

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi huszadik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. szeptember 8. 21. évfolyam 20. szám



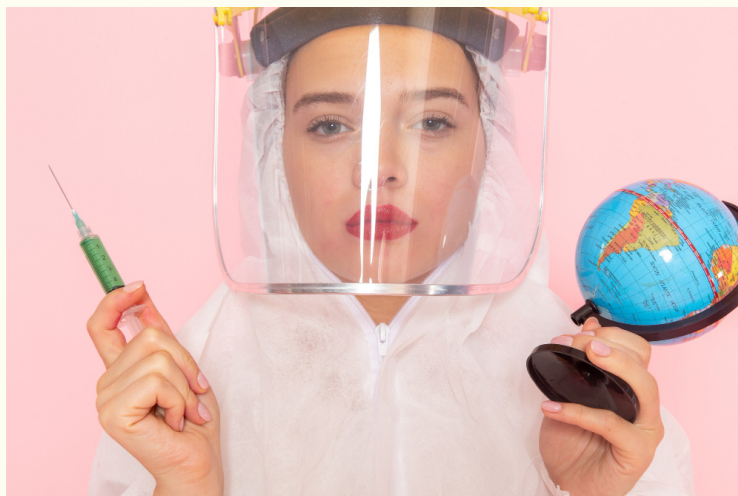
Szövetségi hírek

- Plan'Eat Knowledge Center



Tag- és társszervezeti hírek

- Bátor Süti
- EuroVelo és Kerékpáros Turisztikai Konferencia
- MNB konjunktúra felmérés



Nemzetközi hírek

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ◦ Áfa csökken, ár marad | ◦ 1,3 milliárd lehetőség |
| ◦ Változás a DEHOGA vezetőségében | ◦ Happy Slice |
| ◦ AmEx a szállodaárakról | ◦ Kevesebb repjegy csalás |
| ◦ A németek és a húsfogyasztás | ◦ A vendéglátóipari gyakornokok elégedetlenek |
| ◦ Tízéves csúcson a munkanélküliség | ◦ 3 millió munkavállaló tűnhet el 5 éven belül |
| ◦ KFC: „Bucket for ONE” | ◦ Billió dolláros üzlet |
| ◦ A jövő vendéglátása Bajorországban | |
| ◦ Orvosi turizmus növekvő jelentősége | |

- Burger King food truck-stratégia
- Egy asztal - egy számla



Uniós hírek

- Zöld Úttörők az Intelligens Turizmusban
- Alvállalkozói szabályozás
- AI lemaradás

Szövetségi hírek

Plan'Eat Knowledge Center

Szövetségünk aktív résztvevője az Európai Unió Plan'Eat nevű projektjének, melynek legújabb innovációja szeptember elejével startolt el. A Knowledge Center mindenki számára hozzáférést kínál a projekt kutatási eredményeihez, továbbá javaslatokat, hasznos módszertanokat oszt meg a fenntartható és egészséges táplálkozás témakörében.



A platform különös hangsúlyt fektet a projekt során megalkotott eszköztár bemutatására. A projekt egyik fő célja egy „valós költségkalkuláció” elvégzése volt, mely a különböző étrendek tényleges költségét hivatott kiszámolni, figyelembe véve az annak környezeti, társadalmi és egészségügyi hatásait is. Az oldalon ezen cél részeredményeinek összefoglalója is megtekinthető. Emellett a weboldal ismeretterjesztő anyagai között szó esik az étkezési szokásokat befolyásoló tényezőkről és különböző ötletekkel, tananyagokkal kíván motivációt adni egy egészségesebb és fenntarthatóbb életmód kialakításához.

A platformra a későbbiekben is érdemes lesz fellátogatni, ugyanis a jelenlegi anyagok mellé még további eredmények felkerülése várható az elkövetkező hetekben-hónapokban.

A weboldal [ezen a linken](#) keresztül érhető el.

Tag- és társszervezeti hírek

Bátor Süti



A Jótékonyág Világnapja alkalmából a Danubius Hotels egy különleges süteményt készített a Bátor Tábor munkájának támogatására, amellyel közös jótékonyagra is invitálja vendégeit. A lánc több budapesti szállodájában elérhető „Bátor Süti” megvásárlásával lehet hozzájárulni egy fontos ügyhöz.

