



Katalog Marzeń™

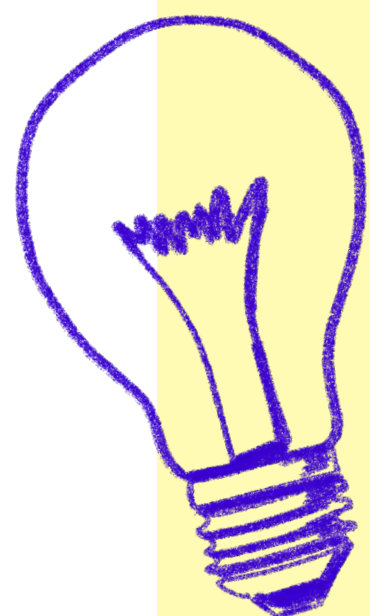
Odkrywcy czy Tradycjonaliści?

Raport: Polacy i próbowanie nowych rzeczy
w kontekście wakacji



Wstęp

Wakacje to dla większości z nas wyczekiwana nagroda za cały rok pracy. To czas, kiedy zrzucamy służbowe uniformy, wyłączamy budziki i... no właśnie, co robimy dalej? Zamiast opierać się na powszechnych przekonaniach, postanowiliśmy spytać, **jak Polacy definiują swój wypoczynek**. Celem tego badania było zrozumienie, czy nasz urlop to ucieczka w to, co znane i bezpieczne, czy może poligon doświadczalny dla nowych przeżyć. Czy wakacje i próbowanie nowych rzeczy idą ze sobą w parze?



Refleksja dla Ciebie: Pomyśl o swoich ostatnich wakacjach. Czy Twoje plany wyjazdowe były podyktowane prawdziwymi pragnieniami, czy może odhaczałeś "sprawdzone" punkty z obawy przed rozczarowaniem?

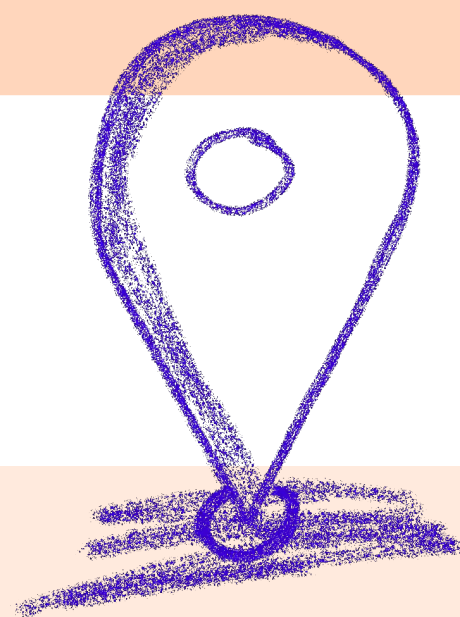
- Czy za granicą tęsknimy tylko za polską kuchnią? Odliczamy dni do momentu, kiedy znów zjemy schabowego, czy z odwagą wkładamy do ust egzotyczny street food?
- Czy powstrzymuje nas brak odwagi? Czy to strach przed wodą powstrzymuje nas przed wejściem na deskę SUP, a może hamuje nas coś innego?
- Czy na urlopie jesteśmy samotnikami? A może tylko myślimy, że chcemy uciec od ludzi, ale tak naprawdę potrzebujemy towarzystwa, by wyjść ze strefy komfortu?

Dzięki zebranych danym widzimy wyraźnie: mamy w sobie gen odkrywcy, ale trzymamy go w ryzach racjonalności.

Kluczowe wnioski w pigułce

Zew nowości

22%



z nas uważa że odkrywanie to absolutnie obowiązkowy punkt każdego wyjazdu.

