

ČEŠI – TURISTI

AKTUÁLNÍ PRŮZKUM
GENERALI ČESKÉ POJIŠŤOVNY



O PRŮZKUMU



CÍLE PRŮZKUMU

Zjistit, jaké jsou návyky, preference a postoje Čechů k turistice a výletům, jak plánují svůj volný čas v přírodě, jak vnímají otázky bezpečnosti a udržitelnosti. Jaký je jejich vztah k cyklistice a dalším formám aktivního trávení volného času. Součástí bylo také zmapování rozdílů mezi jednotlivými generacemi.



METODOLOGIE A CÍLOVÁ SKUPINA

Online dotazník s využitím agentury Perfect Crowd (náš online panel) a Click4Survey.

Cílová skupina

- Muži a ženy
- Generace Z, Y, X, Baby Boomers, věk 18+ let.
- Celá ČR



SBĚR DAT

28. 6. – 2. 7. 2025



POČTY ODPOVĚDÍ

Muž 50 %, žena 50 %

Generace	N
Generace Z (18–30 let)	135
Generace Y (Mileniálové) (31–45 let)	344
Generace X (46–61 let)	323
Baby Boomers (62–80 let)	220
Celkem	1 022

TURISTIKA



TURISTIKA PATŘÍ MEZI NEJOBLÍBENĚJŠÍ VOLNOČASOVÉ AKTIVITY ČECHŮ

Aktivity, kterým se věnuji	Celek	Baby Boomers (220)	Generace X (323)	Generace Y (344)	Generace Z (135)	Žena	Muž
Rodinné aktivity (čas s dětmi, výlety s rodinou)	57 %	45 %	56 %	67 %	52 %	65 %	53 %
Turistika (pěší výlety, horská turistika, cyklovýlety)	49 %	42 %	54 %	51 %	44 %	45 %	29 %
Relaxace & wellness (lázně, odpočinek)	27 %	27 %	31 %	25 %	26 %	27 %	28 %
Kultura (divadla, koncerty, kina, galerie)	26 %	25 %	26 %	26 %	26 %	30 %	21 %
Pobyt v přírodě (pikniky, kempování – bez turistiky)	26 %	24 %	25 %	26 %	31 %	24 %	48 %
Sport (běh, fitness apod.)	23 %	7 %	18 %	29 %	45 %	17 %	16 %
Vzdělávání / osobní rozvoj (kurzy, workshopy)	16 %	11 %	12 %	17 %	27 %	16 %	28 %
Jiné	12 %	23 %	12 %	7 %	9 %	12 %	12 %



Četba, práce na zahradě a kolem domu, ruční práce, stolní hry, čas strávený s domácím mazlíčkem



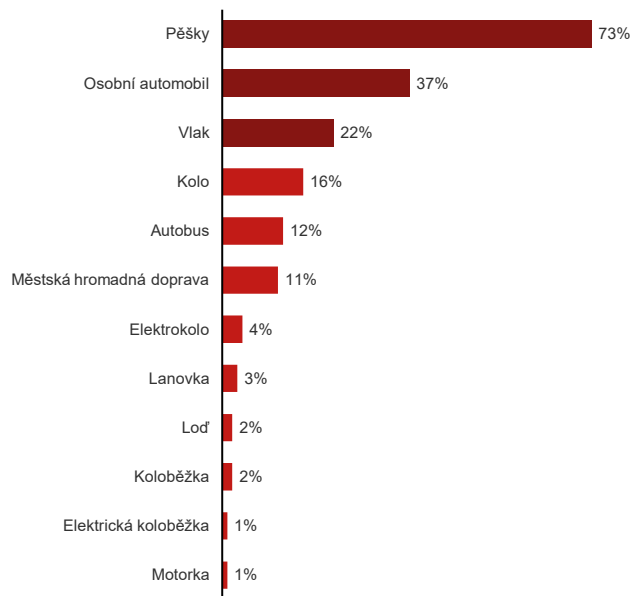
- 57 % Čechů tráví volný čas **rodinnými aktivitami**.
- 49 % se věnuje **turistice** – druhé nejoblíbenější aktivitě napříč generacemi.
- **Ženy** výrazně častěji volí **rodinné aktivity** (65 % vs. 53 % mužů).
- **Muži** častěji **tráví čas v přírodě** mimo turistiku (48 % vs. 24 % žen).

