

2025 SEYAHAT TRENDLERİ

HAZIRLAYAN

Ođulcan Tatar

OGGUSTO Seyahat Editörü



Kübra Hani

OGGUSTO Seyahat Koordinatörü



**Bu rapordaki bilgiler kaynak
gösterilmeden yayınlanamaz.*

OGGUSTO

RAMS'in Katkılarıyla

 **RAMS**
TÜRKİYE



Haritada Bulunması Bile Zor Yerlere Gitme İsteği, 2025'te Artıyor

Günden güne yenilenen seyahat alışkanlıkları, teknolojiyle uzakların yakınlaşması, yabancılığın kalmaması, sosyal medyada viral olan seyahat trendleri, deneyime olan ilgi ve her yerde duyduğumuz farklı yorumlanabilen sürdürülebilirlik.. Tüm bunların bir araya gelişi seyahatte yepyeni görüşleri beraberinde getiriyor. 2025 seyahat dünyası için insanların haritada bulması zor yerlere bile gitmek isteyeceği, mutluluk odaklı bir yıl olacak.



2025'te Seyahat Gündeminde Neler Olacak?



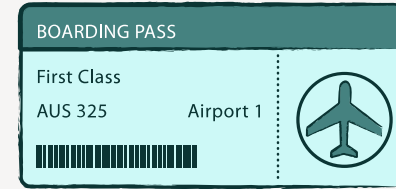
Seyahat planlamanın her aşamasında sosyal medya yol gösterici rolü üstleniyor.



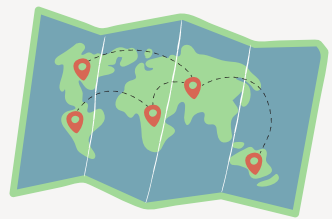
Büyük şehirlere gidenler yakınlardaki küçük şehirleri de seyahat planlarına ekliyor.



Seyahat alışkanlıklarının değişmesinde Z kuşağı itici güce sahip oluyor.



Futbol, konser, yarışmalar gibi eğlenceli organizasyonlar için seyahat etme artıyor.



Seyahatte iyi hissettirecek yoga, mindfulness, vipassana gibi seçenekler öne çıkıyor.



Dizi ve filmlerin sahne olarak seçildiği şehirler de çok sayıda kişi tarafından keşfediliyor.

Lüks Seyahat Hiç Olmadığı Kadar Yükseliyor.



Saffet Emre Tonguç
Tarihçi, Seyahat Yazarı,
Profesyonel Rehber

Havayollarının lüks kabinlerini ileri seviyelere taşıması, lüks otel zincirlerinin dünyanın farklı yerlerinde hızla yeni oteller açması aslında bu görüşümü destekliyor. Cruise şirketlerinden MSC'nin çıkardığı, sadece lüks suitleri bulunan Explora gemisi bunlardan bir örnek. Lüks seyahatin kilidi pandemi sonrasıyla açıldı, insanların aslında genç ve sağlıklıyken hayallerini kurduğu yerlerde lüks odaklı gezmeleri önümüzdeki yıl artarak devam edecek.

Etkinlik ve Konser Odaklı Popüler Destinasyonlara Seyahatler Artıyor

Son birkaç yıldır seyahatlerimi planlarken, daha önce gidip sevdiğim destinasyonlara tekrar gidebiliyorum. O şehirdeki yıllık etkinlik takvimine göz atarak gitmekten keyif alacağım dönemlerde neler olduğuna bakıyorum. 2025 yılında da çok sevdiğim sanatçı Tarkan'ın Berlin konserine gideceğiz. Özellikle Avrupa'da artan "aşırı turizm" popüler destinasyonları gezmesi zor bir hale getirmişken gezginler en azından bu şehirlere yapacakları seyahatleri daha anlamlı kılacak bir konseptte yapmayı planlayacak.



İyi Gelme Hissi Seyahatleri Şekillendiriyor

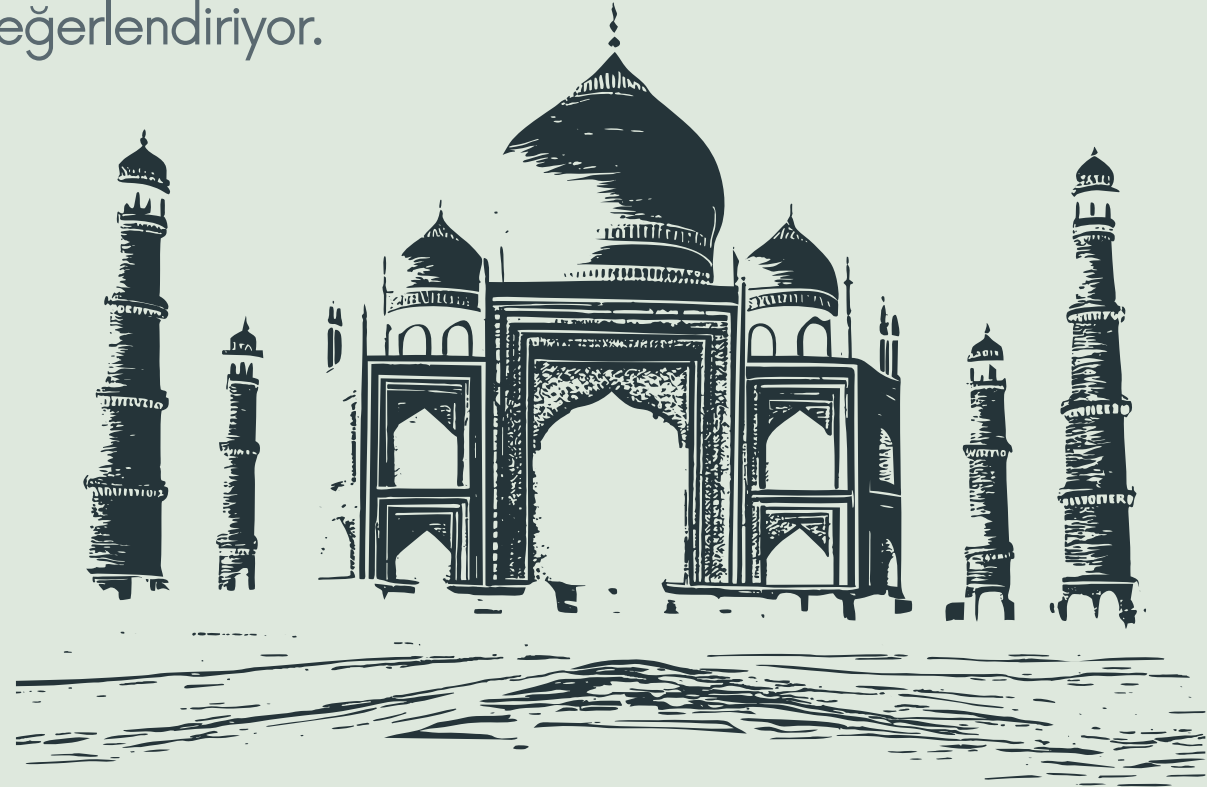
OGGUSTO



1.1.

Ruhu İyileştiren Destinasyonlara Seyahat Talepleri Yükseliyor

İnziva için Hindistan, Nepal ve Bhutan'a gidenleri; yoga kamplarına katılmak için aylar öncesinden sıraya girenleri, mindfulness odaklı deneyim için sabırsızlananları; orman banyosu olarak da bilinen shinrin-yoku için Japonya'ya gidenleri sıkça duymaya hazır olun. Modern gezginler seyahati yeni yerler görmekten çıkarıyor ve kendine iyi gelen seçenekleri değerlendiriyor.



Sektördeki en önemli dinamizm, genç gezginlerin hızlı yükselişi ve sosyal medya platformlarının etkisi ile yaşanıyor.



Rafet Fatih Özgür
Türk Hava Yolları İletişim Başkanı

Seyahat talebinin güçlü bir şekilde devam ettiği, seyahat sürelerinin uzadığı, teknolojik çözümlerin ve yapay zekanın turizmi dönüştürmede önemli bir rol oynadığı hatta dijital karar almanın yeni normal olduğu dönemlerden geçiyoruz.

Sektördeki en önemli dinamizm, genç gezginlerin hızlı yükselişi ve TikTok gibi sosyal medya platformlarının etkisi ile yaşanıyor. Bu durum hem fırsatları, hem de markaların dijitalleşmesi ve çevikleşmesi noktasındaki zorunlulukları da beraberinde getiriyor.

