

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2024. évi huszonnegyedik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2024. október 11. 20. évfolyam 24. szám



Szövetségi hírek

- Szeptemberi Turizmus Konjunktúra Index
- NKCS Oktatási Kerekasztal megbeszélés



Tag- és társszervezeti hírek

- FATOSZ
- A New York Kávéház elismerése
- Olasz készségfejlesztés
- Palackvisszaváltás a HORECA szektorban
- MNB konjunktúra felmérés



Nemzetközi hírek

- Óriások násza?
- MI adatgyűjtéshez
- Hogy látják a munkavállalók?
- Yu.eat

- Migráció
- Emily eladja a rendezvényeket is
- Pubhalál folyt.
- Élményalapú történetmesélés
- Oktoberfest
- Ismét Chick-fil-A
- A Subway új korszakba lép
- Erősödő tea



Uniós hírek

- Közbeszerzési szabályok reformja
- Jó úton

Szövetségi hírek

Szeptemberi Turizmus Konjunktúra Index

A szolgáltatási szektor - és benne a turizmus - továbbra is sokkal jobban teljesít, mint a gazdaság többi szektora. A TKI index szeptemberben kissé elmaradt a GKI EU számára végzett konjunktúra kutatásában mért szolgáltatási szektor konjunktúraindexétől, ugyanakkor meghaladta a nemzetgazdasági átlagot képviselő GKI üzleti bizalmi indexet (-9 pont). Magasabb volt továbbá az ipar (-11 pont), valamint jóval magasabb a kereskedelem (-17 pont) és az építőipar (-20 pont) indexeinél.

Hasonló üzletihangulat-indexekkel, mint például a VOSZ Barométerrel összehasonlítva kijelenthető, hogy a TKI követi a többi társindex alakulását, tehát a szezonális és az üzleti hangulatot befolyásoló negatív externáliák nem feltétlenül turizmus specifikusak. A TKI index 2024. szeptemberben -4 ponton állt (-100 és +100 közötti skálán értelmezve), mely azt jelenti, hogy az ágazat szereplői helyzetüket enyhén negatívnak érzékelték. Az index értéke 1 ponttal csökkent az év 9. hónapjában, s ezzel együtt 1 ponttal elmarad az egy évvel ezelőtti értékétől. A szálláshely-szolgáltatásban 5 ponttal -4 pontra javult, a vendéglátásban 2 ponttal -3 pontra, míg az egyéb turisztikai szektorban 5 ponttal -5 pontra csökkent az index. Az index mérésének történetében még nem fordult elő, hogy az egyes szektorok várakozásai ilyen közel álljanak egymáshoz. Amennyiben a 2024 szeptemberi TKI indexet összevetjük az egy évvel korábbival (2023. szeptember), enyhe csökkenést tapasztalunk. Az alszektorok közül a vendéglátás és a szálláshely-szolgáltatás indexe nőtt éves összehasonlításban, míg az egyéb turisztikai szektoré csökkent. A méretcsoportok közül a 6-15 fős kivételével mindegyik nőtt vagy stagnált. A következő három hónapban várhatóan enyhén bővül a kereslet a turisztikai ágazatban igényelt munkaerő iránt. A turizmus foglalkoztatási várakozás indexe (+2 pont) 2024. szeptemberben elmaradt a GKI EU számára végzett konjunktúra-kutatásában mért, a szolgáltatási szektorra számított index értékétől (+6 pont), ugyanakkor meghaladta a nemzetgazdasági átlagot (-3 pont). Magasabb volt az ipar és az építőipar indexénél (-8, illetve -3 pont), elmaradt ugyanakkor a kereskedelem indexétől (+5 pont). A következő három hónapban az előző év azonos időszakához képest a szállásadók 31%-a növekedést, 23%-uk visszaesést vár a vendégéjszakák számában. A vendéglátásban működők közül 16% vár vendégforgalom növekedést az előző év azonos időszakához képest, 22%-uk pedig visszaesést vetít előre. Az egyéb turisztikai szektorban működők 15%-a vár ügyfélforgalom növekedést az előző év azonos időszakához képest, míg visszaesést 31% vár.

NKCS Oktatási Kerekasztal

Szövetségünk, valamint a Nemzeti Készségcsoport szervezésében oktatási kerekasztal megbeszélést tartunk **2024. október 16-án, 14 órakor**, a Budapesti Gazdasági Egyetemen, a megbeszélés online is követhető lesz. Érdeklődők jelezhetik részvételi szándékukat titkárságunkon.



