

Kedves Kollégák!

Alább küldjük a VIMOSZ hírlevelének 2025. évi huszonnyolcadik számát.

Dr. Böröcz Lajos



Hírlevél

2025. december 18. 21. évfolyam 28. szám



Szövetségi hírek

- Szociális párbeszéd rendezvény



Tag- és társszervezeti hírek

- Olasz konyha kiválóságai
- Budapesti Turistamonitor 2025
- Exkluzív évvégi rendezvényhelyszínek



Nemzetközi hírek

- MOORE negyedéves jelentés
- Nagyvárosi vendéglátás vásárlóereje
- Versenyfutás Ukrajnáért
- Argentína 13 mrd. dolláros turisztikai paradoxona
- „Foodvenience”
- DraculaLand projekt
- Selecta Group stratégia a változó piacon
- A brit rendezvényipar helyzete
- A gazdaság mozgatórugójának adóztatása
- Alacsony bérek
- Fizetéseképtelenségi hullám
- Burger piac
- Pizza Hut helyzete Svédországban
- Starbucks elleni kártérítési ügy
- A magasan feldolgozott élelmiszerek globális kockázata
- Az éttermi „no-show” jelenség
- Szigorúbb határellenőrzés az USA-ban



Uniós hírek

- Erdőirtás mentességi termékrendelet (EUDR)
- Az Omnibus I. egyszerűsítési csomag változásai a fenntarthatósági szabályozásban
- Versenyképesség növelése minőségi munkahelyeken keresztül
- Nem csökken az élelmiszerhulladék az EU-ban

Szövetségi hírek

Szociális párbeszéd rendezvény



Szövetségünk 2026. január 15-én 14:00-kor tartja a GINOP pályázathoz kapcsolódó Szociális párbeszéd rendezvényét a Danubius Hotel Helia-ban. A rendezvényen szó esik a szociális párbeszéd szerepéről, mind munkaadói, mind munkavállalói szempontból. Bemutatásra kerülnek a VIMOSZ által rendelt kutatás eredményei (SZJA kedvezmény hatása, ágazati munkaerő demográfiája), illetve az EU Bértranszparencia előkészületek részletei. Kerekasztal beszélgetés során tapasztalt vezetők osztják meg véleményüket a méltányosság és hatékonyság kérdésében. Az eseményen a részvétel ingyenes, azonban a helyek limitált száma miatt regisztrációhoz kötött. Részvételi szándékát kérjük az info@vimosz.org email címen jelezze január 8-ig.

Tag- és társszervezeti hírek

Olasz konyha kiválóságai



Olasz társzövetségünk az ANGEM (*Olasz Közétkeztetők Országos Szövetsége*) elnöke rövid nyilatkozatban emlékezett meg annak jelentőségéről, hogy az olasz konyhaművészet az UNESCO szellemi kulturális örökség listáján szerepel. Hozzátette, hogy a közétkeztetésben dolgozók minden nap védik az olasz konyha kiválóságát és használják értékeit. Az iskolai, munkahelyi és egészségügyi menzákon egyaránt kiváló szakemberek ezrei dolgoznak csendesen, de annál erősebb alapokon: bemutatják a minőségi termékeket, tradicionális és egyéb helyi recepteket alkalmaznak, ugyanakkor ezzel egyidejűleg garantálják a biztonságot, fenntarthatóságot és a hozzáférést mindenki számára. A közbeszédben sajnos sokszor elfeledkezünk róla, hogy a kiválóság nem csak a top éttermekben mérhető, hanem azokon a helyeken is, ahol a mindennapokban is az értékekhez való demokratikusabb hozzáférése és azok szélesebb körben történő megoszthatóságán dolgoznak.

Budapesti Turistamonitor 2025

Az Eventrend Group által készített, hiánypótló „Budapesti Turistamonitor 2025” kutatás átfogó képet fest a magyar fővárosba látogató külföldi vendégek szokásairól. A felmérés, amelyben 139 országból érkezett több mint négyezer vendég vett részt, rávilágít arra, hogy Budapest egyszerre őrzi hagyományos vonzerejét és küzd a modern turizmus kihívásaival.



A kutatás egyik legmeghatározóbb megállapítása a digitális platformok totális uralma. A turisták kétharmada ma már online foglal szállást és tájékozódik. A szolgáltatók reputációja így már nem a helyszínen, hanem az utazást megelőzően, az online térben épül fel vagy sérül. A vendégek fele legalább egy hónappal, jelentős részük pedig hetekkel az érkezés előtt lefoglalja szállását, ami jól mutatja a tudatos tervezés fontosságát. Gasztronómiai téren kettős

tendencia érvényesül. A „bakancslistát” továbbra is a magyar konyha klasszikusai - a gulyás, a lángos és a somlói galuska - vezetik, ám a fogyasztói igények szerkezete drasztikusan átalakult. A kutatás egyik legfontosabb adata szerint a vendégek 40 százaléka követ valamilyen speciális étrendet; minden ötödik turista vegetáriánus vagy vegán. Ez az arány jelzi, hogy a mentes és növényi alapú kínálat biztosítása ma már nem versenyelőny, hanem a piacon maradás alapfeltétele. A magyar vendéglátás megítélése összességében pozitív: a válaszadók 82 százaléka elégedett, külön kiemelve a személyzet barátságosságát és a város egyedi, „történelmi, mégis modern” atmoszféráját. A felmérés ugyanakkor rámutatott a versenyképességet veszélyeztető kritikus pontokra is. A vendégek szerint a tisztaság - mind a vendéglátóhelyek mosdóiban, mind a közterületeken -, valamint az angol nyelvű kommunikáció hiánya jelenti a legnagyobb problémát. A nyelvi akadályok és az információk nehézkes elérhetősége közvetlenül csökkentheti a visszatérési hajlandóságot. Jelenleg a látogatók negyede visszatérő vendég, 56 százalékuk pedig biztosan tervezi az újbóli látogatást. [Ezen a linken keresztül](#) elérhető a teljes felmérés.

Exkluzív évvégi rendezvényhelyszínek



Az Eventrend Group csapatának ajánlatára hívjuk fel a figyelmet. A Gundel és a Bagolyvár kiemelt ünnepi rendezvényhelyszínekként kiváló lehetőséget biztosítanak a reprezentatív évváráshoz. A Bagolyvár egyedülálló konstrukció keretében, biztosítva a magas színvonalú gasztronómiai szolgáltatást és privát környezetet, zártkörűen foglalható egyetlen, maximum 50 fős társaság részére. A Gundel Bál alkalmával pedig privát VIP szalonok (Téli kert, Herendi szalon) biztosítanak diszkrét környezetet és személyre szabott felszolgálást a báli forgatagban.

További részletek: bagolyvar.com/szilveszter és gundel.hu/gundel-bal

Nemzetközi hírek



MOORE negyedéves jelentés

A Moore Hotels and Leisure negyedéves elemzéssorozata a globális szállodaipar teljesítményét vizsgálja a négy vezető tőzsdei óriáscég (Marriott, Hilton, IHG, Hyatt) pénzügyi jelentéseire alapozva. A több mint 109 országot és mintegy 27 000 szállodát lefedő reprezentatív minta hiteles betekintést nyújt az iparág aktuális trendjeibe, fejlődési irányába és a globális piaci folyamatokba.

