

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2024. évi tizennyolcadik számát.

Dr. Böröcz Lajos



# Hírlevél

2024. július 24. 20. évfolyam 18. szám



### Szövetségi hírek

- Lobbisiker
- Közbeszerzésünk az EU-ban



### Tag- és társszervezeti hírek

- Fenntartható turizmus
- GS1 Magyarország
- Le a bürokráciával
- Indul az új kormány
- MVI helyzetjelentés



### Nemzetközi hírek

- Német rangsor
- Fenntartható St. Barth
- KP
- Hova küld a MI
- Fegyveres repülés
- Zöldülő Lufthansa
- Új Index
- Olimpia
- Le a Coop-pal!
- EB forgalom
- Német munkaerőhelyzet
- US trend
- Time Out
- Percelnek
- Jöjjön a vasút!
- Nől a Hyatt



### Uniós hírek

- Új kiáltvány
- Hol vannak a felszolgálók?

---

## Szövetségi hírek

### Lobbisiker

Korábbi számunkban örömmel adtunk tájékoztatást sikeres lobbimunkánk eredményéről. Két éve kezdeményeztük a kereskedelmi törvény rendkívül

pontatlan és betarthatatlan szabályozásának, de legalább versenyszabályozási értelmezésének megváltoztatását.



Az Alkotmánybíróság június 27-i döntése szerint a Kertv. üdítőitalokat érintő rendelkezései alkotmányellenesek a két gyártóra vonatkozó kötelező értékesítési kötelezettség tekintetében. Az AB határozata nem érinti a sörös rendelkezéseket, valamint a nem alkoholos italokat kivette a jogszabály hatálya alól. Ez a döntés automatikusan érinti a folyamatban lévő ügyeket is. A pontos szöveg új linken érhető el: [14 2024 AB határozat.pdf \(mkab.hu\)](#).

## Közbeszerzésünk az EU-ban

A Parlament július 18-i ülésén Ursula von der Leyen bizottsági elnök bemutatta a 2024-2029-es politikai programját, amelyben az EU versenyképességének és stratégiai autonómiájának támogatására, az uniós védelem megerősítésére és a migráció kezelésére fókuszálnak. Kiemelt szerepet kap a zöld megállapodás folytatása a Clean Industry Deal keretében, valamint a Bizottság 100 napon belül javaslatot tesz a közbeszerzési irányelv felülvizsgálatára a közbeszerzés jobb kihasználása és a keretrendszer korszerűsítése érdekében.



A FoodServiceEurope, a European Cleaning and Facility Services Industry, valamint a CoESS közös levelében az Európai Bizottsághoz fordultak,

kifogásolva a 2014/24-es uniós közbeszerzési irányelvet. A szövetségek szerint az irányelv túlságosan az alacsony árra összpontosít, figyelmen kívül hagyva a minőségi és fenntarthatósági szempontokat, ami veszélyezteti az ágazatok pénzügyi fenntarthatóságát és az alapvető szolgáltatások minőségét. Egy nemrégiben Nicolas Schmit foglalkoztatásért és szociális ügyekért felelős biztossal folytatott megbeszélésen kiderült, hogy a Bizottság belső munkacsoportot hozott létre a felülvizsgálat kidolgozására. Schmit elismerte az aggályokat és egyetértett abban, hogy csökkenteni kell az ár szerepét, mint a fő odaítélési szempontét, emellett hangsúlyozta, hogy az irányelv előnyös a vállalatok és munkavállalók számára, és hozzájárul az erősebb szociális párbeszédhez.

---

## Tag- és társszervezeti hírek

### Fenntartható turizmus



A World Sustainable Travel & Hospitality Awards (WSTHA) célja a fenntartható utazás és turizmus kiemelkedő egyéneinek és szervezeteinek elismerése. Idén Magyarországot Benkő Bianka képviseli, aki a „Jövő Fenntartható Turizmus Vezetője” kategóriában került a rangos jelöltek közé.

Bianka már több éve vezet különféle szálláshely-szolgáltatási projekteket, és az elmúlt három évben fenntartható szálláshelyek kialakításán dolgozik Budapesten és vidéken egyaránt. Kezdeményezése a VIMOSZ által szervezett és támogatott TOURBAN projekt egyik magyar nyerteseként indult.

## GS1 Magyarország

A GS1 Magyarország, a CSAOSZ tagjaként, két új dokumentumot készített, hogy támogassa a hazai cégeket a visszaváltási díjas kormányrendelettel (450/2023. (X.4.)) érintett termékek forgalmazása során az elektronikus számla alkalmazásában.



A kormányrendelet értelmében az italtermékek értékesítéséről kibocsátott számlákon a visszaváltási díjat elkülönítetten, áfa hatályán kívüli tételként kell feltüntetni. Ennek támogatására a GS1 Magyarország központilag kiadott GTIN számokat tett közzé, melyek segítenek a visszaváltási díj megfelelő számlázásában. A részletes információk és a GTIN számok elérhetők a következő linken: [GS1 Magyarország - Új GTIN számok segítik a visszaváltási díj számlán történő megjelenítését \(gs1hu.org\)](https://gs1hu.org).

