



NEMZETKÖZI HÍREK

2020. április

KUTATÓINTÉZETI ELŐREJELZÉS A KORONAVÍRUS TURIZMUSRA GYAKOROLT VÁRHATÓ HATÁSÁRÓL

A CBRE – nemzetközi piackutató, befektetési tanácsadó – a kétezres évek elején kitört SARS vírus járvány turizmusra gyakorolt hatásainak tapasztalatai alapján 2020. március 16-án elemzést készített a Koronavírus európai szállodák teljesítményét várhatóan érintő hatásairól.

Az elemzés szerint Északkelet-Ázsiában a SARS vírus következtében a térség beutazó turizmusa 2003-ban esett vissza a legnagyobb mértékben, 9,7%-kal, de 2004-ben már erős, 31,8% növekedés mutatkozott.

A visszaesés legkisebb mértékben (-5,1%) a belföldi turizmust érintette, s ugyancsak ellenálló volt a szabadidős turizmus is. Ezzel szemben az üzleti utazások lényegesen nagyobb mértékben csökkentek a rendezvények nagy számú lemondása, illetve a vállalati egyéni utazások visszafogása miatt.

A CBRE hasonló trendekre számít a Koronavírus esetében is.

Az STR adatai alapján vizsgálták 20 európai város – Velence, Milánó, Róma, Athén, Tel-Aviv, Prága, Párizs, Bécs, Madrid, Brüsszel, Varsó, Zürich, Barcelona, München, Lisszabon, Amszterdam, Berlin, Belfast, London – szállodáinak 2020 márciusa első hetében elért szobafoglalását. Ez városonként eltérően, helyenként 95%-kal, átlagosan 60%-ot meghaladó mértékben alacsonyabb volt az egy évvel korábbinál.

A szobafoglaltsági adatok azt mutatják, hogy Európában a nagyvárosi és Resort, illetve a luxus és magasabb minőségű hotelek tapasztalták a legnagyobb visszaesést. Mindez jelentős mértékben a MICE üzletek elmaradásának tulajdonítható.

A SARS vírus 2003. évi tapasztalatai azt is mutatják, hogy a REVPAR mutató válság előtti szintjének eléréséhez kétszer annyi időre van szükség, mint amennyi idő alatt az a mélypontra csökkent, illetve a válság után az egyéni kereslet a csoportosnál lényegesen gyorsabban visszatért.

A CBRE elemzői arra hívják fel a szállodák figyelmét, hogy nagy figyelmet fordítsanak a szobaárakra, ne azok csökkentésével próbálják foglaltságukat növelni. Az elemzés egy optimista és egy pesszimista előrejelzést készített a koronavírus turizmust, szállodákat érintő negatív hatásának várható időtartamáról.



Az optimista változat szerint kb. 5 hónapon belül az európai országok átesnek a koronavírus epidémián, s 2020 vége felé megindulhat a visszaesésből való kilábalás a gazdaság egyéb ágjaival együtt.

A pesszimista előrejelzés szerint a negatív hatások áthúzódnak 2021-re is, a teljes kilábalás pedig 2023-ban várható.

A KÍNAIKNAK NEM MENT EL A KEDVE AZ UTAZÁSTÓL

A China Tourism Academy és a Trip.Com Group márciusban 100 kínai városra kiterjedően, 15.000 18 – 45 év közötti belföldi megkérdezésével felmérést készített az évi utazási hajlandóságukról.

A válaszadók közel 50%-a már júniusban utazna, amennyiben a koronavírus epidémia ebben nem akadályozza. A válaszadók 90%-a belföldi útra vállalkozna, 41% személygépkocsival utazna.

A LEGNAGYOBB TURISZTIKAI VÁLLALATOK IS KÉNYTELENEK CSÖKKENTENI KÖLTSÉGEIKET A KORONAVÍRUS NEGATÍV HATÁSAINAK ELLENSÚLYOZÁSÁRA

A turizmusban, a szállodások körében köztudott, hogy a Booking.com vezető szerepet tölt be a világon a szálláshelyközvetítésben. Az utazások iránti kereslet drasztikus visszaesése ezt a céget is súlyosan érinti, ezért a vállalat CEO-ja, Glenn Fogel egy minden munkatársnak címzett levélben megköszönte munkájukat a jelenlegi nehéz körülmények között, s egyben tájékoztatta őket a bevezetésre kerülő intézkedésekről az alábbiak szerint:

„A Koronavírus epidémia sajnálatos módon visszavetette az utazásokat az egész világon, de ez az állapot nem tart örökké, ugyanakkor ma nem tudjuk, mikor sikerül megfékezni ezt a világjárványt, ezért a vállalat hosszú távon sikeres működésének biztosítása érdekében több költségcsökkentést célzó intézkedést kell tennünk.

