

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi második számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. január 22. 21. évfolyam 2. szám



Szövetségi hírek

- Jelenlétünk a szociális médiában
- Fenntarthatósági Díj



Tag- és társszervezeti hírek

- Mesterképzés



Nemzetközi hírek

- Nemzetközi turizmus újra a csúcson
- Nemzeti ágazati konjunktúra
- Már ott is
- Zöld mérés
- A gasztronómiai trendek
- Új vállalati funkció
- Árképzés Németországban
- Brit adófélelem
- LA
- Víz!
- Hatásmérés
- Luxust akarnak
- Ezt is figyelembe kell venni



Uniós hírek

- Közbeszerzés szabályozás
- Zöldebb repülés

Szövetségi hírek

Jelenlétünk a szociális médiában

2024-ben a VIMOSZ oldalára 22 bejegyzés került ki, melyeket összesen 2509 megtekintést generáltak. A legsikeresebb bejegyzéseink megtekintés alapján a nemzetközi projektjeinkről, vagy konferenciákon való részvételről szóltak (FAO, WASTELESS Közgyűlés, SIRHA). Ebben az évben 39 új követője lett a szövetségnek, mely 105%-os növekedést jelent az egy évvel korábbihoz képest.



Ezen kívül magát az oldalt 399-en látogatták meg. 2024-ben szilárdult meg a szövetség kiterjesztett online kommunikációs stratégiája, így 2025-ben e számok további növekedését várjuk.



Fenntarthatósági Díj

A Turizmus.com szerkesztősége és a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány közösen hirdette meg a Fenntarthatósági Díjat, amely a turizmus szektorban dolgozók elkötelezettségét, kreativitását és hatékonyságát hivatott elismerni. A díj célja, hogy kiemelje a fenntarthatóság fontosságát a turizmusban és elismerje azokat, akik az üzleti stratégiájukba beépítették a fenntarthatóságot, és

innovatív intézkedéseikkel
rendszerszintű változásokat
indítottak el. A pályázatokat szakmai
zsűri értékelte, melynek
szövetségünk is tagja volt.

Tag- és társszervezeti hírek

Mesterképzés

A Budapesti Gazdasági Egyetem 2025 szeptemberétől megújított mesterképzésekkel várja az érdeklődőket, amelyek részleteit 2025. január 23-án tartandó Mesterszakos Tájékoztatóján mutatják be. Az egyik kiemelt képzés a turizmus-menedzsment mesterszak, amely nappali tagozaton angol nyelven, levelező tagozaton pedig magyar nyelven indul. A szakra azok jelentkezhetnek, akik már rendelkeznek alapszakos diplomával, vagy annak megszerzését a következő szemeszterre tervezik.



A tájékoztatón való részvételhez regisztráció szükséges, amelyet [ezen a linken](#) lehet megtenni. További információk a képzésekkel kapcsolatban az egyetem weboldalán érhetők el.

Külföldi hírek

Nemzetközi turizmus újra a csúcson

A nemzetközi turizmus 2024-ben újra elérte a pandémia előtti szinteket, világszerte regisztrált 1,4 milliárd nemzetközi turistaérkezéssel. Ez azt jelenti, hogy az ágazat kilábalta történetének legsúlyosabb válságából, miközben a látogatók kiadásai is jelentősen nőttek.

Az ENSZ Turisztikai Világbarométere szerint a 2024-es turistaérkezések száma a 2019-es szint 99%-át érte el, ami 11%-os növekedést jelent 2023-hoz képest. Az eredményeket az ázsiai és csendes-óceáni térség gyors fellendülése, a nagy küldőpiacok erős teljesítménye, valamint a globális utazási kereslet erősödése segítette elő.



Régiók eredményei:

- **Közel-Kelet:** A 2019-es szintet 32%-kal meghaladó 95 millió érkezéssel a térség a legkiemelkedőbb eredményt mutatta, miközben 2023-hoz képest is 20%-os növekedést ért el.
- **Afrika:** 74 millió érkezéssel 7%-kal haladta meg a 2019-es szintet, és 12%-kal a 2023-as adatokat.

- **Európa:** A világ legnagyobb turisztikai régiója 747 millió érkezést regisztrált (+1% 2019-hez képest). Az európai alrégiók közül Közép- és Kelet-Európa kivételével minden térség meghaladta a pandémia előtti szintet.
- **Amerikai kontinens:** 213 millió érkezéssel elérte a 2019-es szint 97%-át, de a Karib-térség és Közép-Amerika már meghaladta azt.
- **Ázsia és a csendes-óceáni térség:** Bár az érkezések még mindig csak a 2019-es szint 87%-át érték el, a régióban 33%-os növekedés történt 2023-hoz képest.

A nemzetközi turizmusból származó bevételek 1,6 billió USD-t értek el, ami 4%-kal több, mint 2019-ben (reálértéken). Az exportbevételek 2024-ben rekordot jelentő 1,9 billió USD-t tettek ki, a jelentősebb küldőországok, például Németország, az Egyesült Államok és India növekedése révén.

