

HÍRLEVÉL

2023. június 22. 19. évfolyam 15. szám



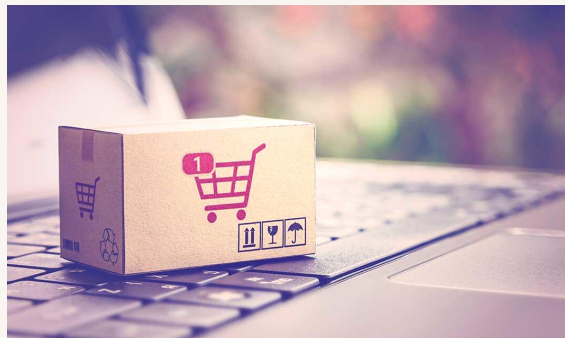
Oktatás megbeszélés /2. oldal



Csökkenő tranzakciós szám /3. oldal



Borralaló a világban /5. oldal



Közétkeztetés közbeszerzés /7. oldal

TARTALOM

Szövetségi Hírek

2. oldal

- Oktatás megbeszélés

Tag- és társszervezeti Hírek

- SÉF the World
- Versenyképességi felmérés 2023

Külföldi Hírek

3. oldal

- Csökkenő tranzakciós szám
- Franchise érdekesség
- N° 1
- Vezető brandek

4. oldal

- Trendi étkezés
- Bebiztosított ételkiszállítás

5. oldal

- Borralaló a világban
- Német foglalkoztatói rangsor

6. oldal

- Német konjunktúra
- Brit konjunktúra

Uniós Hírek

7. oldal

- Közétkeztetési közbeszerzés

Szövetségi Hírek

Oktatás megbeszélés

Június 19-én megrendezésre került a Nemzeti Készségcsoport által szervezett oktatási kerekasztal megbeszélés, ahol szinte az összes érintett képviseltette magát (oktatási intézmények, munkaadók, vállalatok). A rendezvényen helyzetleíró jellegű bemutatásokat tartottak tagjaink a felsőoktatás, a szakképzés, a felnőttképzés és a készségfejlesztés hazai állapotáról. Ezt követően elkezdtük a közös munkát, hogy előállítsunk egy olyan képzési javaslatcsomagot, ami összefogja az összes érintett érdekét és meglátásait, aminek segítségével kellő lobbierővel tudunk változást elérni. A következő lépés ennek a javaslatcsomagnak a megalkotása és remélhetőleg az őszi tanítási félévben a többi érintett (diákok és szülők) véleményének meghallgatása.



Tag- és társszervezeti hírek

SÉF the World



A múlt héten nem csak felnőttek kaptak elismerést a fenntarthatóbb hazai gasztronómia kialakítása kapcsán, hanem gyerekek is, csak róluk kevesebb szó esik, ahogy az azokról is, akik az ő versenyüket megszervezték. Pedig a "SÉF the World" verseny, amelyre 350, 7-12. osztályos diákokból álló csapat regisztrált 150 iskolából, így ezernél is több fiatal aktív részvételével zajlott, és a 3 fordulós vetélkedő közel 200 ezer embert ért el! A vetélkedő témája a fenntartható és egészséges étkezés a húsfogyasztás csökkentésével, a célja pedig a heti húsmentes étkezési nap bevezetésének megismertetése és népszerűsítése. A háromfordulós vetélkedőben a gyerekek népszerűsítő plakátokat, kisfilmeket terveztek,

majd a végén a Metro Gasztroakadémián tartott "főzőshow"-ban mérték össze a tudásukat. A vetélkedőt a Magyar Természetvédők Szövetsége szervezte a KÖZSZÓV, a METRO Magyarország és az Oxfam támogatásával.

