

OGGUSTO

privia



ÖZEL  
BANKACILIK

# 2026 SEYAHAT TRENDELERİ

*Oğulcan Tatar Rena Travel Yönetici Ortağı*



## Kimler Okumalı?

Yalnızca turizm profesyonelleri değil; yolculuğun anlamını yeniden keşfetmek, bir destinasyondan çok, bir duyguyu aramak isteyen herkes için.

Seyahat, artık sadece bir sektör değil; insanın dünyayla kurduğu ilişkinin aynası. Bu yazı, sadece işin içinde olanlara değil, hayatı farklı bir bakış açısıyla görmek isteyen herkese sesleniyor.

## Neden Okumalı?

Seyahat, günümüzde sadece bir tüketim biçimi olmaktan çıkıp bir bilinç haline geldi. Bu bağlamda, hızla akan bir çağda durmanın, kalabalıklar arasında sessizliği seçmenin ve rotayı haritadan değil, kalpten çizmenin ne anlama geldiğini keşfetmek önem kazandı. Her marka, her birey, her şehir kendi "seyahat tanımını" yeniden yapmalı. Bu rapor, bu yeni tanımları arayanlara bir pusula işlevi görüyor.

## Nasıl Okumalı?

Satır aralarında bir sonraki rotayı değil, ritmi arayarak; sayfaları hızla değil, bir manzarayı izler gibi yavaşça çevirerek, düşünerek ve hayal kurarak okumalı.

# Whycation:

# Neden Yola Çıkıyoruz?



Görsel: SteveAllenPhoto - iStock

2026 yılına girerken seyahat artık bir “nereye” gidiyoruz değil, “ne amaçla gidiyoruz” sorusu haline geliyor. Hilton’un 2026 Trend Raporu’na göre gezginler, tatil planlarına artık bir destinasyon seçerek değil, bir amaç belirleyerek başlıyor.

Bu yaklaşım “whycation” olarak adlandırılıyor; dinlenme arzusu, sevdiklerle bağ kurma isteği ve kişisel tutkular gibi duygusal motivasyonlar seyahat tercihlerini şekillendiriyor. Daha derin yaşamak öne çıkıyor.

Seyahat, haritada bir çizgi değil; bir bilinç, bir yön bulma biçimi haline geliyor. **Zamanın hızlandığı bir çağda yolculuklar yavaşlıyor; yüzeysel deneyimlerin yerini anlam, bağ ve içsel dönüşüm arayışı alıyor.**

# 2026'da Seyahat Sektörünü Neler Bekliyor?

Görsel: travellinglight - iStock



## 1-Hikâyesi Olan Rotalar

2026'da seyahat, yalnızca bir yer değiştirme değil; duyguların, kültürlerin ve kişisel hikâyelerin yeniden anlatıldığı bir deneyime dönüşecek.



## 2-"Kendime" Giden Yol

2026'da yolculuklar, kaçış değil; bedenin, zihnin ve ruhun yeniden hizalandığı sessiz iyileşme alanlarına dönüşecek.



## 3-Hassas Kaçış

2026'da lüks, gösterişten uzaklaşacak; sessizlik, yalınlık ve doğallık seyahatin en rafine biçimi haline gelecek.



## 4-Köklerden Geleceğe Aile Yolculukları

Seyahat 2026'da, geçmişin kültürel mirasıyla geleceğin değer odaklı keşiflerini harmanlayan; insanı hem geldiği yere hem de olmak istediği kişiye yaklaştıran bir dönüşüm yolculuğuna evrilecek.

Privia

Privia ile  
her rota yeni bir hikâye.



Privia'lı Ol | 

privia.com.tr | 0850 724 0 777

 ÖZEL  
BANKACILIK



Görsel: Matthias Kiszler - iStock

1

# Hikâyesi Olan Rotalar



Seyahat, 2026'da yalnızca bir yer değiştirme değil; bir hikâyeye dönüşecek.

## Gezgin artık bir izleyici değil, bir anlatıcı.

Sinema ve diziler rotaları şekillendirirken; kimi gezgin atalarının izini sürecekle, kimi sessiz bir istasyonda kendi hikâyesini yeniden yazacak. Bu yolculuklar artık anı biriktirmek kadar anlam bulmak üzerine olacak.

Her seyahat bir anlatı; her durak, insanın kendine ve başkalarına yazdığı küçük bir cümle.

# 1.1. Tematik Seyahat Kurguları



Görsel: Unsplash

2025 verilerine göre, seyahat trendleri arasında tematik turlar ve kişisel ilgi alanlarının peşinden gidilen tatiller ön plana çıktı. Bu eğilimin 2026'da daha da güçleneceği öngörülüyor.

Alışılmış bir şehrin sanat tarihini keşfeden turlara, gurmeler için şarap bağlarını kapsayan gastronomi rotalarına her geçen gün yeni alternatifler ekleniyor.

Konser turizmi çılgınlığı devam ederken, **yazarların şehirlerine yapılan geziler ve roman kahramanlarının izini süren programlar** da giderek artıyor.

Müzik tutkunları için **cazın izinde New Orleans, klasik müzikle Viyana ya da pop yıldızı Dua Lipa'nın peşinde düzenlenen seyahatler** öne çıkıyor.

Kadın gezginler ise, tarihte iz bırakmış kadın kahramanların hikâyelerini yerinde öğrenebilecekleri rotalara ilgi gösteriyor. Bu sayede yolculuk, yalnızca bir gezi değil; ilham verici bir deneyim haline geliyor. Tema odaklı kurgular, gezginlerin tutkularını besleyip unutulmaz hikâyelere dönüştürüyor.

**Her rota artık, kişisel bir tutkunun izinde yazılan özel bir senaryoya dönüşüyor.**

# Gastronomi Temalı Seyahatlerin Önlenemez Yükselişi

# 1,01 milyar USD Altına

Gastronomi Turizminin  
(Küresel) pazar büyüklüğü  
2024'te 1,01 milyar USD olarak  
gerçekleşti.



Görsel: serts - iStock

# 2032

Bu ivmeyle pazarın 2032'de  
yaklaşık 3,77 milyar USD  
seviyesine ulaşması bekleniyor.

Global Market Insights, 2024

# %18,1

2025–2032 döneminde yıllık  
bileşik büyüme oranı (CAGR)  
%18,1 olarak öngörülüyor.

Görsel: Marchesi 1824

# 1.2. Tarihin İzini Süren Lüks Trenler



Görsel: Luxury Train Club, Belmond



Görsel: Luxury Train Club, Belmond

Lüks tren yolculukları, nostaljiden çok daha fazlası: zamanı yavaşlatan, coğrafyayı bir hikâyeye dönüştüren bir seyahat biçimi. Uçakların hızı, dijital çağın telaşı karşısında; rayların ritmi yeniden cazibesini kazanıyor. 2026'da tren seyahatleri yalnızca geçmişe bir özlem değil; sürdürülebilirlik, kültürel miras ve deneyim odaklı lüksün yeni sembolü haline geliyor.

Her rota, coğrafyanın ruhunu yansıtan bir sahne gibi: Avrupa'da klasik zarafet yeniden doğarken, Asya ve Afrika'da trenler doğayı, tarihi ve yerel kültürü bir araya getiriyor.

**Artık "varmak" değil, "yolda olmak" en büyük lüks.**



Görsel: Venice Simplon-Orient-Express, Belmond

# Asya'nın Trenle Keşfi

## Maharajas' Express (Hindistan)

Hindistan'ın kraliyet mirasını modern konforla buluşturan Maharajas' Express, UNESCO durakları ve saray turlarıyla rota boyunca bir masala dönüşüyor. Oymalı ahşap paneller ve ipek detaylarla tasarlanan süitler, tren yolculuğunu bir seremoni estetiğine taşıyor.