2025 yolcu beklentimiz ise; yeni destinasyonların keşfi ve ana akım destinasyonlara karşın az bilinen noktalara olan talepteki artış, sosyal medyanın seyahat üzerindeki ilham etkisinin daha da yoğunlaşması ve yapay zeka sayesinde hızlı bilgi ve planlama imkanının öne çıkması. Kurumsal anlamdaki beklentimiz ise, markaların büyüme ve sürdürülebilirlik başlıklarını bir arada nasıl yönettikleri konusundaki hesap verilebilirliğin artışı yönünde.

Tüm bu beklentiler ışığında, marka yönetimi tarafında yolcuların anlamlı deneyim yaşama arzusunu onlara sunduğumuz her bir yeni destinasyon ile desteklemek noktasındaki fonksiyonumuz bizlere de işimizi geliştirme anlamında büyük bir motivasyon sağlıyor.

Yenilikçi konseptler seyahatte güçlü bir yer ediniyor.



Işın Hekimoğlu
MSC Cruises & Explora
Journeys Ülke Müdürü

2025, deniz yolculuklarının yalnızca bir tatil seçeneği olmaktan çıkarak, benzersiz bir yaşam tarzı deneyimi olarak konumlandığı; yenilikçi konseptlerle zenginleştiği ve seyahat dünyasında güçlü bir yer edindiği bir yıl olacak.

Kişiselleştirilmiş Deneyimler

Şeflerin dünya mutfaklarından özenle hazırladığı lezzetler, sanat atölyeleri, wellness odaklı aktiviteler, ailelere özel etkinlikler ve çiftlere yönelik romantik öne çıkacak. Lüks segmentinde ise kişiye özel seyahat planlaması, gurme turlar ve özel rehberli kara gezileri, "Otantik Lüks" felsefesini her ayrıntıda hissettirmeye devam edecek.

Sürdürülebilir Seyahat

Gezginler, seyahatlerinin çevresel etkilerini azaltma konusunda daha bilinçli hale geliyor. Cruise şirketlerinde sıvılaştırılmış doğal gaz ile çalışan gemiler, gelişmiş atık yönetim sistemleri ve karbon nötr operasyonlar gibi sürdürülebilir çözümleri ön plana çıkarıyor.

Keşfedilmemiş Rotalar

Adriyatik kıyılarından İskandinav fiyortlarına, Asya'nın egzotik limanlarından Güney Amerika'nın kültürel derinliklerine kadar rotalar çeşitleniyor.

Teknolojiyle Zenginleştirilen Tatiller

Yapay zeka destekli asistanlar, temassız check-in sistemleri, sanal gerçeklik turları ve akıllı kabin teknolojileri, cruise tatillerini daha konforlu ve eğlenceli hale getiriyor.

Yıl Boyu Seyahat

Mevsim fark etmeden dünyanın farklı iklimlerini yaşayan yerleri keşfetme fırsatları daha çok sunulacak.

1.2. Uykunun İyileştirici Yanı Daha Çok Aranıyor

Hayatın koşturmacasını, alışlagelmiş rutinleri bir kenara bırakıp dünyadan uzak hissi veren tatilleri planlamak çok daha fazla kişi tarafından seçilecek. Geçtiğimiz aylarda duymaya başladığımız harika uykuyu vadeden 'uyku turizmi' yükselişini hep birlikte göreceğiz.

Uykuya özel menülerin sunulduğu oteller konaklayanlara en rahat yastığı ve yatağı bulmaları için seçenekler sunuyor. Bu oteller, mükemmel uykuya giden yolda her ince ayrıntıyı düşünerek uyku öncesi çaylar, vücudu rahatlatan masajlar, banyolar ile konuklarına eşsiz deneyimler yaşıyor.



Küçük kentlere
ilgi artıyor

%63

Yeni bir şehri seyahat edenlerin yüzde 63'ü oraya yakın daha lokal bir yeri de görmeyi planlıyor.

“

Gastronomi ve wellness, seyahatin ana unsurları olarak öne çıkmaya devam edecek.



Benedikt Bolza
Reschio Hotel Kurucusu

2025 yılında seyahat, özgün deneyimler ve sürdürülebilir lüks kavramlarıyla şekillenecek. Konaklama sektörü, doğayla uyumlu ve kişiselleştirilmiş deneyimlere odaklanarak misafirlerine dinginlik ve özgünlük sunacak.

Sürdürülebilir tasarım ve çevreyle bütünleşik doğal ortamlar, misafirlerin huzur bulmasını sağlarken, el emeğine dayalı etkinlikler giderek popülerleşecek. Gastronomi ve wellness, seyahatin ana unsurları olarak öne çıkmaya devam edecek. Trüf avı, bağ gezileri, yemek pişirme dersleri gibi aktiviteler doğayla iç içe mutfak deneyimleri sunarken yıldız gözlemi ve spa gibi kombinasyonlar misafirlere hem fiziksel hem de zihinsel rahatlama sağlayacak.

Tematik festivaller ve kültürel etkinlikler, yerel kültürle bağlantı kurmak için önemli birer araç olacak. Doğayla bağlantılı sporlar, binicilik ve okçuluk gibi aktiviteler, fiziksel ve sanatsal deneyimleri bir araya getirerek unutulmaz seyahat anıları yaratacak.

”

“

Misafir ağırlamada modern lüks anlayışı şekilleniyor.



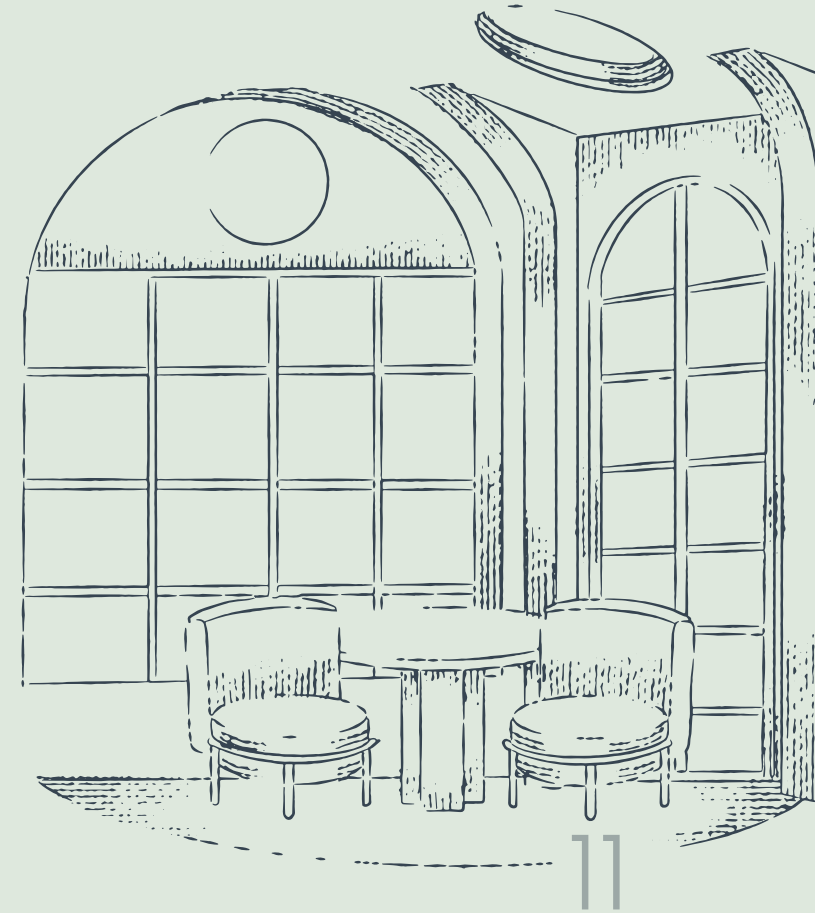
Jonathan Crook
Peninsula İstanbul, Genel
Müdür

20-30 yıl önce lüks oteller, fine dining ve yenilikçi mutfak konseptlerinin merkezi olarak görülüyordu. Ancak zamanla özel sektör, dünya standartlarında restoranlar geliştirmeye başladı ve bu trend günümüzde de güçlenerek devam ediyor.

