

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2024. évi tizenkettedik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2024. május 06. 20. évfolyam 12. szám



Szövetségi hírek

- Áprilisi Turizmus Konjunktúra Index
- Intéző Bizottsági ülés
- Felügyelő Bizottsági ülés
- Vendégmunkás konferencia

(A) ACCENT HOTELS

Tag- és társszervezeti hírek

- MNB konjunktúra felmérés
- A legvonzóbb



Nemzetközi hírek

- Jegyadó
- Biztonság
- A vendéglátás nem a legjobb
- AIDA Arábiába megy
- No-Shows
- Domino's Burger
- Nyer a digitális
- Személyreszabás
- Italok német nyelven
- Online foglalások
- McDonald's negyedév



Uniós hírek

- HOTREC Közgyűlés
- Zöld kerozin
- Osztályozási változások

Szövetségi hírek

Áprilisi Turizmus Konjunktúra Index

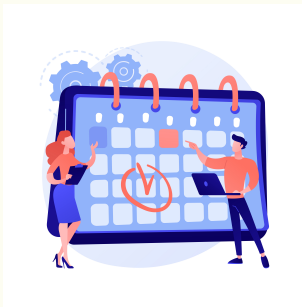
A TKI index 2024. áprilisban +5 ponton állt (-100 és +100 közötti skálán értelmezve), mely azt jelenti, hogy az ágazat szereplői helyzetüket pozitívnak érzékelték. Az index legutóbb 2022 júniusában állt ennél magasabb szinten. Értéke 7 ponttal nőtt az év negyedik hónapjában, ezzel 3 ponttal haladja meg az egy évvel ezelőtti értékét.



A szálláshely-szolgáltatásban és a vendéglátásban éppen a márciusi visszaesést dolgozta le az index, míg az egyéb turisztikai szektorban is emelkedett, március után immár második hónapja. A szolgáltatási szektor és benne a turizmus konjunktúrája pozitív irányban egyre jobban elválnak a gazdaság többi szektorától. A TKI index áprilisban jelentősen meghaladta a nemzet-gazdasági

átlagot képviselő GKI üzleti bizalmi indexet (-8 pont). Magasabb volt ugyanakkor az ipar (-10 pont) és a kereskedelem (-13 pont), valamint jóval magasabb az építőipar (-22 pont) indexénél. Amennyiben a 2024 áprilisi TKI indexet összevetjük az egy évvel korábbival (2023. április), növekedést tapasztalunk. Az alszektorok közül az egyéb turisztikai szektor indexe javult jelentősen éves összehasonlításban, míg a vendéglátásé megegyezik a tavalyival, a szálláshely-szolgáltatásé pedig kissé alacsonyabb. Minden méretcsoportban javulás következett be 2023 áprilisához képest, míg a TKI alindexei közül négy javult, egy pedig romlott az elmúlt egy év alatt. Az elmúlt három hónapban nem változott a kereslet a turisztikai ágazatban igényelt munkaerő iránt (az előző év azonos időszakához képest). A következő három hónapra vonatkozóan +12 pontot mértünk, mely azt jelenti, hogy a cégek dinamikusan bővítik állományukat. Az üzleti tevékenység eredményének indexe az elmúlt negyedévben magas szinten hullámzott, mely azt jelenti, hogy a cégek képesek alkalmazkodni a bevételüket, illetve a költségeiket érintő változásokhoz. Márciushoz képest a szálláshely-szolgáltatásban 5 ponttal +26 pontra csökkent, míg a vendéglátásban 6 ponttal +20 pontra, az egyéb turisztikai szektorban 19 ponttal +26 pontra nőtt az eredményességi index.

Intéző Bizottsági ülés



Szövetségünk soron következő Intéző Bizottsági ülése **2024. május 8-án 14 órakor** kerül megrendezésre a VIMOSZ székhelyén. Beszámolunk a legutóbbi IB ülés óta történt eseményekről és áttekintjük az ez évi lehetséges teendőket. Ezt követően megbeszéljük a közgyűlés előkészítését.

Felügyelő Bizottsági ülés

Szövetségünk soron következő Felügyelő Bizottsági ülése **2024. május 9-én 10 órakor** kerül megrendezésre a VIMOSZ székhelyén. A Bizottság megvitatja a 2023. évi gazdálkodást, 2024. évi gazdálkodási tervet és javaslatot tesz a Közgyűlés számára.

