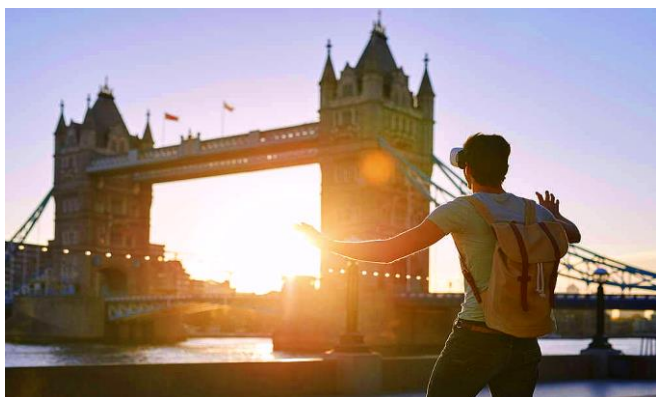




Égető témák /2. oldal



Goodbye /5. oldal



Metaverzum = jövő? /7. oldal



Jó helyre is kerülhet /9. oldal

TARTALOM

Szövetségi Hírek

2. oldal

- TKI eredmények július

Tag- és Társszervezeti Hírek

- MNB konjunktúra felmérés

Külföldi Hírek

- Chase card

3. oldal

- Égető témák
- Vegán burger háború

4. oldal

- Étlap forradalom
- Közlekedés gasztronómia

5. oldal

- Oetker gasztro vég
- Német bérek
- Goodbye

6. oldal

- Európának 1,2 millió turizmusban dolgozóra van szüksége

7. oldal

- Drasztikus járatörölések
- A metaverzum, mint a turizmus jövője

8. oldal

- Koncentrált beruházások a spanyoloknál

Uniós Hírek

9. oldal

- Munkaerő megoldás?
- Jó helyre is kerülhet

Szövetségi Hírek

TKI eredmények július

Elkészült a Turizmus Konjunktúra Index legújabb, júliusi felmérése. A TKI index 2022.

júliusban -3 ponton áll (-100 és +100 közötti

skálán értelmezve), mely azt jelenti, hogy az ágazat szereplői immár a stagnálásnál kissé rosszabb helyzetet érzékelnek. Júniushoz képest az index értéke 9, míg májushoz képest 15 ponttal csökkent. Mindez azt mutatja, hogy a májusban mért pozitív hangulathoz képest a tények kijózanítóan hatnak.



— Tag- és Társszervezeti Hírek



MNB konjunktúra felmérés

A Magyar Nemzeti Bank továbbra is kiemelt feladatának tekinti, hogy megismerje és folyamatosan nyomon kövesse a magyar vállalati szektor gazdasági helyzetét és kilátásait. Ennek kapcsán az MNB rendszeres konjunktúra felmérést végez a hazai vállalatok körében, hogy a jegybank hiteles képet kapjon a gazdasági folyamatok aktuális és várható alakulásáról. Kérjük, segítsék munkájukat a honlapjukon elérhető [kérdőív](#) **augusztus 14-ig** történő kitöltésével. A kitöltés mintegy 10 percet vesz igénybe. Az eddigi felmérések eredményei megtalálhatók az MNB honlapján a sajtóközlemények között, a legfrissebb publikáció az alábbi [linkre](#) kattintva érhető el.

Külföldi Hírek

Chase Card

Régen az American Expressnek volt egy hirdetése, amelyben azt sugallták, hogy ne induljon senki utazásra Amex kártya nélkül. A WTN szakértői szerint most erre a pozícióra a JP Morgan Chase törekszik. Aktuális prémium hitelkártyája több hűségpontot eredményez, kedvezményeket jelent nagy partnereknél (United Airlines, Hyatt, Marriott), övé a legjobb biztosítási program, bérelt autó balesetnél nem terhelődik a vezető bónusza, nyílik egyre több



reptéri lounge-a a világ különböző repterein. A közelmúltban vásárolt egy foglalási rendszert, egy étterem értékelő céget és egy luxus utazási ügynökséget. Új honlapja a szakma legígéretesebb újdonsága lesz. Úgy értékelik, hogy az Expedia egyértelmű piacvezetősége után az Egyesült-Államok harmadik legnagyobb utazási vállalkozásává válhat a JP Morgan Chase.



