



Magyarországi szálláshely- barométer 2026



Országház, Budapest

Magyarország első alkalommal vesz részt a Szálláshely-barométer felmérésben önálló országgént, ám a magyar válaszadók mégis nyugodt magabiztosságot sugallnak. Tíz magyarországi szálláshelyből hét üzleti növekedésre számít a következő hónapokban, míg a túlnyomó többség – tízből több mint kilencen – a jelenlegi beruházási szint fenntartását tervezi.

Ugyanakkor az iparág egy összetett piaci környezetben működik, ahol a geopolitikai feszültségek fokozzák a bizonytalanságot, a villámgyorsan fejlődő technológia pedig új lehetőségeket hordoz magával és egyúttal folyamatos lépéskényszerben tartja a szállástulajdonosokat. A magyar szállásadók aktívan foglalkoznak a digitális ellenállóképesség kérdésével, és tízből heten biztosak abban, hogy kiberbiztonsági felkészültségük megfelelő.

A szezonális továbbra is jelentős kihívást jelent az iparág számára. A magyar szolgáltatók főszezonon kívüli árképzési stratégiákra, digitális platformokkal való együttműködésekre és a foglalási szabályoknak a főszezonon kívüli kereslethez igazítására támaszkodnak.

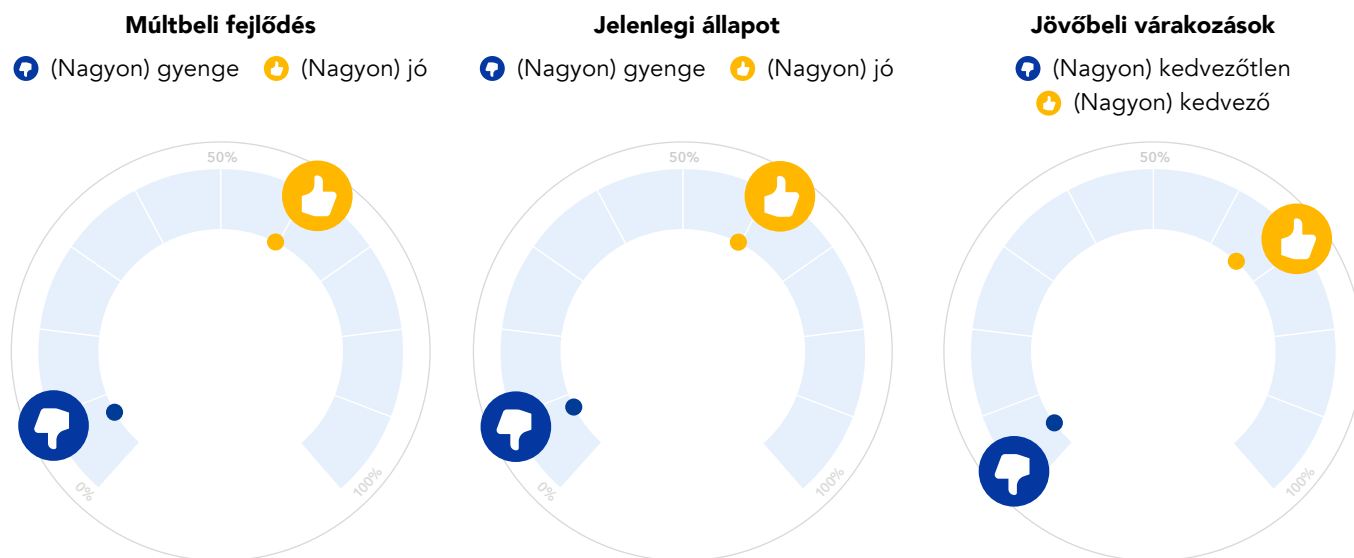
Ezenkívül a helyi szerepvállalást, valamint azok körében, akik tapasztalták, a nagyobb események által generált utazást az éves szintű üzleti stabilitás egyik tényezőjeként említik. A magyar vendéglátóipar meggyőzően mutatkozik be a Szálláshely-barométerben, miközben teret hagy a további növekedésnek.

Gazdasági hangulat

Magyarország ígéretes kiindulóponttal debütál a Szálláshely-barométerben

A magyar szállásadók a múlt, a jelen és a jövő kapcsán kiegyensúlyozott hangulatról számolnak be: 62 % pozitívan értékeli az elmúlt időszak üzleti alakulását, ugyanekkora arányban tartják jónak a jelenlegi helyzetet, 69 % pedig további javulásra számít. Mindhárom mutató eléri vagy kissé meghaladja az uniós átlagot. Negatív értékelés alig fordul elő – egyetlen mutató esetében sem éri el a 10 %-ot –, ami az ágazat stabilitását jelzi.

A szálláshelyek üzleti fejlődéssel kapcsolatos várakozásai ● EU átlag



Európai szinten azoknak a szállásadóknak az aránya, akik szerint vállalkozásuk az elmúlt hat hónapban kedvezően fejlődött, a német válaszadók körében mért 41 %-tól a Görögországban mért, legmagasabb, 71 %-os szintig terjed. Magyarországon ez az arány 62 % (EU: 60 %), ami nagyjából az uniós átlaggal összhangban van, és a szomszédos Lengyelország (57 %) és Ausztria (68 %) értékei közé esik.

