

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi tizennyolcadik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. augusztus 12. 21. évfolyam 18. szám



Szövetségi hírek

- Júliusi Turizmus Konjunktúra Index



Tag- és társszervezeti hírek

- MNB konjunktúra felmérés



Nemzetközi hírek

- Five Guys
- Már a németek sem az igaziak
- Német bértárgyalások
- Stressz
- Domino's negyedév
- Nagy ACCOR
- Van, ahol gyorsul
- AI árak
- Az utazásszám nő
- Incentive utak
- Fagylalt a kórházban
- Too Good To Go
- Wienerwald Schluss
- Tanulunk új QSR márkáktól
- Rendezvényipar 2025
- Amex GTB & CWT



Uniós hírek

- Közétkeztetés, mint kulcsszereplő
- Booking per
- Átalakuló agrártámogatás
- ETIAS

Szövetségi hírek

Júliusi Turizmus Konjunktúra Index

A TKI index 2025. júliusban -1 ponton állt (-100 és +100 közötti skálán értelmezve), mely azt jelenti, hogy az ágazat szereplői helyzetüket stagnálónak érzékelték. Az index értéke a múlt heti 4 pontos csökkenés után 6 ponttal nőtt az év hetedik hónapjában, s így 1 ponttal meghaladta az egy évvel ezelőtti értékét. A szálláshely-szolgáltatásban 18 ponttal +4 pontra, a vendéglátásban 1 ponttal -6 pontra nőtt az index, míg az egyéb turisztikai szektorban 0 ponton stagnált. A TKI index júliusban 10 ponttal meghaladta a GKI EU számára végzett konjunktúra kutatásában mért szolgáltatási szektor konjunktúraindexét (-11 pont), illetve a nemzetgazdasági átlagot képviselő GKI üzleti bizalmi index értékét (-15 pont), valamint az ipar (-14 pont), az építőipar (-30 pont) és a kereskedelem (-24 pont) indexeit is.

Amennyiben a 2025. júliusi TKI indexet összevetjük az egy évvel korábbival (2024. július), 1 pontos növekedést tapasztalunk. Az alszektorok közül éves összehasonlításban az egyéb turisztikai szektor stagnált, míg a vendéglátás konjunktúrája 3 ponttal csökkent, a szálláshely-szolgáltatásé pedig 5 ponttal nőtt. A turizmus foglalkoztatási várakozás indexe (+7 pont) 2025. júliusban jóval meghaladta a GKI EU számára végzett konjunktúrakutatásában mért, a szolgáltatási szektorra számított index értékét (-5 pont), valamint a nemzetgazdasági átlagot (-2 pont). Elmaradt kissé a kereskedelem indexétől (+8 pont), meghaladta ugyanakkor az építőipar (-9 pont), valamint az ipar indexeit (-2 pont).

Tag- és társszervezeti hírek

MNB konjunktúra felmérés

A Magyar Nemzeti Bank (MNB) kiemelt feladatának tekinti, hogy megismerje és folyamatosan nyomon kövesse a magyar vállalati szektor gazdasági helyzetét és kilátásait. Ennek kapcsán az MNB rendszeres konjunktúra felmérést végez a hazai vállalatok körében. Szövetségünk támogatta az MNB munkáját eddigi felméréseik lebonyolításában.



Együttműködésünknek köszönhetően a válság kezelését célzó intézkedések kidolgozásánál a jegybank vezetői több ezer vállalat válaszait ismerhették meg. Eddigi felméréseik eredményei megtalálhatók az MNB honlapján. Ezen a [link](#)en keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek **2025. augusztus 13-ig** van lehetősége.

Nemzetközi hírek

The logo for Five Guys, featuring the words "FIVE GUYS" in a bold, red, sans-serif font.

Five Guys

Az amerikai Five Guys gyorséttermi márka tovább szeretne növekedni Európában, köztük például Németországban. A híres hamburger márka a terjeszkedéshez mintegy 185 millió font finanszírozást kötött le, mellyel a brit, francia, német és spanyol piacokon kívánja bővíteni üzlethálózatát. Új üzletek megnyitása mellett a forrásokat a drive-thru kiterjesztésére is felhasználják.

A Propel szerint a Five Guys 2013-as piacra lépése óta több mint 170 éttermet üzemeltet az Egyesült Királyságban. Jelenleg a forgalmas légiközlekedési csomóponton tervezett étteremnyitás terve kelt nagy figyelmet: a bejelentés szerint az év folyamán egy körülbelül 2500 négyzetméteres, mintegy 90 férőhelyes egység nyílik meg a londoni Heathrow repülőtér 5. terminálján. A márka a múltban már többször is megpróbálta megszerezni a helyszínt Heathrow-ban, az ehhez hasonló forgalmas helyszíneken történő gyorsított megnyitás is a márka terjeszkedési stratégiájának része.

Tavaly a Five Guys Deutschland 35 saját üzemeltetésű éttermével 86,3 millió euró nettó forgalmat ért el. 2023-ban a forgalom ugyanannyi étterem mellett 89,6 millió euró volt. Nemrégiben derült ki, hogy Kaiss El Madi, a Five Guys France vezetője átveszi a németországi üzletág irányítását ([food-service.de](https://www.food-service.de)).