Égető témák

A közelmúlt európai turisztikai cégek körében végzett internetes felmérése alapján a három legégetőbb téma, ami ágazatunkat foglalkoztatja: az ESG (környezetvédelmi, szociális és vállalatirányítási) kérdések, a Covid-19 és a geopolitika. Az ESG esetében érkezett egy nyomás a törvényhozók felől, de egyre erősebb a fogyasztók erre irányuló befolyása is. A Covidot az újabb hullámok tartják vezető helyen, a geopolitikát az Oroszország kezdeményezte háború hozta előtérbe.

Vegán burger háború

A McDonald's a JP Morgan elemzőinek kitaró munkájának eredményeként elismerte, hogy felhagyott a McPlant veggie burger tesztjével – írta az RBO újság. A tesztek az USA-ban és Nagy-Britanniában zajlottak, Amerikában mintegy 600 egységben. A bejelentés hivatalossá válása után a McDonald's részvényei – köszönhetően a közelmúlt pozitív számainak – változatlanok értékben maradtak, teszt társuk, a Beyond Meat részvényértékei azonban bezuhantak. A McPlant termékek még elérhetőek maradtak Nagy-Britanniában, Ausztriában, Svédországban és Hollandiában. A hír annál is érdekesebb, mert márkanév szakértők éppen a Burger King vegán burgerrel kapcsolatos gyakorlatát értékelik. Németországban a FoodService magazin szerkesztője Marcus Roman szerint a Burger King komoly bátorságot mutatva valamennyi éttermében, gyakorlatilag valamennyi termékét növényi alapú változatban is kínálja. Ezzel az 50-es évek közepén bevezetett lánggal történő grillezés (flame grilled) megoldás óta először különböztette meg magát nagy mértékben a piacvezető McDonald's-tól. Az ajánlat úgy tűnik nagyon kedvezően jön át, főként a Z generációban. A Burger King komoly marketing eszközökkel is tudatosan támogatja lépését, a szakértők szerint elkerülheti az ún. Nokia csapdát, ugyanis növény alapú termékeivel nem duplázza termékei számát, hanem ugyanazt a terméket árulja két változatban.





Étlap forradalom

A Subway szintén forradalmasítja kínálatát. A Paul Fabre kulináris és innovációs alelnök vezette szakmai stáb több mint egy éves fejlesztőmunkája eredményeként háttérbe szorítják az eddig jellemző, mintegy önkiszolgáló (build your own) szendvicskészítést az étlap átírásával. Az

újonnan fejlesztett termékek, 12 signature szendvics, név és szám alapján is választhatóak, ők kerülnek előtérbe, kiválasztásuk a legnépszerűbb összetevők felhasználása alapján történt. A cég rendkívüli operációs javulásokat remél, hiszen gyorsul a rendelési- és előkészítési idő, valamint szerényebb betanítási igény jelentkezik a munkatársak részére. Abban bíznak, hogy a termelésoptimalizáció is megtörténik, de javul a vendégek elégedettsége is, mivel kevesebb döntésre kényszerül a vendég és az új választék a tömeg ízigények szinte 100%-át lefedi. A Subway több, mint 100 országban, 40 ezer egységgel van jelen a világban.

Közlekedés gasztronómia

A svájci Duty Free shop specialista, Dufry és az olasz autópálya üzemeltető Autogrill fúzióját jelentették be. A fúzióba a Benetton család Edizione befektető cége az Autogrillben levő 50,3%-os tulajdonát viszi, ennek fejében 20-25%-ot kaphat a Dufry-ból annak legnagyobb részvényesévé válva. A cég vezetését a Dufry eddigi vezérigazgatója viszi tovább, a lépéstől 85 millió CHF éves költségcsökkenést remélnek a hatóságok jóváhagyása után. Az Autogrill idei első félévében 78%-kal, a várakozások feletti mértékben növelte eladásait az előző évhez képest és így a 2019. évi eladásainak 83%-nál tart. A 2021 első félév 111 milliós veszteség után ez év első félévében már 22,5 milliós eredményt ért el. A Dufry is komoly forgalomvisszaesést szenvedett el a járvány idején, ez azonban csak cash-flowját változtatta negatívvá, operációs eredménye továbbra is meglehetősen magas pozitív számokat eredményezett. Így a teljes akciót hitelfelvétel nélkül gondolja lebonyolítani.





Oetker gasztró vég

egységgel nyitott, Luzernben Oetker kávézót is nyitott, Németországban pedig több helyen Gugelhupf&Du egységet nyitott kuglófjuk árusítására. Most július végén 80 dolgozója elbocsátásával véget vetett gasztronómiai próbálkozásának, melynek sikertelenségét a Covid járványra, a tartósan nehéz munkaerőhelyzetre és a rendkívüli gasztronómiai költségemelkedésre hárította.

