramalj. Istodobno, mađarski putnici sve su otvoreniji prema destinacijama u južnoj Hrvatskoj, bilježeći najveći porast broja rezervacija u odnosu na prošlu godinu u regijama Dalmacija - Dubrovnik i Dalmacija - Šibenik.

"36% svih rezervacija je napravljeno za Vir i Crikvenicu, a prvih 10 „uplaćenih“ destinacija čini 40% svih hrvatskih rezervacija"- rekla je Tímea Molnár, menadžerica Szallas.hu-a za Hrvatsku i Austriju.

Boravak od 7 noćenja najtipičniji je ove sezone (od svibnja do kraja rujna) s 23% rezervacija. Jedna od pet rezervacija je za 5 noćenja, 18% rezervacija je za 6 noćenja, a 17% za 4 noćenja, prema podacima Szallas.hu.

Među vrstama smještaja, apartmani su daleko najtraženiji, a tri četvrtine rezervacija preferira ovu vrstu smještaja. Hoteli i odmarališta do sada su odabrani proporcionalno manje (21%) od apartmana, ali također bilježe porast rezervacija u odnosu na prošlu godinu.

I dalje postoji veliki interes za kvalitetan smještaj s više usluga, s najvećim porastom u odnosu na prošlu godinu u kategoriji resorta.

Sveukupno, Szallas.hu je od siječnja povećala broj svog kontingenta smještaja u Hrvatskoj za više od 4.000 novih partnera. Prema njihovim podacima, većina Mađara (29%) koji rezerviraju smještaj u Hrvatskoj su obitelji ili grupe od 4 osobe i par putnika (25%). U vezi s rezervacijama, mnogi ljudi dobivaju informacije od svoje korisničke službe na mađarskom jeziku.

Iako su kolovoz i srpanj još uvijek klasična sezona, svibanjska predsezona i posezonski rujna postaju sve popularniji. Razina predrezervacija u rujnu ove godine, 31. srpnja, gotovo će dosegnuti broj rezervacija u lipnju ove godine i očekuje se daljnji porast.

Izvor: Szallas.hu

10. 10. 2024. - Kiwi.com

Prema Kiwi.com podacima od 10. listopada 2024., Španjolska je ponovno najpopularnija zemlja, a London najpopularniji grad na popisu zrakoplovnih destinacija tijekom nadolazećih jesenskih praznika, ali sve više naših sunarodnjaka želi istražiti i udaljenije zemlje.

Turska i Sjedinjene Američke Države sada su među prvih 10 zemalja. Taj se trend odrazio i na ljestvicu gradova, gdje se, osim zimzelenih Kanarija, već mogu naći i Istanbul, Kopenhagen i Malaga. Iako su prosječne cijene zrakoplovnih karata porasle za 11%, oni koji putuju više od 4.000 km plaćaju manje nego prošle godine. Gotovo svaki peti putnik iskoristi produženi jesenski odmor i provede 7-10 dana odmarajući se.

Baš kao i prošle godine, većina Mađara letjet će prvog dana jesenskih praznika, prema podacima rezervacija Kiwi.com-a. Nema promjene u top 3: Španjolska, Italija i Ujedinjeno Kraljevstvo i dalje su zemlje s najvećim brojem letova na temelju rezervacija napravljenih do 10. listopada 2024.

Prošle godine, međutim, Turska nije bila u prvih 10, gdje ove godine putuje jedan i pol puta više ljudi nego prošle godine, što je čini četvrtom najpopularnijom zemljom tijekom nadolazeće pauze.

Dmytro Malyskiy, direktor korporativnih rješenja i odnosa sa zračnim prijevoznicima u Kiwi.com-u, sve veću popularnost Turske pripisuje njezinoj strateškoj lokaciji i povećanoj zračnoj povezanosti. "Pojava Istanbula kao glavnog zrakoplovnog čvorišta odigrala je ključnu ulogu u ovom rastu. Ne samo da je postao ulaz u Europu, već nudi i pristupačne letove za druge azijske zemlje, koje postaju sve popularnija odredišta. Konkurentne cijene zrakoplovnih karata te kulturna i prirodna bogatstva regije čine Tursku vrlo atraktivnom destinacijom za turiste, dodatno poboljšanom povezanošću povezanih letova koje nude mnoge zrakoplovne tvrtke", dodaje.

Među gradovima London i dalje preuzima vodstvo, ali od drugog mjesta situacija se već promijenila u odnosu na prošlu godinu. Drugi na listi ove godine je prošlogodišnji sedmoplasirani Milano; dok je treći na listi, prošlogodišnji osmoplasirani Rim. 42% više Mađara letjet će u Milano i 36% više u Rim tijekom jesenskih praznika, prema podacima Kiwi.com rezervacija. 47% više naših sunarodnjaka putuje u Istanbul i gotovo 10% više u Kopenhagen. Među gradovima na popisu top 10, Malaga je zabilježila najveći skok popularnosti: 62% više Mađara ove godine leti ovamo nego prošle godine.

Top 10 avio destinacija među Mađarima tijekom jesenskih praznika na temelju rezervacija primljenih do 10. listopada:

1. London
2. Milano
3. Rim
4. Barcelona
5. Istanbul
6. Kopenhagen
7. Malaga
8. Malta
9. Pariz
10. Tenerife

Izvor: Kiwi.com

29. 08. 2024.– Invia.hu

Iako je ovog ljeta bilo svega, od bankrota velikih njemačkih organizatora preko otkazivanja letova iz zračne luke Debrecen do globalnog zatvaranja IT-a, ovog ljeta pitanje "Balaton ili more?" dominiralo je medijskim izvještavanjem, a kao i do sada, pojavilo se nekoliko proturječnih novinskih članaka na tu temu. Vodeća online turistička agencija Invia.hu,, analizira podatke o trendovima ljetnih putovanja za 2024. kako bi nam pomogla da dobijemo jasniju sliku o tome gdje i kako su Mađari ljetovali ove godine.