Aż 44% w ciągu ostatnich pół roku spróbowało nowej potrawy lub napoju, a 38% odwiedziło nieznanne wcześniej miejsce

Odpoczynek na pierwszym planie

51%

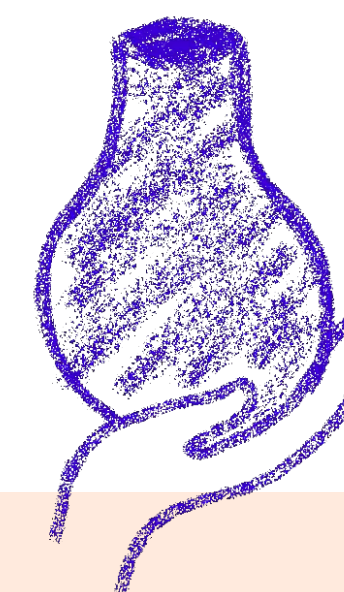
Polaków uważa urlop przede wszystkim za czas czystego relaksu.



Materialne wspomnienia

87%

z nas kupuje upominki podczas wyjazdów, bo zależy nam na pamiątkach



Spis Treści

Między sprawdzonym szlakiem a nową przygodą.....	5
Nowości? Tak, ale nie po to wyjeżdżamy.....	7
Co nas najbardziej "kręci" na wyjazdach?.....	8
Emocje, które zostają z nami na lata.....	9
Co nas trzyma za rękę, czyli wakacyjne hamulce.....	12
Marzenia bez ograniczeń.....	13
Pamiątka, czyli kawałek świata w walizce.....	14
Czego nie mówią wykresy?.....	16
Podsumowanie i metodologia.....	20



Między sprawdzonym szlakiem a nową przygodą

Jak wybieramy destynację? Szukamy złotego środka między tym, co nas ekscytuje, a tym, co daje nam poczucie kontroli.



27%

wybiera nowe miejsca,
ale zachowujące klimat, który
już zna

25%

ankietowanych wraca dokładnie
w te same, sprawdzone punkty
na mapie

18%

decyduje się na radykalną
zmianę i wybiera zupełnie nowy
kierunek

17% ankietowanych zadeklarowało, że jedzie w nowe miejsce, które sprawdzili i polecili im znajomi. Natomiast 13% spędza urlop w domu.

Gdy już dotrzemy na miejsce, nasze oczekiwania się rozdwajają.

51%

najchętniej spędziłaby czas z książką nad wodą, traktując to jako czysty relaks

37%

preferuje aktywność (sport, wędrowki)

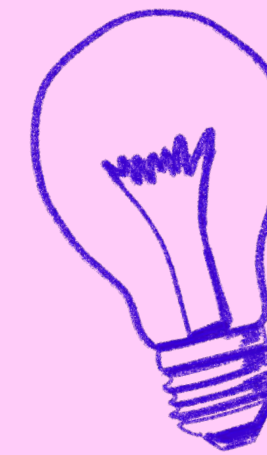
37%

stawia na eksplorację kulturową

Pytanie wielokrotnego wyboru (maksymalnie 3 odpowiedzi)

Wniosek:

Jesteśmy zmęczeni przebodźcowaniem na co dzień. Nawet jeśli chcemy nowości, chcemy, aby były one podane w komfortowych, kontrolowanych warunkach.



Pytania do Ciebie:

Kiedy ostatnio pojechałeś w miejsce, o którym nie wiedziałeś zupełnie nic?

Czy wyjazd w to samo miejsce po raz piąty to jeszcze odpoczynek, czy już tylko rutyna przeniesiona w inną szerokość geograficzną?



Nowości? Tak, ale nie po to wyjeżdżamy.

Jak często próbujemy podczas urlopu czegoś nowego?

38%

badanych jest otwartych na nowości, ale przyznaje, że eksperymentowanie nie jest głównym celem wyjazdu

27%

nie odmawia nowości, jeśli trafi się okazja

22%

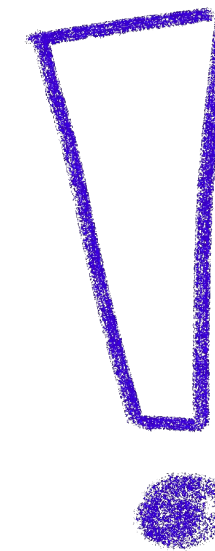
mówi że doświadczanie nowego jest obowiązkowym elementem wakacji.