Günümüz gezginleri, yalnızca formel bir yemek deneyimi değil, aynı zamanda zarafet ve sıcaklığı bir arada arıyor. Bizlerde özgün mutfakları, etkileyici mekanlarla -Boğaz manzarası gibi- buluşturarak, samimi ama kusursuz bir hizmet sunmayı amaçlıyoruz.

Modern lüks anlayışı, misafirlere kişilik ve özgünlük sunan, resmiyetten uzak deneyimlerle şekilleniyor.

”



“

Müşteri deneyimi teknoloji ile özel hale getiriliyor.



Marina Carrillo Amengual
Melia Grup Geliştirme Direktörü

Büyük otel zincirlerinde, yeni teknoloji trendlerinin hızla sektöre entegre olduğunu ve konaklama sektörünün bundan dışlanamayacak. Şu anda makine öğrenimi teknolojisiyle rezervasyon süreçlerini optimize ediyor, müşterilerin konaklama tercihleri, davranışları ve fiyatlandırma dinamikleri gibi verileri analiz ederek arz-talep dengesi oluşturuyoruz.

Odalarda ve hizmetlerde ileri teknolojileri devreye sokmaya başladık. Örneğin, robotları temizlik ve servis süreçlerinde kullanıyoruz. Bu robotlar, 63 kiloya kadar tabak taşıyabiliyor ve temizlikte destek sağlayarak garsonların müşteri deneyimine ve kişisel hizmetlere odaklanmalarına olanak tanıyor. Mekanik işlerin robotlar tarafından üstlenilmesi, insan temasını güçlendirmek için fırsatlar yaratıyor.

Ancak, müşteriler artık yalnızca verimlilik değil, aynı zamanda daha fazla deneyim ve kişisel dokunuşlar bekliyor. Teknoloji, bu talepleri karşılamak için bir araç haline gelerek hem operasyonel süreçleri kolaylaştırıyor hem de müşteri deneyimini daha özel kılmaya katkı sağlıyor.

”



1.3.

Kalabalık Şehirler Yerine Sakin Sokaklar Tercih Ediliyor

Dünyanın en çok turist çeken şehirleri her zaman gezginlerin 'bucket list'lerinde olacak. Ancak insanlar artık farklı yerlerdeki lokal hayatı daha çok merak ediyor. Turistlerin dolaştığı kalabalık sokaklar yerine oranın yerlisi olan insanların nerelerde neler yediğini, nasıl evlerde yaşadığını, gününü nasıl geçirdiğini, o yerine saklı hazinelerini görerek tatilini geçirmek istiyor.

Online seyahat sitesi Expedia'ya göre seyahat eden insanların %63'ü gittikleri büyük bir şehirden dönmeden önce oraya yakın başka bir yer görmek için de planlar yapacaklar.

Bilinen büyük şehirlerin yakınındaki bu küçük kentlerin yıldızının parlaması bekleniyor:

- **Reims**, Fransa (Paris)
- **Brescia**, İtalya (Milano)
- **Cozumel**, Meksika (Cancun)
- **Santa Barbara**, ABD (Los Angeles)
- **Waikato**, Yeni Zelanda (Auckland)
- **Girona**, İspanya (Barselona)
- **Fukuoka**, Japonya (Tokyo)
- **Abu Dhabi**, BAE (Dubai)
- **Krabi**, Tayland (Phuket)
- **Canmore**, Kanada (Calgary)



Sessiz Devrim: 2025'te kapalı devre lüks seyahat.



Yiğit Sezgin
CLE & Partners Founder &
Managing Partner

Lüks seyahat anlayışı, 2025'te sessiz bir devrim geçiriyor. "Silent & Sophisticated luxury" (İncelikli lüks) ve üyelik bazlı toplulukların ön plana çıktığı bu yeni çağ, gezginlerin yalnızca fiziksel konforu değil, anlamlı deneyimleri, manevi bağları ve bireysel ihtiyaçlarını önceliklendirdiği bir dönemi temsil ediyor. Gerçek lüks müdavimleri, kendilerini ayırtırmanın ve benzer düşünce yapısındaki insanlarla bir araya gelmenin yollarını ararken, hizmet sağlayıcılar da bu beklentilere yanıt verebilecek çözümler geliştirme peşinde.

Sessiz ve İncelikli Lüks: Sofistike Lüks

Sosyal medyanın etkisiyle artan gösterişli ancak bilinçsiz lüks tüketim, toplumdan kendini ayırtırmak isteyen gezginler tarafından şekillendirilen yeni trendlerle yer değiştiriyor.

Sofistike lüks, gösterişsiz ama derin bir tatmin sunan, rafine ve kişiselleştirilmiş bir deneyim olarak tanımlanıyor. Bu anlayış, lüksü sadece fiziksel bir zenginlik olmaktan çıkarıp, zihinsel ve ruhsal bir doyuma dönüştürüyor.

Üyelik Kültürü: Seçici Toplulukların Yükselişi

2025 yılı, seyahat anlayışında "paylaşılan değerler ve topluluk" kavramlarının merkezde olduğu bir dönem olacak. Üyelik bazlı sistemler, bireylerin kendilerine benzeyen insanlarla anlamlı bağlar kurmasını sağlayan bir araç haline geliyor. Bu sistemlere dahil olmak için referans ve onay süreçlerinden geçmek, toplulukların DNA'sını koruma adına son derece sıkı tutuluyor.

Seçkin Topluluklar:

İnsanlar, benzer yaşam tarzına, ilgi alanlarına ve değerlere sahip bireylerle bir araya gelmek istiyor. Üyelik bazlı oteller, rezidanslar ve kulüpler bu ihtiyacı karşılamak için daha seçici bir yapıya bürünüyor.

Küçük Ama Güçlü Gruplar: Geniş kalabalıklardan uzaklaşan bu kültür, güvenilir, küçük ve seçkin toplulukların oluşumuna zemin hazırlıyor.

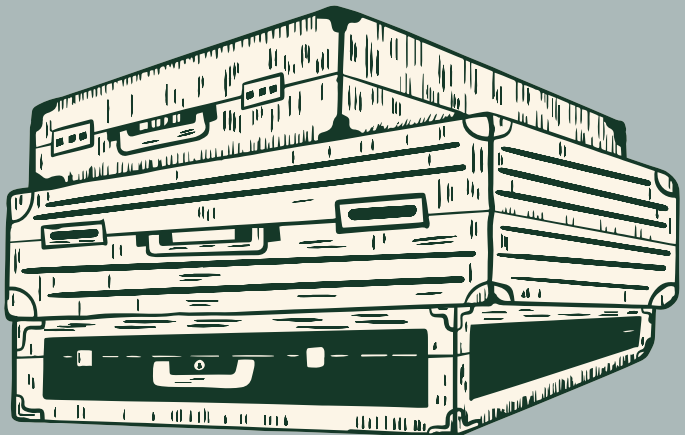
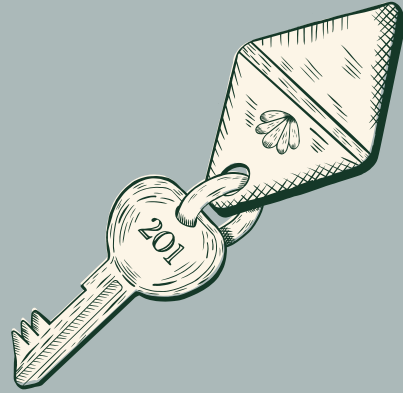
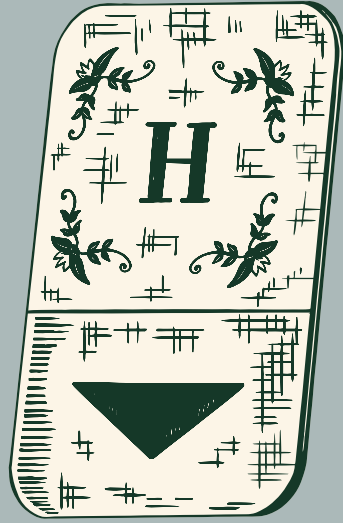
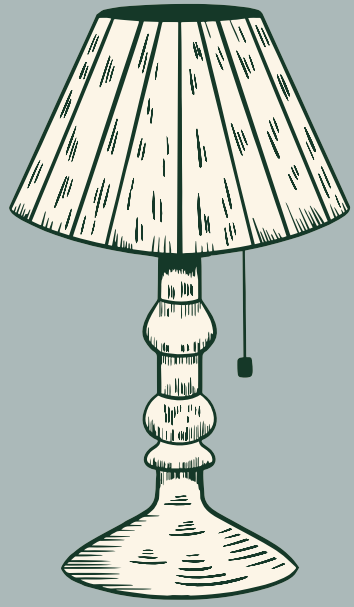
Paylaşılan Deneyimler: Üyelik mekânları yalnızca konaklama sunmuyor; wellness, sanat ve gastronomi gibi alanlarda düzenlenen özel etkinliklerle topluluk üyelerine kişisel ve sosyal zenginlikler vad ediyor.

