

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi tizenötödik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. július 1. 21. évfolyam 15. szám



Szövetségi hírek

◦ PANTOUR



Tag- és társszervezeti hírek

- FATOSZ
- MNB konjunktúra felmérés



Nemzetközi hírek

- Európai konjunktúra
- Salford-i jó gyakorlat
- Fókuszban a kiberbiztonság
- Máshol is esik túlzásba az EPR rendszer
- Safe Destinations Challenge
- Antarktisz
- A technológia formálja a modern turizmus jövőjét
- SAF Matchmaker
- Szállodai konjunktúra
- Macskásoknak
- Brit pubok: felcsillanó remény
- Friss élelmiszerek: Az ár és az egészség diktálja a trendeket
- Reptér - nem reptéri árakkal
- A Condor versenyez
- Digitális falak helyett nyitott ajtók
- Terjeszkedés Afrikában



Uniós hírek

- Támogatás nélkül nincs stabil élelmiszerlánc
- Zöld állítások irányelv
- Közvetítői díjak visszatérítése

Szövetségi hírek

PANTOUR

Szövetségünk is tagja munkacsoport vezetőként a PANTOUR konzorciumnak. A nemrég megjelent **PANTOUR Equality, Diversity and Inclusivity (EDI)** kézikönyv 31 jó gyakorlaton keresztül mutatja be, hogyan lehet előmozdítani az egyenlőséget, sokszínűséget és befogadást a turizmus-vendéglátás területén.



A hazai vállalatok közül kiemelkedő példa a **Nem Adom Fel Kávézó és Étterem**, Budapest első olyan vendéglátóhelye, amelyet fogyatékkal élő emberek alapítottak és működtetnek.

Az étterem célja, hogy mindenki számára elérhető és kényelmes legyen, ezért különös figyelmet szentel a fogyatékkal élő dolgozók és vendégek igényeinek, legyen szó akadálymentes belső terekről vagy könnyű fizikai

hozzáférhetőségről. A munkatársakat vizuális támogató eszközök - például színkódos rendszer, képekkel és diagramokkal ellátott munkakönyv - segítik a napi feladatok hatékony elvégzésében.

A Nem Adom Fel kávézó jó példa arra, hogy a fogyatékkal élő munkavállalók ugyanolyan magas színvonalú szolgáltatást tudnak nyújtani, mint bármely más alkalmazott, ezzel is erősítve a méltányosságot és befogadást a munkahelyeken.

A teljes blogcikk a kávézóról [ezen a linken](#) érhető el. További jó gyakorlatok megismeréséhez, az EDI Handbook rövidített és teljes változatát [ezen az oldalon](#) keresztül lehet letölteni.

Tag- és társszervezeti hírek



FATOSZ

A Ruraltour 33. közgyűlését Szlovákiában tartották, ahol tisztújításra is sor került. Tagszövetségünk, a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének (FATOSZ) képviselője, Tóth Virág Judit elnyerte a Ruraltour alelnöki pozícióját. Gratulálunk Juditnak!

MNB konjunktúra felmérés

A Ruraltour 33. közgyűlését Szlovákiában tartották, ahol tisztújításra is sor került. Tagszövetségünk, a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének (FATOSZ) képviselője, Tóth Virág Judit elnyerte a Ruraltour



Nemzetközi hírek

Európai konjunktúra



Az Amadeus és az UN Tourism friss, *Travel Insights 2025 - Focus on Europe* című közös jelentése alapján az európai turizmus egyértelmű fellendülést mutat. Az Amadeus Navigator360 adatai szerint 2025 tavaszától számottevő növekedés várható mind a légi forgalomban, mind a vendéglátóipar teljesítményében, új lehetőségeket kínálva az ágazat szereplőinek.

2025 áprilisa és októbere között 6,7%-os növekedés várható az Európába érkező nemzetközi utasok számában az előző évhez képest. A légitársaságok ennek megfelelően már most is növelt kapacitásokkal készülnek a szezonra - a jelek szerint vagy biztosak a növekedésben, vagy ők maguk kívánják azt ösztönözni.

A legnépszerűbb célországok továbbra is Spanyolország, az Egyesült Királyság, Olaszország, Franciaország és Németország, míg városi szinten Párizs és Amsterdam a legkeresettebb desztinációk közé tartoznak. A jelentés ugyanakkor feltörekvő piacokra is felhívja a figyelmet: például Azerbajdzsán (+26%), Kazahsztán (+7%) és Csehország (+6%) is jelentős bővülést mutatott.

A szállodai szektor Nyugat-Európában 67%-ról 68%-ra növelte kihasználtságát, az átlagos napi szobaár (ADR) pedig 172,20 euróról 177,36 euróra emelkedett. A jelentés szerint a további növekedés lehetősége főként az utószezonban rejlik.

A turisztikai szakértők szerint a desztinációs promóciók és a légikapacitások összehangolása kulcsfontosságú lehet a csendesebb hónapok jobb

kihasználásában. Az egész éves kereslet stabilizálása nemcsak gazdasági, hanem fenntarthatósági szempontból is előnyös (TourismReview).

