

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2024. évi huszonnyolcadik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2024. december 4. 20. évfolyam 28. szám



Szövetségi hírek

- Novemberi Turizmus Konjunktúra Index
- IB ülés
- HOTREC-EFFAT Szociális Párbeszéd Plenáris Ülés
- FSE Közgyűlés

A graphic for a webinar. On the left, the PANTOUR logo is displayed, consisting of a stylized blue and orange arrow pointing right, followed by the word "PANTOUR" in bold blue letters and "PACT FOR NEXT TOURISM GENERATION SKILLS" in smaller blue letters below it. To the right of the logo, there is a photograph of a smiling woman with long, curly hair wearing large headphones. Below the logo, the text "EMPOWERING TOURISM WITH SKILLS INTELLIGENCE MONITORING" is written in bold blue letters, followed by "Insights and European Success Stories" in orange and blue. At the bottom left, the date and time "16 Jan 2025 | 16:00 – 17:30 CET" are listed. At the bottom right, there is a small European Union flag logo and the text "Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union".

Tag- és társszervezeti hírek

- 130 éves a New York Kávéház
- PANTOUR webinar
- MNB konjunktúra felmérés



Nemzetközi hírek

- A turizmus újra szárnyal
- Fenntartható jövő
- RUPT
- Rendezvény ISO
- Baromfi-kezdeményezés
- AI forradalom a turizmusban
- A Chipotle új vezérigazgatója
- Fenntarthatóság az Egyesült Királyságban
- Új Subway
- Minimálbér hatás
- AI kihívás a fenntartható turizmusért
- Német vendéglátóipari helyzet
- Akkus vonatok
- %Arabica
- Csődök
- Készül a jövő repte



Uniós hírek

- Új Bizottság
- FSE Code of Conduct

Szövetségi hírek

Novemberi Turizmus Konjunktúra Index

Az index értéke 4 ponttal nőtt az év tizenegyedik hónapjában, valamint 6 ponttal meghaladja az egy évvel ezelőtti értékét. A TKI index 2024. novemberben -2 ponton állt (-100 és +100 közötti skálán értelmezve), mely azt jelenti, hogy az ágazat szereplői helyzetüket enyhén negatívnak érzékelték. A szálláshely-szolgáltatásban 4 ponttal +3 pontra, a vendéglátásban 5 ponttal -7 pontra javult, míg az egyéb turisztikai szektorban 1 ponttal -3 pontra csökkent az index. A turizmus konjunktúrája javult, miközben az összes gazdasági szektoré romlott novemberben.



A TKI index június után újra (1 ponttal) meghaladta a GKI EU számára végzett konjunktúra kutatásában mért szolgáltatási szektor konjunktúraindexét (-3 pont), ugyanakkor jelentősen meghaladta a nemzetgazdasági átlagot képviselő GKI üzleti bizalmi indexet (-11 pont). Sokkal magasabb volt továbbá az ipar (-13 pont), a kereskedelem (-21 pont) és az építőipar (-20 pont) indexeinél. Amennyiben a 2024. novemberi TKI indexet összevetjük az egy évvel korábbival (2023. november), 6 pontos javulást tapasztalunk. Az alszektorok közül mindhárom indexe nőtt éves összehasonlításban, leginkább a szálláshely-szolgáltatásé. A méretcsoportok közül is mindegyik indexe nőtt, leginkább a 3-5 fős cégeké. A TKI alindexei közül a közeljövő eredményességi indexe jelentősen, a működési költségeké enyhén javult, miközben a további három index is emelkedett az elmúlt egy év alatt. A következő három hónapban az előző év azonos időszakához képest a szállásadók 25%-a növekedést, 19%-uk visszaesést vár a vendégéjszakák számában. A vendéglátásban működők közül 30% vár vendégforgalom növekedést az előző év azonos időszakához képest, 23%-uk pedig visszaesést vetít előre. Az egyéb turisztikai szektorban működők 19%-a ügyélforgalom növekedést prognosztizál, míg visszaesést 14% vár.

IB ülés

Szövetségünk évzáró Intéző Bizottsági ülését **2024. december 5-én, csütörtökön 9:30-kor** tartjuk a Városliget Étterem és Kávézóban. Az ülésen beszámolunk a legutóbbi Közgyűlés óta történt eseményekről, áttekintjük az aktuális lobbügyeket, valamint megvitatjuk a jövő év fontosabb teendőit.



HOTREC-EFFAT Szociális Párbeszéd Plenáris Ülés

Részvételünkkel zajlott a HOTREC-EFFAT Szociális Párbeszéd Bizottság plenáris ülése. Itt áttekintés történt az ágazat aktuális piaci helyzetéről (általában növekedés történt, de nem mindenhol érték meg el a 2019-es szintet, az eredményességre kihatással van az emelkedő adózás, az energia- és élelmiszerárak) és továbbra is jellemző a képzett munkaerő hiánya.

Az ágazatban közel háromszorosa a harmadik államokból dolgozók aránya az átlagos európai foglalkoztatási számokhoz képest. Kiemelt témaként került megvitatásra a szakmai gyakorlatok ügye, szabályozása és a további a munkavállalókra kiható szociális ügyek, mint a harmadik fél részéről történő erőszakos fellépés.

FSE Közgyűlés

Szövetségünk is részt vett a FoodServiceEurope november 21-i közgyűlésén, ahol fontos stratégiai kérdéseket vitattak meg, amelyek a jövőbeli vendéglátóipari politikák számára is meghatározóak az Európai Unióban. A közgyűlés központjában az EU mezőgazdaságának jövője, a közbeszerzések reformja és a

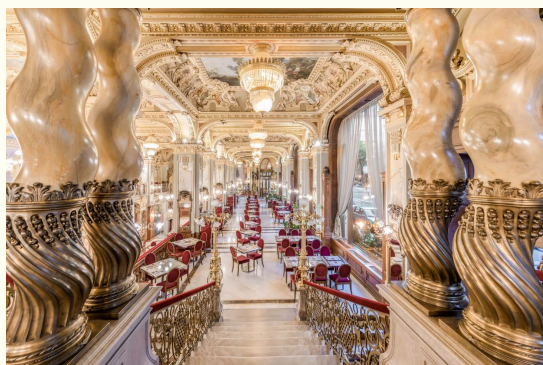


tisztességtelen kereskedelmi
gyakorlatok (UTP) álltak.