## Eastern & Oriental Express (Singapur–Malezya)

Belmond'un ikonik hattı, tropik ormanlar ve kolonyal şehirler arasında "yavaş lüks"ün Asya'daki en rafine yorumunu sunuyor. İpek döşemeler, pirinç detaylar ve orkide süslemeleriyle nostaljik bir atmosfer yaratırken manzarayı ritüele dönüştürüyor.

## Seven Stars in Kyushu (Japonya)

Washi paneller, ahşap kakmalar ve sakin renk paletleriyle Japon zanaatkârlığını temsil eden Seven Stars, shibui estetiğini raylara taşıyor. Ryokan misafirperverliği ve fine dining birleşerek sade, derin, dengeli bir deneyim yaratıyor.

# Avrupa Raylarında Lüks

## Belmond Venice Simplon–Orient Express (Avrupa)

Art deco vagonları, kristal avizeleri ve mavi-lak çinileriyle Avrupa'nın en romantik tren hatlarından biri. Paris'ten Venedik'e uzanan rota, "koleksiyon parçası" niteliğinde bir yolculuk sunuyor.

## The Royal Scotsman (İskoçya)

İskoç dağları ve göllerinde ilerleyen bu hat, ahşap panel kaplamaları ve saf yün döşemeleriyle klasik İngiliz-country lüksünü modernize ediyor. Vagon spa'sıyla yolda bile wellbeing konseptini temsil ediyor.

# Trenle Afrika...

## Rovos Rail (Güney Afrika)

Stepler, çöller ve milli parklar boyunca ilerleyen Rovos Rail, Afrika'nın manzaralarını görkemli süitlerle birleştiriyor. Ceviz ahşap vagonlar ve geniş pencereler, yolculuğu vahşi doğa ile lüks arasında bir zamansızlığa taşıyor.

## The Blue Train (Güney Afrika)

Pretoria–Cape Town hattında ilerleyen Blue Train, altın detayları ve fine dining servisiyle Afrika kıtasında "beş yıldızlı otelin raylara taşınmış hali" olarak kabul görüyor.



Görsel: Rovos Rail



Görsel: Rovos Rail

## 2026 Seyahatleri: Daha Yavaş, Daha Derin, Daha Sessiz

2026'da turizm, bilinçli yavaşlığın ve içsel keşfin yılı olacak. Seyahat artık sadece yeni yerler görmek ya da kısa bir kaçış değil; **hayatın temposunu yavaşlatmak, kendine dönmek** ve yolculuğun her anını yaşamak üzerine kurgulanacak.

**“ Kişisel sınırları zorlayan uzak ve farklı rotalar ön plana çıkacak. ”**

Kalabalıktan uzak, daha otantik deneyimler arayışı 2026'nın temel motivasyonu. Bu eğilim, geçen yıl öne çıkan **“hidden season” (gizli sezon)** trendini daha da güçlendirecek.



**Pınar Kartal Timer**

Next Phase Danışmanlık Kurucu Ortağı

Japonya'nın Altın Sonbaharı ve Zimbabve'nin Yaz Safarileri gibi, **sezon dışı dönemler** daha popüler olacak. Yavaşlama arzusu; ulaşımda da kendini gösterecek. 2026, Orient Express, Ritz Carlton, Four Seasons gibi **lüks markaların yolculuğu bir deneyime dönüştürdükleri; tren, gemi ve yat seyahatlerinde birbiriyle yarışacakları** bir yıl olacak.

Huzur ve denge arayışı, wellness kavramını spa duvarlarının dışına taşıyor. Doğada yapılan yürüyüşler, **sessiz inzivalar, toplulukla kurulan bağlar ve yerel hayatla iç içe deneyimler**, zihinsel yenilenmenin en değerli biçimi haline geliyor.

2026'da turizmde lüks algısı, **en derin, en özgür ve en sessiz deneyimlerle** şekillenecek.

# 1.3. Kolektif Seyahat Anlatımı



Görsel: Aman

Konaklama dünyasında yeni bir anlayış geliyor: oteller ve tatil köyleri artık yalnızca oda ve kahvaltı sunmuyor, misafirlerine bir hikâyenin parçası olma fırsatı veriyor.

Gezginler, kaldıkları yerin ruhunu, çevresinin **kültürünü ve özgün hikâyesini** deneyimlemek istiyor.

Bu yüzden deneyim otelleri ve bağımsız butik işletmeler, standart hizmet anlayışını geride bırakıp kendi kimliğini ön plana çıkarıyor.

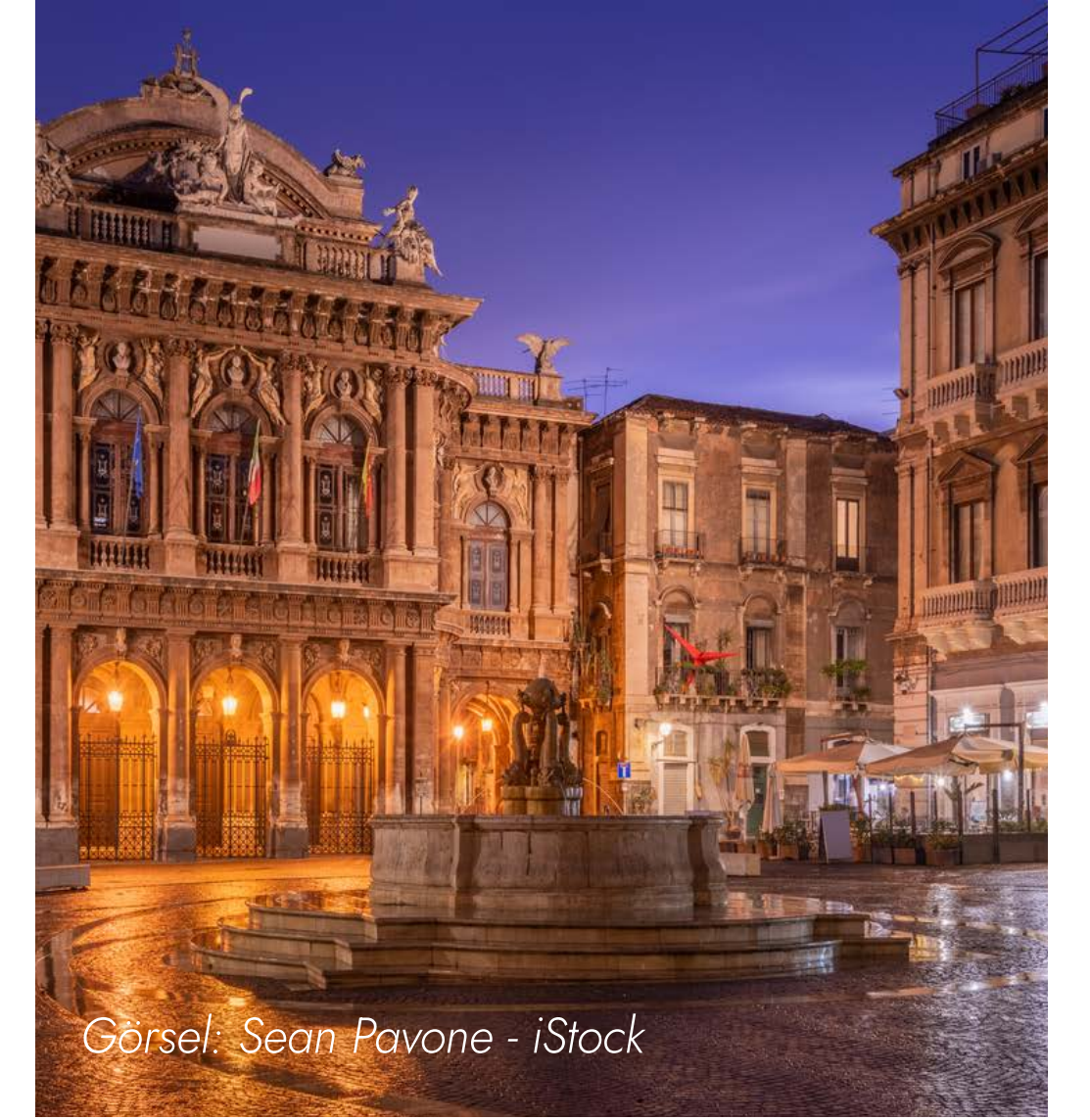
Bir sahil oteli, bulunduğu balıkçı kasabasının tarihini ve geleneklerini misafirleriyle paylaşarak her konaklamayı toplumsal bir hikâyeye dönüştürebiliyor.