Az EDI számlákon a DRS díjtétel feltüntetéséhez szükséges az INVOIC EDIFACT D.01B alapú EANCOM 2002 szabvány használata, mivel az új kódértékek csak ebben a verzióban támogatottak. A GS1 Magyarország elkészítette a két verzió technikai különbségeit bemutató dokumentumot, mely az átállást segíti. További információk és a verzióváltással kapcsolatos hivatalos állásfoglalás az alábbi linken érhető el: [GS1 Magyarország - A GS1 Magyarország az elektronikus üzenetek fejlettebb, INVOIC EANCOM 2002 szabványára történő átállásra hívja fel a hazai alkalmazókat \(gs1hu.org\)](https://gs1hu.org).

## Le a bürokráciával

A bürokratikus követelmények különösen nagy terhet jelentenek a kis-és középvállalkozások számára. Olyan időt vesznek el, amely nem áll rendelkezésre a vendéglátás alaptevékenységében. Különösen ezekben a kihívásokkal teli időkben a további adminisztratív előírásoknak nincs helyük. Társzövetségünk, a DEHOGA felmérése szerint a bürokrácia csökkentésére irányuló minden erőfeszítés és politikai ígéret ellenére a vendéglátóipari vállalkozók jelenleg hetente több mint 14 órát töltenek papírmunkával.



A DEHOGA a "Receptek a bürokrácia csökkentésére" című új brosúrában részletesen bemutatja a vendéglátó- és szállodaiparra vonatkozó hatalmas bürokratikus kötelezettségeket, és megnevezi a bürokrácia csökkentésére vonatkozó konkrét javaslatait. E javaslatok közül sok azonnal megvalósítható lenne - az állam számára költségmentesen. A DEHOGA a bürokrácia következetes csökkentésének kötelező elveit, az új törvények gyakorlati és digitális ellenőrzését, a küszöbön álló szabályozások azonnali leállítását és a munkaidő rugalmasabbá tételét kéri a napi munkaidő-maximum helyett a heti munkaidő bevezetésével. Emellett megemlíti az „egy be, egy ki” elv kiterjesztését (amely szerint minden új terhet jelentő intézkedés helyett ugyanazon a területen azonos mértékű teherrel kell mentesíteni a vállalkozásokat) „egy be, kettő ki” szabályra, ami így valós enyhülést hozna.

## Indul az új kormány

A király a parlament állami megnyitóján bemutatta a következő évre vonatkozó kormányzati jogalkotási terveket, amelyek számos, a vendéglátás számára fontos törvényjavaslatot tartalmaznak. Ezek közé tartozik a tanulószerezéses gyakorlati képzési díj reformja, a tervezési és infrastrukturális rendszer javítása, valamint a foglalkoztatási jogok megerősítése.



Társszövetségünk, az UKHospitality pozitívan reagált a bejelentésekre, kiemelve, hogy ezek az intézkedések elősegíthetik az ágazat évi 6%-os növekedési potenciáljának elérését. Hangsúlyozták, hogy a szakképzési illeték

reformja növeli a képzési lehetőségek rugalmasságát, míg a tervezési rendszer javítása ösztönzi a vállalkozások bővülését. Az iparűzési adó kérdésének hiányát azonban kritikusan említették, és az őszi költségvetési nyilatkozat jelentőségét hangsúlyozták.

Az UKHospitality szerint a tanulószereződéses gyakorlati képzési díj reformja régóta szükséges lépés a vendéglátóipari vállalkozások számára, mivel az új növekedési és szakképzési illeték révén a pénzeszközök felhasználásának rugalmassága javítja majd a képzési lehetőségeket és támogatja a munkanélküliek elhelyezkedését. Az új tervezési és infrastrukturális törvényjavaslat gyorsabb döntéseket biztosít, így ösztönözve a vállalkozások bővülését és a helyi infrastruktúra fejlesztését, ami kulcsfontosságú a városok megújulásához. A foglalkoztatási jogok megerősítése pedig segíti, hogy a vendéglátóipar továbbra is mindenki számára elérhető munkalehetőséget biztosítson, különösen a dolgozó anyák, gondozók és diákok számára. Az UKHospitality továbbá örömmel fogadta a Martyn-törvényt, mely rugalmas megközelítést kínál, ezáltal lehetővé teszi a „standard” szintre tartozó vendéglátóhelyeknek, hogy egyénre szabott terveket készítsenek (UKHospitality).

## MVI helyzetjelentés



Az MVI éves statisztikai helyzetjelentése szerint a vendéglátóhelyek száma 2023 végén kevesebb mint 45 ezer volt, ami 2 ezerrel kevesebb az előző évhez képest, 2019-hez viszonyítva pedig 6,4 ezerrel csökkent. A kereskedelmi vendéglátóhelyek száma 2,2 ezerrel csökkent, míg a munkahelyi vendéglátóhelyek száma 150-nel nőtt. A legnagyobb visszaesés az éttermek, büfék, gyorséttermek, italüzletek, kávézók és zenés-táncos szórakozóhelyek területén volt tapasztalható, különösen Budapesten és Békésben.

A vendéglátó üzletek forgalma 2023-ban 2326 milliárd forint volt, ami összehasonlítható áron az egy évvel korábbihoz képest 1,8%-kal, 2019-hez képest pedig 5,3%-kal alacsonyabb. A kereskedelmi vendéglátás volumene 6,4%-kal maradt el a járvány előtti szinttől, míg a munkahelyi vendéglátásé 5,2%-kal nőtt.