Napirenden volt a Stratégiai Párbeszéd jelentésének áttekintése, amely az agrár-élelmiszeripari lánc kulcsfontosságú érdekeinek összehangolására és az EU mezőgazdasági jövőképeinek formálására fókuszál. Szó esett a közbeszerzési irányelv felülvizsgálatáról, valamint szintén hangsúlyos szerepet kapott a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv várható módosításai, különös tekintettel az élelmiszer- és vendéglátóipari szolgáltatások bevonására.

Tag- és társszervezeti hírek

130 éves a New York Kávéház



Az Eventrend Group által működtetett New York Kávéház, amelyet a világ legszebb kávéházaként tartanak számon, különleges meglepetésekkel ünnepli fennállásának 130. évfordulóját. November 26-án egy napra bezárt a Kávéház, hogy nagyszabású műsoros partnerpartinak adjon teret.

December 13. és január 6. között a vendégek éjszaka is élvezhetik a patinás intézmény varázsát, hiszen éjfél-től hajnali 4 óráig nyitva tartanak. Az évfordulóra egyedi tortát is alkottak, amely a sárgabarack és csokoládé ízvilágának harmonikus ízvilágát ötvözi.

PANTOUR webinar

2025. január 16-án kerül megrendezésre a PANTOUR projekt első webinárium, melyen három olyan európai legjobb gyakorlatot ismertetnek, amelyek napi szinten kiemelik a digitális és fenntartható átalakuláshoz,

valamint az inkluzív turisztikai növekedéshez szükséges készségfejlesztés kulcsfontosságú területeit.



PANTOUR
PACT FOR NEXT TOURISM GENERATION SKILLS

**EMPOWERING TOURISM
WITH SKILLS INTELLIGENCE
MONITORING**
*Insights and European
Success Stories*

16 Jan 2025 | 16:00 – 17:30 CET

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Bemutatásra kerül az Ágazati Készséginformációs Megfigyelő is (Sectoral Skills Intelligence Monitor) - egy olyan élvonalbeli eszköz, amelyet a jelenlegi és jövőbeli készségigények feltérképezésére terveztek. A webinarium során inspirálódhatunk a sikertörténetekből, és megismerhetjük, hogyan alakíthatják ezek a felismerések a turizmus jövőjét.

Az eseményre ezen a linken keresztül lehet regisztrálni: [Save the date: webinar 16 January 2025 - PANTOUR](#)



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 felméréseik lebonyolításában.

Együttműködésünknek köszönhetően a válság kezelését célzó intézkedések kidolgozásánál a jegybank vezetői több ezer vállalat válaszait ismerhették meg. Eddigi felméréseik eredményei megtalálhatók az MNB honlapján.

Ezen a [linken](#) keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek **2024. december 16-ig** van lehetősége.

Külföldi hírek

A turizmus újra szárnyal

A globális turizmus 2024 végére eléri a járvány előtti szinteket, a turisták költése pedig még a látogatók számának növekedését is túlszárnyalja - derül ki az ENSZ Turisztikai Világszervezetének (UNWTO) legfrissebb jelentéséből. Az év első kilenc hónapjában 1,1 milliárd nemzetközi turista utazott, ami a világjárvány előtti szintek 98%-ának felel meg. A jelentés a turizmus lenyűgöző felépülését tükrözi, amely a COVID-19 okozta történelmi válság után valósul meg.



Az adatok szerint 2024 első három negyedében a legtöbb régió már meghaladta a 2019-es látogatószámot. Különösen kiemelkedtek a Közel-Kelet, amely 29%-kal több látogatót fogadott 2019-hez képest, illetve Európa és Afrika is túteljesítette a járvány előtti mutatókat. Az ázsiai és csendes-óceáni térség ugyanakkor még mindig a teljes helyreállítás felé tart, 2024-ben a 2019-es szintek 85%-át érte el.

A turisztikai bevételek növekedése szintén figyelemre méltó: számos országban, például Szerbiában, Japánban és Törökországban, a bevételek jelentős, kétszámjegyű növekedést mutattak. Az amerikai és európai nagy piacok, például az Egyesült Államok és Németország is erős költési adatokat

produkáltak. A hosszabb tartózkodások és az átlagos költség növekedése kulcsfontosságú tényezők voltak ebben a trendben.

Bár a turizmus lendületes helyreállása optimizmusra ad okot, a szektort továbbra is sújtják olyan kihívások, mint a magas utazási költségek, az infláció, az olajárak ingadozása, valamint geopolitikai és klímaváltozással kapcsolatos problémák. Azonban a turizmus gazdasági jelentősége egyre növekszik, hiszen hozzájárul a foglalkoztatás bővítéséhez, valamint számos gazdaság kereskedelmi mérlegének és adóbevételének javításához (UN Tourism).



Fenntartható jövő

A Financial Times, az UN Tourism és a Diriyah Gate Company támogatásával kiadott legújabb [fDi Tourism Investment Report 2024](#) („Global greenfield investment trends in tourism”) mélyreható áttekintést nyújt a turizmus globális zöldmezős befektetési trendjeiről, hangsúlyozva a világválságból való kilábalást és bemutatva a fejleményeket. A jelentés szerint a turisztikai ágazat erőteljes növekedést mutatott 2023-ban, a nemzetközi turisztikai bevételek 3%-kal nőttek 2019-hez képest.

A jelentés szerint a turisztikai beruházások ugyan nem tértek vissza teljesen a járvány előtti szintre, az ágazat jövője pozitívnak tűnik. Ezek a projektek becslések szerint nagyjából 106,7 milliárd dollár tőkebefektetést eredményeztek 2019-2023 között, és körülbelül 259.800 munkahelyet teremtettek. A jövőben több és célzottabb beruházás kulcsfontosságú lesz a turisztikai ágazat számára, a munkahelyteremtéshez, valamint az inkluzív és fenntartható növekedéshez.