Salford-i jó gyakorlat

A Citywide Services, Salford legtöbb iskolájának étkeztetési szolgáltatója, új kezdeményezést indít a gyerekek és családjaik egészséges étkezési szokásainak fejlesztése érdekében. A **Development Chefs Program** keretében tapasztalt szakácsok tartanak majd gyakorlati főzőtanfolyamokat, amelyek célja, hogy az iskolában és otthon is szezonális, tápláló és költséghatékony ételeket válasszanak a résztvevők.



A nyáron induló program során a fejlesztő szakácsok az általános iskolákban dolgoznak majd, segítve a Citywide munkatársait a menük megújításában, képzések lebonyolításában és új, szezonális receptek kidolgozásában. A program főbb elemei:

- **Osztályszintű szakácsműhelyek:** főzőbemutatók az iskola aulájában, ahol a gyerekek különböző szezonális zöldségeket kóstolhatnak meg többféle ételben.
- **Kis csoportos főzőfoglalkozások:** legfeljebb nyolc tanuló közösen főz a szakácsokkal, megismerve az egészséges táplálkozás alapjait és a szakácsok praktikáit.
- **Szülő-gyermek főzőműhelyek:** interaktív, családi programok, melyek során a szülők és gyermekeik együtt tanulják meg az egészséges, költséghatékony ételkészítést otthon (Public Sector Catering).

Fókuszban a kiberbiztonság



Az utazási ágazat egyre komolyabb kiberbiztonsági kihívásokkal szembesül. Az iparág digitális térben való fokozott jelenléte, a személyes adatokkal való rendszeres munka, valamint a szoros ügyfélkapcsolatok miatt különösen sebezhető a professzionális kibertámadásokkal szemben - hangzott el a

A legnagyobb fenyegetések között továbbra is az adathalászat és a hitelesítő adatokkal való visszaélés szerepelnek. A csalók gyakran utasnak vagy partnercégnek adják ki magukat, hogy hozzáférjenek belső rendszerekhez, kártékony szoftvereket juttassanak be, vagy érzékeny adatokhoz jussanak. Eközben az adathalász támadások meggyőzőbbé és célzottabbá váltak - részben az olyan AI-eszközök miatt, mint a ChatGPT, amelyek lehetővé teszik a nyelvtanilag helyes, többnyelvű, személyre szabott megfélemlítő üzenetek előállítását.

Szintén egyre gyakoribb az úgynevezett hitelesítő adatlopás: a támadók megszerzett e-mail-jelszó kombinációkkal próbálnak belépni különböző online fiókokba - sokszor sikerrel, mivel a jelszavak újrafelhasználása továbbra is általános gyakorlat. A dark weben ezek az adatok könnyen elérhetőek, ami további támadások alapjául szolgálhat.

Emellett a nemzetállamok által irányított kibertámadások új tendenciáira is felhívták a figyelmet: míg korábban ezek inkább kémkedésre irányultak, ma már kisebb cégek megfertőzésével próbálnak hozzáférni nagyobb partnerek rendszereihez.

A konferencia szakértői hangsúlyozták, hogy a fogyasztói bizalom megőrzése érdekében a turisztikai szektornak fokoznia kell a megelőzésre, a gyors észlelésre, valamint a munkatársak és partnerek oktatására irányuló erőfeszítéseit. A védekezés része lehet a mesterséges intelligencia alkalmazása is - ez nemcsak a fenyegetések észlelését segítheti, de a támadások kivédésében is egyre nagyobb szerepet játszhat (HNR Hotel News).

Máshol is esik túlzásba az EPR rendszer

Társszövetségünk, az UKHospitality több mint egyéves, kitartó kampánya eredményeként a brit kormány beleegyezett, hogy felülvizsgálja az Extended Producer Responsibility (EPR) rendszer vendéglátóiparra gyakorolt igazságtalan hatásait, és alternatív megoldásokat keres az érintett vállalkozások kettős költségterheinek kiküszöbölésére.



A jelenlegi szabályozás alapján számos vendéglátóhely - köztük pubok és gyorséttermek - kétszeresen fizet az újrahasznosításért, mivel az italos üvegeket vagy csomagolóanyagokat háztartási hulladéknak minősítik. A gyártók EPR-díjat számolnak fel a csomagolásra, majd a vállalkozásoknak külön díjat kell fizetniük saját kereskedelmi hulladékuk kezeléséért is.

A Defra (brit környezetvédelmi minisztérium) egy mostani egyeztetés során jelezte: nyitott az UKHospitality javaslataira, és együttműködik az ágazattal a kérdés megoldásában. A cél, hogy a program második évében életbe léphessen egy igazságosabb rendszer.

Az UKHospitality két fő megoldási javaslata:

1. Mentesség az EPR alól azon csomagolások esetében, amelyeket kizárólag vendéglátóhelyek és nagykereskedők részére szállítanak.
2. Megkülönböztetett elszámolás azoknál az üzleteknél, ahol helyben fogyasztás és elvitel egyaránt történik - az EPR csak az elvitelre értékesített csomagolás után legyen fizetendő.

