

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi huszonegyedik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. szeptember 18. 21. évfolyam 21. szám



Szövetségi hírek

- TRY: Budapest



Tag- és társszervezeti hírek

- MICE Business Day és Business Excellence díjak



Nemzetközi hírek

- Áfacsökkentés elfogadva
- Erős növekedés 2025 első félévében
- LAP Coffee: a kávépiac élvonalában
- A Domino's új kínálata: Chick »N« Dip
- Új stratégiával terjeszkedik a Pret
- Ételrendeléstől - helyszíni fogyasztásig
- Fast food-helyzet a Közel-Keleten
- Integrált prémium kávéstratégia
- Új korszak a légi közlekedésben
- Reform nélkül nincs jövő
- „Top-Technik” rangsor
- Autonóm konyharobotok
- Német turizmus statisztika
- Sok TamTam semmiért
- Burger King UK: The Wagyu
- YOTEL: új vezető, nagyszabású tervek
- Látogatottság csökken, bevétel nő



Uniós hírek

- Ideiglenes elnök a csúcstalálkozón
- Közbeszerzési szabályozás

Szövetségi hírek

TRY: Budapest

A Trylt, amely a TOURBAN projekt keretein belül, a VIMOSZ segítségével is fejlesztette tevékenységét, egy innovatív jó gyakorlat Magyarországról, amely az inkluzív turizmus és a társadalmi befogadás területén kínál példaértékű megoldást.



A 2020-ban alapított budapesti utazásszervező cég célja az volt, hogy a hagyományos városnéző túrák mellett olyan programokat is kialakítson, amelyek a mozgáskorlátozott emberek számára is teljes értékű kulturális élményt biztosítanak. Az alapítók személyes tapasztalatai világítottak rá arra a hiányosságra, hogy a turisztikai kínálat kevés figyelmet fordít a fogyatékkal élők igényeire.

A megvalósítás során a Trylt tudatosan építette a felhasználói élmény mély megértésére. Az alapítók kerekesszékekkel tesztelték az útvonalakat, majd ellenőrzőlistát dolgoztak ki az akadálymentesség biztosítására. Ez nemcsak a túrák minőségét garantálja, hanem alapot teremtett az idegenvezetők képzéséhez is. A tréningek nem csupán a technikai akadályok kezelésére fókuszálnak, hanem a soft skilllek fejlesztésére is, például az empátia, tisztelet és türelem gyakorlására. Ennek köszönhetően a résztvevők befogadó és támogató környezetben élhetik át a városnézést.

A működéshez hozzájárult az európai fogyatékosági kártya alapelveinek beépítése, valamint olyan projektfinanszírozások, amelyek lehetővé tették, hogy a fogyatékosokkal élők számára költségmentesen is szervezzenek túrákat. Ugyanakkor a Trylt több akadállyal is szembesül: a magas árak a hazai árérzékeny keresletet korlátozzák, míg a külföldi turisták körében kisebb a kereslet az akadálymentes túrákra. Emellett külső tényezők, például műszaki hibák az útvonalon lévő épületekben szintén kihívást jelentenek.

Az eddigi tapasztalatok mégis rendkívül pozitívak, a vendégek főként a gondos tervezést és a figyelmességét értékelik. A Trylt számára a legfontosabb tanulság, hogy az idegenvezetők érzékenyítő képzése a szolgáltatás minőségének kulcsa. A cég a jövőben tovább kívánja fejleszteni képzési programját a résztvevők visszajelzései alapján, és nyitott külső források bevonására is, hogy a jövőben is hozzájárulhasson a fogyatékosokkal élők akadálymentes bevonásába a kulturális és turisztikai élményekbe. A *nexttourismgeneration.eu* a kezdeményezést az inkluzivitás jó gyakorlataként említi meg.

Tag- és társszervezeti hírek

MICE Business Day és Business Excellence díjak

Október 22-én kerül megrendezésre hazánk legnagyobb üzleti turisztikai fóruma, a MICE Business Day. A Hungexpo Kongresszusi Központban megrendezett eseményen idén több mint 140 kiállító vesz rész legfrissebb megoldásainak bemutatása céljából.

A rendezvényre a kiállítói regisztráció lezárult, ezentúl azonban lehetőség nyílik a szakmai vásárlók és látogatók regisztrációjára.

Mindemellett továbbra is lehetőség van pályázni az idei Business Excellence díjakra, melyekre a 2024 szeptember 1. és 2025 augusztus 31. között kiemelkedő teljesítményt nyújtó vállalkozások és szolgáltatók pályázhatnak.

Idén 11 kategóriában van lehetőség jelentkezni **szeptember 21-ig**, [ezen a linken](#) keresztül.

További információ az eseményről [ezen a linken](#) érhető el.



Nemzetközi hírek

Áfacsökkentés elfogadva



A német szövetségi kormány elfogadta azt a törvényjavaslatot, amely tartósan 19-ről 7 százalékra csökkentené az éttermekben felszolgált ételek általános forgalmi adóját.

A döntés célja a vendéglátóipar gazdasági megerősítése, különösen az elmúlt évek forgalomcsökkenései után. A módosítás csak az ételekre vonatkozik, italokra nem. A kabinet jóváhagyását követően a javaslat a Bundestag és a Bundesrat elé kerül, a tervek szerint 2026. január 1-jétől lépne hatályba.