Tag- és társszervezeti hírek

FATOSZ



Gratulálunk a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének 30. évfordulójához! Ez alkalomból részt vettünk a FATOSZ harmincadik szakmai konferenciáján, amely a vidéki szálláshely-szolgáltatók képzésének és oktatásának szerepéről szólt. A konferencián hangsúlyt fektettek arra, hogy a falusi turizmus sikeréhez elengedhetetlen a megfelelő szakmai felkészültség, a fenntarthatóság és a digitalizáció.

A vidéki szolgáltatóknak olyan képzési programokra van szükségük, amelyek a vendégszeretet mellett gazdasági és technológiai ismereteket is biztosítanak. A VIMOSZ támogatja ezen törekvéseket, amelyek a régió turizmusának hosszú távú fejlődését szolgálják.

A New York Kávéház elismerése

Budapestre látogatott Arnold G. Klingels, a Historic Cafés Route új elnöke, hogy ünnepélyesen elismerje a pesti New York Kávéházat, amelyet a világ legszebb kávéháza tartanak. Klingels a kávéház igazgatójával, Szabó Csabával közösen emléktáblát helyezett el a falán, amely a kávéház kulturális jelentőségét hivatott megörökíteni.



Az Eventrend cégcsoport üzemelteti a kávéházat, amely továbbra is az egyik legnépszerűbb turisztikai látványosság a város szívében.

Olasz készségfejlesztés



A Nemzeti Készségcsoport tevékenysége és nemzetközi képzési konzorciumunk működése során vettük fel a kapcsolatot a Google regionális képviselőjével, megbeszéléseink folyamánként többféle együttműködési lehetőségre is kaptunk javaslatot. Olasz társszövetségünk - konzorciumi tagunk - a Federturismo vezetője örömmel jelentette be, hogy el is nyerték az egyik javaslatként elhangzott Google AI Opportunity program finanszírozását, ezzel egy stratégiai innovatív projektet tudnak beindítani.

Ingyenes képzést indítanak be a mesterséges intelligenciáról az ágazat vállalkozói, munkavállalói és diákjai számára. A képzés hat modulból áll, mindegyik, mint egy másfél óra időtartamú, a képzés tartalma:

- A mesterséges intelligencia alapjai: kulcskonceptiók, gépi tanulás és generatív MI
- MI eszközei és felhasználásai: generatív és predikciós MI-modellek felhasználása a mindennapokban
- Együttműködés az MI segítségével: hogyan tudja a munkafeladatok végzésének hatékonyságát növelni az MI
- Prompt engineering: olyan hatékony iránymutatási bemenetek létrehozása, amelyek az MI eszközök felhasználását optimalizálják
- A felelős MI: etikus és biztonságos MI megközelítés, különös tekintettel az adatvédelem és az átláthatóság biztosítására
- Az MI jövője: források és eszközök annak érdekében, hogy a saját tevékenysége, munkája során az MI alkalmazásakor a felhasználó folyamatosan képben legyen

Palackvisszaváltás a HORECA szektorban

Társzövetségeinkkel közösen egyeztetést folytattunk a MOHU palackvisszaváltásért felelős vezetőivel és munkatársaival. Jeleztük, hogy a rendszer hibáinak is köszönhetően csak 446 vendéglátó tudott bejelentkezni a PartnerPortálon a rendszeres elvitelre és az elvitelnek is számos gyakorlati problémája jelentkezett ezeknél is.



Mind feléjük, mind az MTÜ-n keresztül a jogalkotónak is a rendszert gyakorlatiasabbá tévő változtatásokat javasoltunk.



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. október 15-ig** van lehetősége.



Külföldi hírek

Óriások násza?

Egy megafelvásárlás van láthatáron a FoodService szerint a közétkeztetés piacán a csúcsszereplők között. Az amerikai média ugyanis arról számolt be, hogy a Sodexo a versenytárs Aramark felvásárlását tervezi. A francia világcég „az ügyet ismerő” források szerint az elmúlt hónapokban rendszeres tárgyalásokat folytatott az Aramark étkeztetési szolgáltatóval.



A Sodexo egyik legfontosabb stratégiai döntése volt tavaly az a terv, hogy Pluxee néven leválasztják az utalványüzletágot, beleértve a tőzsdei bevezetést is. A francia vállalat idén a címlapokon szerepelt azzal a megaszerződéssel, amely a párizsi olimpiai és paralimpiai játékok sportolóinak és szurkolóinak ellátására vonatkozott.