VIMOSZ
TURISZTIKAI ÉS VENDEGLÁTÓ MUNKAADÓK
ORSZÁGOS SZÖVETSÉGE



Vendégmunkás konferencia

A VIMOSZ a Munkaadók és Gyáriparosok Országos Szövetségével és az Országos Humánmenedzsment Egyesülettel közösen **2024. május 10-én 9 órától** a

Budapesti Kereskedelmi és Iparkamában szakmai konferenciát tart A vendégmunkások növekvő szerepe a magyar turizmus-vendéglátásban címmel.



A rendezvényen a részvétel ingyenes, de a helyszín befogadóképessége miatt szigorúan regisztrációhoz kötött. Részvételi szándékát [EZEN](#) az online regisztrációs felületen jelezheti május 6-ig. A konferencia programját pedig [EZEN](#) a linken keresztül érheti el.

Tag- és társszervezeti hírek



MNB konjunktúra felmérés

A Magyar Nemzeti Bank (MNB) 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. Szövetségünk támogatta az MNB munkáját eddigi felmérések lebonyolításában. Együttműködésünknek köszönhetően a válság kezelését célzó intézkedések kidolgozásánál a jegybank vezetői több ezer vállalat válaszait ismerhették meg. Eddigi felmérések eredményei megtalálhatók az MNB honlapján. Ezen a [linken](#) keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek **2024. május 17-ig** van lehetősége.

A legvonzóbb

Az Accent Hotels a Randstad Employer Brand Research 2024 felmérése alapján elnyerte a

(A) ACCENT HOTELS

"Legvonzóbb munkaadó" címet a HORECA szektorban.

A rangos elismerés kiemeli a vállalat elkötelezettségét a munkavállalói iránt, és erősíti a munkaerőpiacon betöltött vezető pozícióját. A cégcsoport büszke arra, hogy olyan munkahelyeket teremt, ahol a munkavállalók értékelve érzik magukat, és lehetőségük van arra, hogy tervezzék a szakmai és személyes fejlődésüket, kibontakoztassák tehetségüket (Accenthotels).

Külföldi hírek

Jegyadó



A Németországból érkező repülőgép járatok május 1-től drágábbak lesznek, ugyanis magasabb légitársasági adót kell fizetni. Az adó mértéke az egyes járatok távolságától is függ.

Az áremelkedések áttekintése (jegyenként):

I. távolsági osztály (Európa): 15,53 euró (korábban: 12,73 euró).

II. távolsági osztály (közepes távolság, pl. Észak-Afrika vagy Közel-Kelet): 38,72 euró (32,25 euró).

III. távolsági osztály (hosszú távú, beleértve az amerikai kontinenst is): 70,83 euró (58,06 euró).

Ez az adó minden olyan jegyre vonatkozik, amelyet a Német Szövetségi Köztársaságban forgalmaznak. Ez azt jelenti, hogy a külföldi légitársaságokra is ugyanúgy vonatkozik ez a jegyadó, mint a hazai légitársaságokra. „A jegyadó emelésének oka a szövetségi kormány költségvetési hiánya”, magyarázza Felix Kempf, a düsseldorfi IST egyetem turizmusmenedzsment programjának vezetője. „A szövetségi kormány ebből 500 millió eurót vár”. Mivel a

légitársaságoknak nincs hasznuk az emelésből, a költségeket a fogyasztókra hárítják.

A jegyár szempontjából döntő tényező a foglalás időpontja. Az emelést csak akkor kell fizetni, ha már május 1-je után veszik meg a jegyet, a korábban vásárolt jegyekre nem vonatkozik (ZDFheute).

Biztonság

Az Economist Intelligence Unit már négyszer adta ki a **Safe Cities Indexet** (SCI), azaz a „Biztonságos városok indexét”. Az utolsó jelentés 2021-ben jelent meg. A jelentéshez 60 várost rangsoroltak 76 mutató alapján a digitális, egészségügyi, infrastrukturális, személyes és környezeti biztonság terén.



A legfrissebb jelentés szerint Koppenhága a legbiztonságosabb város. Míg a legutóbbi rangsorban Tokió volt a világ legbiztonságosabb városa, most Dánia fővárosa vezeti a rangsort a 100 pontból 82,4 ponttal (2019-ben még csak 8. helyen állt). A rangsorban bekövetkezett elmozdulás valószínűleg annak is köszönhető, hogy a koronavírus-járvány után új kategóriákat és értékelési kritériumokat építettek be a rangsorba. Figyelembe vették a környezetbiztonság szempontjait és olyan tényezőket is, mint a Covid-19 miatti halálozási arány. Koppenhága nemcsak az általános rangsorban, hanem a "személyes biztonság" kategóriában is az első helyet szerezte meg.

