

HÍRLEVÉL

2023. január 13. 19. évfolyam 2. szám



Turizmus Konjunktúra Index /2. oldal



Új óriás születik /2. oldal



Repohár nehézségek /3. oldal



Hulladék /7. oldal

TARTALOM

Szövetségi Hírek

2. oldal

- Turizmus Konjunktúra Index
- Gazdasági Versenyhivatal

Külföldi Hírek

- Új óriás születik

3. oldal

- Spanyol konjunktúra
- Repohár nehézségek
- Egyre inkább repülünk

4. oldal

- Brit támasz
- Elkötelezettség

5. oldal

- Southwest
- Airbnb-Google szkander
- Hogy teremt magának nevet egy „kis” szállodalánc?

6. oldal

- Vásárlóerő megoszlása Németországban
- Hogyan dicsér a Marriott?

Uniós Hírek

7. oldal

- Hulladék

Szövetségi Hírek

Turizmus Konjunktúra Index



A Turizmus Konjunktúra Index 2022. decemberben -22 ponton állt, mely azt jelenti, hogy az ágazat szereplői helyzetüket továbbra is romlónak érzékelik. Novemberhez képest az index értéke 7 ponttal

csökkent, így szeptember óta 15 ponttal romlott a konjunktúra az ágazatban. A decemberi csökkenés mindhárom alszektort érintette. A turisztikai cégek 84%-a az árak, 88%-a a működési költségek növekedéséről számolt be az elmúlt 3 hónapra vonatkozóan. Az árnövekedés átlagosan 17%-ot, míg a működési költségek növekedése 45%-ot tett ki. Vagyis a cégek csak kevésbé tudják áthárítani a költségnövekedést a fogyasztókra. A turizmus teljesítmény várakozások indexe -22 pontra csökkent 2022 decemberben, így alacsonyabb volt, mint az EU számára készülő konjunktúrakutatásban mért szolgáltatási szektor indexé (-16 pont), valamint alacsonyabb, mint a nemzetgazdasági átlag (-16 pont). A turizmus egyes alszektoraik közül a szálláshely-szolgáltatásban átlagtól elmaradó (-28 pont), az egyéb turisztikai szektorban átlagos (-22 pont), míg a vendéglátásban ezt meghaladó (-12 pont) volt az index.

Gazdasági Versenyhivatal

Két büntetés nélkül lezárt vizsgálat után is folytatódik az itálajánlattal kapcsolatos versenyhatósági eljárás. Szövetségünk benyújtotta válaszlevelét az adatszolgáltatásra felhívó végzésben foglalt kérdésekre a GHV számára. A kérdések minél teljesebb körű megválaszolása érdekében megkerestük érintett tagjainkat. A kapott reakciók alapján jogi szakértő bevonásával született meg válaszlevelünk. Egy erős, komplex anyag került összeállításra reményeink szerint minden lényeges kérdés tisztázásával. Köszönjük a közreműködők hozzájárulását.



Gazdasági
Versenyhivatal

Külföldi hírek

Új óriás születik



A Handelsblatt szerzőpárosána (Bender-Schlautmann) cikke szerint a kiskereskedelmi óriás Rewe tulajdonában levő, Európa második legnagyobb utazásszervezője, a DER turisztikai csoport szemet vetett az Európában harmadik legnagyobb szereplőre, a müncheni FTI-re. Az egyesülés esetén németországi piaci részesedésük a 30%-ot is elérhetné, így jelentősen megközelíthetnék a TUI-t. A piaci részesedés növelésére annál is inkább szükségük van, mert a Thomas Cook-Neckermann csődje után inkább a kisebb szereplők (Alltours, Bentour, Schauinsland) erősödtek. A DER az elmúlt évben 2 milliárd eurós forgalmával 41%-kal maradt el a válság előtti forgalmától. Mindkét céget komolyan megviselte a koronavírus, de az FTI közvetlen túlélési veszélybe is jutott, így mintegy félmilliárd eurós piaci hitelei mellett állami hitelt vett fel az erre szakosodott pénzügyi intézménytől, a WSF-től, ami ellen annak idején versenytársa, a Rewe vezetője hangosan tiltakozott és a versenyszabályok megsértéseként értékelte. Az ügylet különlegessége, hogy a vállalatfelvásárlás segítése érdekében most a Rewe azt szeretné elérni, hogy az állam tekintsen el ennek az adósságnak a visszafizetésétől. A tárgyalások előrehaladott fázisban tarthatnak és azokat gyorsítja a tény, hogy az FTI-t megvásárolni szándékozó amerikai pénzügyi befektető visszalépett az akciótól.