A Sodexo 45 országban tevékenykedik és 430.000 alkalmazottat foglalkoztat világszerte. Észak-Amerika az egyik legfontosabb piac a globális szereplő számára. Májusban az eddigi észak-amerikai pénzügyi igazgatót, Sébastien de Tramasure-t nevezték ki a csoport pénzügyi igazgatójává. A vállalat szerint az észak-amerikai piac a csoport értékesítésének 40 százalékát adja.

Ha a tervezett felvásárlásról szóló pletykák beigazolódnak, a végső döntés természetesen a kartellhivatalok értékelésétől függ majd. A Foodservice tudomása szerint a párizsi hatóságok egyelőre nem kívánják kommentálni a piaci pletykákat.

Hogy látják a munkavállalók?



A Randstad Workmonitor 2024 Hungary jelentés legfontosabb megállapításai komoly hatással lehetnek a vállalkozásokra. A felmérés alapján a magyar munkavállalók számára a legfontosabb szempontok a munkahelyválasztásban a bérezés, a munka és magánélet egyensúlya, valamint a munkahelyi biztonság. A munkavállalók 73%-a érzi úgy, hogy jelenlegi munkája biztosítja a megfelelő munka és magánélet egyensúlyát, azonban továbbra is sokan igénylik a nagyobb rugalmasságot a munkavégzés helye és ideje tekintetében.

A jelentés egyik fontos megállapítása, hogy a dolgozók 58%-a úgy érzi, jelenlegi munkahelye biztosítja a szükséges képzési lehetőségeket. Ugyanakkor sokan (29%) jelezték, hogy akár el is hagynák munkahelyüket, ha nem kapnának lehetőséget a képességeik fejlesztésére, különösen a mesterséges intelligencia (AI) és más technológiai fejlesztések terén.

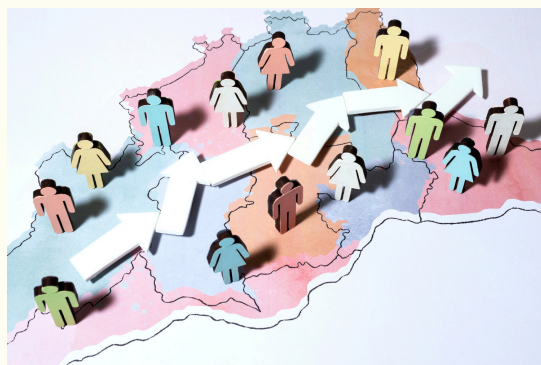
Az otthoni munkavégzés és a rugalmasság szintén fontos kérdés a munkavállalók számára. A válaszadók több mint 40%-a nem alkuszik a home-office lehetőségével, és nagyobb rugalmasságot szeretne a munkavégzés tekintetében.

A gazdasági bizonytalanságok és az infláció hatása is jelentős nyomást gyakorol a munkavállalókra. A jelentés szerint a válaszadók közel 40%-a aggódik a munkahelyének biztonsága miatt, és egyre többen keresik a másodállásokat, vagy vállalnak hosszabb munkaidőt a jövedelmük növelése érdekében.

Összességében a jelentés rámutat arra, hogy a bérezés, a stabilitás, a képzési lehetőségek és a rugalmasság különösen fontos tényezők a munkavállalók számára. A minimálbér emelése és az ezzel járó bértorlódás tovább növelheti a dolgozókra nehezedő nyomást. A munkaadóknak különös figyelmet kell fordítaniuk a versenyképes bérek biztosítására, a rugalmasság növelésére, valamint a dolgozók készségeinek folyamatos fejlesztésére (Randstad Hungary).

Migráció

A Zukunft der Gastwelt (DZG) nevű think tank arra figyelmeztet, hogy a migrációról folytatott parttalan vita veszélyezteti a munkaerő biztosításának szükségességét. A kérdések világos szétválasztásáért kampányol, és a szakképzett munkaerő egyszerűsített bevándorlását szorgalmazza. A feltételezett iszlamista indíttatású németországi támadások az elmúlt hetekben felerősítették a migrációs vitát, és valószínűleg szigorúbb szabályokhoz és ellenőrzésekhez vezetnek - írja a DZG.



A politikailag felfokozott hangulat ellenére a szakképzett munkaerő bevándorlásának kérdését egyértelműen el kell választani az általános migrációs kérdésektől.