Már a németek sem az igaziak

A sörkultúra változik a németek körében, ugyanis egyre kevesebb alkoholtartalmú sört isznak. Az alkoholmentes sörök gyártásának megduplázódása az elmúlt tíz évben is csak részben tudta ellensúlyozni a sörgyárak veszteségeit. A sörgyártás az első félévben bekövetkezett súlyos értékesítési visszaesés után hatalmas problémákkal szembesül, a növekvő költségek miatt az iparág további csődöket vár és magasabb árakat követel.



A német sörgyártás már évek óta folyamatosan csökken, a fogyasztás visszaesésének ismertebb okai a társadalom elöregedése, az egészségtudatos életmódra való átállás és a fogyasztási szokások változása, különösen a fiatalabb generációk körében.

A sörgyárak azonban még soha nem tapasztaltak olyan visszaesést, mint az idei év első felében. A 3,9 milliárd liter alkoholtartalmú sör az előző év azonos időszakához képest 6,3 százalékos csökkenést jelent, ahogyan azt a Szövetségi Statisztikai Hivatal jelentette. Hasonló visszaesés csak a koronavírus-járvány kezdetén, 2020 első felében és 2023 második felében volt tapasztalható. Most először esett 4 milliárd liter alá a féléves érték. A belföldi piacon, amely továbbra is a teljes értékesítés közel 82 százalékát teszi ki, a visszaesés 6,1 százalékkal gyengébb volt, mint az exportban, ahol a mennyiség 7,1 százalékkal csökkent.

Már csak az alkoholmentes sörök fejlődése és további népszerűsítése jelenthet reményt: tavaly 579 millió liter alkoholmentes sört gyártottak, ami majdnem kétszerese a tíz évvel ezelőtti mennyiségnek. A piaci részesedésük mára 9 százalékra nőtt. Hamarosan minden tizedik Németországban főzött sör alkoholmentes lesz. A Veltins vezérigazgatója, Volker Kuhl azonban óva intette sörfőző kollégáit a túlzott elvárásoktól, mert az alkoholmentes fajta terén is kemény verseny alakult ki. Kuhl szerint az alkoholmentes sörök legfeljebb „fájdalomcsillapítóként” szolgálnak, a valóságban jelenleg csak a mennyiségi veszteség harmadát tudják kompenzálni.

A Német Sörfőzők Szövetsége a demográfiai változások mellett gazdasági problémákat is lát: hasonlóan a vendéglátáshoz és a kereskedelemhez, a rossz fogyasztói hangulat a sörgyárakra is teljes mértékben hatással van. Sok

sörgyárban alig jobb a helyzet, mint a kocsmákban: a koronavírus-válság után az erősen emelkedő energiaárak váratlanul érték őket. A gáz és az áram fontos költségtényező a sörgyártásban, és a nyersanyagok és a bérköltségek is jelentősen drágultak. Az export tekintetében az Egyesült Államokkal kötött vámegyezmény várhatóan tovább növeli a nyomást a vállalkozásokra.

Volker Kuhl a közeljövőben is gazdasági nehézségekkel számol sok vállalkozás esetében, hiszen a megnövekedett költségnyomás miatt sok sörgyár számára szűkös lesz a helyzet, főleg, hogy 2026 vége előtt nem számítanak a piac fellendülésére. A sörfőzők szövetsége számára egyértelmű, hogy a szomszédos európai országokhoz képest a sör Németországban túlságosan olcsó - mind a szupermarketekben, mind a kocsmákban és éttermekben. Az azonban még kérdéses, hogy a sörgyárak képesek lesznek-e magasabb árakat érvényesíteni (gvpraxis.food-service.de).

Németország már nem tartozik a világ öt legnagyobb sörgyártója közé, ezzel elveszíti európai sörgyártói bajnoki címét. Ennek oka Oroszország, ahol jelentősen nőtt a sörtermelés, míg Németországban csökkent. Az oroszok hazájában a sörgyártás kb. 9%-kal nőtt, míg Németországban 1%-kal csökkent. Kína maradt továbbra is az egyik legnagyobb sörgyártó, őt követi az USA a második helyen, majd Brazília és Mexikó is megelőzik a sorban Oroszországot és Németországot.

Mindezek mellett Németország a komlótermelés élvonalában maradt, 2024-ben a világ legnagyobb termelője volt, azonban a komlótermelők száma az országban már régóta csökken, idén 1000 alá esett a számuk. A hagyományos sörfogyasztás Európában visszaszorul, és a világ összes sörtermelése is enyhén csökkent. A változások fő okai közé tartozik a kevesebb import, a növekvő helyi termelés és a változó fogyasztói igények (food-service.de).



Német bértárgyalások

A vendéglátóipar számos helyen veszteségeket szenved a magas energia-, bérleti és élelmiszerárak miatt, amelyek az árak emelkedéséhez vezetnek. Bár hivatalos kollektív szerződéses tárgyalások még nem kezdődtek, a Dehoga Baden-Württemberg és a szakszervezetek már készülnek rájuk. A szakszervezetek 9 százalékos béremelést és a képzési juttatások növelését követelik, valamint

tárgyalásokat szeretnék a hétvégi munkáért járó pótlékokról.