Az Oetker 2020-ban létrehozta a Dr. Oetker Hospitality leányvállalatát, azzal a szándékkal, hogy több - tucat termékei felhasználására épülő - vendéglátóegységet nyit világszerte. Kiskereskedőkkel közösen hozta létre a Frau Renate bisztrókat, Californiában 3 Pudu Pudu pudingra szakosodott édesség árusító

Német bérek

A legfrissebb statisztikai adatok szerint Németországban a teljeskörű szociális biztosítással rendelkező foglalkoztatottak medián bére 3516 euróra emelkedett, ami 89 euróval több az előző évinél. A gasztronómiában bár az emelkedés 107 euró volt, de az érték csak 1992 euró lett, a szállodaágazatban pedig 82 eurós növekedés után 2164 euró lett.



Goodbye

Az IW kutatóintézet tanulmánya szerint a turizmus-vendéglátás ágazatot hagyta el a legtöbb foglalkoztatott a járványhelyzet alatt, csak 2020-ban 216 ezren távoztak. A tanulmány szerint 35 ezren a kiskereskedelembe vándoroltak, 27 ezren a közlekedési- és logisztikai ágazatba mentek és ugyanennyi volt az irodai, például titkárnői feladatokra váltók száma. 2021 júniusáig 60 ezer társadalombiztosított foglalkoztatott, a teljes állomány 10,3%-a távozott. A távozás okai között szerepel, hogy az Aldi és a Lidl már a jövőbeni 12 eurós minimálbér fölötti 14 eurós bért fizet előrelépési lehetőség mellett. Nagyobb biztonságot találtak egyéb ágazatokban, fix munkaidőt, ami a magánélettel jobban összeköthető. A folyamat következménye, hogy egyes vendéglátó üzemek, szállodák zárva maradtak, éttermek több zárva tartási napot tartanak egy héten, vagy csökkentik a nyitvatartási idejüket, a szállodák lezárják a szobáik egy részét.

A vendéglátásban 6x annyi személyzetre van szükség, mint a kiskereskedelemben ugyanannak a forgalomnak az eléréséhez, tehát nyugodtan nevezhető személyzet intenzív ágazatnak. A most tapasztalható hiányokat belső német tartalékokkal nem tudják lefedni, márpedig egy új ágazati tarifarendszernek az egyre inkább kieső borralaló pótlására is gondolni kell, így a műszakpótlékokkal is számolva 14-16 eurós átlagóradíjra lehet szükség.

Európának 1,2 millió turizmusban dolgozóra van szüksége



A WTTC és az Európai Utazási Bizottság (ETC) által vezetett friss elemzés szerint az utazási és turisztikai ágazat fellendülése komoly veszélybe kerülhet, ha nem oldódik meg EU-szerte a közel 1,2 millió turisztikai dolgozó hiánya. A WTTC legutóbbi jelentésében bemutatott kihívást jelentő nyári munkaerőhiány sürgősségi intézkedést tesz szükségessé. 2020-ban, amikor a járvány a tetőfokára hágott, az EU-ban az utazási és turisztikai ágazat közel 1,7 millió munkahelyet veszített el. 2021-ben, amikor a kormányok enyhíteni kezdték az utazási korlátozásokat, és az utazók bizalma javult, az ágazat közvetlen hozzájárulása az EU gazdaságához 30,4%-kal nőtt, és 571 000 munkahelyet nyert vissza. A WTTC előrejelzései szerint az ágazat fellendülése idén tovább gyorsul, és majdnem eléri a járvány előtti szintet: az EU gazdaságához való közvetlen hozzájárulás várhatóan 32,9%-kal nő. A WTTC elnök-vezérigazgatója elmondta: "Európa mutatta az egyik legerősebb fellendülést 2021-ben, nagyobbat és gyorsabban, mint az egész világátlag. A jelenlegi munkaerőhiány azonban késleltetheti ezt a tendenciát, és további nyomást gyakorolhat az amúgy is nehéz helyzetben lévő ágazatra. A kormányoknak és a magánszektornak össze kell fognia annak érdekében, hogy a legjobb lehetőségeket kínálják azoknak az embereknek, akik keresik azokat a karrierlehetőségeket, amelyeket az utazási ágazat kínálhat". A tanulmány szerint a forgalmas nyári időszakban nagyszámú üres álláshely marad nyitva, és az utazási irodák lesznek várhatóan a leginkább érintettek, 30%-os munkaerőhiánnyal. Eközben a légitársaságok és a vendéglátás szegmense várhatóan minden ötödik nyitott álláshelytől szenved, ami 21%-os, illetve 22%-os munkaerőhiánynak felel meg. A WTTC és az ETC hat olyan intézkedést határozott meg, amelyet a kormányok és a magánszektor megvalósíthat a probléma megoldása érdekében, mint például a munkaerő országokon belüli mobilitásának megkönnyítése; a rugalmas munkavégzés és a távmunka lehetővé tétele, a méltóságteljes munka biztosítása, szociális biztonsági háló megerősítése, valamint a karrierépítési lehetőségek kiemelése, a tehetségek ápolása és a munkaerő átképzése teljes körű képzés biztosításával.

