

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi tizennegyedik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. június 20. 21. évfolyam 14. szám



Szövetségi hírek

- FoodServiceEurope Közgyűlés



Tag- és társszervezeti hírek

- MCI



Nemzetközi hírek

- Kínai versenyhelyzet
- Új utazási trendek
- Brit élelmiszerpárbeszéd
- Szabadtéri vendéglátás térnyerése Európában
- Márkás Rezidenciák: A Luxus Életstílus Új Dimenziója
- Így teáznak a németek
- Digitalizáció és az AI alkalmazása a vendéglátásban
- Nyári trendek a német éttermekben
- Dubaj új ikonja
- Német vendéglátás
- Üveg Falpanelek: A Modern Konyha Esszenciája
- Törökország: Elveszettnek tűnő turisztikai szezon
- Céges utazási árak
- "Tuck-Truck"
- Hol olcsóbb a nyaralás?
- Robotkonyha
- Protekcionizmus íze
- Munkaerő kontra razziák



Uniós hírek

- Fenntartható Közbeszerzési Kritériumok
- Tehermentesítés

Szövetségi hírek



FoodServiceEurope Közgyűlés

Szövetségünk is részt vett a FoodServiceEurope júniusi közgyűlésén, amelyet ezúttal Párizsban rendeztek meg. A rendezvény keretében a szakpolitikai egyeztetések mellett lehetőség nyílt a fenntartható mezőgazdaság gyakorlati példáinak megismerésére is.

Napirenden volt a fenntartható közbeszerzés új EU-kritériumait megalapozó JRC-tanulmány, a csomagolási és csomagolási hulladékokról szóló rendelet, az erdőirtás elleni uniós szabályozás, valamint a késedelmes fizetések és a vállalati átvilágítási kötelezettségek kérdésköre is. Kiemelt téma volt az

élelmiszer-pazarlás csökkentésére irányuló célok és a "Green Claims" irányelv állása.

Az elhangzottakról szakmai összefoglalót küldünk közétkeztetési szekciónk tagjainak.

Tag- és társszervezeti hírek

MCI

A Magyar Cukrász Ipartestület kezdeményezésére szövetségünk is támogatásáról biztosította a Magyarország Tortája verseny Magyar Értéktárba való felvételét. A verseny már 2023 óta szerepel az Agrárminisztérium Ágazati Értéktárában, a mostani lépés pedig újabb elismerése lehet annak a több mint másfél évtizedes hagyománynak, amely a magyar cukrászati kultúrát, a nemzeti értékeket és a hazai alapanyagokat ünnepli.



Nemzetközi hírek

Kínai versenyhelyzet



A Bloomberg tanulmánya szerint a Kínából való kivonulást fontolgatja az ott 250 bolttal rendelkező Häagen-Dazs fagylaltlánc tulajdonosa a General Mills és a 7750 eladóhellyel rendelkező Starbucks is szondázza az érdeklődést tevékenysége eladása érdekében. A cikk szerint mindkét területen nagyon erős a kínai vállalatok versenye, olyan agilis és szofisztikált versenytársak jöttek elő, akiknek a helyi fogyasztókkal sokkal mélyebb a kapcsolata.

Ráadásul a Covid okozta gazdasági nehézségek befolyással voltak a vásárlási szokásokra. Ennek következtében ezek a multinacionális szereplők helyi versenytársaikkal konkurenciájával szembesülnek, valamint azzal, hogy főként az új generációk igényei változtak, náluk prioritást kap mind a minőség-ár viszony, mind az emocionális hatás. Tehát a túléléshez és a sikerhez lokalizált stratégiák kifejlesztésére van szükség. Ezzel a két cég próbálkozott is, hiszen a kínai holdévre a fagylaltlánc holdsütemény alapú speciális fagylaltokkal jelent meg és piacra került a sült malac ízű latte macchiato is. A helyi versenytársak (pl. Luckin Coffee) gyors növekedésére reakcióul a Starbucks a közelmúltban bejelentette kínai árcsökkentését a tea-alapú termékekre és a frappuccinóra, ami homlokegyenest az ellenkezője amerikai stratégiájának, ahol is az ajánlatát leegyszerűsítette a kávékra koncentrálva. A McDonald's kínai ajánlata is tartalmaz konzervhús alapú hamburgert, a KFC és a PizzaHut pedig saját tradicionális ételein túl duriános pizzát és pekingi kacsa alapú wrap-eket árul.

Új utazási trendek

Az Európai Utazási Bizottság (ETC) és az Eurail BV legfrissebb felmérése, a *Long-Haul Travel Barometer 2/2025* szerint visszaesett az Európába irányuló hosszú távú utazások iránti szándék 2025 nyarára. A külföldi utazást tervezők aránya 57%, míg azon válaszadók aránya, akik kifejezetten Európát jelölték meg úti



célként, 41%-ról 39%-ra csökkent az előző évhez képest.

A csökkenés leginkább az Egyesült Államokban (-7%), Brazíliában (-6%), Kanadában (-5%) és Japánban (-5%) figyelhető meg. A gazdasági bizonytalanság, a geopolitikai feszültségek és az infláció következtében ezekben az országokban megnőtt az érzékenység, amit a válaszadók közel fele elsődleges visszatartó tényezőként említett. Emellett a belföldi turizmus iránti erősödő preferencia és a korlátozott szabadidő is befolyásolja az utazási döntéseket.