Bir şehir oteli ise lobisini **yerel sanatçıların eserleriyle donatarak mini bir sanat galerisine** çeviriyor; böylece konuklarına o şehrin yaratıcı enerjisini hissettiriyor.

2025 verilerine göre gezginler, **“hikâyesi olan destinasyonları”** tercih ediyor; beyaz çarşaf ve açık büfe standartlarının ötesinde, duygusal bir rezonans arıyor.



Görsel: Ronald Balzan - iStock



Görsel: Sean Pavone - iStock

## 1.4. Sinematik Rotalar

Sinema tarihine geçmiş sahnelerin çekildiği gerçek mekânlar, “set-jetting” akımıyla 2026’da da gezginleri dünyanın dört bir yanına çekecek. **Filmler ve diziler**, seyahat ilhamı konusunda artık sosyal medyadan bile daha etkili hale geliyor.

Popüler dizilerin geçtiği şehirler adeta birer turist mıknatısına dönüşüyor.

“Game of Thrones”un Dubrovnik’e, “The White Lotus”un Taormina’ya kazandırdığı turizm dalgası hâlâ etkisini sürdürüyor.

Gezginler artık yalnızca bu mekânları görmekle kalmıyor; tıpkı **bir film karakteri gibi yaşamak istiyor**: Aynı otelde konaklayıp aynı sokaklarda gezip aynı lezzetleri tatmaktan hoşlanıyor. Ekranda gördüğümüz sahneler, artık tatil planlarımızın pusulası hâline geliyor.

## Sessiz Lüks ve Anlamalı Deneyimler

Skift'in "Redefining Luxury Hospitality" (Lüks Konaklamayı Yeniden Tanımlamak) analizine göre, gösterişli tüketim yerini "sessiz lüks" anlayışına bırakıyor. Konuklar artık sadelik, zarafet ve anlam arayışında.

**"Daha az ama daha iyi yaklaşımıyla tasarlanan, yerel kültüre kök salan, doğaya saygılı ve sosyal açıdan bilinçli konaklama deneyimleri yükselişte."**

Deloitte verilerine göre, yüksek gelirli gezginler artık çevresel ve sosyal sorumluluk bilinciyle hareket ediyor;



## Deniz Ömürgönülşen Altuğ

The Leading Hotels of the World  
Membership Experience Başkan Yardımcısı

bu da sürdürülebilir markaların itibarını ve çekiciliğini artırıyor. **Yeni anlayış, "FOMO" (kaçırma korkusu) yerine "Slow-Mo" (yavaş ritimli deneyim) felsefesiyle tanımlanıyor.**

## Hiper Kişiselleştirme ve Teknoloji Entegrasyonu

2026'ya gelindiğinde dijitalleşme, lüks kavramını tamamen yeniden tanımlayacak. Yapay zekâ destekli profil yönetimi, kişiye özel teklifler ve "daha siz gelmeden sizi tanıyan hizmet" anlayışı, yeni standart haline geliyor.

**Hiper kişiselleştirme; teknolojiyi duygusal zekâyla birleştiren, lüksün yeni katmanı olarak öne çıkıyor.**

# %64

American Express'in 2023 raporuna göre gezginlerin %64'ü bir televizyon programı, haber veya filmde gördükleri bir destinasyonu ziyaret etmek istemiş.



Görsel: Villa La Foce / lafoce.com

## Yeni Seyahat Trendi: Ekranada Gör, Orada Ol!

# 2024

Expedia'nın 2024 Trend Raporu da benzer şekilde, gezginlerin yarısından fazlasının ekranada gördüğü bir yeri araştırdığını ve TV yapımlarının artık Instagram gibi platformlardan daha çok etki alanı olduğunu gösteriyor.

# %61

%61'i ise bir dizide ya da filmde gördüğü restoran veya dükkâna özellikle gitmiş.



Görsel: Limitless Secrets



Görsel: piola666 - iStock



Görsel: freenec.com

2

“Kendime”  
Giden Yol

2026'da seyahat, kaçıştan çok iyileşmenin biçimi olacak. Günümüz gezgini artık **uzun tatiller yerine, kısa ama derin nefes alanları** arıyor.

## **Mikro wellness, kısa sürede bedeni ve ruhu dinlendiren bir seyahat anlayışı.**

**"Benim için tasarlandı"** anlayışıyla oluşturulan bu programlarda her detay kişiselleşiyor: Seyahat artık dış dünyadan uzaklaşmak değil, **kendine dönmenin** en yumuşak yolu haline geliyor. Yalnız seyahat, 2026'da yalnızlığın değil, içsel farkındalığın sembolü.



## 2.1. Benim İçin Tasarlandı Paketleri



Artık gezginler; kendi biyolojik ihtiyaçlarına göre şekillenen programlar arıyor. **“Benim için tasarlandı”** anlayışıyla oluşturulan bu paketlerde, tatil öncesi yapılan **DNA analizi, metabolik testler ve kan değerlerine** göre belirlenen özel içerikler yer alıyor.

Artık **tatiller, dinlenmek için değil;** doğal element terapileri, yerel bitkilerle yapılan SPA ritüelleri, sessiz inziva otelleri ve dijital detoks deneyimleri ile bedeni, zihni ve ruhu yeniden hizalamak için planlanıyor. Bu yeni yaklaşımda **lüks, daha az yapmakta değil, kendine en uygun olanı seçmekte yatıyor.**