A szervezet továbbra is egyeztet a kormánnyal a megoldás pontosításáról és a szabályozás ésszerűsítéséről (UKHospitality).

Safe Destinations Challenge



Az UN Tourism elindította a „Biztonságos úti célok kihívás” (*Safe Destinations Challenge*) elnevezésű programot, amely innovatív megoldásokat keres a turizmus ellenálló képességének, biztonságának és fenntarthatóságának növelésére - kezdetben Európára fókuszálva. Európa 2024-ben a világ turistaforgalmának közel 60%-át fogadta, miközben egyre gyakrabban szembesül éghajlati, egészségügyi és biztonsági krízisekkel.

A kezdeményezés az UN Tourism **SAFE-D (Safety of Destinations)** programjához kapcsolódik, amelynek célja a desztinációk válságokra való felkészültségének, reakálási és helyreállítási képességének javítása. A pályázat három fő témára koncentrálnak:

1. Környezeti és egészségügyi kockázatok kezelése,
2. Fizikai és digitális biztonság javítása,
3. Hatékony kríziskommunikáció.

A program nyitott startupok, scaleupok, innovatív kkv-k, önkormányzatok, egyetemek és idegenforgalmi szervezetek számára. A pályázatok beadási határideje: 2025. október 31.

A program kiemelten fontos válasz Európa sebezhetőségére: az elmúlt öt évtizedben a régió több mint 1700 természeti katasztrófát élt át, köztük árvizeket, tűzvészeket és járványokat, melyek több, mint 160 000 életet követeltek, és több száz milliárd dolláros gazdasági veszteséget okoztak (UN Tourism).

Antarktis

Rekordszámú, több, mint 130 000 látogató érkezett az Antarktisra a legutóbbi turisztikai szezonban - közölte az Antarktiszi Utazásszervezők Nemzetközi Szövetsége (IAATO). A közösségi média, különösen a TikTok népszerűsítő tartalmi jelentős szerepet játszanak a sarkvidéki utazások iránti kereslet növekedésében.



Az olyan hashtagek, mint a #AntarcticaTrip és a #PolarPlunge több millió megtekintést vonzottak, valamint az influencerek által posztolt látványos videók új lendületet adtak az élményalapú, ám komoly klímaterheléssel járó kalandturizmusnak.

Egy átlagos látogatás személyenként több mint 5 tonna szén-dioxid kibocsátással jár, túlszárnyalva a világátlagot. A hajók kipufogógázai gyorsítják a jégtakaró olvadását, és a kutatók szerint a leglátogatottabb területeken már a hó is kimutathatóan szennyezettebb. Az Antarktis és Déli-óceáni Koalíció szerint az erősödő trend visszafordíthatatlan károkat okozhat a sérülékeny ökoszisztémában, ha nem születnek gyors és hatékony szabályozások.

A szakértők és környezetvédők egyre sürgetőbb fellépést várnak: szerintük szabályozás nélkül az Antarktis kiszolgáltatott marad a tömegturizmus hatásainak. Bár az IAATO tagjai vállalták, hogy 2050-ig elérik a nettó zero kibocsátást, egyelőre kevés a konkrét lépés. Egyes cégek, mint például a Swan Hellenic, modern, hibrid hajókkal próbálnak alkalmazkodni, de az ágazat összkibocsátása így is rendkívül magas marad.

A kutatók szerint a jövőbeli fenntartható turizmus egyik kulcseleme a látogatószám-korlátozás és a dinamikus árképzés lehet. Bár hivatalos

intézkedések még nem születtek, az antarktiszi turizmus kérdése várhatóan kiemelt szerepet kap a közelgő nemzetközi környezetvédelmi konferenciákon (Skift).

A technológia formálja a modern turizmus jövőjét



A digitalizáció alapjaiban alakítja át az utazási szektort: a technológiai megoldások ma már nemcsak kényelmet, hanem egyre inkább személyre szabott, fenntartható és zökkenőmentes élményeket kínálnak az utazók számára. Az utazási irodák és szolgáltatók fejlett foglalási rendszereket használnak, amelyek nemcsak repülőjegyeket, szállásokat és transzfereket integrálnak egy platformra, hanem lehetővé teszik dinamikus csomagajánlatok létrehozását is.

A mesterséges intelligencia által támogatott árazási algoritmusok és ajánlórendszerek növelik a konverziót, miközben a felhasználói élmény is új szintre lép.

Az utazási API-k (alkalmazásprogramozási felület) összekötik a GDS-eket (globális értékesítési hálózat), biztosítókat, szállásfoglaló- és CRM rendszereket, lehetővé téve a valós idejű adatcserét és gyors ügyfélszolgálatot. A GDPR és CCPA szabályozások nyomán a biztonságos adatkezelés alapkövetelménnyé vált - az API-k szerepe így egyszerre technológiai és adatvédelmi kulcselem.

A mesterséges intelligenciával támogatott CRM-rendszerek lehetővé teszik az utazási szokások elemzését, személyre szabott promóciókat, lojalitásprogramokat és célzott marketingkampányokat. A rendszer azonnal reagál a negatív visszajelzésekre, akár automatikusan küldött kedvezményes ajánlattal vagy személyre szabott bocsánatkéréssel.