A kormány az áfacsökkentéssel nemcsak a vendéglátóhelyeket kívánja támogatni, hanem az adózásban eddig fennálló aránytalanságokat is megszüntetné. Jelenleg ugyanis a házhoz szállított vagy elvitelre kért ételek már 7 százalékos áfakulcs alá tartoznak, míg a helyben fogyasztott ételeket 19 százalékos kulcs terheli. A változás egyszerűsítene az adózást és megszüntetné az ebből fakadó gyakorlati nehézségeket például a catering, iskolai étkeztetés vagy kórházi ellátás területén. Bár az árcsökkenés nem garantált, a szakmai szervezetek szerint a vendéglátók ott, ahol lehetőségük van rá, vonzóbb árakkal próbálják majd visszacsábítani a vendégeket.

Erős növekedés 2025 első félévében

Az UN Tourism legfrissebb adatai szerint 2025 első hat hónapjában 5%-kal nőtt a nemzetközi turistaérkezések száma az előző év azonos időszakához képest, ezzel a globális turizmus 4%-kal már a járvány előtti szint felett teljesít. Összesen 690 millió utazó kelt útra január és június között, ami 33 millióval több, mint 2024 első felében.



A World Tourism Barometer szerint a legdinamikusabb növekedést Afrika produkálta (+12%), Észak- és Szubszaharai Afrika is kétszámjegyű bővülést ért el. Az Ázsia-Csendes-óceáni térség szintén erősen zárta a félévet (+11%), kiemelkedő teljesítményt nyújtott Japán és Vietnam (+21%), valamint Dél-Korea (+15%). Európa közel 340 millió nemzetközi látogatót fogadott (+4%),

ami 7%-kal meghaladja a 2019-es szintet, különösen Közép- és Kelet-Európa (+9%) járult hozzá a növekedéshez.

A turizmus gazdasági hatása is jelentős: Japánban 18%-kal, az Egyesült Királyságban 13%-kal, Franciaországban és Spanyolországban 8-9%-kal emelkedtek a bevételek. A nemzetközi utazásokhoz kapcsolódó költségek Kínából, Spanyolországból és az Egyesült Királyságból is kétszámjegyű növekedést mutattak.

Ugyanakkor a magas közlekedési és szállásköltségek, valamint a geopolitikai bizonytalanságok továbbra is kihívást jelentenek, és a kereslet átalakulásához vezethetnek (rövidebb utazások, közelebbi úti célok választása). Ennek ellenére az előrejelzés változatlan: 2025 egészében 3-5%-os globális növekedés várható, a szervezet pedig a fenntarthatóság és az inkluzivitás biztosítását hangsúlyozza a bővülés során (UN Tourism).

LAP Coffee: a kávépiac élvonalában



A LAP Coffee 2023-ban nyitotta első üzletét Berlin-Mitte-ben, mára mintegy 20 kávézót üzemeltet Berlinben és Münchenben, Hamburg pedig a következő célpont. A libanoni származású alapító, a berlini start-up szcénából érkezett, és bevallása szerint a kávé elsősorban a közösségépítés eszközének tekinti.

A lánc legnagyobb vitát kiváltó eleme a 2,50 eurós cappuccino, amely miatt egyesek „turbókapitalizmust” emlegetnek. Míg a cég vezetője szerint ez egy tisztességes, jól kalkulált ár, amely minden költséget fedez és még 10 százalékos nyereséget is biztosít.

Németország Európa legnagyobb kávépiaca, ahol tavalgy fejenként átlagosan 163 liter kávéfogyasztottak, és a kávézók forgalma kb. 3,7 milliárd euró volt 2023-ban. Ugyanakkor a fogyasztás nagy része, körülbelül 70 százaléka háztartásokon belül, otthoni kapszulás és félautomata kávéfőző gépek használatával történik - ezt a fogyasztói igényt célozza meg a LAP Coffee. A vállalat üzleti modellje a költségek szigorú optimalizálására épül. A kis alapterületű üzletek, alacsony bérleti díjak és egyszerű berendezés mellett olyan drága svájci gépek használata jellemzi, amelyek ugyan magas beruházást igényelnek, de gyors és megbízható kiszolgálást tesznek lehetővé. A modell fenntarthatóságát a FoodLabs, a HV Capital és az Insight Partners befektetői háttérrel biztosítja. Ez a tőkeerő azonban fokozza a félelmet, hogy a független kávézók nem tudják majd tartani a lépést.

A LAP Coffee azonban mindeközben tudatosan építi márkaidentitását. A

feltűnő kék poharak rövid időn belül védjeggyé és a közösségi médiában státuszszimbólummá váltak. A közösségépítő platformként is működő üzletekben futóklubokat, kiállításokat, jógaórákat is szerveznek. A LAP Coffee sikere a gyors és egyszerű kiszolgálásra, valamint a hatékony működésre épül, amely a városi élet ritmusához igazodik. Ez a modell előnyt biztosít a kávézólánc számára, ugyanakkor komoly versenyhelyzetet teremt a kisebb, tradicionális kávézók számára (BILD.de).