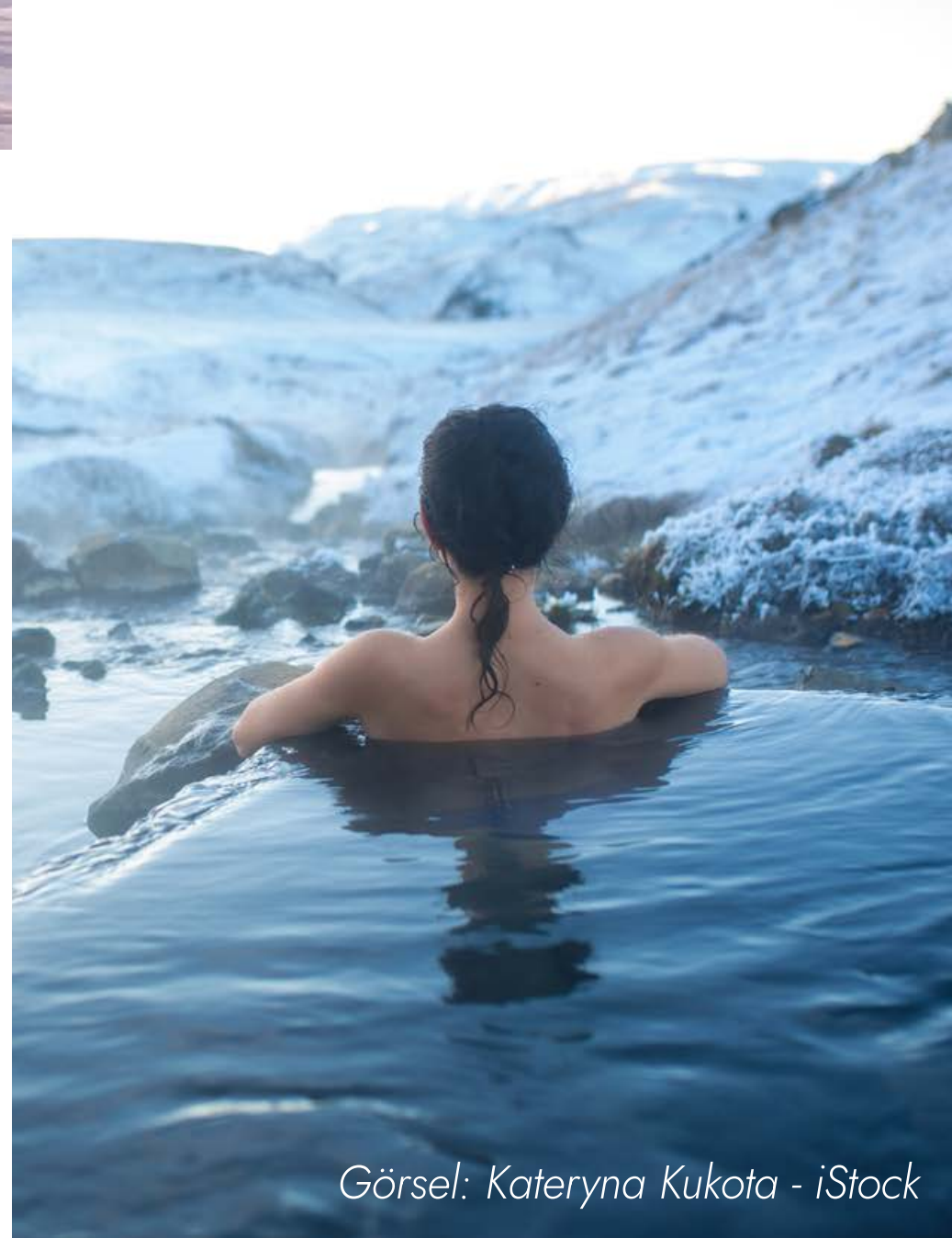
Küresel wellness turizmi pazarı, 2019’da 720 milyar dolar iken 2027’de 1,4 trilyon dolara ulaşması bekleniyor. Booking.com’a göre gezginlerin %60’ı, uzun vadeli sağlık faydası sunan wellness kamplarına ilgi duyuyor. ABD’de seyahat edenlerin yarısından fazlası, tatillerini sağlık ve yaşam kalitesini artıracak programlara göre planlıyor.

## 2.2.

# Doğal Element Terapileri



Görsel: Eloi\_Omella - iStock



Görsel: Kateryna Kukota - iStock

2026'da doğa, yeniden bir tedavi alanına dönüşüyor.

Gezginler, bedensel ve zihinsel iyileşmeyi doğal elementlerle bütünleşerek arıyor.

**Termal su banyoları, taş terapileri, açık hava meditasyonları ve ateş seremonileri giderek yaygınlaşıyor.**

Birçok destinasyon, yerel coğrafyanın özelliklerini öne çıkararak "yerin enerjisiyle uyumlu" programlar sunuyor.

**Doğa artık arka plan değil; iyileşmenin bizzat kendisi** olarak konumlanıyor.

Gezginler için lüks, sessiz bir SPA odasında değil, doğanın ritmine yeniden uyum sağlamakta yatıyor.



Görsel: Blue Lagoon



Görsel: Hiranman - iStock



Görsel: Ziga Plahutar - iStock



Görsel: Alison Vieira Photography

**Wellbeing ile birleşen seyahat dünyasında; toprak, su, hava ve ateş artık soyut değil, doğrudan deneyimlenen şifa kaynaklarına dönüşüyor. Yeni nesil wellness otelleri bu dört elementi yeniden yorumluyor.**

#### **Doğanın Dört Elementiyle Şifa:**

**Su:** İzlanda'daki jeotermal kaynaklar, modern wellness kavramının doğal kökenlerine dönüyor. **Toprak:** Güney Amerika'da volkanik taş terapileri, yerin enerjisini bedene taşıyor. **Hava:** Alpler'de yüksek irtifa nefes atölyeleri, zihinsel berraklık için yeniden keşfediliyor. **Ateş:** Uzak Doğu'da ateş seremonileri, arınma ritüellerini çağdaş biçimlerde yaşıyor.



Görsel: FilippoBacci - iStock

## 2.3.

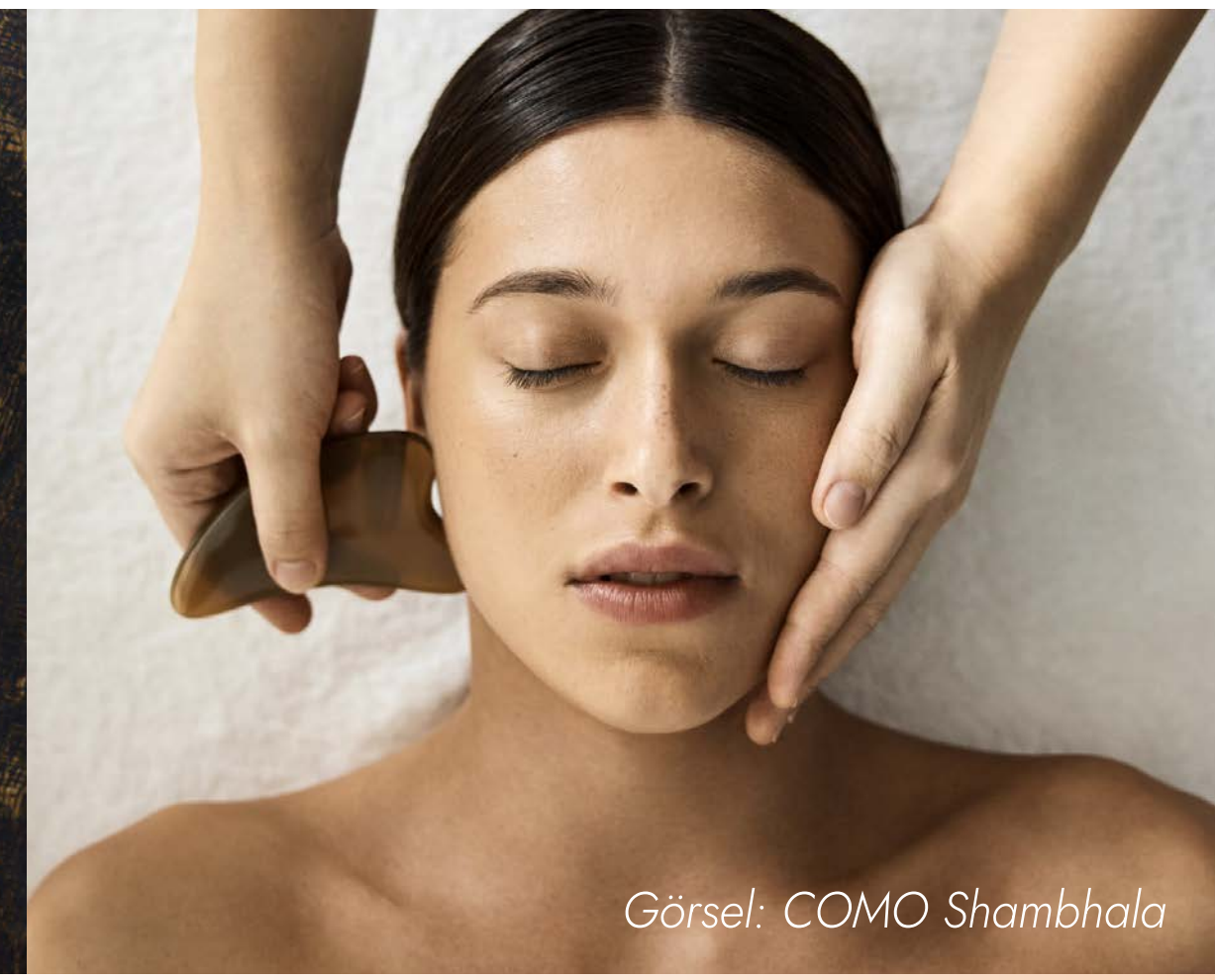
# Yoğun ve Kısa Süreli Detoks Kaçamakları

Uzun süreli tatiller her zaman mümkün olmayabiliyor; ancak bu, küçük molalarla yenilenemeyeceğimiz anlamına gelmiyor.