Najpopularnija odmarališta uglavnom su ostala ista: Turska, Grčka i Egipat ove su godine ponovno bile najpopularnije destinacije, pri čemu su Antalya i Chalkidiki stekli značajnu

popularnost i značajno se povećali u odnosu na prije, dok se broj zainteresiranih za albansku rivijeru, posebno područje oko Dürresa, također značajno povećao.

Prema Invijinoj službi za korisnike, koja je dostupna sedam dana u tjednu tijekom sezone, većina rezervacija izvršena je u prvoj polovici tjedna, što sugerira da putnici obično donose odluke nakon „kućnog“ vikenda. Želja za odmorom i opuštanjem potkrijepljena je i dodatnim kriterijima – sve više tražimo punu uslugu na temelju odabranog načina njege (potražnja za all-inclusive i ultra-all-inclusive paketima nastavila je rasti, dok je popularnost samoposluživanja smanjena), a više volimo duži odmor od nekoliko dana: 9-dnevna putovanja najviše su porasla ove sezone.

Iako se produženi vikend 20. kolovoza u Mađarskoj obično smatra krajem sezone, već je jasno da ljeto ne završava ni ove godine: želja za putovanjem ostat će s nama i u predstojećim sezonama! Na temelju unaprijed izvršenih jesenskih rezervacija, uz uobičajeni pobjednički trio Turske, Egipta i Grčke, egzotične destinacije poput Zanzibara i Omana bit će favoriti za jesenske ferije.

Izvor: Invia.hu

Utjecaj političkih i ekonomskih kretanja na turistički promet u 2023. i 2024.

S obzirom na ostvarene rezultate u dosadašnjem dijelu 2024. godine, možemo zaključiti da se mađarski turisti nisu odrekli odmora, a naročito je od situacije profitirala Hrvatska. I ostale, konkurentne destinacije ostvarile su dobre rezultate prema čemu zaključujemo da politička globalna situacija nije utjecala na putovanja. Dobrim rezultatima Hrvatske, ali i konkurentskih zemalja pridonijela je i inflacija u Mađarskoj te visoke cijene domaćih proizvoda i usluga (prvenstveno na Balatonu).

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2023. otputovali na odmor i procjene broja putovanja u 2024.

Glavni pokazatelji inozemnih putovanja po odredišnim zemljama – kvartalni prikaz

Zemlje	2023. I.	2023. II.	2023. III.	2023. IV.	2024. I.	2024. II.
Broj inozemnih putovanja, tisuća						
Ausztria	1,691	1,869	1,823	1,789	1,540	1,848
Csehország	83	128	106	106	115	130
Egyesült Királyság	35	22	37	53	70	62
Franciaország	36	54	68	93
Görögország	...	112	408	102
Hollandia	45	65	56	67
Hrvatska	37	183	630	79	38	181
Lengyelország	72	49	50	75

Németország	213	273	220	211	246	323
Olaszország	116	101	181	118	124	161
Románia	225	342	390	334	296	361
Spanyolország	76	102	101	134	116	88
Svájc	...	40	53
Szerbia	213	235	170	209	196	237
Szlovákia	1,045	1,177	1,066	1,011	1,104	1,143
Szlovénia	114	153	335	109	123	166
Ukrajna	171	197	209	183	161	176
Egyéb Európa	48	227	374	201	202	301
Európa (Magyarország nélkül)	4,349	5,293	6,257	4,756	4,613	5,567
Amerika	32	29	38	34	35	29
Ebből: USA	...	22	37
Afrika	40	29	24
Ázsia	35	32	46	48	51	40
Ukupno	4,426	5,387	6,359	4,879	4,741	5,660
Duljina boravka, tisuću dana						
Ausztia	2,825	2,905	2,557	2,849	2,212	2,308
Csehország	388	528	471	523	537	572
Egyesült Királyság	274	200	820	643	438	375
Franciaország	283	380	403	655
Görögország	...	866	3,403	738
Hollandia	804	495	419	600
Hrvatska	43	379	2,574	99	47	528
Lengyelország	489	305	248	462
Németország	1,555	2,119	2,116	1,583	1,589	2,063
Olaszország	567	746	1,426	777	685	950
Románia	360	570	1,061	537	476	555
Spanyolország	518	776	992	1,044	766	603
Svájc	...	240	309
Szerbia	379	415	346	308	275	313
Szlovákia	1,240	1,401	1,194	1,262	1,342	1,344
Szlovénia	115	156	338	111	126	178
Ukrajna	180	202	214	195	167	183
Egyéb Európa	318	1,520	3,485	1,501	1,187	1,976