12%

preferuje pozostanie we własnej strefie komfortu

Mimo tej powściągliwości, chętnie podejmujemy drobne kroki:

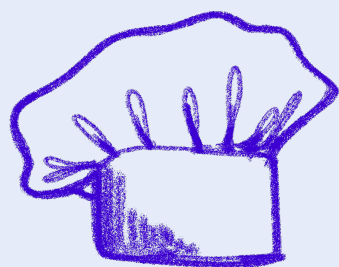
- **44%** spróbowało nowej potrawy lub napoju
- **38%** pojechało w miejsce, w którym nie było
- **21%** spróbowało nowej aktywności sportowej
- **17%** z nas przełamało swój lęk przed czymś nowym
- **15%** nauczyło się nowej umiejętności



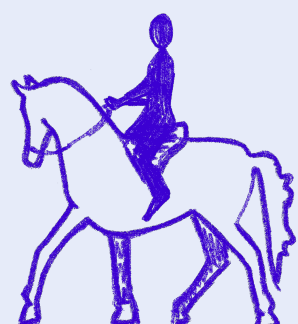
Wniosek:

Reakcja "nie" na nową propozycję to często automatyczny mechanizm obronny naszego umysłu, a nie rzeczywisty brak chęci. Dając sobie chwilę na przemyślenie, włączamy racjonalną ocenę zysków i strat.

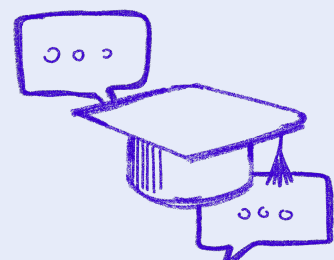
Co nas najbardziej "kręci" na wyjazdach?



Dla 53% Polaków głównym motywarem do próbowania nowości jest lokalna kuchnia.



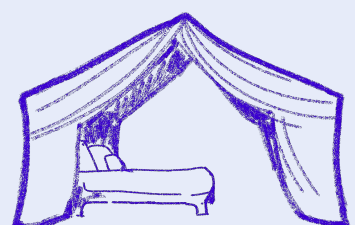
Na drugim miejscu znajduje się głód wiedzy o ludziach – 49% badanych najchętniej zanurza się w lokalnych tradycjach i zwyczajach



Formy edukacyjne, takie jak warsztaty czy kursy, interesują co czwartą osobę (26%)



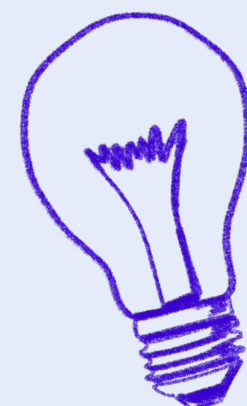
Kolejne 26% badanych wskazało, że lubi poznawać aktywności sportowe i rekreacyjne



A 18% osób lubi nocować w nietypowych miejscach, takich jak np. glampingi, domki na drzewie

Pytani o najbardziej niezwykłe wspomnienia, rzadko wymieniamy codzienne sprawy. W pamięć zapadają wyraziste doświadczenia, takie jak na przykład lot balonem. Jednak kilka procent osób wprost przyznało, że "nie wie", co było ich najbardziej niezwykłym przeżyciem.

Najłatwiej przełamujemy lody poznając nowe smaki, ponieważ jest to doświadczenie natychmiastowe, angażujące i w miarę bezpieczne. Smakowanie innej kultury przez talerz to nasz ulubiony sport ekstremalny.



Refleksja dla Ciebie: Jakie było najbardziej nietypowe danie, którego spróbowałaś za granicą? Czy pamiętasz jeszcze, jak bardzo bałaś się wziąć pierwszy kęs i czy faktycznie było to straszne przeżycie?

Emocje, które zostają z nami na lata

Dlaczego w ogóle podejmujemy wysiłek poznawczy na urlopie?