A globális szállodaipar 2025 harmadik negyedévében (Q3) is folytatta a második negyedévre jellemző stagnálást. Bár a rendszerszintű kihasználtság továbbra is stabilan 70% felett maradt, az iparág teljesítménye területenként és szegmensenként eltért egymástól. A jelentés alapján a RevPAR globálisan 1,1%-os csökkenést mutatott. A megtorpanás mögött a gazdasági kihívások és a kereslet egyenetlen eloszlása áll. A globális foglaltság 72,6% volt (alig elmaradva a tavalyi 73,2%-tól), míg az átlagár (ADR) 164,9 USD szinten stabilizálódott. A globális lassulást az EMEA (Európa, Közel-Kelet, Afrika) régió erős teljesítménye ellensúlyozta. Különösen a Közel-Kelet teljesített kiemelkedően, ahol a turizmus várhatóan 367 milliárd dollárral járul hozzá a gazdasághoz idén. Szaúd-Arábia az év első felében több mint 60 millió lokális és nemzetközi turistaérkezést regisztrált. Az országban jelenleg 92 000 szállodai szoba áll fejlesztés alatt, ami a legnagyobb volumen a régióban. Az Európába érkezők közel fele a mediterrán térségbe utazik ide utazik, sikeresen ellensúlyozva a francia és német piac bázishatását. Az USA piaca a vártnál gyengébben teljesített. Bár a dollár jelentősen gyengült az euróval szemben, ez nem eredményezte a beutazó turizmus várt megugrását. Ezzel párhuzamosan a tehetősebb amerikai utazók inkább a tengerentúli célpontokat választották a belföldi úti célok helyett. Ezzel szemben az Ázsia és Csendes-óceáni térség (APAC) 10,7%-os növekedést könyvelhetett el a nemzetközi érkezésekben. A szegmensek vizsgálata érdekes tendenciát mutat: a

luxuskategória bizonyult a legellenállóbbnak, mindössze 1,0%-os RevPAR-csökkenéssel. Ez azt jelzi, hogy a magasabb jövedelmű utazók kereslete a makrogazdasági bizonytalanságok ellenére is stabil. Az alacsonyabb kategóriákban (upscale, upper-midscale) érezhetőbb volt a visszaesés és az árak mérséklődése.

Nagyvárosi vendéglátás vásárlóereje

A Meoton berlini adatelemző vállalat mesterséges intelligencia segítségével értékelte München és Hamburg vendéglátóipari jellemzőit, olyan mutatókat vizsgálva, mint a vendéglátóhely-sűrűség, árszintek és lokális vásárlóerő. A módszertan alapját több adatforrás adta - köztük a Nexiga (helymeghatározás és geomarketing), német statisztikai hivatalok (Statistisches Bundesamt, Statistik Nord), valamint a városi hivatalos nyilvántartások.



München, Bajorország fővárosa és Németország harmadik legnagyobb városa jelenleg 1,5 millió lakossal rendelkezik. A város lakosságának 49,5%-a migrációs háttérű vagy külföldi, ami jelentős kulturális diverzitást hoz a gasztronómiai kínálatba. München továbbá az ország egyik legfontosabb gazdasági központja, amit az erős vendéglátó- és szolgáltatási szektor is támogat. 2024-ben mintegy 20 millió vendégéjszakát regisztrált a város, ami a vendéglátás teljesítményét közvetlenül erősíti. A nemzetközi üzleti turizmus és az ikonikus események, mint az Oktoberfest, stabil és széles fogyasztói bázist biztosítanak. A vendéglátóhelyek száma 6839 (2025. szeptember), ami 1,8%-os növekedés az előző évhez képest. Bár ez kisebb bővülési ütem, mint Hamburgban (2,05%), München kimagasló vásárlóereje egy prémium fogyasztói réteget mutat, ami magasabb árú és szofisztikáltabb koncepciókra is képes tartós keresletet fenntartani. A kutatásban vizsgált mutatók (országos átlag = 100, Hamburg = H, München = M): ételár-index: 109,3 (H), 109,9 (M). Hamburg Németország második legnagyobb városa, jelenleg 1,8 millió lakossal. A népesség több mint 66%-a migrációs háttérű vagy külföldi állampolgár. A kikötőváros emellett turisztikai nagyhatalom: évente több mint 16 millió vendégéjszakát regisztrálnak. A gasztronómia rendkívül változatos: a hagyományos német fogások mellett erős a multikulturális jelenlét és az innovatív streetfood-koncepciók térnyerése. A vásárlóerő tekintetében Hamburg az országos átlag felett teljesít, ami kedvez a magasabb árkategóriájú éttermeknek. A vendéglátóegységek száma 8277 (2025. szeptember), ami 2,05%-os növekedést jelent az előző év azonos időszakához

képest. Ez azt jelzi, hogy a hamburgi piac nem telített, hanem bővül - új éttermek lépnek piacra, új koncepciók jelennek meg, és a kereslet továbbra is élénk. A Meoton által végzett mesterséges intelligencián alapuló nagy mintás digitális analízisek módszertana új alapokra helyezheti a vendéglátóipari piackutatást és stratégiai döntéshozatalt.



Versenyfutás Ukrajnáért

Európa legnagyobb diszkont légitársaságai - a Wizz Air, a Ryanair és az ukrán piacon új belépőként megjelenő easyJet - már a startvonalnál sorakoznak. A cégek vezérigazgatói a berlini fal 1989-es leomlásához hasonlítják a várható keresletet: arra számítanak, hogy a légtér megnyitása után azonnal hatalmas utazási boom indul meg.

A Wizz Air vezérigazgatója bejelentette, hogy a béke után két éven belül 15, hét éven belül pedig 50 repülőgépet állomásoztatnának Ukrajnában, Kijevet kiemelt keleti csomóponttá téve. A Ryanair célja évi 4 millió utas szállítása, ami a háború előtti volumen háromszorosa. A cég ígérete szerint a biztonsági engedély megadása után két héttel már jegyeket fognak árulni. Az easyJet jelenleg potenciálisan a legnagyobb európai projektjeként tekint az országra, elsősorban a hazatérő utazókra építve. Bár az iparág nyíltan beszél a "sötét turizmus" (dark tourism) jelenségéről, a forgalom gerincét várhatóan a hazatérő menekültek, a családlátogatások, valamint az újjáépítésen dolgozó szakemberek és humanitárius munkások adják majd. A repülőterek (különösen Kijev-Boryspil és Lviv) meglepően jó állapotban vészelték át a háborút. A kormányzati tervek szerint egy tartós tűzszünetet követően 30-90 napon belül megindulhat a fokozatos nyitás, valószínűleg a nyugati országrészben kezdve. Bár a biztosítási költségek kezdetben magasak lesznek, a három légitársaság versenye várhatóan alacsonyan tartja majd a jegyárakat (tourism-review.com).