Spanyol konjunktúra

A spanyolországi turizmus fellendülése erősödött a tavalyi évben, de még mindig elmaradt a 2019-es év szintjétől. A Nemzeti Statisztikai Intézet (INE) közlése szerint tavaly novemberig összesen 67,43 millió látogató érkezett Spanyolországba, ami a három évvel ezelőtti első 11 hónapban érkezett látogatók 85%-át (79,20 millió) jelentette. A múlt héten közzétett adatok szerint novemberben 4,34 millió turista érkezett Spanyolországba, ami 29%-kal volt több, mint 2021-ben és visszaszerezte 2019 azonos hónapjának utazóinak 93%-át. Az érkező turistáknak az infláció miatt magasabb kiadásokkal is kellett számolniuk. A tartózkodási költségek emelkedése a napi átlagkiadásokban is megmutatkozott, amelyek novemberben 165 eurót tettek ki, szemben a 2019-es 124 euróval. Január és november között a kumulált kiadások összesen 81,82 milliárd eurót tettek ki, ami 94%-a a járvány előtt befizetett összegnek. A spanyol turizmus fő forrásai továbbra is az Egyesült Királyság, Franciaország és Németország. Január és november között 14,4 millió brit turista látogatott az országba, ami 270%-kal volt több, mint 2021-ben, bár még mindig nem érte el a 2019-es 17 millió főt. Franciaország és Németország voltak a sorban következők, 9,4, illetve 9,3 millió utazóval. Úti célként a Kanári-szigetek voltak novemberben a külföldi turizmus fő érkezési pontjai az összes turista 27,3%-ával, majd Katalónia (22,2%) és Andalúzia (13,7%) következett. A szállodai szövetség tavaly őszi adatokat tartalmazó friss jelentése alapján az ágazat valamennyi aktivitási és jövedelmezőségi mutatója pozitív: a REVPAR 113 euró volt szeptember és október hónapban, ami 13%-kal haladta meg a 2019-es szintet. A foglaltság szintén 15%-kal volt magasabb, a szállodai átlagárak pedig elérték a 115 eurót, ami 15%-os növekedést jelentett (Tourism Review).



Repohár nehézségek



Társzövetségünk, a DEHOGA beszámolt az új újrafelhasználható kötelezettségről, miszerint 2023. január 1-jétől az egyszer használatos csomagolásban elvitelre szánt ételeket és italokat árusító éttermek, bisztrók és kávézók kötelesek ezeket újrafelhasználható csomagolásban is kínálni. Az újrafelhasználható változat nem lehet drágább, mint az eldobható csomagolású termék. Ezenkívül az újrafelhasználható poharaknak minden méretű elvihető italhoz rendelkezésre kell állniuk, és az újrafelhasználható csomagolást nem lehet rosszabb feltételekkel kínálni, mint az egyutas csomagolást. Az újrafelhasználható csomagolást csak betétdíj ellenében szabad kiosztani, amelyet a visszaszolgáltatáskor visszatérítenek. Az új kötelezettség azonban sok erőfeszítést fog igényelni és költséges lesz az iparág számára, ezért a lehető legpraktikusabb, legvonzóbb és legköltséghatékonyabb megoldásokat igyekeznek megtalálni az új szabályozás végrehajtására. Ez különösen vonatkozik az újrafelhasználható csomagolások visszavételére is. Ennek érdekében a DEHOGA intenzív eszmecserét folytat különböző partnerekkel, és tagja a Reusable To-Go (RTG) kezdeményezés tanácsadó testületének. A jogi kérdések tisztázása érdekében a szövetségi és a tartományi kormányok a Szövetségi Környezetvédelmi Ügynökséggel (UBA) együttműködve összehangolt iránymutatás kidolgozására törekcszenek az újrafelhasználási ajánlati kötelezettség végrehajtásához. A közzététel legkorábban 2023 februárjában várható. Bonyolítja a képletet, hogy a kisvállalkozásoknál még nem lép életbe ez a kötelezettség.