?

Jakým aktivitám se nejčastěji ve svém volném čase věnujete?

PĚŠÍ CHŮZE DOMINUJE NAPŘÍČ GENERACEMI

Způsob dopravy při posledním výletě



- **73 %** respondentů absolvovalo poslední výlet **pěšky**.
- **37 %** využilo osobní **automobil**.
- **Mileniálové** výrazně **méně využili kolo** (9 % vs. 18 – 20 % ostatních generací).

?

Jakým způsobem jste se při posledním výletu pohyboval/a?

PŘÍRODNÍ ZAJÍMAVOSTI JSOU HLAVNÍM CÍLEM VÝLETŮ

Turistické cíle



Turistické cíle	Baby Boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	Žena	Muž
Historické památky	51 %	58 %	55 %	61 %	56 %	56 %
Přírodní zajímavosti	66 %	78 %	75 %	81 %	77 %	73 %
Stavby a technické památky v krajině	30 %	40 %	34 %	27 %	29 %	39 %
Horská turistika	28 %	41 %	53 %	53 %	42 %	46 %
Gastronomie	17 %	26 %	22 %	31 %	23 %	24 %
Atrakce (muzea, galerie, zoo, naučná centra)	15 %	30 %	36 %	32 %	31 %	28 %
Aktivní pohyb/sport	13 %	18 %	21 %	31 %	18 %	22 %
Odpočinek a relax	37 %	39 %	31 %	37 %	39 %	32 %
Atrakce pro děti	9 %	16 %	31 %	14 %	23 %	17 %
Samotná cesta jako zážitek	29 %	28 %	22 %	31 %	23 %	29 %

?

Jaké cíle mají vaše výlety?

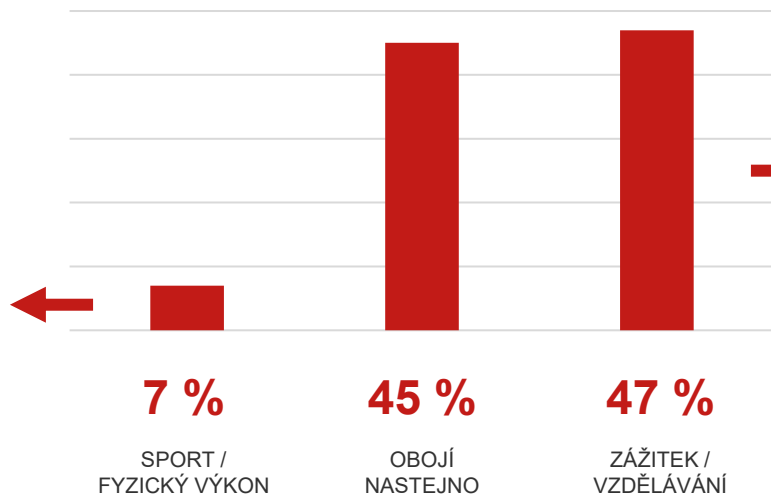


- 75 % respondentů **navštěvuje** během výletů **přírodní zajímavosti**.
- 53 % **Gen Z** vyhledává **horskou turistiku** (vs. 28 % Baby Boomers).
- 39 % **mužů** navštěvuje **technické památky** (vs. 29 % žen).

POUZE 7 % TURISTŮ VYHLEDÁVÁ PŘEDEVŠÍM SPORTOVNÍ VÝKON

Preference aktivity

- Výhledy v krajině 35 %
- Klid a ticho 24 %
- Atmosféra na místě 19 %
- Dobrá společnost 11 %
- Fotogenické snímky 6 %
- Zdroj nových informací 4 %
- Suvenýry 1 %



- Výkon vůbec neřeším 52 %
- Počet ušlých/ujetých kilometrů 26 %
- Plnění „milníků“ (např. počet navštívených míst, měst apod.) 8 %
- Celkový čas 5 %
- Spálené kalorie 4 %
- Nastoupané převýšení 3 %
- Rychlost/tempo 2 %



Co upřednostňujete při svých turistických výletech? Na co se při výletech nejvíc zaměřujete z hlediska výkonu?