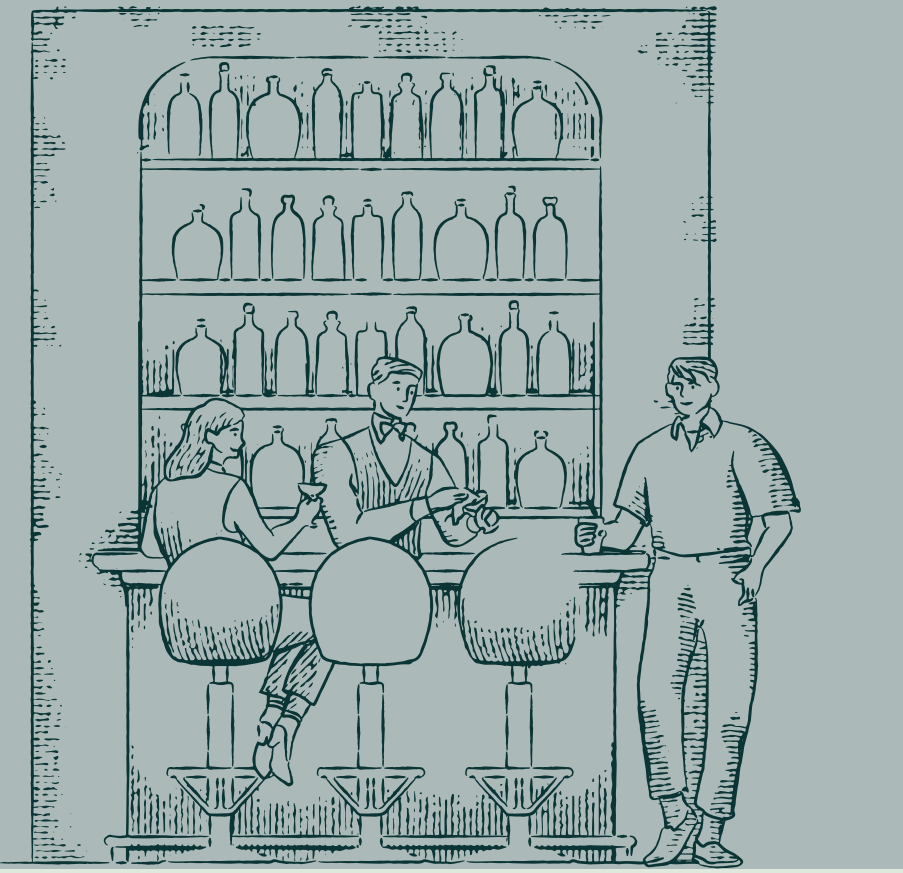
İste size bu yükselen kültürü başarıyla temsil eden markalar ve projeler:

Discovery Land Company by Michael Meldman: Elite of the Elite olarak anılan bu yaşam alanları, golf, wellness ve doğa deneyimlerini bir araya getiriyor. Ancak, burada yalnızca paranız olması yeterli değil; amaç, aynı yaşam tarzına sahip bireylerden oluşan özel bir topluluk kurmak. Minimum yatırımın 15 milyon doları bulunduğu bu projelerde, üyelik sıkı bir şekilde denetleniyor.

Rosewood Private Club, Carlyle & Co: New York ruhunu Hong Kong'a taşıyan bu kulüp, sofistike sosyal alanlarıyla seçkin üyelerine özel deneyimler sunuyor. Yakında Dubai'de çok özel bir lokasyonda açılması planlanıyor.

5 Hertford Street by Robin Birley & designed by Rifat Özbek: Londra'nın en prestijli üyelik kulüplerinden biri olarak, zamansız tasarımı ve atmosferiyle fark yaratıyor. Sanırım yakında bu kulübü farklı ülkelerde de göreceğiz.





Faena: Miami'den Buenos Aires'e kadar sanatı, tasarımı ve lüksü birleştiren Faena, üyelik bazlı bir yaşam tarzını şimdi Dubai, İtalya ve New York'a taşıyorlar.

Casa Cipriani (New York & Milano): İtalyan misafirperverliği ve kültürünü sofistike üyelik kulübü ve otel ile birleştiren bu mekânlar, şehirlerinin en "cool" destinasyonları arasında. Yeni raise ettikleri fonla buyumeye hızla devam. Miami , Punte Del Deste in pipeline.

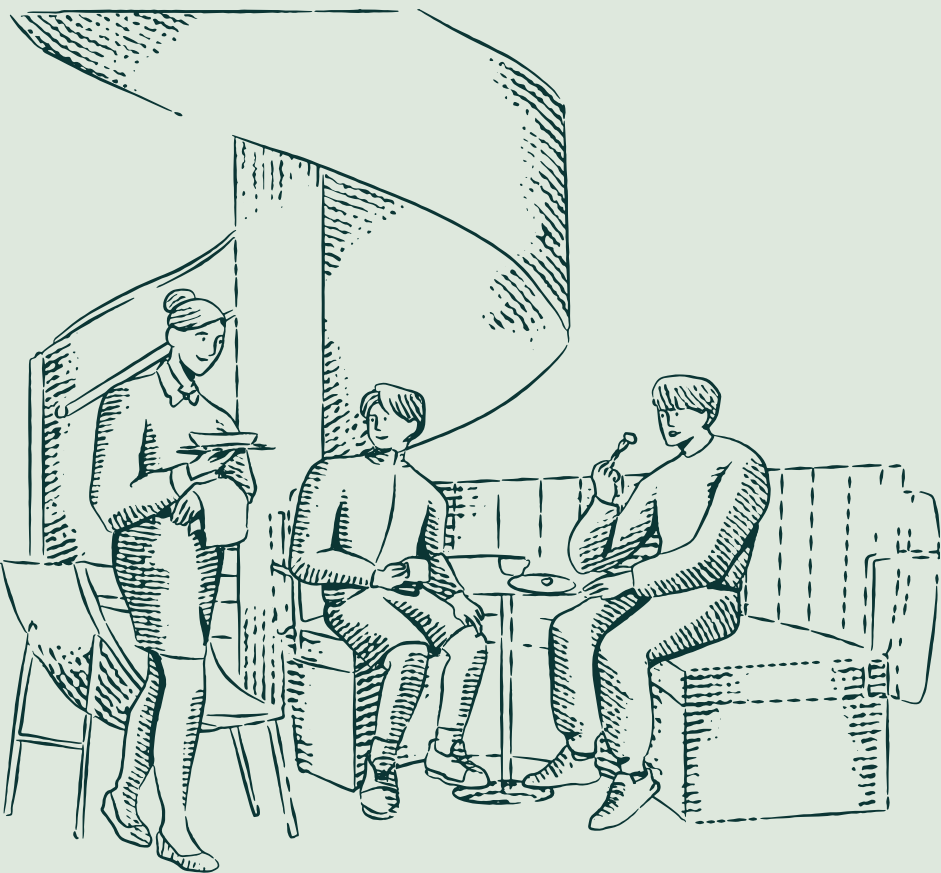
Restoration Hardware (RH): Dünyanın en sofistike mobilya markalarından biri olan RH, New York'ta "We're not a hotel" sloganıyla çarpıcı bir üyelik deneyimi yarattı. Arts Club Sanat ve kültür odaklı seçkin bir topluluğa ev sahipliği yapan bu mekân, Londra'dan sonra Dubai'nin de yeni gözdesi.

Sofistike Lüks ve Üyelik Kültürü modern lüks anlayışını yeniden tanımlıyor:

1. Kapalı Çevrelerde Özgürlük: Üyelik bazlı sistemler, dış dünyanın kaosundan ve bilgi kirliliğinden uzak, seçilmiş bir çevrede bireysel özgürlük ve konfor ve network sunuyor.