Egyre inkább repülünk

Az IATA új adataiból kiderült, hogy a világ utasforgalma 2022 novemberben elérte a 2019. novemberi szint 75%-át. A belföldi forgalom valamivel gyorsabban élénkült, mint a nemzetközi, bár az adatok régióként nagy eltérést mutatnak. 2022 ősszel Kína még mindig nagyban befolyásolta a számadatokat. Az ország határai csak most nyíltak meg újra teljesen a nemzetközi járatok előtt, és a belföldi utazások novemberben mindössze 30%-át tették ki a négy évvel korábbi értéknek. A tágabb ázsiai-csendes-óceáni térségben, köztük Kínában működő légitársaságok alig feleannyi forgalmat realizáltak, mint 2019 novemberében. Európa, a Közel-Kelet és Afrika területén a visszaesés kevésbé volt súlyos, 15-17%-on maradt. A latin-amerikai légitársaságok forgalma mindössze 8%-kal maradt el a négy évvel korábbtól. Észak-Amerika mindössze 3%-kal csökkent. Az Egyesült



Államok belföldi piaca tulajdonképpen már majdnem visszatért oda, ahol a Covid előtt volt, novemberben mindössze 1%-kal esett vissza. Bár a forgalom még nem állt teljesen helyre a Covid-válságból, 2022 mégis jelentős lépést jelentett ebbe az irányba. Ha 2022 novemberét 2021 novemberével hasonlítjuk össze, az utazások 41%-kal nőttek, annak ellenére, hogy a kínai belföldi piac 39%-kal csökkent. Az a tény, hogy a légitársaságok csak a pandémia előtti utasforgalmuk háromnegyedét tudták visszanyerni, nagyban összefügg azzal, hogy Kína egészen a közelmúltig nem enyhítette belföldi és nemzetközi utazási korlátozásait. Szintén tényezőként jelentenek azonban a kínálati oldali korlátok, amelyek sok légitársaságot megakadályoztak abban, hogy növelje kapacitását. Ezek közé tartoznak a repülőgépgyártás késedelmei és a munkaerőhiány. A fellendülés sebességét a magas üzemanyagárak is hátráltatják, amelyek mind a légitársaságok, mind az utasok számára magasabb költségeket eredményeztek (Airlineweekly).

Brit támasz



Társszövetségünk, a UKHospitality a kormány új energiaszámla-kezdvezményrendszerének bejelentésére reagálva elmondta, hogy a vendéglátóipari vállalkozások számára létfontosságú volt az energiatámogatás meghosszabbítása, amely sokak számára mentőöv volt ezen a télen. Viszont az ágazatspecifikus csomag hiánya az olyan kiszolgáltatott ágazatokban, mint a vendéglátás, továbbra is magasabb számlákat fog eredményezni. Elemzésük szerint az új, alacsonyabb szintű támogatás az előző rendszerhez képest összesen 4,5 milliárd fontot fog kitenni az ágazat számláiban. Ez sokak számára fenntarthatatlan lesz, ha a vendéglátás nem kap további, célzott támogatást. Ezért arra kérik a kormányt, hogy fontolják meg, milyen más intézkedésekkel segíthetnék az ágazatot. Különösen az ingatlan adókedvezmény lehetne az egyik olyan intézkedés, amely jelentős változást hozna. A tágabb értelemben vett élelmiszer- és italágazat vendéglátóipari beszállítóitól, akik további támogatást kaptak, szeretnék, hogy ennek megfelelően támogassák az ágazatot az árképzésükben. Így, hogy már tisztán látják az energiatámogatás jövőjét, összehangolt magatartásváltozást akarnak elérni az energiaszolgáltatók részéről, akik méltánytalanul bántak a vállalkozásokkal túlzó árajánlatokkal és indokolatlanul óriási letéti vagy előlegfizetési követelésekkel. Ez a rendszer ugyanis jelentős beruházás a kormány részéről, és az energiaszolgáltatóknak nem szabadna ezt ürügyként felhasználniuk az árak emelésére.