2023-ban a szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás területén 179,5 ezer főt



foglalkoztatottak, ami 2,4 ezerrel kevesebb az előző évhez képest, és 13,9 ezerrel kevesebb, mint 2019-ben. Az üres álláshelyek száma csökkent, enyhítve a munkaerőhiányt. A teljes munkaidőben foglalkoztatottak havi bruttó átlagkeresete 339 ezer forint volt, ami 17%-os növekedést jelentett, de továbbra is az egyik legalacsonyabb a nemzetgazdaságban.

---

## Külföldi hírek

### Német rangsor

Következő számainkban röviden bemutatjuk Németország TOP 20 vendéglátóipari vállalatát, a FoodService rangsorolása alapján. Az első 5 helyezett az alábbiak szerint alakult:



#### 1. McDonald's

A gasztronómiai piacvezető 2023-ban becslések szerint 4,8 milliárd eurós nettó árbevételre ért el Németországban. A 2024-re vonatkozó jelek a hálózat racionalizálására utalnak: 28 új nyitás mellett 42 bezárást terveznek. Az éttermek többségét franchise partnerek üzemeltetik. Az eladások több mint 50%-át az autós elviteli és elvitelre kért rendelések adják. A rendelések 65%-át a fogyasztók digitális úton adják le (alkalmazás, kiosk, különböző ételrendelési platformok, stb.)

#### 2. Burger King

A piac második helyezettjének 2023-ra becsült forgalomnövekedése

lényegesen alacsonyabb, mint a legtöbb más QSR-szolgáltatóé: 3,4 százalékkal (40 millió euróval) nettó 1,2 milliárd euróra emelkedik. A vállalat továbbra is sikeresen terjeszti a QSR úttörő szerepét az alternatív fehérjék terén: Majdnem minden ötödik Whopper és majdnem minden negyedik Long Chicken már növényi alapú! A márka ismertségét számos marketingkampány és food truck kampány növeli.

### 3. Autobahn Tank & Rast

A legnagyobb német közlekedési vendéglátóipari szolgáltató 590 millió euró becsült nettó árbevételért ért el, ami 15,7 százalékos növekedést jelent. A pozitív eredményhez hozzájárult az előző évhez képest megnövekedett vendégszám, különösen a nyári utazási szezonban.

### 4. ISH Foods Germany

A török IS Holding 2022 vége óta a Pizza Hut németországi üzletágának mesterfranchise-partnere, a KFC pedig 2023-ban került hozzá. A két márka együttesen 475,6 millió eurós nettó árbevételért ért el, ami közel 20 százalékkal több, mint az előző évben. Különösen a KFC élvezte a vásárlói létszám erőteljes növekedését. A digitális rendelések aránya itt 51 százalékkal magasabb, mint a Pizza Hutnál (21 százalék).

### 5. Valora

A svájci székhelyű cég portfóliójába 4 német F&B márka tartozik: a Ditsch, a BackWerk, a Back-Factory és a Frittenwerk. Multinacionális tevékenységével a Valora 549 üzlettel rendelkezik Németországban. Ezek 2023-ban 400 millió euró becsült nettó árbevételért generáltak, ami 19,4 százalékos növekedést jelent.

## Fenntartható St. Barth

St. Barth a Karib-térség egyik legdrágább turisztikai célpontja, amely főleg hírességeket és milliárdosokat vonz. A sziget francia tengerentúli terület, ahol az érkezés kihívást jelenthet, mivel a repülőtér a világ egyik legveszélyesebb leszállóhelye. A sziget mind a 22 nyilvános strandja különböző hangulatú, az étkezés drága, de kiváló minőségű.



St. Barth különleges eseménye a 2010-ben indított Les Voiles de St. Barth, amely a szigeten zajló vitorlás versenyek hosszú hagyományát folytatja, és a Karib-térség egyik legfontosabb regattájává vált. A szervezők elkötelezettek a környezetvédelem iránt, céljuk a műanyagok csökkentése és a fenntarthatóság előmozdítása. A verseny során például az eldobható poharakat öko poharakra cserélték, megszüntették a szívószálakat és a műanyag zacskókat, és kizárólag

biológiailag lebomló anyagokat használnak. A Les Voiles de St. Barth együttműködik a 11th Hour Racing szervezettel és más helyi szervezetekkel, például az Agence Territoriale de l'Environnement de Saint-Barthélemy-val a fenntartható fejlődés előmozdítása érdekében. Az esemény során felhasznált összes tárolóedény etikus, környezetbarát forrásból származik, és az élelmiszerek fenntarthatóságát is figyelembe veszik, a szezonális, biológiai, helyi vagy tisztességes kereskedelemben előállított termékek alkalmazásával. Az elkötelezettség a műanyag palackok használatának teljes kizárására és az óriási ivóutak telepítésére is kiterjed a jövőben (eTurboNews).

## KP



A készpénzmentes fizetés elfogadottsága Németországban is egyre nő. A Bundesbank nemrégiben végzett felmérése alapján azonban a németek nem akarnak lemondani az érmékről és bankjegyekről, a megkérdezettek 63%-a szeretné, ha 15 év múlva is ugyanúgy használnák a készpénzt.