Son dönemde mikro wellness kaçamakları popülerlik kazanıyor ve “3 günde reset” anlayışıyla sunulan **bu retreat’lerde yoga, masaj, özel şeflerin hazırladığı sağlıklı menüler ve dijital detoks** bir araya geliyor.

Türkiye’de de birkaç günlük dijital detoks kampları ilgi görüyor. İnternet erişimi olsa bile katılımcıların telefonlarını kapatarak doğada yürüyüş, meditasyon ve sohbetlerle geçirdikleri bu mini inzivalar, “kısa sürede maksimum fayda” mottosuyla hareket ediyor.

**Küresel veriler kısa molaları işaret ediyor.**



Görsel: COMO Shambhala



Görsel: COMO Shambhala



Görsel: COMO Shambhala

**%53**

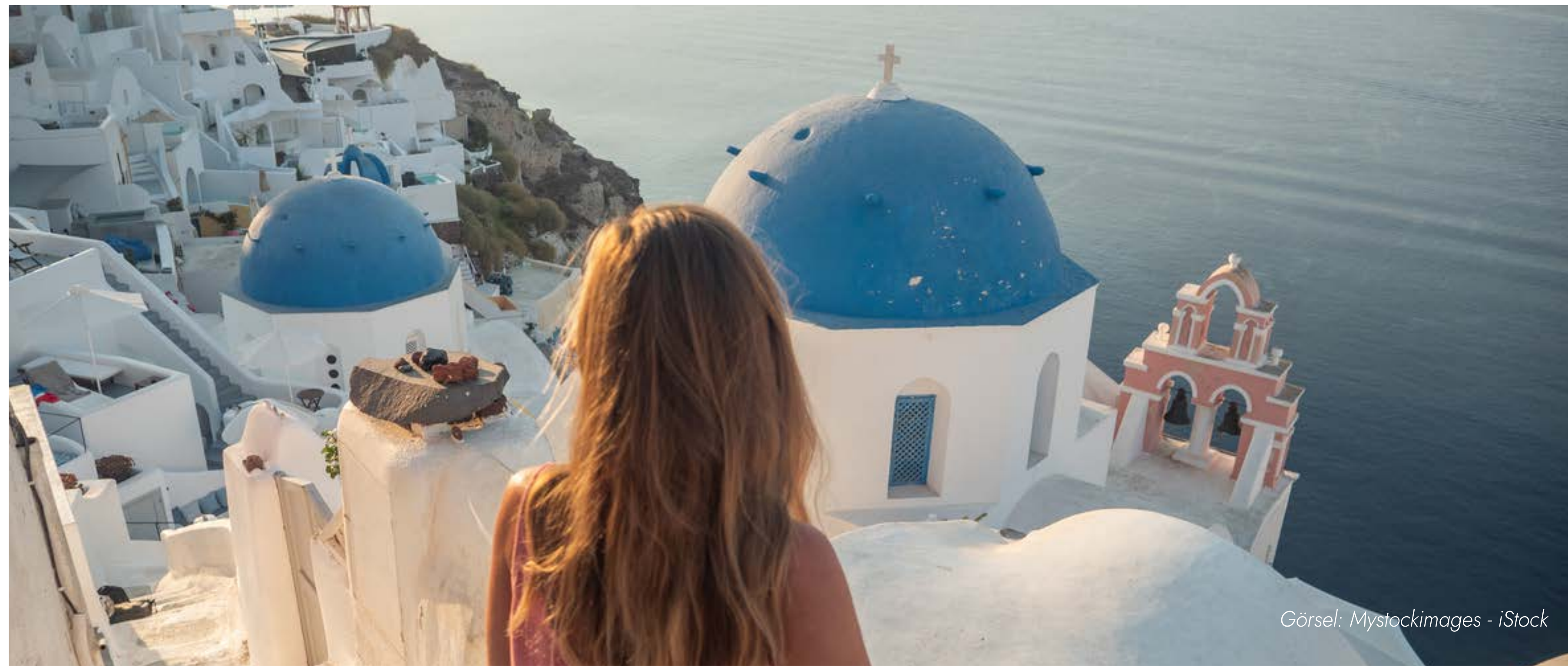
Gezginlerin %53'ü, uzun tatiller yerine kısa süreli dijital detoks programlarını tercih ediyor.

Global Wellness Institute, "Wellness Tourism Market Report 2025"; Booking.com, "Travel Predictions 2025"

**%32**

Kısa süreli (2–4 günlük) wellness tatilleri, küresel wellness seyahatlerinin %32'sini oluşturuyor.

## 2.4. Yalnız Seyahatin Yükselişi



Görsel: Mystockimages - iStock

Wellness artık sadece bedensel sağlıkla sınırlı değil; ruhsal dinginlik ve kendini keşfetme de bu kavramın bir parçası.

**Kendine zaman ayırmak, sessizliği dinlemek ve yeni bir şehirde kendi ritmini bulmak**, birçok gezgin için dönüştürücü bir deneyim anlamına geliyor. 2026'da yalnız seyahat artık bir istisna değil.

Konaklama sektörü **tek kişilik odalar veya daha küçük ama şık konaklama seçenekleri** ile bu eğilime hızla yanıt veriyor. Örneğin The Hoxton zinciri, "Shoebox" adını verdiği odaları ve sosyal lobileriyle yalnız gezginleri hedefliyor. Güvenlik ve konfor, özellikle kadın gezginler için öne çıkıyor. Birçok otel artık 7/24 güvenlik hattı ve kartla erişim sistemleri sunuyor.

Yeni konseptlerden biri de **"yalnız ama birlikte"** deneyimi. Marriott'un Moxy otelleri klasik resepsiyon bankolarını kaldırarak check-in işlemini barda gerçekleştiriyor; oyun geceleri ve kokteyl atölyeleriyle sosyal etkileşimi teşvik ediyor. Oteller, bu bağımsız ruhlu gezginler için **hem mahremiyeti hem de paylaşımı dengeleyen yeni deneyim alanları** yaratıyor.



Görsel: AscentXmedia - iStock

3

Hassas Kaçış



## Kaçışın Kendisi Lüks

Bir dönem lüks seyahat; altın varaklı sütler, ihtişamlı lobiler ve göz kamaştırıcı hizmetlerle tanımlanıyordu.

2026'da bu anlayış yerini daha görünmez, daha derin bir zarafete bırakıyor. Artık lüks, parıltıda değil; fark edilmeden yaşanan inceliklerde saklı.

Hassas kaçış, bu yeni lüks seyahatin mottosu.

Zenginlik, gürültüyle değil, sessizlikle ölçülüyor. Gezginler için en büyük ayrıcalık artık görünmek değil; görünmeden, dünyadan birkaç adım geri çekilebilmek.

## Seyahatin Yeni Mantrası: Daha Akıllı, Daha Anlamlı, Daha Sorumlu

2025, seyahatin yeniden tanımlandığı bir yıl oldu. Gezginler rotalarını sadece görmek için değil, hissetmek, keşfetmek ve kendilerini dönüştürmek için seçiyor. Seyahat; anlam, kişiselleştirme ve sorumluluk ekseninde yeni bir hikâyeye dönüşüyor.

“**Bugünün gezgini, tatili, kendini yeniden tanımlama fırsatı olarak görüyor.**”

Kalabalıklardan uzak olmak, yerel hikâyeler duymak seyahatseverleri az keşfedilmiş rotalara yöneltiyor. Toskana değil Umbria'yı, Marakeş değil Tanca'yı; Alaska, Laos ve Sri Lanka gibi destinasyonları örnek vermek mümkün.