2. Manevi Zenginlik: Sessiz lüks anlayışı, yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda zihinsel ve ruhsal tatmin sunmayı hedefliyor. Bu sistemler, gezginleri benzer düşünen ve aynı değerlere sahip bireylerle bir araya getiriyor.

3. Topluluk ve Bireysellik Dengesi: Gezginler hem bireysel alanlarını koruyabilmeyi hem de anlamlı topluluklarla bağ kurmayı talep ediyor. Sophisticated luxury, bu dengeyi kusursuz bir şekilde sağlıyor. 2025, lüks seyahatin sınırlarını yeniden tanımlıyor. Sophisticated luxury ve membership kültürü, sadece fiziksel bir konfor değil, derin anlamlarla zenginleştirilmiş bir yaşam tarzı sunuyor. Seyahat artık bir destinasyondan fazlasını ifade ediyor; paylaşılmış değerler, seçkin topluluklar ve kişisel tatminin kesişim noktası...





Z Kuşaağı, Seyahatin Bilinen Kodlarını Değiştiriyor



““

Seyahat sektörünün büyümesinde en büyük destekçi teknoloji.



Mehmet Tefik Nane
Pegasus Hava Yolları
Genel Müdürü

Bir turistin bir ülkeye gelmesinin yedi temel nedeni vardır: tarih, doğa, gastronomi, eğlence, alışveriş, sağlık ve eğitim turizmi. Türkiye, bu alanlarda zengin bir potansiyele sahip ve gelişimini sürdürüyor. 2023'te 56 milyon turist ağırlarken, 2024'te hedeflenen 60 milyon rakamını aşarak 61,5 milyona ulaştık. 2025'te ise bu sayıyı 65 milyona çıkarmayı planlıyoruz.

Bu büyümede en büyük destekçilerden biri teknoloji. Veriyi etkin kullanan havaalanları, havayolları, oteller ve restoranlar, misafirlerine daha verimli ve bireysel deneyimler sunabiliyor. Küresel trendlere paralel olarak, kampanya ve tekliflerin kişiselleştirilmesi, özellikle Z kuşağını cezbeden bir unsur olarak öne çıkıyor. Teknolojiyi etkin kullananlar, misafir deneyimlerini iyileştirmede rakiplerine göre avantaj sağlayacaklar.

””

“ Seyahat edenler, kültürel ve doğal açıdan otantik deneyimlere yöneliyor.



Julia Simpson

Dünya Seyahat ve Turizm
Konseyi Başkanı ve CEO

Seyahat ve turizm sektörü, küresel GSYİH'nın iki katı hızında büyüyerek dünya çapında dikkat çekici bir gelişim sergiliyor. Türkiye, bu büyümenin hızlı ve sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştiği çarpıcı örneklerden biri. Özellikle Çin ve Amerika gibi büyük pazarlarda iç turizmin yaygınlaştığını gözlemliyoruz.

Bir diğer önemli eğilim, insanların doğa ile yeniden bağ kurma isteği. Seyahat edenler, kültürel veya doğal açıdan otantik deneyimlere yöneliyor. Güneş ve deniz tatilleri popülerliğini korusa da doğa temalı seyahatlerin yükselişi dikkat çekiyor. Ayrıca, nesiller arası seyahat de öne çıkan bir başka trend. Büyük ebeveynler, ebeveynler ve çocuklardan oluşan üç kuşağın birlikte seyahat etmesi, büyük ebeveynlerin artan ekonomik gücüyle destekleniyor.

Lüks seyahat ise sektördeki en dikkat çekici gelişmelerden biri. Hem lüks yat turizmi hem de lüks otel yatırımları hızla artıyor. İspanya'nın Madrid şehrinden New York'a, Bisque Adaları'ndan Türkiye'ye kadar, lüks segmentteki büyüme belirgin hale geliyor. Bu trend, harcama gücü yüksek eski nesillerin aileleriyle seyahat etmeye devam etmesiyle daha da güçleniyor.



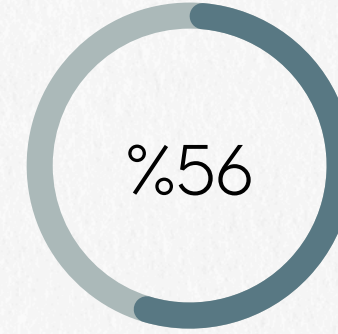
2.1.

Seyahatte Alışkanlıklar Değişiyor

Alışkanlıkların adeta baştan yazılmasını sağlayan Z kuşağı kendi kurallarını seyahate de getiriyor. Nesnelere yerine deneyime, kendine iyi bakmaya bütçe ayıran bu kuşak teknolojiyi, yapay zekanın getirdiği yenilikleri maksimumda kullanıyor. Gençler seyahatlerini ilk adımından son adımına kadar herhangi bir bireyle iletişime geçmeden tamamlıyor. Nereye gideceğini sosyal medya kanallarından seçiyor, notlarını lokallerin önerilerinden seçiyor ve hiçbir şekilde FOMO (bir şeyleri kaçırma korkusu) yaşamadan istediği gibi zaman geçiriyor.

Dijital dünyaya doğan Z kuşağı, Forbes'un araştırmasına göre 2025'te %56 daha fazla seyahat halinde olacak. Şu an dünya nüfusunun 3'te 1'inin Z kuşağı olması ve bu kuşağın en büyük bireylerinin 28 yaşında olup kendi paralarını kazandıkları düşünülünce seyahatte ne kadar etkili olacakları daha anlaşılır oluyor.

Z kuşağı daha fazla seyahat planlıyor



1997-2012 yılları arasında doğanları temsil eden Z kuşağının 2025'te yüzde 56 daha fazla seyahat edeceği öngörülüyor.



Seyahat edenler lokal gibi hissetmek istiyor.



Hakan Kodal

Ando Living Kurucu
Başkanı

Dünyada seyahat trendlerini oluşturan en önemli etken “online”ın yükselişi. Bu da üç genel trend yaratmış durumda:

Kişiselleştirme: 2025 yılında, kullanıcılar seyahat planlarını tamamen bireysel ihtiyaçlarına göre şekillendirecek. Online platformlar üzerinden seçeneklerin reytinglerine, kullanıcı yorumlarına ve detaylı incelemelere bakarak, seyahat deneyimlerini en ince ayrıntısına kadar optimize edecekler.

Otel Yerine Dairelerde Konaklama: Pandemi sonrası hızla yükselen dairelerde konaklama talebi, 2025'te %14'lük büyüme hızını sürdürecektir. Artık eskiden yalnızca otellerde alınabilen hizmetler online platformlar üzerinden kolayca erişilmesi de bu yükselişi destekliyor.

Bleisure: Tatil ve iş arasındaki çizgi giderek silikleşiyor. 2025 yılında, seyahat edenler bir yandan çalışırken diğer yandan keyifli vakit geçirebilecekleri destinasyonları tercih edecek.

Bu 3 genel trendin ortak noktasında bir temel içgüdü var: Gittiğiniz yerlerde kendinizi turist gibi hissetmeme arzusu. Kendinizi iyi hissettiğiniz, yemek yemeyi, eğlenmeyi, alışverişi, müzik dinlemeyi, sokaklarında çekinmeden dolaşmayı sevdiğimiz yerlere gitme arzusu. Aynı ülkeye, hatta şehre defalarca gidebiliyoruz. Eskiden Londra, Paris, New York ve Berlin gibi büyük kentlerle başlayan bu trend, şimdi Akdeniz bölgesine kayıyor. Milano, Roma, Barselona'dan sonra şimdi Madrid'i, Atina'yı, Lizbon'u seviyoruz.



2.2.

Ekranada Gördüklerinin Peşine Düşenlerin Sayısı Artıyor

Film, dizi ve TV programlarının seyahatlere verdiği ilham devam ediyor. Expedia ve Hotels.com'un araştırmasına göre 2025 yılında izleyenlerine seyahate çıkmak için en çok ilham verecek diziler Emily in Paris (Paris&Roma) ve White Lotus (Hawaii) olacak. Onu The Real Housewives of Dubai, Yellowstone (Montana&Wyoming), And Just Like That... (New York), One Piece (Cape Town), The Traitors (İskoçya) izleyecek.

