



NEMZETKÖZI HÍREK

2020. február

A HOTELS 2020. FEBRUÁR 5-I HÍRLEVELÉBEN MEGJELENT ÖSSZEFOGLALÓ A KORONAVÍRUS TURIZMUSRA GYAKOROLT HATÁSAIRÓL

- **Makaó bezárt**

A Bloomberg hírei szerint Makaóban a játékkaszinókat 15 napra bezárják, hogy megakadályozzák a koronavírus terjedését. Becslések szerint a kaszinók 2 hetes bezárása az első negyedéves bevételeiket mintegy 50%-kal csökkentheti az előző évhez képest. Ha a kaszinók a teljes első negyedévben zárva maradnának, akkor bevételeik kb. 70%-kal lennének alacsonyabbak a bázishoz hasonlítva.

- **Egyesült Államok**

A Tourism Economics tanulmánya szerint a koronavírus következtében a kínai turisták száma 2020-ban mintegy 28%-kal fog csökkenni. A járvány következtében kb. 4 milliárdal visszaeshet a kínai turisták száma, ami 10,3 milliárd dollár veszteséget okozhat az Egyesült Államokban a következő években. A bevételek elmaradása főleg Kaliforniát és New York-ot fogják érinteni.

- **Mit mutat az első STR riport**

Az STR első, előzetes adatai, értékelése szerint Kína szárazföldi területein idén a szállodák szobafoglaltsága január első 2 hetében 70% körül volt, ezt követően a koronavírus megjelenésével, terjedésével január 14 – 26. között 75%-kal visszaesett. Így az év első hónapját a szállodák 17% kihasználtsággal zárták.

- **Bizonytalanná válnak az üzleti utazások is**

A Global Travel Association felmérést végzett tagjai körében a koronavírus terjedésének várható következményeiről. Ennek egyik megállapítása az volt, hogy főleg a vállalatok vezető beosztású munkatársai tartanak attól, hogy üzleti – repülő – útjaik során megfertőződhetnek. Emiatt valószínűsíthető, hogy a járvány elhúzódása esetében visszaesnek az üzleti utazások az egész világon.

- **Az Egyesült Arab Emírátsok is korlátozza a Kínából érkező légi járatokat**

Február 3-án jelentette be az Egyesült Arab Emírátsok is, hogy – Peking kivételével – nem fogad Kínából repülőket. Pekinggel azért tesznek kivételt, mert a kínai főváros nemzetközi repülőterén az utasokat 6-8 órás megfigyelés, vizsgálat után engedik repülőre szállni.



2019-BEN AZ ALAPÍTÁSÁNAK 100. ÉVFORDULÓJÁT ÜNNEPLŐ HILTON SZÁLLODALÁNC REKORD EREDMÉNYEKET ÉRT EL

A Hilton elnöke – Christopher J. Nassetta - sajtóközleménye szerint, a világ egyik meghatározó szállodalánca, alapításának 100. évében rekord mértékben növekedett. Ezt igazolja, hogy tavaly 470 szállodával 6.110 hotelre bővült portfóliójuk. Ennek eredményeként a világ 119 országában vannak már jelen több, mint 971.000 szobával. A jövő is igen biztatóan néz ki, miután 72 országban 15 branddel további 116.000 szoba áll előkészítés alatt, illetve 87.000 új szállodai szoba már épül.

„IDEGEN VAGYOK A SAJÁT VÁROSOMBAN”: PRÁGÁBAN KORLÁTOZNI TERVEZIK A TURISTÁK SZÁMÁNAK TOVÁBBI NÖVEKEDÉSÉT

A The Guardian-ben idén február 1-én megjelent cikk szerint a prágai polgármester, Zdeněk Hřib azt tervezi, hogy korlátozzák a városba érkező, az utóbbi években rohamosan növekvő turisták számát. Prágát különösen nagy számban keresik fel a legénybúcsúkra, partikra érkezők, akik megnehezítik, időnként megkeserítik a prágai lakosok életét.

A polgármester véleménye szerint Prága – a hajdani Habsburg monarchia egykori ékköve - az Airbnb, azaz a rövid távú lakáskiadás térnyerésével szinte szállodává változott. Míg korábban a turisták számának növekedését az új szállodákra vonatkozó építési engedélyekkel tudták befolyásolni, a magánlakások turisták részére történő bérbeadásával szemben nehezen tudnak hatékonyan fellépni.

2018-ban közel 8 millió turista árasztotta el a cseh fővárost, míg 2000-ben ezek száma csupán 2,6 millió volt, miközben Prága lakossága csupán kb. 1,3 millió. 2016-ban 5.537 magánlakás szerepelt a foglalási portálok kínálatában, de ezek száma 2018-ban már több mint 13.000 volt. A bennük levő ágyak száma 2 év alatt 17.913-ról 52.738-ra ugrott, majdnem megháromszorozódott. Ennek következtében a város egyes részein erősen megnőtt a zaj, a környezeti terhelés, ami zavarja az ott lakókat. A lakások értéke és ezzel együtt a lakbérek is rendkívüli mértékben megemelkedtek. Ez is kedvezőtlen a prágai lakosoknak, mivel jelenleg már 14 évi teljes átlagkeresetre van szükség ahhoz, hogy valaki saját lakást tudjon venni a városban.

Fentiek miatt a polgármester a hazai döntéshozókat kívánja meggyőzni a lakások rövid távú bérbé adásának újra szabályozására. Ebben nem segít az Európai Bíróság nemrég bejelentett döntése, amely az Airbnb-t és hasonló foglalási portálokat „információs szolgáltató vállalatoknak” minősítette. Zdeněk Hřib polgármester szerint a rövid távú bérbé adást úgy kellene újra szabályozni, hogy csak olyan lakásokat adhassanak bérbé, melyben a tulajdonos is bent lakik, azaz a lakásoknak csak egy része legyen bérbé adható, tehát ne legyen lehetőség arra, hogy teljes lakásokat tudjanak bérbé venni.