## Ayşe Yağcı Büyükpınar

Jules Verne Business Mice Travel  
Kurucusu ve CEO

Yavaş ve anlamlı seyahatler, artık seyahatseverlerin öncelikli tercihi olacak.

Seyahatin kimlerle ve ne amaçla yapılacağına en büyük payı, 70 yaş üstü yaş grubunun seyahat alışkanlıklarına göre planlanan turlar ve bu kitleyi bir araya getiren kulüpler alacak.

Yapay zekâ yardımıyla oluşturulan programlar nedeniyle, seyahat danışmanlarını zorlu bir dönem bekliyor. Yaşamak istenilen deneyimi mutlaka içine duygu katarak sunmak gerekiyor.

Seyahat dünyası üç kelimeyle özetleniyor: özgürlük, derinlik, sorumluluk.

Artık seyahat, bir takvim planı değil; kişisel bir manifestoya dönüşüyor. Artık yolculuk, varışla değil; dönüşümle ölçülüyor.

# 3.1. Mahremiyet ve Anonimlik

Gerçek lüks bazen hiç görünmemeyi istemektir. 2026'ya doğru, özellikle ünlü isimler ve gözlerden uzak kalmak isteyen gezginler için anonimlik, yeni bir ayrıcalık haline geliyor.

“**Hush Hospitality**” olarak adlandırılan bu yaklaşımda oteller, misafirlerine göz önünde olmadan konaklama imkânı sunmak üzere yeni uygulamalar geliştiriyor.

Özel girişler, kişisel asansörler ve hızlı check-in seçenekleri bu mahremiyet anlayışının parçası.

Lüks segmentte hizmet veren birçok marka, personelini “sessiz ve görünmez hizmet” konusunda özel olarak eğitiyor : Misafir istemedikçe rahatsız etmiyor, ama her ihtiyacını fark ettirmeden karşılıyor. Forbes dergisi, bu eğilimi “**Invisible Luxury**” olarak tanımlıyor.

Markalar, gürültülü reklamlar yerine “sessiz hizmet” ile kendini gösteriyor.

Üst segment ulaşımda da aynı anlayış hakim: Sürücüler gizlilik protokolleriyle eğitiliyor, araç camları karartılıyor.

2025 verilerine göre, lüks seyahatte en çok talep gören unsur “**müdahaleci olmayan hizmet.**” Görünmeyen lüks, misafire kontrol ve güven hissi veriyor; kimse fark etmese de o kişi aradığı ayrıcalığı hissediyor.



Görsel: Unsplash



Görsel: Unsplash

## 3.2.

# Jet-Set Değil, Set-Jet Dönemi

Bir dönemin en büyük statü göstergesi olan özel jet seyahati, 2026'da daha paylaşımcı ve sürdürülebilir bir biçim kazanıyor. Artık "jet-set" kavramının yerini "set-jet" anlayışı alıyor: Bir uçağı değil, yalnızca bir koltuğı kiralamak. ABD merkezli Set Jet, yolcularına özel jet konforunu birinci sınıf bilet fiyatına yakın bir bedelle sunuyor. Böylece aynı uçuşu birkaç kişi paylaşarak gerçekleştirmek mümkün hale geliyor.

Küçük gruplarla yapılan 4–6 kişilik uçuşlar, hem maliyeti düşürüyor hem de karbon emisyonunu azaltıyor. Yani bu model, yalnızca daha erişilebilir değil; daha vicdanlı bir lüks deneyimi sunuyor.

Set Jet üyeleri, özel bekleme salonlarında sosyalleşebiliyor; benzer yaşam tarzına sahip kişilerle tanışma imkânı buluyor.

Havacılık sektöründe de benzer girişimler çoğalıyor: Belirli rotalarda **tarifeli küçük jet seferleri düzenleniyor, koltuk başı bilet satışı yapılıyor ve yolculara 20 dakikada biniş, özel lounge erişimi** gibi avantajlar sunuluyor.

Bu yeni model, lüksün doğasını değiştiriyor: Artık ayrıcalık, **sahip olmaktan çok paylaşabilmekte** yatıyor. Gösterişin yerini, verimlilik ve sürdürülebilirlik alıyor.

## 2026 Dünyayı Değil, Kendini Keşfetmenin Yılı

2026, sadece nereye gideceğimizi değil, neden yola çıktığımızı da sorguladığımız bir dönem olacak. Seyahat artık bir rota değil, bir ruh hali. Oteller sadece konaklama değil, anlamın yeniden kurulduğu sığınaklar haline geliyor.

“ Artık kimse ‘daha fazla’ aramıyor; daha derin arıyor. ”

**Yavaş Lüks:** Lüks, kristal kadehlerden çok, Patagonya’da bir çiftlikte üç gün boyunca sadece gökyüzünü izlemek bile yeni bir ayrıcalık.

**Kültürel Köklerle Yeniden Buluşma:** Gezginler artık sadece şehirleri değil, hikâyeleri ziyaret ediyor. Yerli halkların ritüellerine katılmak, el sanatlarının ardındaki anlamı dinlemek, ataların yollarını yürümek...



**Saffet Emre Tonguç**

Yazar, Tarihçi, Rehber

Zanzibar’da baharatların izinde, Anadolu’da kadim müziklerin peşinde olmak gibi deneyimler öne çıkıyor. Bu trend, turizmi tüketimden çıkarıp kültürel onarıma dönüştürüyor.

### **Gizli Rotalar ve Duygusal**

**Coğrafyalar:** Kitle turizmi yerini kişisel keşiflere bırakıyor. Grönland’ın sessiz fiyortları, Tanzanya’nın unutulmuş köyleri, Kapadokya’da bir taş evin avlusu... 2026’da asıl lüks, başka kimsenin bilmediği bir yeri bilmek.

**Sürdürülebilir Şıklık:** Gezgin artık sadece “konfor” değil, vicdan rahatlığı da istiyor. Karbon nötr uçuşlar, kendi enerjisini üreten oteller, yerel üreticilerle yapılan işbirlikleri... Artık en şık bavul, doğaya saygılı olandır.

**Misafiri değil, “yolcuyu” merkeze alan markalar kazanıyor.**



Görsel: Eduardo Cabanas - iStock

## 3.3. Minimalist Rotalar

Eskiden bir haftalık Avrupa tatiline beş şehir sığdırmak övünülecek bir şeydi. Artık gezginler, az ama öz rotalarla seyahatin anlamını değiştiriyor. Koşuşturarak gezmek yerine, **bir yerde daha uzun kalıp orayla bağ kurmak** 2026'nın yeni lüks anlayışı haline geliyor.

Pandemi sonrası yapılan küresel analizler, tatil sürelerinin uzadığını; ancak ziyaret edilen şehir sayısının azaldığını gösteriyor. İnsanlar artık hızlı tüketilen seyahatlerden ziyade, bir yerin kültürünü, gündelik ritmini ve mevsimsel temposunu deneyimlemek istiyor. **Gerçek lüks, acele etmemekte yatıyor.**