Európa (Magyarország nélkül)	10,647	13,916	23,029	13,071	11,497	14,715
Amerika	565	473	864	496	607	537
Ebből: USA	...	311	838	...	356	...
Afrika	...	303	...	305	...	238
Ázsia	451	335	564	573	591	390
Ukupno	11,780	15,029	24,622	14,445	12,971	15,893
Potrošnja na inozemnim putovanjima, milijun forinti						
Ausztria	56,232	60,568	68,606	82,488	72,914	66,318
Csehország	8,797	14,252	10,844	14,516	14,460	17,514
Egyesült Királyság	4,144	4,082	13,563	13,136	10,491	10,096
Franciaország	7,573	10,791	13,838	19,132
Görögország	...	24,628	95,478	18,874
Hollandia	17,854	15,215	12,723	16,915
Hrvatska	711	7,239	53,262	1,884	902	10,403
Lengyelország	8,983	8,934	6,454	9,164
Németország	33,284	40,902	58,861	49,764	53,649	77,524
Olaszország	15,519	19,414	40,356	19,266	21,109	27,157
Románia	5,646	11,503	15,616	10,538	9,072	10,701
Spanyolország	14,617	20,304	29,569	27,063	23,066	16,271
Svájc	...	6,959	8,786
Szerbia	5,770	6,567	7,820	5,853	4,916	5,703
Szlovákia	19,303	19,318	16,001	17,062	18,849	17,801
Szlovénia	2,351	3,003	4,716	2,407	2,422	3,870
Ukrajna	3,676	4,485	5,025	4,039	3,588	4,112
Egyéb Európa	7,503	35,540	87,870	35,595	31,239	48,919
Európa (Magyarország nélkül)	219,536	303,061	562,971	333,766	315,983	389,260
Amerika	17,144	14,156	27,120	21,482	19,481	14,028
Ebből: USA	...	9,779	26,057	...	10,149	...
Afrika	11,121	...	7,215
Ázsia	11,182	11,071	14,481	18,389	20,663	11,742
Ukupno	252,206	337,849	610,035	384,758	365,040	422,370

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Broj stanovnika koji su u 2023. na odmor otputovali u inozemstvo / odmor proveli u vlastitoj zemlji i procjene za 2024.

Mađari su 2023. godine realizirali 21 milijuna inozemnih putovanja, dok su u vlastitoj zemlji realizirali 12,8 milijuna turističkih dolazaka.

Mađari su 2023. godine u inozemstvu boravili u turističke svrhe 65,8 milijuna dana, dok su u Mađarskoj ostvarili 51,6 milijuna dana boravka u turističke svrhe. U vlastitoj zemlji su u prosjeku proveli 3,8 turistička dana.

Mađari su tijekom višednevnih domaćih putovanja 2023. potrošili ukupno 632 milijuna HUF, dok su na inozemnim putovanjima potrošili 1.584.848 milijun HUF.

Što se tiče podataka za 2024. godinu, službeni podaci su dostupni tek za Q1 i Q2 (manje relevantni u pogledu Hrvatske iako je i u tim mjesecima ostvaren rast u odnosu na prethodne godine), no prema tim podacima u prvih 6 mjeseci su mađarski turisti realizirali skoro 29 milijuna dana na inozemnim putovanjima, dok su u prvih 6 mjeseci 2024. g. u vlastitoj zemlji proveli 20,6 turističkih dana.

Redoslijed omiljenih destinacija u 2023. i razlozi odabira

Prema podacima Mađarskog zavoda za statistiku, Mađari su 2023. godine realizirali najviše putovanja/turističkih dana u sljedeće države (nije definirano radi li se o jednodnevnim ili višednevnim putovanjima):

	Država	Broj putovanja, tisuća
1.	Austrija	7,172
2.	Slovačka	4,299
3.	Rumunjska	1,291
4.	Ostala Europa (?)	942
5.	Hrvatska	929
6.	Njemačka	917
7.	Srbija	827
8.	Ukrajina	760
9.	Slovenija	710
10.	Grčka	576

	Država	Broj „turističkih dana“, tisuća
1.	Austrija	11,136
2.	Ostala Europa (?)	7,526
3.	Njemačka	7,373
4.	Slovačka	5,097
5.	Grčka	4,719
6.	Italija	3,517
7.	Španjolska, Portugalija	3,457
8.	HRvatska	3,094
9.	Rumunjska	2,528
10.	Amerika	2,398

Zanimljivo je pogledati sljedeću tablicu, iz koje je vidljivo da je kontinuirani rast putovanja u gradove (City Break), te da su putovanja na more u blagom porastu (nakon značajnog pada u 2022.), a da je interes za „zelene“ destinacije značajno smanjen.

Višednevna inozemna putovanja prema geografskoj destinaciji (%)

Godina	City	More	Rural (jezero, rijeka itd.)	Planine, gorje	Ostalo	Ukupno
2021.	42.8	42.6	5.0	8.6	0.0	100.0
2022.	47.3	33.7	3.9	14.5	0.6	100.0
2023	50.2	34.7	2.8	11.6	0.7	100.0

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za vodeće destinacije

25% Mađara Hrvatsku je posjetilo u organizaciji ili posredstvom turističkih agencija, dok je 75% Mađara svoj godišnji odmor organiziralo individualno.

S obzirom da su u top 10 omiljenih destinacija Mađara mahom bliže destinacije, logično je da takve odmore turisti u većini slučajeva organiziraju sami tj. putuju bez agencijskih usluga. Agencijske usluge koriste se uglavnom za putovanja koja uključuju charter letove (Turska, Tunis, Grčka, Egipat) te za daleka putovanja.

Vrsta prijevoza koji su turisti generalno preferirali prilikom odlaska na godišnji odmor u 2023. i procjene za 2024.

Mađari koji godišnje odmore provode u inozemstvu, u većini slučajeva koriste osobni automobil, iako se zbog dobre zračne povezanosti i sve većeg broja charter letova, povećava i broj onih koji na odmor putuju avionom. Prema rezultatima Tomas istraživanja, 88% Mađara u Hrvatsku je stiglo osobnim automobilom. U 2024. godini, većina Mađara koja se odlučila na odlazak u inozemstvo koristila je osobni automobil, iako je broj letova bio puno veći nego prethodnih godina (134 odredišta direktno dostupna tijekom ljeta) te je veći broj putnika na odmor putovao avionom. Procjene za 2024. godinu su da je više Mađara putovalo avionom nego u prethodne dvije godine.