Elkötelezettség

Az SSP Group, a világ egyik legjelentősebb utazási vendéglátó specializációja közzétette első fenntarthatósági jelentését. Miután 2021 végén elindította új fenntarthatósági stratégiáját, a jelentés bemutatja az SSP elkötelezettségét, hogy tápláló és fenntartható élelmiszereket kínáljon ügyfeleinek. A nettó nullára vonatkozó törekvések terén is nagy előrelépést tettek azzal, hogy befejezték a teljes szénlábnyomuk feltérképezését és kidolgozták részletes tervüket a nettó nulla 2040-re történő eléréséhez. 2022-ben elért néhány legfontosabb eredményük a következők voltak:

- az SSP saját márkás ételeinek 33%-a növényi alapú vagy vegetáriánus.
- több mint 387 000 étel megmentése a hulladéklerakóba kerüléstől a Too Good To Go ételtakarékossági alkalmazás segítségével - ez több mint 968 tonna szén-dioxid kibocsátásnak felel meg.
- az SSP saját márkás csomagolásainak 80%-a mentes a szükségtelen egyszer használatos műanyagtól és mintegy 85%-a újrahasznosítható vagy komposztálható.

(Public Sector Catering)



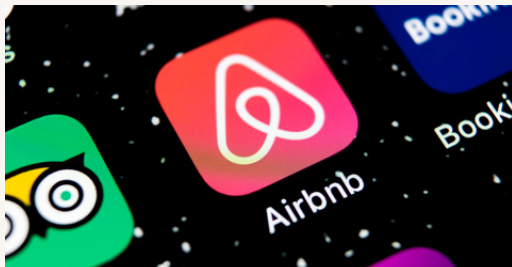
Southwest

Éveken keresztül a világ legsikeresebb, követendő példaként szolgáló fapados légitársasága volt a Southwest. 2022 hálaadástól újévig tartó ünnepi periódusában „szobruk” leomlott. A Skift idézi a Raymond James beruházási bank elemzőjének becslését, miszerint tömeges járatkimaradásai miatt 515 millió dollár, negyedik negyedéves árbevételük 9%-a ment veszendőbe és mindezt még megfejezi az érintett utazók kártérítése az igénybevett bérautóért, egyéb repülőjáratokért, szállásokért.



Közben január 11-én az amerikai repülőhatóság irányító szoftverének hibája miatt ismételten 1300 járat törlésére és 10 000 járat jelentős késésére került sor, ami ismételten utasok millióinak életét keserítette meg. A korábban egyéb ügyekről ismert Apex szövetség felszólította az amerikai kormányt az utasok kártalanítására. Az ő első becslésük szerint legalább 200 millió dollár a közvetlen gazdasági kár. A közlekedési miniszter ígéri a kormány jótállását a pl. többletszállás és ételköltségek formájában okozott károkért. Nem is nagyon tehetne mást, hiszen előző nap még a légitársaságok kártérítési kötelezettségeit hangsúlyozta pl. a fenti Southwest ügyben.

Airbnb-Google szkander



A rövid távú bérletek (STR) EU-s szabályozása kapcsán az Airbnb úgy érzi, hogy az európai szabályozók a Google-nak szabad kezet adtak, azt csinál, amit akar, rá nem vonatkoznak szabályok. A Skift szakértője, Dennis Schaal gyűjtötte össze az erre vonatkozó információkat. Az Airbnb unfairnek találja, hogy a rövidtávú bérletekre vonatkozóan megemelkedett adatszolgáltatási követelményrendszert írnak elő számára, de a Google ezt a szabályozást megússza. Úgy fogalmaz, hogy a jellemzően kis játékosok

rendkívül nagy terhet jelentő megfelelési igényekkel találkozhatnak, míg ez a nagy játékosokra, mint a Google Travel nem vonatkozik, holott nála is lehetséges közvetlen STR foglalás és így szerintük nekik is meg kellene felelniük az EU Bizottság javaslatában szereplő szabályozásnak. A Google-n keresztül működő Expedia és Booking.com volumenjei jóval elmaradnak az Airbnb-től, mégis megkezdte a háborút, holott a Google Travel-ön valóban nem kötődnek közvetlenül szerződések, csupán a Booking.com, Vrbo, Sonder, Vacasa és több kis cég marketing kezésként működnek és csupán foglalási és vendéglátást nyújtó szervezetek regisztrációs információját bocsájtják rendelkezésre. A Google-nak szinte egyetlen közvetlen üdülőhely bérbeadó partnere sincs, csak ingatlan bérbeadás menedzselő cégekkel áll kapcsolatban.