Pcha nas potrzeba przełamania codziennej rutyny

28%

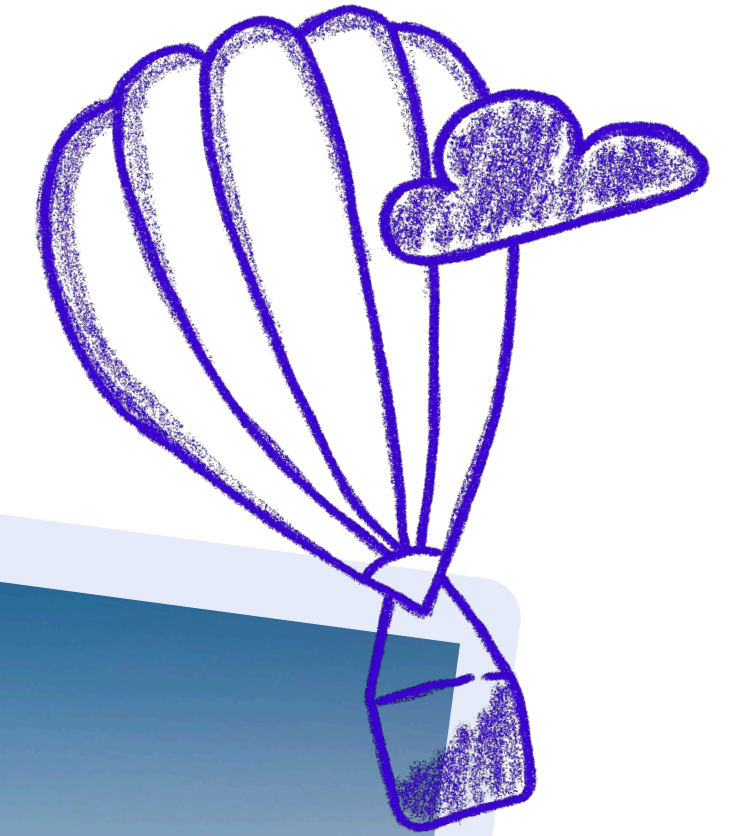
Jesteśmy wrażliwi na zdanie innych - polecili nam coś znajomi lub rodzina

26%

Zainspirowaliśmy się materiałami z mediów społecznościowych

20%

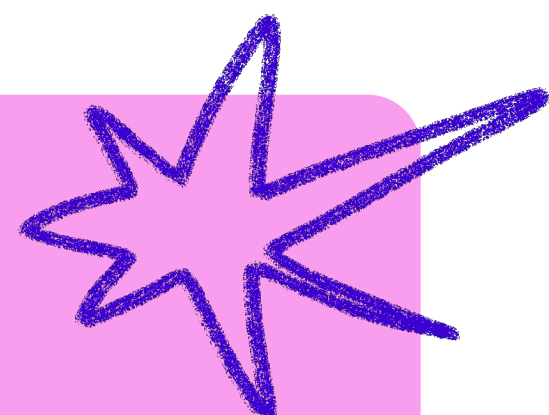
Pozostali zadeklarowali, że wykorzystują okazję do rozwoju osobistego lub działają spontanicznie. Część z nas ulega sugestii reklam i atrakcyjnym ofertom cenowym.



Wyjście poza schemat owocuje silnymi emocjami:

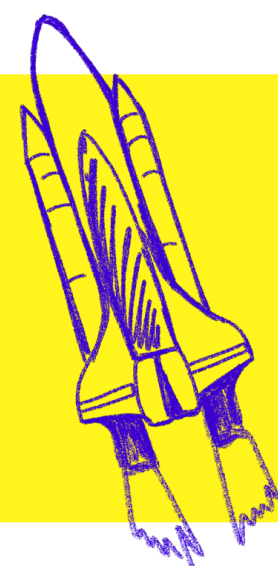
41%

czuje ekscytację
i przyływ energii



39%

odczuwa pozytywny,
napędzający stres



34%

czuje zaintrygowanie
i ciekawość



W pytaniu można było zaznaczyć 3 odpowiedzi.

Co najważniejsze: dla 43% badanych to właśnie te „pierwsze razy” tworzą najcenniejsze wakacyjne wspomnienia.

Wniosek: Lekki dyskomfort na wakacjach to inwestycja, która zwraca się w postaci trwałych, świetnych wspomnień. Paradoksalnie, urlop bez żadnego stresu może po latach zlać się w jedną, mało wyrazistą plamę w pamięci.

Refleksja dla Ciebie: Pomyśl o wyjeździe sprzed 5 lat. Co pamiętasz najlepiej? Kolejny dzień na leżaku, czy ten jeden moment, w którym zgubiłeś się w obcym mieście lub zrobiłeś coś zupełnie szalonego?