Versenyképességi felmérés 2023

A svájci székhelyű Világgazdasági Fórum (WEF) több, mint két évtizede minden évben elkészíti a Globális Versenyképességi Felmérést, amely áttekintést nyújt a világ országainak versenyképességéről. A Jelentést széles körben alkalmazzák vállalati és politika döntéshozók, mivel a létező mutatók közül a legátfogóbb képet nyújtja az országok jelenlegi gazdasági-társadalmi helyzetéről és kilátásairól. A magyarországi résztanulmányt a KOPINT-TÁRKI Konjunktúrakutató Zrt. készíti, ebben az évben harmadik alkalommal az MGYOSZ-al együttműködésben. A magyar vállalatok válaszai nagyban hozzá tudnak járulni ahhoz, hogy objektív képet kapjanak a vállalatvezetők véleményéről. A részvétel önkéntes és anonim, teljesen online zajlik. A **kérdőív** magyar nyelvű, kitöltése kb. 30 percet vesz igénybe.

WORLD
ECONOMIC
FORUM



Külföldi hírek

Csökkenő tranzakciószám

2022 január és május közötti időszakhoz képest 2023 első öt hónapjában 41%-kal csökkent az utazási és turisztikai szektorban kötött cég eladási ügyletek száma, 475-ről 282-re. A vállalatfelvásárlások és összeolvasztások száma 43%-kal, a kockázati tőkebefektetések 34%-kal, a befektető társaságok beruházásai 44%-kal csökkentek. Az USA-ban 48%, Európában, az ázsiai-csendes-óceáni térségben, valamint a dél- és közép-amerikai régiókban 49%-os, 27%-os és 36%-os csökkenést regisztráltak, viszont a közel-keleti és afrikai régió ügyleti volumene nem változott. Az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban, Indiában, Franciaországban, Ausztráliában és Japánban ezen időszak alatt jelentős, 48%, 48%, 33%, 7%, 29% és 54%-os csökkenés volt tapasztalható éves szinten. Kína kiemelkedő kivételt jelent, és 19%-os éves növekedést regisztrált az időszak alatt bejelentett ügyletek számában, köszönhetően a korlátozások feloldásának.



Franchise érdekesség

Az IS Holding a KFC, a Pizza Hut és a Krispy Kreme fánk-konceptió franchisetulajdonosa Törökországban. Most megszerezte közel 200 KFC egység németországi franchise jogait, miután már ő volt az Ish Germany Equity cégével a 85 német Pizza Hut fiók franchisetulajdonosa.

N° 1

Az isztambuli repülőtér megdöntötte a frankfurti repülőtér 2019. szeptember 11-én elért rekordját, 1684 járatot szolgált ki egy nap alatt, ami 12%-os növekedést jelent az Eurocontrol szerint. A napi forgalom megugrása a futbalszurkolók hazaérkezésének köszönhető, miután részt vettek a 2023-as isztambuli Bajnokok Ligája döntőn. Az isztambuli repülőtér április 30-án 195 640 utast kezelt 1 301 járat fedélzetén. Isztambul új repülőtere, amelyet 4 és fél éve nyitottak meg, a várost kiszolgáló két nemzetközi csomópont közül a legnagyobb. Felváltotta az Atatürk repülőteret és egy forgalmas, modern légi létesítménnyé fejlődött, amely összeköti Európát és Ázsiát. A döntősök hazai városaiiban is jelentősen nőtt a napi forgalom, a milánói Malpensa repülőtér, Észak-Olaszország legnagyobb nemzetközi repülőterének forgalma 54%-kal emelkedett az előző héthez képest. Eközben a manchesteri repülőtér viszonylag szerény napi forgalmat produkált 5%-os növekedés elérésével.



Vezető brandek

A szállodai ipar lassan lábadozik a világjárvány hosszan tartó hatásaiból, ugyanis az 50 szállodamárka közül 27 (54%) értéke a pandémia előtti érték alatt marad. A szállodai márkák bajnoka, a 11,7 milliárd dollárra becsült Hilton (2%-os csökkenéssel) megőrizte címét a világ legértékesebb szállodamárkájaként a 2023-as top 10-es listán a szakértők legfrissebb jelentése szerint. 2022 a Hilton számai: 7000 szál-