A mobilalkalmazások és operatív szoftverek támogatják a teljes utazási élményt: valós idejű frissítések, automatikus újrafoglalás, push értesítések, valamint chatbotok és ügyfélszolgálati panelek révén a szolgáltatás folyamatos. A mesterséges intelligencia előrejelzi a zavarokat, míg a blockchain-technológia biztonságos és átlátható adatmegosztást biztosít összetett utazási láncok mentén.

A modern front-end megoldások - mint a headless CMS (fej nélküli tartalomkezelő rendszer), hangalapú keresés vagy AR-navigáció - egyszerűsítik a foglalási folyamatot, míg a fenntarthatósági funkciók lehetővé teszik az utazók számára a környezetbarát döntéshozatalt. A karbonlábnyom-kalkulátorok, öko-szűrők és átlátható ESG-adatok integrálása mára nemcsak extra lehetőség, hanem elvárás a felhasználók részéről.

A technológiai innováció - különösen az API-integráció, AI-alapú személyre szabás és fenntarthatósági eszközök - nélkülözhetetlen ahhoz, hogy az utazási szolgáltatók hosszú távon versenyképesek maradjanak (TourismReview).

SAF Matchmaker

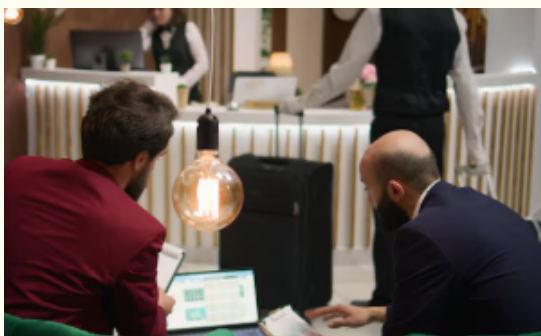
A Nemzetközi Légi Szállítási Szövetség (IATA) elindította a SAF Matchmaker nevű digitális platformot, amely a légitársaságokat és a fenntartható repülőüzemanyag (SAF) beszállítóit kapcsolja össze. A cél az, hogy egyszerűbbé és gyorsabbá tegyék a SAF beszerzését, és elősegítsék a zöld üzemanyag piacának fejlődését.



A platform három kulcsfontosságú területre fókuszál:

- **Hatékonyág** - Egy központi helyen könnyebb és költségmentes kapcsolatfelvételt tesz lehetővé a felek között.
- **Kapcsolatépítés** - A beszállítók feltölthetik elérhető vagy tervezett készleteiket, a légitársaságok pedig jelezhetik igényüket. A konkrét üzletek a platformon kívül jönnek létre.
- **Átláthatóság** - Részletes információkat nyújt a SAF típusáról, mennyiségéről, alapanyagairól, előállítási helyéről és a szabályozásoknak való megfeleléséről (pl. CORSIA, EU RED).

Az IATA fenntarthatósági alelnöke szerint a SAF Matchmaker hozzájárul ahhoz, hogy létrejöjjön egy átlátható és hatékony SAF-piac, ami elengedhetetlen a 2050-es nettó zéró kibocsátási cél eléréséhez. A platform kezdetben kizárólag légitársaságoknak és SAF-beszállítóknak érhető el, de a jövőben más cégek előtt is megnyílhat (TravelDailyNews).



Szállodai konjunktúra

2025 első negyedéve a globális szállodaiparban a normalizált, de stabil teljesítmény időszakát jelentette. A vezető szállodaláncok, mint a Marriott, a Hilton, az IHG és a Hyatt, mindegyike éves összevetésben növekedést ért el az egy kiadható szobára jutó bevételben (RevPAR), bár a növekedés üteme lassult a 2023-ban és 2024-ben tapasztalt fellendüléshez képest. Az iparág a fellendülés vezérelte expanzióból egy strukturálisan stabil fázisba lépett át.

Globális teljesítménymutatók:

A globális átlagos RevPAR 105,4 USD volt, ami 0,52%-os növekedést jelent az előző évhez képest. Az átlagos napi szobaár (ADR) 160,9 USD volt, szintén 0,52%-os növekedéssel. A globális kihasználtság enyhén, 0,1 százalékponttal csökkent 2024 első negyedévéhez képest, elérve a 65,3%-ot. Ez a kereslet mérsékelt lassulását jelzi a kínálat növekedéséhez képest, valamint a ciklikus kihasználtsági csúcsokhoz való közeledés természetes korlátait. A teljes kereslet azonban széles körben stabil maradt éves összevetésben.