A 10 legbiztonságosabb város:

1. Koppenhága, Dánia (82,4 pont)
2. Toronto, Kanada (82,2 pont)
3. Szingapúr (80,7 pont)
4. Sydney, Ausztrália (80,1 pont).
5. Tokió, Japán (80 pont)
6. Amszterdam, Hollandia (79,3 pont)
7. Wellington, Új-Zéland (79 pont)
8. Hong Kong (78,6 pont)
9. Melbourne, Ausztrália (78,6 pont)
10. Stockholm, Svédország (78 pont)

Az egészségügy kategóriában olyan pontokra bontják, mint az egészségügyi ellátáshoz való hozzáférés, az egy lakosra jutó orvosok száma, a levegő és a víz minősége, valamint a csecsemőhalandóság. Ebben a kategóriában még mindig Tokió a legbiztonságosabb város.

A városok listáját látva érdekes például, hogy olyan városok, mint München vagy Berlin nem szerepelnek míg Mumbai vagy Rio de Janeiro igen. Ez azért van, mert világszerte csak 60 várost elemeztek, így nem teljesen reprezentatív a kutatás (TRAVELBOOK).

A vendéglátás nem a legjobb



A Stern és a Statista által készített "Németország legjobb munkáltatói" rangsorhoz összesen több mint 33.000 munkavállalót kérdeztek meg. A felmérés olyan szempontokra összpontosított, mint a vállalat megítélése, a fizetés, a fenntarthatóság, a további fejlődés és a kilátások, valamint az imázs, a növekedés, az együttműködés és a felettesek viselkedése.

A rangsorban a legnépszerűbb német vendéglátóipari márka a vendéglátás, szabadidő, szállodák és turizmus kategóriában a Block House (144. hely). A hamburgi székhelyű vállalat jelenleg 1211 főt foglalkoztat. Az Europa-Park a 206. helyen áll 4.450 alkalmazottal, ezzel a második helyen áll a vendéglátás szegmensben. A Marché Restaurants (420. hely, 1.525 alkalmazott) szintén bekerült a rangsorba, és a harmadik helyen áll a vendéglátás szegmensben. Őket az Apetito (566. hely, 2.468 alkalmazott) követi.

Egyébként az ország legnépszerűbb munkáltatója az Adidas. A sporteszközügyártó az 5. helyről az 1. helyre javított az összesen 650 munkáltatót felvonultató rangsorban az előző évhez képest (stern.de).

AÏDA Arábiába megy

A korábbi számunkban már bemutatott bécsi AÏDA kávézó és cukrászda tovább terjeszkedik: az elmúlt években Ausztrián belül a bécsi repülőtéren, Grazban és Innsbruckban nyíltak új helyek. Hamarosan a müncheni repülőtéren, majd Dzsiddában, Szaúd-Arábia egyik legfontosabb kikötővárosában is lesz egy leányvállalata az SSP-vel közösen.

Az AÏDA saját bevallása szerint arra törekszik, hogy a hagyományt és az innovációt ötvözze, és hogy ügyfeleinek kézzel készített cukrászsüteményeket, kiváló kávékat és jó kiszolgálást kínáljon.

Emellett egy elvitelre alkalmas területet is kialakítanak. Szeretnék minden vendéggel, akár távolabbról érkezik, megismertetni az osztrák kávéházi látogatás egyedülálló élvezetét (food-service.de).



No-Shows

A Dehoga felmérése szerint egyre gyakoribb, hogy a vendégek a foglalásuk ellenére nem jelennek meg a vendéglátóhelyeken. Németországban egyre több étterem számít fel díjat, ha a vendég nem jelenik meg, vagy ha a foglalt idő előtt rövid időn belül lemondja az érkezést.

A legnagyobb probléma, ha a megrendelt ételek már elkészültek, vagy az adott lefoglalt „helyet” már nem tudják értékesíteni. Az ilyen üres asztalok különösen veszélyesek azokban az éttermekben, ahol kevés a férőhely vagy magas színvonalú az étlap, és kevés a betérő vendég. A Dehoga szóvivője szerint az, hogy az éttermek számítanak fel ilyen díjat, más országokban már bevett gyakorlat. Az Egyesült Államokban például a vendégeknek a foglalás mellé ki kell fizetni egy étkezési jegyet is. Néhányan azonban nem merik

bevállalni a díj bevezetését, mert félnek, hogy így veszítenek a forgalmukból és jó hírnevükből (Dehoga).