A nemzetközi turistaérkezések várhatóan tovább nőnek 2025-ben, a globális kereslet és az ázsiai régió fellendülésének köszönhetően. Az ágazat előtt azonban kihívások állnak, mint a magas költségek, a geopolitikai bizonytalanságok és a fenntarthatósági igények növekedése. A turizmus folyamatos növekedése nemcsak a gazdaság, hanem a fenntartható fejlődés szempontjából is meghatározó szerepet játszik az elkövetkező években (UN Tourism).

Német ágazati konjunktúra

A Foodservice 2024-es év végi exkluzív felmérése azt mutatja, hogy a legtöbb vendéglátó vállalkozás minden gazdasági és politikai bizonytalanság ellenére növekedni és terjeszkedni szeretne 2025-ben. Ez alapján a felmérés résztvevői a forgalom, a bevétel és az egy adott üzleten belüli értékesítés növekedésére összpontosítanak az idén. Azt a több mint 90 vendéglátóipari vállalkozót (akik együttesen 10.000 egységet képviselnek), aki részt vett a felmérésben, aligha félemlítik meg a kiszámíthatatlan gazdasági forgatókönyvek, akár országos vagy globális szinten, hiszen a többség új területekre akar terjeszkedni.



Ezzel párhuzamosan a foglalkoztatottak számát is növelni kívánják, 2024 év végi több mint 163.000 fő-t 3,8% százalékkal tervezik emelni 2025 végére. A válaszok többsége azt jelzi, hogy az optimalizálási és stabilizációs projektek, az új koncepciók bevezetése, valamint a márka és az arculat megerősítése lesz az első helyen a következő évben, a megcélzott jövedelemnövekedés és az értékesítési terület mellett (food-service.de).

A német utazási ágazat bizakodó a 2025-ös utazási évet illetően. A Német Utazási Szövetség (DRV) a 2024/25-ös teljes turisztikai évre (2024. november 1. és 2025. október 31. között) a legalább egy vendégéjszakával járó üdülési és szabadidős utazások piacán stabil, hat százalékos éves forgalomnövekedést prognosztizál. Ez azt jelenti, hogy az előre lefoglalt utazási szolgáltatásokra fordított előrejelzett kiadások az idei évben várhatóan elérik a 85 milliárd eurót. Ez magában foglalja az utazásszervezőktől származó szervezett csomagutakat, valamint az egyéni és saját szervezésű utakat. Az utazók száma várhatóan az előző évi 139 milliós szinten marad. Ezek a becslések a DRV által az iparági szakértőkkel együttműködve kidolgozott legfrissebb piaci előrejelzésen alapulnak, amelyet évente kétszer - az év elején és a nyár előtt - tesznek közzé. Minden válság és gazdasági kihívás ellenére látható, hogy a németek szívesen mennek nyaralni, és nyaralásaikat még korábban foglalják le, mint a korábbi években. Tény azonban, hogy ismét nő az aggodalom a munkanélküliség miatt, mely hatással lehet az utazási magatartásra.

A mostani, 2024/25-ös téli szezonra (november 1. és április 31. között) a DRV az utazási kiadások hat százalékos növekedését várja, 27 milliárd euróra (előző év: 24 milliárd euró). Az utazók száma 2024-hez képest enyhén, egy százalékkal 45 millió körülire csökken. Legnépszerűbb desztinációk közé sorolhatók a Földközi-tenger környéke, Kanári-szigetek, Törökország és Egyiptom.

A nyári szezonra vonatkozó előrejelzés is optimista, ezt jelzik a nagy számú előfoglalások - mind utazásszervezőknél, mind egyéni utakra. Úgy tűnik, többen a last minute helyett átpártoltak a korai foglalás felé. A szervezett utazások esetében hagyományosan a Földközi-tenger környéki, elsősorban Törökország, Spanyolország és Görögország körüli üdülőhelyek, valamint az óceáni körutazások keresettek. Az előrejelzések szerint összesen mintegy 94 millió utazót várnak - ugyanannyit, mint 2024 nyarán (drv.de).

Novemberben a németországi szállásadók 32,3 millió belföldi és külföldi vendégéjszakát regisztráltak. Az előzetes eredmények szerint ez 4,8%-kal több, mint 2023 novemberében. A külföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma 2024 novemberében 4,2%-kal 5,7 millióra emelkedett 2023 novemberéhez képest. A belföldi vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma 26,6 millió volt, 4,9%-kal több, mint az előző év azonos hónapjában.

Éves szinten, 2024. január és november közötti időszakban, a szállásadók összesen 465,3 millió vendégéjszakát regisztrálhattak. Ez azt jelenti, hogy a vendégéjszakák száma 1,8 százalékkal volt magasabb, mint az előző év azonos időszakában. A korábbi rekordot, 2019 januárjától novemberig - ami 464,7 millió vendégéjszakát jelentett - 0,1 százalékkal tudta meghaladni (eturbonews.de).