Keresleti szegmensek és regionális különbségek:

A csoportos utazások maradtak a bevétel legmegbízhatóbb moztatórugói, amit az erős előzetes foglalások és az árak stabilitása támogatott. Az üzleti utazások fokozatosan élénkültek, míg a szabadidős célú utazások növekedése lassult, és globálisan stagnált vagy alacsony egyszámjegyű növekedést mutatott. Ez a változás a megfontoltabb utazástervezést és a diszkrecionális kiadások visszafogását tükrözi bizonyos fogyasztói szegmensekben. Az Egyesült Államokban a RevPAR növekedése szerény volt, amit a márciusi szabadidős utazások gyengülése és a kormányzati kereslet csökkenése befolyásolt. Az európai és közel-keleti piacok továbbra is profitáltak az erős nemzetközi

utazási forgalomból, a kedvező árfolyamokból és a magasabb kategóriás szabadidős kereslet ellenálló képességéből.

Szállodai kínálat elemzése:

A luxus szegmens felülmúlta az összes többi kategóriát 2025 első negyedévében, a RevPAR 8,2%-os növekedésével éves összevetésben. Ezt a 6,4%-os ADR növekedés és a kihasználtság 4 százalékpontos emelkedése támogatta, elérve a 68%-ot. Ez egyértelmű eltérést mutat a szélesebb piactól, ahol a RevPAR növekedése a legtöbb szegmensben szerény vagy stagnáló maradt. Ezzel szemben az alsóbb kategóriák, mint az Upper Midscale, stagnálást mutattak, az Upscale és Midscale kategóriák RevPAR-ja pedig enyhe csökkenést regisztrált. A globális márkás szállodai kínálat közel 8%-kal nőtt éves összevetésben 2025 első negyedévében, ami kivételesen magas terjeszkedési rátát jelent.

Pénzügyi eredmények:

A vizsgált szállodacsoportok (Hilton, Marriott, Hyatt) 2025 első negyedévi pénzügyi adatai szerint a teljes bevétel és a korrigált EBITDA átlagosan 4%-os és 6%-os növekedést mutatott az előző évhez képest. Ugyanakkor az üzemi eredmény, a hígított részvényenkénti eredmény és a nettó jövedelem csökkent 2024 első negyedévéhez képest (Moore Hotels).

Macskásoknak

A Katzentempel egy berlini macskakávézó márka, amely az organikus növekedést tartja szem előtt, ezért egyelőre csak öt új egység megnyitását tervezik. Jelenleg Berlinben, Osnabrückben, Heidelbergben, Dortmundban és Hamburgban nyílnak új egységek, júniusban Berlinben, majd Heidelbergben, ahol a legnagyobb kültéri területtel rendelkeznek. A vállalat szigorúan válogatja franchise-partnereit, főként saját, macskabarát közösségekből toborozva őket.



A működést számos adminisztratív és engedélyezési kihívás nehezíti, különösen a háziállatok és vendéglátás szigorú szabályozása miatt. Alapítása óta digitális infrastruktúra támaszkodik partnerei és alkalmazottai számára is. A digitális eszközök, például egy saját alkalmazás és a belső platform segítik a hatékony

működést és a munkatársak képzését, akik között sokan nem vendéglátói háttérrel rendelkeznek. A márka célja, hogy a közösség számára egy modern, állatok iránti szeretetet és kikapcsolódást egyesítő platform legyen (food-service.de).

Brit pubok: felcsillanó remény



Az elmúlt évtizedben a brit pubok nehéz időszakon mentek keresztül: kevesebb az ivó, az adók és költségek pedig az egekbe szöktek, ráadásul a járvány alatt a pubok negyede be is zárt. Az ágazat régóta küszködik a munkaerővel kapcsolatos nehézségekkel és a változó társadalmi szokásokkal.

Azonban a közelmúltban pozitív fordulat figyelhető meg. Az utóbbi három hónapban a tőzsdén jegyzett pubcsoportok felülmúlták a FTSE 250-et, részben a kedvező időjárásnak, részben pedig a vonzó befektetési lehetőségeknek köszönhetően. Ezek a cégek az elvárt nyereséghez képest a hosszú távú átlaguk alatt forognak, és jelentős ingatlanvagyonnal rendelkeznek.

A pubok emellett aktívan igyekeznek vonzóbbá válni a vendégek számára. A Heineken például 40 millió fontot fektet be a „Great British Local” programba, és számos üzemeltető vezet be új italokat (például alkoholmenteseket), hűségprogramokat és tematikus eseményeket (FT).

Friss élelmiszerek: Az ár és az egészség diktálja a trendeket

A friss élelmiszerek piacán az ár továbbra is a legfontosabb szempont a fogyasztók számára. Ezzel párhuzamosan az egészségtudatosság, a kényelem és a fenntarthatóság is egyre inkább befolyásolja a vásárlási döntéseket.

Az ultra-feldolgozott élelmiszerekkel kapcsolatos aggodalmak fellendítik a friss, természetes termékek iránti keresletet. Azonban a gazdasági bizonytalanság és a globális kereskedelmi kihívások, mint például a Trump-adminisztráció tarifális döntései, továbbra is nyomást gyakorolnak az árakra. Az éghajlatváltozás szintén növeli a termelési kockázatokat és az árak ingadozását, hangsúlyozva a fenntartható gazdálkodás fontosságát.