HLAVNÍ ZDROJE INSPIRACE

Webové stránky o cestování a výletech

Mapové podklady (Mapy.cz, Google Maps apod.)	51 %
Umělá inteligence	15 %
Mobilní aplikace (např. Gastromapa Lukáše Hejlíka, Coffee Trip, Mapy.cz)	13 %

Ostatní

Doporučení od rodiny nebo přátel	49 %
Turistická informační centra	19 %
Jezdím jen na známá místa	13 %
Pro tipy si nechodím	12 %
Časopisy nebo tištěné magazíny	10 %
Televize/rozhlas	10 %

Sociální sítě

Internetové zdroje	42 %
Facebook	26 %
Instagram	19 %
YouTube	11 %
TikTok	5 %
Influenceři/travel blogeri/youtuberi	4 %
X (Twitter)	1 %



- 51 % respondentů hledá inspiraci v **mapových podkladech**.
- 49 % spoléhá na **doporučení rodiny a přátel**.
- 53 % **Gen Z** využívá **Instagram** (vs. 2 % Baby Boomers).
- 27 % **Gen Z** využívá **umělou inteligenci** (vs. 4 % Baby Boomers).



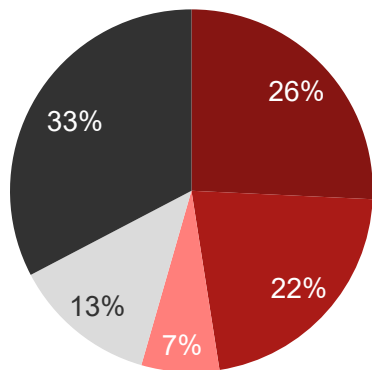
Odkud si nejčastěji berete
nápady na výlety?

GENERAČNÍ OKÉNKO

Zdroje informací	Baby Boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	Žena	Muž
Sociální sítě						
Instagram	2 %	9 %	27 %	53 %	27 %	12 %
TikTok	0 %	2 %	4 %	25 %	7 %	3 %
YouTube	4 %	13 %	11 %	14 %	7 %	13 %
Facebook	16 %	28 %	32 %	17 %	27 %	25 %
Reddit	0 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %
X (Twitter)	0 %	1 %	0 %	5 %	0 %	1 %
Influenceři/travel blogeri/youtuberi	1 %	2 %	5 %	14 %	6 %	3 %
Internetové zdroje	40 %	49 %	42 %	25 %	40 %	44 %
Webové stránky o cestování a výletech						
Mobilní aplikace (např. Gastromapa Lukáše Hejlíka, Coffee Trip, Mapy.cz)	6 %	10 %	16 %	19 %	14 %	11 %
Mapové podklady (Mapy.cz, Google Maps apod.)	55 %	51 %	49 %	51 %	42 %	58 %
Umělá inteligence (např. ChatGPT, Gemini, Copilot apod.)	4 %	17 %	15 %	27 %	17 %	13 %
Ostatní						
Doporučení od rodiny nebo přátel	39 %	52 %	48 %	54 %	52 %	45 %
Turistická informační centra	19 %	22 %	18 %	14 %	19 %	19 %
Časopisy nebo tištěné magazíny	19 %	10 %	6 %	8 %	9 %	11 %
Televize/rozhlas	15 %	11 %	7 %	3 %	7 %	12 %
Jezdím jen na známá místa	20 %	14 %	10 %	10 %	11 %	15 %
Pro tipy si nechodím	16 %	9 %	12 %	10 %	13 %	11 %

TÉMĚŘ POLOVINA LIDÍ SI POŘÍDILA FOTOGRAFII NA MÍSTĚ POPULÁRNÍM NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH

Místa, kde se fotí lidé pro sociální sítě



- Ano, vědomě
- Ano, spíš náhodou
- Ne, o tomhle trendu nevím
- Ne, takovýmto místům se vyhýbám
- Neřeším to

Místa, kde se fotí lidé pro sociální sítě	Baby Boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	Žena	Muž
Ano, vědomě	9 %	26 %	35 %	27 %	28 %	24 %
Ano, spíš náhodou	18 %	17 %	19 %	47 %	22 %	21 %
Ne, o tomhle trendu nevím	10 %	7 %	5 %	3 %	6 %	7 %
Ne, takovýmto místům se vyhýbám	24 %	13 %	9 %	7 %	13 %	13 %
Neřeším to	40 %	36 %	33 %	15 %	31 %	35 %



- 48 % respondentů si někdy pořídilo fotografii na místě populárním na sociálních sítích.
- 47 % Gen Z navštívilo takové místo spíše náhodou.
- Pouze 7 % Gen Z se těmito místům aktivně vyhýbá.
- 40 % Baby Boomers uvádí, že tento trend vůbec neřeší.