Zračna luka Budimpešta objavila da ove godine očekuju rezultat od preko 16 mil. putnika, čime se približavaju obaranju rekorda od 16 mil. iz 2019. godine. U prvoj polovici godine ostvarili su ukupno 7,9 milijuna putnika, što je 7% više nego 2019. godine.

Preferirani način bukiranja

Trend posljednjih godina je rezervacija smještaja putem online kanala. Od mađarskih tu svakako treba istaknuti najveći OTA – Szallas.hu. Nakon par godina u kojima je „early booking“ rastao, mađarsko tržište ponovno se vratilo navici rezerviranja odmora u zadnji čas odnosno 2-3 mjeseca prije puta. Prema rezultatima Tomas istraživanja većina mađarskih turista (više od 45%) rezervirala je svoj odmor 1-3 mjeseca prije puta, dok je njih 24% rezerviralo svoj odmor 1 -4 tjedna prije puta.

Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja u 2023. i procjene za 2024.

Mađari su tradicionalni gosti u privatnom smještaju u Hrvatskoj, koji je i ove godine bio prvi izbor većine Mađara, iako je njegov udio neznatno smanjen, tj. indeks rasta u hotelima i kampovima veći je od indeksa rasta u privatnom smještaju.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja u 2023. i procjene za 2024.

Motiv putovanja – kvartalni prikaz						
Motivacija	2023. I.	2023. II.	2023. III.	2023. IV.	2024. I.	2024. II.
Broj inozemnih putovanja, tisuća						
Jednodnevna putovanja						
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	327	575	528	179	163	269
Posjeta rodbini, prijatelja	389	536	559	412	437	400
Shopping	1,074	1,123	1,147	1,275	1,085	1,282
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	251	163	117	148	233	247

Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	150	230	304	258	211	248
Rad	575	739	1,067	780	733	1,055
Ukupno	2,766	3,365	3,722	3,051	2,862	3,500
Višednevna putovanja						
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	584	992	1,832	767	740	1,027
Posjeta rodbini, prijatelja	442	520	287	311	339	459
Shopping	26	16	17	30	17	20
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	52	53	53	93	53	43
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	212	137	119	208	292	281
Rad	345	303	330	419	438	329
Ukupno	1,660	2,021	2,637	1,828	1,879	2,160
Duljina boravka, tisuću dana						
Jednodnevna putovanja						
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	327	575	528	179	163	269
Posjeta rodbini, prijatelja	389	536	559	412	437	400
Shopping	1,074	1,123	1,147	1,275	1,085	1,282
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	251	163	117	148	233	247
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	150	230	304	258	211	248
Rad	575	739	1,067	780	733	1,055
Ukupno	2,766	3,365	3,722	3,051	2,862	3,500
Višednevna putovanja						
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	3,509	6,088	13,997	4,900	4,645	6,589
Posjeta rodbini, prijatelja	2,998	3,227	1,915	1,723	1,985	2,654
Shopping	79	56	52	337	52	66
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	206	416	367	702	177	405
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	1,018	642	572	1,002	1,430	1,377
Rad	1,203	1,235	3,997	2,729	1,819	1,301
Ukupno	9,013	11,663	20,900	11,394	10,109	12,392
Potrošnja na inozemnim putovanjima, milijun forinti						
Jednodnevna putovanja						
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	5,403	6,087	5,212	1,043	996	2,026
Posjeta rodbini, prijatelja	5,875	5,228	6,680	4,083	4,163	3,025
Shopping	35,904	48,166	62,998	73,862	63,101	58,264
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	2,945	2,166	1,494	984	1,484	1,855
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	4,086	6,552	7,295	5,499	5,773	7,796
Rad	6,055	6,800	8,834	9,033	9,953	13,265

Ukupno	60,269	74,999	92,515	94,505	85,470	86,231
Višednevna putovanja						
Rekreacija, leisure, zdravstveni turizam	93,780	166,496	385,113	155,349	144,003	189,362
Posjeta rodbini, prijatelja	30,613	36,869	41,747	33,793	42,200	47,535
Shopping	2,001	2,818	2,057	3,832	1,919	3,757
Ostalo (studije, medicinski tretman, vjerski, lov, ostalo)	3,719	5,281	5,428	11,542	3,942	5,886
Poslovno putovanje, konferencija, sklapanje poslova	44,681	31,448	38,434	46,911	59,862	68,790
Rad	17,144	19,937	44,742	38,826	27,643	20,810
Ukupno	191,937	262,850	517,521	290,253	279,570	336,139

Izvor: KSH/Zavod za statistiku

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju u 2023. i procjene za 2024.

Potrošnja vezana za inozemna putovanja po segmentima potrošnje

Naziv	Svukupna potrošnja u inozemstvu, milijun forinti	Raspodjela troškova, % smještajne i ugostiteljske usluge	Raspodjela troškova, % gorivo	Raspodjela troškova, % hrana, piće	Raspodjela troškova, % trajna i vrijedna roba široke potrošnje	Raspodjela troškova, % ostali artikli	Raspodjela troškova, % kultura-, sport- i ostale turističke usluge	Raspodjela troškova, % ostale usluge (osiguranje, učenje, promet, medicinske usluge)	Raspodjela troškova, % sveukupno
2023. godina									
Jednodnevna putovanja	321,440	1.0	9.5	17.3	27.1	34.2	0.3	10.8	100.0
Višednevna putovanja	954,359	46.9	8.3	6.0	1.5	21.3	10.2	5.8	100.0
Sveukupno	1,275,799	33.1	8.7	9.4	9.2	25.2	7.2	7.3	100.0

Mađari su 2023. godine realizirali 21 milijuna inozemnih putovanja, 17% više nego godinu ranije. Duljina boravka porasla je za četvrtinu u odnosu na prethodnu godinu. Rast je uglavnom potaknut višednevnim noćenjem u slobodno vrijeme i kupovinom. Na jednodnevnim i višednevnim putovanjima potrošili su 1,275 milijardu forinti, što je u odnosu na 1,075 milijardu forinti prethodne godine značajno povećanje.