Bár egyre elterjedtebb a kártyás vagy okostelefonnal való fizetés, tavaly Németországban a fizetési tranzakciók 51%-át még mindig készpénzzel bonyolították le. Ez azonban ismét 7 százalékponttal kevesebb volt, mint az előző, 2021-es tanulmányban. Emellett a bankkártyás fizetések, amelyek aránya 5 százalékponttal 27 százalékra nőtt, valamint az okostelefonokon keresztül történő fizetés, amelyek aránya 4 százalékponttal 6 százalékra nőtt az összes tranzakcióból, továbbra is növekvő tendenciát mutatnak. Megállapítható, hogy a kártyákat inkább a nagyobb összegek kiegyenlítésére használják. A tanulmány azt is mutatja, hogy a készpénzmentes fizetési eszközök elfogadásában még van hova fejlődni, ugyanis még mindig nem mindenhol elérhető a kártyás fizetés. A válaszadók közel ötöde számolt be olyan esetről, mikor nem lehetett kártyával vagy okostelefonnal fizetni. Alig kevesebb mint a válaszolók fele (48 százalék) számít arra, hogy 2038-ra a készpénz eltűnik a mindennapi életből (Bundesbank).

## Hova küld a MI

A Forbes Advisor tanulmánya a ChatGPT és a Google Bard AI-platformokat használta, hogy meghatározzák a legjobb európai helyszíneket különböző utazási típusokhoz, beleértve a MICE-utazásokat. A kultúra tekintetében a ChatGPT Firenzét választotta, amely történelméről és művészetéről híres, míg a Bard Rómát javasolta, gazdag történelmével és híres nevezetességeivel.



Tengerparti úti célként a ChatGPT Algarve-ot ajánlotta Portugáliában, gyönyörű strandjaival és kristálytiszta vizével, míg a Bard Mykonos-t Görögországban, élénk éjszakai életével és szép strandjaival. Pihenésre a ChatGPT Szantorinit ajánlotta Görögországban, romantikus hangulata és lenyűgöző naplementéi miatt, míg a Bard Párizst javasolta romantikus építészetével és ízletes étellel. A kulináris élmények tekintetében a ChatGPT Lyon-t, míg a Bard Barcelona-t választotta. Hidegebb éghajlatú helyszíneként a ChatGPT Zermatt-ot ajánlotta Svájcban, alpesi tájával és sielési lehetőségeivel. Emellett a Bard az Alpok legmagasabb síközpontját, Val Thorens-t javasolta Franciaországban. Összességében a ChatGPT szerint Párizs, míg a Bard szerint Róma a legjobb MICE célpont (C&IT).

## Fegyveres repülés



2024 első felében az amerikai repülőtereken a TSA 3269 lőfegyvert foglalt le, naponta átlagosan 19-et, ezek több mint 94%-a töltött volt. Ez a szám hasonló a 2023-as év azonos időszakában talált lőfegyverek számához, bár az utasforgalom 7%-kal nőtt.

A TSA 2024 első felében több mint 236 millió utast vizsgált át, szemben a 2023-as 221 millióval. A lőfegyvert szállító utasok aránya a legutóbbi negyedévben 7,5 lőfegyver / 1 millió utas volt, ami enyhe csökkenést mutat a 2023-as év hasonló időszakához képest, amikor a megtalált lőfegyverek aránya 7,9 lőfegyver / 1 millió utas volt. A TSA hangsúlyozza, hogy a lőfegyvereket töltetlenül és keményfedeles tokban kell a feladott poggyászban elhelyezni, és ezt be kell jelenteni a légitársaságnál a jegypénztárnál. A lőfegyverek

biztonsági ellenőrző pontokra történő bevitel komoly következményekkel járhat, beleértve a helyi bűnüldöző szervek bevonását és jelentős pénzbírságokat (eTurboNews).

## Zöldülő Lufthansa

A Lufthansa megkapta az EMAS-pecsétet, ami az európai környezetközponitú irányítási és hitelesítési rendszer (EMAS) szigorú előírásainak való megfelelést jelenti. A Lufthansa frankfurti és müncheni csomópontjain, valamint a Lufthansa CityLine-nál érvényesítették ezeket az előírásokat, ezzel példát mutatva a vállalati környezeti felelősségvállalás terén. Az EMAS külső környezetvédelmi jelentése megerősíti a Lufthansa környezetirányítási rendszerének folyamatos fejlesztését és megvalósítását. A Lufthansa Airlines és a Lufthansa CityLine környezetvédelmi intézkedései közé tartozik a "Reduced Engine Taxi-In" eljárás, amely évente akár 2750 tonna kerozin megtakarítását eredményezi. Emellett az utasok előre rendelhetik ételüket, csökkentve ezzel a fedélzeti hulladék mennyiségét.