A Domino's új kínálata: Chick »N« Dip

A brit Domino's Pizza Group a növekvő „fried chicken” szegmensbe lép a Chick »N« Dip márkával, amelyet először Északnyugat-Angliában és Észak-Írországból, 187 étteremben tesztelnek. A Domino's Pizza Group 1381 éttermével az Egyesült Királyság és Írország vezető franchise hálózata.



Globálisan a Domino's több mint 20 000 üzlettel van jelen több mint 90 piacon, így a világ egyik legnagyobb pizzaszolgáltatója.

Az újonnan bevezetett Chick »N« Dip csirkefalatokat, csirkeszárnyakat és csont nélküli csirkemellet tartalmaz kilencféle mártással kombinálva, és úgy alakították ki, hogy a Domino's meglévő sütőiben is elkészíthető legyen, további beruházás nélkül. A termékfejlesztés több mint egy éven át zajlott, a fogyasztók bevonásával és piackutatásokkal.

A cég vezérigazgatója szerint a csirkehús iránti kereslet egyértelmű, és a termék a pizza mellett egy „merész új fejezetet” jelent a cég számára, ugyanakkor a Domino's mérete, kiépített infrastruktúrája és logisztikája versenyelőnyt biztosít a piacon, így a Chick »N« Dip gyakorlatilag egyik napról a másikra lefedheti az egész országot, szemben az amerikai márkákkal, amelyek éppen most próbálnak belépni a brit piacra (food-service.de).

Új stratégiával terjeszkedik a Pret



A brit Pret A Manger 2024-es üzleti évében 1,2 milliárd font (kb. 1,4 milliárd euró) bevételt ért el, ami 10%-os növekedést jelent az előző évhez képest. A meglévő, legalább egy éve működő üzletek forgalma, a like-for-like mutató szerint, 2,8%-kal nőtt, miközben a nemzetközi hálózat nettó 11%-kal bővült, így világszerte jelenleg 717 üzletet üzemeltet a vállalat.

A vállalat a további fenntartható növekedés biztosítására új közép- és hosszú távú stratégiát dolgozott ki, amelynek fókusza a brit piac bővítése és a nemzetközi terjeszkedés, különösen az Egyesült Államokban. A növekedést a versenyképes ár-érték arányú termékek, új termékkoncepciók, valamint az előfizetési modell, a Club Pret támogatja, amely havi 5 fontért napi maximum 5 italra 50%-os kedvezményt biztosít, és körülbelül 25 millió fontot fedezett az infláció okozta többletköltségekből.

A márka a prémium termékcsalád, a Super Plates bevezetésével és a Meal Deals tesztelésével kívánja növelni a piaci részesedését a brit „food-to-go” szegmensben. A cég 21 országban van jelen, köztük az Egyesült Királyságban, az USA-ban, Franciaországban, Németországban, az Egyesült Arab Emírségekben, Indiában és Szingapúrban. A márka többségi tulajdonosa a JAB Holding, amely a Panera Bread, Espresso House és Krispy Kreme márkákat is birtokolja.

Ételrendeléstől - helyszíni fogyasztásig

A Wolt németországi felmérése szerint a platformot használó felhasználók közel egyötöde később személyesen is felkeresi azokat az éttermeket, ahonnan online rendelt. A válaszadók 83%-a rendszeresen fedez fel új éttermeket a Wolt segítségével, és 87%-uk rendel ismét ezekből az éttermekből.

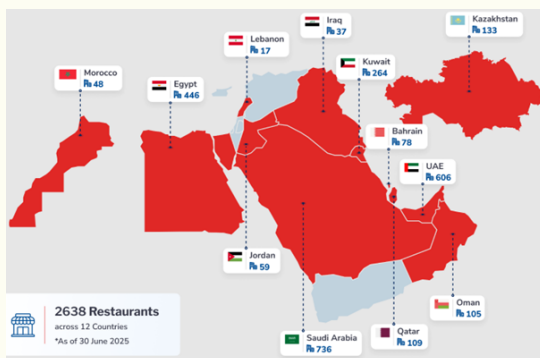


Ennek köszönhetően az online platform új ügyfélkapcsolatokat és további értékesítési csatornákat biztosít a helyi vendéglátóhelyek számára.

A felhasználók jelentős része nehezen elérhető vagy kevésbé ismert éttermek és üzletek felfedezésére használja a platformot; majdnem a felük szerint így olyan szolgáltatókhoz jutnak el, amelyekre egyébként nem figyeltek volna fel. Több mint egyharmaduk tudatosan a helyi vállalkozások támogatása érdekében választja a Wolt-ot. A partnerek több mint fele tapasztalta, hogy az együttműködés növelte láthatóságukat, anélkül, hogy a hagyományos üzletek bevételét csökkentette volna, sőt egyesek a helyszíni értékesítés növekedéséről számoltak be.

A Wolt üzleti szerepe kiemelkedő: 2024-ben a platform a helyi partnereknek világszerte mintegy 5 milliárd euró forgalmat generált. Németországban a partnerek 71%-a fontosnak vagy nagyon fontosnak tartja a Wolt-hoz hasonló platformok szerepét saját üzleti teljesítményük szempontjából. A Local Commerce Report eredményei a vállalat saját adatelemzésén és 4624 fogyasztó, valamint 2413 kereskedő megkérdezésén alapulnak 23 európai és ázsiai országban. A tanulmányt 2024 decemberétől 2025 májusáig készítették a Wolt és két piackutató intézet együttműködésével.