A szálláshelyek üzleti fejlődéssel kapcsolatos várakozásai országonként

	Múltbeli fejlődés (Nagyon) jó	Jelenlegi állapot (Nagyon) jó	Jövőbeli várakozások (Nagyon) kedvező
EU átlag	60 %	60 %	66 %
Észak-Európa	70 %	66 %	78 %
Írország	61 %	67 %	75 %
Hollandia	68 %	71 %	77 %
Németország	41 %	26 %	45 %
Ausztria	68 %	72 %	56 %
Lengyelország	57 %	64 %	60 %
Magyarország	62 %	62 %	69 %
Franciaország	51 %	46 %	55 %
Horvátország	54 %	66 %	67 %
Olaszország	46 %	47 %	60 %
Spanyolország	70 %	76 %	82 %
Portugália	58 %	67 %	77 %
Görögország	71 %	65 %	73 %



Sopron, óváros

Pozitív növekedés, konzervatív befektetés

A magyar szállásadók közel fele (49 %) számolt be magasabb napi díjkról az elmúlt hat hónapban (EU: 40 %), míg 54 % a kihasználtság növekedését tapasztalta (EU: 50 %). A finanszírozáshoz való hozzáférés összességében enyhén pozitív képet mutat a válaszadók 52 %-a szerint nem jelentett nehézséget, míg körülbelül egynegyedük nagyon nehéznek ítélte. A tágabb európai trendekhez képest a legmarkánsabb eltérés a befektetési szándékban mutatkozik: 92 % ugyanakkora összeget tervez befektetni, és mindössze 2 % számol a kiadások növelésével. Minden egyes szállásadóra, aki növelni kívánja a befektetéseit, három olyan jut, aki csökkenteni tervezi azokat. Ez arra utal, hogy a magyarországi szállásszektor óvatos megközelítést alkalmaz, és a stabilitást részesíti előnyben a bővítéssel szemben.

A magyar szállásadók 69 %-a pozitív üzleti fejlődésre számít a következő hat hónapban

Általános fejlődés az elmúlt 6 hónapban ● EU átlag

Az átlagos napi díj alakulása

(Erősen) csökkent ■ (Erősen) nőtt



A kihasználtsági arány alakulása

(Kifejezetten) csökkent ■ (Kifejezetten) nőtt



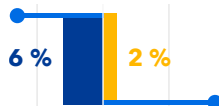
Finanszírozáshoz és tőkéhez való hozzáférés

(Nagyon) nehéz ■ (Egyáltalán) nem nehéz



Befektetési tervek a következő 6 hónapra

Kevesebb befektetés (mint az elmúlt 6 hónapban) ■ Több befektetés (mint az elmúlt 6 hónapban)



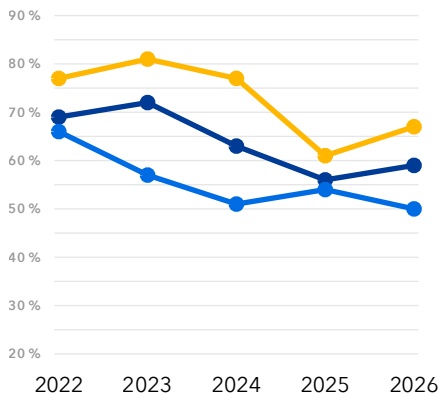
100 % 80 % 60 % 40 % 20 % 0 % 20 % 40 % 60 % 80 % 100 %



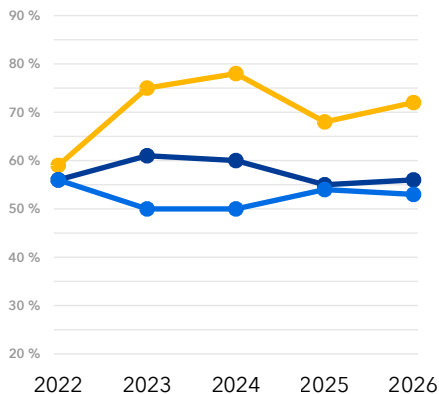
Befektetési tervek a következő 6 hónapra

■ Láncok ■ Független szállásadók ■ Alternatív szálláshelyek

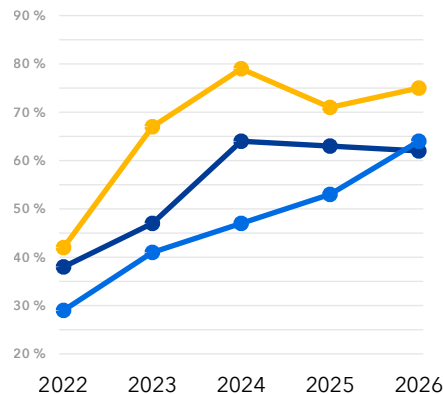
Általános fejlődés az elmúlt 6 hónapban
(Nagyon) jó



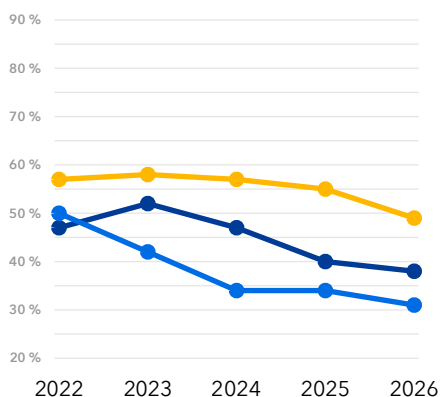
Jelenlegi gazdasági helyzet
(Nagyon) jó



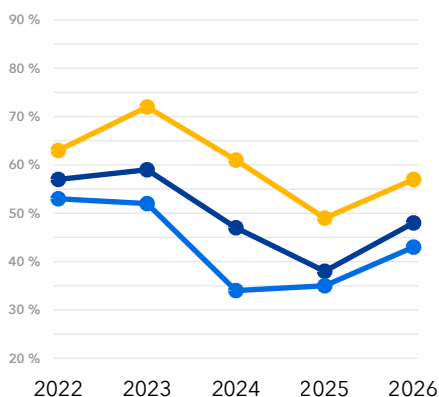
Gazdasági helyzet a következő 6 hónapban
(Nagyon) kedvező