A Lufthansa a jövőben is folytatja a fenntarthatósági erőfeszítéseit, többek között a Power-to-Liquid (PtL) üzemanyagok fejlesztésével. A Lufthansa Csoport célja, hogy 2050-re semleges szén-dioxid-kibocsátást érjen el, és 2030-ra felére csökkentse nettó CO<sub>2</sub>-kibocsátását 2019-hez képest. Ezen célok eléréséhez a flotta korszerűsítésére, a repülési műveletek optimalizálására, fenntartható repülőgép-üzemanyagok használatára és a magán- és vállalati ügyfelek számára szóló fenntarthatósági ajánlatokra támaszkodnak. A Lufthansa évek óta támogatja a globális éghajlat- és időjárás kutatást, és folyamatosan fejleszti környezetirányítási rendszereit a csoport vállalatainál. A SWISS környezetirányítási rendszerét például nemrég hitelesítették először az EMAS-nak megfelelően a 2023-as jelentési évre. Az Austrian Airlines rendszerét szintén sikeresen validálták újra a 2023-as évre. Az olasz Air Dolomiti légitársaság, amely a Lufthansa Airlines-hoz tartozik, szintén megkapta az EMAS validálást (eTurboNews).

## Új Index



A Skift bevezette az új konjunktúraindexét, a Skift Travel 200-at (ST200), amely közel 200, több mint egy billió dollár összértékű utazási vállalat pénzügyi teljesítményét összegzi egyetlen számban. Az ST200 lehetővé teszi az utazási iparág teljesítményének egyszerű nyomon követését a világ legnagyobb, nyilvánosan jegyzett utazási vállalatainak adatain keresztül.

Jelenleg az ST200 értéke alacsonyabb a 2020. januári csúcserőknél (1 175), jelezve, hogy az iparág még mindig küzd a teljes talpra állásért, bár a 2020-as nehézségek nagy része már a múlté. Az index az utazási ágazat öt fő szegmensének - szálláshelyek, légitársaságok, utazási technológia, körutazások és túrák, valamint földi közlekedés - vállalatait öleli fel, 14 alágazatra bontva a részletesebb betekintés érdekében. Az ST200 piaci kapitalizációval súlyozott index, ami azt jelenti, hogy a nagyobb vállalatoknak nagyobb a hatásuk az index teljesítményére. A Booking Holdings, amelynek piaci értéke több mint 100 milliárd dollár, nagyobb hatással van a teljes ST200 teljesítményére, mint egy kisebb vállalat, például a ~90 milliárd dolláros piaci értékkel rendelkező Travelzoo. Ez a módszertan biztosítja, hogy a nagyobb, stabilabb vállalatok jobban befolyásolják az index értékét, mint a kisebb, ingatagabb cégek. Az ST200 célja, hogy átfogó képet nyújtson az utazási iparág pénzügyi helyzetéről és befektetői hangulatáról (Skift).

## Olimpia

A 2024-es párizsi olimpiai játékok során a nemzetközi turizmus csak mérsékelten fog növekedni, és nem várható jelentős turisztikai robbanás. Az eseményre szóló nemzetközi repülőjegy-foglalások mindössze 8%-kal nőttek a tavalyi év azonos időszakához képest, ami elmarad a 2016-os riói olimpia 115%-os növekedésétől. Az előrejelzések szerint összesen 11,3 millió látogatót várnak Párizsba az olimpia idején,



ebből 1,5 millió külföldi látogató, ami az átlagos nyári szintnek felel meg.

A repülőjegy-foglalások csúcsa július 25-ére várható, az erre a napra szóló repülőjegy-foglalások 53%-kal nőttek, különösen Japán (253%-os növekedés), Kína (153%), Brazília (114%) és az USA (76%) irányából. A foglalások emelkedése egyes sportágakhoz köthető, például a teniszversenyek július 27. és augusztus 4. között növelik a repülőjegy-foglalásokat, különösen Szerbiából (168%-os növekedés), ahol Novak Djokovic rajongói várhatóan utoljára láthatják őt az olimpián.

A francia állampolgárok a szokásos nyári utazási szezonban, július közepétől augusztus közepéig, inkább az olimpiai játékokon vesznek részt ahelyett, hogy külföldre utaznának. Ez a francia kiutazó utazásszervezők foglalásainak csökkenését eredményezi, 10-30% közötti mértékben. Egyes párizsi turisztikai vállalkozások pénzügyi veszteségeket szenvednek az olimpia idején, mivel sok utazó elkerüli Párizst az olimpia miatt. Az Air France 160-180 millió euró bevételkiesésre számít június és augusztus között.

A szállodai foglalások vegyes képet mutatnak. A CoStar adatai szerint a játékok kezdetéig a szállodák foglaltsága a tavalyi szint alatt marad, de július 26-án és 27-én a foglaltság 85% és 84%-os csúcsot fog elérni, ami több mint 30%-kal magasabb a tavalyi értéknél. Ezt követően a foglaltsági arányok csökkennek, és a játékok hátralévő részében 67-83% között maradnak. Néhány szálloda túlbecsülte a keresletet, így még mindig vannak szabad szobák az eseményekre.

A rövid távú bérbeadások esetében pozitív növekedést tapasztalnak. Az AirDNA szerint Párizsban és közvetlen külvárosaiban, például Seine-Saint-Denis-ben, 27%-kal nőtt a rövid távú bérlések száma az olimpiára az azt megelőző két héthez képest, míg a külvárosi területeken 79%-os növekedés tapasztalható. Az Airbnb jelentése szerint március végétől kezdve az aktív hirdetések száma Párizs környékén 40%-kal nőtt az előző évhez képest, és a Párizs térségében lefoglalt éjszakák száma 400%-kal nőtt az egy évvel korábbihoz képest (Skift).