- Csökkentjük a nem alapvető fontosságú üzleti utazásokat.
- Lemondjuk az összes vállalaton belüli eseményt, rendezvényt.
- Marketing kiadásainkat globálisan visszavágjuk.
- További intézkedésig nem veszünk fel új munkaerőt.
- A koronavírus krízis idejére a Glenn Fogel CEO és Steve Hafner, John Brown, valamint Brett Keller brand managerek lemondanak fizetésükről.”



HOGYAN KOMMUNIKÁLTAK A NEMZETKÖZI BRANDEK, KÍNÁBAN A SOCIAL MEDIA-BAN A KORONAVÍRUS KAPCSÁN

A Kínában jelen levő szállodavállalatok - a Hilton, a Shangri – LA, a Hyatt stb. – igen aktívak voltak a koronavírus járvány alatt a social médiában a következő témákban:

- **Szobafoglalások lemondásának kezelése**

A WeChat és a Weibo portálokon folyamatosan arról adtak tájékoztatást, hogy lemondások, módosítások esetén a vendégeknek nem kell fizetniük, nem éri őket veszteség. Ezt a vendégek igen sok pozitív kommenttel hálálták meg.

- **Támogatás az egészségügyben dolgozóknak**

A nemzetközi láncok mindegyike csatlakozott azokhoz a jótékonysági akciókhoz, melyek adományokkal támogatták az egészségügyben dolgozókat. Ezekről természetesen folyamatosan híreket jelentettek meg a social médiában.

- **A tisztaság demonstrálása**

Folyamatosan és részletesen tájékoztatást nyújtó híreket jelentettek meg arról, hogy milyen higiéniai – a vendégek védelmét szolgáló – módszereket alkalmaznak a vendég érkezéskor a recepciónál, a vendégszobákban, a liftekben, a mosodában, a légkondicionáló berendezéseknél stb.

- **Erőfeszítések az alacsonyabb szobafoglaltság miatt kieső bevételek pótlására**

Az Intercontinental, a Hilton, a Shangri-La stb. is ételek, italok házhozszállítását végző szolgáltatást vezetett be. A Shangri-La mosatási, vegytisztítási szolgáltatásba kezdett. Ezekkel a kezdeményezésekkel a szállodák jelentős bevételeket értek el, s emellett image-üket is javították.

- **Brandépítés, kapcsolatápolás, új vendégkör megnyerését célzó aktivitás**

Fentiekén túlmenően a koronavírus járvány alatt az említett nemzetközi szállodaláncok, vállalatok a social mediában fitness programokat, jógyakorlatokat, egyes ételek elkészítését bemutató videókat jelentettek meg, melyeknek igen pozitív visszhangja volt.



A WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC) NYÍLT LEVELE A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY KAPCSÁN

A koronavírus terjedése miatt a világ turizmusa olyan soha nem látott kihívással néz szembe, amely az ágazat vezetőit és szakmai szövetségeit meglepetésként érte. A turizmus képviselőinek most össze kell fogniuk, hogy megfelelő válaszokat adjanak. Ebben kíván a WTTC fontos szerepet játszani, hogy a kormányok együttműködését kérje a világ turizmusa összeomlásának megelőzésére.

Senki nem vonja kétségbe, hogy eddig ismeretlen kihívásokkal nézünk szembe. A koronavírus világjárvány több frontos harcot jelent, mellyel békeidőben még soha nem szembesültünk. Becslések szerint a világjárvány a turizmusban 50 millió munkahelyet veszélyeztet. Röviden megfogalmazva az Utazásnak és Turizmusnak a túlélésért kell küzdenie.

Korunkban az utazás a világ gazdaságának gerincét képezi. Az egyes országok számára valutabevételeket, külföldi beruházásokat hoz, munkahelyeket teremt, pozitívan hat a gazdaság más ágaira is. A WTTC adatai szerint az Utazás és Turizmus a világ GDP-jének 10,4%-át képviseli, 320 millió munkahelyet képvisel. Az új munkahelyek ötöde ebben az ágazatban keletkezik, az elmúlt 8 év mindegyikében a turizmus növekedési üteme meghaladta a világ teljes gazdaságának növekedését.