„Sok vállalat számára már most is nehézséget jelent az üres álláshelyek szakszerű betöltése. A Fraunhofer IAO előrejelzése szerint ez a tendencia 2030-ra még tovább fog romlani: az évtized végéig akár 600.000 további munkavállaló fogja elhagyni a vendéglátóipart az életkor miatt. Saját gazdasági érdekünkben ezért országonként gondoskodnunk kell arról, hogy a két kérdést szigorúan elkülönítsük egymástól” - hangsúlyozza Dr. Marcel Klinge, a DZG igazgatósági szóvivője. A DZG ennek érdekében párbeszédet folytat a politikusokkal (food-service.de).

Emily eladja a rendezvényeket is



Az *Emily Párizsban* negyedik évadja ismét felkeltette a figyelmet, nemcsak a sorozat rajongói, hanem a rendezvényszervezők körében is. A sorozatban szereplő gyönyörű helyszínek ideálisak exkluzív és fenntartható rendezvényekhez, ahol a luxus és a környezettudatosság találkozik. Íme néhány a leginspirálóbb helyszínek közül, ahol

nemcsak a látvány lenyűgöző, hanem a fenntarthatóság is központi szerepet kap.

Giverny, Normandia (Franciaország)

Claude Monet egykori otthona és kertjei ikonikus helyszíneként szolgálnak, amely akár 400 fős rendezvények számára is kibérelhető. A kertben már 20 éve tilos a vegyszerek használata, és a fenntarthatóság jegyében a hely természetes élőhelyet biztosít számos madár- és rovarfajnak.

Megève (Franciaország)

A délkelet-franciaországi Megève luxus síközpontja egy igazi téli csodaország, lenyűgöző kilátással a Mont Blanc-ra. A helyi Mont d'Arbois Hotel fenntartható menüket kínál vegetáriánus és vegán opciókkal, és ökocertifikált tisztítószeret használ. A szálloda aktívan támogatja az elektromos áram használatát, valamint a hulladék csökkentése érdekében helyben adományoz nem használt tárgyakat és bútorokat.

Quartier Latin, Párizs

A Place de l'Estrapade közelében, ahol Emily lakása található, a Maison de la Mutualité art deco épülete számos rendezvénynek adhat otthont, beleértve 1725 fős fogadásokat is. Az épület fenntarthatósági elkötelezettsége magában foglalja az élelmiszer-hulladék elleni küzdelmet és a CO₂-kibocsátás figyelemmel kísérését. A helyszín ISO 20121 tanúsítvánnyal rendelkezik, ami garantálja a rendezvények környezettudatos lebonyolítását.

Róma

A sorozat egyik különleges helyszíne Róma, ahol a Villa Aurelia a város történelmi atmoszféráját kínálja fenntartható rendezvényekhez. A rendezvényszervezők saját beszállítóikat választhatják, ami lehetőséget ad arra, hogy az ellátási láncokban a helyi, környezetbarát megoldásokat részesítsék előnyben (C&IT).

Pubhalál folyt.

A kocsmák száma, sok más vállalkozáshoz hasonlóan, évek óta csökkenő tendenciát mutat. Magasak az energia-, a személyzeti és a nyersanyagköltségek, de alacsonyak a bevételek, mert az emberek zsebében kevesebb pénz van. A brit kocsmák hanyatlása az év első felében tovább folytatódott.



Január és június között összesen 305 kocsmát zárt be Angliában és Walesben, vagyis havonta körülbelül 50. Ezt az Altus Group ingatlan-tanácsadó cég számította ki a kormányzati adatokra hivatkozva. Néhány kocsmát lebontottak, míg másokat lakásokká, irodákká vagy akár óvodákká alakítottak át. Különösen Északnyugat-Anglia volt érintett.

A bezárásoknak számos különböző oka van: a magas infláció növelte az energiára és személyzetre fordított kiadásokat, emellett pedig a fogyasztók lényegesen kevesebb pénzt költenek. A kocsmák üzemeltetői attól is tartanak, hogy a nemzetközi összehasonlításban már most is igen magas söradót megemelhetik. A sörkertekben való dohányzási tilalom meghosszabbítására vonatkozó kormányzati tervek szintén újabb bevételkieséstől tartanak az üzemeltetők (Altus).



Élményalapú történetmesélés

A rendezvények világában egyre nagyobb figyelmet kap a magával ragadó történetmesélés, amely új dimenziókat nyit a közönség bevonásában. A First Event szakértői szerint ez a módszer a hagyományos, passzív történetmesélés helyett aktív szereplővé teszi a résztvevőket, és segít mélyebb kapcsolatokat kialakítani a márkával.

Az élményszerű történetmesélés lényege, hogy a résztvevők alakítják a történetet, ezáltal hosszabb ideig emlékeznek az eseményre és annak üzenetére.