Některá místa jsou dnes oblíbená hlavně proto, že se na nich lidé fotí pro sociální sítě. Pořídil/a jste si někdy na takovém místě fotografii, kterou jste publikoval/a na vaše sociální sítě?

WELLNESS JE NEJROZŠÍŘENĚJŠÍM TURISTICKÝM TRENDEM

Zkušenost s novými trendy



- **42 %** respondentů již **vyzkoušelo wellness** pobyty.
- **49 %** žen **využilo wellness** pobyt (vs. 37 % mužů).
- **Gen Z** nejčastěji zkouší **nové trendy**, zejména **geocaching** (25 %) a **cestování obytným autem** (25 %).
- Pouze **22 % Gen Z** nevyzkoušelo žádný z trendů (vs. 40 % Baby Boomers).

Zkušenost s novými trendy	Baby Boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	Žena	Muž
Wellness pobyty (odpočinek, lázně, sauny, relaxační hotely)	40 %	44 %	44 %	36 %	49 %	37 %
Turistika zaměřená na jídlo (návštěvy restaurací, kaváren, pivořarů, ochutnávky)	27 %	29 %	35 %	37 %	28 %	35 %
Agroturistika (pobyt na venkově, statky, farmy, vinařství)	6 %	10 %	12 %	12 %	10 %	10 %
Glamping (luxusnější kempování v přírodě, ale s pohodlím – postel, elektřina apod.)	1 %	7 %	11 %	17 %	11 %	6 %
Geocaching (hledání „pokladů“ pomocí mobilu nebo GPS)	3 %	11 %	11 %	25 %	11 %	12 %
Zážitková turistika (neobvyklé nebo adrenalinové zážitky – např. skoky, netradiční večere)	4 %	13 %	13 %	15 %	10 %	13 %
Účast na sportovních akcích (závody, pochody, maratony – aktivně nebo jako divák)	6 %	14 %	16 %	22 %	17 %	13 %
Cestování a nocování v obytném autě (karavan, campervan)	3 %	10 %	15 %	25 %	12 %	12 %
Zatím jsem se žádného z uvedených trendů neúčastnil/a	40 %	23 %	24 %	22 %	27 %	26 %

?

V cestování a výletech se objevují různé nové způsoby a trendy. Které z nich jste si už sami vyzkoušeli?

OVERTURISMUS



64 % ČECHŮ VNÍMÁ OVERTURISMUS JAKO PROBLÉM

64 %

Čechů vnímá overturismus
jako problém i v Česku

- Ano 64 %
- Nevím 20 %
- Ne 16 %



- Nejčastěji zmiňují **Prahu, Karlův most a Pražský hrad**.
- **70 % mužů** sdílí názor, že se overturismus týká i ČR.

?

Myslíte si, že se tento fenomén týká i Česka?
Která místa v České republice podle vás patří
mezi předložené turistické cíle?

Overturismus v Čechách	Baby Boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	Žena	Muž
Ano	9 %	26 %	35 %	27 %	57 %	70 %
Ne	18 %	17 %	19 %	47 %	18 %	15 %
Nevím	10 %	7 %	5 %	3 %	25 %	17 %

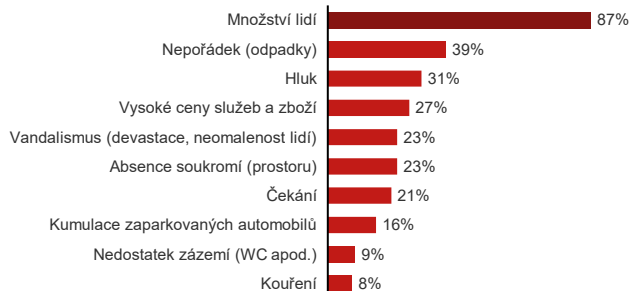
NEJVĚTŠÍ PROBLÉM PŘEPLNĚNÝCH DESTINACÍ

75 %

*nemá rádo
přeplněné destinace*

- Preferuje soukromí 17 %
- Je to jedno 3 %
- Považuje další turisty za součást výletu 3 %
- Nadměrný turismus nevadí 1 %