## Le a Coop-pal



A Shirine Khoury-Haq-nak, a The Co-operative Group vezérigazgatójának írt levelében Paul Crossman, a kocsmák kampányának elnöke és Dawn Hopkins alelnök nem fogta vissza magát a Co-op TV közelmúltbeli reklámkampányának kritikájában. A levélben említett

hirdetés elvileg azt tanácsolja az embereknek, hogy maradjanak távol a kocsmáktól és otthonról nézzék inkább az Anglia-Svájc mérkőzést.

Tehát, hogy saját otthonuk kényelméből nézzék, egy Co-op supermarketben vásárolt sörrel. A kritika a Co-op erkölcsére és etikájára összpontosít, mondván: "Abban az időben, amikor az angliai vállalkozásoknak össze kellene fogniuk a nemzeti labdarúgó-válogatott támogatása érdekében, a Co-op ehelyett cinikusan és szégyentelenszerűen megpróbált megtámadni egy másik fontos üzleti szektort, hogy megpróbálja növelni saját nyereségét a bajnokságból. Ez valóban ellentmond mindannak, amit a Co-op mozgalom képvisel (hospitalityandcateringnews.com).

## EB forgalom

Az Európa-bajnokság döntőjében játszó Anglia 50%-os forgalomnövekedést hozott a brit kocsmáknak és báróknak. Anglia döntőbe jutásának eredménye az is, hogy a teljes vendéglátóipar az egész bajnokság alatt 800 millió font értékű plusz bevételt realizált. A vasárnapi meghosszabbított nyitvatartási időből a szurkolók és a kocsmák is profitálhattak, 120 millió font értékű forgalomnövekedést becsülve (UKHospitality).



A német vendéglátóipar nem lát jelentős hatást a hazai rendezésű Európa bajnokságból. a DEHOGA közelmúltbéli felmérése szerint „csak néhány vállalkozás profitálhatott közvetlenül”. Általánosságban elmondható, hogy az iparág az év első felében is küzdött a csökkenő értékesítéssel és a magas költségekkel, és a hazai bajnokság a várakozásokkal ellentétben nem generált növekedést az értékesítésben a legtöbb vállalkozás számára. A szövetség felmérése szerint a szállodatulajdonosok és vendéglősök forgalma nominális 10,9 százalékkal volt alacsonyabb az év első felében, mint az előző év azonos időszakában. Júniusban a nominális árbevétel-veszteség is 11,1 százalék volt. "A jelenlegi felmérés eredményei jól mutatják a vendéglátóipar továbbra is nagyon feszült helyzetét" - mondta Guido Zöllick, a DEHOGA elnöke. A felmérésben résztvevők 88%-a nem számolt be a bajnokság pozitív hatásairól,



de az olyan fogadó városokban, mint Berlin és Hamburg, viszonylag sok vállalkozás (17,5 százalék) azt mondta, hogy profitált az Európa-bajnokságból. A kocsmák, bárók és sörkertek tulajdonosai (32,1 százalék) különösen jó eredményekről számoltak be, így valószínűleg ők profitáltak legtöbbet az eseményből. Az Európa-bajnokság "határozottan fontos ösztönzője volt a német turizmus megerősítésének" - mondta Zöllick. A DEHOGA felmérést július 2. és 10. között végezték több mint 2.700 vendéglátóipari vállalat körében Németországban (thelocal.de).

## Német munkaerőhelyzet



Németországban 2024 májusában 2,7 millió munkanélküli volt, 172 ezerrel több, mint az előző év azonos hónapjában. Ennek ellenére a cégek vezetői országszerte kétségbeesetten keresik az új alkalmazottakat. A kettő úgy férhet össze, hogy a szakképzett munkaerőhiány és a munkanélküliség egyszerre növekedhet.

Hiszen a munkanélküliek képzettsége gyakran nem felel meg az állaspályázatoknak, a többségnek még szakképzettsége sincs.

Ennek eredményeképpen Németországban jelenleg mintegy 1,57 millió üres álláshely van, ezeket mindenütt hirdetések és plakátok hirdetik: éttermekben, hentesüzletekben, orvosi rendelőkben és bölcsődék előtt. Hiány van többek között szociális munkásból, pedagógusból, de még kereskedőkből is.

Frank Markus séf kölni éttermébe keres teljes munkaidőre alkalmazottakat. Az étterem legnagyobb problémája, hogy ha van is jelentkező, valamilyen oknál fogva nem jönnek el az interjúra. Sok jelentkezőnek komoly gondjai vannak a német nyelvvél is, van, aki még az étlapot sem tudja elolvasni vagy németül írni (bild.de).

## US trend

Hogyan esznek az amerikaiak „házon kívül”. A Mintel kutatóintézet megvizsgálta az aktuális amerikai trendeket. Általánosan elmondható, hogy 2024-et a „megfizethető újdonságok” jellemzik majd, a fogyasztók új és szokatlan ételeket keresnek, amelyekkel például a közösségi médiában találkoztak.