A Turizmus és Utazás nélkül a teljes világgazdaság alapjaiban kerül veszélybe.

Fentiek miatt az Utazás és Turizmus magángazdaságának képviselőit a WTTC azonnal cselekvésre szólítja fel a világ kormányait, hogy azonnali intézkedéseket hozzanak a munkahelyteremtésben, foglalkoztatásban meghatározó ágazat túlélésének érdekében.

Azonnali cselekvésre van szükség. Három javaslatunk van, melyek az újra induláshoz szükséges pénzügyi alapok mellett megvédik az ágazatban dolgozók millióinak munkahelyeit ezekben a vészes időkben:

- Pénzügyi segítséget kell nyújtani a turizmusban foglalkoztatott munkavállalók jövedelmének megőrzésére.
- A kormányoknak kamatmentes kölcsönöket kell biztosítaniuk, hogy úgy a kkv-kat, mint a globális vállalatokat megvédjék a csődtől.
- A kormányoknak legalább 12 hónapra fel kell függeszteni minden a turizmus ágazatot terhelő adót, járulékot, állami befizetést. Természetesen az Utazás, a Turizmus területén működő vállalkozásoknak is ki kell venni részüket munkavállalóik védelmében.

Ezek az intézkedések menthetik meg az ágazatot a pénzügyi összeomlástól. Egyúttal felhívjuk a világot, hogy tegyenek meg mindent annak elkerülésére, hogy a globális egészségügyi világjárvány gazdasági katasztrófához vezessen.



AZ MPLC ISMÉT SZERZŐI JOGDÍJFIZETÉSRE SZÓLÍTTA FEL A SZÁLLODÁKAT A SZOBÁKBAN TV KÉSZÜLÉKEKEN KÖZVETÍTETT FILMEK UTÁN

Tagszállodáktól kapott értesítések szerint MPLC ismét jogdíjfizetésre szólított fel több hotelt. A Német Zenés Rendezvényszervezők Szövetségének, mint a Német Szállodaszövetségnek, valamint a Vendéglátó Szövetségnek erős kétségei vannak az MPLC jelzett jogdíjigényével kapcsolatban, mivel eddig ezt sem a Felügyeleti Hatóság állásfoglalása, sem a Bíróságok döntései nem támasztották alá.

Az MPLC már több, mint egy tucat németországi szálloda ellen kezdeményezett jogi eljárást ebben a témában. Ugyanakkor a Német Szállodaszövetség által ezekben az eljárások képviselt szállodák egyikével sem tudott eddig az MPLC győzni. Úgy a frankfurti Legfelső Bíróság, mint a berlini Jogi Kamara elutasított az MPLC keresetét, mivel állásfoglalásuk szerint a szállodai szobában a TV készülékeken történő filmek vetítése nem tekinthető nyilvánosnak.

FENNTARTHATÓSÁG

Az EU 2019-ben 2021. évi hatálybalépéssel irányelveket dolgozott, adott ki a tagországok számára a környezet műanyagokkal történő terhelésének csökkentésére, az egyszer használatos műanyagok visszaszorítására. Ezen irányelvek alapján a Német Szállodaszövetség az eberswalde-i Fenntartható Fejlődés Főiskolával együttműködve „Műanyagmentes Hotel” címen projektet indított annak megállapítására, milyen területeken, hogyan lehet a szállodák műanyag felhasználását csökkenteni.

A közös projekt keretében 10 főiskolai hallgató az ország 25 szállodájának – köztük önálló, illetve hazai, nemzetközi szállodalánchoz tartozó hotel - igazgatójával készített interjút, majd azokat értékelte. Az értékelés során megállapították az un. problémás területeket. Pl. a műanyagok helyettesítési alternatíváinak magas költségeit, a higiéniai standardok betarthatóságát, a szállítóktól való függést, a vendégek elvárásait. A felmérés, értékelés eredményeit közérthetően megfogalmazva egy prospektusban foglalták össze. Ezzel a projekttel, a prospektusok terjesztésével kíván segítséget nyújtani tagjainak a Német Szállodaszövetség a környezetvédelemben a műanyagok felhasználásának csökkentésével.