Fast food-helyzet a Közel-Keleten



A Közel-Kelet legnagyobb étterem üzemeltetője, az Americana, a közelmúltban jelentős bevételkiesést szenvedett el a KFC-t és a Krispy Kreme-et érintő bojkottok miatt, a Gázai konfliktus következményeként. A Financial Times szerint a cég 2024-es évi nettó eredménye közel 40 százalékkal, 159 millió amerikai dollárra esett vissza.

Bár 2025 első felében az árbevétel 1,22 milliárd dollárra emelkedett, ez még mindig elmarad a 2023-as szinttől, miközben a hálózat 361 új étteremmel bővült. A bojkott hatására a vállalat stratégiai irányváltásba kezdett, melynek célja a helyi márkák és gasztronómiai koncepciók erősebb bevonása. A Közel-Kelet és Észak-Afrika gyorséttermi piaca jelentős növekedési potenciált kínál: az Euromonitor International adatai szerint a piac értéke körülbelül 33 milliárd dollár, és az elmúlt öt évben évente közel 9 százalékkal bővült.

Az Americana regionális márkákra való fókusza egyrészt védelmi stratégiát jelent a politikai bojkottok ellen, másrészt pedig új növekedési lehetőségeket is nyithat a térségben. A szakértők szerint a helyi koncepciók franchise-

modellben történő gyors terjesztése elősegítheti a regionális gasztronómiai piac erősödését. Emellett a sikeres márkák felvásárlása hozzájárulhat ahhoz, hogy a vállalat stabilabbá tegye a nyereségességét, és kevésbé legyen kitéve a nemzetközi piacok ingadozásainak. Az Americana jelenlegi portfóliója a KFC-t, Krispy Kreme-et, Pizza Hutot, Hardee's-t, TGI Friday's-t és Costa Coffee-t foglalja magában, és az Al Alameinban található központból irányítja a Közel-Kelet legnagyobb gyorséttermi hálózatát.

Integrált prémium kávéstratégia

Az olasz Illycaffé, a trieszti kávégyártó, 80%-os részesedést szerzett a kávéfőzőgépek fejlesztésére és gyártására specializálódott Capitani vállalatban. Az Illy célja a gyártási lánc optimalizálása és a globális prémium szegmensben elfoglalt pozíciója további erősítése.



A vállalatok között létrejött tranzakció stratégiai mérföldkő, hiszen az integrált rendszer mind a terméket, mind az előállításához szükséges gépeket magában foglalja. Az Illycaffé a geopolitikai bizonytalanságok és a nyersanyagárak háromszoros növekedése ellenére is a fejlődésre törekszik, és a második félévben nem számít árbevétel-csökkenésre. A vállalat minden értékesítési csatornán és fontos piacon növekedést vár, az éves árbevétel 7-9%-os bővülését prognosztizálja.

A családi vállalkozást 1933-ban a magyar származású Illy Ferenc alapította és jelenleg is 80%-ban az Illy család tulajdonában van. A Capitani-ban szerzett részesedés révén kívánja tovább erősíteni nemzetközi pozícióját a prémium kávépiacon.

Új korszak a légi közlekedésben



Az Iberojet, a spanyol-portugál charter légitársaság, amely utazásszervezők megbízásából rövid- és hosszú távú járatokat üzemeltet Spanyolországból és Portugáliából, elsőként vezette be a brit Zamna cég

Az új technológia lehetővé teszi, hogy az utasok már napokkal vagy akár hetekkel az indulás előtt online feltöltsék úti okmányaikat, például útlevelet, vízumot vagy szállókártyát. A rendszer automatikusan ellenőrzi, hogy ezek megfelelnek-e a célország aktuális beutazási szabályainak.

A cél a reptéri várakozási idő csökkentése, az emberi hibák minimalizálása, valamint a légitársaságokra kiróható bírságok elkerülése. Az első hónap tapasztalatai alapján az online bejelentkezők több mint 70%-a már előre hitelesített utasként érkezett a repülőtérre, ami jelentősen lerövidítette a check-in folyamatot.

A rendszer jelenleg az Iberojet Latin-Amerikába és a Karib-térségbe tartó járatain működik, például Mexikóba, Costa Ricába vagy a Dominikai Köztársaságba, de a légitársaság tervei szerint hamarosan kiterjesztik az európai és más nemzetközi útvonalakra is.

A Zamna AI platform eddig több mint 70 millió utazási dokumentumot validált 140-nél is több országból, 2500+ dokumentumtípus alapján. A rendszer 0-24-ben működik élő légitársasági környezetben, és 90% feletti hatékonysággal szűri ki az eltéréseket, miközben teljesen megszünteti a dokumentációs hibák miatti bírságokat.

Az Iberojet és Zamna együttműködése így nemcsak technológiai újítást jelent, hanem jelentősen javítja az utasélményt és növeli a repülésbiztonságot is.



Reform nélkül nincs jövő

A brit kormány közzétette vállalkozói ingatlanadó-reformjáról szóló közbenső jelentését, amely többek között a kisvállalkozások kedvezményeinek bővítését és az adózási "szintugrások" megszüntetését célozza.

