



Rok dobrodružství: Češi si jdou letos plnit sny ze svých seznamů přání

Praha, 1. dubna 2025 – Češi letos míří za vysněnými zážitky víc než kdy dříve. Podle nového průzkumu Mastercard se 66 procent českých spotřebitelů chystá v roce 2025 investovat do jedinečných zážitků, které jim přinesou vzpomínky na celý život a nový pohled na svět.¹ Většina Čechů plánuje utratit za cestování a turistiku více než 25 000 Kč. To potvrzuje, že cestování, příroda a gastronomické zážitky letos patří mezi největší priority. Přibližně 56 procent Čechů chce navíc v nadcházejícím roce navštívit alespoň jednu velkou sportovní akci nebo festival.

Češi si plní životní sny a na špici tohoto trendu stojí mladí lidé generace Z. 39 procent z nich si plánuje splnit během roku 2025 alespoň dva své vysněné zážitky. Celkově dvě třetiny českých respondentů považují splnění životního snu za svou prioritu. Nejčastěji je motivuje touha vytvořit si vzpomínky na celý život, poznat svět zcela novým způsobem a sdílet zážitky s blízkými.

Přesto však Češi nezapomínají ani na rodinné události: svatby, rodinná setkání a narozeniny zůstávají důležité a lidé jsou ochotni za ně utrácet. Čtyři z deseti Čechů říkají, že čas strávený s blízkými je stejně důležitý jako zážitek samotný. Tento důraz na blízké vztahy odráží fakt, že sdílené okamžiky a společné vzpomínky jsou pro české spotřebitele stále klíčové.

„Výsledky průzkumu potvrzují změnu v prioritách českých spotřebitelů. Češi stále častěji raději šetří na každodenních výdajích, aby si mohli dopřát jedinečné zážitky ze svých seznamů životních přání. Díky nabitému kalendáři výjimečných akcí v Evropě i přímo v Česku – od sportovních šampionátů a koncertních turné po velké festivaly jako Rock for People či Grape – mají letos lidé příležitost zažít něco opravdu mimořádného. Mastercard je při tom jako dlouhodobý partner těchto akcí a prostřednictvím platformy Priceless.com nabízí řadu zážitků k nezaplacení,” říká Jana Lvová, generální ředitelka Mastercard pro Českou republiku a Slovensko.

Po čem lidé letos nejvíc touží?

Češi se chystají utrácet především za poznávání světa. Následují dobrodružství v přírodě, zážitky spojené s jídlem, filmové festivaly a sportovní události. Průzkum také odhalil, že sportovní akce zažívají boom: 56 procent českých spotřebitelů plánuje navštívit aspoň jednu takovou událost. Rozdíly jsou patrné i mezi ženami a muži – ženy se častěji zaměřují na jednu velkou vysněnou zkušenost (34 procent), zatímco muži mají tendenci naplánovat dvě a více velkých akcí (40 procent) v roce.

10 nejžádanějších zážitků pro rok 2025:

1. Cestování a turistika (90 %)

¹ Studii provedla společnost Mastercard společně s agenturou Dynata s cílem porozumět spotřebitelským preferencím s ohledem na zážitky. Dotazování proběhlo v únoru 2025. Do průzkumu bylo zahrnuto více než 15 000 respondentů ve 20 zemích. Velikost vzorku české populace byl 502 respondentů.



2. Zážitky v přírodě (88 %)
3. Rodinné zážitky (81 %)
4. Wellness a péče o zdraví (79 %)
5. Zážitky spojené s historií a památkami (78 %)
6. Zážitky spojené s jídlem (77 %)
7. Zážitky související s kinematografií (72 %)
8. Divadelní představení (72 %)
9. Koncerty živé hudby (71 %)
10. Výstavy umění a kulturní podniky (66 %)

Chytré utrácení za zážitky

Češi přistupují k financování svých snů odpovědně a promyšleně. Místo utrácení za pomíjivé radosti stále více lidí šetří na oblečení, luxusním zboží a nejnovější elektronice. Navíc si lidé své výdaje pečlivě plánují: 63 procent porovnává různé nabídky a 70 procent dbá na to, aby jim zážitky zapadly do rozpočtu. Pro 35 procent Čechů je dokonce rozhodující počkat na výplatu, než zarezervují další dobrodružství.

Trend upřednostňování zážitků před věcmi potvrzují i data Institutu pro ekonomiku společnosti Mastercard (Mastercard Economics Institute, MEI). Ta ukazují, že podíl výdajů za zážitky (kromě cestování a restaurací) na celkových výdajích Evropanů loni činil 32 procent.

„Evropští spotřebitelé znovu získávají pocit jistoty a navyšují své zbytné výdaje, přičemž zážitky patří mezi hlavní priority. Stabilizace inflační křivky a nárůst kupní síly umožňují investovat do smysluplných zážitků většímu počtu lidí. Institut pro ekonomiku společnosti Mastercard očekává, že zážitky zůstanou v roce 2025 nadále významnou složkou spotřebitelských výdajů. Podporovat je v tom bude nabitý kalendář celosvětově významných událostí – od sportovních mistrovství po filmové a hudební festivaly – které budou letošnímu roku udávat tón,“ uvádí Natalia Lechmanova, hlavní ekonomka pro Evropu Institutu pro ekonomiku společnosti Mastercard.

Společnost Mastercard je dlouhodobým partnerem mnoha nejvýznamnějších evropských zábavních a sportovních podniků. V letošním roce mezi ně patří například Liga mistrů UEFA, Mistrovství světa žen v ragby, tenisový turnaj French Open, Filmový festival v Cannes, Berlínský mezinárodní filmový festival, herní podniky League of Legends či stovky koncertů Live Nation pořádané v řadě evropských zemí.

O Institutu pro ekonomiku společnosti Mastercard

Institut pro ekonomiku společnosti Mastercard (Mastercard Economics Institute) byl založen v roce 2020. Jeho posláním je analyzovat makroekonomické trendy pohledem spotřebitele. Tým ekonomů, analytiků a datových vědců čerpá z poznatků společnosti Mastercard, včetně služby Mastercard SpendingPulse™, a údajů třetích stran. Institut na jejich základě poskytuje pravidelné výstupy na různá ekonomická témata pro potřeby klíčových klientů, partnerů a tvůrců politik.

O společnosti Mastercard

Mastercard podporuje výkon ekonomik a posiluje postavení lidí ve více než 200 zemích a teritoriích světa. Společně se svými zákazníky buduje Mastercard udržitelnou ekonomiku, v níž dokáže prosperovat každý. Společnost podporuje širokou škálu digitálních platebních možností, které zajišťují zabezpečené, jednoduché a

Tisková zpráva



chytré transakce dostupné každému. Vzájemné propojení technologií, inovací, partnerství a sítí společnosti Mastercard vytváří jedinečný soubor produktů a služeb, které lidem, firmám i veřejným úřadům umožňují naplňovat jejich maximální potenciál.

Pro další informace kontaktujte: Tomáš Jelen, mobil: +420 702 210 685, e-mail: tomas.jelen@bisonrose.cz