Kína azonban látványosan kilóg a sorból: a felmérés szerint 2025 nyarán a kínai válaszadók 72%-a tervez európai utazást, ami 10 százalékpontos növekedést jelent egy év alatt. A gazdasági fellendülés, a nyitottabb fogyasztói attitűd és az erős utazási motiváció hozzájárulhatnak ehhez az emelkedéshez.

A kutatás szerint változnak az utazási szokások is. Egyre többen terveznek korábban, már május-júniusban utazni. Ezek az időpontok az utazók 34%-át érdeklik, szemben az előző évi 24%-kal. Emellett csökken a napi 200 eurónál többet költeni kívánók aránya, és egyre többen (40%) középkategóriás (napi 100-200 eurós) költségvetéssel számolnak. A legfőbb költségprioritások továbbra is az étkezés (65%), a turisztikai programok és a vásárlás, de a közlekedés is jelentős tétel, különösen a több desztinációt érintő utazások miatt.

A jelentés rámutat: bár az európai turizmus továbbra is ellenálló, az árazási stratégia, a rugalmasság és a célzott promóciók kulcsszerepet játszanak majd abban, hogy a régió fenntartsa vezető szerepét a nemzetközi piacon (ETC Corporate).

Brit élelmiszerpárbeszéd



Az Egyesült Királyság lakossága egyértelmű változásokat szeretne az élelmiszerrendszerben - derül ki a *Food, Farming and Countryside Commission* (FFCC) friss, kétéves felmérésének eredményeiből, amely a „The Food Conversation” (Élelmiszerpárbeszéd) néven futott. Az ország történetének legnagyobb, élelmiszerről szóló társadalmi konzultációjában több száz állampolgár vett részt, és az így született *Citizen Mandate for*

A válaszadók szerint elengedhetetlen egy olyan rendszer kialakítása, amely mindenki számára biztosítja a hozzáférést egészséges, biztonságos és fenntartható módon előállított élelmiszerekhez. A résztvevők szerint a jelenlegi modell nem szolgálja megfelelően sem a fogyasztókat, sem a termelőket: míg sok gazda minimális bevételhez jut, a nagyvállalatok jelentős profitot realizálnak.

A felmérés során külön hangsúlyt kapott:

- a sebezhető társadalmi csoportok védelme,
- az egészségtelen élelmiszerek és manipulációs marketing visszaszorítása,
- valamint az élelmiszertermelés környezeti és egészségügyi hatásainak együttes kezelése (Public Sector Catering).

Szabadtéri vendéglátás térnyerése Európában

Az európai szabadtéri vendéglátás jelentős fejlődési pályára állt az elmúlt években, különösen a COVID-19 világjárványt követően. A kereslet átrendeződése - amely a biztonság, a természetközeli élmények és a mentális regeneráció iránti igényt tükrözi - kedvezett a glamping, az öko-üdülőhelyek és más alternatív szállásformák elterjedésének. Ezt a trendet egyre gyakrabban írják le a „horizontális szálloda” fogalmával, amely decentralizált, természetközeli, ugyanakkor magas színvonalú szolgáltatásokat kínáló egységeket jelöl.



A szektor fejlődését négy fő tényező mozgatja: a fenntarthatóság (pl. megújuló energiaforrások, hulladékmentes működés), az élményalapú utazások iránti igény, a luxus új definíciója (csend, tér, intimitás), valamint a digitális technológiák integrációja, amelyek fokozzák a kényelmet, miközben megőrzik az autentikus élményt.

Európa-szerte több új szereplő és befektető jelent meg a piacon. Olyan márkák, mint a Kampaoh, a Huttopia vagy a Wecamp gyors ütemben terjeszkednek, míg a Marriott, Hilton vagy Hyatt már meglévő hálózatukat

bővítik szabadtéri koncepciókkal. A glamping szegmens különösen vonzóvá vált a befektetők számára: piaci értéke 2024-re elérte az 1,22 milliárd dollárt, és 2030-ra várhatóan meghaladja a 2 milliárdot. Az Abu Dhabi Investment Authority részesedésszerzése az European Camping Groupban tovább erősíti a szektor iránti globális bizalmat.

A szabadtéri vendéglátás tehát túlmutat egy múltó trenden: a természethez való visszatalálás, az élményorientált utazás és a fenntartható turizmus iránti igény hosszú távon is biztosítja a szegmens relevanciáját Európa turisztikai ökoszisztémájában (Hotel News Resource).

Márkás Rezidenciák: A Luxus Életstílus Új Dimenziója



A modern ingatlanpiacon a márkás rezidenciák szegmense robbanásszerű növekedést mutat, összefonva a luxus vendéglátást a privát lakóingatlanokkal. Ez a trend, mely a Four Seasons 1985-ös úttörő kezdeményezésével indult, mára a gondtalan, exkluzív életmód szinonimájává vált. A szektor az elmúlt évtizedben 180%-os bővülést ért el, és 2031-re várhatóan megduplázódik a projektek száma világszerte.

A növekedés fő hajtóereje a magas nettó vagyonú egyének igénye, akik a megszokott luxusszállodai szolgáltatásokat és kényelmi lehetőségeket otthonukban is élvezni szeretnék. Számukra ez a lakhatási forma egy olyan bázist jelent, amely a prémium élményt és a gondtalan életvitelt garantálja. A Fendi, Armani vagy Nobu márkák megjelenése is alátámasztja, hogy ez a piaci szegmens önálló kategóriává érett.