Már ott is

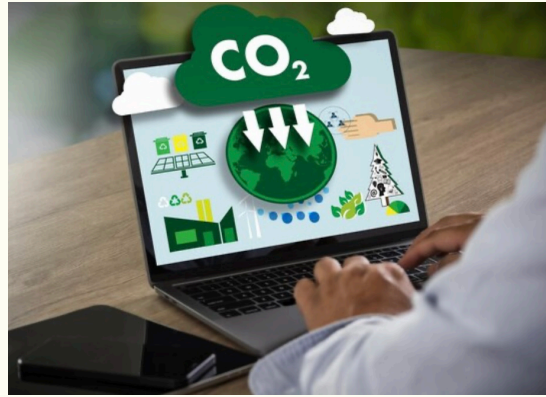


A Német Gazdaságkutató Intézet (IW) által készített tanulmány szerint Németországban egyre többen dolgoznak illegálisan, számuk 8 és 10 millió közé tehető. Ez egy reprezentatív felmérésen alapul, melyet több mint 2600, 18 évesnél idősebb ember körében végeztek 2024 április és május között. A felmérés szerint mintegy 29 százalékuk ismer egy vagy több olyan személyt, aki illegálisan dolgozik, vagy akinek illegálisan dolgozó emberei vannak. Ez lényegesen magasabb, mint egy korábbi, 2022/2023-as felmérés során, amikor ez az arány alig több mint 22 százalék volt.

A felmérés szerint a férfiak és a 18 és 34 év közötti fiatalabbak nagyobb valószínűséggel dolgoznak illegálisan. A 4000 eurónál nagyobb jövedelemmel rendelkező magas keresetűek, például az építészek és az iparosok szintén az átlagosnál nagyobb valószínűséggel teszik ezt, de erősen jellemző a vendéglátásban is. 2023-ban több mint 40 ezer ellenőrzést tartottak, elsősorban ezekben a magas kockázatú ágazatokban (mint az építőipar és vendéglátás). Vállalati felmérések szerint a be nem jelentett munka évente átlagosan a vállalatok forgalmának 5 százalékát vonja el, mely évente mintegy 300 milliárd eurót jelent (Enste, 2019). Az IW számításai szerint a feketemunka a teljes árnyékgazdaság kétharmadát teszi ki, a bruttó hazai termékből való részesedését mintegy 10 százalékra becsülik. A szövetségi kormány hatékonyabban kíván fellépni a feketemunka ellen, novemberben törvénytervezetet fogadtak el a feketemunka elleni küzdelem korszerűsítéséről és digitalizálásáról. Ezáltal hatékonyabban tudnak fellépni az építkezéseken vagy a vendéglátóiparban történő illegális foglalkoztatás elleni küzdelemben (IWkoeln.de).

Zöld mérés

A Vivantes Gastronomy a jövőben együtt fog működni a Greenado GmbH-val - ez az együttműködés a betegellátás fenntarthatóságát és átláthatóságát kívánja növelni. A Greenado a CO₂-adat-és folyamatmegoldások tanácsadójaként és szolgáltató szakértőjeként honosodott meg az ápolási ágazatban. A Greenado módszereit úgy tervezték, hogy mérhetővé és láthatóvá tegyék az élelmiszerek ökológiai hatását.



A vállalat olyan eszközöket fejleszt a vállalkozások számára, amelyekkel úgy szervezhetik meg folyamataikat, hogy azok takarékoskodjanak az erőforrásokkal, ugyanakkor a vendégek számára biztos döntési alapot kínálnak a menü kiválasztásakor. Az alapvető ajánlat a CO₂-kibocsátás kiszámítása és értékelése a felhasznált élelmiszerek teljes értéklánca mentén. Ez magában foglalja az átfogó adatelemzést, amelyet a beszerzés és a menütervezés gyakorlati ellenőrzési elemeire fordítanak le. Ez lehetővé teszi, hogy a vállalat döntően hozzájáruljon a Vivantes fenntartható étkeztetési koncepciójának előmozdításához.

A cél a vendégek - betegek, látogatók és alkalmazottak - aktív bevonása a fenntarthatósági stratégiába. Első lépésként a betegek menükártyáit látják el CO₂- kibocsátás adataival, hogy ezáltal támogassák a választást. Ennek további bevezetése a bisztrók étlapjain és az idősek számára fenntartott létesítmények étlapjain is a tervek szerint még ebben az évben megtörténik.

Az ökológiai és gazdasági előnyök összekapcsolása érdekében az összegyűjtött adatokat az árubeszerzés optimalizálására használják fel. Németország legnagyobb önkormányzati kórházcsoportjának részeként a Vivantes Gastronomy évente 2,4 millió napnyi étkeztetésért felelős, és elkötelezett a fenntartható megközelítés mellett. Az újrafelhasználható csomagolások bevezetésével, a regionális ellátó partnerekkel való szoros együttműködéssel és a folyamatok optimalizálásával a döntéshozók mércét akarnak állítani a betegellátás világában (gvpraxis.de.)

A gasztronómiai trendek

Pierre Nierhaus trendszakértő a vendéglátóipar fontosságát és ellenálló képességét hangsúlyozza új, 2025/26-os trendjelentésében. Bár 2024 vegyes

év volt, a vendéglátóipar - a jelentősen megnövekedett költségek és a nehéz körülmények ellenére - jó úton halad afelé, hogy visszanyerje korábbi erejét, mint a társadalom éltető és mozgatórugója. A vendégek miatt egyre nagyobb figyelmet kell fordítani a regionalitás és a fenntarthatóság kérdésére, ezen trendeket a közösségi média csak még jobban felerősíti. Pierre Nierhaus szakértő tíz fejezetben határozta meg a legfontosabb trendeket.