Testvérszervezetünk, a UKHospitality támogatta a javaslatokat, de hangsúlyozta: a szektor túlélése érdekében a novemberi költségvetésben elengedhetetlen a maximális, akár 20 penny/font adókedvezmény bevezetése az 500 000 font alatti értékű vendéglátóipari ingatlanokra.

A szervezet szerint a jelenlegi adórendszer évek óta aránytalanul sújtja a szektort, a költségek folyamatos emelkedése pedig „adócsapdába” sodorja a vállalkozásokat.

A UKHospitality friss elemzése szerint az elmúlt évben a vendéglátás szenvedte el az összes brit munkahelyvesztés több mint felét: közel 89 ezer állás szűnt meg az ágazatban. A visszaesés mértéke hétszerese az országos

átlagnak, amit elsősorban a munkáltatói társadalombiztosítási járulék (NIC) küszöbének csökkentése okozott. Ennek következtében már alacsonyabb fizetésű dolgozók után is több járulékot kell fizetni, ami különösen a részmunkaidős és rugalmas foglalkoztatási formák leépüléséhez vezetett. A szövetség #TaxedOut kampányában három fő intézkedést sürget: az üzleti adók csökkentését, a munkáltatói járulékok enyhítését és az áfa mérséklését a vendéglátásban.

„Top-Technik” rangsor

A gypraxis által készített exkluzív iparági felmérés a professzionális konyhai berendezések - ipari sütő-, hűtő-, mosogató- és kávégépek - legnagyobb forgalmú gyártóinak önkéntesen szolgáltatott adataira és piaci prognózisaira épül. A felmérés a közétkeztetés, a vendéglátás és a szállodaipar teljes területére kiterjed, és piaci áttekintést nyújt mind a döntéshozóknak, mind pedig a versenytársaknak. A professzionális konyhai berendezések gyártói évről évre felülmúlják magukat a forgalom és az innováció terén, azonban 2024-ben a dinamika megtorpant: a teljes forgalom-növekedés az előző évi 10,4%-ról 2,1%-ra csökkent. A toplistára azok a vállalatok kerülhettek fel, melyek stratégiai alkalmazkodása és kreativitása kitűnik a többiek közül.

A lista 10. helyén álló Wiesheu jelentős, 10,2%-os növekedést ért el, az árbevétele 173 millió euróra nőtt, a 2019-es 125 millió euróhoz képest. A 2023-as Wachtel-felvásárlás forgalomnövelő hatása mellett, a Dibas blue2 Piccolo C kombinált légkeveréses sütőállomás és a Dibas Smart moduláris sütőrendszer technológiai előnyt is biztosítottak a vállalatnak a piacon. Termékeikkel a hazai benzinkutakon is találkozhatunk.

A 9. helyen szereplő Welbilt/Convotherm duó Németországban 18,4%-os növekedést ért el, kompenzálva a korábbi visszaesést. Globális szinten a bevétel 222-ről 217 millió euróra csökkent, azonban a Convotherm kompakt, mesterséges intelligenciával támogatott kombipárolói és a „King of Compact” modell megerősítette a márkát a piacon.

Hersteller gewerblicher Küchentechnik

Produktion hauptsächlich in Deutschland; Netto-Umsatz in Mio. Euro

Suche in Tabelle

< Seite 2 von 4 >

Rg.	Unternehmen	Umsatz 2024**	Umsatz 2023**	24 vs. '23 in %	D-Umsatz 2024***	24 vs. '23	Export '24
6	Meiko Deutschland GmbH und Meiko Maschinenbau GmbH & Co. KG, Offenburg	460,0	434,0	6,0%	166,0	4,4%	60,0 %
7	Melitta Professional Coffee Solutions GmbH & Co. KG, Minden	242,3	246,6	-1,7%	67,9	4,5%	72,0 %
8	Brita SE, Tausenstein	226,0	206,0	9,7%	75,0	11,9%	67,0 %
9	Welbilt Deutschland GmbH, Egging (mit Convothorn)	217,0	222,0	-2,3%	45,0	18,4%	79,0 %
10	Wiesheu GmbH, Großbottwar	173,0	157,0	10,2%	58,7*	9,7%	66,0* %
11	Liebherr-Hausgeräte GmbH, Ochsenhausen	132,6	130,4	1,7%	54,8	-1,1%	63,8 %
12	MKN Maschinenfabrik Kurt Neubauer GmbH & Co. KG, Wolfenbüttel	125,0	122,0	2,5%	49,5*	3,1%	64,0 %
Total		6408,0	6275,5	2,1%	1.729,0	4,8%	58,2 %

*Schätzwert; **weitester Umsatz 2024: konsolidierter Nettoumsatz weltweit im Außer-Haus-Markt (AHM) der deutschen Mutter inkl. Töchter-/Vertriebsgesellschaften und Fachgroßhandel, inkl. Deutschlandumsätze; ***D-Umsatz 2024: Nettoumsatz im AHM der deutschen Mutter für den deutschen Markt inkl. Töchter-/Vertriebsgesellschaften und Fachgroßhandel
Erstellt mit Datawrapper

A középmezőnyben a Brita, Melitta Professional és Meiko kaptak helyet. A Brita 9,7%-os globális növekedéssel 727 millió eurós forgalmat ért el, a hazai B2B piacon 11,9%-kal 75 millió euróra bővült, kiemelt fejlesztési stratégiája az idősellátásban használt vízkezelési megoldásokra fókuszált. A Melitta Professional 4,5%-os hazai árbevétel-növekedést ért el, 242,3 millió eurós teljes forgalmával 2019-hez képest 15,4%-os növekedést mutat. A Meiko globális forgalma 460 millió euró (+6%), németországi árbevétele 166 millió euró (+4,4%), a vállalat a diszkontláncokat, töltőállomásokat és közétkeztetést is megcélazza, miközben automatizált folyamatokra és okos higiéniai megoldásokra épít.