Míg a friss élelmiszerek egészséges választásnak számítanak, a modern életvitel és a csökkenő főzési hajlandóság új kihívásokat teremt. A kényelem iránti igény növekedése megköveteli az innovatív megoldásokat, mint például a gyorsan és könnyen fogyasztható friss élelmiszerek kiemelését. A snackek esetében a természetes, feldolgozatlan és hozzáadott cukor nélküli opciók különösen népszerűek.

A növekedési lehetőségek a kedvező árak kihasználásában, a helyi termelés és marketing erősítésében, az egészségügyi előnyök kiemelésében, valamint a kényelmes, gyorsan fogyasztható, tápláló friss élelmiszerek pozicionálásában rejlenek.

Reptér - nem reptéri árakkal



A düsseldorfi repülőtér jelentős eredményeket ért el az utasforgalom és vendéglátási tevékenység terén: 2024-ben összesen 20,03 millió utast regisztrált, ezzel átlépte a 20 milliós küszöböt, szemben a 2023-as 19,11 millióval. Az utasforgalom abszolút növekedése 0,9 millió utassal +4,8% volt, miközben a vendéglátás

növekedése 4,4%-on maradt. A régióból származó utasok aránya az összforgalomból hozzávetőlegesen 85 százalék, ami továbbra is a Rajna-Ruhr régió és Hollandiából érkező utazók stabil jelenlétét jelzi.

A gasztronómiai forgalom 4,4%-kal, abszolút értékben 2,9 millió euróval nőtt, így a 2024-es bevétel elérte a 68,5 millió eurót. A vendéglátó egységek száma összesen 40, 2024-ben három új hellyel bővült: Burger Federation, Dunkin' Donuts és Le Crobag.

A jövőben is folytatódnak a fejlesztések, mivel 2025-re három nagy tendert írtak ki 12 vendéglátó területre, köztük a konferencia központ területeire is. A nyertes cégek között szerepel a Lagardère Travel Retail, a Casualfood és az SSP Deutschland, akik különböző koncepciókkal és szolgáltatásokkal bővítik a repülőtér vendéglátási kínálatát. A fejlesztések célja, hogy a kínálat változatos, gyors és a digitális lehetőségeket kihasználó legyen, melyek növelik a vendégélményt.

A 2024-es évben a nemzetközi események, például a férfi labdarúgó-Európa-bajnokság, jelentős forgalmat generáltak, különösen a szurkolók sörértékesítése révén.

A makrogazdasági tényezők miatt azonban az árérzékenység nőtt, így az olcsóbb, kisebb adagú termékek iránti kereslet is megnőtt. A repülőtéri árak igyekeznek összehangolódni a belvárosi és közlekedési csomópontok árszínvonalával, azaz a stratégiában az árak nem emelkednek jelentősen a magasabb költségek ellenére sem. A márkázott termékek továbbra is kedveltek, az ár-érték arányuk ismerete miatt, míg a klasszikus slágertermékek, mint a víz (pl. 1 üveg Evian 9.00 euro), kávé, sör (pl. Heineken 15,75 dollár), muffin és croissant (pl. 1 pisztáciás croissant 16,50 euro) iránti kereslet állandó, az emelkedett árak ellenére is.

A jövőbeli kilátások tekintetében a düsseldorfi repülőtér továbbra is növekedést vár, új légitársaságokat és úti célokat kíván bevezetni, különösen az üdülési és családbarát szegmensben, például Törökország irányába. A cél, hogy tovább növelje pozícióját a nemzetközi forgalomban, miközben az árakat és szolgáltatásokat a versenytársakhoz igazítva próbálja megtartani a vásárlóerőt és a vendégelégedettséget (food-service.de).

A Condor versenyez

Hónapok óta találgatják a világ légitársaságai, hogy milyen szerepet fog játszani a német Condor légitársaság a nagy légitársaság-szövetségek hálózatában. Inkább a Lufthansa és annak Star Alliance szövetségéhez fog közelebb kerülni vagy éles versenytárrsá válik, esetleg csatlakozik a Oneworld Alliance-hoz (13 légitársaság teljes jogú tagként, többek között az American Airlines és a British Airways).



Úgy tűnik, hogy a kérdésben meghozatott egy előzetes döntés. Peter Gerber, a Condor vezérigazgatója a BILD-nek megerősítette, hogy tárgyalások folynak a mega-légitársasággal, az American Airlines-szal. Szakértők és a Német Légiforgalmi Központ (DLR) kifejezetten azt javasolják, hogy a Condor egy olyan szövetséghez csatlakozzon, mint a Oneworld, hogy erősítse a versenyt a német légi közlekedésben és ellensúlyt teremtsen a Lufthansa-val szemben.

A Condor és Lufthansa között 2024 végéig egy olyan hosszú távú partnerség volt érvényben, amelynek keretében a Lufthansa számos csatlakozó járatot kínált a Condor utasainak a frankfurti hosszú távú járatokra. Ezt a szerződést azonban a Lufthansa 2024 végével felmondta. Hogy függetlenebbé váljon, a Condor 2025 márciusától először épített ki újra saját hálózatot a németországi és európai csatlakozó járatok számára, de ezzel nem tudja teljes mértékben pótolni a Lufthansa korábbi kínálatát. És egy hátrány továbbra is fennáll: hiányoznak a repülőgépek az előkészítő járatokon az üdülőhelyek felé. Ezért a Condor vezérigazgatója, Gerber nem akarja megszakítani a kapcsolatot a Lufthansával, és nyitott marad különböző együttműködési lehetőségekre. Minderről jelenleg is folynak a tárgyalások az American Airlines-szal, elsőként azonban még a fennmaradó állami hiteleket kell visszafizetni 2026 szeptemberéig (bild.de).