1. A márkák úgy használhatják ezt a módszert, hogy stratégiaileg megtervezik, milyen üzenetet szeretnének átadni, majd ezt interaktív élménnyé formálják.
2. A nem-lineáris narratívák lehetőséget adnak a közönségnek, hogy saját útjukat járják be a történet során, így az egyedi élményeket biztosít.
3. A technológia, mint az AR és VR, új dimenziókat nyithat a résztvevők előtt, míg az érzékszervi hatások, mint a hangok, illatok vagy látványos vetítések, még tovább fokozzák az élményt.

Ez a megközelítés nemcsak szórakoztató, hanem erős eszköz a márkák számára, hogy hosszú távon elkötelezettebbé tegyék közönségüket, miközben emlékezetes és különleges élményt nyújtanak számukra (C&IT).

MI adatgyűjtéshez

A mesterséges intelligencia (AI) egyre fontosabb szerepet játszik abban, hogy a fogyasztók és rendezvények résztvevői hajlandók megosztani személyes adataikat. A Jack Morton ügynökség friss kutatása szerint a generatív AI, különösen a ChatGPT megjelenése óta, jelentős változások figyelhetők meg a közönség viselkedésében. A jelentés szerint a ChatGPT megjelenése előtt a fogyasztók mindössze 29%-a osztotta meg szívesen adatait a márkákkal, ez az arány azonban most növekvő tendenciát mutat, különösen a fiatalabb generációk körében.



A kutatás rámutatott arra is, hogy a Z és Y generáció sokkal nyitottabb az adatok megosztására, főként akkor, ha a márkák cserébe személyre szabott, AI-vezérelt élményeket kínálnak. Ezzel szemben az idősebb korosztályok, mint az X generáció és a baby boomerek, továbbra is óvatosabbak, de megfelelő ösztönzők esetén ők is megosztanák adataikat. Különösen fontos megjegyezni, hogy a megkérdezettek 48%-a lenne hajlandó feladni személyes adatait a jobb, személyre szabott márkáélményekért.

A jelentésből az is kiderül, hogy a fiatalabb fogyasztók egyre inkább felismerik: személyes adataikat árukra vagy szolgáltatásokra cserélhetik, legyen szó érdeklődési körükhöz szabott eseménytartalomról vagy értékeikhez igazodó ösztönző programokról. Azonban a fogyasztók elvárják, hogy a márkák tisztességes cserét kínáljanak az adatokért, és olyan élményeket biztosítsanak, amelyek relevánsak, elkötelezettek és személyre szabottak.

A Jack Morton jelentése arra figyelmezteti a márkákat, hogy az adatgyűjtés csak akkor lehet sikeres, ha világosan megfogalmazzák, milyen konkrét előnyöket kapnak a résztvevők az adataikért cserébe, és garantálják azok biztonságát. Ha pedig az adatgyűjtés nem vezet mérhető javuláshoz a fogyasztói élményben, inkább kerülni kell azt (C&IT).

Yu.eat



A belga Yu.eat virtuális gasztronómiai márka különböző ázsiai éttermi márkákkal érkezik Németországba: a „Chifuri” kínai hatású, az „Incheon” márka koreai, a „Babao” az indonéz konyhára, a „Sakhon Tha” pedig a thai ételekre összpontosít. A vállalat szerint 2025 végére 500 éttermet akarnak így bekapcsolni a hálózatba.

A virtuális márkák olyan márkák, amelyeknek általában nincs saját telephelyük, vagy nincs szükségük saját telephelyre. Kizárólag digitálisan, szállítási platformokon és alkalmazásokként léteznek. Portfóliójukat egy adott célcsoportra szabják. Az ételeket a szabad konyhai kapacitással rendelkező, bevált éttermek készítik el, és szakemberek szállítják ki. A minőségellenőrzés többek között a kiszállítási platformokon található vásárlói értékeléseken, az AI által vezérelt képi technológián és a próbavásárlásokon alapul.

A berlini székhelyű Lanch cég különösen ismert ebben a szegmensben Németországban. A 2022 végén indult startup szintén ezen elv szerint működik, és az influencerek és zenészek széleskörű marketing- és közösségi

erejére épít. A vállalat már két különböző márkát is elindított: a Happy Slice pizzamárkát és a Loco Chicken-t, melynek egy híres rapper, Luciano a márkanagykövete, aki több mint 4 milliárd streameléssel rendelkezik Spotify-on.