A szakszervezet szerint az ágazat hosszú távon profitálhatna a vendéglátási termékek ÁFA-csökkentéséből 2026-tól, míg a munkaadók szerint a vállalkozások nagy költségnyomással küzdenek, és a fogyasztás visszaesésével szembesülnek. Tavaly tavasszal 7 százalékos béremelést kötöttek ki, ami 2025 áprilisától érvényes december 31-ig, de az esedékes bértárgyalások időpontja egyelőre nem került rögzítésre (dpa).

Stressz

A brit vendéglátás és rendezvényszervezés világában egyre komolyabb mentális egészségügyi válság körvonalazódik - derül ki a Hospitality Action friss kutatásából, amely több mint 500 szakembert kérdezett meg. A válaszadók kétharmada szerint a munka és magánélet egyensúlya nem kielégítő, sokan pedig a kiégést a munkával járó természetes következménynek tekintik. A mentális problémák immár a harmadik leggyakoribb okai a munkahelyi hiányzásoknak.



A legnagyobb kihívásokat az alacsony létszám (57%), a túlzott elvárások (52%) és a romló munka-magánélet egyensúly (50%) jelentik. Bár a mentális problémák stigmatizálása valamelyest csökkent, a dolgozók 63%-a továbbra is attól tart, hogy ennek nyílt vállalása hátrányt jelentene karrierjük szempontjából.

Hasonló aggasztó tendenciákat mutat a Skiddle zenei és rendezvényipari felmérése is: a szakemberek 74%-a tapasztalt már mentális problémákat munkája miatt, és felük küzd rossz munka-magánélet egyensúllyal. A szektor dolgozóinak jelentős része (29%) másodállásra is kényszerül, míg 37% vallotta be, hogy a munkahelyi stressz problémás szerhasználathoz vezetett.

Miközben a munkavállalók leginkább testmozgással és társas támogatással próbálják kezelni a stresszt, csupán 15% vesz igénybe professzionális segítséget. Sokan nem is tudják, hol érhetnek el ipárgspecifikus mentális támogatást.

A vezetői oldalon szintén hiányosságok tapasztalhatók: gyakran nincs meg a megfelelő tudás és eszköz a csapatok mentális támogatására. A Night Time Industries Association és a Hospitality Action is sürgeti a célzott szakpolitikai lépéseket, és hangsúlyozza, hogy az elmúlt időszakban jelentős számú munkahely szűnt meg - a munkaerőhiány pedig még tovább növeli a fennmaradókra nehezedő nyomást.

Az ágazat szakértői szerint elengedhetetlen:

- az iparági mentális támogatás elérhetőségének javítása,
- a vezetők felkészítése a megelőzésre és kezelésre,
- a rugalmasabb munkaidőmodellek és a létszámhiány enyhítése a hosszú távú fenntarthatóság érdekében (C&IT).



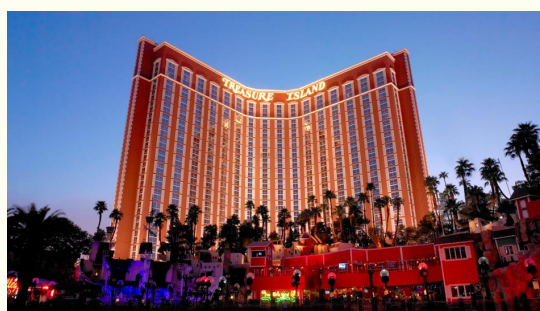
Domino's negyedév

A Domino's Pizza globálisan növekszik, mind a rendszeres értékesítés, mind az azonos üzletek árbevételének terén. 2025 második negyedévében 5,6%-os globális növekedést ért el, ami 4,67 milliárd dollár árbevételt jelent, ebből az USA-ban 2,34 milliárd, nemzetközileg pedig 2,33 milliárd dollár volt. A 'Same Store Sales' az USA-ban 3,4%, nemzetközileg 2,4%-kal nőtt.

A hálózat 178 új helyszínnel bővült, így világszerte összesen 21 536 étteremmel rendelkeznek. A vezérigazgató hangsúlyozta a stabil növekedést, a megjelenő számos gazdasági kihívás ellenére, az erős rendelési csatornákat és a stabil ellátási láncot. A cég árbevétele 1,15 milliárd dollár (4,3%-os növekedés), üzleti eredménye 225 millió dollár (+14,8%), nettó nyeresége 131,1 millió dollár volt, ami 7,7%-kal alacsonyabb az előző évhez képest.

Nagy ACCOR

Az Accor megállapodást kötött a Las Vegas-i Treasure Island Hotel & Casino-val, így a szálloda a Handwritten Collection részévé válik. A 2884 szobás üdülőhely az Accor globális portfóliójában a legnagyobb szobaszámú szálloda lesz, és még az év végéig csatlakozik



a hálózathoz. A partnerség lehetővé teszi a Treasure Island számára, hogy hozzáférjen az Accor globális szolgáltatásaihoz, mint például az értékesítés, marketing és a hűségprogram.