Digitális falak helyett nyitott ajtók



A vendéglátóipari technológiának nemcsak a vendégek igényeit kell kiszolgálnia, hanem a háttérben dolgozó, sokszor különböző képességű vagy más anyanyelvű munkatársakat is. Egyre többen hívják fel a figyelmet arra, hogy a digitális akadálymentesség nem extra figyelmesség, hanem üzleti szükségszerűség, hiszen a vendéglátóipari szoftvereket nap mint nap azok használják, akik nélkül a szektor működésképtelen lenne.

Ha egy szoftver túl bonyolult, rosszul olvasható, logikátlan vagy egyszerűen nem veszi figyelembe a felhasználók eltérő igényeit - például egy színvak menedzsert vagy egy angolul gyengébben beszélő éjszakai recepcióst -, akkor az nemcsak frusztrációt okoz, hanem lassítja a munkát, sőt üzleti kockázattá válik. Egy túl bonyolult foglalási naptár vagy rosszul tervezett irányítópult több hibát, magasabb fluktuációt és végső soron vendégelégedetlenséget is eredményezhet.

A szakértők szerint az akadálymentes tervezés nem pusztán technikai megfelelés - nem elég kipipálni az alternatív szövegeket vagy a sötét módot. Az igazi akadálymentesség a felhasználók sokszínűségének felismeréséről szól: arról, hogy valaki mobileszközön dolgozik, egy másik nyelvet használ, neurodiverz, látássérült, vagy csak épp nagyon gyorsan kell döntéseket hoznia egy hektikus műszak közepén. Egy egyszerű, kontrasztos színpaletta, letisztult navigáció, közérthető szövegek és következetes felépítés mind-mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a technológia valóban segítse, ne akadályozza a munkát.

A felhasználóbarát, inkluzív szoftverek tervezése ráadásul stratégiai előnyt is jelent. Egy ilyen rendszer gyorsabban bevezethető, kevesebb betanítást igényel, csökkenti a hibalehetőségeket és segít megtartani a munkaerőt egy olyan szektorban, ahol egyébként is gyakori a fluktuáció. Végső soron pedig egy akadálymentes foglalási platform nemcsak a személyzetet támogatja, hanem a vendégeket is: ha egy weboldal nehezen használható, a vendégek egyszerűen továbbállnak, hiszen óriási a választék.

A vendéglátóipari technológiának minden felhasználóra gondolnia kell - a foglaló vendégtől a szobát takarító kollégáig. Ehhez elengedhetetlen a valódi

empátia és a különböző élethelyzetek figyelembevétele már a tervezés legelején (PhocusWire).

Terjeszkedés Afrikában

Az amerikai szállodaóriások, a Hilton és a Marriott június 18.-án bejelentették afrikai terjeszkedési terveiket. Afrika egyre vonzóbb célponttá válik a nemzetközi vállalatok számára, mivel gazdasági növekedése és turisztikai vonzereje jelentős lehetőségeket kínál a vendéglátóipar számára. Így nem meglepő, hogy a két vezető szállodalánc igyekszik kihasználni a kontinens adta lehetőségeket.



A Hilton közölte, hogy afrikai portfólióját több mint háromszorosára tervezi növelni és akár 160 szállodával is számol a jövőben. A vállalat először Angolában, Ghánában és Beninben kíván megjelenni, emellett visszatérne Madagaszkárra és Tanzániába is. A közlemény azonban nem tartalmazott pontos részleteket a bővítés megvalósításával kapcsolatban.

A Hilton mellett a Marriott 50 új ingatlan megnyitását tervezi a kontinensen 2027-ig. A bővítés keretében a vállalat öt új országban jelenne meg, mint például Madagaszkáron és az Elefántcsontparton. A Marriott jelenlegi afrikai portfóliója mintegy 150 szállodát foglal magában, mindez 20 országban és 22 különböző márkanev alatt (Reuters).

Unió hírek

Támogatás nélkül nincs stabil élelmiszerlánc



Az európai élelmiszer- és italipar, amely az EU legnagyobb gyártóipari ágazata, közös, összehangolt uniós stratégiát sürget, hogy biztosítani tudja jövőjét a növekvő költségek, a bonyolult szabályozás és a geopolitikai bizonytalanságok közepette.

A FoodDrinkEurope szerint az ágazat - amely az uniós mezőgazdasági termelés 70%-át dolgozza fel, 4,7 millió munkahelyet biztosít és meghatározó szerepet tölt be a vidéki gazdaságban - ma is kulcsfontosságú az európai társadalom és gazdaság stabilitása szempontjából, mégsem rendelkezik célzott, uniós szintű támogatási tervvel, ellentétben más iparágakkal, mint az autó- vagy vegyipar. Ezt a hiányosságot a Wageningeni Egyetem egy nemrégiben, a FoodDrinkEurope megbízásából készült tanulmánya is kiemelte.