Minden egyes sütemény eladásából 790 Ft-ot a Bátor Tábor kap meg, ahol az élmények a beteg gyerekek lelkét gyógyítják a hosszas kórházi kezeléseket után. A Bátor Süti szeptember 5. és december 31. között vásárolható meg a Danubius Hotels Zrt. hat budapesti szállodájában. Gratulálunk a Danubius Hotels csapatának a kezdeményezéshez, akik évek óta elkötelezett támogatói a Bátor Tábornak.

EuroVelo és Kerékpáros Turisztikai Konferencia

Az idei évben szeptember 24-26. között Balatonfüred ad otthont az EuroVelo és Kerékpáros Turisztikai Konferenciának, amely a kerékpáros turizmus legjelentősebb szakmai eseménye. A háromnapos program során több mint harminc országból érkező szakemberek mutatják be a legjobb európai gyakorlatokat, a kerékpárosbarát infrastruktúra fejlesztésének gazdasági előnyeit, valamint a szektorban rejlő üzleti és bevételi potenciált. A konferencia kiemelt témái között szerepelnek a kerékpáros turizmus üzleti lehetőségei és megtérülésük, a fenntarthatóság és szezonális kérdései, illetve a digitális megoldások és innovációk a turisztikai vállalkozások számára. A szakmai tartalmat esti fogadások és kerékpáros túrák egészítik ki, amelyek kiváló alkalmat kínálnak kötetlen kapcsolatépítésre és tapasztalatcserére.

Az eseménnyel kapcsolatban további részletek és regisztráció az [alábbi linken](#) érhető el.



MNB konjunktúra felmérés

A Magyar Nemzeti Bank (MNB) kiemelt feladatának tekinti, hogy megismerje és folyamatosan nyomon kövesse a magyar vállalati szektor gazdasági helyzetét és kilátásait. Ennek kapcsán az MNB rendszeres konjunktúra felmérést végez a hazai vállalatok körében. Szövetségünk támogatta az MNB munkáját eddigi felméréseik lebonyolításában. Együttműködésünknek köszönhetően a válság kezelését célzó intézkedések kidolgozásánál a jegybank vezetői több ezer vállalat válaszait ismerhették meg. Eddigi felméréseik eredményei megtalálhatók az MNB honlapján. Ezen a [linken](#) keresztül pedig elérhető a rövid kérdőív, melynek kitöltésére a hazai vállalati szektor szereplőinek 2025. szeptember 15-ig van lehetősége.



Áfa csökken, ár marad



A német szövetségi kormány tervei szerint 2026-tól ismét 7%-ra csökkenhet az ÁFA a vendéglátásban, ugyanakkor ez nem fog árcsökkenést hozni az éttermekben, állítja a Dehoga tübingiai vezetősége.

A szervezet tartományi vezetője szerint az intézkedés sokkal inkább a vállalkozások túlélését segítené, különösen a növekvő energia-, alapanyag- és bérköltségek miatt. A szövetség úgy véli, hogy a vendéglátóipar még mindig küzd a világjárvány utóhatásaival, különösen a visszaesett forgalommal, mivel a vendégek sokkal jobban takarékoskodnak, nem fogyasztanak annyit, mint korábban. Az idei év első 5 hónapjában a statisztikai adatok alapján a forgalom reálértéken mintegy 2%-kal csökkent a tartományban az előző évhez képest. Ellinger hangsúlyozta, hogy az ágazat még nem tudta elérni a Covid előtti szintet, miközben a működési költségek folyamatosan növekednek (food-service.de).

Változás a DEHOGA vezetőségében

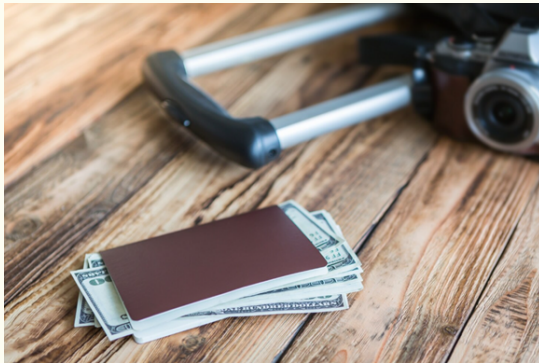
Ingrid Hartges két évtizeden át sikeresen vezette a testvérszervezetünket, a DEHOGA-t, több mint 36 évnyi munkát követően 2026. február végén nyugdíjba vonul. Utódja, Jana Schimke október 1-jétől kezdi meg munkáját a szövetségnél, hogy közösen alakítsák ezt az átmenetet. Jana 2026. január 1-től veszi át a szövetség ügyvezetői szerepét az elnökség jóváhagyásával.