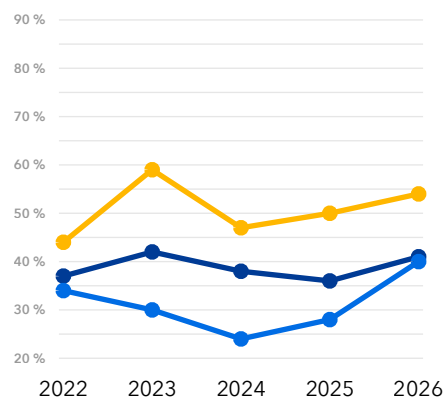
Az átlagos napi díj alakulása
(Kifejezetten) nőtt



A kihasználtsági ráta alakulása
(Kifejezetten) nőtt

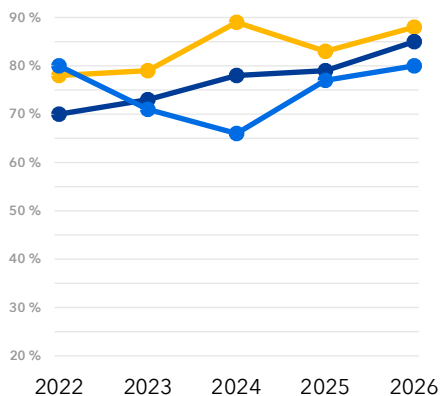


Finanszírozáshoz és tőkéhez való hozzáférés
(Egyáltalán) nem nehéz



Befektetési tervek a következő 6 hónapra

Körülbelül ugyanannyit vagy többet fektetnek be (mint az elmúlt 6 hónapban)



A szállodaláncok Európa-szerte kedvezőbb üzleti hangulatról számolnak be szinte minden mutató tekintetében, beleértve a gazdasági feltételeket, a fő teljesítménymutatókat, a szobaárakat és a kihasználtság alakulását. Ezzel szemben a független szállásadók és az alternatív szálláshelyek üzemeltetői visszafogottabb képet mutatnak.

A szállodaláncok általában jobb helyzetben vannak a gazdasági nyomás kezelésére és a méretgazdaságosságból fakadó előnyök kihasználására – legyen szó nagyobb befektetési kapacitásról, a technológiai fejlesztések gyorsabb bevezetéséről vagy a finanszírozáshoz való kedvezőbb hozzáférésről.

E különbségek ellenére az üzleti környezet általános megítélése a különböző szállástípusok között továbbra is nagyrészt hasonló, ami arra utal, hogy az üzemeltetők ugyanazokra a piaci alapfolyamatokra reagálnak. Ez különösen jól látható a kihasználtsági és árazási trendek értékelésekor: 2026-ban minden szegmensben nőtt azok aránya, akik a kihasználtság emelkedéséről számoltak be, miközben kevesebben jelezték a napi díjak növekedését.

Digitális ellenállóképesség

Kiberkockázatok kontextusba helyezése a tágabb működési környezetben

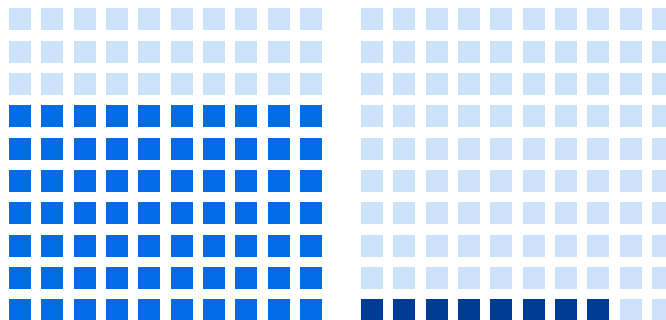
A legtöbb magyar szállásadó bízik kiberbiztonsági felkészültségében. A válaszadók 70 %-a érzi úgy, hogy kiberbiztonsági intézkedései (teljes mértékben) megfelelőek, szemben az uniós szállásadók 66 %-ával. 8 % számolt be arról, hogy az előző 12 hónapban kiberbiztonsági incidens érte, ami közel áll az uniós átlaghoz (7 %). Azonban annak képessége, hogy felismerjék a digitális biztonsági incidenseket, ugyanolyan fontos, mint az ellenük való védekezés. Számos magyar szállásadó már rendelkezik digitális kockázatkezelési eszközökkel, amelyeket a hálózati biztonsági eszközök, például a tűzfalak (91 %) és a rendszeres szoftverfrissítések (88 %) széles körű használata támogat. A rendszeres informatikai biztonsági ellenőrzések ritkább alkalmazása (55 %) rávilágít az alapvető védelem és az átfogóbb biztonsági gyakorlatok közötti szakadékra, amely más uniós országokban is megfigyelhető. Ez arra utal, hogy ez a különbség nem egyedül Magyarországra jellemző.

Amikor a személyzet digitális biztonságba való bevonásáról van szó, a vállalkozások több mint fele többfaktoros hitelesítést használ a személyzeti bejelentkezéshez, és 53 %-uk rendszeres személyzeti képzést nyújt a bevált digitális biztonsági gyakorlatokról.