Prema zadnjem Tomas istraživanju, prosječna potrošnja mađarskih turista u Hrvatskoj iznosi 112,43 € po danu.

PREGLED ORGANIZATORA PUTOVANJA NA TRŽIŠTU

Osvrt na poslovno okruženje i eventualne promjene u domeni TO/TA tijekom 2023. i 2024. s obzirom na političke i ekonomske okolnosti

Prema podacima KSH-a 2023. godine u Mađarskoj poslovalo je 885 TO/TA-a, što je u odnosu na broj iz 2022. g. (973) umjereni pad.

Udruga mađarskih putničkih agencija – MUISZ okuplja 186 subjekata.

Od organiziranih putovanja 7 % organiziraju MUISZ članovi.

2023. je 860.000 putnika putovalo u organizaciji mađarskih putničkih agencija (uključujući i članove MUISZ-a).

Mađarski propisi obvezuju organizatore putovanja na polaganje kaucije, sukladno planiranom prometu u tekućoj godini i to u dvije kategorije - 12% za organizatore putovanja koji u ponudi nemaju chartere i 20% za one koji ih imaju. Podatak o položenoj kauciji govori o planiranom obujmu poslovanja pojedinog organizatora putovanja.

Popis putničkih agencija koje podliježu osiguranju imovine 20%

Naziv	2022	2021	2020
IBUSZ	1.550.000.000	900.000.000	1.800.000.000
Sun & Fun Holidays	1.500.000.000	1.000.000.000	2.000.000.000
Anubis Travel	600.000.000	500.000.000	1.000.000.000
Kartago Tours	511.000.000	511.000.000	1.021.618.000
Orex Travel Kft.	475.000.000	201.300.000	400.000.000
Taurus Reisen	363.700.000	363.700.000	363.700.000
Budavár Tours	300.000.000	320.000.000	320.000.000
Mauri	200.000.000	12%-os volt	12%-os volt
Unitravel	120.000.000	225.000.000	510.000.000
Last Call Travel	117.000.000	117.000.000	150.000.000
Grand Tours 2000	100.000.000	12%-os volt	400.000.000
Apollon Travel	90.000.000	90.000.000	130.000.000
Premio Travel Holidays	60.000.000	112.000.000	250.000.000
Personal Tours	50.000.000	77.200.000	158.507.157
Blue Sky Travel International	50.000.000	50.000.000	50.000.000

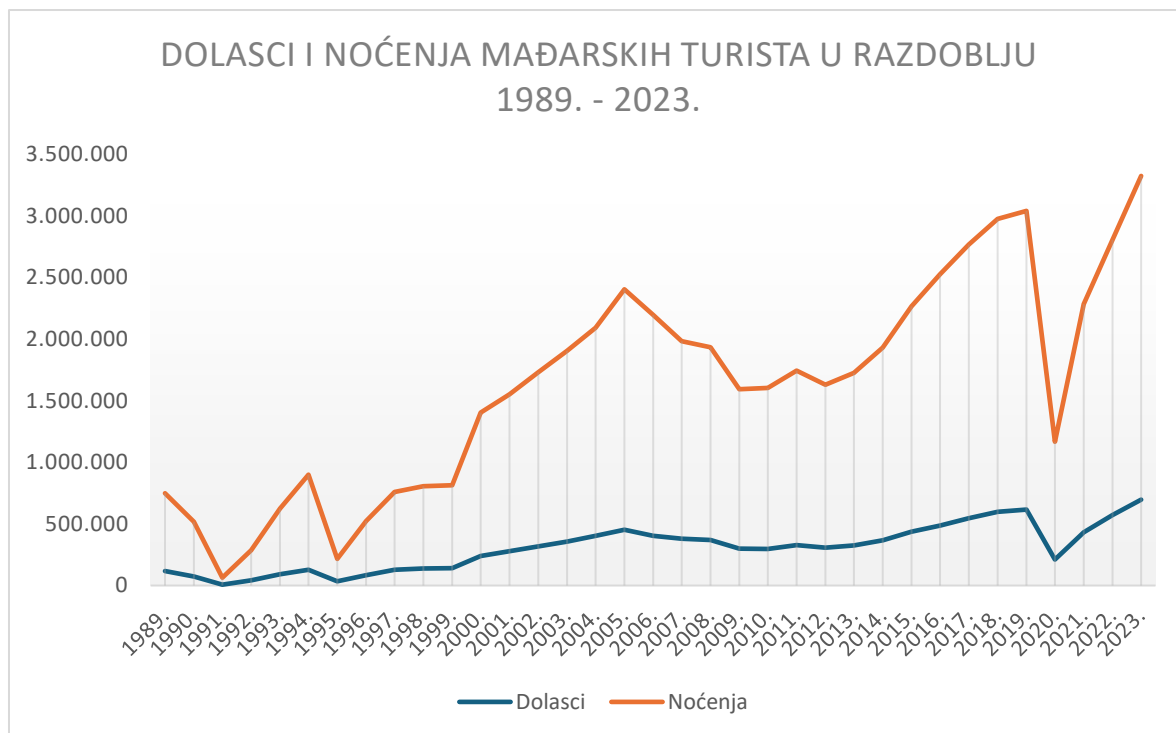
Popis putničkih agencija koje podliježu osiguranju imovine 12%