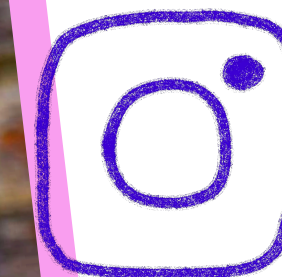
Odejść od planu na 1 dzień...

Jak tak sobie czytałam to pomyślałam, że ten raport bardzo pokazuje, że Polacy są gdzieś pomiędzy potrzebą komfortu a potrzebą odkrywania świata. W sumie, tak szczerze, ja się z tym totalnie utożsamiam. Mam wrażenie, że na co dzień żyjemy bardzo szybko i pod kontrolą, dlatego na wakacjach z jednej strony chcemy odpocząć i „mieć święty spokój”, a z drugiej właśnie wtedy najbardziej ciągnie nas do nowych doświadczeń :D.

Najbardziej zaskoczyło mnie to, że aż tyle osób przyznaje, że najlepsze wspomnienia tworzą właśnie te nieplanowane momenty albo sytuacje, które początkowo wywoływały stres. W takim razie najbardziej pamiętamy nie perfekcyjnie zaplanowane wyjazdy, ale te emocje, spontaniczność i rzeczy, które wydarzyły się trochę poza planem.

Bardzo zgadzam się też z wnioskiem dotyczącym lokalnej kuchni. Dla mnie jedzenie zawsze było jednym z najprostszych sposobów poznawania nowego miejsca i kultury. Często to właśnie smaki, zapachy albo małe lokalne miejsca zostają w pamięci najmocniej.

Myślę, że ten raport jest też fajnym przypomnieniem, że podróżowanie nie musi oznaczać wielkich i ekstremalnych doświadczeń. Czasami wyjście ze strefy komfortu to po prostu rozmowa z lokalnymi mieszkańcami, spróbowanie czegoś nowego albo odejście od planu na jeden dzień. Właśnie takie momenty najczęściej później wspominamy latami :)



Magda

@podrozujaca.mama

Co nas trzyma za rękę, czyli wakacyjne hamulce

Skoro próbowanie nowości daje nam tyle radości, dlaczego ciągle wracamy do „schabowego z frytkami”?
Wina leży po stronie portfela i wyobraźni.

63%

Polaków blokują koszty

36%

paraliżuje strach przed
niebezpieczeństwem

20%

badanych rezygnuje
z nowości, bo po prostu
nie ma pewności, czy warto
zainwestować swój czas
i pieniądze

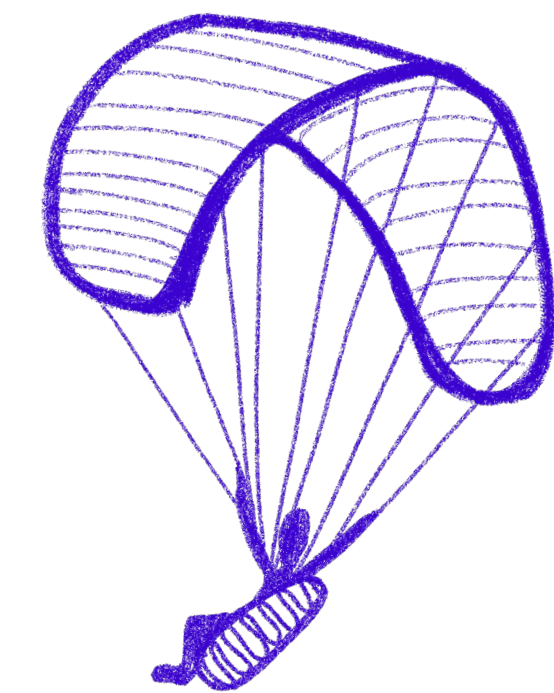
7%

szczęśliwców czerpie
z wyjazdów bez żadnych
hamulców



Wniosek: Polacy nie są konserwatywni, są ostrożni budżetowo. Nowe doświadczenia często traktowane są jako produkt premium, na który nie każdy chce przeznaczyć ograniczony wakacyjny budżet.