A fejlesztők számára a márka bevonása jelentős előnyökkel jár, hiszen a prémium áron értékesített lakások előfinanszírozhatják az építkezést. Azonban a sikerhez a helyszín, a minőség és a kilátás mellett elengedhetetlen a márka és a helyszín tökéletes összhangja, valamint a mély piaci ismeretek. A márkaépítéssel járó költségek, mint a márkadíjak vagy a megnövekedett kivitelezési költségek, kiegyensúlyozandók a várható bevétellel.

A design és a szolgáltatások terén a márkás rezidenciák a luxusszállodák színvonalát hozzák el. Ez magában foglalja a személyre szabott portaszolgálatot, spa-szintű wellness-létesítményeket, privát bejáratokat és

lifteket, valamint egyedi eseményeket. A hatékony háttér-üzemeltetés is kulcsfontosságú, biztosítva a zökkenőmentes működést és a kiváló szolgáltatást.

Így teáznak a németek

A tea világának sokszínűsége és népszerűsége továbbra is erőteljesen növekszik, és a tudatos fogyasztói szokásokban is kiemelkedő helyet foglal el. A „Tee Report 2024” című jelentés szerint a német teapiac stabilan magas eladási számokat mutat, miközben a fogyasztás enyhe, mindössze 0,9 literes csökkenése ellenére is meghaladja a koronavírus-járvány előtti szinteket.



A fogyasztók körében továbbra is nagyra értékelik a német termékek magas minőségét és változatos kínálatát, melyet az élelmiszerboltok, diszkontok, drogériák és szaküzletek egyaránt biztosítanak.

2023-as adatok szerint Németországban átlagosan 68,2 litert fogyasztottak fejenként, ebből 40,5 liter gyógy- és gyümölcstea, valamint 27,7 liter fekete és zöld tea volt. Ez a fogyasztás csak minimális, 0,9 literes visszaesést mutat a 2022-es évhez képest, de így is meghaladja a járvány előtti szintet, amit főleg enyhe őszi és téli időjárás magyaráz. A szervezet szerint a növekedés fenntartását a kiváló minőségű német termékek és a széles választék biztosítja, amely a különböző értékesítési csatornáknál elérhető.

A teafogyasztás sokszínűsége az országon belüli és nemzetközi beszállítók bővülésével is tapasztalható. A hagyományos teagyártó országok - India, Srí Lanka, Kína - mellett egyre több kisebb, egyedi termelő ország is részt vesz a piacon, például Argentína, Brazília, Japán, Nepál, Korea vagy Grúzia, gazdagítva a választékot. Ez a sokféleség lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy egyre változatosabb és különlegesebb teafajtákat fedezzenek fel.

A legújabb trendek közé tartoznak a funkcionális és hidegen főzött teák, melyek egyre népszerűbbek, különösen a fiatalabb korosztály körében. Ezek a teák vitaminnal, ásványi anyagokkal, melatoninnal, kollagénnel vagy növényi kivonatokkal gazdagított változatok, melyeket hidegen, jéggel fogyasztanak. Az ilyen teák tökéletesek nyárra, sportoláshoz vagy utazásokhoz, gyors és egészséges szomjoltóként szolgálnak. A fogyasztók értékelik, hogy ezek alacsony kalóriatartalmúak, cukormentesek és könnyen elkészíthetőek, így a teázás egyre inkább beépül a modern és egészséges életmódba.

A piac szereplői, például a Teekanne és az Ostfriesische Tee Gesellschaft, megfelelnek ezeknek az igényeknek, így kínálnak különféle jeges és hidegen főzött teákat, amelyek elérhetőek a szupermarketekben, vendéglátóhelyeken és szállodákban is. A Teekanne például nyáron bemutatta „erdei bogys gyümölcs” ízesítésű hideg teát, mely készen fogyasztható, míg az OTG termékei, mint a Meßmer Cold Tea és Cold Tea Sport, jelentős forgalomnövekedést értek el, különösen a nyári szezonban. Ezek a teák C-vitaminnal vagy melatoninnal dúsított változatokban is elérhetőek, támogatva az aktív, egészségtudatos életmódot.

A klasszikus fekete és zöld teák továbbra is népszerűek, főként reggel fogyasztva, stimuláló hatásuk miatt. A tea fogyasztás jövője pozitív kilátásokkal kecsegtet, különösen az otthoni fogyasztáson kívüli piacon, amelyet a Statista előrejelzése szerint 2025-re 423,15 millió eurós forgalom vár. A házon kívüli tea forgalom és a fogyasztói kiadások is növekednek, 2025-re várhatóan eléri az 5,09 eurót fejenként, és az értékesített mennyiség is emelkedni fog, 2025-ben 1,52 millió tonnára.

Összességében elmondható, hogy a tea nemcsak a hagyományos fogyasztók körében tartja meg népszerűségét, hanem az innovatív, funkcionális és hidegen fogyasztható változatok révén új célcsoportokat is sikeresen vonz. A piac folyamatosan bővül, gazdagodik, és a tendencia szerint a teazás egyre inkább a modern, egészségtudatos életmód szerves része lesz, mind otthon, mind a vendéglátás területén (ahgz.de).