Hogy teremt magának nevet egy „kis” szállodalánc?

Az USA nyolcadik legnagyobb szállodalánca a Sonesta 2021-ben vásárolta meg az RLA Csoportot, 2022-ben pedig a James hotelmárka használati jogait. Így öt év alatt 80-ról 1200-ra növelte az általa menedzselte szállodák számát több, mint 100 ezer szobával. Újonnan induló márkája a Sonesta Essential, ahol a lényeg a tiszta szobán és a kényelmes ágyon van, az egyéb szolgáltatásokat minimális szintre csökkentették. Ez egy nagyon telített piac, de meglehetősen jövedelmező, tekintettel az alacsony költség szintre. A Sonesta Select is hasonló márka, egy kissé magasabb áron és eltérő képpel, de ő már versenytárs a Hyatt Place, Hilton Garden Inn Hotels, Four Points By Sheraton, Caution by Marriott brandekkel. A The James brand a luxus lifestyle szegmensben kíván versenyezni egy gazdagabb ajánlattal és beruház a szálloda bárjába és éttermébe is annak érdekében, hogy a helyi népszerűsége is magasabb legyen. További brandek: Sonesta ES Suites, Sonesta Hotels & Resorts, Sonesta Posadas Del Inca, Sonesta Simply Suites, The Royal Sonesta, Kinghts Inn, Hotel RL, Red Lion Hotels, Red Lion INN & Suites, Signature Inn GuestHouse Extended Stay, Americas Best Value Inn, Canadas Best Value Inn. Jelenleg a Sonesta a PR szakértő szerint egy híres, de névtelen cég, így most komolyabb kampányba kezdenek szélesebb körű megismertetésükre. A szakcég mondanivalójuknak megfelelően főszereplőt választott a kampányba, Judy Greer színésznő személyében, aki hasonlítható a szállodacsoporthoz is. Miután sok filmben játszott, az arcát ismerik, tehát híres, de lehet, hogy legtöbbször nem jut eszébe a neve. Meglátjuk az év végére mennyire lesz ismertebb a Sonesta.



Vásárlóerő megoszlása Németországban



A Food Service magazin ismerteti a legújabb GfK tanulmányt Németország vásárlóerejéről. Az ország összvásárlóereje 2186,7 milliárd euró, ez egy 3,3%-os nominális növekedéssel 26 271 eurót jelent fejenként, ami 842 eurós növekmény 2022-höz képest. A tanulmány érdekességei: Bajorországban az országos átlagnál 8%-kal több a vásárlóerő és 28 453 eurót tesz ki. A második helyről Baden-Württemberg tartomány 28 125 euró/fő értékkel a harmadik helyre szorította Hamburgot. A fenti három tartományon kívül csupán Hessen az, ahol a tizenhat szövetségi állam közül az átlag vásárlóerő az országos átlag fölötti. A sereghajtó Mecklenburg-Elő-Pomeránia 23 213 euróval, ami az országos átlag 88%-a. Érdekes, hogy a legmagasabb vásárlóerővel nem a gazdag nagyvárosok belső negyedeiben találkozunk, hanem e nagyvárosok körzetében. Így a legmagasabb vásárlóerő a München melletti Starnberg járásban található 36 866 euróval, második a müncheni járás 35 326-tal és harmadik a szintén München közeli Ebersberg 33 865 euróval. A müncheni városközpont a negyedik helyre esett vissza. A legalacsonyabb vásárlóerővel Gelsenkirchen járása rendelkezik, itt 20 862 euró az érték, ami 20%-kal marad el az országos átlagtól. További érdekesség, hogy Berlin vásárlóereje is 6%-kal az országos átlag alatt található.

Hogyan dicsér a Marriott?