Argentína 13 mrd. dolláros turisztikai paradoxona

Történelmi mértékű, akár 13 milliárd dolláros turisztikai deficit fenyegeti Argentínát 2025-ben: a dél-amerikai ország elnökének sikeres inflációletörő intézkedései mellékhatásaként az argentin peso reálértéken drasztikusan túlértékelődött. Ennek következtében a belföldi árak az egekbe szöktek, így a középosztály számára olcsóbbá vált a külföldi nyaralás (például Brazília tengerpartjain vagy Chilében), mint a hazai pihenés.



A számok drámaiak: az év első kilenc hónapjában 9,7 millió argentin utazott külföldre, miközben mindössze 4,1 millió külföldi turista érkezett, ami hatalmas, 5,6 milliós „turista-hiányt” eredményezett. Miközben a szomszédos országok profitálnak az argentin bevásárló- és szabadidős turizmus rohamából, az argentin csúcsdesztinációk konganak az ürességtől. Patagónia és Mendoza luxusszállodái 40-60%-os foglaltság-csökkenésről számolnak be, mivel az árak már az észak-amerikai és európai vendégek számára is megfizethetetlenek. A szektorban megkezdődtek az elbocsátások, miközben a turisztikai kiadásokon keresztül kiáramló deviza kritikusan apasztja a jegybanki tartalékokat, fenntarthatatlan nyomást helyezve az ország gazdaságára (tourism-review.com).



„Foodvenience”

A svájci Valora csoport, amely hazájában már mintegy 350 egységgel van jelen az Avec kisbolt koncepcióval, új növekedési fázisba lép Németországban. Az Avec első észak-németországi zászlóshajó üzletét Hamburgban, egy nagy forgalmú városi helyszínen nyitotta meg.

A Valora németországi kiskereskedelmi igazgatója szerint a cél az, hogy a koncepciót a német fogyasztók igényeire szabva vezessék be. Az Avec fő célcsoportját az ingázók, diákok és átutazók alkotják, de számítanak a helyi lakosokra is a gyors bevásárlási igények tekintetében.

Az Avec koncepció az éles versenyhelyzetű német piacon a frissességre, minőségre és vonzó árakra helyezi a hangsúlyt. A megkülönböztetés kulcsa a food-to-go terület, ahol a termékeket (meleg ételek, saláták, regionális specialitások) naponta többször, helyben készítik. Ezt a kínálatot modern üzletdesign és online vásárlási lehetőségek egészítik ki, így az Avec határozottan elhatárolja magát a hagyományos, csomagolt standard árukra építő koncepcióktól. A Valora ezzel a „Foodvenience” kifejezéssel fémjelzett stratégiával a klasszikus convenience store gondolatot fejleszti tovább, amelyben a gyorsaság és a kényelem a minőségi, friss étkezéssel párosul.

A Valora úgy látja, hogy a német convenience piac - Svájccal vagy Írországgal összehasonlítva - még fejlődésének korai szakaszában van, de nagy növekedési potenciált rejt. A csoport célja, hogy az Avec-et a modern, minőségi útközbeni étkezés meghatározó szereplőjévé tegye Németországban. Bár a Valora Svájcban már tesztelt automatizált üzleteket (self-shecheckout és self-scanning), a német piacra történő bevezetésük jelenleg nincs napirenden, mivel a magas üzemeltetési költségek és a magas lopási ráta Svájcban is még kihívást jelentő kérdés.

DraculaLand projekt

Nagyszabású terveket mutattak be egy 1 milliárd euró összértékű, "DraculaLand" névre keresztelt szórakoztatóipari komplexum létrehozására, amely Bukaresttől mintegy 20 kilométerre északra, egy 160 hektáros területen valósulna meg. A beruházás célja egy egész évben üzemelő, nemzetközi turisztikai célpont kialakítása, amely a vámpírmitológiára és Vlad Țepeș örökségére építve egyesíti a tematikus vidámparki élményeket a prémium szolgáltatásokkal.



A tervek szerint a komplexum hat tematikus zónát, 40 attrakciót, három szállodát (összesen 1200 szobával), valamint wellness-, bevásárló- és rendezvényközpontokat foglal majd magában. A projekt gazdasági és technológiai ambíciói kiemelkedőek: a fejlesztők évi hárommillió látogatóval és mintegy 5000 új munkahely teremtésével számolnak a régióban. A fizikai létesítmények mellett a koncepció innovatív eleme a "DraculaLand multiverzum", egy digitális platform, amely virtuális látogatást tesz lehetővé saját kriptovaluta-rendszerrel, e-sport arénákkal és oktatási központokkal kiegészítve. Ezzel a beruházás a klasszikus történelmi legendát modern, technológia-orientált köntösbe öltöztetve kívánja megszólítani a fiatalabb generációkat és a nemzetközi közönséget. Bár a kezdeményezés magas szintű politikai támogatást élvez, a kivitelezés pontos ütemterve és a végleges

hatósági engedélyek még váratnak magukra. A fejlesztők az első fázis átadását 2027-re prognosztizálják. A beruházás stratégiai célja, hogy Románia a jelenleginél hatékonyabban aknázza ki a Dracula története által generált globális érdeklődést, tudatosan ötvözve a hollywoodi fikciót a nemzeti történelmi narratívával.

Selecta Group stratégia a változó piacon



A svájci Selecta Group, az európai vending machine (automata) szektor egyik meghatározó szereplője, átfogó stratégiai átalakításba kezdett, reagálva a piacot sújtó strukturális kihívásokra. A home office és hibrid munkavégzés elterjedése alapvetően gyengítette a klasszikus irodai helyszíneken működő automata üzletágat.

A European Vending & Coffee Service Association (EVA) adatai szerint a hagyományos irodai helyszíneken telepített automaták aránya a járvány előtti 80%-ról 2024-re 70%-ra esett vissza. A vállalat a piachoz való igazodás folyamatában jelentős létszámleépítéseket is végrehajt. A stratégiaváltást a felsővezetés cseréje is kísérte, amellyől a cégcsoport új lendületet vár a megváltozott európai piacon. Az átalakulás másik pillére a termékkínálat modernizálása. A Selecta ezzel arra reagál, hogy a snackpiac dinamikája az egészségesebb, fehérjedús és növényi alapú opciók felé tolódott el, ahogy azt az ételkiszállítási piac adatai is alátámasztják. A vállalat célja, hogy a klasszikus termékek mellett a jövőben nagyobb hangsúlyt fektessen a friss, funkcionális italokra, valamint az innovatív, egészségtudatos snackekre (pl. protein- és vegán/vegetáriánus termékek), amelyek a modern táplálkozási igényeket elégítik ki. A portfólió ezen újragondolásával a Selecta célja, hogy növelje automatáinak vonzerejét, és ezáltal hatékonyabban küzdjön a klasszikus irodai helyszíneken tapasztalható forgalomvesztés ellen (gypraxis).

A brit rendezvényipar helyzete

A brit rendezvényipar ernyőszervezete, a UKEVENTS friss adatai szerint az iparág 69 milliárd fontra becsült értékkel bír, ami 7 milliárd fontos növekedést jelent 2024-hez képest. A 2025 és 2027 közötti időszakra éves szinten 3-5%-

os növekedési ütemet prognosztizálnak, ami elmarad a 2019-es szinttől, de meghaladja számos európai uniós piacét.