Co nejvíce vadí na přeplněných místech



Postoj k přeplněným místům	Baby Boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z	Žena	Muž
Nemám rád/a přelidněné destinace	80 %	82 %	70 %	68 %	79 %	73 %
Dávám přednost soukromí	11 %	11 %	21 %	24 %	15 %	18 %
Je mi to jedno	4 %	2 %	4 %	3 %	2 %	4 %
Další turisté k výletům patří	2 %	3 %	4 %	5 %	3 %	4 %
Nadměrný turismus mi nevadí	4 %	1 %	5 %	0 %	2 %	1 %



- 75 % respondentů **nemá rádo přeplněné destinace**.
- 87 % označuje za hlavní **problém velké množství lidí**.
- **Gen Z častěji toleruje přeplněná místa** než starší generace (68 % vs. 70–82 %).

?

Jaký postoj máte k těmto přeplněným místům?
Co vám vadí nejvíce na přelidněných místech?

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

TURISTIKA

ZJIŠTĚNÍ

- **Turistika je 2. nejoblíbenější volnočasová aktivita (49 %)**, dvě třetiny Čechů vyrazí na výlety několikrát měsíčně.
- Hlavním cílem výletů je **příroda** (75 %), následovaná **horami** a **relaxací**.
- Na výletech jsou důležité **zážitky, nikoli výkon**.
- Hlavní inspirací jsou **mapy** a **doporučení** rodiny a přátel.

OVERTURISMUS

ZJIŠTĚNÍ

- **64 % Čechů** se domnívá, že se **overturismus** týká i **České republiky**, především **Prahy** a historických památek.
- **75 %** respondentů **nemá rádo přeplněné turistické destinace**, přičemž nejvíce jim vadí množství návštěvníků, nepořádek a hluk.

GENERAČNÍ OKÉNKO

- **Generace Z** více sleduje výkon a aktivně **vyhledává horskou turistiku, sport** a **gastronomické zážitky**.
- **Instagram** je pro **Generaci Z** významnějším **zdrojem inspirace** než pro ostatní generace.

GENERAČNÍ OKÉNKO

- **Přesvědčení** o přítomnosti **overturismu** je **nejsilnější** u **Generace Y**.
- **Generace Z** je k přeplněným destinacím **tolerantnější**, více jí však **vadí čekání** a **vysoké ceny** služeb.

SVAČINY



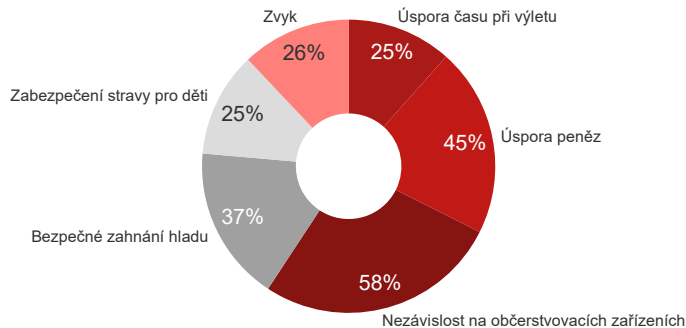
PITÍ, NABITÝ MOBIL A POHODLNÁ OBUV JSOU ZÁKLAD NA VÝLET

Co s sebou na výlet?



- **54 %** si na výlet bere **pití** nebo jiné **nápoje**.
- **48 %** považuje za nezbytný **nabitý mobil**.
- **39 %** uvádí **pohodlnou obuv**.
- **Gen Z** méně často nosí **hotovost** (10 %) a **častěji batoh** (34 %).

Důvody, proč si připravují svačinu



- **82 %** respondentů považuje za nezbytnou součást svačiny **pití**.
- **58 %** si svačinu připravuje kvůli **nezávislosti na občerstvení**.
- **45 %** uvádí jako důvod **úsporu peněz**.
- **Gen Z** častěji zmiňuje **úsporu peněz** (54 %) a méně často nápoje (72 %) než ostatní generace.



Co všechno si na výlety připravujete?