A Winterhalter, Franke és WMF/Groupe SEB 2024-ben stabil növekedést mutattak. A Winterhalter árbevétele 470 millió euróra nőtt (+6,8%), míg a hazai piacon 9,2%-os növekedést ért el. A Franke Csoport 628 millió eurós bevételeivel, a Franke Coffee Systems pedig 80 millió euróval (+6,7%) járult hozzá a németországi forgalomhoz. A WMF/Groupe SEB Professional 975 millió eurós árbevételre tett szert, portfólióját a La Brigade de Buyer felvásárlásával bővítve.

Hersteller gewerblicher Küchentechnik

Produktion hauptsächlich in Deutschland; Netto-Umsatz in Mio. Euro

Suche in Tabelle

Seite 1 von 4 >

Rg.	Unternehmen	Umsatz 2024**	Umsatz 2023**	24 vs. '23 in %	D-Umsatz 2024***	24 vs. '23	Export '24
1	Rational AG, Landsberg am Lech	1194,0	1126,0	6,0%	124,0	1,6%	89,3 %
2	Hobart GmbH, Offenburg	999,6*	998,0*	0,2%	392,0	6,2%	38,0 %
3	WMF Group GmbH, Geislingen an der Steige (inkl. Schaefer, Curtis, Hepp, Pacojet, La San Marco etc.)	975,0	962,0	1,4%	155,0*	0,0%	67,0* %
4	Franke Gruppe, Bad Säckingen/Aarburg (CH)	628,0	645,0	-2,6%	125,0*	15,7%	84,0* %
	Franke Coffee Systems GmbH, Aarburg	383,0	415,0	-7,7%	80,0	6,7%	82,0* %
	Franke Foodservice Systems GmbH, Bad-Säckingen	245,0	230,0	6,5%	45,0	36,4%	86,0* %
5	Winterhalter Gastronomie GmbH, Meckenbeuren	470,0	440,0	6,8%	107,0	9,2%	77,0 %
	Total	6408,0	6275,5	2,1%	1.729,0	4,8%	58,2 %

*Schätzwert; **weltweiter Umsatz 2024: konsolidierter Nettoumsatz weltweit im Außer-Haus-Markt (AHM) der deutschen Mutter inkl. Töchter-/Vertriebsgesellschaften und Fachgroßhandel, inkl. Deutschlandumsätze; ***D-Umsatz 2024: Nettoumsatz im AHM der deutschen Mutter für den deutschen Markt inkl. Töchter-/Vertriebsgesellschaften und Fachgroßhandel
Erstellt mit [Datavrapper](#)

A 2. helyen álló Hobart a mosogatógép-technológia piacon közelít a milliárdos árbevételi szinthez: nemzetközi forgalma 999,6 millió euró (becsült érték), míg Németországban 392 millió euróra nőtt (+6,3%). A cég kiemelkedő innovációja a „Smart Vision Control”, egy olyan AI támogatott mosogatógép rendszer, amely optimális mosási eredményeket garantál minimális vízfogyasztás mellett, és amely a 2025-ös Internorga Zukunftspreis díjat is elnyerte.

A piacvezető Rational árbevétele 1,19 milliárd euró volt 2024-ben (+6%), a németországi forgalom 124 millió euró (+1,6%). A Rational fő innovációja az iHexagon rendszer, amely az ipari konyhák számára akár 24%-os energia-megtakarítást is lehetővé tesz étkezésenként. A cég célja, hogy 2050-re teljesen klímasemlegessé váljon, miközben biztosítja a legmodernebb konyhatechnológiai megoldásokat (food-service.de).



Autonóm konyharobotok

A müncheni székhelyű Circus SE új mérföldkőhöz érkezett a robotizált vendéglátás területén: a vállalat a kínai Suzhouban elindította a CA-1 típusú autonóm főzőrobot negyedik generációjának ipari sorozatgyártását. A gyártás megkezdése mindössze hat hónappal a gyártóüzem létrehozása után történt, és a tervek szerint a következő hetekben megkezdődik az első egységek kiszállítása.



A gyártás moduláris koncepciója lehetővé teszi a kapacitás rugalmas bővítését, miközben a hatékony tömeggyártás követelményeinek is megfelel. A CA-1 robotok komplexitását jól mutatja, hogy több mint 29 000 egyedi alkatrészből épülnek fel, és gyártás előtt legalább 150 precíziós teszten esnek át.

A gyártási folyamatot a kanadai Celestica támogatja, amely az üzem működtetéséért és a sorozatgyártás menedzsmentjéért felel. A partnerség révén a Circus képes évente több ezer egységet legyártani és a globális kereslethez igazítani a kapacitást.