A foodservice megkeresésére Yifeng Yu, a Yu.eat alapítója arról számolt be, hogy az ázsiai ételek számára rést talált Németországban: a piac nagyon nagy, és a kisebb városokban feltűnően kevés az ázsiai ételkínálat. Emellett a kiszállítási piac ebben az országban hatalmas növekedési potenciállal rendelkezik. Németországon kívül a márka Franciaországban, Spanyolországban és az Egyesült Királyságban is meg akarja vetni a lábát (food-service.de).

Oktoberfest

A 2024-es Oktoberfest minden eddiginél békésebb, vidámabb és nyugodtabb hangulatban ért véget. Az első becslések szerint 6,7 millió vendéget fogadtak a fesztiválon. A fesztivál jó hangulatán még az esős és hűvösebb idő sem rontott, az emberek továbbra is vidáman betértek a sörsátrakba, a hullámvasutaknál is sokan álltak sorba - még az utolsó napon is.



A fesztiválon mintegy 7 millió liter sört fogyasztottak el. A vendéglátósok 9 százalékos növekedésről számoltak be. A legkelendőbb továbbra is a csirke hús volt, valamint a biotermékek, a vegetáriánus és vegán különlegességek iránt is egyre nőtt a kereslet.

Jelentősen kevesebb bűncselekmény történt a napok alatt, és a mentőszolgálatnak is kevesebb beteget kellett ellátnia. A bűncselekmények száma 2023-hoz képest mintegy 25 százalékkal, 700 esetre csökkent. Az ittas vezetés miatt elkövetett bűncselekmények száma is csökkent, talán az alkoholmentes italok irányába mutató trendnek köszönhetően. Az elsősegélynyújtó állomáson kb. 5300 beteget láttak el, közel 30 százalékkal kevesebbet, mint az előző évben. A szervezők remélik, hogy ez a jó irányba mutató tendencia megmarad a jövőbeli rendezvényeken is.

Számos külföldi vendég érkezett, elsősorban az Egyesült Államokból és Olaszországból, de Nagy-Britanniából, Ausztriából, Lengyelországból, Franciaországból, Svájcól, Spanyolországból, Hollandiából, valamint első alkalommal több vendég is Indiából. Számos híresség is csatlakozott az ünnepléshez. Az SV Werder Bremen elleni 5:0-s győzelem után az FC Bayern

játékosaihoz Uli Hoeneß tiszteletbeli elnök csatlakozott. A vendégek között volt Arnold Schwarzenegger színész, Franz Herzog von Bayern, Thomas Gottschalk műsorvezető, Florian Silbereisen népzeneész és La Toya Jackson amerikai popénekesnő, Michael Jackson húga. Bill Kaulitz, a Tokio Hotel együttes énekese Marc Eggerttel volt kint.

2023-ban rekordot jelentő 7,2 millió ember vett részt, amikor az Oktoberfest két nappal tovább tartott. A szervezők azonban nem rekordokat kergetnek, minden a boldog és elégedett látogatókról szól.

Ismét Chick-fil-A



A Chick-fil-A az egyik legnagyobb amerikai gyorséttermi vállalat, mely évek óta folyamatosan növekszik. A Technomic Top 500 étteremláncról szóló jelentése szerint a vállalat 2023-ban 21,6 milliárd dollár (USD) eladást könyvelhet el az USA-ban, amelyet csak a Starbucks (31,6 milliárd USD) és a McDonald's (53,1 milliárd USD) előz meg.

A vállalat a 2019-es tiltakozások ellenére újra az Egyesült Királyságban próbálkozik, sajtóközlemény szerint az első helyszíneket már véglegesítették: az első Észak-Amerikán kívüli éttermek Belfastban, Leedsben, Liverpoolban és Londonban nyílnak meg.

A vállalat szerint az első egységek megnyitásával mintegy 400 új munkahely jön létre. Az új éttermeket licenc alapján és franchise-üzletként is működtetik majd, emellett szeretnék meghonosítani az Egyesült Államokban jól bevált saját üzemeltetésű modellt, amely jelenleg az USA-ban és Kanadában működő több mint 3000 étterem mintegy 80 százalékát jellemzi. Ez azt jelenti, hogy az üzemeltetők közvetlenül felelősek az alkalmazottakért és a csapattagokért, és közvetlen kapcsolatban állnak a vendégekkel és a helyi közösségekkel is. Az Egyesült Királyságban a Chick-fil-A jelenleg megfelelő üzleti partnereket keres, nyitott a licencmodellekre is, például egyetemi campusokon, repülőtereken vagy kórházakban.