Domino's Burger

Újdonság a Dominótól: A Prime Burger Pizza. Az új termék április 24-től elérhető a cég étlapján. A Prime Burger Pizza nevű termékkel a Domino's Pizza a hamburger és a pizza közötti határokat szeretné elmosni. A darált marhahúsból, uborkából és édes ketchupból álló feltét célja, hogy autentikus hamburger ízt biztosítson.



Az új Domino's termék kampánya a Jung von Matt Hamburg kreatív ügynökségtől származik. A kihívás a Domino's Pizza megkülönböztetése a német versenytársaktól, és a vállalat úttörő szellemének hangsúlyozása. Ennek érdekében a JvM Hamburg egy többcsatornás márkaplatformot fejleszt ki, amely egységesebb megítélést és márkakommunikációt tesz lehetővé. Mind a vállalati arculatot, mind a márkanarratívát átdolgozzák és kiegészítik a Domino's innovációi. Az együttműködés kezdőlékését az új termékinnováció adja meg (food-service.de).

Nyer a digitális

A digitális fizetési lehetőségek már évek óta elérhetőek és egyre nagyobb körben elterjedtek. A YouGov piackutató online felmérés eredményei szerint a fogyasztók különösen nagyra értékelik a digitális fizetési lehetőségek nagyobb rugalmasságát.



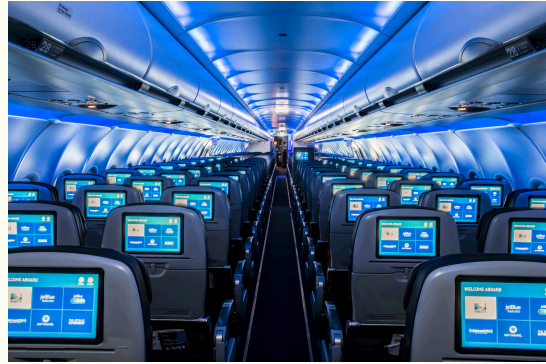
A válaszadók 66 százaléka szerint a digitális rendszerek rugalmasságot biztosítanak számukra, hogy úgy fizessenek, ahogyan szeretnék. A résztvevők 61 százaléka úgy látja, hogy a rendszerek segítségével gyorsabban és kényelmesebben fizethetnek. Emellett a válaszadók úgy vélik, hogy rövidebb várakozási időt (56%) és nyugodtabb vásárlást/étteremlátogatást (49%) eredményeznek. Ami a fenntarthatóságot illeti, a válaszadók 49 százaléka egyetért azzal az állítással, hogy a POS-rendszerek használata lehetővé teszi a kiskereskedők számára a fenntarthatóbb működést. A válaszadók 44 százaléka úgy érzi továbbá, hogy a digitális fizetési folyamatok nagyobb kontrollt biztosítanak a költséik felett. A felmérés eredményei azt is mutatják, hogy különösen a fiatalabb célcsoportok értékelik jobban a digitális pénztári rendszerek előnyeit, mint az idősebbek.

A digitális rendszerek nemcsak a fogyasztók számára nyújtanak nagyobb kényelmet, hanem a kereskedők számára is lehetővé teszik, hogy javítsák szolgáltatásaikat és csökkentsék adminisztratív költségeiket. Az érkezett adatok szerint a mobilkártya-terminálról a teljes digitális pénztárrendszerre való átállás átlagosan 15 százalékkal több eladást eredményezett.

A készpénzzel szemben alternatív fizetőeszközök elfogadásának hajlandósága egyre fontosabbá válik a fogyasztók szemében. A Mastercard adataiból az is kiderül, hogy a vásárlók kis összegek esetén és utazáskor is előnyben részesítik a kártyás fizetést. Ezzel összefüggésben a német lakosság 57 százaléka részesíti előnyben kártyás, okostelefonos vagy okosórával történő digitális fizetést (YouGov).

Személyreszabás

A JetBlue légitársaság bejelentette a Blueprint by JetBlue névre keresztelt, személyre szabott fedélzeti élményplatformot, amely az utasok számára nagyobb testreszabhatóságot biztosít az utazás során. Az elhelyezett alkalmazás olyan élményt szeretne nyújtani az utazók számára, mint amit otthon tapasztalnak kedvenc streaming platformjaikon.



"A JetBlue mindig is újító volt, hiszen elsőként rendelkezett minden repülőgépen háttámlára szerelt képernyőkkel és gyors, ingyenes és korlátlan Wi-Fi-vel" - mondta Jayne O'Brien, a JetBlue marketing- és ügyfélszolgálati vezetője.