Digitalizáció és az AI alkalmazása a vendéglátásban

A Digital Restaurant Day 2025 során tartott előadások és tapasztalatmegosztások középpontjában a "Digitalizáció és az AI alkalmazása a vendéglátásban" állt. Alexandra Schütze ügyvéd az EU mesterséges intelligencia rendelet (AI Act) áttekintésével nyitotta meg a napot, amely a világ első átfogó szabályozása a mesterséges intelligenciáról, különösen a magas kockázatú alkalmazásokról, mint például a személyzeti értékelő rendszerek, de hangsúlyozta, hogy a legtöbb AI alkalmazás alacsony kockázatúnak minősül, mint például chatbotok. Emellett kiemelte a kötelező képzések fontosságát, melyet minden munkatársnak fontos lenne elvégezni.



Ken Gerlach és Sead Berisha beszámoltak digitális márka felé vezető útjukról, különösen a Click & Collect és a self-order terminálok bevezetéséről, hangsúlyozva, hogy a digitális elemek jól megtervezett elhelyezése és rendelési folyamat világos kommunikációja kulcsfontosságú. Peter Schimpl és Dragan Grimm pedig az adatok és az AI szerepét emelték ki a működési hatékonyság növelés érdekében, például az éttermek adatvezérelt irányításával és a személyzeti beosztások optimalizálásával, ami jelentős termelékenységnövekedést eredményezett.

Daniel Gantenberg a Concept Family digitális ökoszisztémáját mutatta be, ahol a digitális étlapoktól a CRM rendszerekig minden összekapcsolt és automatizált, különösen a generatív AI alkalmazásával. Theo Ackbarow amegadott információk és a keresés pontosításának fontosságára hívta fel a figyelmet a ChatGPT hatékony használatához, kiemelve az üzleti titkok védelmét és a hallucinációk elkerülését.

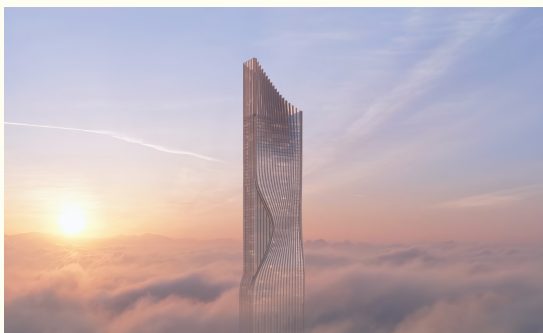
A nap végén Sven Freystatzky és Fabien Wolf a Jim Block étterem példáján bemutatták, hogyan hozott eredményt a digitális önkiszolgáló terminál és a digitális étlap bevezetése, amelyek növelték az átlagfizetést és erőforrás-megtakarítást eredményeztek, lehetővé téve a munkatársak számára a vendéggel való jobb foglalkozást (food-service.de).

Nyári trendek a német éttermekben

A Lightspeed digitális pénztárgépgyártó elemzése szerint nyáron változnak a vendégek rendelési szokásai Németországban: több vendég látogatja az éttermeket, de az átlagos számlaérték alacsonyabb, mivel inkább könnyű ételeket, italokat és fagyaltokat fogyasztanak, és rövidebb tartózkodási időt töltenek. A nyári időszakban a rendelések száma több, mint 12%-kal nő, miközben az árbevétel csak 4%-kal emelkedik, jelezve az alacsonyabb átlagos számlaértéket.



A változások miatt a vendéglátóhelyek számára fontos, hogy hatékony folyamatokat alakítsanak ki, személyzetüket jól képezzék és digitális eszközökkel optimalizálják működésüket. A nyár ideális lehetőség új törzsvásárlók szerzésére és a vendégélmény fokozására, különösen az upselling és különböző hangulatfokozó elemek révén (kiszolgálás, extrák). Az elemzés 1600 német étterem pénztár-adatait vizsgálta 2024 áprilisa és 2025 márciusa között, összehasonlítva a nyári és téli időszakokat.



Dubaj új ikonja

Dubaj egyik legnagyobb és leginnovatívabb építési projektje a Tiger Sky Tower, amely öt világpremierrel kerül be a rekordok könyvébe. A 122 emeletes, 532 méter magas torony a világ legmagasabb végtelenített medencéjével, a legmagasabb esőerdővel, hullámvasúttal, valamint a világ legmagasabb királyi „penthouse-ával” és éttermével rendelkezik.

Dubaj a Közel-Kelet egyik legfontosabb gasztronómiai és szállodai központja, ahol több mint 11 millió lakos és 18 millió turista fordul meg. A városban több mint 13.000 vendéglátó egység verseng, ugyanakkor az iparág kihívásokkal is

szembesül, mint például a magas működési költségek, alacsony bérek, versenyképes piac és szigorú szabályozások.

Német vendéglátás

2024-ben a német vendéglátóiparban a top 100 vállalkozás összforgalma 983,7 millió eurót tett ki. Ez jelentős növekedést mutatva, de az egyes cégek eredményei között jelentős szórás figyelhető meg. A szegmens 13 legnagyobb szereplője 1,4%-os növekedést ért el, ahol a legnagyobb forgalmat az Europa-Park érte el, 168 millió euróval (+5%). Más jelentős szereplők, mint a Mitchells & Butlers és a Celona Gastro, kisebb növekedést mutattak, míg a Café Extrablatt közel jár a 100 millió eurós forgalomhoz. Ezen túlmenően pozitívként emelhető ki a Karls Erlebnis-Dorf forgalmának növekedése, mely 39 vendéglátóegységgel 22,9 százalékkal, 43 millió euróra (nettó) növelte forgalmát.