A kutatás szerint a fogyasztók 22%-a szándékozik 2024-ben gyakrabban ételt rendelni elvitelre vagy házhozszállítással. Ugyanakkor az USA-ban (is) az ár-érték arány nagyon fontos az étkezők számára. Ezért 4-ből 3 fogyasztó akarja csökkenteni az étteremlátogatásokat és az elviteles rendelései számát. Ezt tükrözi az a tény is, hogy az elmúlt három hónapban az étteremlátogatások és az ételrendelések 73%-a gyorséttermekben történt, amelyek általában az alacsonyabb árszintet kínálják. A fogyasztók 33%-a a sós ételek iránt érdeklődik, valószínűleg a sós, fűszeres ételek határozzák meg a menü alakulását 2024-ben (food-service.de).

## Time Out

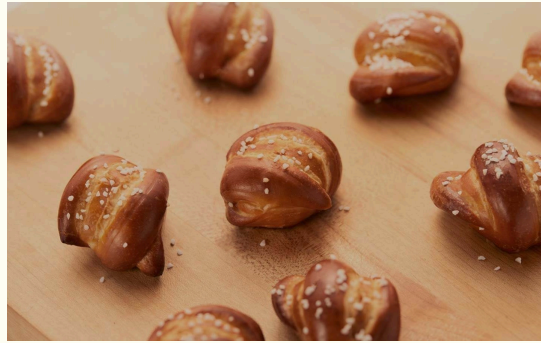


Ahogy azt már korábbi számunkban jeleztük, a legújabb Time Out Market Barcelonában nyílt meg július 5-én, a Maremagnum bevásárlóközpontban. A legújabb helyszínről kiváló kilátás nyílik a városra, a kikötőre és a tengerre.

Az új étteremben 14 díjnyertes séf, köztük két Michelin-csillagos séf, de újoncok és helyi hírességek is várják a vendégeket a teljes körű szolgáltatást nyújtó étteremben. Négy bár, egy rendezvényterem és egy podcast állomás egészíti ki a kulináris kínálatot (food-service.de).

## Perecelnek

A mainzi székhelyű Ditsch perecpékség kihasználja a perecek növekvő népszerűségét az USA-ban, és terjeszkedik. A perccel elkészítési és fogyasztási módja az USA-ban azonban jelentősen eltér a német hagyományoktól. Németországban az emberek általában sósan és ropogósan szeretik a perccet. Ezzel szemben az amerikaiak inkább a lágyabb és édesebb változatot részesítik előnyben.



A Ditsch ezért nemrégiben kifejlesztett egyfajta perecpralinét az amerikai piacra, mellyel szerintük egy hosszú távú tendenciát azonosítottak. Az USA-ban a perccet szinte mindenki a sporteseményekről ismeri. Ha valaki profi sporteseményeket néz, akkor ahhoz perccet fogyaszt. A percek ezért egyre keresettebbek a vendéglátásban, mivel az étteremláncok folyamatosan keresik az újdonságokat és a trendeket. Ha megnézzük az amerikaiak fogyasztói magatartását a percces pékárukkal kapcsolatban, láthatjuk, hogy szeretnek nassolni és mártogatni. A gyorséttermekben ezért a perccet gyakran sajtmártással kínálják, a teljes kiszolgálást nyújtó éttermekben pedig olvasztott sajttal tálalt meleg perccet kínálnak. Ennek a sajátos ízvilágnak a kielégítésére a Ditsch nemrégiben kifejlesztett egyfajta perecpralinét az amerikai piacra. Ezek olyan praktikus percces rágcslálnivalók, amelyek elvitelre, köretként, mártogatósna, főételként vagy édességként is fogyaszthatók (food-service.de).

## Jöjjön a vasút!



A barcelonai Phocuswright Europe konferencián szakértők megvitatták, hogyan alakíthatja át az európai vasúti közlekedést a nagyobb együttműködés. Bár a vasúti ágazat gyorsan fellendült a COVID után, a növekedés üteme lassabb, mint a légitársaságoké.

Az egységes európai vasúti piac kialakítása kulcsfontosságú lesz a jövőben, különösen a gyorsvasutak és a verseny előnyeinek kiaknázása érdekében. A gyorsvasutak és a verseny növekedése jobb szolgáltatást és alacsonyabb viteldíjakat eredményezett bizonyos útvonalakon, de az új verseny megteremtése tökeigényes folyamat. Az SNCF támogatja a multimodális összeköttetéseket, hogy az utasok könnyebben eljuthassanak a

pályaudvarokra. Az Iryo spanyol magánvasút-üzemeltető is hasonló megközelítést alkalmaz, és különféle közlekedési módokra szóló jegyek foglalását teszi lehetővé. Az Eurostar célja, hogy 2030-ra évi 19 millió utasról 30 millióra növekedjen, más vasúttársaságokkal való együttműködés révén. A fenntarthatóság érdekében fontos lenne a rövid távú repülőjáratok korlátozása a vasút javára, ahogyan ezt Franciaország már megtette. A vasút, mint zöld közlekedési mód, kulcsszerepet játszhat Európa mobilitási igényeinek kielégítésében (PhocusWire).

## Nől a Hyatt

Az elmúlt években a Hyatt Hotels jelentős terjeszkedésbe kezdett, különböző szállodamárkák megvásárlásával és portfóliójának bővítésével. A cég 2017 óta megduplázza a luxusszobák és megháromszorozta az üdülőhelyi szobák számát, emellett a lifestyle-szobáinak száma is ötszörösére nőtt.