Refleksja dla Ciebie: Czy „to za drogie” nie jest czasem najprostszą wymówką dla Twojej strefy komfortu? Ile świetnych okazji przegapiłeś, wmawiając sobie, że to zbędny wydatek?



Pytanie wielokrotnego wyboru, ankietowani mogli zaznaczyć 3 odpowiedzi.

Marzenia bez ograniczeń

W naszym badaniu zapytaliśmy respondentów o wyobrażenie sobie sytuacji absolutnie idealnej – nieograniczonego czasu i budżetu. Okazało się, że nasza kreatywność bywa zablokowana. Prawie co dziesiąty (9%) odpowiedział na to marzenie twardym „nie wiem”.

Wniosek: Zbyt długo trenowaliśmy nasze umysły w planowaniu urlopów „z kalkulatorem w ręku”), przez co oderwanie się od ziemi i puszczenie wodzy fantazji bywa trudne.

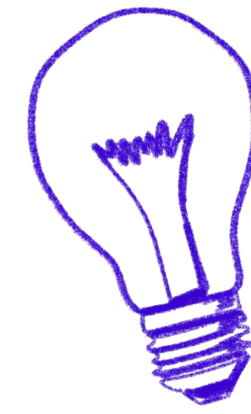
Refleksja dla Ciebie: Zamknij oczy. Masz milion na koncie i miesiąc wolnego. Gdzie jedziesz w pierwszej kolejności i co tam robisz? Jeśli nie wiesz, to znaczy, że powinieneś zacząć częściej marzyć.



Pamiątka, czyli kawałek świata w walizce

Próbowanie nowych rzeczy nie kończy się na potrawach i sportach. Ogromnym elementem wakacyjnej eksploracji są przedmioty. Według danych rynkowych, **aż 87% Polaków kupuje na wyjazdach pamiątki**. Co ciekawe, dla 66% z nas samo chodzenie po sklepach w czasie wyjazdu jest doskonałą formą relaksu i sposobem spędzania wolnego czasu. Uwielbiamy małe stoiska (44%) i lokalne targowiska (38%), na których poszukujemy autentyczności.

Wniosek: Zakupy na zagranicznym bazarze to wielozmysłowe, nowe doświadczenie samo w sobie. Negocjowanie ceny w obcym języku, dotykание lokalnych tkanin i próbowanie przysmaków – to esencja wakacyjnego uciekania od rutyny.



Refleksja dla Ciebie: Ile magnesów masz na lodówce? Czy każdy z nich przypomina Ci jakiś konkretny zapach, uśmiech lokalnego sprzedawcy lub zabawną wpadkę językową?

Przywożąc z wakacji egzotyczne, "lokalne" okazy rzemiosła, turyści często nieświadomie wpadają w tarapaty prawne. Ogromnym problemem jest przywożenie pamiątek wykonanych np. ze skóry węży, koralowców czy muszli. Wiele z tych produktów objętych jest restrykcyjnymi przepisami, a ich przewóz przez granicę bez odpowiednich dokumentów to przestępstwo. Przed wyjazdem (albo zakupem!) warto sprawdzić oficjalne poradniki Ministerstwa Klimatu i Środowiska.



Podróż to coś więcej niż przyjemne doświadczenia

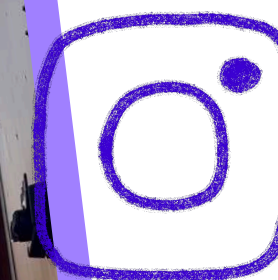
W raporcie zaskoczyło nas, że Polacy podchodzą do wakacji bardzo ostrożnie. Szukają nowości i emocji, ale kierują się zasadą „bez przesady”. Nieco bezpieczniejsze podejście od naszego, ale to nauka dla nas, że nie każdy szuka aż tylu wrażeń.

Prawie zawsze jeździmy w nowe miejsca. Coraz częściej kierujemy się własną intuicją niż poleceniami od innych. Choć media społecznościowe stanowią istotny element inspiracji podczas naszych wyjazdów. Szukamy w podróżach nowości. Regionalnej kuchni, muzyki, zwyczajów i autentyczności. Jednocześnie czasami wybieramy znany nam fastfood, aby zjeść coś znajomego i udajemy się w turystyczne miejsca - traktujemy to jako przerywnik w odkrywaniu nowego.