Top 100 Segmentanalyse: Freizeitgastronomie								
Umsätze in Mio. Euro. Stichtag Units 31.12.2024. Vergleichsspalten ("+/-") jeweils zu 2023, absolut (abs.) und relativ (rel.).								
R	Top 100	Unternehmen	Umsatz '24	+/- abs.	+/- rel.	Units '24	+/- abs.	+/- rel.
1	20	Europa-Park	168,0	8,0	5,0%	69	2	3,0%
2	26	Mitchells & Butlers	137,1	0,6	0,4%	43	-2	-4,4%
3	33	Celona	125,3	1,4	1,1%	46	2	4,5%
4	43	Café Extrablatt	99,5	2,1	2,2%	106	0	0,0%
5	50	Cineplex	83,6	8,3	11,0%	91	0	0,0%
6	60	CinemaxX*	56,5	0,5	0,9%	30	0	0,0%
7	61	Merlin*	55,0	2,0	3,8%	55	0	0,0%
8	62	CMS	52,5	-3,8	-6,7%	44	-1	-2,2%
9	71	Parques Reunidos*	45,0	1,5	3,4%	40	1	2,6%
10	76	Karls	43,0	8,0	22,9%	39	3	8,3%
11	78	Sausalitos	42,0	-6,0	-12,5%	44	-3	-6,4%
12	80	Phantasialand*	40,0	1,0	2,6%	30	0	0,0%
13	86	Kinopolis	36,2	-9,6	-21,0%	17	0	0,0%
Segment total			983,7	14,0	1,4%	654	2	0,3%
* Schätzwert.								
Tabelle: foodservice • Quelle: foodservice Top 100 • Erstellt mit Datawrapper								

A mozi szegmens vegyesebb képet mutat: a Cineplex 11%-os növekedést ért el, míg a Kinopolis 21%-os csökkenést, a Sausalitos pedig csődöt jelentett 2025 márciusában. A rangsort a foodservice szaklap készíti, az adatok a vállalatok önkéntes jelentésein vagy becsléseken alapulnak.

Üveg Falpanelek: A Modern Konyha Esszenciája



A mai otthonokban a konyha már nem csupán egy hely, ahol főzünk; a modern lakberendezés és a közösségi élet központjává vált. A tulajdonosok egyre inkább személyre szabott és stílusos megoldásokat keresnek, melyek közül az üveg falpanel kiemelkedik. Ezek a vizuálisan lenyűgöző elemek nemcsak esztétikusak, hanem számos praktikus előnnyel is bírnak, így ideális kiegészítői bármely konyhának.

Az üveg falpanelek elsődleges funkciója a felületek védelme a főzés során keletkező fröccsenések, hő és nedvesség ellen. A hagyományos csempékkel ellentétben az üveg falpanelek sima, fuga nélküli felületet biztosítanak, ami könnyen tisztítható és rendkívül higiénikus. Az edzett biztonsági üvegből készült panelek ellenállnak a magas hőmérsékletnek, így gond nélkül elhelyezhetők a főzőlapok és tűzhelyek mögött.

Az üveg falpanelek a design szabadságát is kínálják. Széles színválasztékban kaphatók, a merész árnyalatoktól a lágy neutrális tónusokig, sőt akár egyedi digitális nyomatokkal is személyre szabhatók. Fényvisszaverő felületük optikailag nagytja a teret és világosabbá teszi a kisebb vagy sötétebb konyhákat. Emellett rendkívül könnyen karbantarthatók egy egyszerű törléssel tisztává varázsolhatók, mivel nincs fuga, ahol a szennyeződések megtelepedhetnének.

Az egyedi méretre vágásnak köszönhetően tökéletesen illeszkednek a konyha bármely pontjára, legyen szó aljzatokról, elszívókról vagy sarokmegoldásokról. Bár az üveg falpanelek beépítése egyszerűnek tűnhet, a precíziós munka miatt érdemes szakértőre bízni a feladatot, hogy a végeredmény hibátlan legyen. Összességében az üveg falpanelek okos és stílusos befektetést jelentenek a modern konyhák számára. A tartósság, az egyszerű karbantartás és a korlátlan design lehetőségek kombinációja révén hozzájárulnak egy olyan konyha kialakításához, amely nemcsak funkcionális, hanem valóban az otthon szívévé válik.

Törökország: Elveszettnek tűnő turisztikai szezon

A török turisztikai szektor jelentős fennakadással néz szembe, miután a hatóságok több mint 4000 szállodát zártak be működési engedély hiánya miatt, közvetlenül a nyári főszezon kezdetén. Ez a lépés aggodalmakat vet fel a már befoglalt és előre kifizetett szállásokkal kapcsolatban, és sok utazó számára kellemetlen meglepetéseket okozhat. A probléma gyökere a hiányzó nemzeti turisztikai működési engedélyben rejlik.



Bár számos szálloda rendelkezett önkormányzati engedéllyel, a Kulturális és Turisztikai Minisztérium által előírt országos engedély hiányzott. A szállodatulajdonosokat hónapokkal ezelőtt figyelmeztették a közelgő ellenőrzésekre, ám a figyelmeztetéseket sokan figyelmen kívül hagyták. A hatóságok a nyári utazási szezon kezdetéig vártak a drasztikus lépéssel, ami most komoly következményekkel jár.

Az intenzívebb ellenőrzéseket a korábbi szállodai tűzvész váltotta ki, amely sok emberéletet követelt. A tragédia közfelháborodást váltott ki, és arra kényszerítette a minisztériumot, hogy felgyorsítsa az ellenőrzéseket, különös hangsúlyt fektetve a tűzbiztonságra, az engedélyezésre és a szabályok betartására a szállodaiparban. A helyzetet tovább bonyolítja, hogy az ország Alkotmánybírósága érvénytelenítette is ezen intézkedések jogalapját.