Néhány példa az új funkciók közül:

- **Watch party:** egyszerre akár 6 személy is tudja ugyanazt a filmet nézni, mintha csak otthon filmeznék a családdal. A lejátszás és szüneteltetés is vezérelhető az összekapcsolt képernyőn, függetlenül attól hol ülnek a személyek.
- **Tartalmi ajánlások:** korábbi megtekintések alapján személyre szabott ajánlatokat kaphatunk.
- **Folytassa ott, ahol abbahagyta:** az alkalmazás megjegyzi, meddig jutottunk a filmmel, és akár átszállás után is folytathatjuk onnan, ahol abbahagytuk a filmet.
- **Elmentett kedvencek:** kedvenc filmjeinket elmenthetjük, így a következő repülésnél nem kell keresgélni új műsorok után.
- **Mentett beállítások:** A rendszer elmenti a hozzáférhetőségi és rendszerbeállításainkat, pl: hangerő, nyelv, felirat vagy szülői felügyelet
- **Partnerségek:** Peacock, exkluzív tartalmakhoz és ajánlatokhoz biztosít lehetőséget az utasoknak.

Ezekon kívül a JetBlue kibővíti több, már meglévő szolgáltatását, hogy még inkább személyre szabott utat tudjon biztosítani.

- **Személyes üdvözlés:** az utasok megváltoztathatják az utazási profiljukon a kívánt nevüket, így a személyes üdvözlésben ezen a néven szólítják őket.
- Az utas születésnapján konfettigráfiával köszönti, továbbá egy ingyenes ital is jár hozzá (21+).

- Az ügyfelek közvetlenül az ülésükön hozzáférhetnek a JetBlue csatlakozó járataival és a kapukkal kapcsolatos információkhoz.
- A képernyő rendelési funkciója lehetővé teszi, hogy a helyükről rendeljenek ételt.
- Egy kattintással egyszerűen regisztrálhatnak a JetBlue TrueBlue hűségprogramjába az üléstábla érintőképernyőjén megjelenő QR kódon keresztül.

Az új személyre szabási funkciók bevezetése megkezdődött a JetBlue Thales által üzemeltetett AVANT érintőképernyős repülőgépein, és várhatóan a jövő hónapban fejeződik be (TravelPulse).

Italok német nyelven

Az Orderbird italindex bemutatja a különböző vendéglátóhelyek látogatóinak preferenciáit. A vállalat több mint 19 900 németországi, 1180 ausztriai és 960 svájci vendéglátóhely anonimizált adatait elemezte a 2022-es és 2023-as évekből. Az emelkedő árak ellenére továbbra is a régi kedvencek, mint a kávé, a víz és a sör töltötték meg a legtöbb poharat ezekben az országokban.



Míg a németek és a svájciak a kávé részesítik előnyben a sörről szemben, addig az osztrákok a sörkedvelők országává váltak. Az Aperol Spritz továbbra is uralja a koktélok, míg a gin-tonik a legtöbb hosszúitalos poharat tölti meg. Németországban és Ausztriában a kávévariációk közül továbbra is a cappuccino uralkodik, míg a svájciak inkább eszpresszót kortyolgatnak.

Nem meglepő módon az italok árai tavaly tovább emelkedtek - egy kivétellel: a kóla volt az egyetlen ital, amelynél az inflációs ráta némileg csökkent, a 2022-es 6,3%-ról 6,1%-ra. Teljesen más a helyzet a népszerű sörök esetében, amelyek ára a standard italok közül a legnagyobb mértékben emelkedett, 7,2%-kal. Legnagyobb növekedés a sötét típusú sörök esetén volt, 12,2 %. Ezt követi a szeszes italok közül a tequila, melynek ára 12%-kal növekedett. Harmadik helyen az Ayran végzett 10,4%-os növekedéssel, ami azt jelenti,

hogy az erjesztett ital 2,10 euróba kerül. Az alkoholmentesség sem jelent megoldást, legalábbis ami a spórolást illeti, hiszen ebben a szegmensben is jócskán emelkedtek az árak.

Az árakkal ellentétben a szomjas németek ízlése nem változott az elmúlt évben. A víz az összes rendelés 6,4%-ával a sör mögött áll, amely az összes rendelés 21,3%-át teszi ki. Mindenekelőtt a kávé adja a legtöbb italrendelést 23,3%-kal, és ezzel megtartja első helyét a standard italok között.