Wiele decyzji podejmujemy spontanicznie i raczej nie przygotowujemy gotowego planu. Wolimy zaskoczyć się na miejscu. Razem napędzamy się do działania. Zazwyczaj spędzamy czas aktywnie i eksplorujemy okolicę. Wysilek fizyczny i satysfakcja z udanego dnia często są dla nas najlepszym odpoczynkiem.

Przywozimy pamiątki, większość dla bliskich, dla nas nie mają aż takiego znaczenia. Moglibyśmy nie kupować ich wcale, ale czasami miło wspomina się chwile, trzymając w dłoni rzecz przywiezioną z tego miejsca.

Nasze podejście do podróży nie opiera się tylko na zdobywaniu przyjemnych doświadczeń i pozytywnych emocji. Nie tak wygląda świat. Wolimy poznać prawdę, niż żyć w bańce. Paradoksalnie, często wracamy myślami do tych gorszych chwil i wyciągamy z nich wnioski.



Dominika & Mikołaj

@kolekcjonujemy_wspomnienia

Czego nie mówią wykresy?

Choć suche liczby pokazują ogólne trendy, to dopiero odpowiedzi na pytania otwarte pozwoliły nam zajrzeć za kulisy ludzkiego wymiaru naszych wakacyjnych przeżyć. Zapytani o najbardziej niezwykłe, dotychczasowe doświadczenia, respondenci dzielili się wspomnieniami pełnymi dreszczyku emocji, nieplanowanych zwrotów akcji, a czasem też... odrobiny pecha. Wśród konkretnych wspomnień ankietowani wymieniali ambitne wyprawy, jak:

Przejazd skuterami
z Wietnamu
do Kambodży

Samotny,
miesięczny trip
rowerowy
po Bałkanach

Ogromne wrażenie robią sytuacje, w których scenariusz wymknął się spod kontroli, rodząc wspomnienia na całe życie:

Spanie w szopie
z kozami w Nepalu -
nieplanowany
nocleg :)

Mniej pożądane,
acz niezapomniane
lądowanie w...
„Szpitalu”

Prawdziwie ekstremalne zrządzzenia losu: Sztorm
10 stopniowy na Bałtyku podczas rejsu promem.
Trzęsienie ziemi w Turcji

Czego nie mówią wykresy?

Dla wielu z nas o niezwykłości doświadczenia nie decydowała adrenalina, ale ulotna magia i bliskość innych ludzi. Jedna z respondentek wspomniała: „Pływałam statkiem, gdy padał deszcz, a ja stałam z moimi najbliższymi w tym deszczu na tym statku 🥰 To było niezapomniane przeżycie”.

Równie cenne bywa też przełamywanie małych blokad: „Zwiedzanie ruin w Belgii, trzeba było wchodzić po różnych stromych miejscach i zwykle bym tego nie zrobiła, ale okazało się bardzo klimatycznie”. Oczywiście nie brakowało głosów klasycznych poszukiwaczy wrażeń, wymieniających spotkanie „Kozic w Alpach” czy zjazdy na „Tyrolce w Gruzji”.



Z kolei gdy zapytaliśmy badanych o ich absolutne marzenia wakacyjne przy nieograniczonym budżecie i czasie, wyłoniły się dwa bardzo wyraźne nurty.

Pierwsza grupa uderzała w tony totalnej wolności, luksusu i sięgania po to, co (dosłownie) nieziemskie:

Odbyć podróż
dookoła świata
statkiem

Wynająć
luksusowy
penthouse

Lot
w kosmos

Druga, równie silna grupa, opisywała **marzenia w duchu slow travel** – pragnienie totalnego, niespiesznego zanurzenia się w lokalnej kulturze, gdzie luksusem jest czas i dostęp do prawdy o danym miejscu. Jak opisywali to respondenci:

Chciałabym pojechać do Islandii, wykąpać się tam w ciepłych źródłach zimą, zobaczyć gejzery, czarny piasek na plażach i zwiedzić Islandię (...) ale od tej nieoficjalnej strony, czyli np. zobaczyć zwykłe wsie, miasteczka, »zanurzyć się« w codziennym życiu mieszkańców, poznać ich zwyczaje i nauczyć się trochę islandzkiego.