Sporda yükselen grafik

1,3 trilyon dolar

Spor turizmi pastası 2023'te 564 milyar dolar değerindeydi. 2032 yılında bu rakamın 1,3 trilyon dolar ulaşması bekleniyor.



İstanbul her zaman olduğu gibi
başrolde.



Timur Savcı
Sinema dizi ve film
yapımcısı

Film ve dizilerin, insanların seyahat tercihlerini belirlemede büyük bir etkisi olduğunu düşünüyorum. Muhteşem Yüzyıl dizisinin dünyada yayınlanmasının ardından Topkapı Sarayı ve Ayasofya gibi mekanların ziyaretçi sayıları onlarca kat arttı. Türk dizileri, yayınlandıkları ülkelerde büyük bir merak uyandırarak gastronomiden kültürel öğelere kadar pek çok unsuru öne çıkarıyor. Bu etki, ziyaretçi tercihleri ve destinasyon verilerinde net bir şekilde görülüyor.

2025 için dikkat çekecek yerlere gelirsek, Kapadokya'nın hâlâ tam potansiyeline ulaşmadığını düşünüyorum, ancak bu yıl yapılan içeriklerle daha fazla ön planda olacak. İstanbul ise her zaman olduğu gibi başrolde; sürekli değişen yüzü ve gelişimiyle trend olmaya devam edecek. Dünyada ise özellikle Tokyo gibi Japonya destinasyonlarının yükselen bir ilgi odağı haline geleceğini öngörüyorum.

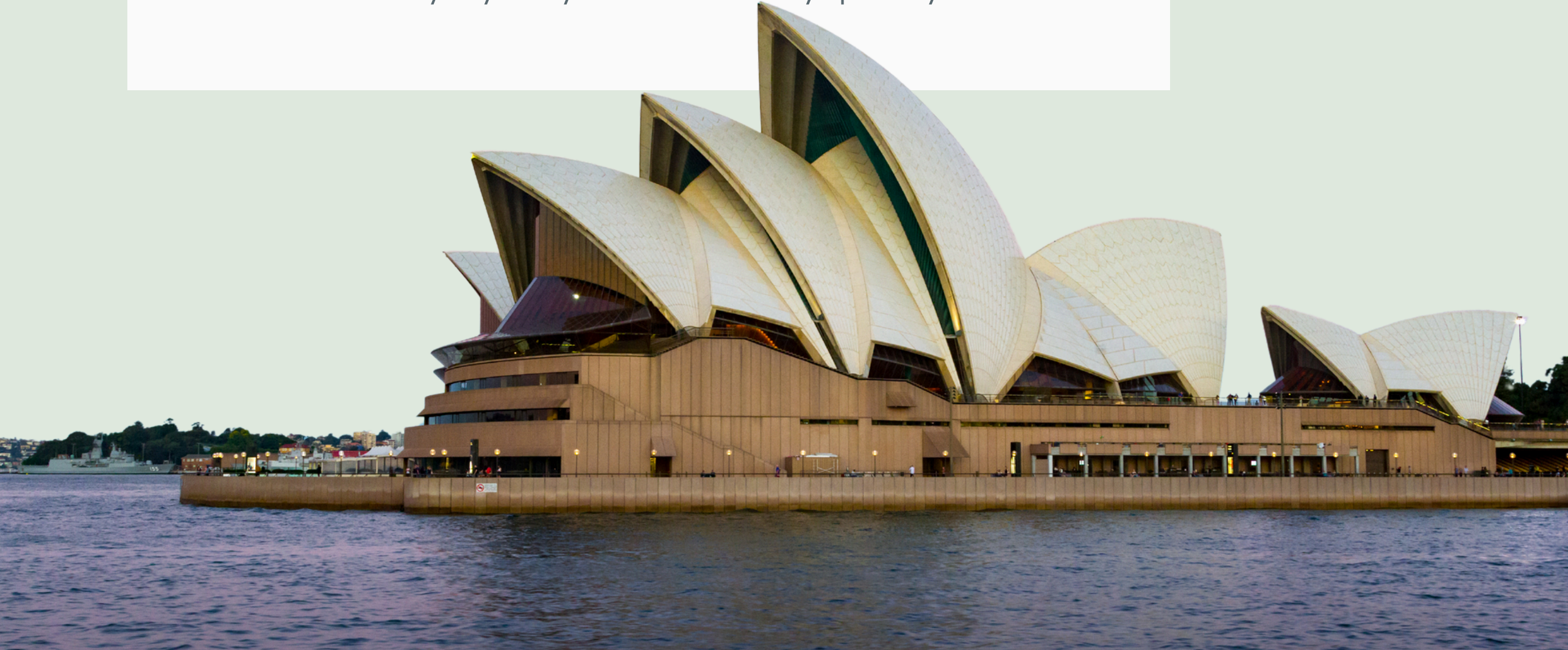
Spor ve Müzik Turizmi Cazibesini Koruyor

Spor ve müzikle bağlantılı seyahatlere olan talep önümüzdeki yıllarda da artmaya devam edecek. Priority Pass'in araştırmasına göre, spor ve müzik etkinlikleri açısından dünyanın en popüler destinasyonu Sidney olurken, onu Londra, Barselona, Paris, Dubai ve New York takip ediyor. İnsanların en çok seyahat ettiği spor etkinlikleri arasında ilk sırada futbol (%69) yer alıyor. Futbolu basketbol (%27), Olimpiyatlar ve Formula 1 (%26) ve tenis (%21) izliyor. Uluslararası seyahat eden taraftarların %84'ü yeni bir destinasyonu ziyaret ederken, %30'u aynı yere yeniden dönmeyi planlıyor.

Müzikle gelen ekonomi

13,8 milyar dolar

Müzik turizmi 2032 yılına kadar 13,8 milyar dolarlık bir ekonomi oluşturacak.



2025'te seyahat ve gastronomi deneyimleri yeniden şekilleniyor.



Sadettin Cesur
TUM ve TRU CEO

2025 yılına yaklaştığımız bu dönemde, seyahat sektörü hızla dönüşüm geçiriyor ve bu dönüşüm gastronomi ile iç içe bir şekilde ilerliyor. Seyahat artık yalnızca bir ulaşım aracı olmaktan çıkıp, kültürel keşiflere ve damak tatlarına odaklanan bir deneyim haline gelecek.

Seyahat Deneyimi Daha Kişiselleşecek

Yapay zekâ ve veri analitiği sayesinde seyahat planlaması kişiselleşiyor. Havalimanlarından otellere, yolcuların bireysel tercihleri ön planda olacak. Gastronomide ise her damak tadına hitap eden menüler ve lokal lezzetlerle zenginleşen deneyimler dikkat çekecek.

Yerel ve Sürdürülebilir Lezzetler Odakta

2025'te yolcular, yerel mutfakları deneyimlemek ve bu lezzetlerin hikayelerini dinlemek isteyecek. Gastronomide sürdürülebilirlik önemli bir tema olacak.

Sürprizler: Teknoloji ve Gastronominin Buluşma Noktası

Teknoloji, gastronomiyi dönüştürmeye devam ediyor. Bir yemeğin hikayesini keşfetmek ya da dijital dokunuşlarla yemek deneyimlerini zenginleştirmek mümkün. İstanbul Havalimanı'ndaki projelerimizde QR kod ve WeChat ile ödeme gibi çözümlerle misafirlerimize hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmet sunuyoruz.





Uzay Merakı Bireysel Seyahatlere Yansıyor



3.1.

Gökyüzünün Gözlemleneceği Aktiviteler Bu Yıl Gündeme Geliyor

İnsanlığın uzayla olan ilişkisi her geçen gün pekişirken 2025 yılında bu merak turizme de taşınacak. Avrupa'nın kuzey şehirlerine gidip ışıktan uzaklaşarak yıldızların, uzayın keşfini yapan gruplar çoğalacak. Kozmik olaylar, takım yıldızların en net şekilde gözlemleneceği aktiviteler bu yıldan itibaren daha çok göreceğimiz turistik seyahatler olacak.