A szálloda több mint 8000 négyzetméteres kaszinóval, éttermekkel, bárokkal, wellnessközponttal és rendezvényhelyszínekkel rendelkezik, emellett a híres „Mystère” Cirque du Soleil előadásnak is otthont ad. A felújítási munkák már befejeződtek, a létesítmény számos zöld tanúsítványokat is megszerzett. Ez a lépés bővíti az Accor Handwritten Collection hálózatát, amely jelenleg több mint 25 szállodát foglal magában, és két amerikai ingatlant tartalmaz. Az esemény mérföldkő az Accor amerikai jelenlétében, mely által a vállalat tovább erősíti pozícióját az Egyesült Államok piacán (C&IT).

Van, ahol gyorsul



Németországban, a Niedersachsen tartományban szeptembertől egyre több gyermek és iskola részesül az EU iskolai programjában. A 2025/26-os tanévben több mint 360.000 gyermek 2609 oktatási intézményben kap ingyenes gyümölcsöt, zöldséget és tejtermékeket. Az előző évhez képest a részt vevő gyermekek száma körülbelül 30.000-rel nő, az intézmények száma pedig jelentősen, 1578 iskolára és 1031 napközire emelkedik, ami új rekordot jelent.

Ez a fejlemény aláhúzza az egészséges és mindennapi étkezési lehetőségek növekvő jelentőségét az oktatási intézményekben. A program finanszírozása 7,2 millió euró, ebből körülbelül 4 millió euró állami forrásból származik. A cél az, hogy a gyermekeket már korán érzékenyítsék a kiegyensúlyozott, fenntartható táplálkozásra - egyértelműen a regionális és szezonális termékekre összpontosítva.

A program óvodáknak, iskolai bölcsődéknek, általános és speciális iskoláknak, tartományi oktatási központoknak, valamint középiskoláknak szól. Az intézmények a program egyik vagy mindkét elemében részt vehetnek: „Iskolai gyümölcs és zöldség” és „Iskolai tej”. A 2017/18-as tanév óta ez a két program az EU iskolai programjának keretében működik (gvpraxis).

AI árak

A demokratikus szenátorok, Ruben Gallego, Mark Warner és Richard Blumenthal aggályokat fogalmaztak meg amiatt, hogy a Delta Air Lines mesterséges intelligenciát használna az egyéni árak meghatározására. A légitársaság nyílt levélben válaszolt, kijelentve, hogy soha nem alkalmazott ilyen technológiát, mely személyes adatok alapján állapít meg egyedi árakat, és szigorúan betartja az adatvédelmi és árazási törvényeket.



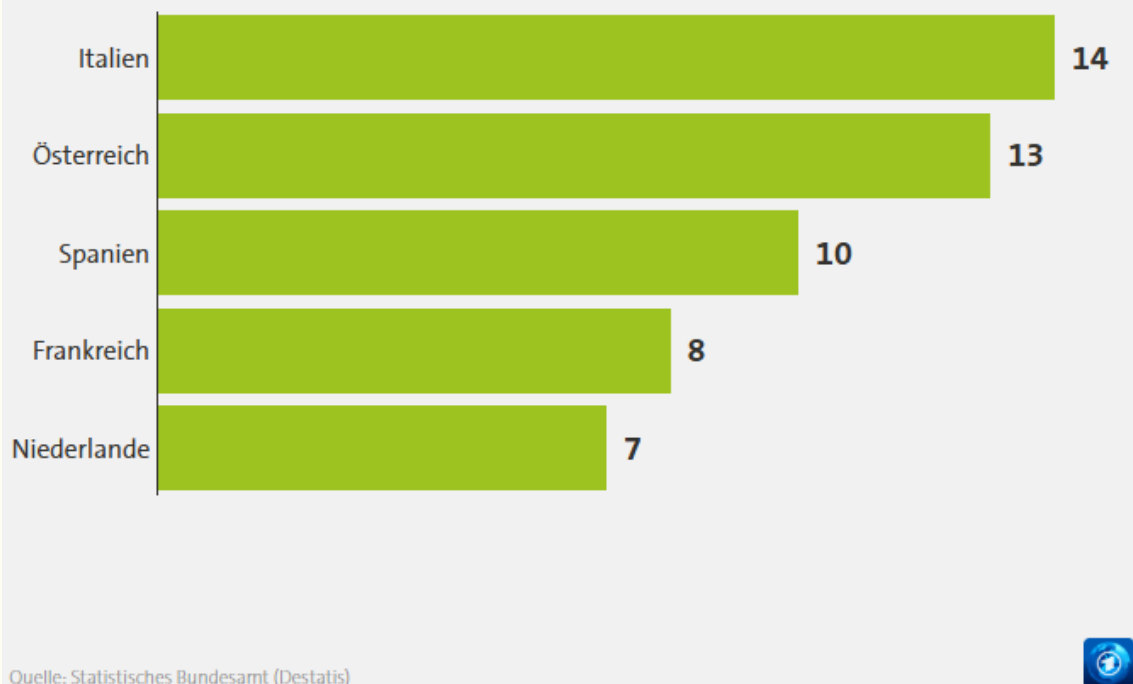
A Delta szerint az AI-t a meglévő árazási folyamatok javítására használják, összesített adatokkal, nem pedig személyre szabott árképzésre. A vállalat hangsúlyozta elkötelezettségét az ügyfélművelés javítása iránt, és hozzátették, hogy árakat a piaci verseny és dinamika határozza meg. A vállalat továbbra is védi az AI-alapú árazási technológiát, amely szerintük a versenyképesség és értékesítés növelése érdekében javasol módosításokat, az árakat nyilvánosan, objektív szabályok szerint határozzák meg (TravelPulse).