Az összes koktélandelés 41,4%-ával az Aperol Spritz továbbra is egyértelmű győztes, megvédve az elmúlt évek címét. Vannak azonban kezdeti jelei annak, hogy a narancsos frissítő körüli felhajtás lassan lecseng, vagyis a rendelések aránya 2022-hez képest enyhe csökkenést mutat.

A koktélokhoz hasonlóan a németek a long drinkek esetében is hűek maradnak ízlésükhöz: a legtöbb poharat gin tonik tölti meg, az összes rendelés 28%-át adja. Mögötte a régi kedvencek cserélnek helyet: a második helyen a Vodka Energy áll 14,4%-kal, amelyet szorosán követ a Whiskey Cola 11,8%-kal, a Cuba Libre 10,3%-kal és a Rum Cola 7,2%-kal.

A cappucino megvédi első helyét az összes kávékülönlegesség rendelés 50,4%-ával. Ezt követi az eszpresszó 19,8%-kal, és a latte macchiato 11,6%-kal. A latte macchiato a legdrágább kávékülönlegesség is, 3,84 eurós átlagárával. (Németországban Schleswig-Holsteinben (3,58 € átlag), Tübingiában (3,50 € átlag) és Hamburgban (3,50 € átlag) (ahgz.de).

Online foglalások

A D-Edge legfrissebb szállodai forgalmazási jelentése átfogó képet nyújt az elmúlt öt év online foglalási szokásairól, különös tekintettel a COVID-19 járvány okozta változásokra. A közel 5000 független szálloda és kisebb szállodacsoport adatai alapján összeállított jelentés fontos megállapításokat tesz:



A jelentés kiemeli a nemzetközi utazások fellendülését. A nemzetközi utazások 2023-ban Európában az online foglalási bevételek 69%-át teszik ki, míg Ázsiában ez az arány 18%. A szállodák digitális bevételi indexe (DRI) Európában 2023-ban 68%-kal nőtt 2019-hez képest, Ázsiában pedig 52%-os növekedés volt tapasztalható. Ez a növekedés nemcsak a járvány utáni helyreállítás eredménye, hanem azt is jelzi, hogy az átlagos tranzakciós árak emelkedtek, és a vendégek többet hajlandóak fizetni egy foglalásért.

Az átlagos napi árfolyamok (ADR) erőteljes növekedést mutattak, különösen az erős utazási kereslet és a magas átlagos tranzakciós árak (ATP) kombinációjának köszönhetően. Európában az ADR 33,8%-kal nőtt 2019-hez képest, míg Ázsiában 33,3%-os volt a növekedés. Míg Európában stabilizálódott az átlagos tartózkodási idő (ALOS), addig Ázsiában még nem sikerült teljesen visszanyerni a járvány előtti számokat. Európa ALOS-értéke 2023-ban elérte a 2019-es szintet, míg Ázsiában 7,0%-kal maradt el. A közvetlen foglalások piaci részesedése növekedett mindkét régióban, különösen Ázsiában, ahol az online bevételek jelentős részét (32%) már közvetlen foglalásokból szerezték be. Európában ez az arány 28,8%.

Európában továbbra is a Booking.com uralta az online disztribúciós teret, amely a szállodák online bevételeinek 43%-át termelte. A jelentés azonban a terjesztési csatornák újbóli diverzifikálódását jelzi, és a Booking.com 2023-ban némi teret veszít más OTA-kkal szemben. Ázsiában a közvetlen foglalások birtokolják a legnagyobb részesedést az online bevételekből. A közvetlen piaci részesedés területén regionális eltérések mutatkoztak, Európában az ötcsillagos szállodák mutatták a legmagasabb részesedést a közvetlen bevételekből, 38%-ot, míg a kétcsillagos szállodák az online bevételeknek csak 18%-át generálták közvetlen foglalásokból. Ázsiában a szállodai kategóriák közötti különbségek még nagyobbak voltak, az ötcsillagos szállodák az online bevétel 56%-át szerezték közvetlen foglalásokból.

Az utazók egyre korábban foglalnak, és a hosszú távú foglalások a bevételek jelentős részét teszik ki. Ez lehetőséget ad a szállodáknak az előrejelzésre és a bevételi stratégiák kidolgozására. Ugyanakkor a magas lemondási arányok továbbra is aggodalomra adnak okot mindkét régióban, ami kihívást jelent a bevételkezelés és az operatív tervezés szempontjából. Európában 2023-ban a foglalások 23%-át törölték, míg Ázsiában ez az arány közel egynegyed volt. A jelentés arra is rámutat, hogy bár a szállodaipar lenyűgözően helyreállt a járvány után, még mindig számos gazdasági és geopolitikai kihívással kell szembenéznie, amelyek befolyásolhatják a nemzetközi turizmus növekedését (PhocusWire).