Naziv	2022	2021	2020
Fehérvár Travel	600.000.000	1.080.000.000	1.080.000.000
Platinum Travel Solutions	216.000.000	149.500.000	150.000.000
OTP Travel	212.000.000	212.000.000	720.000.000
Utazom.com	160.000.000	106.000.000	500.000.000
Tensi	115.390.000	150.702.000	301.800.000
Araamu Travel	115.000.000	40.000.000	80.000.000
Proko Travel	110.940.000	110.940.000	240.000.000
1000 Út Travel	92.595.000	154.710.000	324.000.000
Z(s)eppelin	72.000.000	80.000.000	170.000.000
Vaya Travel	72.000.000	60.000.000	120.000.000
Bono Utazási Központ	66.000.000	98.000.000	340.000.000
Vista	65.000.000	65.000.000	180.000.000
Haris Travel Club	60.000.000	108.000.000	216.000.000
Blaguss	54.000.000	34.500.000	72.000.000
Jetwing Hungary	51.200.000	51.200.000	51.120.000
TdM Travel Tours	48.500.000	48.500.000	97.000.000
Utazokhu	48.000.000	54.000.000	108.000.000
Helmond	45.000.000	27.000.000	54.000.000
WIZZ Air	43.468.920	152.109.500	470.000.000
AB Agro	42.000.000	69.784.000	165.600.000
Morton's	39.000.000	39.000.000	102.600.000
Baraka	38.000.000	54.000.000	114.000.000
Eupolisz	36.720.000	36.720.000	75.600.000
Festival Travel International	36.360.000	38.280.000	48.000.000
Travel House	36.000.000	36.000.000	36.000.000
Tumlare Corporation Hungary	36.000.000	34.570.000	72.000.000
Túrabarátok	36.000.000	3%-os volt	3%-os volt
Safari Travel	35.000.000	35.000.000	54.000.000
Ski Travel	33.550.000	50.730.000	61.200.000
Gonza	32.270.000	utazásközv.	utazásközv.

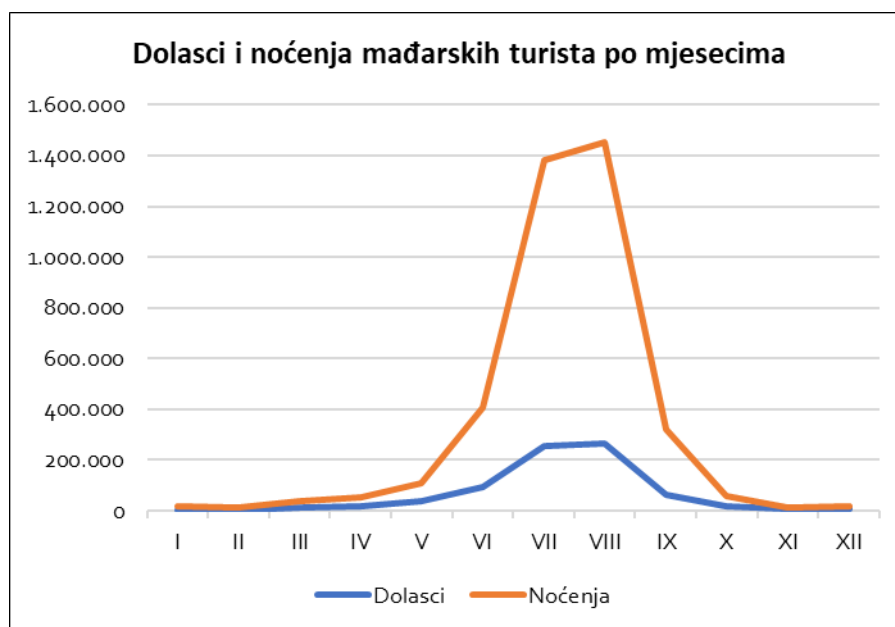
DOPRINOS TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

MAĐARSKA	Dolasci			Noćenja		
	apsol.	indeks	1989.=100	apsol.	indeks	1989.=100
1989.	117.369		100	749.647		100
1990.	72.807	62	62	516.900	69	69
1991.	6.971	10	6	63.670	12	8
1992.	43.160	619	37	286.290	450	38
1993.	90.730	210	77	625.145	218	83
1994.	128.817	142	110	900.243	144	120
1995.	34.080	26	29	217.421	24	29
1996.	85.000	249	72	523.000	241	70
1997.	126.688	149	108	759.289	145	101
1998.	137.670	109	117	805.238	106	107
1999.	141.413	103	120	813.403	101	109
2000.	238.774	169	203	1.403.295	173	187
2001.	279.825	117	238	1.553.600	111	207
2002.	318.015	114	271	1.732.576	112	231
2003.	356.139	112	303	1.905.285	110	254
2004.	403.443	113	344	2.092.449	110	279
2005.	453.395	112	386	2.405.145	115	321
2006.	402.782	89	343	2.196.365	91	293
2007.	381.202	95	325	1.984.644	90	265
2008.	370.392	97	316	1.933.978	97	258
2009.	298.359	81	254	1.594.794	82	213
2010.	297.667	100	254	1.604.753	101	214
2011.	328.106	110	280	1.746.138	109	233
2012.	307.912	94	262	1.629.552	93	217
2013.	326.354	106	278	1.727.787	106	230
2014.	366.262	112	312	1.931.181	112	258
2015.	435.990	119	371	2.266.301	117	302
2016.	486.249	112	414	2.527.632	112	337
2017.	545.789	112	465	2.769.749	110	369
2018.	598.975	110	510	2.978.151	108	397
2019.	617.391	103	526	3.043.319	102	406
2020.	211.620	34	180	1.167.009	38	156
2021.	431.257	204	367	2.286.255	196	305
2022.	573.011	133	488	2.808.907	123	375
2023.	697.270	122	594	3.326.048	118	444