A turisztikai beruházási projektek fellendülésében regionális szinten is különbségek jelentkeztek. Európa vezető szerepet tölt be, 2019 és 2023 között 867 projekt zajlott, ami a teljes globális beruházások 44,6%-át teszi ki. Az Ázsiai-csendes-óceáni térségben a tőkebefektetések mutattak jelentős növekedést, 2022 és 2023 között 125,3%-kal nőttek. Latin-Amerika és a Karib-térség 221 turisztikai projektet vonzott be, mely mintegy 73.400 munkahelyet teremtett.

A jelentés szerint egyre nagyobb hangsúlyt szükséges fektetni a fenntartható turisztikai beruházásokra, hogy a desztinációk kihasználják a rendelkezésre álló innovációt és a technológiát, beleértve a mesterséges intelligenciát, hogy csökkentsék a környezeti hatásokat, miközben javítják a látogatói élményt. Az iparág komplex fellendülésének fényében az fDi Tourism Investment Report 2024 a minőséget részesíti előnyben a mennyiséggel szemben a turizmusban. Azt sugallja, hogy az úti célok diverzifikációja, a környezetbarát politikák végrehajtása és a fenntartható infrastruktúra fejlesztése elengedhetetlen a globális turizmus hosszú távú növekedésének biztosításához.

Az emberekbe, különösen a fiatalabb generációkba való befektetés is kulcsfontosságú, mivel a turisztikai ágazat a globális munkaerő több mint 50%-át foglalkoztatja 25 év alatt. Ahogy haladunk előre, az innovációra és a stratégiai beruházásokra való összpontosítás alkalmazkodni fog az utazók változó igényeihez, támogatni fogja a közösség jólétét, és biztosítani fogja az ágazat és bolygónk fenntarthatóságát (UN Tourism).

RUPT

„RUPT időket élünk” - vezette be a panel moderátora, a frankfurti Snackday egyik panelbeszélgetését. Victor Chavero (Aramark), Sonja Rosenheimer (Gustoso), Annette Zielezinski (Ikea) és Alexander Thies (DB Fernverkehr), a vállalati, a rendszer-, a kiskereskedelmi és a közlekedési vendéglátás szakértői vettek részt a panelbeszélgetésen.



A RUPT a következő szavak rövidítése: Rapid, Unpredictable, Paradoxical, Tangle (gyors, kiszámíthatatlan, paradox, bonyolult). Mindezek nagyon sajátos kihívások elé állítják a vendéglátóipart:

1. **Az érzékenység** - és az ezzel járó fogyasztói visszafogottság és biztonságra való törekvés.
2. **Az igények sokfélesége** - az egyéni kívánságok közötti feszültség nagyobb, mint valaha.
3. **A közösségi média által vezérelt személyre szabottság** - a közelség, az érzelmek és az erős hatékonyság iránti igény a vendéglátóipari koncepciókkal szemben.

A hibrid munka világa, amely a koronavírus világjárvány óta Németországban a mindennapi munkaélet szerves részévé vált, továbbra is a legnagyobb kihívást

jelenti az Aramark vállalati étkeztetési szolgáltatásai számára. „Ha napi 2000 helyett csak 1000 étkezést rendelnek, akkor az árbevétel 50 százaléka kiesik” - magyarázza Victor Chavero, az Aramark frissítő szolgáltatásokért felelős vezetője. Ugyanakkor a folyamatokat az elmúlt években a munkaerőhiány miatt automatizálni kellett. A megoldás: a hagyományos pénztárgépek helyett önellenőrző pénztárgépek. Chavez meg van győződve arról, hogy a jövőben az automaták üzletága a vállalati étkeztetésben is meg fog honosodni. Az automata 24/7 szolgáltató, a megfelelő alkalmazással párosítva a menük előre megrendelhetők, és így tökéletesen megtervezhetők és előkészíthetők (foodservice.de).

Rendezvény ISO



A Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V. és az IFES (International Federation of Exhibition and Event Services) közös kezdeményezése, amely az ISO20121 fenntarthatósági tanúsítvány bevezetését segíti az eseményszervező iparág számára, továbbra is nagy sikerrel fut. Az eddigi visszajelzések és a folyamatos kereslet alapján a program 2025 februárjában újabb csoportot indít, így még több vállalat számára biztosítva a lehetőséget a tanúsítás megszerzésére.

Az ISO20121 szabvány célja, hogy segítse a cégeket a fenntartható működés kialakításában, különös figyelmet fordítva a rendezvénymenedzsment során felmerülő környezeti, társadalmi és gazdasági hatások csökkentésére. A programban résztvevő vállalatok szoros együttműködésben dolgoznak, hogy a tanúsítvány megszerzéséhez szükséges folyamatokat hatékonyan alkalmazzák a saját működésükben. A képzés különösen értékes, mivel az iparági vezetők személyes támogatást és folyamatos szakmai segítséget biztosítanak a résztvevők számára a tanúsítás eléréséhez.

A legutóbbi felmérés szerint a fenntarthatósági tanúsítványok, különösen az ISO20121 és az ISO14001 (környezeti menedzsment) iránti érdeklődés folyamatosan nő. A válaszadók 60%-a „magas” vagy „nagyon magas” fontosságot tulajdonít a tanúsítványok szerepének, és 45 válaszadó tervezte, hogy az ISO20121-et bevezeti vállalkozásába a következő két évben.

A következő ISO20121 tanúsítványra készülő csoport 2025 februárjában indul, és 12 cég számára nyílik lehetőség a csatlakozásra. A program célja, hogy a

fenntarthatóságot elősegítő jó gyakorlatok és rendszerek megismertetésével egyre több vállalat számára váljon elérhetővé a fenntartható rendezvénymenedzsment tanúsítvány (TravelDailyNews).





Baromfi-kezdemenyezés

Az Albert Schweitzer Alapítvány (ASS) közzétette harmadik jelentését, melyben értékeli a 15 vendéglátó cég által, az európai baromfi-kezdemenyezéshez kapcsolódó önkéntes kötelezettségvállalás végrehajtása terén elért eredményeket. Az új éllovas, a Hans im Glück igazán komolyan vette az elkötelezettséget, ez pedig nem csak a 2024-es első helyezés eléréséhez volt elegendő, hanem az ASS által megkövetelt 100%-os eredmény eléréséhez.