Jana Schimke Brandenburgból származik, kiterjedt politikai és gazdasági szakértelemmel rendelkezik. A diplomás politológus 2008 és 2013 között a Német Munkaadók Szövetségének (BDA) dolgozott, mielőtt a politikába váltott. 2013 és 2025 között a német Szövetségi Parlament tagja volt, a Parlamentben a CDU/CSU parlamenti frakció Kis-és középvállalkozói Körének (PKM) alelnöke, és a modern Munka- és Szociális Jogi Bizottságának elnöke volt, 2021 óta pedig a Turisztikai Bizottság elnöke.

Guido Zöllick, a DEHOGA elnöke szerint Jana személyében egy olyan utódra leltek, aki egyaránt jól ismeri a politikát és a gazdaságot, emellett észben tartja a vendéglátóipar érdekeit is. Megvan benne a tapasztalat és az erő, hogy egy kihívásokkal teli időszakban biztonságosan vezesse az iparágat. Jana Schimke a jövő héten személyesen is bemutatkozik a DEHOGA tartományi szövetségeinek, szakmai szövetségeinek és szakosztály képviselőinek a nagy előkészítő ülésen (dehoga-bundesverband.de).

AmEx a szállodaárakról



Az American Express Global Business Travel (AmEx GBT) Hotel Monitor 2026 jelentése szerint 2026-ban enyhe árnövekedés várható a globális szállodapiacon, mivel a geopolitikai bizonytalanságok és az USA vámtarifákkal kapcsolatos kockázatok korlátozzák a keresletet és megfékezik az árak meredek emelkedését.

A jelentés szerint New York (+4%), Toronto (+5,8%), London (+4,2%) és Bengaluru (+6,4%) árnövekedést várnak, míg Hongkongban 1,2%-os árcsökkenés valószínű. Helyi tényezők, például nagy szállodafejlesztések Londonban és Rijádban, valamint Bengaluru technológia-vezérelt gazdasága is befolyásolják az árakat. Emellett növekszik a kereslet a nagy hatású helyszínek, wellness-szolgáltatások és inkluzív étkezési lehetőségek iránt. Az elemzés hangsúlyozza, hogy a vállalatoknak figyelemmel kell követniük a helyi körülményeket, mivel 2026-ban a regionális események nagyobb hatással lesznek az árak alakulására, mint a globális trendek, és a változékony nemzetközi környezet befolyásolhatja az árakat (C&IT World).

A németek és a húsfogyasztás

A Max Rubner Intézet (MRI) friss jelentése alapján Németországban kevesebben követnek vegán vagy vegetáriánus étrendet, mint ahogy a többség gondolná. A több mint 3000, 18 és 80 év közötti válaszadó közül mindössze hozzátevélegesen 4%-uk vegetáriánus, és csak 1%-uk vegán. A



többség hagyományos étrendet követ, míg valamivel több mint negyedük flexitáriánusként jellemezte magát, tehát csak ritkán fogyaszt hústerméket.

A felmérésből azonban az is kiderült, hogy van eltérés az önbevallás és a valós fogyasztás között, ugyanis bár sokan kevesebb húsfogyasztást állítanak, a részletes adatok szerint a megkérdezettek 75%-a valójában hetente többször is eszik húst. Egy adott étrendhez való hosszútávú ragaszkodás szintén eltérő, a vegyes étrendet követők 80%-a már legalább 10 éve így étkezik, míg a vegánok alig 20%-a mondta ugyanezt a saját étrendjéről.

A vásárlás során a válaszadók több, mint 90%-a a frissességet és az ízt tartotta az elsődleges szempontnak. Emellett hozzátevőlegesen kétharmaduk számára a szezonális, az ár, a minimális csomagolás, az állatjólét és a kíméletes feldolgozás is számított. Több mint a válaszadók fele kiemelten fontosnak tartotta, hogy az élelmiszer ne legyen génmódosított, legyen tartósítószermentes, helyben előállított és csökkentett cukor-, só- és zsírtartalmú.

Tízéves csúcson a munkanélküliség



2025 augusztusában Németországban 3,023 millió ember volt munkanélküli, ami 2015 februárja óta a legmagasabb szám. A munkanélküliek száma először lépte át a hárommilliós határt. Az augusztusi munkanélküliségi ráta 6,4% volt, 0,1 százalékponttal magasabb júliushoz képest, ami 46.000 fővel több munkanélkület jelent.