IZVOR: DZS - komercijalni smještajni kapaciteti

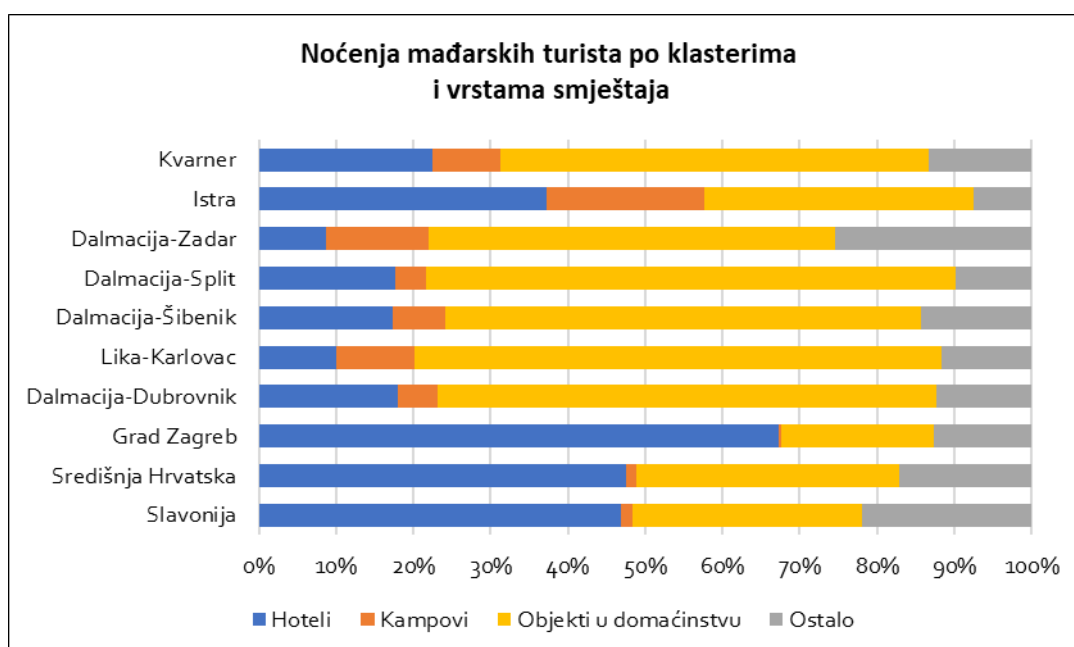


REZULTATI 2024. PREMA SUSTAVU eVISITOR (svi kapaciteti)



Promet po klasterima

	Dolasci	Noćenja
Kvarner	245.856	1.133.920
Istra	161.031	795.603
Dalmacija-Zadar	102.482	621.901
Dalmacija-Split	104.842	610.471
Dalmacija-Šibenik	48.793	285.174
Lika-Karlovac	54.790	169.763
Dalmacija-Dubrovnik	19.998	108.640
Nautika	16.304	93.621
Grad Zagreb	19.215	34.022
Središnja Hrvatska	9.036	19.352
Slavonija	7.034	12.612
Ukupno	789.381	3.885.079


Top destinacije

Grad općina	Noćenja
Crikvenica	214.291
Vir	209.013
Rovinj	131.792
Poreč	119.974
Opatija	119.017
Medulin	113.838
Rab	102.703
Makarska	85.960
Umag	85.255
Lopar	84.857

Dolasci po dobi i spolu

	muškarci	žene
0-5 godina	3,0%	3,0%
6-11 godina	4,5%	4,4%
12-17 godina	4,4%	4,6%
18-24 godina	4,2%	4,3%
25-34 godina	6,1%	6,4%
35-44 godina	8,7%	9,4%
45-54 godina	11,0%	9,6%
55-64 godina	5,1%	4,7%
> 65 godina	3,3%	3,3%

Aktualni imidž Hrvatske – kakve su promjene u percepciji Hrvatske generalno, te u kontekstu turističkih sezona 2023. i 2024.

Hrvatska može biti itekako zadovoljna rezultatima postignutim u 2024. godini, jer su sa mađarskog tržišta već u prvih 9,5 mjeseci 2024. godine premašene ukupne brojke iz rekordne, 2023. godine. Iz Mađarske je u prvih 10 mjeseci 2024. realizirano 775,8 tisuća dolazaka (+8% u odnosu na isto razdoblje 2023.) i 3,85 milijuna noćenja (+8% u odnosu na isto razdoblje 2023.) Imidž Hrvatske je i dalje vrlo dobar, Hrvatsku se percipira kao blisku, sigurnu i poznatu destinaciju.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2023. i 2024. i rezultati organizatora putovanja u 2023. i 2024.

Hrvatska je dobro zastupljena u ponudama najvećih turoperatora i agencija na tržištu, kao i u ponudi najveće online turističke agencije Szallas.hu.

Zrakoplovna povezanost s Hrvatskom tijekom 2024. godine

Hrvatska i Mađarska povezane su jednom avionskom linijom Ryan Aira (Budapest-Zadar) s frekvencijom od 3 puta tjedno (pon., sri. i pet.). Linija je 2024. godine prometovala od 1. travnja do 30. rujna, što je produljenje od 2 mjeseca u odnosu na prošlu godinu, kada je prva rotacija bila 1.lipnja.

Autobuseri u 2024.

Najznačajniji prijevoznik na mađarskom tržištu i dalje je Flixbus, koji je i ove godine imao brojne linije između Mađarske i Hrvatske. Osim redovne linije na relaciji Zagreb - Budimpešta, Budimpešta je tijekom ljeta bila povezana s većinom hrvatskih gradova na obali.