lodával rendelkezett világszerte, meghaladta a 150 millió Hilton Honors tagot, és közel 200 millió vendéget fogadott. A bevételek pedig megugrottak, ahogy az üzleti és szabadidős utazások számai is megnöttek a világvárvány után. Márkaértéke csaknem kétszerese a második helyezettének (a Hyatt márkaértéke 3%-kal 6,1 milliárd USD-ra nőtt). A lista harmadik helyén a Hampton (4,3 milliárd USD) áll, a negyedik a Holiday Inn (3,7 milliárd USD), az ötödik a Marriott (3,1 milliárd USD), a hatodik a Shangri-La (2,1 milliárd USD), a hetedik a DoubleTree (2 milliárd USD), a nyolcadik a Sheraton (1,6 milliárd USD), a kilencedik az Embassy Suites Hotels (1,4 milliárd USD) és a tizedik helyet pedig az Intercontinental (1,2 milliárd USD) foglalja el. A szállodalánc a világvárvány alatt és azt követően is folyamatosan elkötelezett az innováció iránt. Legutóbb a szállodalánc bejelentette, hogy partnerséget kötött egy új, felhőalapú PMS platform bevezetésére a szállodáiban, hogy kielégítse a modern kényelmi szolgáltatások és a zökkenőmentes technológia (pl. megerősített, összenyitható szobák és a digitális kulcsmegosztás) iránti növekvő keresletet.

A Hilton rendelkezik a legmagasabb fenntarthatósági észlelési értékkel (SPV), 565 millió dollárral. Elemzők a „Fenntarthatósági észlelési pontszámmal” azt értékelik, hogy a fenntarthatóság milyen szerepet játszik a márka pozitív hírnevének kialakításában

Trendi étkezés

Rugalmas munkamodellek, fenntarthatóság, technológiai újítások. Hanni Rützler nemrégiben kiadott Élelmiszerjelentésében leírásra kerültek e fejlemények relevanciái és következményei, és világosan bemutatja az élelmiszeripar összes releváns trendjét. Egyre aktuálisabb a növényi alapú táplálkozás, egyre sokrétűbbek az élelmiszer-előállítás lehetőségei, a munka világában és a gazdaság egészében bekövetkezett változások új étkezési szokásokhoz vezetnek. A New Job Normal megváltoztatja étkezéseink szerkezetét. Míg az ebéd sokáig a mindennapi élet fix pontja volt, ma már a rugalmasság játssza a legfontosabb szerepet: az ember bármikor, bárhol eszik, ahol lehet. A rágcsálnivalók időtől és helytől függetlenül fogyasztható miniétkezésekké válnak. Az átalakulás másik központi pontja az organikus étkezés jövőjének kérdése, ugyanis úgy tűnik, hogy az organikuság eléri a határait: hol akar, kell és tud fejlődni a bio? Készek-e az iparág szereplői arra, hogy új dolgok felé nyissanak? Készen áll a hagyományos tudás és a csúcstechnológia innovatív kombinációjára? Ebben nyújt segítséget az Élelmiszerjelentés nemrégiben megjelent 11. kiadása, amely összefoglalja az összes lényeges fejlesztést és a legfontosabb élelmiszer-trendeket. További témák a növényi alapú élelmiszerek, beleértve a „tudatos húsfogyasztást” és a fenntartható trendeket az élelmiszer-pazarlás ellen.



Bebiztosított ételkiszállítás



A három fő németországi ételkiszállító cég eltérő stratégiát követ a sofőrök alkalmazásában. A Just Eat Takeaway leányvállalata, a Lieferando szerint minden sofőrt kötelező társadalombiztosítási alapon foglalkoztatnak. Állandó közvetlen munkaviszonyukban a munkavállalók minden joga és biztosítéka megilleti őket: a betegség esetén történő bérfizetéstől kezdve a munkáltató által biztosított biztosításon át a munkaeszközökig, a szabadságpénzig és egyéb szociális juttatásokig. A Gründerszene portál szövegírója szerint a

Doordash-hez tartozó Wolt futárszolgáltatnak több mint 4000 állandó alkalmazottja van Németország-szerte, akik rendelkeznek egészségbiztosítással és a minimálbér feletti fizetést kapnak. Alkalmanként a Wolt olyan munkaerő közvetítőre támaszkodik, mint a Job & Talent és a Zenjob. Az Uber Eatsnél viszont a sofőröket nem közvetlenül alkalmazzák. Az amerikai gyökerekkel rendelkező futárszolgálat saját tájékoztatója szerint Németországban helyi bérbeadó cégekkel dolgozik együtt, amelyek a sofőröket foglalkoztatják. Mindhárom bérleti platformnak vannak olyan éttermei is, amelyek saját flottájukkal szállítanak, így maguk felelnek a sofőrök munkaviszonyáért.