Az utazásszám nő

A németek tavaly rekordmagas utazási kedvet mutattak, a magánutazásoknál különösen a belföld volt népszerű. A Szövetségi Statisztikai Hivatal szerint mintegy 277 millió utazást tettek, ami a legmagasabb az 2012-es (legelső) felmérés óta, és 11%-kal több, mint az előző év, valamint 6%-kal több a 2019-es járvány előtti évnél. Az üzleti utazások száma még mindig kevesebb a járvány előttinél, pontosan tíz százalékkal így mindössze 37 millió.

Beliebteste Reiseziele 2024 ins Ausland

aus Deutschland | In Prozent



Különösen nőtt a külföldi utazások száma, 114 millió, ami 12%-os növekedés 2023-hoz képest, és 15%-kal több a 2019-es évhez képest. A legtöbb utazás Németországon belül történt, azonban a válaszadók egyötöde egyáltalán nem utazott. A legnépszerűbb külföldi célországok között szerepel Olaszország, Ausztria, Spanyolország, Franciaország és Hollandia. A közlekedési eszközök közül az autó dominál: 58% az autóval megtett utazások aránya, majd a vasút 19%, és a repülő 17%. Az eszközhasználat aránya az elmúlt években változatlan maradt (tagesschau.de).

Incentive utak

Az Incentive Research Foundation (IRF) friss tanulmánya rávilágít arra, hogy a legjobban teljesítő vállalatok 94%-a incentive utazásokat alkalmaz toborzási, míg 97%-uk megtartási eszközként. A kutatás 600 olyan amerikai vállalat HR-szakemberét kérdezte meg, melyek éves bevétele legalább 100 millió dollár, és önbevallás alapján sikerességük kiemelkedő, figyelembe véve többek között bevételnövekedést és munkavállalói megtartást.



A tanulmány szerint a legjobban teljesítő vállalatok jelentősen nagyobb összegeket fordítanak ösztönző programjaikra: az incentive utazások átlagos

értéke náluk 8 636 dollár, míg más cégeknél 6 712 dollár, és az utazáson kívüli jutalmak esetén is hasonló az eltérés (4 250 vs. 2 951 dollár).

Stratégiai szempontból kiemelt jelentőségű a programok különböző részlegek közötti integrációja, amit a legjobban teljesítő vállalatok 93%-a alkalmaz, szemben a 65%-kal más cégeknél. Emellett 59%-uk „kiváló” minősítéssel értékeli ösztönző programjai vállalati célokkal való összhangját.

A kutatás kiemeli a rugalmas és változatos jutalmazási struktúrák jelentőségét: a legjobban teljesítő vállalatok 93%-a használ pontrendszert és incentive utazásokat, többségük pedig „Fast Start” ösztönzőkkel biztosítja a gyors motivációt. A többszintű jutalmazási struktúrák is gyakoriak, az értékesítési programok 90%-ában alkalmazzák őket.

A teljesítmény értékelése nem csupán pénzügyi mutatókra épül: a legjobban teljesítők 88%-a figyelembe veszi az ügyfél-elégedettségi és megtartási mutatókat is, míg más vállalatoknál ez az arány 78%. Az IRF elnöke szerint a munkaerő fejlesztése és az ösztönzők hatékony alkalmazása alapvető versenyelőnyt jelent a mai gazdasági környezetben.

Fagylalt a kórházban



Idén nyáron új táplálkozási innovációt vezetnek be a Nottingham University Hospitals intézményeibe: fehérjedús fagylalttal segítenek az idősebb betegek ellátásában. A „N-ICE Cream” nevű, magas fehérje- és energiatartalmú fagylalt célja az alultápláltság és az izomgyengeség megelőzése, amelyek komoly egészségügyi kockázatot jelentenek az idős korosztály számára. A fagylaltok több ízben, például vaníliás, epres és mentás változatokban lesznek elérhetők a kórházi betegek számára.

Prof. Opinder Sahota, az intézmény idősgyógyász szakorvosa elmondta, hogy az új termék az ízélmény mellett fontos szerepet tölt be a betegek gyógyulásában is. A fagylaltot úgy fejlesztették ki, hogy könnyen fogyasztható legyen, miközben hozzájárul az izomzat fenntartásához és a megfelelő tápanyagbevitelhez. A klinikai tapasztalatok szerint a fagylalt különösen kedvelt az idősebb betegek körében, így hatékony eszköz lehet a tápanyaghiányos állapot visszaszorításában.