Az iparág teljes értékéhez 19 milliárd fonttal a konferenciák és találkozók, 11,5 milliárd fonttal a kiállítások, míg az ellátási lánc 2,5 milliárd fonttal járul hozzá. A fellendülés ellenére a piac jelentős volatilitással küzd. A MICE szektor benchmarking adatait szolgáltató Venue Performance kimutatása szerint 2025 első negyedévében a foglalások száma 15-20%-kal, az események volumene pedig 10-15%-kal esett vissza az előző évhez képest. Ezt a volumencsökkenést azonban ellensúlyozta a magasabb értékű események felé való elmozdulás: az egy delegáltra jutó bevétel (RPD) 8%-kal, a delegáltak átlagos létszáma pedig 16%-kal nőtt. A regionális teljesítmény jelentősen eltér: a londoni értékesítés 12%-ot esett, míg az észak-keleti régió 8%-os növekedést regisztrált. A jelentés kiemeli, hogy a szektor számára a működési költségek emelkedése és a szabályozási nehézségek jelentik a fő kihívást. A Brexit utáni vízumszabályok lassítják a beutazási folyamatokat, ami különösen az afrikai és ázsiai feltörekvő piacok részvételét veti vissza. Ezen túlmenően az iparág egyre több kiberbűnözési esettel és pénzügyi nehézségekkel is szembesül. A jövőre nézve az infrastruktúrába való befektetések továbbra is a növekedés motorjai maradnak, miközben a hibrid rendezvények lebonyolítása, valamint a digitális funkciók és a mesterséges intelligencia által vezérelt adatértékelés beépítése mindennapi elvárássá válik az iparágban (C&IT).

A gazdaság mozgatórugójának adóztatása



A Dehoga vezetősége szerint a német szálloda- és vendéglátóipar az 1980-as évek óta jelentős munkahelyteremtő és gazdasági motor lett, és alapvető szerepet tölt be a városok és régiók életminőségében. A pandémia után a foglalkoztatottak száma stabilan több mint 1 millió, míg 2024-ben 50 700 fiatal szerzett szakképzést az ágazatban, ami 9,1%-os növekedés az előző évhez képest.

Az iparág sokszínű, rugalmas és innovatív, és a túléléshez kulcsfontosságúak voltak azon politikai lépések, mint például az átmeneti áfacskökkentés (2020-2023), a rugalmas munkaidő és adókedvezmények. Ugyanakkor a drágulás, a bürokrácia és a költségnövekedés továbbra is nyomást gyakorol a vállalkozásokra, ezért a Dehoga elsősorban a tartós adóigazságságot, a

rugalmas munkavállalási lehetőségeket és a bürokrácia csökkentését tartja nélkülözhetetlenek.

A német Bundestag ebben a hónapban elfogadta azt a törvénycsomagot, amely adóügyi könnyítéseket javasol a vendéglátóiparban. Az intézkedések sorsa azonban még nyitott, mivel a javaslatnak a tartományokat képviselő Bundesratban is jóváhagyásra kell kerülnie. A vendéglátóipari étkezési szolgáltatásokra vonatkozó általános forgalmi adót (ÁFA) tartósan a jelenlegi 19%-ról 7%-ra csökkentenék. Ez a kedvezmény, amely már a koronavírus-járvány idején is érvényben volt, a pénzügyminisztérium szerint az éttermeken és kávézókön kívül a pékségekre, hentesekre, vendéglátó-ipari beszállítókra, valamint a közétkeztetésre is vonatkozna. A cél a válság által sújtott ágazat gazdasági támogatása. A politikai vita azonban megosztott: a kritikusok attól tartanak, hogy az ágazat nem adja tovább a megtakarítást a fogyasztóknak (pl. az étel nem lesz olcsóbb), míg a törvény támogatói szerint ez a lépés a munkahelyek megtartásához és a magas minőségű szolgáltatások fenntartásához szükséges.

Alacsony bérek

Németországban 2025 áprilisában 6,3 millió ember dolgozott alacsony bérű foglalkoztatottként, ami a teljes foglalkoztatottság 16%-át tette ki. Ez az arány stagnálást mutat az előző évhez képest. Az alacsony bérsáv küszöbe 2025 áprilisában bruttó 14,32 euró volt óránként (2024-ben 13,79 euró), ami a medián bruttó órabér kétharmada alatt van.



Bár az alacsony bérsávú foglalkoztatásban dolgozók aránya 2014 óta jelentősen csökkent - elsősorban a bevezetett minimálbérnek köszönhetően -, a csökkenés lendülete megtorpant. A törvényes minimálbér 2025-ben 12,82 euró, melynek 13,90 euróra történő emelése van kilátásban 2026-tól. Az alacsony bérezés különösen nagy arányban érint bizonyos ágazatokat. A leginkább kitett terület a vendéglátás és szállodaipar, ahol az állások több mint fele (51%) alacsony béreket ad. Jelentős arányban érintett továbbá a mező-, erdő- és halászat (45%), valamint a művészet, szórakozás és rekreáció területe (36%). Ez rávilágít azokra a szektorokra, ahol a bérnyomás és a jövedelemegyenlőtlenség a legmarkánsabban jelentkezik. Az alacsony bérekkel dolgozók (a bérskála alsó 10%-a) és a legjobban keresők (a bérskála felső 10%-a) közötti különbség változatlan maradt. A statisztika szerint a legjobban keresők átlagosan 39,65 eurót kaptak óránként, ami 2,95-szöröse az alacsony jövedelműek átlagosan 13,46 eurós órabérének. Ez az adat azt jelzi, hogy bár a minimálbér segíthet a legalsó bérszint emelésében és a bérkülönbségek enyhítésében, az alacsony és magas jövedelmű csoportok közötti távolság az elmúlt időszakban stabilizálódott.



Fizetéseképtelenségi hullám

Ausztria gasztronómiai piacát jelentős kihívások érik, melyek eredményeként két ismert lánc, a hagyományos Schnitzelland és a vegán fókuszú Swing Kitchen is fizetéseképtelenségi eljárást kezdeményezett.

Ez a fejlemény megerősíti a szektorban tapasztalható, növekvő költségek által indukált „gasztro-halál” tendenciáját. A Swing Kitchen anyavállalata, a Schillinger Vegan Holding már korábban is pénzügyi nehézségekkel küzdött. A helyzet súlyosbodását a tulajdonosok azon rövid határidős döntése okozta, miszerint megtagadták a vállalat pénzügyi stabilizálásához szükséges források biztosítását. Mivel a külső befektetők felkutatása sikertelen maradt, a tervezett szanálási kísérlet megghiúsult. Ennek eredményeként a teljes csoportra vonatkozóan kezdeményezték a fizetéseképtelenségi eljárást. Az intézkedés összesen hét telephelyet (köztük öt bécsit) és 130 alkalmazottat érint. A csoport nem tervez szanálást, így a fennmaradó egységek bezárásáról a kijelölt csődbiztosok fognak dönten. A Schnitzelland esetében is a növekvő működési költségek idézték elő a pénzügyi instabilitást, aminek következtében a cég csődeljárás alá került. Ez a lépés a "Wienerwald" után a következő hagyományos schnitzel-lánc összeomlását jelenti. A jelenlegi információk szerint négy helyszín és a kiszállítási szolgáltatás érintett. A telephelyek vagyonértékeléséig a működésük ideiglenesen biztosítottnak tekinthető. A gyorséttermi piacot érintő pénzügyi nehézségek újabb szereplője a népszerű amerikai Five Guys burgerlánc is, amelynek németországi leányvállalata

komoly pénzügyi gondokkal küzd. Az étteremlánc a 2017-es piacra lépése óta megszakítás nélkül, már a hetedik éve termel veszteséget. A felhalmozott teljes veszteség már meghaladja a 60 millió eurót. Csak 2023-ban a veszteség meghaladta a 7,5 millió eurót. Ezek az esetek rávilágítanak a kiskereskedelmi gasztronómia egészét érintő strukturális és költségoldali nyomásra, amely jelentős kihívásokat támaszt a szereplők fenntarthatóságával szemben, függetlenül azok koncepcionális fókuszától.