A magyar szálláshelyek 70 %-a

érzi úgy, hogy kiberbiztonsági felkészültsége (teljes mértékben) megfelelő

EU átlag: 66 %

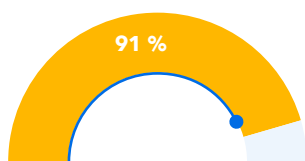


A válaszadók 8 %-a

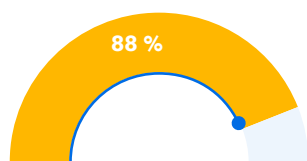
számolt be arról, hogy az előző 12 hónapban kiberbiztonsági incidens érte

EU átlag: 7 %

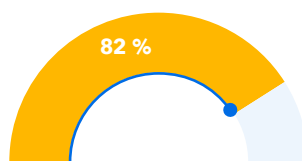
Jelenleg alkalmazott kiberbiztonsági intézkedések ● EU átlag



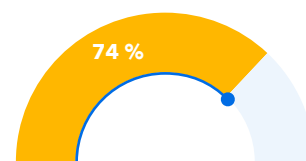
Hálózati biztonsági megoldások (pl. tűzfalak)



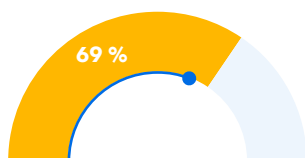
Rendszeres szoftverfrissítések és biztonsági javítások



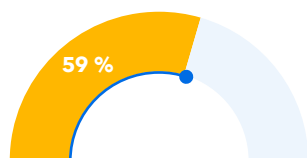
Biztonságos fizetési szolgáltatási rendszerek



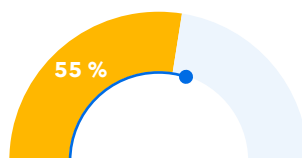
Érzékeny vendég- és üzleti adatok titkosítása



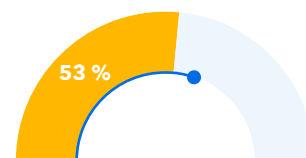
Harmadik felek kiberbiztonsági szolgáltatásainak/ szolgáltatóinak igénybevétele



Többfaktoros hitelesítés (MFA) a személyzet bejelentkezéséhez

















Rendszeres informatikai biztonsági ellenőrzések és értékelések



Rendszeres személyzeti képzés a bevált kiberbiztonsági gyakorlatokkal kapcsolatban

2026-ban a magyar szállásadók leginkább a közlekedési fennakadások és az üzleti környezet zavarai miatt aggódnak. A leggyakrabban említett kihívások a következők: az utazást befolyásoló szélsőséges időjárási körülmények (46 %), az elérést vagy működést érintő helyi zavarok, például közlekedési sztrájkok és felújítási munkálatok (38 %), fizetési csalások (33 %) és a beszállítóknál fellépő zavarok (33 %). A válaszadók 16 %-a nem számít jelentős zavarokra vállalkozása működésében a következő 12 hónapban.

Három fő aggály a következő 12 hónappal kapcsolatban (%)	EU átlag	Észak-Európa	Írország	Hollandia	Németország	Ausztria	Lengyelország	Magyarország	Franciaország	Horvátország	Olaszország	Spanyolország	Portugália	Görögország
														
Fennakadások a közlekedésben szélsőséges időjárási körülmények vagy természeti események miatt	37	34	43	33	34	36	41	46	51	42	22	38	35	32
A vendégek általi elérést vagy a működést érintő helyi zavarok	32	30	29	33	29	24	46	38	41	27	14	33	31	50
Informatikai leállások vagy digitális rendszerek meghibásodásai	26	22	36	22	34	30	38	29	24	24	6	34	21	21
Fizetési csalások vagy már kifizetett díjak visszavonása	26	23	23	32	19	15	30	33	20	34	9	24	32	16
Vendégeket vagy harmadik feleket érintő vagyoni károk vagy váratlan működési események	26	25	31	24	12	18	30	27	15	27	14	33	27	34
Főbb beszállítók vagy szolgáltatók által okozott fennakadások vagy hibák	24	17	21	24	21	12	23	33	21	24	6	44	32	21
Kiberbiztonsági vagy adatbiztonsági incidensek	23	24	25	28	32	30	31	20	16	22	2	26	23	21
Nem számítanak jelentős problémákra	16	21	21	16	18	19	10	16	17	15	18	15	20	4
Egyéb	11	15	6	6	13	17	4	2	13	5	61*	2	0	18

* Az olasz válaszadók nagy része úgy döntött, hogy erre a kérdésre kifejtős választ ad. Ezen válaszok többsége a személyzethez és a geopolitikai/gazdasági környezethez kapcsolódott. Lásd a felmérések időzítésének módszertanát és a geopolitikai fejlemények válaszokra gyakorolt lehetséges hatását.