Too Good To Go

Németországban továbbra is komoly problémát jelent az élelmiszerpazarlás, miközben egyre több ember küzd a magas élelmiszerárakkal. A Too Good To Go (TGTG) nevű alkalmazás célja, hogy a még fogyasztható, de el nem adott ételeket kedvezményes áron juttassa el a fogyasztókhoz. Az app 2016 óta működik, és jelenleg több mint 26 ezer partnerrel dolgozik együtt, köztük kis üzletekkel és nagyobb láncokkal is.



Bár pontos szám jelenleg még nem áll rendelkezésre, a vendéglátásban működő partnerek szerepe is jelentős, mivel ezekben az intézményekben naponta keletkezik felesleg.

A cég saját adatai szerint Németországban eddig mintegy 63 millió csomagot mentettek meg, ami nemcsak gazdasági, hanem környezeti szempontból is jelentős. minden megmentett kiló élelmiszerrel csökken a CO₂ kibocsátás és a vízfogyasztás. A közösségi vendéglátásban különösen nagy a megtakarítási lehetőség, hiszen ott rendszeresen marad felesleg az előre nehezen tervezhető igények miatt. A TGTG célja, hogy ezekhez az élelmiszerekhez új csatornát biztosítson, csökkentve ezzel a pazarlást (foodservice.de).



Wienerwald Schluss

A legendás szlogenjéről ismert Wienerwald étterem („Ma nem főzünk, a Wienerwaldba megyünk”) 2025. augusztus 5-én hivatalosan is csődöt jelentett. Ezzel véget ér egy korszak, amely 1955-ben Münchenben kezdődött, itt nyílt meg az első étterem az Amalienstraße 23. szám alatt. Alapítója, Friedrich Jahn a Wienerwaldot Európa egyik legnagyobb étteremláncává tette: világszerte 1600 étterem, naponta csaknem 700.000 eladott csirkével.

Az évek során azonban a helyzet fokozatosan romlott: a tulajdonosváltás, a sikertelen koncepciók és a gazdasági válságok hatására a márka elvesztette korábbi fényét és hírnevét. 2002-ben Ausztriában már a csőd szélén állt, de ekkor végül megmenekült. Jelenleg csak három étterem maradt Bécsben és környékén, egyelőre nem világos, hogy ezek is bezárnak-e, az üzemeltető eddig nem nyilatkozott az ügyben (bild.de).

Tanulunk új QSR márkáktól

Az SSP négy új vendéglátóipari egységet nyitott a berlini főpályaudvaron. A Food Courtban a saját márkák, mint a SliceIT és a The Bar, valamint franchise-márkák a Vincent és a Gosch egészítik ki a jelenlegi kínálatot. Az új márkák lefedik a gyorsétkeztetést, és a hosszabb éttermi étkezéseket is, és kínálnak a gyorsételek mellett például klasszikus halételeket.



Ezáltal a bővített kínálat az eddiginél is több vendégcsoportot céloz meg. Az új vendéglátóegységek megnyitása még pont ideálisan az utazási és nyaralási szezon elején történt, Mind a négy étterem naponta 6 és 22 óra között tart nyitva, így kiszolgálja a teljes utazóközönséget.

Az SSP Group világszerte üzemeltet vendéglátóipari egységeket különböző helyszíneken, 37 országban több mint 3000 egységével és körülbelül 49.000 alkalmazottal van jelen. A vállalat éttermeket, gyorséttermeket, bárakat, kávézókat, lounge-okat és élelmiszerekre specializálódott kisboltokat üzemeltet, nemzetközi, nemzeti és helyi márkákkal (food-service.de).

Rendezvényipar 2025



A nemzetközi rendezvényipar jelenleg kettős képet mutat: miközben a szektorban egyre több értékesítési pozíció nyílik meg, a szervezők minden eddiginél nagyobb pénzügyi nyomás alatt dolgoznak. A Live Recruitment adatai szerint az elmúlt hónapokban látványosan nőtt a rendezvényértékesítési állások száma, ami a piac növekvő bizalmát

jelzi. A vállalatok új üzleti lehetőségeket keresnek, ügyfélkörüket bővítik, és országszerte - sőt nemzetközileg is - nyitottak a tehetségekre, részben a hibrid munkavégzés elterjedésének köszönhetően.

Az értékesítési szakemberek bevételtermelő szerepe felértékelődött: egy jó értékesítő akár egy vállalkozás teljes pályáját is megváltoztathatja. Éppen ezért a cégeknek a versenyképes alapfizetés mellett egyre fontosabb az átlátható, motiváló jutalékrendszer. A meghirdetett pozíciók alapbére jellemzően 30 000 és 65 000 font között mozog, a jutalékok és bónuszok pedig jelentősen növelhetik a keresetet, akár 8-10%-os mértékben is, korlátozás nélkül.

