

# HÍRLEVÉL

2023. augusztus 24. 19. évfolyam 20. szám



Nyáron is /2. oldal



Csökkenő tranzakciószám /3. oldal



Fagyiár /6. oldal



A fenntarthatóságért /7. oldal

## TARTALOM

### Szövetségi Hírek

#### 2. oldal

- Nyáron is

### Tag- és társszervezeti Hírek

- Megújult képzési paletta
- FATOSZ hírek
- Értékesítési volumenek

### Külföldi Hírek

#### 3. oldal

- Csökkenő tranzakciószám
- A portugáloknak jól megy
- Inflációs libikóka
- Z utazási kedv

#### 4. oldal

- Londoni jó gyakorlat
- A Moelk tovább focizik
- Sörügyek

#### 5. oldal

- Halad a tasty
- Van ez az irány is

#### 6. oldal

- Dinnye 2.0
- Fagyiár
- Munkaerő!

#### 7. oldal

- Subway
- Wiener Schnitzel a luxus küszöbén

### Uniós Hírek

- A fenntarthatóságért

#### 8. oldal

- Fenntartható utazások

## Szövetségi Hírek

### Nyáron is

Nyáron is folytatódik a lobbitevékenység az aránytalanul megnövelt kiterjesztett gyártói felelősségi rendszer (EPR) díjak ellen. Az MGYOSZ Környezetvédelmi Bizottság tagjaival közösen dolgozunk a témakörben. Bár sok egyeztetés zajlik, nem biztos, hogy eredményt hoznak első körben.



*Kiterjesztett Gyártói Felelősségi Díj*

## Tag- és társszervezeti hírek



MAGYAR  
TURIZMUS  
AKADÉMIA

### Megújult képzési paletta

Sláger képzéseiken túl sok új, izgalmas képzéssel vár mindenkit a Magyar Turizmus Akadémia. Kommunikációs és értékesítési képzéseik mellett újdonságként szerepelnek haladó szakemberek részére kifejlesztett Digitális Marketing képzéseik, melyekben a Mesterséges Intelligenciával is foglalkoznak. Egy új és különleges projekt is előttük áll, kifejezetten gyakorló vezetők részére indítják el novemberben Vezetői Akadémia programsorozatukat, melynek keretén belül a legfontosabb, vezetőket érintő témákat (delegálás, időgazdálkodás, stressz, kiégés kezelése, csapatformálás, generációs együttműködés, konfliktusok kezelése stb.) egymásra épülő rövid workshopokon dolgozzák fel.

### FATOSZ hírek

A Szövetség az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központtal és a Kislépték Egyesülettel együttműködve közösen dolgozik a termelők turisztikai szolgáltatásainak feltárásán. A cél, hogy a hazai agroturizmus helyzetét feltárva, széles szakmai körben javaslatot tegyenek a fejlesztésekre és intézkedésekre, valamint, hogy konkrét projektek induljanak a termelők diverzifikációjának támogatásának érdekében. Ehhez készült egy kérdőív, ami kifejezetten a hazai termelőket célozza. Kérjük, amennyiben ideje engedi, töltsse ki a kérdőívet, hogy minél több termelő kerüljön be a felmérésbe! A **kérdőív** mintegy 10 percet vesz igénybe. Kitöltésével nagyban hozzájárul ahhoz, hogy pontos képet kapjanak a termelői szolgáltatásokról és ezáltal szakmailag alátámasztott intézkedések kerüljenek megfogalmazásra és kialakításra.



### Értékesítési volumenek

Augusztus 10-én frissítette a KSH a már a júniusi adatokat is tartalmazó "A vendéglátóhelyek eladási forgalma havonta és kumulálva" összefoglaló tábláját. Ebből látható, hogy a kereskedelmi vendéglátás összesített kiigazítatlan volumenindexe február óta visszaesést mutat és júniusban a visszaesés mértéke már 7,9% volt az előző év júniusához képest. A január-június (I-VI.) havi összesített érték visszaesésének mértéke 4,8%-ra rúgott.