Személyre szabott gasztronómia

Ebben az esetben az egyéniség, az élményszerzés és a valódi érzelmek kerülnek a középpontba. A lényege, hogy az étterembe járás élményt jelentsen és maradandó benyomást keltsen.

Étel

A kínálatot fontos, hogy a fenntarthatóság és a természetesség jellemezze. A vendégek átlátható, friss és hamisítatlan ételeket szeretnének, míg a vendéglősök az automatizálás és a mesterséges intelligencia révén az egyszerűsítésre összpontosítanak. A növényi alapú ételek és a helyi termelőkkel való együttműködés áll a középpontban.

Ital

Az egészséges ételek mellett már az egészséges és funkcionális italok piaca is virágzik. Az alkoholmentes koktélok, a sör és a gyógynövényes italok (pl. probiotikus shotok) jellemzik a tudatos ivás irányzatát, melyek megmutatják, hogy az alkoholmentes italok is különleges ízelményt nyújtanak. A kézműves sörök fogyasztása továbbra is népszerű, és az aperitifkultúra és long drinkek fogyasztása is jellemző lesz.

Új snackek

A snackek már szinte önálló és sokoldalú főétkezésként honosodtak meg a mindennapokban. A „snackification” egy olyan életstílust jelent, amelyben a kis, kényelmes adagok helyettesítik a hagyományos főétkezéseket - egészségesen és fenntarthatóan. Kiemelkedő szerepe van például a különböző burgereknek, egyre népszerűbbek az olyan új változatok, mint a smashburger vagy a bio kebab.

Új vendégek

A társadalmi változások és a trendek megjelenésével a vendéglátóipari piac célcsoportja is megváltozik. Az olyan szempontok, mint a kisebb adagok, a kellemes akusztika, a könnyen olvasható étlapok és az életkornak megfelelő kiszolgálás egyre fontosabbá válnak. A fiatalabb generációk, például a Z- és az alfa-generáció hibrid élményeket várnak el a digitális és az analóg szolgáltatások zökkenőmentes kombinációjával. Növekszik az igény az akadálymentes éttermek és az allergiásoknak szóló ajánlatok iránt is.

Nemzetközi piac

Az új, innovatív koncepciók és globális terjeszkedés jellemzi a nemzetközi vendéglátóipari piacot (például Ikea önálló étterme Londonban). Egyre több étterem lánc terjeszkedik új országokba, mint a Dishroom, a Sexy Fish Miami, a Pret a Manger, a L'Osteria és a Sticks'n'Sushi. Ezek a fejlemények jól mutatják a láncok összefogásának növekvő jelentőségét és a globális koncepciók sikerét.

Kiszolgálás & alkalmazottak

Talán ezen a téren érezhető a legnagyobb változás. A hagyományos szakképzést egyre inkább felváltják a belső képzések, amelyekben tapasztalt alkalmazottak oktatóként tevékenykednek. A tehetségekért folytatott versenyben az iparág olyan innovatív megközelítésekre összpontosít, mint a rugalmasabb munkamodellek (pl. 4 napos hét) és egyéni fejlődési lehetőségek. A konyhai folyamatokat egyre inkább optimalizálják az előkészített alapanyagokat felhasználó és a hatékonyságot növelő rendszermegoldások révén. A szétválasztás ellenére a cél továbbra is a vendéglátás és a szolgáltatás minőségének fenntartása.

Digitalizáció és MI

Bár ez már bármely szektorra elmondható, a vendéglátó-és szállodaipar is egy digitális átalakuláson megy keresztül, amelyben az MI központi szerepet játszik. A digitális eszközök és platformok az ügyfélkapcsolat teljesen új formáját teszik lehetővé - okostelefonon keresztüli rendelés és fizetés. Az intelligens konyhai eszközök és az olyan platformok, mint a Tastewise optimalizálják a munkafolyamatokat és a menütervezést, a dinamikus árképzés pedig valós időben igazítja az árakat a kereslethez és a rendelkezésre álláshoz. Az automatizálást a hangalapú asszisztensek, a QR-kódok és az érintésmentes rendszerek segítik, míg a virtuális koncepciók, például a kiterjesztett valóság gazdagítják a vendégélményt.

Home office

Az egyre gyakoribb, otthonról történő munkavégzés miatt a közétkeztetés kihívásokkal néz szembe. Már kevesebb alkalmazott veszi igénybe az étkezdeket, viszont nagyobbak az elvárások a minőségi és egészséges kínálattal szemben. Ez lehetőséget kínál az újrapozicionálásra, különösen

azáltal, hogy az étkeztetés a munkáltatói márka részeként jelenjen meg (pl. Google, SAP). Emellett elmondható, hogy sok munkavállaló továbbra is a kevésbé egészséges, klasszikus ételeket részesíti előnyben.

Utazás és szállodák

Az utazási és szállodaipar az új vendégigények és a dinamikus piac miatt változik. A magas színvonalú vendéglátást egyre inkább az élmények és a történetmesélés kulcstényezőjének tekintik. Az olyan digitális technológiák, mint az érintés nélküli bejelentkezés és a robotok által nyújtott segítség egyre nagyobb teret hódítanak. A szálloda választáskor maga a helyszín és az általa kínált élmények játszanak főszerepet (főként a Z generáció számára). A fenntarthatóság kérdése, a zöld szállodák és a helyi konyha is egyre fontosabbá válik. Keresettek a rövid pihenések és a fenntartható üdülések, miközben az olyan városok, mint Amsterdam és Velence már szabályozni kényszerültek a turizmust (Gastro Trendreport).