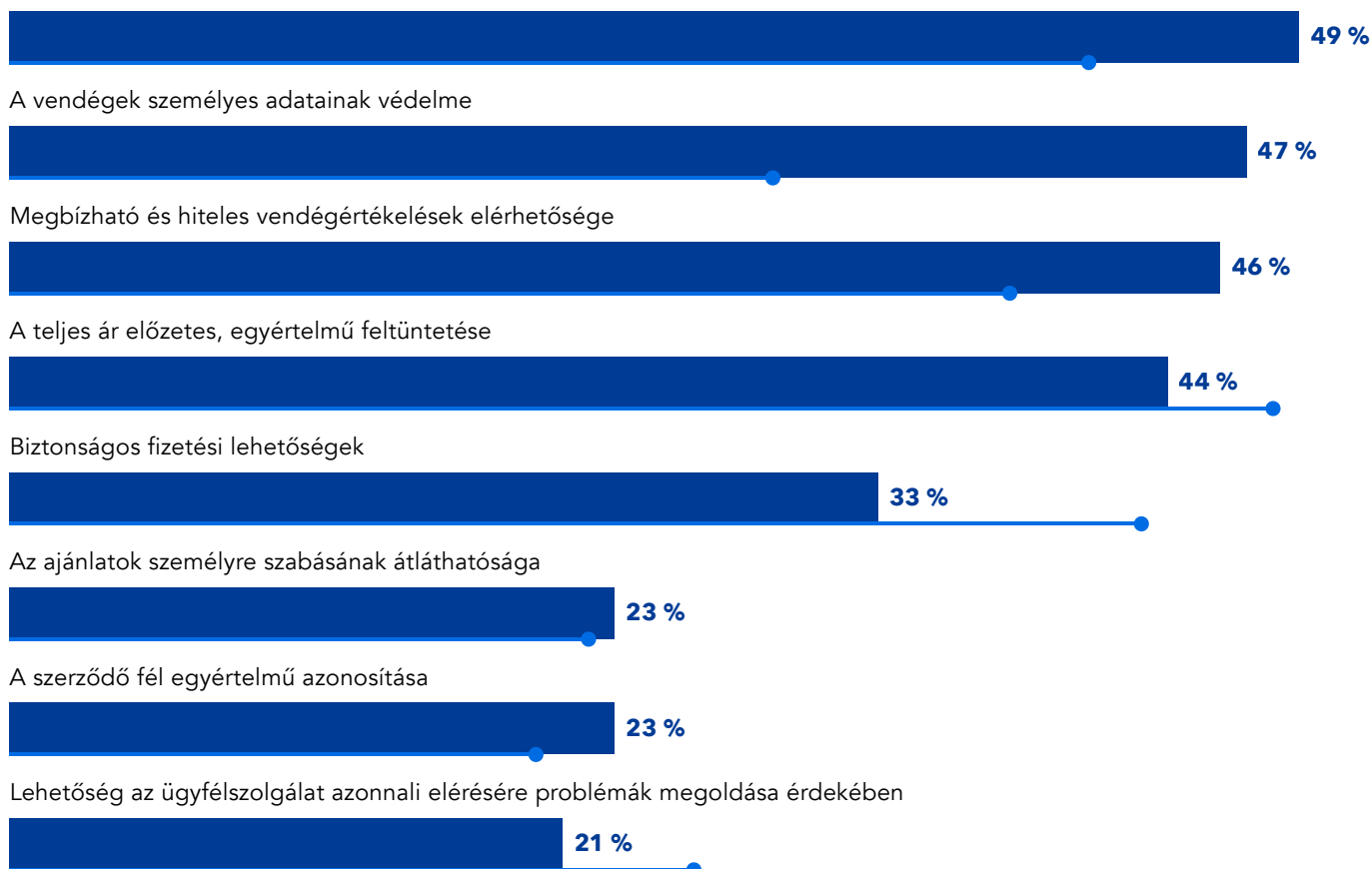


Hagyományos borospincék Hercegekúton, Tokaj

Online foglalás esetén az átláthatóságon alapuló bizalom mind a szállásadók, mind a vendégek számára fontos. Arra a kérdésre, hogy mely három tényező a legfontosabb a fogyasztói bizalom elnyeréséhez, a magyar szállásadók 49 %-a a lemondási feltételek előzetes, egyértelmű feltüntetését jelölte meg leggyakrabban. Ezt követte a vendégek személyes adatainak védelme, valamint a megbízható és hiteles vendégértékelések elérhetősége.

A fogyasztói bizalom elnyerésének főbb tényezői online foglalások esetében ● EU átlag

Világos és könnyen elérhető tájékoztatás a lemondási és pénzvisszatérítési szabályokról



A turisztikai ágazat szezonálisága

Az ügyfelek főszezonon kívüli bevonására nem létezik univerzális megoldás

Az egész éves kihasználtság ösztönzése érdekében a magyar szállásadók védekező és a proaktív stratégiák kombinációját alkalmazzák. A kedvezmények nyújtása egyértelmű támpontként emelkedik ki: minden olyan szállásadóra, aki a főszezonon kívüli időszakokban kínált kedvezményeket hatástalannak találja, közel tizenegy jut, aki pozitív eredményekről számol be. A digitális utazási platformokkal való együttműködést a magyar szállásadók 71 %-a tartja hatékonynak.

Az árazási taktikák és együttműködések mellett az üzemeltetők a személyzet létszámát és a lemondási feltételeket is a körülményekhez igazítják, egész évre kiterjedő ajánlatokat dolgoznak ki helyi partnerekkel, valamint rendezvények és csoportos utazások révén új keresletet céloznak meg. Ezek a módszerek azonban kevésbé bizonyulnak következetesen hatékonyak. Például a személyzet létszámának módosítását azok közel egynegyede tartja hatástalannak, akik alkalmazzák, míg csaknem a felük szerint hatékony.