Pojechać do Japonii i spędzić tam minimum jeden pełen rok, zjeździć ją wzdłuż i wszerz, zobaczyć w różnych momentach roku, uczestniczyć w różnych wydarzeniach i być w najróżniejszych zakątkach, najlepiej takich nieturystycznych, autentycznych.



Pojawiały się też bardzo sprecyzowane plany, jak „Trekking przez dżunglę w Ameryce Południowej” oraz fascynacja obcymi: „Włoska wycieczka objazdowa z nieznanymi osobami”.

Te wypowiedzi pięknie puentują nasze badanie. Pokazują, że to właśnie autentyczność, głód świata, odrobina nieprzewidywalności i zrzućcie klatki naszej codziennej, budżetowej rutyny – to rzeczy, o których skrycie marzy polski turysta.

Czy ten raport coś zmieni?

Rzeczy, które na pewno mnie zaskoczyły to:

- że 50% osób chciałoby spędzić czas jako czysty relaks
- Myślałam że więcej osób spędza urlop w domu niż tylko 13% procent (to cieszy:))
- to, że budżet może nas często blokować przed zrobieniem czegoś - oczywiście to wielki wyznacznik, ale... pytanie, jak bardzo chcemy tego spróbować. Pieniądze zawsze się jakoś znajdują [przynajmniej to moja dewiza];
- ten punkt: "Jednak 6% wprost przyznało, że "nie wie", co było ich najbardziej niezwykłym przeżyciem." również łudzę się, że nie dali sobie czasu na zastanowienie.

Jestem dumna, jeżeli chodzi o odpowiedź ankietowanych, którzy stwierdzili, że to właśnie te "pierwsze razy" tworzą najcenniejsze wakacyjne wspomnienia. Oby ta liczba się zwiększała i zwiększała :]

A o pamiątkach, które ludzie czasem wywożą z krajów i za które mogą iść nawet siedzieć trzeba mówić głośno i szeroko - nie wiedziałam jak jeszcze wytłumaczyć koleżance, która w Australii kupiła sobie "suszone jaja kangura", że może mieć za to przypał...



Kasia

@trzeba_robic_rzeczy

Podsumowanie

Obraz wyłaniający się z analizowanych danych to sylwetka ostrożnego, ale pełnego zapału odkrywcy. Polacy wiedzą, że to właśnie lokalne tradycje, nieznanne smaki i przełamywanie małych lęków generują najlepsze wspomnienia. Nasze hamulce są czysto racjonalne – dbamy o własny portfel i poczucie bezpieczeństwa.

Jeśli uświadomimy sobie, że nowe doświadczenia wcale nie muszą rujnować budżetu ani zagrażać życiu, otworzymy przed sobą zupełnie nowe rozdziały podróży.

Najwyższy czas zrzucić asekuracyjne okowy i w pełni poczuć ten pozytywny stres, który zamieni zwykły urlop w wielką przygodę!

Kilka słów o uczestnikach badania:

- Wielkość próby: Analiza opiera się na odpowiedziach reprezentatywnej grupy 500 osób, co daje solidny obraz nastrojów w Polsce (N=500).
- Płeć: W ankiecie głos zabrało 63% kobiet i 36% mężczyzn. 1% respondentów wybrało opcję „inna/wolę nie podawać”.
- Wiek: Najliczniejszą grupę stanowili ankietowani w wieku 35–44 lat (29%). W badaniu szeroko reprezentowane były również młodsze roczniki: 25–34 lata (18%) oraz 18–24 lata (10%), a także starsze pokolenia: 45–54 lata (18%).
- Gdzie mieszkamy: 25% to osoby mieszkające na wsi. Najliczniejsze grupy "miejskie" pochodzą z ośrodków liczących 100-500 tys. mieszkańców (18%) oraz 20-50 tys. mieszkańców (16%).



Katalog Marzeń™

Z nami lepiej
spełniać marzenia

www.katalogmarzen.pl

+48 739 102 990

biuro@katalogmarzen.pl

ul. Kijowska 5, 03-738 Warszawa