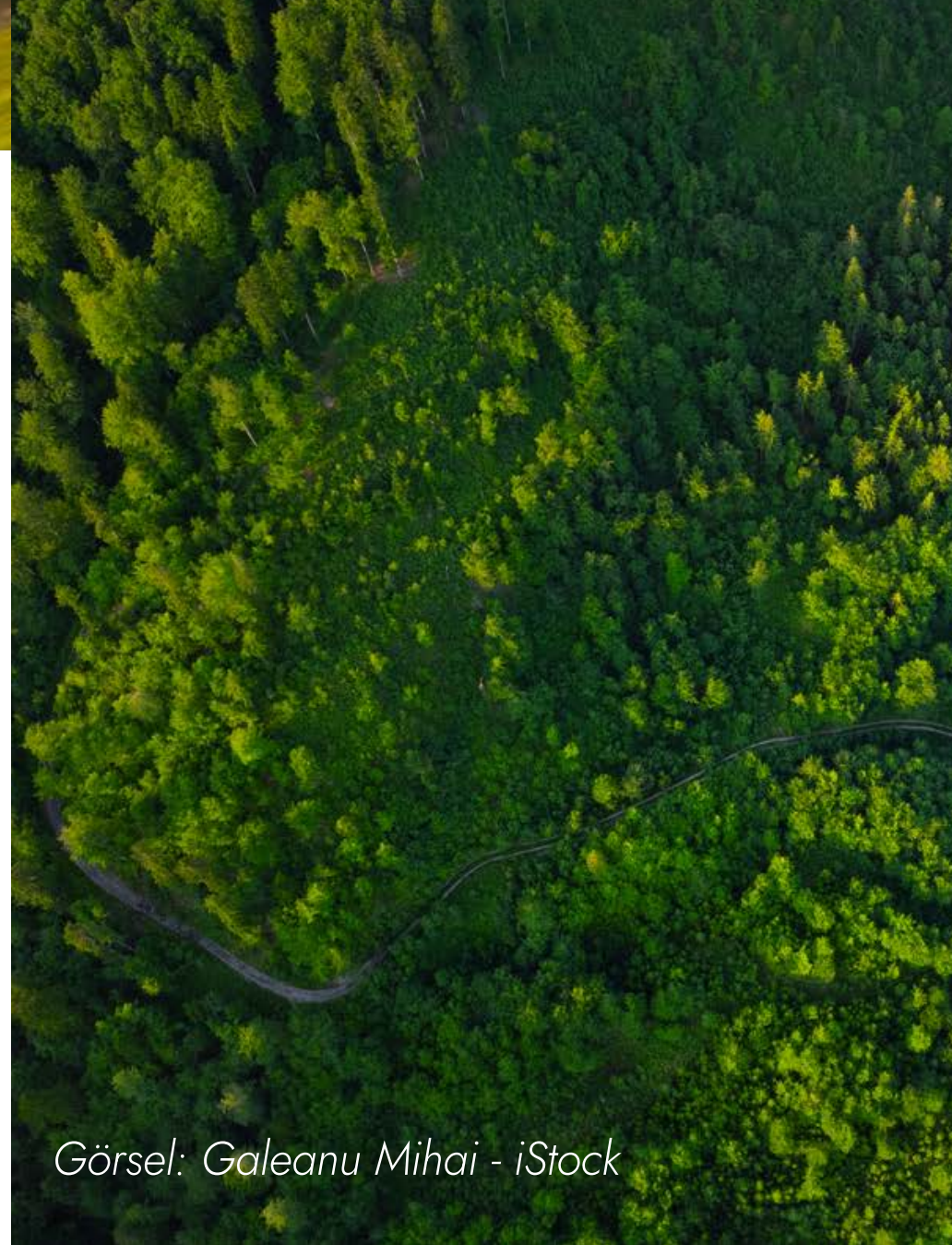
Bu yaklaşım, spontane kararlara da alan tanıyor: Bir köyde planlanandan bir gün fazla kalmak, yerel bir festivale denk gelmek ya da otobüs yerine trenle gidip manzaranın tadını çıkarmak... Bu küçük tercihler, **bir tatili sıradan olmaktan çıkarıp anlamlı bir hikâyeye dönüştürüyor.**

## 3.4.

# Seyahatin Ayak İzleri



Görsel: helivideo - iStock



Görsel: Găleanu Mihai - iStock

Seyahat artık sadece nereye gidildiğiyle değil, nasıl gidildiğiyle tanımlanıyor.

2026'da çevreye duyarlı lüks seyahat, "görünmeyen lüks" anlayışının en güçlü yansıması haline geliyor. **Gezginler, konakladıkları otelin ya da kullandıkları ulaşımın karbon ayak izini bilmek istiyor.** Lüks segmentte bile "yeşil olan daha makbuldür" düşüncesi yaygınlaşıyor.

Tesisler, misafirlerine çevresel etkilerini açıkça sunmak için şeffaflık raporları hazırlıyor. Seyahat platformları da bu verileri görünür hale getiriyor. Bazı butik oteller, konaklama etkisini ölçüp doğaya katkı sağlıyor.

Bireysel gezginler ise karbon salımlarını dengelemek için gönüllü katkı ödemeleri yapıyor ya da "seyahat boyunca çevresel etki puanı" tutuyor. **2026'da lüks, yalnızca konforla değil; vicdan rahatlığıyla tanımlanıyor.**



4

# Köklerden Geleceğe Aile Yolculukları

# Birlikte Hatırlayan, Birlikte Büyüyen Yolculuklar



Görsel: AleksandarNakic - iStock

Farklı şehirlerde yaşayan kuşaklar, yoğun iş temposu, ekran bağımlılığı ve bireyselleşen yaşam tarzı; aile bağlarını görünmez bir şekilde gevşetti. Yeni trend, bu kopan bağları seyahat üzerinden yeniden örüyor.

Aileler artık yalnızca tatil yapmıyor; **köklerine dönüyor, kendilerini yeniden tanıyor, ortak hafıza yaratıyor.**

Bazıları atalarının izlerini takip eden soy yolculuklarına çıkıyor, bazıları çocukların seçtiği rotalara yönelerek

karar alma sürecini paylaşıyor, bazıları da herkes için nötr sayılan “ortada buluşma şehirleri” keşfediyor.

Bu trendin özünde sadece seyahat yok; **aileyi yeniden aynı hikâyeye dahil etme arzusu var.**



Görsel: FG Trade - iStock

## Lüksün Yeni Tanımı: Private & Privacy

2026'da lüks, kalabalıklardan uzaklaşarak yeniden tanımlanıyor. Artık "özel" olmak, en büyük ayrıcalık. Private jetler, özel yatlar, villalar, üyelik kulüpleri ve sadece davetle girilebilen deneyimler... Her biri, bireyselliğin ve özgürlüğün zarafetini temsil ediyor.

**“Gezginler artık standart otellerden çok, 'collection' markalara yöneliyor.”**

### Koleksiyon Otellerin Yükselişi:

Aynı kalite çizgisini koruyan ama her biri farklı hikâyeler anlatan, ruhu olan oteller... Daha az oda, daha geniş yaşam alanları, sıra dışı F&B konseptleri ve küratör perakende deneyimleriyle 2026'nın gözdesi.



**Yiğit Sezgin**

Cle & Partners Kurucu & CEO

### Gastro Destinasyonlar:

Michelin yıldızlı şefler, lokal üreticilerle işbirliği yapıyor; sürdürülebilir menüler, duylara hitap eden mekânlar yaratıyor. Gastronomi artık seyahat kararlarında başrol.

### Longevity & Wellness:

Seyahatin yeni amacı artık tatil, bir kaçış değil; yeniden doğuş süreci. Biohacking, stem cell terapileri, kişiselleştirilmiş wellness ve sessiz lüks spa deneyimleriyle beden ve ruh dengesi yeniden kuruluyor.

### Yapay Zekâ Çağı Başlıyor:

Ve herkesin merak ettiği soru AI seyahati nasıl değiştirecek? 2026'da yapay zekâ, seyahat planlamasından concierge hizmetlerine kadar kişisel bir asistan gibi çalışıyor. Teknoloji, lüksün en güçlü ortağına dönüşüyor.



Görsel: serts - iStock



Görsel: AleksandarNakic - iStock

## 4.1. Köklerin İzinde Yolculuklar

Bu seyahatler artık birer destinasyon turu değil; bir aile fotoğrafının ardındaki hikâyeyi keşfetme, bir taş evin duvarlarında saklı anılara dokunma, geçmişle fiziksel temas kurma deneyimi.

Yerel tarihçilerle yapılan görüşmeler, arşivlerde bulunan belgeler ve atalara ait mekânların keşfi, bu yolculuğu bir ritüele dönüştürüyor.

Soy yolculukları, geçmişin sessiz izleriyle bugünün gezginini buluşturarak, insanın kendi hikâyesini yeniden yazdığı en derin seyahat biçimlerinden birine dönüşüyor.