Új vállalati funkció

Christian Hamerle mostantól a Dussmann Group „Global Food Service Transformation” részlegének vezetője. Új szerepkörében a Dussmann innovációs és átalakítási témáiért felel világszerte a Food Service Innovation Lab by Dussmann csapattal együtt. Ehhez szorosan együttműködik az élelmiszer-szolgáltatásokat nyújtó tíz nemzeti leányvállalattal. A cél az Innovation Lab globális platformmá fejlesztése.



Hamerle eddigi munkája során is szorgalmazta a közétkeztetés reformját, vezetése alatt olyan előremutató projektek jöttek létre, mint a Planet!Based kampány, amely a Planetáris Egészség Diéta (PHD) elveit vezeti be a vállalati étkeztetésbe. Munkája értékét bizonyítja, hogy a kampányt a gypraxis és a Chefs Culinar 2024-ben rangos Marketing.Award arany fokozatú díjával tüntette ki.

A szakember víziója, hogy a fenntartható táplálkozást mindenki számára elérhetővé és vonzóvá tegye, anélkül, hogy elvesztenénk az ételek élvezetét. Az egészséges táplálkozást nem lehet ráerőltetni az emberekre, hanem pozitív élményekkel kell inspirálni őket. Ennek érdekében Hamerle továbbra is olyan innovatív ötletekkel szeretne előállni új munkakörében, mely a növényi alapú ételek sokszínűségét hirdeti, anélkül, hogy feláldozná a megszokott ízeket és kényelmet (gypraxis).

Árképzés Németországban



A közgazdászok és piaci elemzők 2025-re évi 2 százalékos körüli inflációt jósolnak. Az év elején a minimálbér ismét 41 centtel 12,82 euro/óra emelkedett, mely a többi bért is felfelé nyomja. A gáz, az olaj és a benzin ára is jelentősen emelkedett január óta, tonnánként 45-ről 55 euróra. Ennek következtében az energia- és logisztikai költségek is ismét emelkednek.

A gypraxis felmérése szerint, a menzák üzemeltetői 2024-ben 3 fő problémával kellett megküzdenek: a digitalizálás bevezetése a folyamatok hatékonyabbá tétele érdekében, az árak emelése és a költségek egyidejű csökkentése. A válaszadók csaknem kétharmada emelte tavaly az eladási árakat, és ugyanennyien tervezik az idén is. A vállalatok mintegy 40 százaléka növelte az étkeztetéshez nyújtott támogatását.

A nyomás sok helyen továbbra is nagy, és a tisztességtelen ár-teljesítmény arány az ágazatban évek óta folyamatos problémát jelent. A vállalkozások folyamatosan arra kényszerülnek, hogy különböző intézkedésekkel - például a folyamatok optimalizálásával - felszívják az állandó költségnövekedést. A költségeket azonban nem lehet áthárítani az étkeztetési árakra, hogy továbbra is vonzóak tudjanak maradni a vendégek körében (gypraxis).

Brit adófélelem

Az Egyesült Királyságban tervezett új turizmusadó jelentős aggodalmakat vetett fel a turizmus és vendéglátóipar vezetői körében. Az adó minden szállodai éjszaka után pótdíjat jelentene, amit a költségvetési hiányok kezelésére vezetnének be. Társaságunk a UKHospitality szerint ez az adó csökkentené az ország turisztikai vonzerejét, különösen mivel az Egyesült Királyság már most is magas ÁFA rátával rendelkezik. A bevezetése visszatartaná mind a hazai, mind a nemzetközi turistákat, ami gazdasági károkat okozna az ágazatban és az országban egyaránt.

A rendezvényszervező szektorban is komoly ellenállás tapasztalható az új adóval szemben. A szállodai vendégek után éjszakánként fizetendő pótdíj bevezetését célzó intézkedés elriasztaná a céges látogatókat az Egyesült Királyságtól, ami különösen érzékenyen érintené a MICE piacot. A Meeting Industry Association vezérigazgatója, Shonali Devereaux hangsúlyozta, hogy a szállodai adó növelné az üzleti események költségeit, ami csökkenthetné az

Egyesült Királyságba érkező üzleti utazók számát. Devereaux szerint az adó további terhet jelentene az amúgy is nehéz helyzetben lévő ágazatra, amely a Covid-19 világjárvány, a megélhetési válság, a Brexit miatti munkaerőhiány és a közelgő bérreformok miatt már most is súlyos kihívásokkal küzd.



A Clermont Hotel Group vezérigazgatója, Gavin Taylor aggodalmát fejezte ki, mivel az adók és a nemzetközi turisták számára biztosított ÁFA visszatérítés eltörlése már most is negatív hatással van az ágazatra, és az új adó további terhet jelentene a vendéglátóipar számára. Taylor azt is megjegyezte, hogy a növekvő költségek és a minimálbér emelése miatt az ágazatnak már most is jelentős kiadásokkal kell szembenéznie. Azt is hozzátette, hogy az új adó inflációs hatása széleskörűen érezhető lesz az ágazatban, ez tovább rontja a helyzetet.