Olyan nagyvállalatok álltak a European Chicken Commitment (ECC) kezdemenyezés mellé, mint az IKEA, az Unilever, a Nestlé és a Burger King. Németországban már több mint 100 vállalat csatlakozott a kezdemenyezéshez, köztük vendéglátóhelyek, vendéglátóhelyek és élelmiszer-kiskereskedők. A részt vevő vállalatok 2026-ig kötelezték el magukat az ECC kritériumainak megvalósítására.

A jelentéshez az Albert Schweitzer Alapítvány szisztematikusan elemzi mind az önkéntes kötelezettségvállalást, mind a ECC végrehajtását. Saját információi szerint az alapítvány kizárólag a vállalatok által közzétett információkat használja fel, például a honlapjaikon vagy az éves jelentéseikben, de a vállalatok is lehetőséget kaptak a hiányzó információk megadására.

Idén három vállalat került a 3. szintre (60-75 %): Hans im Glück, a KFC és a Domino's. A Subway azonban eltávolította a csatlakozási nyilatkozatot a német honlapjáról, és eltávolodott a 2026-os nemzetközi határidőtől. Ennek következtében a vállalat lecsúszott a jelenlegi rangsorban. Tizenkét vállalat csak a pontok 50 százalékát vagy annál kevesebbet kapott, három közülük 0 százalékot is (Autogrill, Call a Pizza és Starbucks). Az, hogy a baromfi jobb tartási körülményei milyen mértékben hatnak, és mekkora erőfeszítéssel jár egy vállalat számára, attól is függ, hogy az adott étlapon milyen arányban szerepelnek baromfitermékek. Például egy tisztán csirkehúsos koncepció, mint a KFC esetében a százalékos részesedés valószínűleg jelentősen magasabb lesz, mint egy hamburgeres vagy pizzás koncepció esetében.

Geprüfte Unternehmen	Umsetzung & Berichterstattung					
	Besatzdichte	Weniger Überzüchtung	Licht & Beschäftigung	Keine Käfige	Betäubung	Auditing
 hans im glück *	10 %	48 %	49 %	48 %	48 %	100 %
 KFC	1 %	7 %	12-15 %**	100 %	33 %	100 %
 Domino's	8 %	0 %	0-16 %***	100 %	72 %	7 %
 SUBWAY	59 %	0 %	59-63 %****	0 %	21 %	0 %

Áttekintés a vállalatok eredményeiről:

Hans im Glück: 74 százalékkal a Hans im Glück érte el a rangsorban a legmagasabb összpontszámot és ezzel a 3. szintet, bár ezt az értéket a jelenlegi fejlesztések már megelőzték. Az értékelési időszak végén a Hans im Glück bejelentette, hogy a német és az osztrák piacra történő átállást 100 százalékban egy beszállítóval együttműködve hajtották végre. Ezzel Németországban elsőként teljesítik az önkéntes kötelezettségvállalást az általuk használt csirketermékek 100 százalékára vonatkozóan.

KFC: A KFC volt a kezdeményezés másik úttörője, az elmúlt két évben vezette a rangsort. A vállalat már korán elkötelezte magát a nyugat-európai állatjóléti előírások mellett, és megtette az első lépéseket a végrehajtás felé. Tavaly óta az ASS stagnálást tapasztalt: sem az átállásban nem történt előrelépés, sem nyilvános ütemterv nem készült. A vállalat az ételvezetők felé kijelenti, hogy nem működtet saját baromfitelepeket. Összességében a KFC az általános rangsorban 69 százalékot ért el, az átállásra pedig a lehetséges pontok 50 százalékát szerezte.

Domino's: A Domino's felhívja az ételvezetők figyelmét arra, hogy az állatjólét témája állandó része a munkának, már több európai országban csatlakozott a kezdeményezéshez. Jó úton indult el a készletezési sűrűség, a foglalkoztatási anyagok, a kábítás és az auditálás területén, azonban tavaly óta nem tett közzé új számadatokat. Domino's ezért változatlan minősítést kapott a végrehajtás erősségei és gyengeségei tekintetében.

Ikea: az Ikea még 2019-ben kidolgozta „Better Chicken programját”, amely néhány területen (pl. az antibiotikumok használata tekintetében) meghaladja a kezdeményezés kritériumkatalógusát. Az ASS azonban kritizálja, hogy a jelenlegi fenntarthatósági jelentésében nem ad tájékoztatást az eredményekről vagy a saját programjáról. Két évvel ezelőtt az Ikea még a második helyen állt a jelentésben, mostanra azonban 48 százalékkal az 5. szintre csúszott vissza.

L'Osteria: A L'Osteria 2022-ben mind a kilenc európai piacon csatlakozott a ECC kezdeményezéshez, így 2023-ra éppen a rangsor közepére tudta magát pozícionálni. Az ASS azonban megjegyzi, hogy azóta nem tettek közzé előrehaladási jelentést vagy ütemtervet. Ez 44 százalékos pontszámot eredményez (5. szint).

Subway: 2021-ben csatlakozott a kezdeményezéshez, és elkötelezte magát a szabványok emelése mellett. 2023-ra már megtette a kezdeti előrelépéseket, és a végrehajtás tekintetében körülbelül 20 százalékos szinten állt, ez azóta viszont nem változott. Az előrelépés elmaradása mellett a legutóbbi jelentés óta még a csatlakozási nyilatkozat is eltűnt a Subway németországi honlapjáról, a 2026-os határidőt pedig törölték a nemzetközi kötelezettségvállalásból. Ennek következtében a Subway 19 százalékra, és ezzel a lista végére csúszott vissza.