2026'da seyahat, sadece yeni yerler görmekten çıkıp "nereden geldiğini anlamaya" yönelik içsel bir rotaya dönüşüyor. DNA analizleri, dijital arşivler ve soy araştırma platformları sayesinde gezginler, atalarının izlerini takip ederek onların yaşadığı sokaklara, evlere ve topraklara doğru duygusal bir yolculuğa çıkıyor.

## 4.2.

# Çocukların Yön Verdiği Rotalar

2026'da aile seyahatlerinin yönünü artık yetişkinler değil, çocukların merakı belirliyor. Aileler, tatil planlarını "çocukların görmek, öğrenmek ve deneyimlemek istediği şeylere" göre şekillendiriyor. Çünkü yeni nesil, tatili eğlenceden çok keşif ve öğrenme fırsatı olarak görüyor.

Bu yeni trendde aileler; bir müzeyi bir çocuğun sorusu için ziyaret ediyor, bir ülkeyi çocuğunun ilgisi olan bir tarih temasına göre seçiyor, bir rotayı bir çocuğun izlediği bir belgeselin etkisiyle planlıyor.



Görsel: ozgurcankaya - iStock

Ebeveynler için bu yolculuklar, sadece bir tatil değil; çocuklarının hayal dünyasına açılan bir pencere haline geliyor.

Bir çocuğun merak ettiği bir hayvanı doğal ortamında görmek, ilgi duyduğu bir kültürü yerinde deneyimlemek, hatta bir filmde izlediği bir mekânı gerçek hayatta keşfetmek...

Bu anlar, aile içindeki bağı güçlendiren ortak keşiflere dönüşüyor.

Çocukların belirlediği geziler, ailelere yeni bir şey öğretiyor: Bazen en doğru rota, bir çocuğun hayal ettiği rotadır.



Görsel: Everste - iStock

## 4.3.

# Ortada Buluşma Rotaları

Bir aile haritası çıkarılıyor; herkesin yaşadığı yer işaretleniyor ve kesişim noktası bulunuyor. O nokta bazen küçük bir sahil kasabası, bazen bir göl evi, bazen de kimsenin daha önce gitmediği nötr bir başkent olabiliyor.

Bu buluşmalar; kimsenin misafir, kimsenin ev sahibi olmadığı, herkesin aynı oranda yola çıkıp aynı ölçüde emek verdiği bir denge yaratıyor.

Sonuçta ortaya çıkan şey bir tatilden fazlası: Aileyi eşitleyen, bağları tazeleyen, “bir araya gelme kültürünü” yeniden hatırlatan modern bir gelenek. Ortada buluşma rotaları, kalabalık sofraların, ritüellerin ve birlikte yaratılan anıların yeni coğrafyası haline geliyor.

2026’da aile seyahatlerinde yeni bir ritüel ortaya çıkıyor: Herkesin birbirine en yakın olduğu noktada buluşmak.

Artık aileler, “kime yakın gidelim?” sorusunun yerine “ortak bir merkez bulalım” anlayışını benimsiyor.

Farklı şehirlerde, hatta farklı ülkelerde yaşayan aile üyeleri için tatil; bir destinasyondan çok, bir kavuşma zemini haline geliyor.

Bu trendde rota seçimleri, haritadaki mesafelerden çok, aile içindeki bağlara göre şekilleniyor.

# Ailenin İzinde, Nesillerin Yolunda

# 7,13 milyar USD

2024'te 3,12 milyar USD olan soy ağacı/atalar turizmi pazarının, 2033'te 7,13 milyar USD'ye ulaşması bekleniyor.

Bu, segmentin DNA testleri, soy araştırma platformları ve kök keşfi motivasyonu ile **10 yılda iki katından fazla büyüyeceğini** gösteriyor.

Growth Market Reports, Genealogy Tourism Market Research Report 2033

Görsel: AscentXmedia - iStock



Görsel: Nikada - iStock

# %71

Aile içindeki en deneyimli kuşak, yani **anneanne–babaanne–dede kuşağının %71'i**, çocukları ve torunlarıyla en az bir kez seyahat etmiş durumda.

Aynı grubun **%57'si**, önümüzdeki dönemde yeniden çok kuşaklı bir tatil planlıyor.

FTA – 2025 Family Travel Survey

Görsel: Everste - iStock

# %92

Ailelerin %92'si önümüzdeki yıl çocuklarıyla seyahat etmeyi planlıyor: pandemi sonrası dönemin en yüksek niyet seviyesi.

2025 U.S. Family Travel Survey (FTA & NYU SPS)

# %62

Ebeveynlerin %62'si seyahatin çocukların düşünce yapısını olumlu etkilediğini söylüyor.

Kaynak: FTA 2025

# Soru ve Yanıt Birlikte: Whycation

Seyahat artık bir kaçış değil; insanın kendine, köklerine ve değerlerine doğru yaptığı içsel bir dönüş.

“Nereye gidiyorsun?” sorusu yerini “Neden gidiyorsun?”a bırakıyor; yol, rotadan önce anlam kazanıyor.

Her destinasyon bir manzara değil; bir motivasyonun, bir niyetin, bir iç yolculuğun yankısı.

Köklerini merak edenler soyağaçlarını keşfe çıkıyor; geleneksel aile buluşmaları bile yeni bir ritüele dönüşüyor.

Aile seyahati, artık bir organizasyon değil; birlikte büyümenin, bağları yeniden dokumanın en doğal yolu.

Lüks, hızda değil; yavaşlamanın, durmanın, gerçekten hissetmenin cesaretinde ölçülüyor.

Gezgin, artık yalnız bir birey değil; kendi hikâyesini geçmişle, ailesiyle, değerleriyle birlikte taşıyan bir bütün.

Whycation, niyet odaklı yolculukların pusulası: “Benim için anlamı ne?” sorusunun rehberi.

Sonuçta 2026'nın seyahati tek bir gerçeğe bağlanıyor: Yol sadece seni bir yere götürmez; seni kendine, ailene ve dünyaya yeniden bağlar.

# Kaynakça

## **Hilton's 2026 Trends Report | The Rise of the Whycation**

<https://stories.hilton.com/releases/2026-trends-release>

## **İşte 2024'te Popüler Olacak Seyahat Trendleri - Turizm Aktüel**

<https://www.turizmaktuel.com/haber/2024-te-populer-olacak-seyahat-trendleri>

## **Luxury Train Travel | SheerLuxe**

<https://sheerluxe.com/ultraluxe/luxury-train-travel>

## **2026 Seyahat Trendleri.docx**

[file:///file\\_000000001ae4622fb90811604105623b](file:///file_000000001ae4622fb90811604105623b)

## **From Service to Experience: How Hospitality Brands Can Win in 2025 | By Prince A. Sanders**

<https://www.hospitalitynet.org/opinion/4128845.html>

## **What is set-jetting? How film locations became holiday hotspots | Vacations & Travel**

<https://www.vacationstravel.com/set-jetting/>

## **Solo travel is on the rise, and hotels are responding - Hotel.Report EN**

<https://hotel.report/tourism/solo-travel-is-on-the-rise-and-hotels-are-responding>

## **Quiet, Please: The Power Of Silence In Luxury - Forbes**

<https://www.forbes.com/councils/forbescommunicationscouncil/2025/08/11/quiet-please-the-power-of-silence-in-luxury/>

## **Luxury Travel Trends for 2025: What Elite Clients Expect – Chauffeurs USA**

<https://chauffeursusa.blog/2025/05/06/luxury-travel-trends-2025-elite-clients/>

## **Set Jet | JetNetwork**

<https://jetnetwork.co/set-jet>

## **HRS Launches Hotel Sustainability Assessment, Database | Business Travel News**

<https://www.businesstravelnews.com/Lodging/HRS-Launches-Hotel-Sustainability-Assessment-Database>