Burger piac



A németországi burgerpiacot továbbra is elsőprő mértékben uralja két amerikai globális szereplő, a McDonald's és a Burger King. A két lánc már az 1970-es évek óta jelen van az országban, lefektetve ezzel a „Quick Service” (QS) gasztronómia alapjait, és a legmagasabb márkaismertséggel rendelkeznek. Köszönhetően az erős anyavállalati háttérnek, professzionális franchise rendszereknek és folyamatos hálózatbővítésnek (McDonald's átlagosan évi 25, Burger King évi 15 új étterem), versenytársaik sem árbevételben, sem egységszámban nem közelítik meg őket.

Rang (Top 100)	Unternehmen/Marke	Kategorie	Umsatz 2024 (Mio. €)	+/- zu 2023 (Mio. €)	Units 2024	+/- zu 2023
1 (1)	McDonald's Deutschland*	QS	4.850	50,0	1.368	-20
2 (2)	Burger King Deutschland*	QS	1.225	25,0	760	0
3 (22)	Hans im Glück	FS	159	-10,0	83	0
4 (34)	Peter Pane	FS	124	-7,0	55	3
5 (37)	burgerme	QS	113	-1,0	140	-5
6 (49)	Five Guys	QS	86	-3,3	35	0
7 (35)	Ruff's (via Gustoso)	FS	40	1,0	50	9
8 (83)	Burgermeister	QS	39	7,5	15	6
9 (17)	Burgerheart (via Concept Family)	FS	29	-1,2	17	-2
10 (15)	Jim Block (via Block Gruppe)	QS	19	-0,7	11	0
Összesen	Burger total		6.684	60,3	2.534	-9

A láncok további növekedési potenciált látnak a kiszállítási szektorban (delivery), ami a növekvő mobilitás és az ún. „convenience” trend következménye. A Top 10 burger márka közül hét hazai fejlesztésű koncepció, ami a német piac erős belső versenyét mutatja. Közülük kiemelkedik a burgerme, amely 140 egységével az egyetlen német márka, amely három számjegyű üzletszámmal rendelkezik. A burgerme növekedési stratégiája a delivery-fókuszra épül: a drága lokációk helyett lakóövezeti helyszíneket választanak, ami alacsonyabb befektetési igényű, és gyors franchise-alapú terjeszkedést tesz lehetővé. A hazai láncok is aktívan terjeszkednek nemzetközi szinten (pl. Hans im Glück Hollandiában, Burgermeister Lengyelországban), míg a neves amerikai láncok közül csak a Five Guys tudott a két óriás mellett tartósan megjelenni a piacon, bár utóbbi komoly pénzügyi nehézségekkel küzd. A burgerpiacon a „Quick Service” (QS) a legelterjedtebb forma, de az öt legnagyobb márkából kettő a „Full Service” (FS) szegmensben működik (Hans im Glück, Peter Pane). Az átlagos telephelyenkénti árbevétel alapján a rangsor eltérő képet mutat. A piacvezető McDonald's (3,5 millió €/üzlet) mögött szorosan következik a mindössze 15 egységgel rendelkező berlini Burgermeister (3,3 millió €/üzlet), amely igazolja a kis üzletméretnél is elérhető magas hatékonyságot. A FS-szegmensben a Peter Pane (2,3 millió €/üzlet) magasabb átlagos forgalmat generál egy-egy üzletben, mint a nagyobb hálózattal rendelkező Hans im Glück (1,9 millió €/üzlet). Az egyszerű hamburgerek esetében a Burger King és a McDonald's a leginkább megfizethető (2,89-2,99 €). Ezzel szemben a Full Service láncok a prémium kategóriát képviselik (Hans im Glück 9,90 €-tól, Peter Pane 12,90 €-tól indul). A szigorúan burgerekre fókuszáló láncoknál a főtermék aránya kiemelkedően magas (pl. burgerme 70%, Jim Block 60%). A szélesebb kínálattal rendelkező óriásoknál (McDonald's) ez az arány a termékek egyharmadát teszi ki (food-service.de).

Pizza Hut helyzete Svédországban



A svédországi Pizza Hut étteremhálózat súlyos pénzügyi válságba került: a 25 éttermet üzemeltető franchise, az NRG Pizza AB jelenleg vállalati rekonstrukció alatt áll, miután a vállalat fizetőképessége jelentősen romlott, és valamennyi étterem bérleti szerződését felmondták. A helyzet Svédországban egybeesik a Pizza Hut brit piacán bejelentett étterembezárásokkal.

A vállalat pénzügyi helyzete tartósan gyenge: a 2024-es év nettó árbevétele 294,6 millió svéd koronára esett vissza, miközben az EBITDA -18,3 millió koronát tett ki. Ez zsinórban a harmadik év, amikor az NRG Pizza 15 millió koronát meghaladó EBITDA-szintű veszteséget könyvelt el. Az országos hálózatból 12 egység Stockholm térségében működik, jellemzően bevásárlóközpontokhoz vagy városközponti lokációkhoz kapcsolódva. A működés jelenleg 331 munkavállalót érint. Az NRG Pizza 2023-ban új tulajdonoshoz, a Directional Capitalhoz került, amely a cég európai - kiemelten északi - bővülésének motorja lett volna. Bár az új tulajdonos 9,2 millió koronás tőkeinjekcióval és több hatékonyságnövelő intézkedéssel igyekezett stabilizálni az üzletet, ez nem bizonyult elegendőnek a fenntartható működés biztosításához. A vállalat vezetése továbbra is azt kommunikálja, hogy a rekonstrukció célja az éttermek megmentése és a működőképesség helyreállítása. A helyzetet tovább árnyalja, hogy a Pizza Hut globális anyavállalata, a Yum Brands - amely a KFC és a Taco Bell tulajdonosa is - stratégiai felülvizsgálatot folytat a Pizza Hut márkával kapcsolatban, és nem zárja ki az esetleges értékesítést. Eközben Svédországban egy másik Yum-hoz kapcsolódó márka, a Taco Bell, új franchise-partnerrel gyors terjeszkedésbe kezdett: a TB Group Scandinavia három új étterem megnyitásával indítja a svédországi piacra lépést.