McDonald's: a vállalat nem csatlakozott a kezdeményezéshez, saját programot indított. A program szerint az ellátási lánc 30 százalékát átállítják az állatjóléti kezdeményezésre (ITW). Ennek kritériumai azonban alacsonyabbak, mint az ECC-é. McDonald's közölte az élelmezésvezetőkkel, hogy a Németországban felhasznált csirkehúst 2025 elejére teljesen átállítják az ITW-re. Az állatjóléti célokat az éghajlati célokkal is összehangolják, és kerülnek a genetikailag módosított takarmányt és antibiotikumokat. A németországi McDonald's 2024 végére teljesíti a baromfira vonatkozó globális állatjóléti stratégiájának céljait.

Burger King: A Burger King nem alkalmazza az ECC-t Németországban. Más országokban, például az Egyesült Államokban, Kanadában és az Egyesült Királyságban azonban elkötelezte magát a kritériumok végrehajtása mellett. A vállalat hangsúlyozza továbbá, hogy a gyorséttermi szolgáltatók között úttörő szerepet tölt be a növényi alapú ételek terén. Ezzel valódi alternatívát teremt a hússal szemben, függetlenül a fehérjeforrástól. A vállalat növényi alapú csirkealternatívái különösen népszerűek a vendégek körében.

Az **Autogrill** nem szolgáltat információt a baromfik tartási körülményeiről az ellátási láncában, ez 0 százalékos eredményt eredményez. A **Starbucks** szintén 0 százalékon áll, a vállalat Németországban nem vállalt kötelezettséget, ellentétben az Egyesült Királysággal, az USA-val és Kanadával.

AI forradalom a turizmusban



Az utazási iparág legfontosabb szereplői gyűltek össze Szingapúrban, hogy megvitassák a mesterséges intelligencia által nyújtott lehetőségeket az utazási technológia területén. Az eseményt a Web in Travel (WiT), a Phocuswright és a PhocusWire közösen szervezte, és olyan nagyvállalatok vezetői vettek részt, mint a Booking, az Agoda, a Klook és a Trip.com. Az AI új szintre emelheti az utazási élményeket.

A technológia egyre inkább képes megérteni az utazók szándékait, testre szabott ajánlásokat nyújtani, és még a legbonyolultabb igényeket is kezelni. Ugyanakkor a résztvevők arra is felhívták a figyelmet, hogy az AI korlátai - például az adatvédelmi aggályok és a pontosság hiánya - továbbra is kihívást jelentenek.

Az AI által vezérelt személyre szabás a felhasználók adataira támaszkodik, de az adatvédelem kulcsfontosságú marad. A szakértők hangsúlyozták a transzparencia és az etikus adatkezelés fontosságát. A jövőben a helyi adatfeldolgozó modellek alkalmazása lehet a megoldás, amelyek személyre szabott élményt nyújtanak anélkül, hogy az adatokat központosított szerverekre továbbítanák.

Az AI forradalmasítja az ügyfélszolgálatot is: az ismétlődő feladatokat automatizálja, lehetővé téve az emberi ügyintézők számára, hogy komplexebb, empatikusabb interakciókra összpontosítsanak. Az emberi munka azonban továbbra is kulcsszerepet játszik, különösen a kulturális érzékenységet igénylő helyzetekben.

A légitársaságok is egyre inkább az AI-ra támaszkodnak az ügyféligények előrejelzésében, miközben az inkluzív utazás területén is komoly előrelépések várhatók. Az AI lehetővé teheti, hogy a niche-utazók - például fogyatékkal élők vagy LGBTQ+ utazók - igényei alapján még személyre szabottabb ajánlatokat kínáljanak a platformok.

A Global Travel Tech Think Tank összegzése szerint a mesterséges intelligencia nemcsak az utazási élményeket, hanem az iparág működését is alapjaiban formálja át. Az innováció és az etikus tervezés egyensúlya azonban

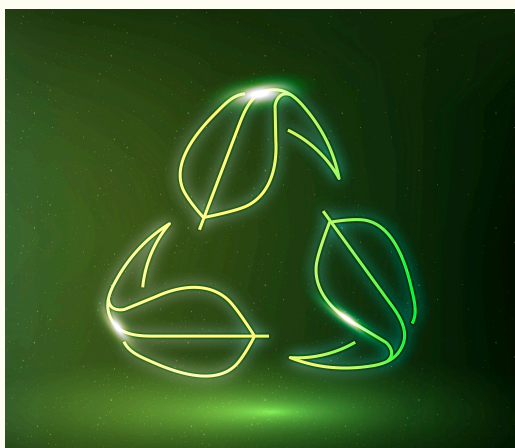
kulcsfontosságú lesz a jövőben. Ahogy az AI egyre nagyobb szerepet kap, az utazás egyszerre válhat még személyesebbé és inkluzívabbá (PhocusWire).

A Chipotle új vezérigazgatója

A Taylor Fritz sztárteniszezőt is szponzoráló Chipotle Brian Niccol Starbucks-hoz távozását követően egy három hónapos átmeneti időszak után Scott Boatwrightot nevezte ki új vezérigazgatónak. Boatwright, aki 2017 óta dolgozik a Chipotle-nál, korábban operatív vezérigazgató volt. A döntés nem volt teljesen váratlan, az elmúlt hét év során az amerikai média szerint nagy szerepet játszott a Chipotle növekedésében, különösen a technológia integrálásával és az alkalmazottak megtartási arányának javításával.



Pályafutása az Arby's Restaurant Group-nál kezdődött, ahol 18 évet töltött, és több mint 1700 üzletért volt felelős. Beiktatási beszédében hangsúlyozta az alkalmazottak fontosságát. Kifejtette, hogy a vezetőséggel közösen szeretné megvalósítani a prioritásokat, és elérni a hosszú távú növekedési célokat (food-service.de).



Fenntarthatóság az Egyesült Királyságban

A Biffa, amely az Egyesült Királyság vendéglátóipari vállalkozásainak specialistája, mérte fel az iparágat érintő egyedi kihívásokat. A változó fogyasztói szokások, a Brexit és a pandémia hatásai, valamint a megélhetési költségek növekedése egy olyan nehéz gazdasági helyzetet eredményeztek, amely folyamatosan próbára teszi a vállalkozásokat. Emellett a szektor számára a hulladékgazdálkodás bonyolultsága is kihívást jelent, mivel a

vendéglátóipar különböző típusú üzleteket ölel fel, mint például éttermek, szálláshelyek, turizmus és szórakoztatóipar, mind különböző méretű vállalkozásokkal.

