



Nagy Bor Teszt 2018 – kiderült, melyik a legkedveltebb hazai boros úticél

2018-ban immáron harmadik éve indult el a Nagy Bor Teszt, hazánk legnagyobb boros kutatása. Az előző évek sikere idén is folytatódott, összesen közel 22 000 fő töltötte ki a kérdőívet. Az eredmények megerősítették a korábbi tapasztalatokat, a szakmai partner Magyar Turisztikai Ügynökség támogatásával bekerült új kérdések pedig további szempontokra világítottak rá.

2018-ban a felmérés szakmai támogatója a **Magyar Turisztikai Ügynökség** volt, amely a borfogyasztással kapcsolatos kérdéseket az utazási szokásokkal kapcsolatos kérdésekkel egészítette ki-így ezek az eredmények újdonságként szerepelnek a kutatásban.

Ezekből az derül ki, hogy boros utazást leggyakrabban évente egy alkalommal tesznek a válaszadók (22%), de hasonló azok aránya, akik ennél ritkábban (21%), vagy ennél gyakrabban (17%) keresnek fel boros úticélokot. Mindössze 9% nyilatkozta azt, hogy nem venne részt bortúrán. A válaszadók döntő többsége (70%) egy hétvégét, vagyis 2-3 napot szán egy borhoz köthető belföldi utazásra.

Úticél tekintetében kiemelkedik Villány (46% jelölte meg), utána Tokaj (38%) és Eger (37%) következik. Jól szerepelt még Badacsony, a Balaton-felvidék és Szekszárd is.

A borvidék kiválasztásának legfontosabb szempontja (a válaszadók 40,5%-a jelölte meg) annak ismertsége. Majdnem ugyanennyire fontosak a környékbeli látnivalók, élménylehetőségek (39,3%). Ezen belül a legtöbben a programokat, látnivalókat, gyerekbarát lehetőségeket, fürdőt, wellneszt és a természeti környezetet említették – érdemes tehát a borvidékeknek ezen szempontokra is kiemelt figyelmet fordítani a kommunikáció során. Hasonlóan lényeges szempontot jelentenek a borvidék pincészei (37,9%), valamint a megrendezett események, borfesztiválok (37,3%). A döntésnél a válaszok alapján szerepet játszik még a korábbi tapasztalat vagy éppen az újdonságérték, illetve az ismerősök, barátok ajánlása.

A konkrét pince kiválasztásánál a borok kerültek első helyre (51%), nem sokkal lemaradva pedig a pince, mint helyszín jellemzői szerepeltek (44%). Valamivel több, mint a válaszadók harmada jelölte meg a közeli szállást (36%), illetve a pincészet hírnevét (34%). Ezután a pincészet saját rendezvényei következnek (30%), majd az étkezési lehetőség (23%), végül a borással/tulajdonossal való találkozás lehetősége (17%).

A válaszadók nagyobb része érdeklődik a bor iránt

Az eddigi évekhez hasonlóan idén is az internetező hazai lakosság borfogyasztási és borvásárlási szokásai képezték a kutatás magját. Új kérdésként került be a kutatásba, hogy az illető készít-e, vagy gyűjt-e bort. A válaszadók több mint negyede gyűjt, közel tizede pedig készít is.

A korábbi évekhez hasonlóan a válaszadók egyszerű borfogyasztónak (45%), vagy legalább érdeklődőnek (41%) vallották magukat, de emellett a borbarátok (11%), a borismerők (2%) és borszakemberek (1%) is stabil bázist jelentenek.

A korábbi évek tapasztalatának megfelelően a válaszadók legnagyobb része (27%) hetente többször fogyaszt bort, 20% hetente egyszer, 7% naponta. Vagyis több mint 50% legalább heti



rendszerességgel iszik bort. Az otthoni borfogyasztás aránya 50% feletti, amelyet a vendégség követ (20%), megelőzve a szórakozóhelyen, étteremben történő fogyasztást (14%).

Továbbra is leginkább villányi (61%), egri (55%), illetve tokaji (50%) borokat fogyasztunk szívesen, és ugyanazon három borvidék követi a „kedvenceket” – Szekszárd (38%), Badacsony (32%) és Balaton-felvidék (31) –, mint az előző években.

A válaszadók legnagyobb arányban a rozé bort szeretik (56%), amit a száraz vörös (47%), illetve száraz fehérbor követ (42%). Az édes fehérborok kedveltsége sem marad el lényegesen ettől (37%), és az édes vörösboroké is viszonylag magas (34%).

Leginkább szuper- és hipermarketben vásárolunk (34%), amit a borászat, pincészet (21%), illetve a diszkont (18%) követ. A borszaküzlet jön ezek után (12%), az internet aránya továbbra is alacsony (1%). A válaszadók mindössze 1%-a vásárol gyakran interneten bort, 9%-nál előfordult már, a fele ki sem próbálná.

További izgalmas adatok várhatók

A Nagy Bor Teszt 2018 eredményei megerősítették a korábbi tapasztalatokat. A felmérés elsősorban a borhoz köthető utazások tekintetében jelentett újdonságot, ahol fény derült az internetezőik nyitottságára, valamint választási szempontjaikra. Az elkövetkezendő időszak részletesebb elemzései során további információkra, összefüggésekre derülhet fény, amely megvilágítja majd az eredmények hátterét is.

*A Nagy Bor Teszt 2016-ban jelent meg először. Előtte a témában nem készült ilyen átfogó, a változásokat is elemző körkép. A kutatás szakmai vezetője **Harsányi Dávid**, a BGE Külkereskedelmi karának tanszékvezetője és **Hlédik Erika**, az ELTE Gazdálkodástudományi Intézetének egyetemi adjunktusa. A **WineLovers**, a **Vinoport**, a **Borászpórtál** és a **Borkollégium** pedig a felmérés promóciójával és az eredmények publikálásával segít abban, hogy minél szélesebb kör értesüljön a Nagy Bor Teszt kitöltésének lehetőségéről és a válaszok alapján kirajzolódó trendekről.*

*Az **Magyar Turisztikai Ügynökség** szakmai közreműködésével a 2018-as Nagy Bor Teszt öt, a borturizmussal kapcsolatos kérdéssel bővült. Az ezekre adott válaszok arról mutatnak képet, hogy a bort fogyasztók milyen gyakorisággal, milyen hosszúságú utakat terveznek, mely borvidékeket preferálják, és nem utolsósorban, mi alapján hozzák meg döntésüket egy borvidék, illetve egy-egy borászat kiválasztásakor.*