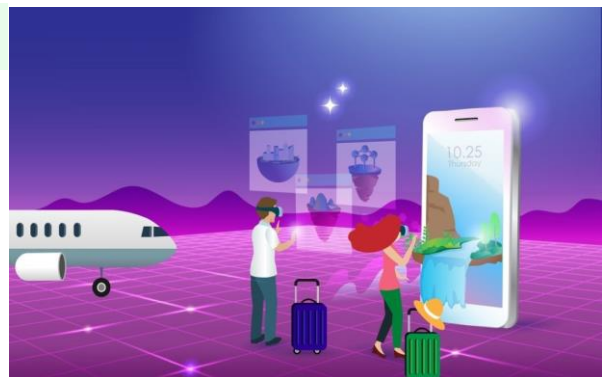


Drasztikus járatförlések

A nyári szezon csúcspontján a repülőtereken bonyolult a helyzet, és még mindig sok járatot törölnek. A Mabrian nevű utazási információs platform elemezte a nagy európai légitársaságok menetrendi adatait az elmúlt hetekben, hogy felmérjék, milyen hatással vannak a számos légitársaságot érintő működési kihívások. A szervezet felmérte, hogy június 14-én hány járatot terveztek közlekedtetni július 1. és 15. között, összehasonlítva a június 28-án ugyanerre az időszakra tervezett járatokkal. Az eredmények azt mutatják, hogy az Easyjet és a Turkish Airlines volt a leginkább érintett. Előbbi azért, mert Európában összesen 1394 járatot töröltek, utóbbinál pedig az összes járatszámához viszonyítva a legmagasabb a törölt járatok száma, közel 7%. A szakértők rámutatnak, hogy nagyon szokatlan, hogy a légitársaságok ilyen rövid időn belül töröljék a menetrend szerinti járatokat. Különösen, ha ez szó szerint hetekkel a felszállás előtt történik, éppen a nyári szezon csúcspontján. A tíz legtöbb járatförlést tartalmazó listát megnézve is egyértelmű, hogy csak a július 1-15. közötti időszakban több mint 2000 járatot töröltek Európában. A szakértők úgy vélik, hogy a válság a légitársaságok és a repülőterek mostani munkaerőhiányát tükrözi, a repülőterek és a légitársaságok üzemeltetői képtelenek visszatérni a 2019-es kapacitásszintre. A top 10 közül a legalacsonyabb förlési arányt az Air Europa produkálja, ahol a járatok kevesebb mint 0,5%-át törölték, ami azt jelenti, hogy 200 járatból 199 repülni fog. Azonban minden egyes förlés valakinek rémálmot jelent a nyaralása tervezésében, a légitársaságnak pedig bevételkiesést: itt senki sem nyer, és egyértelmű, hogy az ágazat messze van a probléma megoldásától.

A metaverzum, mint a turizmus jövője

Van-e jövője a turizmusnak a metaverzumban? Bár nyilvánvalónak tűnik, hogy soha nem lesz képes helyettesíteni a valódi utazást, a virtuális világ mégis sok mindent kínál. A Dynata által bemutatott tanulmány a turizmust vizsgálta a metaverzumban, az Új élménygazdaság címet viselő, 11 országban 11 000 fogyasztó körében végzett kutatás arra a következtetésre jutott, hogy



-a érdeklődik a virtuális utazás iránt. 51%-uk még azt is elmondta, hogy csábította őket egy virtuális múzeum-, galéria- vagy kiállítás-látogatás. Egy másik felmérés, amelyet az Accenture végzett 35 országban, 24 000 válaszadóval, megerősíti a nagyközönség érdeklődését a virtuális élmények iránt. Az emberek 50%-a érdeklődött egy olyan utazási élmény megvásárlása iránt, mint például egy szállodai tartózkodás vagy egy tevékenység, amit az alternatív valóságban élhet meg. Ez a szám az ezredfordulósok esetében még 55%-ra is megugrik, a baby boomerek esetében ez az arány csak 29%.