A vállalat a CA-1 ipari bevezetését követően a fejlesztés alatt álló CA-M robotrendszer is tervezi sorozatgyártásba állítani a következő évben. A CA-M a CA-1-nél robusztusabb, nagyobb kapacitású rendszer, amely CA-1-nek egy erősebb, robusztusabb kivitelű változata.

A Circus Európában és az Egyesült Államokban is fontolgatja új gyártóbázisok létrehozását, hogy hatékonyabban tudjon reagálni a szakképzett munkaerő hiányából fakadó növekvő nemzetközi keresletre ([food-service.de](https://www.food-service.de)).

Német turizmus statisztika



2025 júliusában a németországi szálláshelyek összesen 56,7 millió vendégéjszakát regisztráltak, ami 1,2%-kal kevesebb, mint 2024 júliusában - közölte a Szövetségi Statisztikai Hivatal (Destatis), előzetes adatai alapján.

A belföldi vendégéjszakák száma 46,2 millió volt, ami 1,1%-os csökkenést jelent, míg a külföldi vendégéjszakák száma 1,3%-os visszaeséssel 10,5 millió

volt. Az év első hét hónapjában a szálláshelyek összesen 279,9 millió vendégéjszakát könyvelhettek el, ami csupán 0,2%-kal marad el a 2024 azonos időszakában mért rekordértéktől. Ez azt jelzi, hogy bár a júliusi adatok enyhe csökkenést mutatnak, az éves trend stabil, és a német turizmus továbbra is jelentős számú belföldi és külföldi látogatót vonz (eTurboNews).

Sok TamTam semmiért

Hírlevelünk korábbi számaiban már többször foglalkoztunk a Le Big TamTam ügyével. A hamburgi Hanseviertel negyedben található étterem idén, alig több mint másfél év után bezárja kapuit, legalábbis ideiglenesen.

Megerősített információk szerint a tulajdonos CBRE Group jelenleg is tárgyalásokat folytat a három megmaradt partner (Überquell, Momo Ramen és Underdocks) bérleti szerződéseinek felbontásáról.



Mint ismert, a forgalom már régóta elmaradt a várakozásoktól, a látogatók száma egyre alacsonyabb volt. Szakértők szerint az étterem indulási feltételei a kezdetekkor nehezek voltak (a nyitás többszöri késleltetése, technikai hibák, a víz elárasztotta területet), ráadásul túl kevés volt a „felhajtás” ahhoz, hogy egy ilyen új gasztronómiai „hotspotot” hozzanak létre. A vezetők most először átdolgozzák az eredeti koncepciót, és egy új partnerrel tervezik az újrainyitást, előreláthatólag 2025 karácsonyára.

Az eredeti modell szerint 5 hamburgi vendéglátóipari vállalkozás mintegy 2000 m²-es területet foglalt volna el a híres bevásárlóközpont alagsorában, kiegészítve egy központi bárral, egy színpaddal és rendezvényterekkel. A 2024 júliusára tervezett megnyitót korábban többször elhalasztották. Az akkori koncepció kidolgozója, a Tellerrand Consulting már körülbelül 6 hónappal a food court indulása előtt kiszállt a projektből. A Hamburger Abendblatt információi szerint a jövőben egyetlen üzleti partnerrel terveznek együttműködni, aki több éttermet is üzemeltet majd. Hogy a Le Big TamTam név megmarad-e, egyelőre nem tudni.

Burger King UK: The Wagyu



A Burger King UK piacra dobta „The Wagyu” néven az eddigi legdrágább hamburgerét. A 11 fontért kínált burger a Gourmet Kings sorozat része, karamellizált hagymával, rózsaszín pácolt hagymával, rukkolával, ropogós hagymával és karamellizált hagymás majonézzel, briós burgerzsemplében. Központi eleme a 100%-ban brit marhahúsból készült húspogácsa, amelyet a Yorkshire-i Warrendale Wagyu farmok biztosítanak.

A Burger King közel 700 brit farmmal működik együtt, ahol a Wagyu és brit tejelő tehenek keresztezéséből származó marhahús garantálja a prémium minőséget. A termék bevezetését a „Not Made by Gordon” humoros narratívát alkalmazó kampány kíséri, melynek központi szereplője Gordon Ramsay sztárséf. A reklámban Ramsay a hamburgert mindenképpen saját kreációjaként próbálja bemutatni, de a Burger King alkalmazottai folyamatosan kizavarják a konyhából. Maga Ramsay is elismerően nyilatkozott a termékről, kiemelve a brit Wagyu-marhahús minőségét és azt, hogy a gyorsétterem a prémium élményt szélesebb körben is elérhetővé teszi.

YOTEL: új vezető, nagyszabású tervek

A brit YOTEL szállodalánc 2025 szeptemberétől Phil Andreopoulos vezetésével folytatja globális terjeszkedését. Az új vezérigazgató korábban a Marriott International kötelékében szerzett vezetői tapasztalatot Európában, a Közel-Keleten és Afrikában, most pedig a kuvaiti Al-Bahar Group tulajdonában álló cégnél irányítja a modern, technológia-orientált márkát.



Az Al-Bahar Group a Közel-Kelet egyik legjelentősebb üzleti csoportja, amely több iparágban is jelen van, így a vendéglátás mellett például az IT és a

fogyasztói elektronika területén is.