2024 augusztusához képest 153.000-rel nőtt a munkanélküliek száma. A Szövetségi Munkaügyi Hivatal vezetője, Andrea Nahles szerint a nyári szezon miatt általában emelkednek ezek a számok, de elismerte, hogy a munkanélküliség az elmúlt évek gazdasági visszaesésének eredménye. Gazdasági szakértők szerint a gazdasági stagnálás miatt a vállalatok leállítják vagy csökkentik foglalkoztatási terveiket, annak ellenére, hogy hosszú távon több munkaerőre lenne szükségük. A Munkaadók Szövetsége szerint a kormányt hibáztatják a recesszió miatt, és gazdaságerősítő reformokra szólítják fel. Elemzők szerint a munkaerőpiac rosszabbodása negatívan befolyásolhatja a gazdasági növekedést, mivel a fogyasztás már visszafogott, annak ellenére, hogy a jövedelmek növekednek.

A munkaerőpiacon a munkakeresőknek egyenlőtlen ajánlatokkal kell szembenéznük, hiszen a legtöbb munkanélküli olyan egyszerű munkát keres, melyhez nincs szükség szakmai végzettségre. Viszont jelentősen kevesebb az ilyen pozíció, hiszen leginkább a szakképzett munkaerő hiányzik az ágazatokból. Szakértők szerint hiány van például gépgyártókból, villamosmérnökökből és technikusokból - a közlekedésben, építőiparban és hadiiparban is. Néhány ágazatban azonban összességében nőtt a foglalkoztatás: idősgondozás (71.000 új munkahely), egészségügy (66.000) és az állami közigazgatás (45.000). A régóta fennálló, és egyre súlyosbodó problémára a kormánynak azonnal reagálnia szükséges (bild.de).

KFC: „Bucket for ONE”

A KFC Németország új terméket vezet be 2025. szeptember 1-től: a „Bucket for One” nevű menüt, amelyet kifejezetten az egyéni étkezési igényekre és a Z generációra szabtak. A „Bucket for One” ára 4,99 euró és kétféle változatban kapható: sült krumplival vagy három darab Hot Wings csípős csirkeszárnyal, vagy két darab Crispy (ropogós csirkehús szelet) és egy Hot Wing kombinációjával.



A bevezetést egy kampány kíséri Calli rapper közreműködésével, aki saját dallal járul hozzá a kampányhoz. „Dinner for One” címmel lesz elérhető szeptember 5-től online, célja a kampány fő üzenetének átadása, ami az egyéniség és az önkifejezés fontosságára mutat rá.

Ezzel a kampánnyal a KFC közvetlenül a Z generációt szólítja meg, alkalmazva a Social Media adta lehetőségeket. A vendégek - különösen a Z generáció - körében erős az igény az önrendelkezésre és az egyedi élményekre.

Az új termékkel a KFC ezt a trendet kívánja követni, és kínálatát ennek megfelelően bővíti. A kampány popkulturális elemekre - mint a német rap és a közösségi történetmesélés - épít, hogy releváns legyen a célcsoport számára. A KFC jelenleg több, mint 200 éttermet üzemeltet, s 2027-ig további 100 étterem megnyitását tervezi a célközönség bővítésével (food-service.de).

A jövő vendéglátása Bajorországban



Dingolfingban, Bajorországban működik a FutureCafé, ahol a robotok, a digitális technológia és a modern dizájn ötvöztetésével hozzák közelebb a modern vendéglátás jövőjét. Ahogy arról a Bayerischer Rundfunk (BR) beszámol, a FutureCafé mögött egy teljesen automatizált dolgozói étterem működik, ahol a robotok a főszerep: a baristák munkáját meglepően jól helyettesítik, emellett felszolgálóként és takarítóként is működnek.

Az okos hűtők és a mennyezetre szerelt kamerák lehetővé teszik, hogy a vendégek gyorsan és egyszerűen fizessenek, kártyával, anonim egyedi azonosító alapján. A rendszer egész nap működik, így folyamatos kiszolgálást biztosít.

A FutureCafé azt próbálja szemléltetni, hogyan tudja a vendéglátás a modern technológiát és automatizálást felhasználni a munkaerőhiány enyhítésére, miközben innovatív élményt, kényelmes és gyors kiszolgálást nyújt a vendégeknek (food-service.de)

Orvosi turizmus növekvő jelentősége

Az orvosi turizmus világszerte egyre fontosabb szereplője a turizmusiparnak. A fejlett országokban tapasztalható magas egészségügyi költségek, a hosszú várólisták, valamint az idősödő és egészségtudatos lakosság miatt egyre többen keresik a gyógyulás lehetőségét külföldön, ezt gyakran pedig egy nyaralással összekötve veszik igénybe, kellemest a hasznossal összekötve.