Borravaló a világban



A vendéglátásban bevett szokás a borraivaló, ennek gyakoriságáról ad képet Európában és az USA-ban jelenleg végzett felmérés. A YouGov közvélemény-kutató cég ezt a kérdéskört 7 északi és nyugat-európai országban (Németországban, Nagy-Britanniában, Franciaországban, Olaszországban, Spanyolországban, Svédországban, Dániában) és az USA-ban vizsgálta. A válaszadók egy része is úgy érzi, hogy borraivalót kell adnia, például a társadalmi nyomás miatt (Spanyolországban a borraivalót adók 9%-a, Svédországban pedig 21%-a). A rosszul fizetett személyzet alig motiválja a borraivaló nyújtására az északi fogyasztókat (8%-9%), de az amerikai (24%), a francia és az olasz (egyenként 23%) borraivalóadóknak nagyobb hányada számára igen. Németországban ez az arány 21%. Az amerikaiak akkor is adnak borraivalót, ha rossz vagy nagyon rossz kiszolgálást tapasztaltak egy étteremben. Minden ötödik amerikai, aki egyáltalán borraivalót ad, és nagyon rossz kiszolgálást tapasztalt egy étteremben, azt mondja, hogy minden alkalommal vagy legtöbbször borraivalót ad (21%). Ez minden bizonnyal annak is köszönhető, hogy az USA-ban a szolgáltatási szektorban, például az éttermekben vagy taxisofőrként dolgozók közül sokan a borraivalóra vannak utalva (itt gyakori a 15-20%-os borraivaló) a nagyon alacsony bérek miatt, és ezt szükség esetén közvetlenül is követelik. Az európai országokban ezzel szemben a rossz kiszolgálás kizárósi kritérium. Tízből kevesebb mint 1 ad még mindig borraivalót: Franciaországban 9%, Németországban 8%, az Egyesült Királyságban 3%, Dániában 2%. Mivel a németek és az amerikaiak körülbelül ugyanolyan gyakran adnak borraivalót az éttermekben, úgy tűnik, hogy jelentős különbség van: Németországban a borraivaló úgy tűnik, hogy közvetlenül kapcsolódik a jó kiszolgáláshoz, míg az USA-ban nem. Azok között a válaszadók között, akik általában vagy néha adnak borraivalót, a borraivaló szokásos mértéke a számla 5%-a vagy 10%-a. A spanyolok (55%), a franciák (53%) és az olaszok (46%) adnak a leggyakrabban 5% borraivalót, míg a 10% a leggyakoribb borraivaló mértéke a britek (61%), a németek (52%), a svédek (49%) és a dánok (39%) körében. A németországi válaszadók 78%-a, az USA-ban pedig 77%-a ad borraivalót az éttermekben, Dániában viszont ez a szám csak 24%. Ezenkívül a német kocsmába látogatók 65%-a ad az ott dolgozó személyzetnek borraivalót, 61%-a a futárszolgáltatásnak, 56%-a taxisofőröknek és 54%-a Uber vagy más telekocsi-szolgáltatás sofőrjének, 47%-a a szállodai személyzetnek, 46%-a pedig a kávézók baristáinak munkáját is honorálja. A németek viszont kevésbé jutalmazták borraivalóval az autószerelőket, minden 5. autószerelő szolgáltatást igénybe vevő személy mondta ezt (21%).