A YOTEL jelenleg 23 hotellel működik világszerte, és további 11 egység megnyitását tervezi olyan kulcsfontosságú városokban, mint Bangkok, Belfast, Kuala Lumpur, New York és London. A cél 2030-ra a szobakínálat megduplázása, elérve a 15 000-es szobaszámot. A vállalat három márkája a klasszikus YOTEL városi hotelek, a repülőtereken működő YOTELAIR és az akár egy évig tartózkodásra is alkalmas YOTELPAD.

Phil Andreopoulos hangsúlyozza, hogy a növekedés nemcsak a szállodák számának bővítését jelenti, hanem a franchise és menedzselt üzemeltetési modellek erősítését, a közvetlen foglalások növelését, valamint a hűségprogramok fejlesztését. A YOTEL továbbra is a technológiai innovációra épít, kiemelve az automata digitális check-in lehetőséget, az okos bútorokat és robotizált szolgáltatásokat, amelyek a gyors, kényelmes és modern utazási élményt szolgálják.

Az új vezetés ambiciózus tervei és a technológiai fókusz jól illeszkednek a posztpandémiás turizmus megújuló igényeihez, így a YOTEL jó eséllyel válik a jövő utazóinak kedvenc szállodaláncává (eTurboNews).

Látogatottság csökken, bevétel nő



A Circana legfrissebb felmérése szerint 2025 első félévében a német Außer-Haus-Gastronomie, vagyis az otthonon kívüli étkezés piacának árbevétele 42,46 milliárd euróra nőtt, ami 1,7%-os növekedést jelent az előző évhez képest.

Az átlagos fogyasztói költség 8,15 euróra, 2,1%-kal emelkedett, ugyanakkor a látogatottság tovább csökkent 0,3%-kal, így a piac még mindig a koronavírus előtti szinthez képest 18%-os elmaradásban van. A fő szegmensek eltérően teljesítettek: a Quickservice-éttermek (QSR), azaz a gyorséttermek, büfék és street food egységek esetében a látogatottság 0,4%-kal csökkent, miközben az árbevétel 1,6%-kal nőtt, elérve 16,74 milliárd eurót, az átlagos költség pedig 2%-kal 6,04 euróra nőtt.

A teljes körű kiszolgálást nyújtó éttermek és hotelek (Fullservice, FSR) esetében a látogatottság 1,6%-kal esett vissza, míg az árbevétel 0,8%-kal emelkedett, összesen 14,63 milliárd euróra, az átlagos költség pedig 2,4%-kal 20,54 euróra nőtt. Az élményszerző koncepciók látogatottsága 0,9%-kal nőtt, árbevétele pedig 3,7%-kal, ami a vendégek közösségi és különleges élmények iránti növekvő igényét jelzi.

A delivery szegmens továbbra is növekszik, és a QSR-ek, valamint egyes FSR-ek számára második bevételi pillért jelent. A munkahelyi és oktatási

intézményekben nyújtott közétkeztetés stabil látogatottságot mutat és 2,1%-os árbevétel-növekedést ért el, részben a home office csökkenésének köszönhetően, ami a visszatérő irodai dolgozók révén fokozza a fogyasztást. A szupermarketek és üzletek készétel kínálata versenyelőnnyel rendelkezik az ÁFA-előny, alacsony ár és könnyű hozzáférhetőség révén.

A piac 2025-ben továbbra is a látogatottság csökkenésével küzd, amit az átlagos fogyasztói költség növelésével, delivery szolgáltatásokkal és élménynyújtó koncepciók bevezetésével lehet ellensúlyozni. A trading-down jelenség - azaz a vendégek átvándorlása a Fullservice szolgáltatóktól a Quickservice éttermekbe - 2025-ben már mérséklődött, miközben a fiatal felnőttek a QSR-ek és hibrid koncepciók felé orientálódnak, az idősebb vendégek pedig a minőséget, megbízhatóságot és komfortot keresik.

Uniós hírek

Ideiglenes elnök a csúcstalálkozón

A World Travel and Tourism Council (WTTC) tagjai a római éves csúcstalálkozóra készülnek, ahol változások történnek a vezetésben. Gloria Guevara, aki korábban a WTTC elnökö-vezérigazgatója volt, ideiglenesen visszatért a szervezet élére a globális találkozó végéig.





Guevara 2021-ben távozott a posztról, miután elfogadta a szaúd-arábiai turisztikai miniszter főtanácsadói pozícióját, majd indult az ENSZ Turisztikai Szervezetének főtitkári posztjáért, de vereséget szenvedett. A WTTC aktuális elnöke, Julia Simpson hosszabb betegsége miatt nem tud részt venni a római csúcson, helyette Guevara irányítja a konferenciát. A megválasztott elnök Manfredi Lefebvre itt veszi át a pozíciót elődjétől (eTurboNews).



Közbeszerzési szabályozás

Szeptember 22-én Brüsszelben kerül megrendezésre a Közétkeztetés Szociális Párbeszédének plenáris ülése, illetve a FoodServiceEurope és az EFFAT közös eseménye az Európai Parlamentben.

Itt az EU különféle épületeiben dolgozó közétkeztetési munkavállalók és a munkaadói képviselők ismertetik parlamenti képviselők egy csoportjával az ágazat helyzetét annak érdekében, hogy elérjük az EU-s közbeszerzési szabályozás közétkeztetésre vonatkozó szabályainak ésszerűsítését.