A nagy láncok előnyben vannak, mert képesek befektetni digitalizációba, házhozszállításba és drive-thru szolgáltatásokba, miközben a kisebb, független éttermek egyre nehezebb helyzetbe kerülnek. A szektor összbevételét 2024-ben 35 milliárd euróra becsülték, ami a teljes német vendéglátóipar közel 40%-a (foodnet.se).

Starbucks elleni kártérítési ügy

A Starbucks kávéházlánc jelentős pénzügyi terhet kénytelen viselni egy New York-i munkajogi vita lezárásaként. A vállalat mintegy 35 millió amerikai dollárt fizet ki kompenzációként több mint 15 000 New York-i dolgozójának. Az ügy hátterében a dolgozók felé fennálló vádak állnak, amelyek az üzemeltetési terv megbízhatatlanságát és az önkényes munkamennyiség-csökkentéseket érintik.



A New York-i Fogasztóvédelmi és Munkaügyi Hivatal 2022 óta vizsgálta a helyi „Fair Workweek” (Tisztességes Munkahét) törvény potenciális megsértését. Ez a jogszabály többek között előírja a műszakbeosztások időben történő közzétételét, a rövid határidővel történő tervmódosítások kompenzálását, valamint az extra műszakokra való tisztességes esély biztosítását. A vizsgálat megállapította, hogy számos alkalmazott nem kapott rendszeres beosztást, és akaratlanul is részmunkaidőben maradt. A mostani kártérítés a New York-i munkaügyi törvények keretében eddig kifizetett legnagyobb összegű kompenzációnak számít. Ez a fejlemény különösen érzékeny időszakban éri a Starbucksot, mivel a céget már hetek óta országos szintű sztrájk sújtja, amelyet a Starbucks szakszervezet szervezett. A sztrájkoló baristák megbízhatóbb munkaidő-beosztást, több személyzetet, és a kollektív szerződés megkötésében való előrelépést követelnek. A Starbucks szóvivője kijelentette, hogy a vállalat nyitott a párbeszédre, és állítása szerint „a kiskereskedelemben a legjobb állásokat” kínálja, miközben betartja a vonatkozó jogszabályokat. Ugyanakkor hivatkozott a New York-i szabályozás „komplexitására”. A kártérítés összege a legtöbb érintett számára heti 50 dollárban lett megállapítva a 2021. július és 2024. július közötti időszak minden munkahetére vonatkozóan (bild.de).

A magasan feldolgozott élelmiszerek globális kockázata

A magasan feldolgozott élelmiszerek (Ultra-Processed Food, UPF) - mint a mirelit pizza, a burgerek vagy a müzlik - térnyerése komoly globális közegészségügyi fenyegetést jelent. A The Lancet szakfolyóiratban publikált átfogó elemzés 43 szakértő bevonásával arra figyelmeztet, hogy az UPF-ek növekvő arányú fogyasztása kulcsszerepet játszik az elhízás, a 2-es típusú cukorbetegség, a szív- és érrendszeri betegségek, valamint a mentális zavarok (pl. depresszió) világszintű emelkedésében. A Nova-osztályozás szerint ezek az

iparilag előállított termékek olcsó alapanyagokból (pl. hidrogénezett olajok, glükóz/fruktózsirup) és számos adalékanyagból készülnek, melyek magas cukor-, zsír- és sótartalommal párosulnak.



Az UPF-ipar hatalmas és egyre növekvő gazdasági erőt képvisel: globális éves forgalma 2023-ban elérte az 1,9 billió dollárt, ezzel a szektor a legjövedelmezőbb része a globális élelmiszeriparnak. E nagyvállalatok kiterjedt marketinggel és politikai lobbitevékenységgel akadályozzák az egészséges táplálkozást elősegítő intézkedéseket. A magas jövedelmű országokban, mint az Egyesült Államok és az Egyesült Királyság, az UPF-ek már a napi táplálékbevitel akár 50%-át is kitehetik, de a tendencia a szegényebb országokban is rohamosan nő. A probléma szociális dimenziója is jelentős: az egészséges élelmiszerek (pl. zöldségek, gyümölcsök) egyre megfizethetlenebbé válnak, miközben az olcsó, kényelmes UPF-ek mindenhol elérhetőek, ami leginkább a nehéz gazdasági helyzetben élőket érinti. A szakemberek határozott globális fellépést sürgetnek az UPF-ek térnyerésének megfékezésére, hasonlóan a dohányipar elleni összehangolt erőfeszítésekhez. A javasolt politikai intézkedések magukba foglalják az egészségtelen termékek adóztatását, a reklámok korlátozását, minőségi szabványok bevezetését az iskolai és kórházi étkeztetésben, valamint a friss élelmiszerekhez való hozzáférés megkönnyítését, mely utóbbi az UPF-adókból finanszírozható lenne. Az UNICEF külön felhívja a figyelmet arra, hogy a gyermekek különösen veszélyeztetettek, mivel az UPF-ek megjelenése normalizálja az egészségtelen étkezési szokásokat már a korai életszakaszban is.

Az éttermi „no-show” jelenség

A „no-show” jelenség, amikor a vendégek lefoglalnak egy asztalt, de előzetes lemondás nélkül nem jelennek meg, egyre növekvő problémát jelent a német vendéglátóipar számára. A Német Hotel- és Étteremszövetség (DEHOGA) észak-rajna-vesztfáliai felmérése szerint a megkérdezett vendéglátósok és

szállodások 87%-a szembesül ezzel a jelenséggel, és az érintettek 40%-a becsüli az ebből származó éves anyagi kárt az éves forgalom több mint 5%-ára.



Ez a kár különösen súlyos egy olyan ágazatban, amely eleve alacsony árakkal, magas költségekkel és munkaerőhiánnyal küzd.

A „no-show” nem csak bevételkiesést jelent, hanem közvetlen hatással van a személyzet fizetésére is, mivel a kevesebb vendég alacsonyabb borra való eredményez. Ez a bérkiesés tovább súlyosbíthatja a munkaerőhiányt, mivel a pincérek és szakácsok más, stabilabb kereseti lehetőségeket kínáló ágazatok felé orientálódhatnak. A vendéglátósok a probléma kezelésére többféle intézkedést alkalmaznak: 38% telefonon vagy e-mailben ellenőrzi a foglalásokat, 30% pedig a foglaláskor hangsúlyozza annak kötelező jellegét.

Az anyagi szankciók alkalmazása - mint az előleg vagy a bankkártya-adatok elkérése (amelyek felhasználásával a meg nem jelenés esetén díjat számítanak fel) - főként a nagyobb éttermeknél, illetve a magasabb árfekvésű (pl. Michelin-csillagos) éttermekben bevett gyakorlat. Azonban a megkérdőjelezett vendéglátósok jelentős része kerüli az ilyen szigorú pénzügyi intézkedéseket. Attól tartanak, hogy a letét vagy a „no-show” díj bevezetése növeli az adminisztrációt, és ami még fontosabb, elriaszthatja a vendégeket, és rontja a vendéglátóhely barátságos imázsát. Néhány étterem a probléma súlyossága miatt már kizárólag a walk-in vendégeket részesíti előnyben - amennyiben ezt elhelyezkedése és várható vendégforgalma engedi - és inkább nem fogad asztalfoglalásokat.