## Külföldi hírek

### Csökkenő tranzakciószám

2023. január-júliusban 35,7%-kal csökkent a világ utazási és turisztikai szektorában kötött cég eladási ügyletek száma, 681-ről 438-ra. A vállalatfelvásárlások és összeolvasztások száma 37,5%-kal, a kockázati tőkebefektetések 36,8%-kal, a befektető társaságok beruházásai 29,7%-kal csökkentek. A változékony gazdasági körülmények továbbra is hatással voltak az üzletkötési aktivitásra az utazási és turisztikai ágazatban 2023-ban. Az USA-ban 45%-os (218-ról 120-ra), az Egyesült Királyságban 43,8%-os (80-ról 45-re), Európában, az ázsiai-csendes-óceáni térségben, a közel-keleti és afrikai régiókban, valamint a dél- és közép-amerikai régiókban 44,8%-os, 14,4%-os, 44,6%-os, 13%-os, illetve 20%-os csökkenést regisztráltak. India, Ausztrália, Franciaország, Dél-Korea, Japán, Hollandia, Hollandia és Olaszország esetében 16,7%-os, 21,7%-os, 19%-os, 5,9%-os, 60%-os, 31,3%-os, illetve 10%-os csökkenést, Kína azonban figyelemre méltó kivételként 12%-os növekedést regisztrált éves szinten. Miközben a piacok volatilitással küszködtek, a kínai ügyletvolumen ellentétes pályája az ágazat eredendő ellenálló képességét mutatja.



### A portugáloknak jól megy



A Portugál Nemzeti Statisztikai Intézet (INF) szerint közel 8,2 millió külföldi szállt meg portugál szállodákban az idei év január és júniusa között. Ez minden idők legjobb első félévét jelenti. Az első félévben az Egyesült Királyságból érkező látogatók tették ki a legnagyobb részt, több mint 1 millió vendéggel, őket szorosan követik az amerikaiak és a spanyolok. Júniusban az Egyesült Államok növelte jelentősen a portugál turizmust, már a második legnagyobb külföldi látogatócsoport volt. Az INE szerint a szállodai ágazat 13,6 millió vendéget regisztrált az első félévben, beleértve a belföldi utazókat is, a szállodai összbevétel pedig 32%-kal, 2,5 milliárd euróra nőtt az előző évhez képest. Külön jelentésben az intézet közölte, hogy az első hat hónapban a portugál repülőtereken átutazó utasok száma csaknem 30%-kal ugrott meg éves szinten, és 12%-kal nőtt 2019 első félévéhez képest. A IATA szerint a nemzetközi utazások idén elérték a járvány előtti szint mintegy 90%-át, és a dél-európai látogatók vezetnek a fellendülést (Tourism Review).

### Inflációs libikóka

Társ szövetségünk, a UKHospitality szerint a teljes inflációs ráta újabb csökkenése biztató és pozitív tendenciát jelez. A 7%-os szinten maradó maginfláció azonban komoly aggodalmakat vet fel azzal kapcsolatban, hogy a vendéglátóipari vállalkozásokat keményen sújtja majd a jövő évi inflációhoz kötött emelés az üzleti adókban. Mivel a kamatemelések a szeptemberi inflációs rátát követik, addigra drámai inflációcsökkenést kell látniuk, különben a vendéglátóiparnak százmillió nagyságrendű ingatlan adószámlával kell szembenéznie. Egyértelmű, hogy az általános ráta csökkenését az energiaköltségek csökkenése okozta, ami azt sugallja, hogy az energiával kapcsolatos további intézkedések az infláció sokkal gyorsabb csökkenését eredményezhetik. Az Ofgem számos ajánlást fogalmazott meg az energiapiac megtisztítására, és ezeket a lehető leghamarabb végre kell hajtani.



### Z utazási kedv



A Bankrate és a Morning Consult Pro felmérései alátámasztják a tényt, hogy bár a Z generációs felnőttek még nem érték el a kereseti csúcspontokat, mégis hajlandóbbak lehetnek pénzt költeni szabadidős utazásokra, mint X generációs és baby boomer társaik. A COVID-19 okozta felgyülemlett utazási kereslet azt jelenti, hogy sok Z generációs idén a szokásosnál több pénzt szán utazási terveire. A Z generáció tagjai még mindig hajlamosak arra, hogy a legjobb ajánlatot keressék, és a hitelkártya jutalmakkal fizessék a

repülőjegyeket és a szállodákat (talán ezért van a Z generációnak a legkevesebb hitelkártya-adóssága az idősebb generációkhoz képest). A legújabb adatok azt a tényt támasztják alá, hogy a Z generációs utazók ki akarnak mozdulni és felfedezni, és hajlandók erre akkor is, ha pénzügyeik nem éppen rendezettek. Ugyanakkor az utazások megnövekedett költségei miatt a Z generációs felnőttek egy része számára, akiknek magasak a kiadásai vagy a jövedelmük az alsó határon van, elérhetetlenné válhatnak az utazások. Főbb megállapítások:

- a Z generációs utazók 24%-a a gazdasági aggodalmak miatt idén kevesebbet tervez utazásra költeni, mint tavaly,
- a Z generáció 47%-a azért nem megy idén nyári vakációra, mert nem engedhetik meg maguknak,
- a Z generációsok 61%-a, akik az előző 12 hónapban három vagy több szabadidős utazást tettek, olyan háztartásokból származik, ahol az éves kereset 50 ezer dollár alatt van,
- a Gen Z felnőttek több mint fele (52%) gyakori utazónak számít, ami azt jelenti, hogy az előző évben legalább három szabadidős utazást tett,
- az idén nyári vakációra készülő Z generáció tagjainak 43%-a a tengerpart, míg 32%-uk üdülés mellett dönt.

(Hotel News Resource)

## Londoni jó gyakorlat



A Wandsworth-i Tanács új iskolai étkeztetési stratégiát indít, amelynek célja a gyermekéhezés csökkentése azáltal, hogy minden iskolás frissen elkészített, fenntartható és szezonális alapanyagokból készült meleg ételt kap. A stratégia bemutatása egybeesik azzal a bejelentéssel, hogy szeptembertől minden általános iskolás korú gyermek részesül a londoni polgármester által bevezetett ingyenes iskolai étkeztetési programban. Az iskolai étkeztetés egyedülálló módon képes az alultápláltság és az elhízás elleni küzdelemre az egészséges táplálkozás előmozdításával, és lehetővé teszi számukra, hogy több gyermeket érjenek el, mint bármilyen más módon. Ez a stratégia hozzájárul az ételmiszer-szegénység csökkentéséhez, és segít abban, hogy igazságosabb, együttlérzőbb és fenntarthatóbb terület legyenek.

Az iskolai étkeztési stratégia legfontosabb elemei:

- friss, szezonális alapanyagok felhasználása, amelyeket mindig felelősségteljesen, a lehető legjobb úton és magas minőségi követelmények mellett szereznek be,
- a tanulókkal való konzultáció a felszolgált ételekről, véleményük figyelembevételével,
- az iskolák bevonása az ételmiszerekkel kapcsolatos oktatásba, főzési és termesztési tevékenységekbe,
- az ételmezési személyzet méltányos fizetése, legalább a londoni megélhetési bérrel,
- a fenntartható gyakorlatok beépítése a szolgáltatásnyújtásba, valamint a szolgáltatás szénlábnyomának és környezeti hatásának minimalizálása (Public Sector Catering).

## A Moelk tovább focizik

A frankfurti székhelyű Moelk GmbH növényi tejjel foglalkozó start-up cég tőkeemeléssel újabb befektetőket von be a cégbe. Más futballsztrárok is beszálltak az üzletbe - nem csak az Eintracht Frankfurt hálóőre és a cég társalapítója, Kevin Trapp. Trapp válogatott kapustársa, az FC Barcelona kapusa, Marc-André ter Stegen és az Eintracht Frankfurt védője, Christopher Lenz most tőkeemelés útján csatlakozott a Moelkhoz részvényesként. A Moelk GmbH alapító csapatának tagja Alexander Schiffl elmondta, hogy már készülnek a termékportfólió bővítésére és az európai terjeszkedésre. További stratégiai célpontjaik az olyan kávékultúrával rendelkező országok, mint Spanyolország, Franciaország, Olaszország és a Benelux államok.