A Marriott vezérigazgatójának, Tony Capuanonak LinkedIn profilján közzétett híre keltett nagy visszhangot a szakmában. „J. Willard Marriott kiválósági díjat kapott egy fiatal munkatársunk Peter Huang, a Csongkingi Sheraton főmérnöke. Szállodájuk a pandémia kellős közepén a város 2020 augusztusi árvizekor teljesen víz alá került, beleértve a szállodalobbit, a földalatti szinteket, azok valamennyi gépészeti-, villamos- és elektronikai eszközével. A víz visszavonultával Peter és csapata kevesebb, mint 24 óra alatt minden eszköz újraindulását biztosította, majd utána önkéntesként csatlakozott a szálloda egyéb részlegein dolgozókhöz, hogy előkészítsék a mielőbbi újrainvitást, ami a 10. napon meg is történt. Ezekre az önkéntes munkákra mindig elsőként jelentkezik legyen szó housekeepingről vagy a rendezvényrészlegről. Igazi csapatjátékos, aki minden kihívásra lelkesen és empatikusan reagál, a „nem tudom” (can't) szó nem szerepel a szótárában” – mindezeket egy több százezer munkatársat foglalkoztató cégóriás első számú vezetője mondta el az egész világnak egy jól teljesítő munkatársáról.



Uniós hírek

Hulladék

Az Európai unió megjelentette a csomagolási anyagok és csomagolási hulladék kezelésére vonatkozó szabályozását. Ez azt írja elő, hogy 2030-tól valamennyi csomagolási anyag újrafeldolgozható legyen és a műanyag csomagolóanyagok pedig tartalmazzanak újrafeldolgozott részt. A szabályok kihatással lesznek a közétkeztetésre, vendéglátásra is, ugyanis előírások lépnek érvénybe az újrafeldolgozandó, tiltandó, egyszer használatos és a zöld közbeszerzési szabályok is.

Az újrahasználatra és újratöltésre vonatkozó előírások:

- az elviteles hideg és meleg italok értékesítése 2030-ra 20%-ban, 2040-re 80%-ban újrahasználatos és újratölthető poharakban kell, hogy történjen.
- az elviteles készétel csomagolása 2030-as 10%-ról 2040-re 40%-ban újrahasználatos és újratölthető kell, hogy legyen.
- az üdítőitalok értékesítése a 2030-as 10%-os újrahasznosítási szintről 2040-re 25%-ra kell, hogy emelkedjen.

A csomagolás csak akkor tekinthető újrafelhasználhatónak, illetve újratölthetőnek, amennyiben egy megfelelő visszagyűjtési és használati rendszer van érvényben, míg az üdítőitalos palackokra egy visszatérítes letéti rendszer kell, hogy működjön. Belső információk szerint a tagállamok számára lehetséges lesz további célértékek kitűzésére, de kivételeket is alkalmazhatnak az alkalmazottak számától, a cégmérettől függően. A szabályozás el kívánja érni a HORECA szektorban az egyszer használatos csomagolási eszközök (pl. tálcák, poharak, fóliák, dobozok) teljes tiltását az ottani fogyasztásnál és feltöltéseknél. A bizottság javaslatát a következő egy vagy két évben tárgyalja az Európai Parlament, illetve a Tanács és tárgyalásaik végén születik meg a végleges szabályzat, mely szinte azonnali alkalmazásra fog kerülni a jóváhagyás után. Egyes intézkedéseknél marad majd átmeneti idő.



Norvégia új szabályozást vezetett be január 1-től az élelmiszerhulladék és csomagolás hatékonyabb kezelésére. Ennek értelmében azok a vállalkozások és munkahelyek, amelyek a háztartásokhoz hasonló hulladékot állítanak elő – ilyenek a dolgozók étkezéséről gondoskodó cégek is – kötelesek hulladékukat, így az élelmiszerhulladékot is különálló gyűjtőedényekbe rakni és ezek újrahasznosításáról gondoskodni. A szabályozás célértéke szerint az önkormányzatoknak legalább az élelmiszer és műanyag hulladék 70%-ának szelektált gyűjtését kell biztosítani 2035-re és a megfelelő feldolgozóüzemeknek is rendelkezésre kell állni. Az EU várhatóan 2023 második negyedévében teszi közzé új élelmiszerhulladékcsökkentési célszámait.