Gavin Farley, az Asembl vezérigazgatója meglehetősen élesen fogalmazott, amikor a tervezett turizmusadó kapcsán kijelentette, hogy egyértelműen ésszerűtlen lépés lenne a kormány részéről. Farley szerint Londonban az éjszakánkénti 2 fontos adó évi közel 90 millió font bevételt jelentene a kormánynak, de szerinte ez nem szolgálná a MICE iparág érdekeit. Farley elmondta, hogy bár a kormány állításai szerint a bevételt visszaforgatnák a helyi közösségekbe és infrastruktúrába, nincs garancia arra, hogy a bevétel valóban a turizmus és vendéglátóipar javára fordulna.

Endellion King, a Strata Incentive programjainak vezetője szerint az adó típusától és mértékétől függően az intézkedés hatása változó lehet. King korábban rámutatott, hogy Wales és Skócia már hasonló intézkedéseket fontolgat, így valószínű, hogy Anglia nagyobb városai is követhetik a példájukat. Ugyanakkor hozzátette, hogy az adó bevezetése valószínűleg nem befolyásolná jelentősen a belföldi és nemzetközi ösztönző programok megrendezését az Egyesült Királyságban.

Az új turizmusadó számos vitát váltott ki, és az intézkedés jövőbeni fejleményei meghatározóak lehetnek a turizmus és vendéglátóipar jövője szempontjából az Egyesült Királyságban. Az ágazat vezetői aggodalmukat fejezték ki az intézkedés gazdasági hatásai miatt, miközben a kormány egyes tagjai azt hangsúlyozták, hogy más európai országokban sikeresen bevezették az ilyen típusú adókat. A UKHospitality folyamatosan lobbizik a kormány és a parlamenti képviselők felé, hogy megértesse az adó káros hatásait, és biztosítsa a turizmus és vendéglátóipar fenntartható fejlődését.



LA

A Los Angeles-i futótüzek rámutatnak arra, hogyan hat a természeti katasztrófa a turizmusra és a helyi gazdaságra. 2022-ben a város több mint 34 milliárd dolláros bevételt ért el a turizmusból, és jelentős szereplő maradt a globális piacon. Azonban a futótüzek nyomán a turizmusnak új kihívásokkal kell szembenéznie. Gavin Newsom kaliforniai kormányzó szerint ez Amerika történetének egyik legsúlyosabb természeti katasztrófája, amely több mint 135 milliárd dolláros kárt okozhat.

A tragédia után a helyi közösség egységesen reagált, a szállodák szálláshelyeket biztosítottak, az éttermek pedig ételekkel támogatták az érintetteket. Az események hatására azonban felmerültek kérdések a kockázatkezelés hiányosságairól és a hatóságok kudarcairól.

A futótüzek hatása felveti a kérdést, hogyan befolyásolja majd a turizmust a közeljövőben, különösen a 2026-os labdarúgó-világbajnokság és a 2028-as olimpia kapcsán, amelyeknek Los Angeles fog otthont adni. Politikusok, tudósok és mások vizsgálni fogják a katasztrófa következményeit, és hogy milyen tanulságokat lehet levonni a világ turizmusának érdekében.

Válságkezelési stratégiák és a biztonság kulcsfontosságú a turizmus hosszú távú fenntartásához és sikeréhez. A turizmus biztonsága és jóléte olyan alapvető tényezők, melyek nélkülözhetetlenek egy desztináció sikeres kiépítéséhez és fenntarthatóságához. Ilyen esetekből tanulva a világ turizmusának vezetői felkészültebben állhatnak majd a hasonló kihívások elé.

Víz!

A turisztikai desztinációk nagy vonzóereje a víz, legyen szó óceánokról, tengerekről, folyókról vagy tavakról. Ugyanakkor ezeket a vizeket nem mindig kezelik megfelelően, és a hulladék eltakarítása időt és pénzt igényel. A tisztítási erőfeszítések gyakran az óceánokra és tengerekre összpontosulnak, így a kisebb víztömegek nem részesülnek megfelelő támogatásban, ami pénzügyi veszteséget okoz.



Az Ocean Alliance Conservation Members (OACM) azon dolgozik, hogy ezek a régiók is támogatást kapjanak. Együttműködnek európai kormányokkal, például Bosznia-Hercegovina, Románia, Bulgária, Magyarország, Szerbia és Észak-Macedónia, hogy megtisztítsák a tavakat és folyókat a műanyagtól és törmeléktől, így vonzóbbá téve őket a turisták számára.

Az OACM SOS CP program több mint 50 országban működik, ahol búvárok segítenek a vizek tisztításában. A program célja, hogy a tiszta vizeket globálisan népszerűsítse, és újraindítsa a kontinentális turizmust több mint 50 millió eurós beruházással. Az OACM hosszú távú pénzügyi fenntarthatósági eszközöket biztosít, és támogatja a kormányok és vállalati szektorok közötti együttműködést. A program első lépése Délkelet-Európában valósul meg, különös tekintettel Szerbiára, Bosznia-Hercegovinára, Észak-Macedóniára, Romániára, Bulgáriára és Magyarországra.

Az OACM célja a biodiverzitás és endemikus fajok megőrzése a műanyagok minimalizálásával a tavakban és folyókban, amit egész évben búvárok hajtanak végre. Az OACM ilyen módon biztosítja a hosszú távú pénzügyi fenntarthatóságot és támogatja a kormányzati és vállalati szektorok közötti kölcsönös együttműködést egy jó célért.