A Biffa, amely az Egyesült Királyság vendéglátóipari vállalkozásainak specialistája, mérte fel az iparágat érintő egyedi kihívásokat. A változó fogyasztói szokások, a Brexit és a pandémia hatásai, valamint a megélhetési költségek növekedése egy olyan nehéz gazdasági helyzetet eredményeztek, amely folyamatosan próbára teszi a vállalkozásokat. Emellett a szektor számára a hulladékgazdálkodás bonyolultsága is kihívást jelent, mivel a vendéglátóipar különböző típusú üzleteket ölel fel, mint például éttermek, szálláshelyek, turizmus és szórakoztatóipar, mind különböző méretű vállalkozásokkal.

A fenntartható hulladékgazdálkodás és a körforgásos gazdasági megoldások alkalmazása ezért nem minden vállalkozás számára azonos módon alkalmazható, így a Biffa szakértői csapata személyre szabott megoldásokat kínál a különböző szektorok számára.

A 2024-es évben az Egyesült Királyság vendéglátóipari döntéshozóinak 90%-a úgy véli, hogy vállalkozásuk a körforgásos gazdaságra összpontosít. Ez az arány 10%-kal magasabb, mint az iparági válaszadók átlagos válasza. Ez a szám az 500 főnél nagyobb alkalmazottat foglalkoztató vendéglátóipari cégeknél 92%-ra emelkedik. A fenntarthatóság terén a vállalkozások nagy része (93%) már készített vagy tervezi fenntarthatósági stratégiáját. Azonban a nagyobb cégek körében (40%) még mindig tervezés alatt állnak a stratégiák, mivel a szabályozások végrehajtásának tisztázása és következetessége elengedhetetlen számukra.

A fenntarthatóság mérésének terén a „visszanyert, újrahasznosított anyagok mennyisége” és a „termékek/ csomagolások újrahasznosíthatósága” szerepeltek a legfontosabb mérőszámok között. A csomagolásokkal kapcsolatos előírások és jövőbeli jogszabályok, mint a műanyag csomagolás adója, a csomagolási felelősség kiterjesztése és az országszerte bevezetendő visszaváltási rendszer is nagy hatással vannak a vállalkozások fenntarthatósági döntéseire. A felmérés azt is kimutatta, hogy a vendéglátóipari vállalkozások 90%-a fenntarthatósági stratégiát valósít meg vagy tervez 10 főnél nagyobb létszámú cégeknél. Azonban, hogy a körforgásos gazdaságra való áttérés sikeres legyen, elengedhetetlen, hogy a fenntarthatósági stratégiák összehangolásra kerüljenek az ellátási láncok szintjén is. Ehhez adatmegosztásra és szorosabb együttműködésre van szükség, hogy jobban megértsük az anyagok életciklusát, mielőtt azok hulladékká válnak (UK Hospitality).

Új Subway

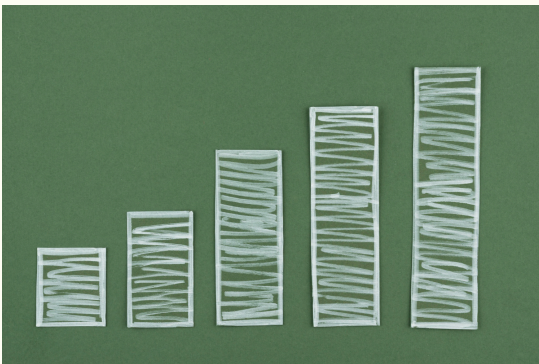
Az amerikai szendvicsmárka, a Subway 2025-től új Fresh Forward nevű dizájnt tervezi bevezetni. Az első Fresh Forward dizájn 2017-es bevezetése óta világszerte több mint 20.000 éttermet alakítottak át vagy nyitottak meg a modern Subway dizájnban. Ez segített újraértelmezni a márka megítélését, növelni az eladásokat és újramotiválni a franchise-tulajdonosokat és csapataikat.



A 2017-es átalakításokra építve a Fresh Forward 2.0 további márkafelismerést és élénk dekorációs elemeket kínál, beleértve a fali grafikákat, a lokalizált üzeneteket és feliratokat és a jobb világítást.

Az étterem hangulatának javítása mellett az új dizájn a Subway digitális átalakulási útját is előmozdítja. Jelenleg világszerte tesztelik az önkiszolgáló terminálokat, a rendelési képernyőket és a konyhai kijelző rendszereket, hogy további kényelmet nyújtsanak a vendégeknek, és optimalizálják az éttermi működést a franchise partnerek és csapataik számára. A Fresh Forward 2.0-t az elkövetkező hónapokban világszerte bevezetik. Az első országok, ahol az új design bevezetik, az USA, az Egyesült Királyság, Németország, Franciaország, Száúd-Arábia, Panama és Ausztrália.

Minimálbér hatás



A Munkaerő-piaci és Foglalkozáskutató Intézet adatai szerint, minden harmadik olyan (német) vállalat, amely 12,41 eurós minimálbért kínál, arra számít, hogy leépíti a személyzetet, ha a minimálbér 14 euróra emelkedik. A felmérés eredménye azért riasztó, mert a vállalatok 58 százaléka jelenleg 14,41 eurónál kevesebbet kereső munkavállalót foglalkoztat.

A minimálbér legutóbbi, 2022 októberében 12 euróra történő jelentős emelése jóval kevesebb embert érintett: a megkérdezett vállalatok 18 százaléka foglalkoztatott akkor 12 eurónál kevesebb órabérért dolgozókat, és nekik

kellett kiigazítaniuk a béreket. A keletnémet szövetségi államokban sokkal több vállalatnak kellett felfelé igazítania a béreket, mert ott még mindig kevesebbet keresnek az emberek (lebensmittelzeitung.net).