Hortobágy

A szezonális hatásainak enyhítésére alkalmazott stratégiák

■ Ezt tesszük, és ez hatékony ■ Ezt tesszük, de ez nem hatékony ■ Ezt nem tesszük

Speciális árak, kedvezmények vagy csomagajánlatok kínálata a főszezonon kívüli időszakokra, hosszú hétvégékre vagy ünnepnapokra



Együttműködés digitális utazási platformokkal a főszezonon kívüli elérhetőség népszerűsítése érdekében



A foglalási és lemondási szabályoknak az adott körülményekhez igazítása



A személyzet létszámának és a működésnek a szezonális keresleti mintákhoz való igazítása



Együttműködés helyi láttnivalókat működtető, kulturális vagy idegenforgalmi szervezetekkel az egész évre kiterjedő ajánlatok kidolgozása érdekében



Nem szabadidős utazók és csoportok számára vonzerőt jelentő rendezvények, konferenciák vagy csapatépítő események szervezése



Létesítmények bővítése vagy átalakítása az időjárástól független szolgáltatások bevezetése érdekében



Ez a szállodai bevételek és a csatornák kezelésének tágabb megközelítését tükrözi: a főszezonon kívüli kereslet megteremtéséhez egyaránt szükséges a vonzó ajánlat és a hatékony értékesítési csatorna. Az árképzés vonzóbbá teheti a foglalást, de az értékesítő partnerek és a marketingcsatornák segítenek abban, hogy az ajánlat a megfelelő célközönséghez jusson.

A magyar szállásadók digitális orientáltságúak, ami a csatornakezelést illeti. A szállásadók 89 %-a szerint az online utazási platformok hatékony marketingcsatornának bizonyultak a főszezonon kívül, 60 % találta úgy, hogy a desztinációs marketinggel foglalkozó szervezetekkel való együttműködés hatékony volt, 58 %-uk szerint pedig a saját közösségimédia-csatornákon keresztüli organikus elérés bizonyult hatékonynak.

Hatékony csatornák/stratégiák/módszerek a főszezonon kívüli foglalások biztosítására

■ (Egyáltalán) nem hatékony ■ (Nagyon) hatékony ● EU átlag



Nagyobb események által generált idegenforgalom

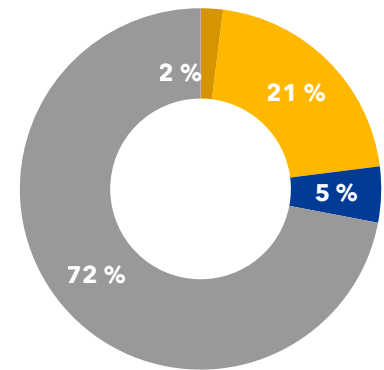
A magyar szállodák kevesebb, mint egynegyede profitál az események által generált idegenforgalomból

A magyar szállásadó vállalkozások 28 %-a jelezte, hogy tapasztalta a helyi események által generált idegenforgalom valamilyen formáját, és 23 %-uk tudott profitálni az ebből eredő idegenforgalmi növekedésből. További 72 % nem tapasztalta az elmúlt 12 hónapban, hogy az események vagy rendezvények az utazási forgalom növekedését eredményezték volna. Bár a magyar szállásadók jóval ritkábban profitáltak az események által generált utazásból, mint a felmérésben szereplő többi ország szállásadói, mégis sokkal inkább felismerték annak előnyeit.

Ugyanis a válaszadók 90 %-a állította, hogy az eseményeknek volt köszönhető a jobb szobaárbevétel, és 84 %-a szerint növelték a foglalások számát valamely jellemzően alacsony keresletű időszakban. Ezzel szemben egy kisebb alcsoport az eseményekhez kapcsolódó utazások néhány negatív hatására világított rá, például a szokásos vendégkör megzavarására, valamint a vendégek elégedettségére gyakorolt negatív hatásra. Fontos megjegyezni, hogy a helyi eseményekhez kapcsolódó keresletnövekedés segíthet a szállásadóknak ellensúlyozni a lassabb időszakokkal járó bevételkiesést.

Az elmúlt 12 hónapban a nagyobb események által generált idegenforgalomból közvetlenül profitáló szálláshelyek aránya

- Igen, nagymértékben
- Igen, bizonyos mértékben
- Volt események által generált idegenforgalom, de mi nem profitáltunk belőlük
- Nem volt események által generált idegenforgalom



Az események által generált idegenforgalom közvetlen hatása

- EU átlag

Jobb szobaárbevétel



Megnövekedett foglalások valamely jellemzően alacsony keresletű időszakban



Segített ellensúlyozni az év más időszakaiban elért alacsonyabb bevételeket



A szokásosnál több külföldi vagy távolabbról érkező vendég



Beruházásokat tett lehetővé a személyzet, a létesítmények vagy a szolgáltatások fejlesztésébe



Fokozott kereslet a hosszabb tartózkodásokra



Zavaró hatással volt a szokásos vendégkörünkre vagy a hosszú távú ügyfélkapcsolatainkra