A szervezet vezetője szerint az iparág elérkezett a válaszút elé: ha Európa valóban komolyan veszi a 304 000 élelmiszer- és italgyártóját, akkor sürgősen egyszerűbb szabályokra, gyorsabb termékengedélyezésre és innovációbarát környezetre van szükség. Emellett hangsúlyozta, hogy az élelmiszerlánc egyensúlyának megbomlása - például a kiskereskedelmi szereplők növekvő befolyása és a tisztességtelen gyakorlatok - aláássa a fenntarthatóságot és a beruházásokat.

A FoodDrinkEurope egyúttal elkötelezte magát a zöld átállás mellett is, különösen a gazdákkal való együttműködés erősítésével és a teljesítményalapú támogatási rendszer fejlesztésével. A szervezet felszólította az Európai Bizottságot, hogy közösen dolgozzanak ki egy olyan jövőképet, amely nemcsak az élelmiszerek fogyasztását, hanem azok európai gyártását is biztosítja - versenyképes és fenntartható módon (FoodDrinkEurope).

Zöld állítások irányelv

Négy meghatározó európai szakmai szervezet - összesen több mint 3,2 millió vállalkozást és 19 millió munkahelyet, köztük a fogyasztói szövetkezeteket, a vendéglátóipart, a kiskereskedelmet és a vidéki turizmust képviselve - közösen kéri az EU társjogalkotóit, hogy halasszák el a zöld állításokról szóló irányelv elfogadását, amíg nem valósul meg érdemi egyszerűsítés.

Bár az Euro Coop, a HOTREC, az Independent Retail Europe és a RuralTour támogatják az irányelv alapcélját - a megbízható, ellenőrzött környezetvédelmi állítások előmozdítását -, komoly aggodalmaik vannak a jelenlegi szabályozási javaslattal kapcsolatban. Szerintük az előírt igazolási és engedélyezési eljárások túlzott bürokráciát és költségeket rónának az európai vállalkozásokra, főként a kis- és középvállalkozásokra, amelyek a fenntarthatósági átállás kulcsszereplői.



A javaslat több pontját is módosítani szükséges:

- A környezetvédelmi állítások előzetes igazolása túl komplex (3. cikk),
- A nemzeti ellenőrzési rendszerek párhuzamossága növeli a terheket (10. cikk),
- A jövőbeli jelölési rendszerek engedélyezési folyamata akadályozhatja az innovációt (8. cikk).

A szervezetek szerint egy elhamarkodott döntés a fenntarthatóságba való befektetést és az innovációt is veszélybe sodorhatja, mivel a megnövekedett jogi és pénzügyi terhek alááshatják az üzleti racionalitást. Kiemelték: a cégek csak akkor fognak zöld megoldásokba fektetni, ha azokat hitelesen és hatékonyan kommunikálhatják a fogyasztók felé.

A közös nyilatkozat szerint, ha az irányelvet a jelenlegi formában véglegesítik, az ellentétes üzenetet közvetít az európai üzleti szféra felé - azt, hogy az EU egyszerűsítési programja nem élvez elsőbbséget a jogalkotásban (HOTREC).

Közvetítői díjak visszatérítése



Az ECTAA (Európai Utazási Irodák és Utazásszervezők Szövetsége) aggodalmát fejezte ki az Európai Parlament Közlekedési és Idegenforgalmi Bizottsága (TRAN) által elfogadott utasjogi módosítások

miatt, amelyek kötelezővé tennék a közvetítői díjak visszatérítését abban az esetben, ha az utas a közlekedési szolgáltatás törlése miatt jogosult a jegy visszatérítésére.

A döntés különösen aggasztó az utazási irodák számára, amelyek 98%-a kis- és középvállalkozás, gyakran minimális - vagy egyáltalán semmilyen - jutalékot nem kapnak a légitársaságoktól, vagy vasúti szolgáltatóktól. Működésük finanszírozása érdekében közvetítői díjat számolnak fel ügyfeleiknek, amely a foglalás kezelésétől a tanácsadásig számos szolgáltatást fedez.

Az ECTAA szerint ez a díj az utazási irodák által önállóan teljesített szolgáltatás ellenértéke, amely független a közlekedési szolgáltatás tényleges megvalósulásától. A díj visszatérítésének kötelezővé tétele azt jelentené, hogy a közvetítőknek akkor is viselniük kellene a veszteséget, ha a fuvarozó mulasztása miatt törlik a szolgáltatást - olyan körülmények miatt, amelyekre az utazási irodáknak nincs befolyásuk.

Az ECTAA arra kéri a TRAN bizottságot, hogy vizsgálja felül a kompromisszumos módosításokat, és tartsa fenn a közvetítői díjak megtartásának lehetőségét, ha az iroda teljesítette szerződéses kötelezettségeit (ECTAA).