İzlanda, İsveç, Norveç ve Finlandiya gibi ülkeler bu deneyim için ilk akla gelenler. Ancak Suudi Arabistan'ın **Riyad** şehrindeki Edge of the World (Dünyanın Ucu) turları, Hiç bulutlanmanın ve ışık kirliliğinin olmadığı **Atacama Çölü**, Ürdün'deki **Wadi Rum**, Yeni Zelanda'daki **Aoraki Mackenzie Dark Sky Reserve**, Kanada'daki **Dark Sky Preserve** gökyüzünü izlemek için seyahat rotası olacak.



2025 yılı seyahat trendleri keşif için yeni bir vizyon sunacak.

2025'e adım atarken, seyahat dünyası teknoloji, sürdürülebilirlik ve yeniden canlanan bir keşif tutkusuyla şekilleniyor. Geleceğin seyahat trendleri, gezginlere daha anlamlı ve zengin deneyimler sunmayı vaat ediyor.

Sürdürülebilir Seyahat Rüzgarı

Çevre bilinci, seyahat kararlarında başrolde olacak. Gezginler, karbon ayak izlerini dengeleyen, yerel ekonomilere katkı sağlayan ve doğayı korumayı önceliklendiren seçeneklere yöneliyor.

Dijital Göçebelerin Yükselişi

Uzaktan çalışma alışkanlığı, sınırları kaldırarak daha fazla kişiyi dijital göçebe yaşamına yönlendiriyor. Şehirler ve kasabalar, uzun süreli konaklama paketleri, ortak çalışma alanları bu yaşam tarzını destekleyecek.

Hiper Kişiselleştirilmiş Deneyimler

Yapay zeka ve veri analitiğindeki gelişmeler, sektörü kişiselleştirilmiş hizmetlerle dönüştürüyor. Gezginler, ilgi alanları ve tercihleri doğrultusunda hazırlanan rotalarla daha özel ve tatmin edici deneyimler yaşayacak.

Sağlıklı Yaşam Kaçamakları

Zihinsel ve fiziksel iyi olma hali, seyahatte yeni bir odak noktası. Holistik sağlık uygulamalarını dinlenmeyle birleştiren wellness inzivaları, kendini yenilemek ve bakım yapmak isteyenlere ilham kaynağı olacak.

Kültürle Derinlemesine Buluşma

Gezginler, yerel gelenek ve göreneklerle gerçek anlamda etkileşim kurabilecekleri otantik kültürel deneyimlere yöneliyor. Daha küçük, keşfedilmemiş destinasyonlara olan ilgi artarken, benzersiz kültürel değişimler seyahat planlarının merkezinde yer alacak.

2025'in seyahat trendleri, gezginlere sadece bir yere gitmeyi değil, aynı zamanda dünyayı daha bilinçli, anlamlı ve bağlantılı bir şekilde deneyimlemeyi vaat ediyor. Bu yeni çağ, keşfin sınırlarını yeniden tanımlıyor.



Alexander Suski
Founder & CEO
Beetroot Consultants

3.2.

Seyahat Trendlerinde Yeni Tanımlar

Sözlüğe yeni eklenen kelimeler arasında seyahat için olanlar da var. Hilton'un seyahat trendlerini listelediği raporunda şu yeni tanımlar dikkat çekiyor:

- **Me-Mooning:** Tek başına seyahat etmenin yeni adı.
- **Nostalgication:** Kişilerin çocukken gittiği yerlere şimdi kendi çocuklarını götürmesi.
- **Kidcation:** Ailedeki çocukların dikkatini çekecek yerler için seyahat etme.
- **Ex-Cursion:** Z kuşağının kötü bir ayrılıktan sonra 'YOLO/You Only Live Once (sadece bir kere yaşarsın) diyerek seyahate çıkması.
- **Spontanitrip:** Gidilen yer için sadece ilk gecenin rezervasyonunun yapıp diğer günlerde spontan karar verme.





Wellness, gastronomi ve yerel deneyimler ilham veriyor.



Ayşe Yağcı Büyükpınar

Jules Verne Business Mice Travel
Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü

2025 yılında seyahat sektörü, kişiselleştirilmiş, anlamlı ve sürdürülebilir deneyimlerle derinleşecek. Wellness, yeni destinasyonlar keşfetme ve çevre duyarlılığı gibi eğilimler, bireysel ve grup seyahatlerinde belirleyici olacak.

Kişiselleştirilmiş ve Anlamlı Deneyimler

- Bir Kez Yaşanır Deneyimler: Herkesin ihtiyaçlarına göre tasarlanmış programlara ilgi artıyor.
- Tematik Seyahatler: Yemek, sanat, doğa ve wellness temalı tatiller öne çıkacak.
- Sakin Bölgeler: Kalabalıklardan uzak, küçük kasabalar ve şehirler daha fazla tercih edilecek.
- Yerel Bağ: Seyahatler, yerel kültürle bağ kurmaya ve anlamlı deneyimler yaratmaya odaklanacak.

Alternatif ve Yeni Destinasyonlar

- Az Bilinen Yerler: Paris yerine Reims, Roma yerine Lucca gibi daha sakin ve yerel bağ kurmaya elverişli destinasyonlar tercih edilecek.
- Uzak Destinasyonlar: Yeni Zelanda, Avustralya, Bhutan ve Sri Lanka gibi destinasyonlar yükselişe geçecek.

Sürdürülebilir ve Yeşil Turizm

- Karbon Nötr Tatiller: Havayolları ve oteller karbon dengeleme programlarını artıracak.
- Doğaya Saygılı Seyahatler: İzlanda ve Amazon ormanları gibi çevreye duyarlı destinasyonlar öne çıkacak.
- Yeşil Sertifikalı Konaklama: Yenilenebilir enerji ve geri dönüştürülebilir malzeme kullanan oteller dikkat çekecek.

Wellness Odaklı Seyahatler

- Wellness merkezleri, doğayla iç içe, fiziksel ve ruhsal denge sağlayan zengin aktivitelerle öne çıkacak.

Gastronomi ve Yerel Deneyimler

- Yerel Lezzetler: Gezginler, otantik yemek ve bölgesel tatlar arayışında olacak.
- Sürdürülebilir Gastronomi: Yerel ve organik malzemelerle hazırlanan menüler popülerleşecek.

Yenilikçi Seyahat Formatları

- Döngüsel Seyahat: Lüks tren yolculukları ve "Gezerek Yaşa" turları talep görecek.
- Sualtı Otelleri: Maldivler ve Dubai gibi destinasyonlarda lüks sualtı konaklamaları trend olacak.
- Bleisure: İş ve tatili birleştiren seyahatler, çalışanlara sunulan ayrıcalıklarla daha yaygın hale gelecek.





Seyahatin İlham Veren Yeni Yüzü

OGGUSTO



Yeni destinasyonlar potansiyellerini ortaya çıkarıyor.



Ömer İsvan

Servotel Yönetim Kurulu Başkanı

Butik otelciliğin, önümüzdeki dönemde seyahat sektöründe büyük bir ivme kazanacağını düşünüyorum. Bunun temel nedeni, teknolojinin rezervasyon sistemleri ve pazarlama gibi konularda kitlelere erişimi son derece kolaylaştırmış olması. Bu durum, küçük ve bireysel otellerin, doğru lokasyon ve hedef kitleyle çalıştıklarında büyük bir avantaj elde etmelerini sağlıyor.

Ayrıca, pazar trendleri de kitlesel üretim tipi otellerden bireysel tarza kayıyor. Teknolojinin sağladığı olanaklar ve tüketici taleplerindeki bu değişim, butik otellerin yükselişini destekliyor. Bu segmentin önünde hâlâ finansman gibi bazı engeller var. Küçük ölçekli oteller, kurumsal finansman yapılarının radarına girmekte zorlanıyor ve risk algıları farklı değerlendiriliyor. Bununla birlikte, bireysel yatırımcıların aktif olduğu bir alan olarak dikkat çekiyor.

Bölgesel olarak bakıldığında, butik otelcilik, finansman kolaylığı sunan gelişmiş ülkelerde daha hızlı büyüme gösterecek. Doğal cazibe merkezleri ve deneyimsel seyahat ihtiyaçlarına yönelik destinasyonlarda büyük bir potansiyel var. Örneğin, Brezilya'daki Amazonlar veya Namibya'nın çölleri gibi bölgelerde büyük ölçekli konaklama altyapısının eksikliği dikkat çekiyor. Bu tür bölgeler, hem artan talep hem de sınırlı arz nedeniyle yatırım açısından büyük bir fırsat sunuyor.