A nagyobb foglalási platformok csak a közelmúltban kezdték meg a lezárt szállodák eltávolítását rendszereikből, ám a kár már megtörtént és folyamatosan nő. Sok utazó, aki előre kifizette nyaralását, most azzal szembesülhet, hogy a megérkezéskor szállodája zárva van. A turisztikai iparág vezetői szerint a szezon elveszett. Szakértők jelentős következményekre számítanak az utazási és turisztikai ágazatban, mivel a szállodák vagy bezárják kapuikat, vagy illegálisan üzemelnek. Az ellenőrök hiánya miatt a szövetségi hatóságok nem tudják időben befejezni az ellenőrzéseket, ami tovább súlyosbítja a helyzetet. Ez a válság nemcsak a szállodatulajdonosokat és alkalmazottakat érinti, hanem komoly hatással van Törökország gazdaságára is, amely nagymértékben függ a turizmusból származó bevételektől.

Céges utazási árak



A SilverDoor legfrissebb adatai szerint a vállalati szálláshelyek szobaárai világszerte csökkenő tendenciát mutatnak, különösen az ázsiai-csendes-óceáni (APAC) régióban. Itt az átlagos napi ár (ADR) 12,5%-kal mérséklődött az előző évhez képest, ami vonzóbbá teszi a térséget a vállalati utazók és rendezvényszervezők számára. Szingapúrban volt a nagyobb a visszaesés, ahol az ADR 34%-kal zuhant.

Ezzel szemben az EMEA (Európa, Közel-Kelet és Afrika) régióban emelkedtek az árak az elmúlt negyedévben, annak ellenére, hogy éves szinten enyhe csökkenés még mindig megfigyelhető. Az amerikai kontinensen stabil maradt a helyzet a szobaárak és az üzleti utak átlagos hossza tekintetében.

Az árcsökkenés egyik fő oka az ellátási láncok diverzifikációja. A nagy technológiai cégek, mint az Apple, a Nintendo és a Google, egyre inkább Kínán kívüli országokba, például Vietnámba, Indiába, Thaiföldre és Indonéziába helyezik át gyártási és működési tevékenységeiket. Ezáltal növekszik az üzleti utazások száma ezekre a piacokra, ami fokozza a versenyt a szálláshelyek között és hozzájárul az árak mérséklődéséhez.

Az EMEA régióban az üzleti utak átlagos hossza jelentősen, 17 nappal lerövidült, ami valószínűleg a geopolitikai bizonytalansággal, a közel-keleti és kelet-európai konfliktusokkal, valamint a költségmegtakarítási törekvésekkel magyarázható. A foglalási határidők is megnövekedtek ebben a térségben, jelezve a fokozott tervezési igényt. Ugyanakkor Európán belül a kisebb, erős banki szektorral rendelkező városok, mint a portugáliai Braga vagy a litvániai Vilnius, növekvő érdeklődést tapasztalnak, vélhetően a fintech szektor fellendülésének köszönhetően.

"Tuck-Truck"

Legújabb gasztronómiai innovációját indította el az angliai Mellors Catering Services, „Tuck-Truck” nevet viselő ötletükkel. A mobil étkeztető egység az iskolákhoz gurulva a gyerekek számára érdekes formában megismertetni különböző típusú ételeket.



Az ikonikus Big Red Bus sikere után ez az új kezdeményezés arra hivatott, hogy „inspirálja” a diákokat az új ízek felfedezésére, az egészséges táplálkozással való pozitív kapcsolat kialakítására és a kultúrák megismerésére a konyhán keresztül. Danielle Watkins, a Mellors táplálkozás- és élelmiszerfejlesztésért felelős vezetője elmondta: „A Tuck Truck több, mint egy szórakoztató módja az ebéd felszolgáltatásnak - ez egy meghívás a fiatalok számára, hogy kipróbáljanak valami újat, felfedezzenek ízeket a világ minden tájáról, és megismerkedjenek a különböző kultúrákkal egy ízletes és magával ragadó módon.”. Így a gyerekek az ázsiai, mediterrán, vagy akár a mexikói konyha jellegzetes fogásait is kipróbálhatják. A Tuck-Truck Észak- és Közép-Anglia területén közlekedik, gyerekek százait elérve.

Tony Trainor, a Mellors vezérigazgatója szerint a Tuck-Truck nagyszerűen tükrözi a vállalat fő elveit, mint a friss gondolkodás, szórakoztató élmények és az ebédidőben való érdeklődés változtatás gondolata. Emellett az új innováció behozatalát tökéletesnek tartja a szervezet 30 éves fennállásának ünneplésére.

Hol olcsóbb a nyaralás?

A Német Szövetségi Statisztikai Hivatal (Destatis) jelentése szerint 2025 márciusában jelentősen olcsóbbak voltak a nyaralási költségek több dél- és kelet-európai országban, mint Németországban. Albániában, Észak-Macedóniában és Bulgáriában az éttermi és szállodai szolgáltatások ára 51-52%-kal volt alacsonyabb, ezekben az országokban ugyanazért a szolgáltatásért csak a felét kellett fizetni. Montenegróban, Portugáliában, Törökországban és Máltán 30-42%-os megtakarítás volt tapasztalható, míg Spanyolországban, Görögországban, Cipruson és Horvátországban 14-25%-kal olcsóbban lehetett nyaralni. Olaszországban, bár magasabb az árszint, ott is 6%-kal kevesebbet kellett fizetni, mint Németországban.