Hatásmérés



A Destinations International (DI) és a Tourism Economics bejelentette közös weboldaluk, a Website Impact Calculator (WIC) hivatalos elindítását. Ez az eszköz a célmarketing-szervezetek weboldalainak a helyi gazdaságokra gyakorolt hatásait méri, lehetővé téve a marketingstratégiák hatékonyabb optimalizálását.

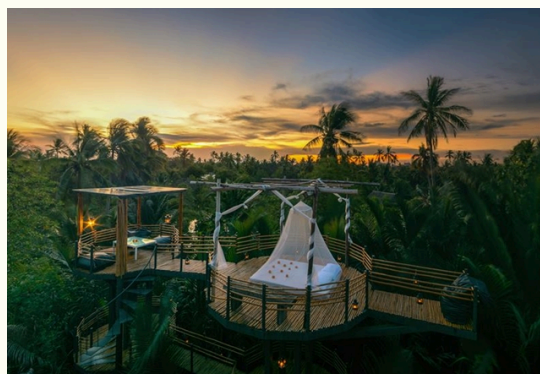
A platform megmutatja, hány látogató válik tényleges utazóvá a webhely felkeresése után, így betekintést nyújt abba, hogy a digitális forgalom mennyiben járul hozzá a desztinációk helyi kiadásaihoz, munkahelyteremtéséhez és adóbevétel-termeléséhez. Ezáltal a webhelyek forgalma nemcsak digitális, hanem kézzelfogható formában is megjelenik a desztinációs szervezetek számára.

Emellett a platform számításokat végez a látogatók kiadásaiból, beleértve a szállást, étkezést, kiskereskedelmet, közlekedést és szórakozást, a helyi gazdasági hatásmodellezés alapján. Az így kapott adatok révén a helyi szervezetek hatékonyabban alakíthatják ki saját stratégiáikat, ezzel növelve a helyi gazdaságot.

A webhely a turisztikai ágazat új mércéjének tekinthető, mivel adatközpontú döntéshozatalával megkönnyíti a célmarketing-szervezetek működését. Az így nyert forgalmi adatok új befektetési lehetőségeket kínálnak, segítik a marketing költségvetések igazolását, optimalizálják az online jelenlétet és annak hatásait. Ez az innovatív eszköz hozzájárul a desztinációk versenyképességének növeléséhez és fenntartható fejlődésükhöz, miközben támogatja a helyi gazdaság fellendítését és a közösség jólétét.

Luxust akarnak

Thaiföld kiemelkedő luxusturisztikai desztináció, amely folyamatosan új megoldásokat dolgoz ki pozíciójának megőrzése érdekében. A szállások terén különös prioritást jelent a magas minőségű és neves márkájú szálláshelyekkel való együttműködés, valamint a wellness- és kulináris turizmus integrációja. E



lehetőségekre összpontosítva
Thaiföld célja, hogy Ázsia
luxusturizmusának központjává
váljon.

Bangkok városát úgy alakítják, hogy egy úgynevezett „játsszótér-várossá” váljon, hivatkozva a márkák jelentőségére és a luxusutazók értékrendjében bekövetkező változásokra. A Thailand Tourism Forum 2025 (TTF) során arról számoltak be, hogy a wellness- és kikapcsolódási programok új megközelítést kaptak. Már nem a gyógyfürdők állnak középpontban, hanem a szabadban töltött idő és az egészséges életmód élvezése. A kitolódott életkor és a változó szokások miatt új eszközökre és gondolkodásmódra van szükség a luxusturizmusban.

Az új hozzáállás eredményeként született meg a JOMO (Joy of Missing Out) koncepciója, amely az utazót arra ösztönzi, hogy egyedi élményeket keressen, amelyek magukban foglalják az öngondoskodást és a kikapcsolódást, valamint a természethez való kapcsolódást. Ez a megközelítés váltja fel az eddig használt FOMO (Fear of Missing Out) gondolatot.

A természetközeli területek és azok a cégek, amelyek fenntarthatóságra törekszenek, egyre nagyobb szerepet kapnak, pozitív szemléletet generálva az utazók körében. Az új luxusnarratíva 2025 során átalakítja Thaiföld turizmusát, tovább erősítve a desztináció vonzerejét a luxusutazók számára.



Ezt is figyelembe kell venni

Egy új kutatás szerint a fiatalabb munkavállalók több mint 70%-a érzi úgy, hogy a vállalati rendezvények közvetlen hatással vannak személyes pénzügyeikre, és majdnem egyharmaduk saját zsebből fedezi a kapcsolódó költségeket. A felmérés, amelyet az Emburse készített 2 000 amerikai munkavállaló megkérdezésével, azt mutatta, hogy a Z generáció és a millenniumi generáció tagjai különösen érintettek, míg az idősebb Baby Boomer munkavállalók kevésbé érzik a pénzügyi hatást.

A költségek közé tartoznak az utazási kiadások, gyermekfelügyelet, új ruhák beszerzése, valamint a vállalati bürokrácia és a késedelmes költségtérítések

is. Ennek ellenére a válaszadók 85%-a szerint a vállalati rendezvények erősítik a szervezeti kapcsolatokat, ami jótékony hatással van a cégekre.