Olyan országok, mint Mexikó, Thaiföld, India vagy Izrael, már felismerték a lehetőséget, és modern, megfizethető szolgáltatásokat kínálnak, amelyeket sokan egybekötnek nyaralással vagy rehabilitációval. A betegek gyakran nemcsak orvosi ellátást, hanem minőségi ápolást, kényelmes környezetet és teljes körű szolgáltatáscsomagokat kapnak.



A siker kulcsa a jó infrastruktúra, elérhetőség, biztonság és vendégszeretet, valamint az orvosi és turisztikai szektor szoros együttműködése. A fogászat, plasztikai sebészet, rehabilitáció és wellness egyaránt vonzó turisztikai termék.

Új trendként jelenik meg az alternatív orvosi turizmus, amely a nyugati és keleti gyógyászati irányzatokat ötvözi. Ez a koncepció hivatalosan a közelgő „We’re the World” konferencián indul útjára, amely Bangkokban kerül megrendezésre.

Az orvosi turizmus gazdasági lehetőséget jelent a közösségek számára is: új munkahelyeket teremt, növeli a turizmus bevételeit, és segíti a helyi egészségügyi szolgáltatások fejlődését (eturbonews.com).

Burger King food truck-stratégia

A németországi Burger King rugalmas és mobilis módon képviseli az étteremláncot a nagyrendezvényeken, például fesztiválokon és szakmai eseményeken. Elsődleges céljuk nem a gyors profit, hanem a márkaismertség hosszú távú növelése és a közvetlen fogyasztói interakció.



A food truck-os kivonulás különböző fesztiválokra látványos, innovatív és aktív márkaképviselőt tesz lehetővé, rugalmasan, több helyszínen is bemutatja a gasztronómiai kínálatot. Ilyen formában sikerrel vettek már részt többek

között a berlini Lollapalooza fesztiválon, illetve a Wacken fesztiválon, ahol 2023-ban a hirtelen lezúduló eső miatt elakadt látogatóknak kedvezményes, 6,66 eurós Whopper menüt kínáltak Schleswig-Holstein tartomány éttermeiben.

Az eseményeken kihelyezett nyugágyak, márkatermékek és interaktív játékok segítik a látogatói élmény fokozását és tartózkodási idejük növelését. A Burger King a nagyrendezvényeken való részvételével lehetőséget teremt a fenntarthatóság hangsúlyozására is. A vállalat bizonyítani kívánja, hogy a növényi alapú termékek mindennapi fogyasztásra alkalmasak, ízletesek és célja azokat mindenki számára hozzáférhetővé tenni. Ezt a célt a teljesen növényi menü és a húsalternatívákról szóló kommunikáció révén érik el, miközben növelik a fenntartható termékválaszték iránti tudatosságot.



Egy asztal - egy számla

Egy esslingeni (Stuttgart melletti) olasz étterem tulajdonosa, Salvatore Marrazzo vitát váltott ki a régióban: nála minden asztaltársaság csak egy közös számlát kap, a számla szétválasztását pedig elutasítja, kivéve, ha azt előre jelzik a vendégek. A módszerét az alábbival magyarázta: A külön fizetést időrablónak és kaotikusnak írta le.

Mivel ezt az információt előre feltüntette az étlapon, a bejáratnál és online is, úgy véli, joga van ezt a szabályt alkalmazni. A jogi háttér azonban ellentmond ennek az álláspontnak. Heike Silber, a fogyasztóvédelmi központ munkatársa szerint jogilag minden vendég saját szerződést köt az étteremmel, így csak azt köteles kifizetni, amit ő maga rendelt.

Megoldásként a fogyasztóvédők is a „szabadon választható Esslingen-modellt” ajánlják: a vendégek már a rendelés előtt tisztázzák, hogy külön vagy együtt szeretnének fizetni. Ez nemcsak jogilag korrektebb, hanem a kiszolgálást is megkönnyíti, és elkerülhetőek a viták. Magyarországon az idősebb vendéglátóságokban a hír a régi NDK-s turistacsoportok emlékét idézheti fel, akik esetében sok gond volt a számla utólagos bontásánál (food-service.de).

1,3 milliárd lehetőség

Világszerte több mint 1,3 milliárd ember él valamilyen fogyatékkal, miközben a társadalmak gyorsan öregednek.