A működéssel kapcsolatos kihívások

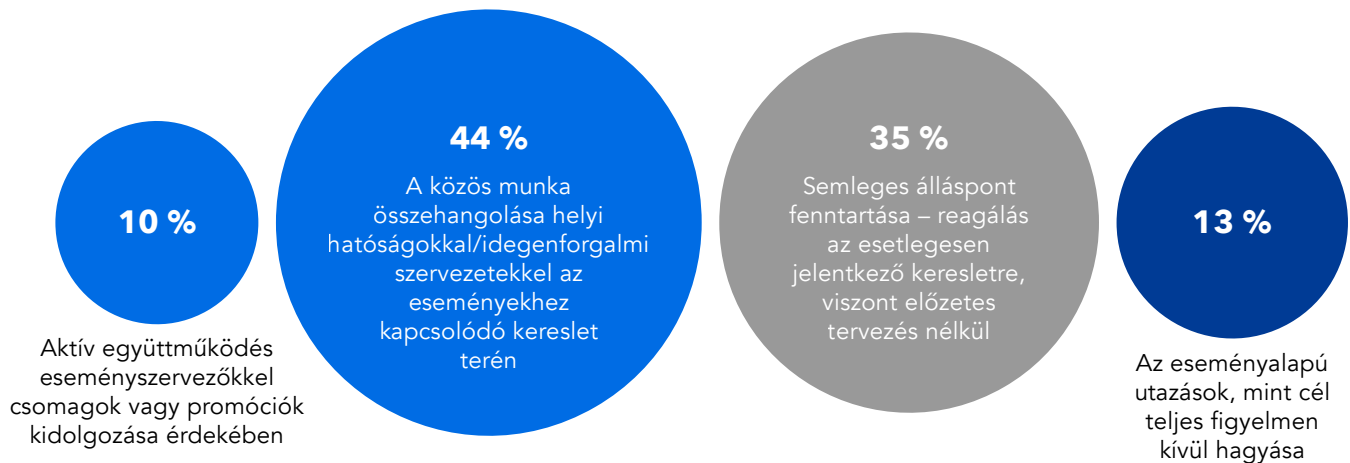


Kedvezőtlen hatás a vendégek elégedettségére



A jövőbeli helyi idegenforgalmi rendezvények kapcsán a válaszadók közel fele (44 %) jelezte, hogy szívesen együttműködne helyi hatóságokkal és idegenforgalmi szervezetekkel az eseményekhez kapcsolódó kereslet kezelésében. Összehasonlításképpen, csak minden tizedik magyar szállásadó venné fontolóra az eseményszervezőkkel való együttműködést, ami arra utal, hogy gyakrabban működnek együtt a helyi hatóságokkal, mint a rendezvényszervezőkkel. Mindössze 13 % hagyná teljesen figyelmen kívül az eseményalapú utazást.

Tervek az események által generált idegenforgalomban való jövőbeli részvételre



Míg a legtöbb szállásadó egyetért abban, hogy az eseményalapú idegenforgalom előnyös az üzleti vállalkozások számára, azt is elismerik, hogy működésükben kiigazításokra van szükség, hogy megfeleljenek a nagyobb keresletnek és a vendégek elvárásainak. Többnyire árat emelnek, hogy az jobban tükrözze a nagyobb keresletet és a működési költségeket (82 %), valamint kiigazítják a személyzet létszámát és a túlórát (70 %), hogy fenntartsák a szolgáltatás minőségét. A szállásadók valamivel több mint fele gyakorolja a készletek áthelyezését különféle értékesítési csatornákról a közvetlen értékesítési csatornára.

A működés kiigazítása esetlegesen felmerülő, jelentős eseményekhez ● EU átlag





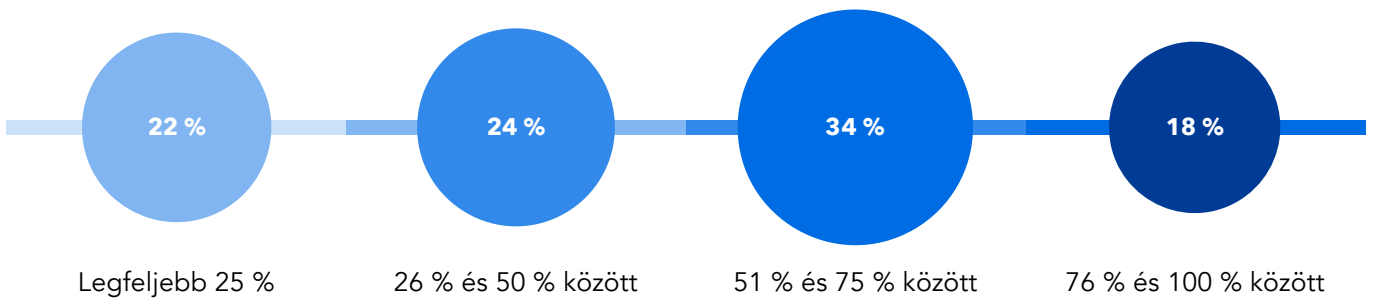
Balaton, Tihany

Helyi hatás

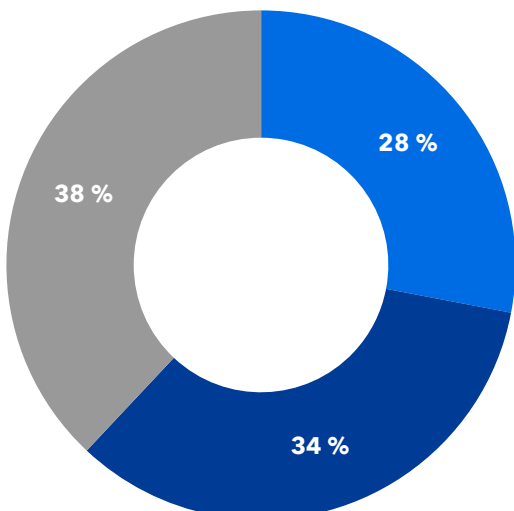
A szállásadással foglalkozó vállalkozások mélyen integrálódtak a közösségeikbe

A helyi közösségen belüli szállodai kiadások nagyon eltérőek lehetnek, és gyakran attól függnek, hogy milyen áruk és szolgáltatások érhetők el helyben. Ennek ellenére a magyar szállásadók 52 %-a a nem bérköltés jellegű költségvetésének több mint 50 %-át fordítja helyi beszállítókra és szolgáltatókra, míg 22 %-a a költségvetése kevesebb mint egynegyedét költi el helyben.