Individualni promet u 2024.

Individualni promet je glavno obilježje mađarskog tržišta. Iznimka nije bila ni ova godina, kada je udio individualnih gostiju u ukupnom broju dolazaka i noćenja iznosio 75%. Iako su na prvom i drugom mjestu, gledajući destinacije, Primorsko-goranska i Istarska županija, koje su geografski najbliže; treća županija po broju noćenja s mađarskog tržišta je Zadarska županija, dok je treća županija po broju dolazaka Splitsko-dalmatinska županija, prema čemu zaključujemo da blizina i nije toliko presudna kod odabira destinacije.

TURISTIČKA SEZONA 2025. – OPĆI POKAZATELJI I NAJAVE

Preliminarna procjena turističkog tržišta/ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2025.

S obzirom na rezultate ostvarene u 2024. godini, Hrvatska je dokazano izbor broj jedan za one Mađare koji svoj ljetni odmor planiraju u inozemstvu. Pristupanje Schengenu i Euro zoni dodatno je doprinijelo rezultatima jer je Hrvatska postala još dostupnija destinacija (čekanje na granicama u prethodnim godinama znalo se odužiti i na 4-5 sati u ljetnim mjesecima). Nažalost, gužve na granicama zamijenile su gužve na naplatnim kućicama na autocestama, na što se ove godine žalio velik broj mađarskih turista (osobni kontakt, telefonski pozivi te komentari na društvenim mrežama).

Kako Mađarska nije članica Euro zone, vrijednost nacionalne valute znatno utječe i na putovanja. Vrijednost forinte u idućoj godini također će biti značajan faktor prilikom odlučivanja o odmorišnim destinacijama.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2025.

S obzirom na loše stanje u svijetu te sve veći broj sukoba koji se događaju u neposrednoj blizini popularnih turističkih destinacija, vrlo je teško procijeniti koje bi destinacije mogle biti tražene u 2025. Turistička odredišta na sjeveru Afrike, kao i Turska već su ove godine osjetile posljedice situacije u Izrealu/Palestini/Libanonu/Siriji.

Omjer putovanja u domaće destinacije i inozemstvo ovisit će prije svega o eventualnim odlukama Vlade i mađarskog turističkog sektora, a za očekivati je da će uvesti mjere/poteze kojima će dodatno motivirati ljude na ostanak u Mađarskoj, prvenstveno na Balatonu.

Prognoze organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika za 2025.

S obzirom na vrlo neizvjesnu situaciju, nitko od turističkih dionika ne izlazi s detaljnijim prognozama za 2025. godinu, iako se svi nadaju normalizaciji globalne situacije, a time i turističkih kretanja.

TURISTIČKA SEZONA 2025. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u Hrvatskoj u 2025.

Iduća godina bit će vrlo izazovna zbog negativnih globalnih okolnosti. Unatoč velikoj želji za putovanjima te velikoj sklonosti Mađara prema Hrvatskoj, postoje brojne opasnosti koje bi inozemna putovanja, pa tako i putovanja u Hrvatsku, mogle dovesti u pitanje. Prije svega će to biti kupovna moć/standard stanovništva, daljnji rast cijena hrane i energenata, inflacija, slabljenje domaće valute i dr. U slučaju pada vrijednosti domaće valute, domaći turizam sigurno će ostvariti bolje rezultate od inozemnog. Domaći turizam i dalje će biti najsnažniji konkurent Hrvatskoj, a zatim slijede Italija, Grčka i ostale europske mediteranske zemlje.

Turska, Tunis i Egipat te nove destinacije koje su povezane s Mađarskom charter letovima (npr. Jordan i Oman) bit će u lošijem položaju ukoliko se ne stabilizira situacija između Izraela i Palestine. Za turiste više platežne moći, može se očekivati da će se broj putovanja na daleke destinacije vjerojatno povećati.

Iduća turistička sezona bit će znatno izazovnija i kompliciranija od ovogodišnje i u pogledu rezultata kojeg će biti teško nadmašiti, s obzirom da je 2024. nova rekordna godina za hrvatski turizam s mađarskog tržišta.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja i zrakoplovnih prijevoznika tijekom 2025. – komentar tržišnih promjena i okolnosti

S obzirom da se očekuje da će Hrvatska biti najtraženija inozemna destinacija i u 2025. godini, očekujemo zastupljenost Hrvatske kod svih postojećih partnera, no potencijalno i kod onih koji do sada Hrvatsku nisu imali u svojim programima

Mjere koje bi prema mišljenju organizatora putovanja i drugih ključnih poslovnih dionika trebalo poduzeti u 2025. kako bi Hrvatska bila poželjna turistička destinacija u kontekstu daljnjih političkih i ekonomskih okolnosti

Uvođenje dodatnih zrakoplovnih linija između Mađarske i Hrvatske pridonijelo bi većem broju dolazaka, naročito kraćih, city break ili vikend posjeta, a kao važnu mjeru partneri spominju i zaustavljanje mjestimično neopravdanog rasta cijena.

Bolja organizacija naplate i protočnost vozila na hrvatskim autocestama motivirala bi mađarske turiste i organizatore putovanja na više kraćih boravaka u Hrvatskoj. Nažalost, ove smo godine svjedočili brojnim negativnim komentarima upravo na kolone na autocestama i duljinu putovanja od hrvatske obale do granice, što je demotiviralo ljude na kraće boravke nakon ljetovanja. Uzevši u obzir podatak iz zadnjeg Tomas istraživanja, prema kojem 88,7% mađarskih turista u Hrvatsku dolazi osobnim automobilom, ove primjedbe ne treba ignorirati.