Ezzel párhuzamosan a szektor gazdasági környezete komoly kihívásokat tartogat. A C&IT és az ACC Liverpool friss kutatása szerint a rendezvényszervezők 95%-a a költségek emelkedését, 84%-a pedig a csökkenő költségvetéseket tartja a legnagyobb problémának. A spirálszerűen növekvő kiadások - helyszínbérlés, vendéglátás, technikai eszközök, személyzet, szállítás - és a változatlan vagy szűkülő ügyfélbűdzsék közötti szakadék sokszor kompromisszumokra kényszeríti a szervezőket. A helyszínválasztásban a magas bérleti díjak (90%), a szűkös elérhetőség és az időnyomás (86%), valamint a rugalmatlan szerződések (68%) jelentik a legnagyobb akadályt. A dráguló munkaerő, az erőforráshiány, a rövid határidők és a növekvő terhelés fokozzák a kiegészítő kockázatát, miközben a béremelések hiánya tapasztalt szakemberek elvándorlásához vezet. Bár a fenntarthatóság és a technológiai fejlesztések - mint az AI és az automatizálás - továbbra is fontos célok, a megvalósítást sok esetben a szűkös költségvetés korlátozza. A jövő egyértelműen az „értékvezérelt rendezvénytervezés” irányába mutat, ahol a hangsúly a minőségen és az élményen van - még a gazdasági nyomás ellenére is.

Amex GBT & CWT

Az amerikai Igazságügyi Minisztérium (DOJ) visszavonta a CWT felvásárlása elleni kifogását, így az Amex GBT előtt megnyílt az út a globális üzleti utazásszervezői piac egyik legjelentősebb akvizíciójának lezárása felé. A tranzakció várhatóan 2025 harmadik negyedévében zárul le, feltéve, hogy a fennmaradó zárási feltételek teljesülnek.



A tavaly márciusban bejelentett üzlet eredetileg 2025 előtt zárult volna, azonban a brit Verseny és Piaci Hatóság (CMA) által felvetett versenyjogi aggályok és az ezt követő amerikai polgári trösztellenes per miatt a lezárás elhúzódott. A DOJ által indított per arra hivatkozott, hogy a tranzakció versenyhátrányt okozhat az amerikai székhelyű multinacionális vállalatok üzleti utazási szolgáltatásainak piacán.

Az Igazságügyi Minisztérium azonban most önként visszavonta a pert, amely jogilag eltér a peren kívüli egyezségtől, így elkerülve a hosszadalmas meghallgatásokat. A visszavonást megelőzően a DOJ versenyjogi osztályának vezetői változásokon estek át, miközben az Amex GBT lobbitevékenységet folytatott, többek között a Ballard Partners közreműködésével, amelynek egyik partnere Pam Bondi volt főügyész.

A brit versenyhatóság korábbi, márciusi döntése szintén a tranzakció engedélyezését támogatta, megállapítva, hogy a CWT piaci pozíciója jelentősen gyengült, és alternatív szolgáltatók elérhetőek a piacon.

Az Amex GBT és a CWT együttes 2024-re várt árbevétele meghaladja a 3 milliárd dollárt, amely szignifikánsan meghaladja a rivális vállalatok - például a Navan és az ausztrál CTM - várható bevételeit. A tranzakció értéke mintegy 540 millió dollár, és a felvásárlást követően az Amex GBT mintegy 155 millió dolláros működési hatékonyságnövekedést vár (C&IT).



Unió hírek

Közétkeztetés, mint kulcsszereplő

Az ENSZ Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Szervezete (FAO) friss jelentésében a közétkeztetést - különösen az iskolai, kórházi és intézményi szereplőket - a fenntartható és ellenálló élelmezési rendszerek stratégiai pilléreként nevezi meg. A szervezet szerint a közbeszerzési gyakorlatok átalakítása lehet az egyik leghatékonyabb eszköz az egészségesebb, környezetbarátabb és méltányosabb élelmiszer-ellátás megvalósításához.

A FAO példaként emeli ki New York-ot, ahol az évi 465 millió dolláros élelmiszerbeszerzési büdzsét hat értékalapú cél mentén (pl. fenntarthatóság, méltányosság) strukturálták újra - ennek hatására csökkent a károsanyag-kibocsátás, nőtt a helyi beszállítók aránya, valamint erősödött a beszállítói sokszínűség.

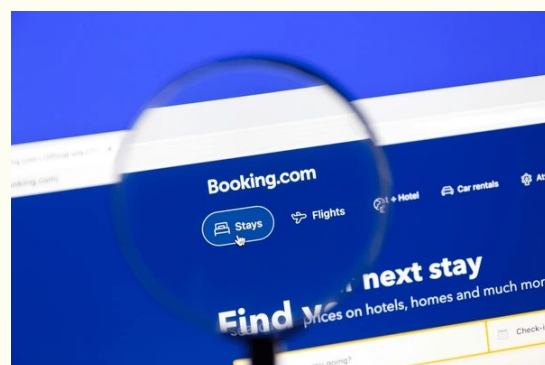


Ezzel párhuzamosan az Európai Bizottság is új irányt jelölt ki: bemutatta az EU első Stratégiai Készletgazdálkodási Tervét (EU Stockpiling Strategy), melynek célja a válságok (pl. világjárvány, geopolitikai sokk) idején elengedhetetlen javak - köztük az élelmiszer - elérhetőségének megerősítése. Ennek részeként:

- Aktiválják az Európai Élelmiszerbiztonsági Válságmechanizmust (EFSCM),
- Felülvizsgálják a közbeszerzési szabályokat, hogy szükség esetén gyorsabban lehessen alapvető élelmiszereket beszerezni,
- Kiemelt szerephez juthatnak az élelmiszer-újraelosztó hálózatok,
- Továbbá a közétkeztetők is potenciális partnerekké válhatnak a válságkezelésben - például készletgazdálkodási vagy logisztikai tapasztalataik révén (FoodServiceEurope).