A nem munkaerőköltségekre fordított működési költségkeret helyi beszállítókra és szolgáltatókra fordított része



A helyi szolgáltatások igénybevétele mellett minden harmadik magyar szállásadó rendelkezik a helyiek számára nyitva álló létesítményekkel, például éttermekkel, tárgyalókkal és fitnesztermekkel. A nyilvánosság számára nyitva álló szállodai létesítmények kölcsönösen előnyösek lehetnek mind a szállásadók, mind a helyi közösség számára: további bevételt hoznak a vállalkozásnak, miközben bővítik a helyiek számára elérhető tevékenységek körét.



A szálláshelyek vendégnek nem minősülő, helyi lakosok általi használata

- Kizárólag a szálloda vendégei használják
- A szálloda vendégei és a helyi lakosok egyaránt használják
- Nem kínálunk ilyen szolgáltatásokat

Módszertan

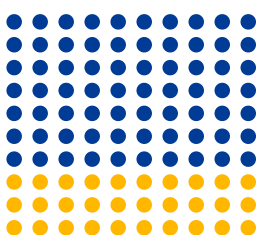
A 2026-os felmérést a Statista végezte február 5. és március 24. között, telefonos adatfelvétellel. Az európai utazási szálláshely-ágazatban dolgozó 1240 vezető és menedzser vett részt a felmérésben. Magyarországon 80 válaszadóval készítették interjút. Az interjúk mintegy felét 2026. február vége előtt befejezték, míg a fennmaradó részre később került sor, ami egybeesett a közel-keleti feszültségek eskalálódásával. Ezt a kontextust figyelembe kell venni az adatok értelmezésekor.



A vállalkozás típusa

70 %

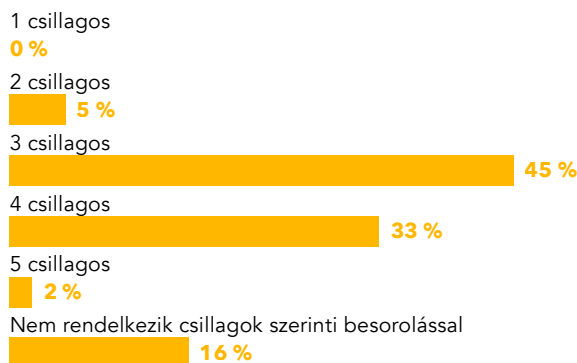
Független vállalkozás



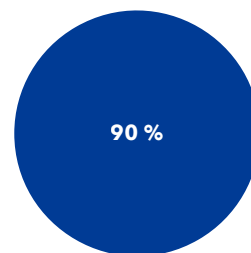
30 %

Vállalkozási hálózat

Csillagok szerinti besorolás



Szálláshely típusa*



Szállodák és hasonló szálláshelyek

10 %

Üdülők és más rövid távú tartózkodásra alkalmas szálláshelyek

1 %

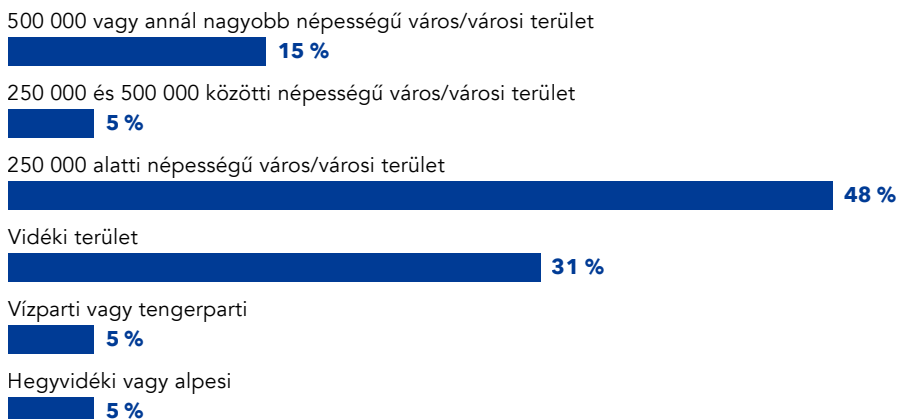
Kempingek, lakóautó- és lakókocsi-parkok

Beosztás

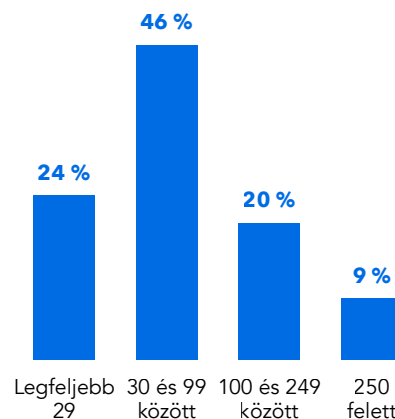
- Szállodaigazgató, ügyvezető igazgató, vezérigazgató, tulajdonos
- Helyettes szállodaigazgató
- Csapat-/osztályvezetés



A szálláshely elhelyezkedése (több válasz is lehetséges)



Ágyak száma



* Annak érdekében, hogy megfelelő alap álljon rendelkezésre az üdülési és egyéb rövid távú szálláshelyek elkülönített elemzéséhez, a 2026-os mintában az alternatív szálláshelyek aránya magasabb, mint az előző években (szállodák és hasonló szálláshelyek: 69 %, üdülési és egyéb rövid távú szálláshelyek: 29 %, kempingek és hasonló szálláshelyek: 3 %). Az időbeli összehasonlíthatóság biztosítása érdekében a jelentés eredményeit súlyoztuk, hogy azok összhangban legyenek a korábbi kiadásokban alkalmazott megoszlással.