Most a Hyatt Hotels „előrehaladott tárgyalásokat” folytat a Standard International felvásárlásáról, amely a híres Standard szállodákat üzemelteti. A Standard Hotel márka, amelyet André Balazs alapított, népszerű a hírességekkel teli atmoszférájáról. Az első Standard Hotel 1999-ben nyílt meg a hollywoodi Sunset Strip-en, és olyan befektetők támogatták, mint Leonardo DiCaprio és Cameron Diaz.

A Hyatt a globális jelenlétét is erősíti, mind szerves növekedéssel, mind felvásárlások révén. A Hyatt kínálata 2017 óta közel 85%-kal nőtt, és elérte a rekord 129 000 szobát. Néhány hete a Hyatt bejelentette, hogy megvásárolta a Lindner Hotels „me and all hotels” márkáját, amely hat ingatlant és több mint ezer szállodai szobát foglal magában Németországban. A Hyatt további jelentős felvásárlásai közé tartozik a Two Roads Hospitality 480 millió dolláros megszerzése 2018-ban, az Apple Leisure Group 2,7 milliárd dolláros felvásárlása 2021-ben, és a Dream Hotel Group luxus üdülőhelymárka 300 millió dolláros megvásárlása 2022-ben.

Eközben a Standard International is gyorsan terjeszkedik. Jelenlegi portfóliójuk mintegy 20 szállodát foglal magában, köztük olyan nagyvárosokban, mint London, New York City, Ibiza, Miami és a Maldív-szigetek. A közeljövőben új szállodák nyílnak Melbourne-ben, Szingapúrban, Lisszabonban, Dublinban és Brüsszelben. Az esetleges felvásárlás újabb jelentős lépés lehet a Hyatt számára a globális piacon, tovább erősítve pozícióját a luxus és életmód szállodák szegmensében (forbes.com).

---

## Uniós hírek

### Új kiáltvány



Elindult az Európai Turisztikai Kiáltvány, melyben az európai idegenforgalmi ágazatot képviselő több mint 70 szervezet ismerteti a következő jogalkotási ciklusra vonatkozó prioritásait. A HOTREC is részt vett a prioritások megfogalmazásában. A kiáltvány célja, hogy elősegítse az utazási és turisztikai ágazat fejlesztését a következő pillérek mentén:

- 1. Dekarbonizáció:** Az ágazat elkötelezett az éghajlatváltozás elleni küzdelem mellett, támogatva a zöld átmenetet és a tudományosan megalapozott célokat. Ennek érdekében rendszerszintű változásokra van szükség az utazás, a turizmus, az építőipar és az élelmiszertermelés területén.
- 2. Intelligens uniós finanszírozás:** Az EU-nak olyan stratégiát kell kidolgoznia, amely figyelembe veszi az ágazat szükségleteit és a gazdasági, geopolitikai és társadalmi előnyöket. Ennek érdekében szükség van egy összehangolt szakpolitikai megközelítésre, valamint intelligens finanszírozási lehetőségek biztosítására az alkalmazkodás és innováció támogatására.
- 3. Rugalmas összeköttetés és szabad mozgás:** A turizmus rugalmassága és a nyitott határok stratégiai fontosságúak. Ennek biztosítása érdekében megfelelő határinfrastruktúrára, digitalizált vízumeljárásokra és frissített készenléti tervekre van szükség.
- 4. Szakképzés és az ágazat vonzereje:** Az innováció és az alkalmazkodás támogatása érdekében a vállalkozásoknak és desztinációknak megfelelő eszközöket kell biztosítani. Fontos a készségfejlesztés, a desztinációkezelés és a digitalizáció előmozdítása.

A Turisztikai Kiáltvány szorgalmazza továbbá egy új turizmusért felelős biztos kinevezését, az Európai Parlamentben turisztikai munkacsoport létrehozását

és a Tanácsban éves miniszteri találkozók megszervezését. A kiáltvány célja, hogy összehangolt uniós fellépéssel támogassa az ágazatot, biztosítva a beruházások hatékony irányítását, az innováció ösztönzését és a negatív hatások csökkentését (hotrec.eu).

## Hol vannak a felszolgálók?

Európa néhány legnépszerűbb turisztikai célpontja munkaerőhiánnyal küzd a vendéglátóiparban, különösen a felszolgáló munkakör terén. Spanyolország, Olaszország és Horvátország különösen érintett, ahol a nyári szezonban számos állás betöltetlen marad.



A La Tribuna de Ciudad Real szerint a spanyolországi bárok és éttermek minden nyáron munkaerőhiánnyal küzdenek, és 2024-ben várhatóan az állások fele betöltetlen marad. Spanyolország mellett Abruzzóban is sok étterem „felkészületlenül” kezdte a nyári szezont, mivel ez az olasz régió is pincérhiánnyal küzd, míg Horvátországban a pincérek mellett az eladók és takarítók iránti kereslet is kiemelkedően magas. A növekvő turizmus miatt sok vállalkozás külföldi munkavállalók felvételével próbálja betölteni a hiányt. Az EURES jelentése szerint 18 uniós országban, köztük Németországban, Olaszországban, Belgiumban, Franciaországban is jelentős a munkaerőhiány a felszolgáló munkakör és egyéb vendéglátással kapcsolatos szakmában (schengen.news).