Booking per

A szállodaipar túlnyomó többségének kérésére 2025. augusztus 29-ig meghosszabbították a csatlakozási határidőt a Booking.com elleni kollektív perhez. A kezdeményezés célja, hogy kártérítést szerezzen azon szállodák számára, amelyek anyagi kárt szenvedtek a platform



tisztességtelen „legjobb ár” (paritás) záradékainak alkalmazása miatt.

A HOTREC - az európai szálloda- és vendéglátóipari szövetségek ernyőszervezete - és több mint 30 nemzeti szakmai szervezet támogatásával indított jogi eljárás már több mint 10 000 szálloda részvételével zajlik. A csatlakozás egyszerű, költségmentes és kockázat nélküli minden jogosult szálloda számára.

A határidő kitolása lehetőséget teremt arra, hogy még több szálloda élhessen a lehetőséggel a nyári főszezon közepette is. A regisztrációk száma folyamatosan emelkedik, és a szektor egységesen lép fel a digitális piacon tapasztalható visszaélések ellen.

A holland bíróságok előtt folyamatban lévő eljárást a Hotel Claims Alliance Foundation indította, miután az Európai Bíróság 2024. szeptember 19-i ítéletében kimondta, hogy a Booking.com árparitási záradékai sértik az uniós versenyjogot (HOTREC).

Átalakuló agrártámogatás



Az Európai Bizottság javaslata szerint a közös agrárpolitikát (KAP) egy új, ágazatközi alapba osztanák be, ami komoly változást jelentene az EU mezőgazdasági támogatási rendszerében. Bár a tervek szerint 302 milliárd eurót továbbra is a mezőgazdasági termelőknek szánának, ez jóval kevesebb a jelenlegi 386,6 milliárd eurónál. Emellett a tagállamoktól is elvárnák, hogy saját forrásból egészítsék ki a támogatásokat, ami könnyen egyenlőtlen támogatási szintekhez vezethet az EU-n belül.

A szakértők szerint a KAP külön költségvetésének megszüntetése átláthatatlanná és széttöredezetté tenné a mezőgazdaság finanszírozását, és megnehezítené a hosszú távú tervezést.

Azok az élelmiszer- és italgyártók, melyek az uniós mezőgazdasági termelés nagy részét felvásárolják, úgy vélik, hogy a jelenlegi támogatási rendszer nem elegendő a zöld átállás finanszírozásához. Szerintük külön uniós alapokra is szükség lenne, például egy agrár-élelmiszeripari átállási alagra vagy természet helyreállítási alagra. Emellett fontos lenne, hogy a támogatások

eredményalapúak legyenek, és minden tagállamban hasonló feltételekkel működjenek. Az ágazat 300 ezer kis- és középvállalkozása is nagyobb figyelmet kér, mivel jelentős forráshiánnyal küzdenek. A FoodDrinkEurope ezért egy átfogó tervet sürget, mely egyszerre segíti a versenyképességet és a fenntarthatóságot egyaránt.

ETIAS

Az Európai Bizottság javaslata szerint 7 euróról 20 euróra emelkedhet az ETIAS utazási engedély díja a schengeni térségbe érkező, vízummentes nem uniós állampolgárok számára. A rendszer várhatóan 2026 végén lép életbe, és kötelező lesz az EU-ba való belépés előtt.



A turisztikai ágazat erőteljes kritikát fogalmazott meg a háromszoros díjemeléssel kapcsolatban, aránytalannak és megalapozatlannak tartva azt - különösen a geopolitikai bizonytalanságok, infláció és növekvő költségek közepette. A szakmai szervezetek hiányolják az átláthatóságot: nem világos, hogy készültek-e alternatív költségmodellek (pl. 10 vagy 12 eurós díjjal), és a javasolt összeg mennyiben tükrözi az ETIAS működtetésének valós költségeit.

A szektor szerint az új díj aránytalan terhet róhat a családokra, különösen, ha az egyéb adóterhekkel (pl. idegenforgalmi adók) együtt vizsgáljuk. Kifogásolják továbbá azt is, hogy a Bizottság a brit ETA vagy az amerikai ESTA rendszer árazását tekinti hivatkozási alapnak, holott azok eltérő működési logikán alapulnak.

A turisztikai szereplők a következő lépéseket sürgetik:

- Részletes hatásvizsgálat közzététele a javasolt díj alátámasztására.
- Az Európai Parlament és a Tanács utasítsa el a 20 eurós összeget, és kérjen arányosabb megoldást.
- Az esetleges többletbevételeket a turizmus fejlesztésére (infrastruktúra, képzés, fenntarthatóság) kellene visszaforgatni a következő költségvetési ciklusban.

A szektor hangsúlyozza: támogatja a biztonságos és hatékony határellenőrzést, de ennek nem lehet aránytalan pénzügyi akadály az ára (eTurboNews).