A helyi közösségek megerősítése érdekében a Chick-fil-A két hagyományt is átvesz az Egyesült Államokból. A vállalat minden egyes új étteremnyitás után 25.000 fontot adományoz egy helyi civil szervezetnek. Emellett be kívánja indítani a Shared Table programot, amelynek keretében az éttermekből származó élelmiszerfelesleget ingyenkonyháknak vagy hajléktalanszállóknak osztják szét. A vállalat szerint 2023-ban több mint hétmillió ételt adományoztak rászorulóknak az Egyesült Államokban és Kanadában.

A vállalatnak ez a második kísérlete, hogy megvesse a lábát az Egyesült Királyságban. Először 2019-ben nyílt egy étterem az Oracle bevásárlóközpontban, de akkor a megnyitót heves tiltakozás kísérte a Regarding Pride nevű LMBTQ+ aktivista csoport részéről. Szerintük az etikai és erkölcsi hozzáállás ellentétes az értékeikkel és az Egyesült Királyságéval, mint progresszív országéval, amely évek óta legalizálta az azonos neműek házasságát, és továbbra is az egyenlőségre törekszik. Ennek következtében az Oracle bevásárlóközpont üzemeltetői nem hosszabbították meg a bérleti szerződést, és az étteremnek hat hónap után be kellett zárnia. Az Egyesült Államokban évek óta ismétlődő viták folynak a Chick-fil-A-ról és a vállalat LMBTQ+ csoportokkal szembeni hozzáállásáról. Az étteremlánc már 2011-ben anyagilag támogattott olyan szervezeteket, amelyek ellenezték az azonos neműek házasságát.

Az elmúlt években azonban a Chick-fil-A mindent megtett annak érdekében, hogy elkerülje a politikai szereplést (food-service.de).

A Subway új korszakba lép

A Subway gyorséttermi márka az elmúlt három évben több mint 20 master franchise megállapodást kötött, ezek a partnerek több mint 10.000 új étterem megnyitására vállaltak kötelezettséget. 2024-ben az e megállapodásokon alapuló új nyitások az újonnan megnyitott éttermek több mint 40 százalékát teszik ki.



Ennek eredményeképpen piacra lépés történt Paraguayban és Mongóliában, valamint jelentős terjeszkedés Franciaországban, Csehországban, Luxemburgban, Belgiumban, Svájcban, Liechtensteinben, Brazíliában, El Salvadorban és Guatemalában. A gyors terjeszkedés mellé a vállalat arra törekszik, hogy több egységet működtető üzemeltetőket, köztük nagy nemzeti vállalati partnereket vonzzon. A márka jó úton halad afelé, hogy 2024-ben több mint kétszeresére növelje a megnyitott új éttermek számát a 2019-es (COVID előtti) évhez képest. Mike Kehoe, a Subway globális fejlesztési igazgatója szerint a megfelelő partnerekkel együttműködve jelentős előrelépést tesznek a márka arculatának modernizálásában az új és felújított éttermekkel, a vendégélmény javításával és a digitális értékesítés növelésével. A márka a nem hagyományos üzleti tevékenységének megerősítésére is összpontosít, például a kiskereskedelmi partnerekkel való együttműködésre, amely a globális működésének mintegy negyedét teszi ki. Ez magában foglalja például a Walmarttal és az Aramarkkal fennálló hosszú távú

kiskereskedelmi kapcsolatok megerősítését. A Subway saját rugalmas formátumát is felhasználja arra, hogy bővítse jelenlétét például a mexikói és spanyol repülőtereken, valamint egyetemi campusokon és kórházakban is (food-service.de).

Erősödő tea



Az egészségesebb és tudatosabb fogyasztás egyre népszerűbb napjainkban. Többek között ezt a megatrendet is tökéletesen kiszolgálja a tea - legyen az klasszikus vagy egzotikus, forrón vagy hidegen fogyasztva. A tea széles körű élvezeti értékét mindenekelőtt az ízek óriási változatosságának köszönheti, a gyümölcsöektől a virágosig, a fűszerektől a citromosig. Szakértők becslése szerint több mint ezerféle tea létezik a világon.