Prága nincs egyedül a tömegturizmus elleni küzdelemben. Az elmúlt hónapban 10 európai város – Amsterdam, Barcelona, Bécs, Berlin, Bordeaux, Brüsszel, Krakkó, München, Párizs, Valencia –



polgármesterével közösen levélben fordultak az Európai Bizottsághoz, hogy az EU-ban egységes szabályozással segítsenek ezeknek a problémáknak a megoldásában.

Egyébként több városban – pl. Amszterdam – a lakások bérbeadható napjainak éves számát korlátozzák. Ezt a turisztikailag nagyon népszerű városban 2019-ben a korábbi 60-ról 30 napra csökkentették.

ÚT A MŰANYAGMENTES SZÁLLODÁKHOZ

Az Európai Unió már 2019. májusában irányelveket dolgozott ki az egyszer használatos műanyagok, s általában a műanyag hulladékok mennyiségének csökkentésére, hogy a környezet terhelése csökkenjen. Az irányelv célkitűzése szerint 2021. januárjáig az EU-ban fel kell számolni az egyszer használatos műanyagokat. Ennek a célkitűzésnek a megvalósításához kíván a Német Szállodaszövetség hozzájárulni az ún. „Út a műanyagmentes szállodákhoz” kezdeményezésével. Ez egy a németországi szállodák körében a Szállodaszövetség és az eberswalde-i Fenntartható Fejlődés Főiskola által végzett felmérést jelenti. Ennek keretében a főiskola 10 hallgatója interjúkat készített különböző kis és nagy, önálló és szállodaláncokhoz, vállalatokhoz tartozó hotelek igazgatóival azok környezetvédelemmel, egyszer használatos műanyagok felszámolásával kapcsolatos véleményükről, javaslataikról, terveikről. A felmérés során, majd a válaszok értékelésénél, elemzésénél kiderült, hogy a válaszadók számos problémára hívták fel a figyelmet. Pl. a műanyagokat kiváltó alternatív termékek magas ára, higiéniai standardok, a szállítóknak való kiszolgáltatottság, s természetesen a vendégek elvárásai. A felmérés eredményeit a Német Szállodaszövetség egy színes flyer-ben foglalta össze, így népszerűsítve azt.

A HYATT HOTELS MINTEGY 200 ÚJ HOTEL MEGNYITÁSÁT TERVEZI AMERIKÁBAN 2022-IG

A Hyatt Hotels sajtóközleménye szerint Amerikában – az Egyesült Államokban, Kanadában és Mexikóban – 2020-ban 50 full- és select service hotelt fog megnyitni, s további 140 előkészítés, építés alatt levő szálloda megnyitását tervezik 2022-ig. Ezen fejlesztések eredményeként a Hyatt brand portfóliója a jelenlegihez képest 33%-kal fog bővülni management és franchise szerződések alapján az amerikai régióban.

A SZÁLLODAI ÉRTÉKESÍTÉSBEN A SIKER ALAPJA A DIGITÁLIS FÓKUSZ, A SZEMÉLYES KAPCSOLAT

A HSMAI nemrég, New Yorkban tartott Marketing Stratégiai Konferenciáján elhangzottak lényegét Dan Wacksman – a Sassato tanácsadó képviselője, az Outrigger Hotels & Resorts korábbi értékesítési és marketing alelnöke a következőkben foglalta össze:

- **Figyelmünket fordítsuk a digitalizációra**

Az elmúlt években ugrásszerűen megnőtt az az idő, amit az emberek a digitális médiára fordítanak. Ennek egyre nagyobb részét mobil eszközökön végzik. A „3/24/85 világban élünk”: a telefon a nap 24



órájában karnyújtásnyira van tőlünk, azt naponta 85 alkalommal, azaz óránként 5 alkalommal használjuk. Telefonunkhoz – hívásnál, tájékozódásnál, üzenetek írásánál, fogadásánál – naponta átlagosan 2.617 alkalommal nyúlunk. Az online szállodai szobafoglalások aránya jelenleg már az összes foglalás 47%-t teszi ki.

A foglalások persze sokfélék – egyéni, csoport, corporate, MICE stb. -, de tagadathatatlan, hogy a szobafoglalások 95%-át különféle digitális csatornák befolyásolják.

- **Meg kell találni a működőképes modellt**

Bár sokféle modell létezik, melyekkel a vendégek felé célzott üzeneteket lehet küldeni, Wacksman szerint még nem sikerült megtalálni erre a tökéletes megoldást. A különböző célcsoportok esetében különböző módszereket kell alkalmazni, a fontos az, hogy minden szállodának meg kell találni saját házára az optimális megoldást.

- **Létesítsen személyes kapcsolatot, hogy több visszatérő vendégük legyen**

Sok vendég foglal szobát foglalási portálokon – OTA-n – keresztül, de nem szabad elfelejteni, hogy a kapcsolat a vendég és a foglalási portál között csak a tranzakció idejéig tart. A szállodai marketing, értékesítő szakembereknek minél több OTA-n foglaló vendéggel, pontosabban minden vendéggel igyekezni kell személyes kapcsolatot kialakítani, hogy visszatérjenek a szállodába.

Dan Wacksman szerint „Rajtunk múlik, hogy kialakítjuk-e a személyes kapcsolatot. Ezt megtehetjük, mikor a vendégek a hotelbe megérkeznek, ott tartózkodásuk alatt, mikor felvesszük őket adatbázisunkba, a social media-ba, bevesszük őket törzsvendég programunkba.”