## Sörügyc

A Foodservice aug. 4-i Nemzetközi Sörnap alkalmából közzétette a legnépszerűbb sörkerteti ételek és italok árösszehasonlítását. Összefoglalja a Kollex technológiai startup Sörmonitor 2023 kiadványát, ami a legnépszerűbb söröket mutatja meg az egyes szövetségi államokban, valamint az is kiderül, hogy a Z generáció kevésbé fogyaszt árpalét, legalábbis a Statista felmérése szerint. A nyár a sörkertek ideje Németországban, különösen népszerű a klasszikus sör és bécsi szelet köre-

tekkel. A sör gazdasági tényező is: tavaly a 20 főnél többet foglalkoztató vállalkozások összesen 8,4 milliárd euró forgalmat értek el - a Statista szerint. A Német Sörfőzők Szövetsége (Deutscher Brauer Bund e.V.) szerint kb. 15 000 német sörfőzde 2022-ben 88 millió hektoliter sört termelt, amiből kb. 17%-át exportálták.

A Betrugstest.com 20 német város sörkertjében mért árak alapján kiderült, hogy a bajor sörkertekben a sör átlagosan a legolcsóbb. Münchenben kb. 4,67 euróba kerül egy fél liter sör átlagosan. Az Észak-Németországban utazóknak mélyebben a zsebükbe kell nyúlniuk, Brémában kb. 6,14 euróba kerül ugyan az a sör, ami kb. 1,50 euróval több, mint Münchenben. Sült krumpli esetén is vannak árkülönbségek: Bochumban kb. 3,47 euróba kerül egy adag, míg Berlinben kb. 5,47 euróba. A bécsi szelet körettel főételnél is nagyok az árkülönbségek. Nürnbergben a legolcsóbb, kb. 12,5 euró, Hannoverben pedig a legdrágább a schnitzel, kb. 18,1 euró.

A Németországban népszerű sörfajták regionális előfordulása:

A Pilsner a legkedveltebb Németország északnyugati részén és az egész országban. NRW-i Krombacher és Veltins sörök a legnépszerűbbek Schleswig-Holsteinben, Hamburgban, Alsó-Szászországban és Hessenben. Saar-vidék-Pfalz és Rajna-vidék-Pfalz területén a határon található Bitburger Pils népszerű. Baden-Württembergben a Farny Kristallweizen márka búzasöre a legkedveltebb. Szász-Anhaltban, Berlinben, Thüringiában és Bajorországban a lagersör a legelterjedtebb. Az alkoholmentes sörök és a sörkeverékek, mint a Radler, is egyre népszerűbbek. Rajna-vidék-Pfalzban a Karlsberg Mixery névvel futó kevert sör kiemelkedik, míg Szászországban és Szász-Anhaltban a tequila ízű Desperados sör a legkedveltebb. Az alkoholmentes sörök rendelése évente 2%-kal nő, jelenlegi aránya 14%. Az Erdinger és Benediktiner Weißbier gyártók alkoholmentes termékei a legkeresettebbek.



**150** Jahre  
Deutscher  
Brauer Bund e.V

## Halad a tastyy



tastyy a neve Marco Schepers, a KFC Németország egykori főnökének kebabkonceptójának. Az első helyszínek már megnyitáltak és a terjeszkedési tervek ambiciózusak. A márkának 2025-re már körülbelül 50 étterme lesz. Bármennyire is különböző az étlapok íze, egy dolog közös bennük: gondosan válogatott alapanyagokból készülnek, felesleges adalékanyagok és mesterséges ízfokozók nélkül - mindent frissen, a vendégek szeme láttára készítenek el az éttermekben - írja a koncepció. Törökország után Németország következik: az első étterem már megnyitott Gelsenkirchenben, a másodikat most nyitják Kölnben, és hamarosan Düsseldorfban és Frankfurt am Mainban is új éttermek nyílnak. Marco Schepers, a cég vezérigazgatója és ügyvezetője számára a tastyy a mediterrán konyha "fast casual" élvezetének innovatív módja. "Tudatos élvezetet kínálunk minden étkezési preferenciának - függetlenül attól, hogy húsos, vegetáriánus vagy vegán. A lényeg a kiváló minőségű, friss alapanyagok és az innovatív ízélmények kedvező áron".