Szigorúbb határellenőrzés az USA-ban



Az Egyesült Államok vám- és határvédelmi hivatala (CBP) új szabályokat javasolt, amelyek értelmében a jövőben minden külföldi látogató - beleértve az Egyesült Királyság és az EU vízummentességi programban részt vevő országok állampolgárait is -

köteles lenne benyújtani az elmúlt öt évre visszamenőleg a közösségimédia előzményeit a belépés előtt.

A javaslat jelentős mértékben kiterjesztené a gyűjtött személyes és biometrikus adatok körét. Az ESTA igénylési folyamat részeként a látogatóknak meg kellene adniuk az elmúlt öt évben használt email-címeiket és telefonszámaikat, valamint a családtagok személyes adatait (nevek, címek, születési dátumok). Ezen felül a CBP bővíteni kívánja a biometrikus adatok gyűjtését is, amelyek magukban foglalnák az arcfelismerést, ujjlenyomatot, DNS-t és íriszvizsgálatot is - szemben a jelenlegi gyakorlattal, ahol az arc- és ujjlenyomat-adatok gyűjtése általában csak az USA határán történik meg. A jelenleg javaslati szakaszban lévő szigorúbb követelmények bevezetése esetén az adatszolgáltatás kötelező lenne. A javaslat 60 napos nyilvános konzultációra lett bocsátva, amelynek lezárása után a CBP belsőleg dönt a tervezet végrehajtásáról, módosításáról vagy visszavonásáról. Fontos megjegyezni, hogy a jelenlegi szabályozás mellett is számos utazó számára tagadták már meg a határátlépést a közösségi médiában közzétett bejegyzései alapján, amelyeket a jelenlegi kormányzat kritikusnak vagy "terrorizmusnak" értékelt (C&IT).



Unió hírek

Erdőirtás mentességi termékrendelet (EUDR)

Az Európai Parlament és a Tanács ideiglenes politikai megállapodásra jutott az EU Erdőirtásmentes Termékekről Szóló Rendeletének (EUDR) célzott felülvizsgálatáról. A döntés értelmében a szabályozás alkalmazásának határidejét egy évvel elhalasztják, hogy a szereplőknek és a hatóságoknak legyen elegendő idő a felkészülésre és az informatikai rendszerek tökéletesítésére. Ennek megfelelően a nagy üzemeltetők és kereskedők számára az új határidő 2026. december 30., míg a mikro- és kisvállalkozások számára további hat hónapos türelmi időt biztosítva 2027. június 30.



A jogalkotók az adminisztratív terhek csökkentése érdekében jelentősen egyszerűsítették az átvilágítási (due diligence) kötelezettségeket. Ezentúl a felelősség a nyilatkozat benyújtásáért kizárólag arra az üzemeltetőre hárul, aki először hozza forgalomba az érintett terméket az uniós piacon. A beszállítói láncban utána következő kereskedőknek már csak az eredeti nyilatkozat hivatkozási számát kell gyűjteniük és megőrizniük. Különösen fontos könnyítés, hogy a mikro- és kisméretű elsődleges üzemeltetők esetében egyetlen egyszeri, egyszerűsített nyilatkozat benyújtása elegendő lesz. Ezenfelül a rendelet hatálya alól kizárták a nyomtatott termékeket (például könyveket, újságokat), mivel alacsony erdőirtási kockázatot jelentenek.

Bár a szabályozás gyakorlati alkalmazása egyszerűsödött, az EUDR alapvető célja - a globális erdőirtás elleni küzdelem a fogyasztáshoz kötött áruk (pl. kávé, kakaó, pálmaolaj) nyomon követésével - változatlan és sértetlen marad. A megállapodás kitér arra is, hogy a Bizottságnak 2026. április 30-ig jelentést kell benyújtania, amely felméri a rendelet hatásait és adminisztratív terheit, különösen a kisvállalkozások esetében. Ezen intézkedések célja, hogy a szabályozás a környezetvédelmi célok feláldozása nélkül legyen praktikus és megvalósítható.

Az Omnibus I. egyszerűsítési csomag változásai a fenntarthatósági szabályozásban

Az Európai Unió Tanácsa és az Európai Parlament ideiglenes megállapodást kötött az Omnibus I. egyszerűsítési csomag elfogadásáról, amelynek fő célja az uniós versenyképesség növelése és a vállalatokra nehezedő, különösen a fenntarthatósági jelentéstételhez és átvilágításhoz kapcsolódó adminisztratív terhek drasztikus csökkentése.

A vállalati fenntarthatósági jelentéstételi irányelv (CSRD) hatályát jelentősen szűkítették: a kötelezettség csak azokra a nagyvállalatokra vonatkozik, amelyek meghaladják az 1000 alkalmazotti létszámot és a 450 millió euró nettó árbevételt. Ez az összehangolt küszöb vonatkozik az EU-n kívüli vállalatokra is, így csökkentve a jelentéstételi terheket. További enyhítés, hogy bizonyos feltételek mellett mentesültek a kötelezettség alól a pénzügyi holdingtársaságok és a tőzsdén jegyzett leányvállalatok. Fontos, hogy a tervek szerint bevezetésre kerül egy felülvizsgálati záradék, amely a jövőben

lehetővé teheti mind a CSRD, mind a CS3D hatályának esetleges kiterjesztését vagy további módosítását.



A vállalati fenntarthatósági átvilágítási irányelv (CS3D) tekintetében történtek a legdrágább egyszerűsítések: az érintett vállalatok küszöbértékét rendkívül magasra emelték, 5000 alkalmazottra és 1,5 milliárd eurós forgalomra, ami mintegy 87%-kal szűkíti a korábban tervezett érintettséget. Jelentős könnyítés, hogy törölték a klímavédelmi átmeneti tervek (Transition Plans) elfogadására vonatkozó kötelezettséget. Az átvilágítási folyamatot is egyszerűsítették: a vállalatoknak nem kell a teljes beszállítói láncot részletesen feltérképezniük, hanem elegendő ésszerűen elérhető információk alapján egy általános kockázatfelmérést végezniük. Csak abban az esetben kell részletesebb vizsgálatot indítaniuk, ha a kezdeti átvilágítás során súlyos vagy valószínűsíthető kockázatok azonosítanak. A szankciók felső határát a globális forgalom 3%-ában maximalizálták, és az átültetési határidőt további egy évvel, 2028. július 26-ig halasztották. Ezen felül nem került bevezetésre egységes uniós polgári jogi felelősségi rendszer, összhangban a vállalatok érdekeit képviselő szervezetek álláspontjával.

Az Európai Parlament és a Tanács tárgyalói közötti politikai megállapodás hivatalos jogerőre emelkedéséhez a folyamat utolsó lépései a Parlamentben veszi kezdetét: első körben a Jogi Bizottság (JURI) szavaz a szövegről, majd a Parlament plenáris ülésén történik meg a végső szavazás. Ezt követően a Tanács fogadja el a jogszabályt, előreláthatóan a január 20-i ECFIN ülésen (amelynek dátuma még hivatalos megerősítésre vár). Ezen lépések sikerével az egyszerűsített CSRD és CS3D keretrendszer hatályba léphet.