Ez nemcsak társadalmi felelősségvállalási kérdés, hanem hatalmas gazdasági lehetőség is a turizmus számára. Az akadálymentes turizmus ma már nem szűk szegmens, hanem a globális utazási iparág egyik legdinamikusabban növekvő területévé vált.



A Travel Accessible Tourism Trends Report szerint azok a desztinációk, amelyek a mindenki számára hozzáférhető szolgáltatásokra és univerzális tervezésre építenek, nemcsak társadalmi szükségleteket elégítenek ki, hanem lojális, nagy költségű utazókat is vonzanak.

A World Tourism Network „Ageless Tourism” kezdeményezése az idősebb utazókra fókuszál, segítve a turisztikai vállalkozásokat abban, hogy jobban kiszolgálják ezt az értékes, évente 157 milliárd dollárt költő szegmenst. Az üzenet világos: az akadálymentes és idősbárát turizmus nem csupán jószándék, hanem versenyelőny is (eturbonews.com).

Happy Slice



Új szintre lépett a pizzapiac Németországban: a 2023-ban indult Happy Slice márka mostantól több mint 800 Aral töltőállomáson lesz elérhető országszerte. Az indulás egy szellemkonyha (dark kitchen) modellből indult, ahol a pizzákat kizárólag online lehetett megrendelni a Lieferando, Wolt és Uber Eats platformokon keresztül.

A márkát működtető Lanch food-tech vállalat most első alkalommal vezeti be a helyszíni értékesítést, ezzel jelentős terjeszkedési mérföldkövet elérve. A benzinkutakon frissen sültöt, egyenként árusított szeletek lesznek kaphatók: Margherita 2,99 €, Szalámis 3,49 € áron.

A Lanch célja, hogy a Happy Slice a legszélesebb körben elérhető pizzamárkává váljon Németországban. A cég szerint ez az együttműködés a

legnagyobb, amit német pizzamárka valaha kötött a benzinkúthálózati szektorban.

A nemzetközi növekedés is megkezdődött: a Lanch leányvállalatokat alapított Ausztriában és Svájcban, hogy a márka jelenlétét tovább bővítse az európai piacon. Az alapítók között ismert influenszerek is szerepelnek többek között Knossi és Trymacs, akik a márka arcai, és a receptek fejlesztésében is részt vettek.

A Lanch stratégiai célja világos: digitális márkából fizikailag jelen lévő, országos szinten elérhető gyorsétel láncává válni, amely a mobilitás és a gyors fogyasztás igényeire ad korszerű választ (food-service.de).

Kevesebb repjegy csalás

Jelentősen csökkent a repülőjegy csalások száma világszerte a fejlettebb csalásmegelőző rendszereknek köszönhetően. 2025 első felében világszerte 30%-kal csökkent a légitársaságokat érintő csalások aránya - derül ki egy több millió tranzakciót elemző jelentésből. Ez azt jelenti, hogy ma már csak minden 400. foglalásra jut egy csalási kísérlet.



A legnagyobb javulás Európában történt, ahol a csalási nyomás 50%-kal esett vissza egy év alatt. Az európai útvonalak így már csak a világ összes csalási próbálkozásának 12%-át teszik ki (szemben a tavalyi 24%-kal).

Az Egyesült Államokban 38%-os csökkenést mértek, különösen Dallas, San Diego és Chicago repterein. Ugyanakkor Honolulu és Seattle növekvő kockázatot mutattak, míg Miami maradt a legkockázatosabb amerikai repülőtér - még ha enyhült is ott a nyomás. Ez alapján jelenleg minden 556. foglalásra jut egy próbálkozás.

Ázsia és a Csendes-óceáni térségben csak 6%-os volt az átlagos javulás, de néhány reptér kiemelkedően teljesített - például a tokiói Haneda repülőtér, ahol 72%-os visszaesést mértek. Ausztráliában viszont romlott a helyzet: Cairns reptere 230%-os, míg Perth 136%-os növekedést mutatott.

A visszaesés mögött valószínűleg a fejlettebb mesterséges intelligencia alapú csalásmegelőző rendszerek, valamint a szigorúbb utasazonosítás (KYC és kétlépcsős hitelesítés) állnak, amelyek megnehezítik a lopott vagy hamis adatokkal történő jegyvásárlást (PhocusWire).