41. Unutulmaz Anılar Biriktirmek İçin Seçenekler Çoğalıyor

Lüks seyahat anlayışı, 2025 yılında kişiselleştirilmiş deneyimlere ve özgün maceralara olan talebin artmasıyla evriliyor. Artık insanlar, klasik 5 yıldızlı otellerin ötesinde, unutulmaz anılar biriktirmek ve kendilerini özel hissettirecek benzersiz seyahat deneyimlerine yatırım yapmayı tercih ediyor.

Özel villa kiralamaları, butik otellerde konaklamalar, gastronomi odaklı seyahatler ve özel rehberlerle yapılan kültürel turlar öne çıkıyor. Lüks, yalnızca fiziksel konforla değil, aynı zamanda seyahatin sunduğu derinlemesine deneyimlerle tanımlanıyor.

Maldivler'de su üstü bir villada yoga seansı yapmak, Toskana'da uzmanlarla bağ gezileri düzenlemek ya da Antarktika'da bir keşif gemisiyle dünyadan izole bir yolculuk yapmak gibi deneyimler artık lüks seyahatin yeni yüzü.



Yeni destinasyonlar konuşuluyor.



Levend İskit

Far'n Away Ravel
Managing Partner

2025 yılında lüks turizmin büyüme trendinin devam etmesi beklenirken, yetişmiş personel ve servis sağlayıcı sayısının aynı hızda artmaması, bu segmentteki fiyat enflasyonunu sürdürecektir. Artan talep karşısında oteller ve hizmet sağlayıcılar, fiyatlarını yükseltmek zorunda kalabilir.

Destinasyonlar açısından Şili ve Brezilya, gelişen lüks turizm altyapıları ve doğal güzellikleriyle öne çıkıyor. Japonya, sakura sezonu ve sonbahardaki yaprak dökümüyle yoğun talep görüyor. Avrupa'da İspanya ve Portekiz, şarap ve mutfak odaklı lüks deneyimlerle yükselişte.

Afrika'da Cape Town, şehir yaşamı, doğası ve şarap bölgeleriyle cazibesini korurken, Kenya ve Tanzanya, göç sezonundaki safarileriyle öne çıkıyor. Uganda ise goril ve şempanze safarileriyle lüks segmentte unutulmaz bir deneyim sunmaya devam ediyor. Avustralya hızlı bir yükseliş gösterecek, Yeni Zelanda ise vize kolaylıkları sağlanırsa önemli bir talep artışı görebilir. Ayrıca sağlık turizmi, SHA, Chenot, Como Shambala ve Kamalaya gibi uzman spa destinasyonlarıyla yüksek ilgi görmeye devam edecek.

42. Teknoloji de Artık Lüks Seyahatin Bir Parçası

İnsanların kendilerini ayrıcalıklı hissetmek için planladıkları lüks seyahatlerde teknoloji de önemli bir parçaya sahip oluyor. Özel uçuş rezervasyonları, ayrıcalık sağlayan üyelikler, seyahat öncesi deneyimlemeyi sağlayan VR uygulamalar da lüks seyahati güçlü biçimde destekliyor.

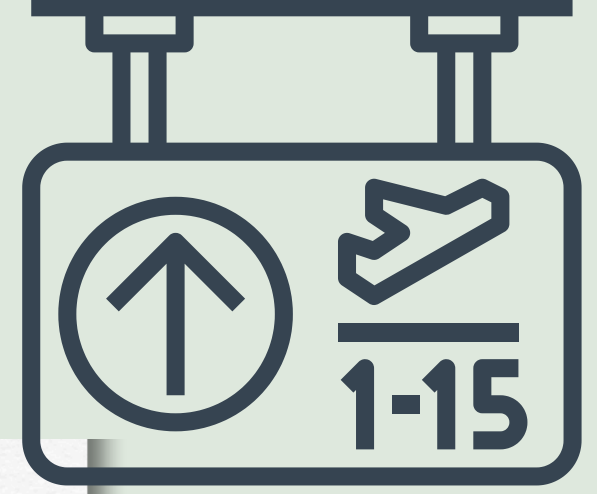


2025'in Favori Seyahat Destinasyonları

Seyahat planlama sitesi Skyscanner'ın öngörülerine göre bu 10 destinasyon 2025 yılının favorilerinden olacak.

- **Siem Reap** – Kamboçya
- Krabi – Tayland
- **Busuanga** – Filipinler
- Daegu – Güney Kore
- **Rovaniemi** – Finlandiya
- Cusco – Peru
- **Tromsa** – Norveç
- Almatı – Kazakistan
- **Labuan Bajo** – Endonezya
- Yogyakarta - Endonezya





Havalimanları yolcuların iyi hissetmesi için tasarlanıyor.



Tom Dixon
Mimar, Tom Dixon Design

2025'te havalimanı tasarımlarında odak, yolcuların güvenlik süreçlerinde daha az zaman harcamasını sağlayarak gereksiz bekleyişleri azaltmak ve havalimanlarını yalnızca bir geçiş alanı olmaktan çıkarıp daha keyifli ve misafirperver alanlar haline getirmek.

Ancak, devasa boş alanlar ve yüksek tavanlar gibi tasarım zorlukları, bu alanlarda samimi bir atmosfer yaratmayı zorlaştırıyor. Tasarımcıların, bu tür alanlarda hem işlevselliği hem de insan odaklı bir sıcaklık hissini önceliklendirmesi gerekiyor.

43. İkinci El Mağazalar Rota Belirlemede Etkili Oluyor

Seyahat dünyasında bir süredir etkili olan 'deneyimlemenin' yanına bu yıl bir de 'yaşanmışlık' ekleniyor. Seyahatte alışverişe bir başka boyut katan ikinci el mağazalar, üzerinden yıllar geçse de değerinden bir şey kaybetmeyen parçalara meraklı olanlar için adeta bir vaha oluyor. Paris'teki antika butikler, Tokyo'nun gizli vintage cennetleri ve Los Angeles'ın ünlü thrift shop'ları, yalnızca alışveriş için değil, aynı zamanda geçmiş dönemlerin ruhunu hissetmek için ziyaret ediliyor.

Londra'daki Rellik, Paris'teki Thanx God I'm a V.I.P, Los Angeles'taki Decades, Milano'daki Cavalli e Natri ve Twice Vintage Shop, Kopenhag'daki Time's Up Vintage sadece stilistlerin değil lüksün kıymetini bilenler için de uğruna seyahat edilir olacak.





Bitirirken

Teknoloji Seyahati Dönüştürüyor, Yerel Olan Kıymetleniyor

Son yıllarda seyahat edenler arasında çok konuşulan deneyimlemenin peşinden gitme bu sene de devam edecek. İnsanlar tatil için yaz mevsimini beklemeyi bırakıyor. Yerel olanın kıymetlendiği; yaşanmışlığı hissettiren detaylar öne çıkıyor. Seyahati planlamanın ilk aşamasından havalimanında servis almaya, gezilen yerleri anlatan online rehberlerden en başarılı restoranları bulmaya seyahatin her adımına teknoloji günden güne daha fazla entegre oluyor. Yine teknolojinin bir getirisi olarak sosyal medya kanalları seyahat planlamalarında en etkili yönlendirici oluyor.

Kaynaklar

Top 5 Travel Trends For 2025, According To Vacation Booking Experts,

<https://www.forbes.com/sites/rebeccahughes/2024/10/22/top-5-travel-trends-for-2025-according-to-vacation-booking-experts/>

Sleep tourism is the wellness trend we've all been waiting for,

<https://www.cntraveller.com/article/sleep-tourism>

Unpack '25: The Trends in Travel from Expedia, Hotels.com and Vrbo,

<https://www.expedia.com/newsroom/unpack-25-travel-trends/>

How Is Gen Z Reshaping Hospitality And Travel?,

<https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2023/11/30/how-is-gen-z-reshaping-hospitality-and-travel/>

Travel trends 2025, <https://www.byway.travel/blog/travel-trends-2025>

Travel trends in 2025,

<https://www.businesstraveller.com/features/travel-trends-in-2025/>

Where are some of the most popular places to travel in 2025?,

<https://www.skyscanner.com.au/travel-trends/destinations>

Hilton Reveals Hottest 2025 UK Travel Trends,

<https://stories.hilton.com/emea/releases/2025-travel-trends-uk-eng>