## Van ez az irány is

Jellemzően sok ágazat igazol vezetőket a vendéglátásból. Most a KFC Florian Gmeiner személyében új marketingvezetőt hozott a fedélzetre Németország, Ausztria, Svájc és Dánia területére. Gmeiner 2023. augusztus 16-tól veszi át az amerikai gyorséttermi márka marketingjét az említett piacokon. CMO-ként teljeskörűen felel majd a marketingért, beleértve a médiát, a közösségi médiát és a közösségi menedzsmentet, a PR-t, az innovációt, az árképzést és a promóciókat, és a marketingszakemberek csapatát fogja vezetni. Florian Gmeiner az innováció nyílt kultúráját, az agilis munkamódszereket, valamint a történetmesélés és a technológia használatának integrálását támogatja. Több mint húszéves nemzetközi vállalati tapasztalatra tekint vissza. Legutóbb a LEGO Csoport DACH marketingért felelős vezető igazgatója volt, és aktív tagja a Europe Central Leadership Teamnek.



## Dinnye 2.0



Új sláger a nyáron. Egészséges, természetes kebab nem létezik? De van! Oldenburgban. Németországban Hani Alhay valami újat alkotott boltjának konyhájában. Az eredmény a Melöner. Kultikus büféjében ugyanis lédús-édes dinnye forog a nyáron, amely fő hozzávalója az új, ízletes kebabjának. A klímaváltozás egyik pozitív hozománya, hogy egyre több egzotikus gyümölcs van Németországban, ő pedig a regionális gazdáktól vásárolja a dinnyéket. Egy adag 8,90 euróba kerül, a szkeptikusságon túllendülve pedig a Melöner kulináris nyári sláger lett. A mentával, rukkola salátával talált, diós, fűszeres ízű Melöner tartalmaz még feta sajtot, gránátalmát, málnát és egzotikus szószoikat datolyából és banánból. Az egész „dinyedönert” pedig frissen sült pitakenyérben tálalják sült krumplival, amelyeket szintén datolyaszósszal finomítanak. Kevesebb kalória van benne, mint a hagyományos kebabfajtában. És az agynak is jót tesz, mert diót is tartalmaz. Konklúzió: úgy tűnik, ez a kebab nemcsak szebbé, hanem okosabbá is tesz (bild.de).

## Fagyiár

A fagylalt drágul, de még mindig nagy népszerűségnek örvend. Az Order Bird pénztárgép-szolgáltató a 2023-as aktuális fagylaltjelentéséhez Németország, Ausztria és Svájc összesen több mint 5000 vendéglátóhelyének anonimizált pénztárgépadatait elemezte a 2020 és 2023 közötti időszakokra vonatkozóan. A németországi esős nyár ellenére az infláció nem áll meg a fagylaltnál. A megemelkedett bérek és bérleti díjak, valamint a magasabb beszerzési és energiaárak hajtják a nemzetek közötti inflációt: Németországban 1 gombóc jelenleg átlagosan 1,80 euróba kerül - 30 centtel többre, mint 2020-ban. A tartományok közötti összehasonlítás azt mutatja, hogy Berlin a legdrágább a maga 2,00 eurós gombóconkénti árával. Aki viszont több gombócot szeretne élvezni ugyanannyi pénzért, az Szász-Anhaltban jár a legjobban: Itt a fagylalt ára jóval az átlag alatt van, 1,29 euró gombóconként. A fagylaltrajongóknak Ausztriában kicsit mélyebben kell a zsebükbe nyúlniuk: itt egy gombóc jelenleg 1,94 euró körül van - 2020-ban még 1,65 euró volt az ár. Bár minimálisan csökkent az ára az előző évhez képest, de a frissítő nyári finomság Svájcban a legdrágább: jelenleg egy gombóc fagylalt körülbelül 2,20 svájci frankba kerül (ez 2,24 eurónak felel meg) - 2020-ban az átlagár 1,93 svájci frank volt, ami körülbelül 1,75 eurónak felel meg.



A svájciak kényeztetik magukat a legnagyobb adagokkal. A németek átlagosan 1,50 gombóc/rendelés mellett döntenek, amikor fagylaltozóba mennek. Míg a németek nem tudnak dönteni egy vagy két gombóc között, addig az osztrák fagylaltrajongók inkább 2 gombócot rendelnek - itt átlagosan 1,94 gombócot rendelnek. A legtöbb fagylaltkelyhet és ostyát azonban Svájcban fogyasztják: itt jelenleg 2,20 gombócot/rendelés fogyasztanak.