AI kihívás a fenntartható turizmusért

Az UN Tourism új globális mesterséges intelligencia kihívást hirdet, amely a turizmus jövőjét alakító innovatív megoldásokat keresi. A kihívás célja olyan startupok és scale-up cégek támogatása, amelyek digitális technológiák segítségével forradalmasítják az iparágat, elősegítve a fenntarthatóságot és gazdasági növekedést. A pályázók olyan megoldásokat keresnek, amelyek hozzájárulnak a digitális átalakuláshoz, fenntarthatósághoz, inkluzivitáshoz és digitális kormányzáshoz, többek között a branding és marketing, okos desztinációk, oktatás és működési hatékonyság területén.



A kihívás több neves partner támogatásával valósul meg, mint például a SPARK, a Les Roches Innovation Hub, az UnicoIn, az Amadeus és a Venture Capital. A pályázatokat 2025. március 31-ig lehet benyújtani, és a döntősök bemutatathatják projektjeiket az UN Tourism Demo Day rendezvényén, ezzel lehetőséget kapnak a potenciális befektetőkkel való kapcsolatépítésre is. A kihívás, amely az ENSZ Fenntartható Fejlődési Célok elérését segíti, eddig több mint 20 000 résztvevőt vonzott világszerte.

A mesterséges intelligencia 2030-ra várhatóan 15,7-19,9 billió dollárral növeli a globális gazdaságot, miközben az iparági fejlődés irányvonalát is meghatározza. Az MI alkalmazása lehetővé teszi, hogy a turizmus még intelligensebbé, hatékonyabbá és fenntarthatóbbá váljon (UN Tourism).

Német vendéglátóipari helyzet



A németországi vendéglátóipar forgalma 2024 augusztusában 1,3%-kal csökkent az előző hónaphoz képest. A Szövetségi Statisztikai Hivatal adatai szerint a vállalkozások mind reálértéken, mind nominálisan, áremelkedéssel kiigazítva kevesebb bevételt értek el a hónapban, mint a folyó év júliusában. Reálértéken 1,3 százalékkal volt alacsonyabb az árbevétel, mint az előző hónapban, nominálisan 0,9 százalékkal csökkent, és a hosszabb távú kilátások aligha jobbak:

2023 augusztusához képest reálértéken 2,4 százalékkal csökkent a vendéglátóipar árbevétele. Az ágazat sajnos nem érte el a koronavírus járvány előtti forgalmi szintet: 2019 augusztusában a vendéglátóiparban a reálforgalom 12,6 százalékkal volt magasabb.

Akkus vonatok

Az akkumulátoros vonatok forradalmasíthatják az európai vasúti közlekedést. A legújabb fejlesztés, egy intercity akkumulátoros vonat sikeres próbaüzeme az Egyesült Királyságban, lehetőséget kínál arra, hogy a jövő vasúti rendszere gyorsabb, olcsóbb és környezetbarátabb legyen. Az új „tribid” vonat képes váltani az akkumulátor, dízel és elektromos energiaforrások között, és akár 120 km/h sebességgel is közlekedhet.



Az akkumulátoros vonatok költséghatékonyak, hiszen üzemeltetésük akár 35-50%-kal csökkentheti az üzemanyagköltségeket a dízelvonatokhoz képest, ami lehetőséget ad a jegyárak mérséklésére is. Emellett környezetbarát megoldást kínálnak, mivel nem szükségesek drága elektromos vezetékek kiépítése a nem villamosított vonalszakaszokon, és emissziómentes üzemmódban érkeznek a pályaudvarokra, csökkentve a zaj- és levegőszennyezést.

Az akkumulátoros vonatok gyors elterjedése nemcsak az Egyesült Királyságban, hanem világszerte is várható. A Hitachi Rail és a Siemens Mobility már több országban is dolgozik ezen a technológián, amely lehetőséget ad arra, hogy a vasúti közlekedés költségei csökkenjenek, miközben jelentős mértékben csökkenti a CO2-kibocsátást (Euronews).



%Arabica

Mario C. Bauer márkaszakember egy japán vállalatnál, az %Arabicanál kapott állást. Ebben a pozícióban a vállalat tervezéséért, stratégiájáért és politikájáért felel. A nemzetközi franchise-ügyekben szerzett tapasztalatairól ismert szakember fontos szerepet fog játszani a vállalat globális terjeszkedésében. A Kenneth Shoji által 2013-ban alapított %Arabica a minimalista dizájnról és a kivételes kávéélményről ismert. A világszerte több mint 200 üzlettel rendelkező márka a kávé szerelmeseit célozza meg.

Bauer kinevezése a márka terjeszkedésével egyszerre történt, több új helyszínt terveznek Európában, Észak-Amerikában és Ázsiában is. Több évnyi tapasztalata nagy mértékben segíteni fogja a márka pozíciójának további megszilárdítását a különleges kávék piacán (food-service.de).

Csődök

Az FTI utazási csoport fizetéseketelenségét követően már több utas is visszakapta a pénzét, a többi hitelezőnek azonban rossz hírekkel szolgált a felszámoló. A hitelezők eddig összesen 840 millió eurós követelést jelentettek be, azonban kevés az esély arra, hogy ezt a sok pénzt visszakapják. Tekintettel a hitelezők nagy számára, a követelések vizsgálata évekig fog tartani.



A szervezett utazások utasai a német utazási biztonsági alaptól (DRSF) kapják vissza előlegüket. A DRSF már 180.000 igénylőnek írt levelet, 125.000 kérelmet kapott, és mintegy 50 millió eurót fizetett ki. Más a helyzet a szállodák, utazási irodák, légitársaságok, bankok és az állami Gazdasági Stabilitási Alap (WSF) esetében, amely a koronavírus-járvány idején pénzt adott kölcsön az FTI-nek. Axel Bierbach szerint 565 hitelező összesen több mint 564 millió eurós követelést jelentett be postai úton. További 69.000 hitelező elektronikus úton jelentett be követelést, összesen 276 millió euró értékben (dpa).