Egy példával szemléltetve: ha Németországban 100 eurót költöttek ugyanarra a szolgáltatásra, Albániában mindössze 48 eurót, míg Olaszországban 94 eurót. Szomszédos országok között Csehországban 33%, Lengyelországban 15%, Franciaországban 3%-kal olcsóbbak voltak ezek a szolgáltatások, míg Ausztriában az árak megegyeztek Németországgal. Ellenben Hollandiában, Luxemburgban és Belgiumban 7-11%-kal drágább volt a nyaralás, Dánia pedig 28%-kal magasabb árszintet mutatott. Svájcban a költségek 52%-kal voltak magasabbak.

Skandináviában, különösen Izlandon (+49%) és Norvégiában (+25%) jelentősen drágább volt a nyaralás, míg Svédországban 8%-kal többet kellett fizetni, mint Németországban. Összességében az árak jelentős különbséget mutatnak, és a dél- és kelet-európai országok különösen kedvező árakat kínálnak a német turisták számára (eturbonews.de).

Robotkonyha

A Circus SE vállalat mesterséges intelligenciával és robotikával foglalkozó innovatív cég. Az újonnan kinevezett főtanácsadó, Sasha Borovik, aki a Harvard jogi karán diplomázott, több mint 20 évnyi vezetői tapasztalattal rendelkezik a technológia, a védelmi jog és az AI alkalmazásának területén. Korábban olyan jelentős vállalatoknál



dolgozott, mint a Microsoft jogi igazgatójaként, illetve a Helsing nevű szoftvercégnél, amely az AI-t alkalmazza a hadiiparban.

Emellett nemzetközi szervezeteknél, például az ENSZ-nél és a NATO-nál szerzett tapasztalatokat, melyek különösen értékké teszik jelenlegi szerepét a védelmi és stratégiai kérdésekben.

A Circus SE - amely az európai robotika egyik vezető vállalata - a közeljövőben jelentős fejlesztéseket tervez, köztük az autonóm étkeztető rendszer, a CA-M piaci bevezetését 2025-re. Ez az innovatív, moduláris robotrendszer a védelem és a kritikus infrastruktúrák támogatására lesz kifejlesztve, különösen háborús és extrém körülmények között. A vállalat célja, hogy piacvezetővé váljon az AI-alapú élelmiszer-szolgáltatások területén, és stratégiai szövetségeket alakítson ki, különösen a NATO-val és más nemzetközi partnerekkel.

Borovik kinevezése stratégiai lépés, mivel a vállalat számára kiemelten fontos a jogi és szabályozási környezet pontos kezelése, különösen a nemzetközi és védelmi szektorban. Feladatai közé tartozik a szerződéses struktúrák kialakítása, a szabályozási stratégia kidolgozása, valamint az állami és katonai partnerek bővítése. A vezérigazgató, Nikolas Bullwinkel szerint Borovik szakértelme és tapasztalata alapvető fontosságú a vállalat növekedéséhez, különösen a NATO-közel haderőkkel folytatott tárgyalások és a nemzetközi szabályozási kérdések terén.

A vállalat ambíciója nemcsak a technológiai innovációban, hanem a nemzetközi biztonsági és védelmi piacokon való aktív részvételben is megmutatkozik. A CA-M rendszer fejlesztése, amely a háborús frontokon való alkalmazásra lett tervezve, jól példázza a határ elmosódását a polgári és katonai alkalmazások között. Ez az irányváltás és a jogi szakértő bevonása azt jelzi, hogy a Circus SE komolyan veszi a biztonsági kérdéseket, és célja, hogy a robotika és AI megoldásokat stratégiai infrastruktúra-tervezés részeként alkalmazza.

Összességében a hír hangsúlyozza, hogy a Circus SE az egyik legdinamikusabban fejlődő szereplővé válik az európai robotika és AI szektorban. A szakmai tapasztalattal rendelkező Borovik kinevezése nemcsak a cég jogi felkészültségét növeli, hanem azt is jelzi, hogy az AI-robotika nemcsak a polgári élet, hanem a védelmi és stratégiai területek egyik kulcseleme lett. Ez a lépés egyértelműen mutatja, hogy a vállalat komolyan veszi a nemzetközi szabályozási kérdéseket, és a jövőben aktív szereplő kíván lenni a globális biztonsági és védelmi infrastruktúrák alakításában (gvpraxis.de).

Protekciónizmus íze



Az orosz McDonald's éttermek Alexander Govor tulajdonában **Vkusno i tochka** névre változtak. A vállalat jogi kockázatokat lát, ha a korábbi tulajdonos, a McDonald's visszatérne, mivel ez a visszavásárlási jog miatt problémákat okozhat. Oleg Paroev, a Vkusno i tochka ügyvezetője figyelmeztette Vlagyimir Putyint a következményekre, különösen arra, hogy ez ismét jelentős külföldi berendezkedést és központi rendszereket hozna vissza, veszélyeztetve az orosz vállalatok elkötelezettségét.