## Munkaerő!



Egyre több vállalat keres kétségbeesetten munkaerőt. Ez derül ki a müncheni székhelyű Ifo Intézet friss gazdasági felméréséből. A felmérés szerint júliusban a megkérdezett mintegy 9000 vállalat 43,1%-a szenvedett hiányt szakképzett munkaerőben, szemben a 2023. áprilisi 42,2%-kal. "A gyengülő gazdaság ellenére sok vállalat még mindig kétségbeesetten keresi a megfelelő munkavállalókat" - mondja Stefan Sauer, az Ifo szakértője. Az eddigi legmagasabb értéket 2022 júliusában 49,7%-kal érték el. A vendéglátóiparban megkérdezett mintegy 190 vállalkozás (kb. 130 szálláshely, kb. 60 vendéglátó) körében a szakképzett szakmunkások száma 50% körül stabilizálódott, ami valamivel a gazdaság egészére vonatkozó adatok felett van.

## Subway



A dolgok nem mennek jól a gyorséttermi óriásnál, a Subwaynél. Korábbi hírlevelünkben már foglalkoztunk vele, hogy eladásra kínálják a szendvicsláncot. Az üzlet még ezen a héten létrejöhet, a jelentés szerint a Roark Capital befektetési céget tartják számon lehetséges vevőként, széleskörű tapasztalattal rendelkezik az éttermi és franchise üzletágban. Saját bevallása szerint a Roark portfóliója 35 milliárd dollár értékű vállalkozást képvisel. Már birtokolja az "Arby's" és a "Jimmy John" szendvicsláncokat. A Subway becsült vételára: 9,6 milliárd dollár! (Összehasonlításképpen: a McDonald's értéke mintegy 200 milliárd dollár.) Még nem biztos, hogy a Roark Capital valóban Subway-vásárló lesz. A Wall Street Journal szerint elképzelhető, hogy az üzletet a hét végéig lezárhatják, vagy egy másik érdeklődő jobb ajánlatot is tehet. A Subway és a Roark Capital először nem kommentálta a jelentést. A Reuters augusztus elején arról számolt be, hogy a TDR Capital és a Sycamore Partners pénzügyi befektetők tárgyalásokat folytatnak egy közös ajánlatról (food-service.de).

## Wiener Schnitzel a luxus küszöbén

Az infláció lassan csökken, de ez nem vonatkozik a gasztronómiára! Minden egyre drágább és drágább. Hamarosan 30 euróba fog kerülni egy Schnitzel? A dolgok jelenleg nem állnak jól a német vendéglátóipar számára, sorozatban a negyedik veszteséges év fenyeget. A pandémia hatására 2020. július 1-jétől 7%-ra csökkentették az adókulcsot. Az eredetileg csak egy évre tervezett intézkedést végül 2023 végéig meghosszabbították. Most a kormány a visszaemelést tervezi. Társszövetségünk, a DEHOGA szerint az áfaemelést a kedvezményes 7%-os adókulcsról teljes egészében vissza kell majd háritani a vendégekre. A 2020-as évhez képest a személyzeti költségek 20%-kal, az energiaköltségek pedig 30%-kal emelkedtek. A DEHOGA lobbizva, hogy a "Wiener Schnitzel" ára az ÁFA-emeléssel átlépi a 30 eurós határt.



## Uniós hírek

### A fenntarthatóságért



Az Európai Bizottság bejelentette, hogy az Élelmiszer-rendszerről szóló törvényjavaslaton keresztül - amelyet korábban a Fenntartható Élelmiszer-rendszerek Keretrendszere (Framework for Sustainable Food Systems - FSFS) javaslatként emlegettek - fontolóra veszi a közbeszerzésekre vonatkozó kötelező fenntarthatósági minimumkövetelmények meghatározását. A Bizottság és a Közös Kutatóközpont külső tanácsadók támogatásával felmérést végez az érdekeltek véleményének összegyűjtésére az ilyen minimumkövetelményekről. Európai szövetségünk, a FoodServiceEurope már jelezte válaszádsi szándékát és megkapta a kérdőívet. A következőt kéri:

Annak érdekében, hogy válaszolni tudjunk, kérjük, hogy a csatolt kérdőívet kitöltve szeptember 1-jéig küldjék vissza nekünk. Válaszaikat bizalmasan kezeljük, és minden választ összefüggésbe hozunk a végleges előterjesztésünkben. A kérdőív kitöltése körülbelül 30 percet vesz igénybe, és 4 részből áll.