A fent említett FTI csődbejelentése után egy másik német szolgáltató is fizetéképtelenné vált. A heilbronnai székhelyű We-Flytour GmbH utazásszervező jövő héten nyújtja be a fizetéképtelenségi kérelmet. A DRSF honlapja szerint november 26-ig bezárólag induló összes utazást lemondta a cég. A DRSF szerint a közelgő fizetéképtelenség körülbelül 1500 olyan utazót is érint, akik jelenleg Törökországban és Egyiptomban tartózkodnak. A fizetéképtelenség oka állítólag a hitelkártya-szolgáltató változása. Az „FVW | TravelTalk” utazási magazin beszámolója szerint a korábbi szolgáltató, amely az ügyfélfizetések feldolgozását végezte, kivonult a piacról. Az utazási cégnek két hónap alatt sem sikerült új rendszert létrehoznia az új szolgáltatónál - ez likviditási problémákhoz vezetett, fontos értékesítési partnerek pedig felmondták az együttműködést.

A jó hír a jelenleg nyaralóknak, hogy folytatni tudják nyaralásukat, és a hazautazás is garantált számukra. A befizetett foglalót is visszatérítik nekik, amit a szervezett utazási csomagokról szóló uniós irányelv szabályoz. Annak érdekében, hogy az ilyen esetekre elegendő pénzügyi forrás álljon rendelkezésre, a 10 millió eurót meghaladó éves forgalommal rendelkező utazásszervezők 2021 novembere óta kötelesek hozzájárulást fizetni a DRSF-nek (bild.de).

Készül a jövő reptere

Európa egyik legnagyobb infrastrukturális projektje az utolsó bővítési fázisába lép: a frankfurti repülőtér 3-as terminálja készen áll a belső berendezésre és a vendéglátóegységek és bérlok érkezésére. A 3. terminál a tervek szerint 2026 húsvétja után nyitja meg kapuit, előtte körülbelül egy évig számtalan testtüzemmel szimulálják a valós folyamatokat.

A Fraport mintegy 4 milliárd eurót fektetett be az új terminálba, amelynek alapterülete 176.000 négyzetméter, az összes felső és alsó szinten együttesen 403.000 négyzetméter. A 3 mólóval (G, H és J) rendelkező 3. terminál elkészülte után a kezdeti kapacitás elérheti az évi 19 millió utast. A Fraport szerint ez a teljes bővítés után akár 25 millióra is növelhető.



A központi elem a piactér: ezt egy szokatlan, építészeti műalkotásnak számító mennyezetkonstrukció íveli át: 94 méter hosszúságban és 22,5 méter szélességben terveztek ide egy feltűnő álmennyezetet, amely a repülőtér mozgását hivatott szimbolizálni, de felülről napfényt enged be a térbe. A piactér 6.000 négyzetméteren mintegy 30 butik, üzlet és gasztronómiai kínálat jön létre, és további 6.200 négyzetméternyi lounge teret terveznek kialakítani. Ehhez a külső szerkezeti váz már elkészült, most már a gasztronómiai és kiskereskedelmi bérlők megkezdhetik egységeik kialakítását.

A kialakítás során különös figyelmet fordítottak arra, hogy az utasok számára minden egyértelmű legyen. A modern belsőépítészeti koncepció és a beszállókapuk lineáris elrendezése biztosítja a gyors tájékozódást, az utasok számára kialakított várakozóhelyek oldalt helyezkednek el, a különböző kiskereskedelmi és vendéglátóhelyek pedig a beszállókapuk közvetlen közelében vannak.

Uniós hírek

Új Bizottság

Az Európai Parlament november 27-én szavazott a második von der Leyen-bizottság hivatalos kinevezéséről. A szavazáson 370 igen szavazatot kapott, 282 nem ellenében és 36 tartózkodás mellett, ami viszonylag szoros eredmény. Az új biztosi testület december 1-jén hivatalba lépett, miután az Európai Tanács véglegesen kinevezte a biztosokat.



Az új biztosok és a felügyelt főigazgatóságok listája már nyilvánosságra került. Fontos megjegyezni, hogy a parlamenti együttműködés stabilitása nem garantált, mivel a centrista képviselőcsoportok közötti feszültségek egyre nagyobb kihívások elé állítják az EPP, az S&D és a Renew közötti koalíciót.

A Bizottság az első 100 napjában kulcsfontosságú kezdeményezéseket javasol majd, amelyek középpontjában az EU versenyképessége áll. A munkaprogramot várhatóan 2025 januárjában teszik közzé.

FSE Code of Conduct



Az Európai Bizottság a Code of Conduct (önkéntes élelmiszerlánc-fenntarthatósági keretrendszer) 2024-es jelentését értékelve megállapította, hogy bár az aláíró cégek továbbra is előrelépéseket tesznek, az iparági változások nem haladják meg a jogszabályok által előírt minimális követelményeket. A cél az, hogy a kódex valódi rendszerszintű változásokat generáljon, ám a jelentések alapján még mindig túl kevesen csatlakoztak ahhoz, hogy ez megvalósuljon.

A Bizottság szerint a Code of Conduct hatása továbbra is pozitív, de a valódi rendszerszintű változáshoz több aláíró szükséges. Jelenleg mindössze 155 aláíró van, és a kis- és középvállalkozások aránya csupán 10%. Az előrelépés ellenére a legtöbb elkötelezettség nem haladja meg a jogszabályi

követelményeket, és a vállalatok által tett ígérek nem mindig tartalmazznak konkrét célokat.

A jelentések elemzése során a Bizottság megjegyezte, hogy a vállalati elkötelezettségek és az iparági szövetségek szerepe még nem valósította meg teljes potenciálját. A jövőben a Bizottság szerint további részletesebb célkitűzésekre és a jogszabályok fölötti intézkedésekre van szükség, amelyek konkrét, mérhető eredményeket hozhatnak. A jó gyakorlatok között szerepel a jogszabályokon túli vállalások, mint a 2050-es karbonsemlegesség elérése és az állatjóléti szabványok szigorítása.

A Bizottság javaslata, hogy nagyobb mértékben vonják be a nem kormányzati szervezeteket, és hozzanak létre kisebb munkacsoportokat a különböző területek - mint például a regeneratív mezőgazdaság és a körkörös gazdaság - előrehaladása érdekében.