A kormány jogi megoldásokat keres, és egy törvénytervezetet is benyújtott, amely lehetővé tenné, hogy az orosz vállalatok hatályn kívül helyezték a nyugati cégekkel kötött visszavásárlási szerződéseket, különösen alacsony ár esetén, ezzel is erősítve a protekcionista gazdaságpolitikát. A nyugati márkák, például a McDonald's kivonulása óta új orosz láncok jelentek meg, melyek a helyi piaci helyzetet próbálják kihasználni (food-service.de).

Munkaerő kontra razziák

Donald Trump elnök a Truth Socialen ismerte el, hogy a bevándorlásellenes intézkedések munkaerőhiányt idéztek elő a szálloda- és vendéglátóiparban, hozzátéve: „változások jönnek.” Rövid időre az Egyesült Államok bevándorlási és vámügyi hatósága (ICE) leállította a razziákat szállodákban, éttermekben és farmokon, de pár nap múlva a Belbiztonsági Minisztérium visszavonta az utasítást.



A szakértők szerint a kormányzat nehezen egyensúlyoz a tömeges deportálások politikája és a gazdasági realitások között. Az iparági szereplők, köztük az

Unite Here szakszervezet és az American Hotel & Lodging Association is figyelmeztettek: a szállodaipar nem tud működni bevándorlók nélkül.

Közben az ICE letartóztatások száma meredeken emelkedik: a napi átlag 2024-ben már meghaladja a 2000-et. A szállodai dolgozók egy része ideiglenes vízumprogramokon keresztül dolgozik, ezek jövője azonban bizonytalanná vált.

Az iparág szereplői egységesen sürgetik a kormányt: a bevándorláspolitikának különbséget kell tennie a veszélyes bűnözők és a megbízható munkavállalók között (Travel Weekly).



Uniós hírek

Fenntartható Közbeszerzési Kritériumok

Az Európai Bizottság Közös Kutatóközpontja (JRC) közzétette a fenntartható közbeszerzési (SPP) kritériumokról szóló jelentéstervezetét, amely mérföldkövet jelent az élelmiszerek, vendéglátóipari szolgáltatások és automaták környezetileg és társadalmilag felelős beszerzésének előmozdításában.

A dokumentum - amely 2025. június 20-ig áll nyitva konzultációra - a jelenlegi zöld közbeszerzési (GPP) keretrendszer veszi alapul, ugyanakkor annak korlátozott gyakorlati alkalmazását felismerve egy rugalmasabb, eszköztár-jellegű megközelítést javasol. A cél: önkéntes, testreszabható kritériumok segítségével ösztönözni a nemzeti és helyi közbeszerzőket fenntarthatósági szempontok érvényesítésére.



A FoodServiceEurope szempontjából különösen üdvözlendő, hogy a jelentés az agrár-élelmiszeripari jövőképbe illesztve hangsúlyozza a „legjobb érték” elvének alkalmazását. Emellett példaként említi a FoodServiceEurope és az EFFAT közös útmutatóját is.

A legfontosabb újítások:

- **Rugalmas keret:** A kötelező előírások helyett alkalmazható technikai előírások (TS), odaítélési kritériumok (AC), szerződéses teljesítési záradékok (CPC) és kiválasztási szempontok (SC) formájában jelennek meg a kritériumok.
- **Megújított GPP-elemek:** Frissítették például a fenntartható menütervezés, az élelmiszer-pazarlás, valamint a víz- és energiahasználat szempontjait is.
- **Új társadalmi és egészségügyi kritériumok:** Bevezetésre kerülnek többek között a nyomonkövethetőségre, a hátrányos helyzetűek bevonására, az egészséges ételválasztás ösztönzésére és az oktatásra vonatkozó elvek is.
- **A rövid ellátási láncok támogatása:** Azok az ajánlattevők, akik helyi, korlátozott számú közvetítővel rendelkező láncokból szerzik be termékeiket, előnyhöz juthatnak a pályázatok értékelésekor (FoodServiceEurope).

Tehermentesítés

Az Európai Bizottság 2025. május 21-én bejelentette, hogy új közigazgatási egyszerűsítési intézkedések révén évente mintegy 400 millió euró megtakarítást érhetnek el az uniós közepes méretű vállalkozások. Ezek az intézkedések különösen azokra a cégekre összpontosítanak, amelyek 250 és 750 fő közötti alkalmazottat foglalkoztatnak, és amelyek jelenleg gyakran túlzott szabályozási terheknek vannak kitéve - a nagyvállalatokra vonatkozó előírásokat ugyanis sokszor rájuk is kiterjesztik.



A Bizottság célja, hogy elősegítse ezen vállalkozások növekedését és versenyképességét azáltal, hogy csökkenti számukra az adminisztratív kötelezettségeket. Ennek érdekében egyszerűsítik például a fenntarthatósági jelentéstételi kötelezettségeket, valamint csökkentik az adatvédelemmel és az akkumulátor-ellátási láncokkal kapcsolatos jelentési terheket. Ezek a lépések jelentősen mérséklik az éves megfelelési költségeket, ami különösen fontos a közepes méretű vállalatok számára, amelyek gyakran nem rendelkeznek a nagyvállalatokhoz hasonló erőforrásokkal a szabályozási elvárások teljesítéséhez.

Az intézkedések a Bizottság azon törekvésének részét képezik, hogy a belső piac működését hatékonyabbá tegye, és kedvezőbb környezetet teremtsen a vállalkozások számára a növekedéshez és az innovációhoz. A becslések szerint a változások évente 400 millió euróval csökkentik az adminisztratív terheket, ezzel hozzájárulva az EU gazdasági versenyképességének erősítéséhez.