Mert nem akar majd az ember repülni, inkább otthon marad egy világjárvány idején, egy betegség, szűkös költségvetés megoldására vagy azért, hogy idősebb korban elkerüljük a hosszú utazások okozta fáradtságot... A virtuális utazás választásának számos oka lehet majd. Az indulás azonban még mindig nagyon drága, mivel a technológia még nem teljesen kiforrott. Valószínűleg öt éven belül az lesz, de nem korábban. Aztán ki kell választani, hogy melyik metaverzumra koncentráljunk. Van 25 ismert, 150 közepesen fejlett, és több ezer, amelyik még csak most kezd megjelenni. Nehéz megmondani, hogy melyik lesz élvonalban a következő néhány évben.



Koncentrált beruházások a spanyoloknál

Öt "elsőrangú" turisztikai célpont - Madrid, Barcelona, Baleár-szigetek, Costa del Sol és a Kanári-szigetek - összesen 1,3 milliárd eurónyi szállodai beruházást halmozott fel az év első felében, ami az országban befektetett 1,5 milliárd eurós össz volumen 86%-a - derül ki a Colliers által készített Hotel Investment in Spain című jelentésből. Városi szinten Madrid vezet a befektetési rangsort 443 millió euróval és összesen 9 projekttel, megelőzve Barcelonát, amely 6 tranzakcióban 220 millió eurót halmozott fel. Az üdülési szegmensben a Baleár-szigetek a befektetők kedvelt célpontja, 293 millió euróval és 12 tranzakcióval. A most véget ért féléves időszakban a Costa del Sol visszaszerezte vezető szerepét, 200 millió eurós szállodai beruházással, amely megduplázta az



előző év azonos időszakában regisztrált értéket, és az országos beruházások 13%-át tette ki. A jelentés szerint a Kanári-szigetek a maga részéről 146 millió eurót halmozott fel, amelyet összesen 4 műveletbe fektettek be. Az első félév másik figyelemre méltó aspektusa a városi szegmens jelentősége volt, amely a beruházások 57,4%-át összpontosította, és megelőzte az üdülési szegmenst, amely a teljes összeg 42,6%-át regisztrálta, ami megfordítja a Spanyolországban szokásos piaci tendenciát, amelyben az üdülési szegmens dominált a városi szegmens felett. A jelentés arra a következtetésre jut, hogy a szállodai beruházási tevékenység következő hónapokban tapasztalható lassulása ellenére a 2022-es év egészére vonatkozó kilátások továbbra is pozitívak. "A spanyol turisztikai ágazat jó bázisa, a piacon meglévő többletlikviditás és az erős befektetői étvágy továbbra is támogatni fogja a szállodai beruházásokat". Így az elsőrangú szállodai eszközök - azok, amelyek a magas likviditásuknak és a bizonytalanságra való alacsony érzékenységüknek köszönhetően a legjobban átvészelték a világjárványt - idén is meg fogják tartani kiemelkedő szerepüket, ami szintén kedvez a befektetéseknek. Mindezek az okok, valamint a jelenleg mintegy 1,8 milliárd euró értékben értékesítés alatt álló működési portfólió, valamint néhány, már júliusban bejelentett releváns tranzakció lezárása utal.

Uniós Hírek

Munkaerő megoldás?

A legnagyobb európai munkaadói szövetség, a BusinessEurope részvételével zajlott konzultáció Brüsszelben a munkaerőhelyzetről. A találkozó utáni javaslat az Európai Bizottság számára, hogy illessze be 2023 évi munkaprogramjába egy, a munkaerőpiacra vonatkozó akcióterv elkészítését. Ez alapja kellene, hogy legyen egy jól koordinált EU stratégiának, melyben a foglalkoztatás, a készségek, az egységes piac és a migrációs politikák kérdéseire születnek végrehajtható javaslatok. A Foglalkoztatási Bizottságnak (EMCO) konkrét javaslatokkal kellene élnie, hogy lehet a munkaerőpiac „oldalvonalán” található embereket a munkaerőpiacra bevinni, és hogyan emelhető a munkaerőállomány a jól szabályozott migráció révén.



Jó helyre is kerülhet



Az Európai Helyreállítási és Rezilienciaépítési Alap pozitív felhasználására látunk jó példát Olaszországban, elsősorban 400 millió eurót fordítottak az iskolai menzák létrehozására, illetve felújítására. Most pedig augusztus 22-i határidővel újabb 200 millió euró költhető erre a célra, ezer menza finanszírozása a program célja.