A vendéglátóipari gyakornokok elégedetlenek



A DGB (Német Szakszervezeti Szövetség) 2025-ös képzési jelentése szerint komoly problémák nehezítik a vendéglátóipari tanulók helyzetét: alacsony javadalmazás, gyakori túlórák és magas lemorzsolódás jellemzi a szektor képzéseit. A szállodai szakemberek elégedettsége mindössze 60%, a szakácsoké 63%, miközben az összes szakma átlaga 71,6%.

2023-ban a vendéglátó- és élelmiszeriparban a képzési szerződések több mint fele megszakadt, és a tanulók mindössze egyharmada számíthat biztos állásra a képzés után.

A jelentés szerint a gyakornokok gyakran nem a képzési terv szerinti feladatokat végzik, és hiányzik a megfelelő szakmai útmutatás, különösen a kisvállalkozásoknál. A túlórázás elterjedt: a szakácsok 50,6%-a, a szállodai szakemberek 41%-a érintett, szemben például az műszaki szakemberek 22%-ával. A fizetések is alacsonyak: a vendéglátóipari gyakornokok a képzés harmadik évében gyakran kevesebb mint 1000 eurót keresnek, míg más szakmákban 1249-1345 euró az átlag. Sok tanuló kiegészítő jövedelemre szorul.

A DGB szerint a helyzet strukturális problémákra világít rá, amelyek hosszú távon a munkaerő utánpótlását és az iparág stabilitását veszélyeztetik. Kristof Becker, a DGB ifjúsági titkára a minimális képzési juttatás emelését követeli az infláció ellensúlyozására, míg Elke Hannack, a szervezet helyettes elnöke a vállalatok nagyobb részvételét sürgeti a szakképzésben. A cél, hogy a vendéglátóipari képzés vonzóbb legyen a fiatalok számára (food-service.de).

3 millió munkavállaló tűnhet el 5 éven belül

Az olasz CGIA (Associazione Artigiani e Piccole Imprese Mestre) kisvállalati kutatóiroda szerint 2025 és 2029 között több mint 3 millió munkavállaló hagyhatja el az olasz munkaerőpiacot - nyugdíjba vonulás, külföldre költözés vagy leépítés miatt.



Az Unioncamere adatai alapján a CGIA pontosította a statisztikákat: a megkérdezettek 53%-a a magánszektorban, 25%-a az állami szférában, 22%-uk pedig önálló vállalkozóként dolgozik.

A munkaerőhiány enyhítésére az olasz kormány 497 550 munkavállalói vízumot tervez kiadni nem EU-s országok állampolgárainak 2026 és 2028 között. A terv a Decreto Flussi keretében valósul meg, amely a legális munkaalapú bevándorlást szabályozza (ansa.it).

Billió dolláros üzlet



A Sabre stratégiai megállapodást kötött a norvég alapítású Travelin.Ai vállalattal, amely új szintre kívánja emelni a vállalati utazások kezelését, és egyúttal megnyitja az utat egy 1 billió dolláros üzlet előtt.

A Travelin.Ai integrálja a Sabre Mosaic Travel Marketplace tartalmait, ebbe beleértve a hagyományos és NDC repülőjegyeket, fapados légitársaságokat, illetve a szállásokat.

Emellett elsőként kerül használatba a Sabre mesterséges intelligenciáján alapuló Lodging AI megoldása vállalati foglalási platformként. A rendszer képes személyre szabott szállásajánlatokat kínálni, alternatívákat javasolni teltház esetén, továbbá automatikusan szállást ajánlani akkor is, ha a foglalás csak a repülőjegyre vonatkozott.

A Travelin.Ai különlegessége, hogy egyszerre foglalja magába az üzleti és szabadidős utazások foglalását egyetlen munkafolyamatban, miközben a fejlett split-payment technológia segítségével automatikusan szétválasztásra

kerülnek a költségek a két típus között. Ez amellett, hogy eleget tesz a vállalati szabályoknak, még emellett lehetővé teszi a munkavállalók számára, hogy az üzleti utakat kibővítsék szabadidős céllal is. A platform teljes körű online foglalási eszközként szolgál.

A megállapodás komoly előnyöket jelent az utazáskezelő cégeknek, hiszen a mesterséges intelligencia használatával akár 14%-kal nőhet a szállásfoglalások aránya. A platform kezdetben az Egyesült Királyságban, skandináv országokban, az USA-ban, Ausztráliában, illetve Németországban kerül bevezetésre. A Travel.Ai legfőbb célja, hogy egy gyorsan bevezethető, integrált és felhasználóbarát utazási megoldást biztosítson a modern vállalatok számára.