Versenyképesség növelése minőségi munkahelyeken keresztül

Az Európai Bizottság december 4-én közzétette a *Quality Jobs Roadmap* c. dokumentumot, amely a munkahelyek modernizálását és a munkavállalók védelmét célozza a gazdasági és technológiai átállás során. Ez a dokumentum készíti elő a terepet a 2026-ra tervezett Quality



Jobs Act (minőségi munkahelyekről szóló törvény) számára.

A közlemény kritikusan megjegyzi, hogy az uniós közbeszerzéseknél még mindig túl gyakran az „ár az egyetlen szempont” elve érvényesül. A közbeszerzési irányelvek 2026-os felülvizsgálata során a Bizottság a legjobb ár-minőség arány (*Best Price Quality Ratio*) és a kollektív szerződések meglétének szélesebb körű alkalmazását fogja szorgalmazni. A partnerek első körös konzultációja 2026. január 29-ig tart. A konzultáció olyan, a vendéglátást is érintő kritikus területekre fókuszál, mint:

- Az alvállalkozói láncok átláthatósága és kihívásai.
- Pszichoszociális és ergonómiai kockázatok a munkavédelemben.
- A mesterséges intelligencia és az algoritmikus menedzsment.

1. Munkaerőpiaci helyzet és Képzés

- **50 millió fő:** Ennyi ember van jelenleg az EU-ban, aki kívül rekedt a munkaerőpiacon (többségük nő). A jelentés szerint ebben a tartalékban rejlik a versenyképesség fenntartásának kulcsa.
- **Hiányszakmák támogatása:** Az EU jelentős forrásokat mozgósít a digitális készségek fejlesztésére, többek között **400 millió eurót** a Digitális Európa Programon keresztül, és becslések szerint **28 milliárd eurót** a NextGenerationEU keretében.

2. Munkabiztonság és Egészség

- **3,3%:** Az uniós GDP ekkora hányadát teszik ki a munkahelyi balesetek és megbetegedések társadalmi költségei.
- **1:2 megtérülés:** Minden egyes, prevencióra (megelőzésre) költött **1 euró** több mint **2 euró** megtérülést eredményez a gazdaságban.
- **Munkahelyi zaklatási statisztikák:** Az EU-ban minden harmadik nő (**33%**) tapasztalt már szexuális zaklatást a munkahelyén. Ez az arány a 18-29 éves nők körében még magasabb, **41,6%** (ez a vendéglátásban dolgozó fiatal női munkaerő miatt különösen releváns adat).

3. Bérek és Érdekképviselés

- **0,5%:** Az elmúlt évtizedben az átlagos reálbér-növekedés mindössze évi 0,5% volt uniós szinten, ami jelentősen korlátozza a vásárlóerőt.
- **1 a 12-ből:** A „dolgozói szegénység” (in-work poverty) csaknem minden tizenkettedik munkavállalót érint, különösen a részmunkaidősöket és az alacsony képzettségűeket.
- **Csökkenő kollektív szerződések:** A kollektív tárgyalások lefedettsége a 2005-ös **77%-ról** 2024-re **66%-ra** csökkent az EU-ban. A cél, hogy azokban a tagállamokban, ahol ez **80%** alatt van, akciótervet dolgozzanak ki a megerősítésére.

4. Közbeszerzés és Uniós Források

- **15%:** A közszféra beszerzései az EU GDP-jének mintegy 15%-át teszik ki - ez hatalmas piacot jelent a minőségi munkahelyeket biztosító cégeknek (pl. közétkeztetésben).
- **141,3 milliárd euró:** Ekkora összeg áll rendelkezésre az Európai Szociális Alap Plusz (ESF+) keretében a 2021-2027-es időszakra a humán tőke fejlesztésére.

A dokumentum hangsúlyozza, hogy a demográfiai változások és a szakképzett munkaerő hiánya strukturális megoldásokat követel: a cél a "minden generáció tehetségeit vonzó és megtartó" munkahelyek teremtése. Kiemelt figyelmet kap a készségfejlesztés (reskilling/upskilling), különösen a digitális és zöld átállás kapcsán, valamint a harmadik országbeli munkavállalók integrációjának elősegítése a „tehetségbázisok” (Talent Pools) és a képesítések határokon átnyúló elismerésének egyszerűsítése által. Az ütemterv a méltányos munkakörülmények és a vállalkozásbarát környezet egyensúlyára törekszik. A Bizottság célja az adminisztratív terhek csökkentése a KKV-k számára, miközben szigorúbban lépne fel a munkaerő-kizsákmányolás ellen, különös tekintettel az alvállalkozói láncokra és a munkaerő-közvetítésre. A minőségi munkahelyek az európai versenyképesség és a tehetségek megtartásának alapkövei, ezért a *Quality Jobs Act* előkészítéseként elinduló szociális partnerekkel folytatott konzultáció célja, hogy az új szabályozás a nemzeti rendszerek sokszínűségét és a szociális partnerek autonómiáját tiszteletben tartva, az adminisztratív terhek minimalizálásával olyan modern munkaerőpiacot teremtsen, amely a rugalmasság, a készségfejlesztés és a munkavállalói védelem egyensúlyával garantálja az EU gazdasági ellenállóképességét.

Nem csökken az élelmiszerhulladék az EU-ban

Az Európai Bizottság szigorú menetrendet és új mérési mechanizmusokat jelentett be a felülvizsgált Hulladékkezelési-irányelv (*Waste Framework Directive* - WFD) végrehajtására, miután az adatok szerint az Unióban megakadt az élelmiszerpazarlás csökkentésének folyamata. Az *EU Platform on Food Loss and Waste* november 27-i plenáris ülésén a Bizottság aggasztó képet festett a jelenlegi helyzetről.



Az Eurostat legfrissebb adatai alapján ugyanis nincs pozitív tendencia az élelmiszerhulladék mennyiségének csökkenésében uniós szinten. A stagnálás miatt a szabályozó hatóságok a WFD felülvizsgálata keretében konkrét határidőket és új eszközöket határoztak meg a tagállamok számára. A vendéglátóipar és turizmus számára az egyik legfontosabb bejelentés a

turisztikai korrekciós tényező (*tourism correction factor*) bevezetése. Ezen új módszertani eszköz célja, hogy realisabb képet adjon a hulladéktermelésről azokban a régiókban és időszakokban, ahol a turizmus jelentősen torzítja az egy főre jutó adatokat. Az Európai Bizottság egy új monitoring eszközt, az úgynevezett korai előrejelző jelentéseket (*early warning reports*) is bevezet. Ennek keretében már 2025-től kezdődően konzultációkat indítanak, hogy azonosítsák azokat a tagállamokat, amelyeknél fennáll a veszélye, hogy nem tudják teljesíteni a 2030-as csökkentési célokat. A plenáris ülésen megerősítették, hogy az EU élelmiszerhulladék platformjának munkája nem áll meg: a testület 2027 és 2031 között megkapja harmadik mandátumát is, biztosítva a folyamatos szakmai párbeszédet a szektor szereplőivel.