A kutatás azt is kimutatta, hogy a cégek többsége növelte a rendezvényekre fordított kiadásait az utóbbi években, és az éves vállalati rendezvények száma átlagosan 2,6-ra nőtt 2024-re. A cégek igyekeznek minimalizálni a munkavállalók saját költségeit, például azzal, hogy engedélyezik partnerek részvételét a nem munka jellegű eseményeken. Az Emburse pénzügyi igazgatója szerint fontos, hogy a cégek figyelembe vegyék a munkavállalók pénzügyi terheit, és biztosítsák, hogy a rendezvények mindenki számára előnyösek legyenek (C&IT).



Uniós hírek

Közbeszerzés szabályozás

Az élelmezési rendszerek fenntarthatóságával foglalkozó tanácsadó csoport december 5-i ülésén újabb fontos részletek kerültek napvilágra a mezőgazdasági és élelmezési jövőképről. A közbeszerzési élelmiszerek fenntarthatósági kritériumainak kialakítását célzó munkát is továbbfejlesztik az EU Közös Kutatóközpontja (JRC) részvételével.

Az Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi Főigazgatóság képviselője megerősítette, hogy a JRC munkája figyelembe fogja venni a közbeszerzésekről szóló stratégiai párbeszéd ajánlásait, különös figyelmet fordítva a minőségi és fenntarthatóságot díjazó, legjobb ár-érték arányú megközelítésekre. A közbeszerzők képzésére vonatkozó iránymutatásokat is említették, amelyek alapvető szerepet játszanak a közbeszerzési rendszerek fejlődésében.

A JRC által készített jelentés közzétételét követően, várhatóan 2025 márciusában vagy áprilisában, nyilvános konzultációra kerül sor, ahol a szakmai és közérdekű észrevételek is helyet kapnak.



A Bizottság kiemelte, hogy a mezőgazdasági és élelmezési jövőkép nem csupán szakpolitikák meghatározására irányul, hanem nyitva hagyja a lehetőséget a stratégiai párbeszéd folytatására, és konszenzusra alapozott döntéshozatalra. A jövőkép a közös agrárpolitika alapjait fekteti le, de jogi javaslatokra csak később kerül sor, az új többéves pénzügyi keret elfogadását követően (FoodServiceEurope).

Az Európai Bizottság megkezdte az uniós közbeszerzési szabályok felülvizsgálatára irányuló nyilvános konzultációt. A folyamat célja a 2014/23/EU (koncessziós), a 2014/24/EU (közbeszerzési), valamint a 2014/25/EU (közüzemi) irányelvek hatékonyságának és relevanciájának értékelése. A Bizottság arra törekszik, hogy megvizsgálja, ezek a jogszabályok továbbra is megfelelően szolgálják-e céljaikat, minimális költségek mellett segítve az aktuális kihívások kezelését.

A konzultáció 2025. március 7-ig tart, és számos érdekelt fél számára lehetőséget biztosít véleményük kifejtésére. A FoodServiceEurope közbeszerzési munkacsoportot hoz létre, hogy még a határidő lejárta előtt kidolgozza javaslatait. A szervezet tagjait arra kéri, hogy jelöljenek ki szakértőket a munkacsoportban való részvételre.

A Bizottság 2025 tavaszára további konzultációkat és a szociális partnerekkel történő meghallgatásokat tervez, amint az irányelvek értékelése lezárul. A FoodServiceEurope szorosan együttműködik az EFFAT-tal, hogy felkészüljön ezekre az eseményekre és közös érdekeiket képviselje (FoodServiceEurope).

Zöldebb repülés



Az európai légiközlekedési ágazat új jelentése, amelyet az Európai Bizottság készített az EU Repülésbiztonsági Ügynöksége, az Európai Környezetvédelmi Ügynökség és az Eurocontrol támogatásával, konkrét intézkedéseket javasol a légi közlekedés környezeti hatásainak csökkentésére, valamint, hogy Európa 2050-re elérje az éghajlat-semlegesség célját. A jelentés hangsúlyozza a fenntartható repülőgép-üzemanyagok (SAF) használatának növelését, a légiforgalmi szolgáltatások optimalizálását és az üzemanyag-hatékonyabb technológiák bevezetését. Ezen intézkedésekkel 2050-re legalább kétharmadával csökkenthető a kibocsátás.

2023-ban az EU és EFTA országokból induló járatok CO₂-kibocsátása 10%-kal csökkent, ugyanakkor a légiforgalmi kereslet növekedése miatt, amely 2050-re évi 11,8 millió járatot is elérhet, további intézkedésekre van szükség. Az egy utaskilométerre jutó átlagos CO₂-kibocsátás 2023-ban már 83 grammra csökkent, ami 3,3 liter üzemanyagnak felel meg 100 utaskilométerenként.

A jelentés azzal is számol, hogy ha teljesül a ReFuelEU program, a fenntartható repülőgép-üzemanyagok ellátásának növekedése 2050-re legalább 65 millió tonnával csökkentheti a nettó CO₂-kibocsátást. A flotta átlagos életkora is növekvő tendenciát mutat, ami tovább javíthatja az üzemanyag-hatékonytságot (ec.europa.eu).