A Német Tea és Gyógytea Szövetség legutóbbi éves áttekintése szerint egyre népszerűbbek a további előnyöket ígérő teák. Ezt a megfigyelést a Mintel piackutatói is megerősítik a 2023-as piaci jelentésükben. A jelentés szerint a rendszeresen teázó németek közel fele érdeklődik a wellness- és szépségtulajdonságokkal rendelkező teák iránt - olyan teák iránt, amelyek állítólag széppé, fitté és boldoggá teszik őket. Aki ilyenekkel próbál vendégeket és vásárlókat vonzani, az Németországban nagyon vékony jégen jár. Hiszen itt az „Egészségügyi állításokról” szóló rendelet érvényes: ha egy ételkészítményen tápanyag- és/vagy egészségre vonatkozó állításokat tüntetnek fel, ezeknek az állításoknak igaznak és pontosnak kell lenniük. Ugyanilyen kritikusan viszonyul a vitaminok és antioxidánsok hozzáadása a teákhoz, hiszen sok mikrotápanyag nem, vagy csak korlátozottan hőálló.

Ennél még érdekesebb fejlemény, hogy a teának egyre inkább sikerül kiterjesztenie a tevékenységi körét. Például kreatív italok aromakiegészítőjeként vagy alapjaként - alkoholmentes koffeinfröccs vagy az üdítőitalok cukormentes alternatívájaként. A Német Tea és Gyógytea Szövetség szerint a hideg teák, azaz a hideg vízzel felöntve készített gyógynövény- és gyümölcssteák az italszegmens feltörekvő csillagai közé tartoznak.

A vendéglátósoknak érdemes lehet a kávé mellett a teára is nagyobb figyelmet fordítani, hiszen a tea megbecsülése jelentősen megnőtt. Sok embert végigkísér a nap folyamán. Mindenekelőtt azok, akik egészségesebben és fenntarthatóbban szeretnének élni, egyre inkább a tea felé fordulnak. Egyesek

számára egészséges szomjoltó, mások koffeinfrafrissítőként és energizálóként értékelik. Megint mások pedig a mindennapok kellemes kikapcsolódásaként vagy divatos életmóditalként.

Uniós hírek

Közbeszerzési szabályok reformja

Több száz európai biztonsági, higiéniai és vendéglátóipari dolgozó tüntetett kedden Brüsszelben, követelve az uniós közbeszerzési versenyszabályok reformját. A megmozdulást sztrájkok kísérték, amelyek miatt Belgium két legnagyobb repülőtérén, Zaventemen és Charleroi-ban a járatok többségét törölték.



A demonstrációt kilenc európai ország tizennégy szakszervezete támogatta, és célja az volt, hogy felhívja az Európai Bizottság és az Európai Parlament figyelmét a közbeszerzési szabályok átalakításának szükségességére. A jelenlegi szabályozás ugyanis, a szakszervezetek szerint, alacsony béreket és rossz munkakörülményeket eredményez.

A tüntetéseknél már előjébe volt a közétkeztetési ágazat szociális párbeszéd ülésén, hogy mind a munkavállalók, mind a munkaadók sérelmezték, hogy például az Európai Bizottság közétkeztetési tendreire a legalacsonyabb árat ajánló brit BaxterStorey nyert, melynek a brit szakszervezeti képviselő szerint otthon is nagyon rossz híre van.

Oliver Roethig, az Uni Europa szakszervezeti szövetség regionális titkára hangsúlyozta, hogy a demonstráció célja az is volt, hogy láthatóvá váljanak azok a munkavállalók, akik alapvető fontosságú feladatokat látnak el, mégis gyakran figyelmen kívül hagyják őket. Enrico Somaglia, az Európai Élelmiszeripari és Idegenforgalmi Szakszervezeti Szövetség főtitkárhelyettese

üdvözölte Ursula von der Leyen szándékát a szabályozás reformjára, de figyelmeztetett, hogy a változtatások a munkavállalók érdekeit kell, hogy szolgálják. A szakszervezetek követelését több mint 180 európai parlamenti képviselő, valamint neves közgazdászok, köztük Thomas Piketty is támogatta.

A szakszervezetek külön figyelmet szentelnek annak, hogy a reform megakadályozza az alvállalkozók révén történő szabálykerülést, amely további munkavállalói visszaéléseket eredményezhet.

Jó úton



Az Európai Szociális Párbeszéd partnerektől pozitív visszacsatolások érkeznek a magyar elnökség szakmai munkájáról. Szerkesztésekben jó irányban módosult a gyakornoki rendszer szabályozását célzó előterjesztés, a politikai csatározások folytán pedig nem látván, hogy milyen megállapodás születhet az Európai Üzemi Tanácsok szabályozásában, a magyar elnökség nem tűzte napirendre a kérdéskört. Így januárig biztosan nem romlik a szabályozási környezet.