McDonald's negyedév



A McDonald's közzétette az első negyedévre vonatkozó [eredményeit](#). A cégcsoport már a 13. egymást követő negyedévben növekvő árbevétellel büszkélkedhet. A rendkívül sikeres 2023-as negyedévekhez képest ez az adat azonban kevésbé kiemelkedő.

Változás az összehasonlítható eladásokban:

Q1/2024

USA: +2,5%

IOM: +2,7%

IDLM: -0,2%

Összesen: +1,9%

USA: McDonald's belföldi piac.

International Operated Markets (IOM): Nemzetközi üzemeltetett piacok. Azon országok piacai, ahol a McDonald's legalább néhány éttermét üzemelteti. Beleértve Németországot, az Egyesült Királyságot, Franciaországot és Ausztráliát.

International Developmental Licensed Markets (IDLM): A leányvállalati vagy fejlesztési engedéllyel rendelkező országpiacok.

A McDonald's szerint az USA-ban az összehasonlítható eladások 2,5 százalékos növekedése a stratégiai áremeléseknek köszönhető. A sikeres operatív intézkedések, az alaptermékekre összpontosító marketingkampányok, valamint a digitális és a kiszállítás területén elért növekedés szintén pozitívan hatott. A legtöbb piacon növekedés volt tapasztalható: legerősebb növekedés az Egyesült Királyságban és Németországban volt, míg Franciaországban a negatív összehasonlítható eladások némileg rontották az eredményt. A nemzetközi fejlesztési engedélyes piacokon viszont 0,2 százalékkal csökkent az összehasonlítható forgalom. Itt a közel-keleti háború volt felelős a visszaesésért, amelyet nem tudott ellensúlyozni a Japánban, Latin-Amerikában és Európában elért növekedés. A piacvezető vállalat abszolút értékben is több eladásról számolt be, bár lassabb ütemben, mint az előző negyedekben. A rendszerszintű értékesítés 3 százalékkal nőtt (mcdonalds.mediaroom.com).

Uniós hírek

HOTREC Közgyűlés

A HOTREC 88. közgyűlése Budapesten zajlott, ahol az európai vendéglátás legfontosabb képviselői a szakmát érintő kritikus témákról tárgyaltak, beleértve a munkaerő- és készséghiányt, a digitális szabályok bizonytalanságát és a változó politikai légkört. Szövetségünk is képviseltette magát a szociális párbeszédéről szóló kerekasztal megbeszélésen.



Az európai választások és az EU Tanács ülése előtt az iparági vezetők politikai prioritásokról egyeztettek. Az elkövetkező öt évben az európai vendéglátóipar célja erősíteni a turizmust, támogatni a tehetségeket, előmozdítani a tisztességes digitális szabályokat, befektetni a fenntarthatóságba és alkalmazkodni a fogyasztói preferenciákhoz (Hotrec).

Zöld kerozin



Az éghajlatváltozásra jelentős hatást gyakorló ágazatok között a légi közlekedés kiemelkedik, az egyik legnehezebben megoldható területnek számít. Míg más közlekedési formák, például vonatok és autók könnyebben átállhatnak bioüzemanyagokra, a repülőgépek esetében ez komoly kihívást jelent.

A repülőgépek óriási mérete és specifikációja miatt eddig nehéz volt kifejleszteni olyan fenntartható repülőgép-üzemanyagot, amely komoly kereskedelmi életképességgel rendelkezik. Az üzleti utazásokból származó légi közlekedésből adódó kibocsátások jelentős mennyiséget tesznek ki, és a vállalatok egyre inkább arra törekednek, hogy csökkentsék ezeket a számokat. Ugyanakkor az utasok is egyre inkább arra vágnak, hogy kevesebb büntudatot érezzenek a repülés miatt, miközben a légitársaságoknak is szükségük van olyan megoldásokra, amelyek alacsonyabb kibocsátást biztosítanak költséghatékony módon.