Uniós hírek

Zöld Úttörők az Intelligens Turizmusban

Az Európa Intelligens Turizmus Fővárosa 2026 döntősei:

- Braga (Portugália)
- Bruges (Belgium)
- Brüsszel (Belgium)
- Genova (Olaszország)
- Lipcse (Németország)
- Regensburg (Németország)
- Tampere (Finnország)

A 12 országból érkező 32 pályázat közül a zsűri 7 várost választott ki a döntőbe.

A Zöld Úttörő az Intelligens Turizmusban 2026 döntősei:

- Dubrovnik (Horvátország)
- Geestland (Németország)
- Ibiza (Spanyolország)
- Laois (Írország)
- Mariagerfjord (Dánia)
- Marmaris (Törökország)

- Rebild (Dánia)
- Tartu (Észtország)

A fenntarthatóságra fókuszáló kategóriában 26 pályázó város közül 8 került a döntőbe, köztük számos feltörekvő, kisebb desztináció.



A nyertes városok kiemelt promóciós támogatást kapnak az Európai Uniótól, többek között egy várost bemutató kisfilmet, egy látványos hashtag-szobrot a városközpontban, valamint nemzetközi marketingkampányokat, amelyek növelik az adott úti cél láthatóságát Európa és világszerte.

A verseny célja, hogy ösztönözze a fenntartható, digitálisan fejlett és kulturálisan vonzó turizmus elterjedését Európában, valamint elősegítse a jó gyakorlatok megosztását és az innovációt a városok között.

Alvállalkozói szabályozás

Az Európai Munkaadói Intézet (EEI) legújabb tanulmánya szerint a az Európai Unióban tervezett alvállalkozói láncokra vonatkozó szigorítások komolyabb gazdasági és jogi következményekkel járhatnak. A független jogi elemzést Erik Sinader, a stockholmi egyetem docense



vezette, és válaszul készül az Európai Parlament azon felvetéseire, amelyek célja az alvállalkozás korlátozása és a felelősség kiterjesztése az alvállalkozói lánc egészére.

A tanulmány szerint az ilyen intézkedések destabilizálhatják a belső piacot, különösen a kkv-k helyzetét nehezítve, mivel ezek jellemzően alvállalkozásokon keresztül tudnak nyereségesek maradni.

A jelentés arra is rámutat, hogy a tervezett szabályozások gyakorlati megvalósítása számos problémába ütközne, mint például nehéz lenne pontosan meghatározni, mi számít alvállalkozásnak, illetve hol vannak annak határai. Továbbá a korlátozások a foglalkoztatásra és a fenntarthatóságra is negatív hatással lehetnek, ugyanis visszavehetik a javítási és felújítási szolgáltatásokat, ezzel növelve a hulladék mennyiségét és csökkentve a helyi munkahelyek számát. Az EEI szerint nem újabb szabályozásra, hanem a meglévő munkajogi eljárások hatékonyabb betartására lenne szükség (hotrec.eu).



AI lemaradás

A European Travel Commission (ETC) 2025 szeptemberében publikálta felmérésének eredményeit a mesterséges intelligencia alkalmazásáról az európai nemzeti turisztikai szervezeteknél (NTO-k). A tanulmány szerint az európai nemzeti turisztikai szervezetek (NTO-k) még nem alakítottak ki hivatalos AI-stratégiákat, annak ellenére, hogy a felső vezetés támogatja az AI széles körű alkalmazását.

A 29 szervezet bevonásával végzett kutatás rámutatott, hogy az AI már aktívan formálja a szervezetek napi működését, különösen a marketing, tartalomgenerálás, kutatás és fordítás terén. Ugyanakkor az NTO-k digitális felkészültsége, szakértelme és erőforrásai jelentős különbségeket mutatnak. A belső szakértelem hiánya és a strukturált képzés szükségessége a fő akadályok, miközben a nagy nyelvi modelleken alapuló generatív AI alkalmazása a marketingben és kutatásban egyre fontosabbá válik.

A jelentés kiemeli a célzott képzés és a fokozatos költségvetési támogatás szükségességét az AI integrációjához. Az ETC három testreszabott útmutatót is biztosít, amelyek segítik az NTO-kat a felmérésből származó következtetések

gyakorlati alkalmazásában. A tanulmány célja, hogy a turisztikai szervezetek gyakorlatias, lépésről-lépésre követhető eszközöket kapjanak a mesterséges intelligencia hatékony használatához, a tudásmegosztás elősegítéséhez, és ezzel növeljék a turizmus hatékonyságát és innovációs képességét (etc-corporate.org).