BEZPEČNOST



NEJČASTĚJŠÍ KOMPLIKACÍ NA VÝLETĚ JE ŠPATNÉ POČASÍ

Tři věci, které řeší před výletem	Celek	Baby Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z	Žena	Muž
Sleduji předpověď počasí	57 %	55 %	59 %	61 %	41 %	58 %	56 %
Kontroluji délku a náročnost trasy	25 %	23 %	22 %	30 %	27 %	23 %	28 %
Ověřuji otevírací dobu cíle / památky / restaurace (památky, restaurace apod.)	21 %	13 %	25 %	21 %	20 %	21 %	20 %
Zjišťuji kontroluji dopravní spojení nebo možnosti parkování	20 %	22 %	20 %	20 %	19 %	20 %	21 %
Připravuji beru si vhodné oblečení a obuv	38 %	42 %	42 %	35 %	32 %	40 %	37 %
Beru si dostatek vody a jídla	46 %	41 %	41 %	48 %	59 %	48 %	43 %
Kontroluji stav telefonu / powerbanky	29 %	26 %	32 %	26 %	39 %	32 %	28 %
Připravuji beru si základní léky nebo lékárníčku	6 %	9 %	4 %	6 %	5 %	6 %	5 %
Dávám někomu vědět, kam jedu	10 %	18 %	9 %	5 %	17 %	13 %	8 %
Kontroluji cestovní pojištění nebo asistenční služby	4 %	3 %	4 %	2 %	8 %	2 %	5 %
Neplánuji výlet dopředu, řeším věci spontánně	5 %	4 %	3 %	7 %	3 %	6 %	3 %



- 57 % sleduje předpověď počasí.
- 46 % řeší dostatek vody a jídla.
- 39 % Gen Z kontroluje stav telefonu nebo powerbanky.

Věci, které se staly na výletě	Celek	Baby Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z	Žena	Muž
Zaskočilo mě špatné počasí	42 %	31 %	41 %	48 %	46 %	45 %	39 %
Zabloudil/a jsem	26 %	25 %	27 %	23 %	34 %	29 %	23 %
Došla mi voda nebo jídlo	23 %	11 %	16 %	29 %	44 %	22 %	23 %
Vybíl se mi telefon	21 %	6 %	17 %	28 %	31 %	21 %	21 %
Měl/a jsem problém s dopravním prostředkem dopravou (auto, vlak, kolo apod.)	12 %	9 %	9 %	15 %	14 %	12 %	12 %
Měl/a jsem zdravotní potíže nebo úraz	6 %	1 %	6 %	6 %	12 %	4 %	7 %
Zranilo se dítě nebo někdo jiný	3 %	1 %	3 %	2 %	7 %	3 %	2 %
Zranil se domácí mazlíček (např. pes)	1 %	0 %	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %
Ztratil/a jsem peněženku, doklady nebo klíče	4 %	4 %	4 %	6 %	2 %	3 %	6 %
Poškodil/a se mi výbava, kolo nebo sportovní vybavení	5 %	4 %	5 %	5 %	5 %	3 %	6 %
Ztratil se někdo z rodiny	3 %	3 %	5 %	2 %	3 %	3 %	4 %
Nestalo se mi nic z uvedeného	26 %	41 %	29 %	18 %	17 %	26 %	26 %



- 42 % respondentů někdy zaskočilo špatné počasí.
- 44 % Gen Z zažilo nedostatek vody nebo jídla.
- 31 % Gen Z řešilo vybitý telefon.
- 41 % Baby Boomers neřešilo žádnou z uvedených komplikací.

?

Které tři věci nejčastěji řešíte před tím, než vyrazíte na výlet?
Stalo se vám na výletě něco z níže zmíněného?

HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ

svačiny

ZJIŠTĚNÍ

- Domácí **svačina** zůstává **běžnou součástí** českých **výletů**.
- Hlavními důvody její přípravy jsou **nezávislost na občerstvení** a **úspora peněz**.
- **Základem** výletní svačiny jsou **tekutiny**, **ovoce** a **obložené pečivo**.

bezpečnost

ZJIŠTĚNÍ

- Před výletem **lidé** nejčastěji **sledují počasí**, **řeší** vhodné **vybavení** a dostatek **tekutin**.
- Nejčastější **komplikací** během výletů je **nepříznivé počasí**.

generační okénko

- **Generace Z připravuje** svačiny častěji **kvůli úspoře peněz** a častěji volí proteinové či energetické tyčinky.
- **Ženy** častěji **připravují** svačiny **kvůli dětem** a častěji přibalují ovoce.

generační okénko

- **Generace Z** méně sleduje počasí, ale častěji **řeší** zásoby jídla, pití a **stav mobilního telefonu**.