A Jägermeister 2022-ben egy hasonló tanulmányt publikált a borraivalóról, a vendéglátóiparra fókuszálva. Ennek megfelelően a megkérdezett 1196 (18-49 év) fogyasztó, valamint a vizsgálatban részt vevő 106 pultos, 116 vendéglős és 68 taxis azt állította, hogy a klublátogatók 29%-a, a kocsmalátogatók 54%-a, a bárlátogatók 60%-a, az étterem vendégeinek 92%-a és a taxis utasok 50%-a honorálja borraivalóval az igénybe vett szolgáltatást. Annak ellenére, hogy az egyes országokban eltérő a borraivaló-kultúra, a fő ok, amiért az emberek borraivalót adnak, ugyanaz: a jó szolgáltatás jutalma. Az USA-ban a borraivalót adók 56%-a, Dániában 71%-a ért egyet ezzel az állítással, míg Németországban, Nagy-Britanniában, Svédországban és Olaszországban 3 válaszadó az 5-ből (61%). A Jägermeister tavalyi tanulmánya is arra a következtetésre jutott, hogy a vendégek 65%-a csak akkor ad borraivalót, ha a kiszolgálást jónak ítélték meg.

Német foglalkoztatói rangsor

A Kununu munkaadó-értékelési platform azonosította a német vendéglátóipar legjobb munkáltatóit. Az élen az étkeztetők állnak, őket követi több luxusszálloda. A jelenlegi személyzeti válságban az állásportálok egyre fontosabbá válnak és ebben játszik központi szerepet a Kununu felülete. A Xinghez tartozó oldalon az alkalmazottak névtelenül, de részletesen értékelhetik munkáltatójukat. Az Aramark-kal a közétkeztetési szektor 2 cége

kununu ^{ES}

vezeti a rangsort, a második a chicco di caffè. A családbarát munkaidőt különösen nagyra értékelik az itteni dolgozók, esténként és hétvégén ritkán dolgoznak. A rangsor meghatározó tényezője az értékelések mennyisége, egyidejűleg a legjobb munkáltatóként való megkülönböztetéssel. Ennek eredményeképpen néhány alacsonyabb helyen több csillag vagy ma-

gasabb ajánlási arány van, de ezek a személyzet kevesebb értékelésén alapulnak. A harmadik helyen, némileg meglepő módon, a Böckels Beste, egy büfé-lánc áll, amelyet Észak-Rajna-Vesztfáliai tartományban különösen a curry kolbászért becsülnek. Ezt követi a Breidenbacher Hof és az Öschberghof, két szálloda a felső szegmensből, amelyek magas ajánlászámokat kaptak. A 6. helyen a Domino's pizzafutárszolgálat áll, amely jelenleg átszervezési folyamatban megy keresztül.

Német konjunktúra



A Destatis előzetes eredményei szerint Németországban 2023 áprilisában 12,4%-kal több, 40,2 millió vendégéjszakát számláltak, mint egy évvel korábban, így majdnem ismét elérte a pandémia előtti szintet. A németországi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma 9,9%-kal 33,9 millióra nőtt 2023 áprilisában az előző év azonos hónapjához képest, ami 2,6%-kal több vendégéjszakát jelent, mint 2023 áprilisában. A külföldről érkező vendégéjszakák száma 28,5%-kal 6,3 millióra nőtt az előző év azonos hónapjához képest, de így is 13,2%-kal maradt el a 2019. áprilisi válság előtti szinttől.

Társzövetségünk, a DEHOGA jelentése szerint a németországi éttermek és szállodák 3 egymást követő veszteséges év után még mindig nem érték el a válság előtti értékesítési szintet. 2019 első negyedévéhez, azaz a járvány kitörése előtti időszakhoz képest a vendéglátóipar forgalma reálértéken 12,5%-kal csökkent január-márciusban (nominálisan +7,1%). Az előző év azonos időszakához képest a vendéglátóipar reálértéken 15,2%-kal (nominálisan 27,1%-kal) több forgalmat generált, mint egy évvel korábban. Figyelembe kell azonban venni, hogy 2022 I. negyedévéig még mindig jelentősen sújtották a Corona-korlátozások, a vendéglátóipar és a szállodaipar forgalmában komoly veszteségeket okozva (reálértéken -24% 2019-hez képest). Az árbevétel és a nyereség megtérülése jelentősen visszaesett a Német Takarékpénztárak és a Giro Szövetség friss tanulmánya szerint. A Corona-válságban elszenvedett hatalmas veszteségek miatt az ágazatban működő adóköteles vállalkozások száma a 2019-es 222 400-ról már 186 600-ra csökkent (2021-től, a Destatis 2023 márciusában közzétett forgalmiadó-statisztikája szerint). Ez azt jelenti, hogy az ágazat 2 Corona-év alatt 36 000 vállalatot veszített, ami 16,1%-os csökkenést jelent.