Tavaly az Európai Unió elfogadta a ReFuelEU légiközlekedési rendeletet, amely előírja az uniós repülőtereknek és üzemanyag-szállítóknak, hogy 2025-re legalább 2%-ban, 2030-ra 6%-ban, 2035-re 20%-ban, 2040-re 34%-ban, 2045-re 42%-ban, 2050-re pedig 70%-ban kell SAF-t használniuk a légi járművek üzemanyagai között. Ez az intézkedés ösztönzi a fenntarthatóbb alternatívák

felhasználását a hagyományos, fosszilis üzemanyagok helyett. Ezen túlmenően, a zöld hidrogénből származó szintetikus üzemanyagok is egyre nagyobb figyelmet kapnak a légi közlekedésben. A zöld hidrogén előállítása olyan folyamatok során történik, amelyek során megújuló energiát használnak fel, így csökkentve a kibocsátást. Ezek az üzemanyagok ígéretes alternatívát jelentenek a hagyományos fosszilis üzemanyagok helyett.

Ahhoz, hogy ezek az alternatívák valóban fenntarthatóak legyenek, fontos biztosítani, hogy megfeleljenek bizonyos fenntarthatósági és környezetvédelmi előírásoknak. Ezért szükség van olyan nyomonkövetési és tanúsítási rendszerek kialakítására, amelyek lehetővé teszik az üzemanyagok eredetének és hatásainak teljes követését és ellenőrzését. A tanúsító szervezetek fontos szerepet játszanak ebben a folyamatban, hiszen ők ezek a szervezetek segítenek fenntartani a piaci átláthatóságot és bizalmat, valamint lehetővé teszik az üzemanyagok fenntarthatóságának hiteles ellenőrzését és igazolását.

Az International Sustainability and Carbon Certification (ISCC) tanúsítási rendszere már több mint 150 vállalatnak adott tanúsítványt a Sustainable Aviation Fuel (SAF) tevékenységeikhez. Ezek a vállalatok között szinte az összes jelenleg aktív SAF-gyártó üzem és különböző alapanyaggyártók, köztes feldolgozó egységek és kereskedők is megtalálhatók. Bár még mindig kísérleti projektek, a SAF-gyártási kapacitás gyorsan növekszik. Jelenleg főként a HEFA (Hydroprocessed Esters and Fatty Acids) felhasználása bizonyult piacképesnek, amelyet használt sütőzsiradékból, növényi olajból és állati faggyúból állítanak elő. Az említett vállalatok szinte mindegyike a HEFA-t használja, ami a SAF-mennyiségek túlnyomó többségét fogja biztosítani 2030-ig. Azonban az állati faggyúhoz korlátozottan lehet hozzáférni és más ágazatokban is kereslet mutatkozik rájuk, ezért más útvonalakat kell kereskedelmi forgalomba hozni. Eddig a hulladékból és maradék alapanyagokból, különösen az UCO-ból (használt étolaj) és az állati zsírokból készült SAF bizonyult gazdaságilag a legfenntarthatóbbnak, emellett az élelmiszer- és takarmánynövényekből előállított SAF is életképes lehetőség, különösen az EU-n kívüli régiókban, ahol nem olyan kritikusan kezelik az élelmiszer- és takarmánynövényekből előállított bioüzemanyagokat (euractiv.com).

Osztályozási változások

A Hotelstars Union (HSU) elfogadta az 2025-2030-ra vonatkozó új szállodai osztályozási kritériumokat, amelyeket az európai szállodák csillagbesorolására alkalmaznak. A 21 tagország öt-hatévente felülvizsgálja ezeket a kritériumokat, hogy lépést tartsanak a vendégek és a piac igényeivel.



Az új katalógus racionalizálta a korábbi kritériumokat, összevonva néhányat és eltávolítva másokat, hogy egyszerűsítse a rendszert. Ez tükrözi az HSU elkötelezettségét a fejlődő iparági szabványok iránt.

Néhány fontos változás közé tartozik a matracok tisztítására vonatkozó ajánlások bevezetése a fenntarthatóság és higiénia növelése érdekében, valamint a varró- és cipőfényező készletek eltávolítása a szobákból. A széndioxid-kibocsátás mérése is pontokat szerezhet a szállodáknak, emellett az európai munkaerőhiány miatt a recepció, valamint a szobaszerviz nyitvatartási idejét is rövidítették. A digitalizációt is figyelembe vették az új kritériumok, beleértve a teljesen automatizált be- és kijelentkezési szolgáltatások és az önkiszolgáló pultok alternatívájának lehetőségét.

A HSU felülvizsgálta a szállodai besorolási kritériumokat, figyelembe véve a közelgő uniós jogszabályokat és a vendéglátóipar változó igényeit. A tagországoknak 2025. január 1-jéig van idejük a katalógus nemzeti szintű bevezetésére, biztosítva a zökkenőmentes átmenetet és az új szabványokhoz való alkalmazkodást (TourismReview).