Brit konjunktúra

Megfelelő gazdasági és politikai környezet esetén a vendéglátás 29 milliárd fonttal növelheti a gazdasághoz való közvetlen hozzájárulását, és félmillió új munkahelyet teremthet 2027-ig. Társzövetségünk, a UKHospitality nyári konferenciáján közzétett új jelentéséből kiderül, hogy az elmúlt hat évben a vendéglátás 20 milliárd fonttal 93 milliárd fontra növelte éves gazdasági hozzájárulását. Az ágazatban a foglalkoztatottság is 3,5 millióra emelkedett, így a vendéglátás az ország 3. legnagyobb foglalkoztatója. Az Ignite Economics által készített jelentés részletezi, hogyan működik a vendéglátás a gazdaság középpontjában. Egyedül 2022-ben a vendéglátás 54 milliárd GBP adóbevételt jelentett a kincstárnak, 20 milliárd GBP értékű exportot és 7 milliárd GBP értékű üzleti befektetést generált. Ezek a számok azt mutatják, hogy mennyire gazdasági húzóágazat a vendéglátás. Annak ellenére, hogy az elmúlt 6 évben járványon és megélhetési válságon ment keresztül, ágazatként továbbra is leküzdötte a kihívásokat, hogy növelje értékét a gazdaság számára, és megerősítse pozícióját jelentős munkaadóként. A kormány szorosabb együttműködését kéri, hogy megragadja a kínálkozó lehetőségeket és a vendéglátásban rejlő nagy potenciált. Olyan rövid távú problémákat kell kezelni, amelyek elfojtják a további növekedést, mint például a hatalmas energiaköltségek, az élelmiszer- és italinfláció, valamint a munkaerőhiány, és meg kell vizsgálni a hosszú távú strukturális problémákat, amelyek hátráltatják a vállalkozásokat az üzleti kamatokon, az engedélyezésen és a tervezésen keresztül.



Uniós hírek

Közétkeztetési közbeszerzés

Az EFFAT és a FoodServiceEurope egy közös nyilatkozatban fejezték ki aggodalmukat a jelenlegi uniós közbeszerzési szabályok által a közétkeztetési ágazatban dolgozó munkavállalók és munkáltatók szociális és gazdasági jogaira jelentett potenciális veszélyekkel kapcsolatban. Hangsúlyozzák, hogy Európában a közbeszerzési pályázatok felét kizárólag a legalacsonyabb ár alapján ítélik oda, ami tisztességtelen versenyhez és a szociális kritériumok figyelmen kívül hagyásához vezet. Ez a megközelítés azzal a kockázattal jár, hogy visszaveti a minőségi szolgáltatásnyújtást, károsítja a társadalmilag felelős vállalatokat, és veszélyezteti a tisztességes munkát és bérezést. Ezért az EFFAT és a FoodServiceEurope a közbeszerzésben a "legjobb ár-érték" megközelítést támogatja, és sürgeti az EU közbeszerzési irányelvének felülvizsgálatát a minőségi kritériumok előtérbe helyezése és a kollektív alku előmozdítása érdekében. Felszólítják az Európai Bizottságot, hogy erősítse meg a szociális partnerek tárgyalási képességét, fokozza a közbeszerzési ügyekben a reprezentatív szociális partnerekkel folytatott konzultációt, és növelje a közbeszerzők szakmai felkészülésének és tudatosságának finanszírozását. Ezen túlmenően az alapvető szolgáltatásokra és a munkaerő-igényes iparágakra (pl. közétkeztetésre) vonatkozó közbeszerzési szabályok kiigazítását javasolják, beleértve a legalacsonyabb ár kritériumának kizárását és a kollektív szerződések betartásának követelményét a kollektív tárgyalások közbeszerzésen keresztül történő előmozdítása érdekében.

