



## NEMZETKÖZI HÍREK

### 2021. szeptember

#### A PORSCHE DESIGN ÉS A STEIGENBERGER HOTELS & RESORTS ÚJ SZÁLLODAI BRAND FEJLESZTÉSÉBEN ÁLLAPODOTT MEG

Dr. Jan Becker, a Porsche Design és Marcus Bernhardt, a Steigenberger Hotels & Resorts / Deutsche Hospitality ügyvezető igazgatója szerződést kötöttek egy új szállodai brand közös fejlesztéséről, bevezetéséről.

A Steigenberger Porsche Design hoteleket nemzetközileg jelentős nagyvárosokban, az un. Luxury Lifestyle szegmensben tervezik megnyitni. A két vállalat vezetőjének nyilatkozata szerint közös értékeket képviselnek az általuk nyújtott szolgáltatások kiemelkedő minőségében és az exkluzív design területén, s ezek révén egyedülálló élményt fognak nyújtani jövőbeni vendégeik számára.

Ferdinand Alexander Porsche 1963-ban tervezte az újkori történelem ikonikus autóját, a Porsche 911-et. Ezzel indult a Porsche mítosza az autógyártás világában, majd 1972-ben megalkotta az un. Porsche Designt, melynek termékei ma is elismertek, keresettek az egész világon.

Albert Steigenberger 1930-ban Baden-Badenben nyitotta meg a Steigenberger Europäischer Hof szállodát, ami a Steigenberger Rt. első tagja volt. A Steigenberger szállodavállalat ma már 140 hotelt működtet három kontinensen.

A Deutsche Hospitality 2020-ban a Huazhu szállodavállalat részévé vált, amely a világ egyik legnagyobb konglomerátuma az ágazatban. Portfóliójában több, mint 7.000 hotel található, a törzsvendégprogram tagjainak száma meghaladja a 174 milliót.

#### A VENDÉGEK EGYRE ELÉGEDETLENEBBEK A TELEFONOS ÜGYFÉLSZOLGÁLATOKKAL

Egy – az Amerikai Egyesült Államokban – a közelmúltban elvégzett felmérés szerint az emberek 48%-a szívesebben megy fogorvoshoz, mint hogy telefonon próbáljon tájékoztatást, segítséget kérni egy-egy vállalat ügyfélszolgálatától. Az 1.000 fős mintán elvégzett felmérésben arra kértek választ, hogy a megkérdezetteknek milyen pozitív és negatív tapasztalatai vannak a vállalati ügyfélszolgálatokkal. A válaszok szerint az embereknek nehézséget okoz, emellett több időt igényel, hogy megtalálják egy-egy vállalat ügyfélszolgálatának telefonszámát. Ha ez megvan, s következik a telefonhívás, általában hosszú a várakozási idő, miközben tájékoztató szöveget / zenét kénytelen hallgatni az ügyfél. Sok esetben a személyazonosító adatokat (nevet, lánykori nevet, társadalombiztosítási számot stb.) kell megadni, s csak ezután lehet panaszt tenni, kérdést feltenni. Elégedetlenséget okoz, hogy az ügyfél sokszor azt a



választ kapja, hogy „Elnézést, de ez nem az én szakterületem, kapcsolom az illetékes kollégát.” Ezután ismét hosszabb várakozási idő következik.

A felmérés tapasztalatai alapján a következőkre szükséges figyelni az ügyfélszolgálatoknál:

- Kulcsfontosságú, hogy az ott dolgozók jól ismerjék a vállalat termékeit, szolgáltatásait.
- Legyenek kedvesek, segítőkészek.
- Mielőbb irányítsák az egyes kérdések, panaszok megválaszolásában illetékes személyekhez az ügyfelet.
- Fontos az ügyfélszolgálat munkaszervezése, a feltett kérdésekre, panaszokra mielőbb tudjanak választ adni úgy telefonon, mint e-mailben.

Mindazért nagyon fontos, mert a vállalatok elismertségében nagy szerepe van az ügyfélszolgálat munkájának, az ügyfelek ott szerzett tapasztalatainak.

## FIGYELNI KELL A VENDÉGPANASZOK MEGFELELŐ KEZELÉSÉRE

A szállodaiiparban, vendéglátásban gyakran előfordul, hogy a vendég nem elégedett a szolgáltatásokkal, s panaszt tesz. Fontos, hogy észrevételeit, panaszait szakszerűen kezeljük.

Nemzetközi tapasztalatok szerint az alábbi 6 dologra kell figyelni a vendégpanaszok kezelésénél:

- Nagyon fontos, hogy maximális figyelmet fordítsunk a vendégpanaszok meghallgatásánál. Különösen a telefonon érkezőknél, ugyanis a vendég azonnal észreveszi, ha ez nem így van.
- Ismerjük el, ha hiba történt szolgáltatásunkban, s mielőbb találunk megoldást.
- Mérges, feldúlt vendég esetében is maradjunk nyugodtak, türelmesek. Nem az a cél, hogy a vendéggel vitába keveredjünk. Ha a vendég kiabál, mi azt ne tegyük. A vendég nem ránk haragszik, hanem a „kialakult helyzetre”.
- A vendéget soha ne szakítsuk félbe. Miután elmondta kifogásait, azokat köszönjük meg. A beszélgetés során végig legyünk udvariasak.
- Legyünk pozitívak. Ez nem azt jelenti, hogy egyfolytában mosolyognunk kell. A vendéggel éreztetnünk kell, hogy segíteni szeretnénk.

## KIUGRÓAN NÖTT AZ AIRBNB 2021. II. NEGYEDÉVES FORGALMA

Sajtótájékoztató keretében számolt be Brian Chesky – az AirBnB társalapítója, CEO-ja – a vállalat 2021-es évi II. negyedéves gazdálkodási eredményekéről. Eszerint az összes árbevétel 1,3 milliárd USD lett, ami közel 300%-kal nagyobb a 2020-as év II. negyedévében elért 335 millió USD forgalmánál, s kb. 10%-kal felülmúlta a válság előtti, 2019-es év II. negyedéves árbevételét is. A kiemelkedő forgalom a COVID-19 elleni védőoltási programok sikerének, a belföldi és nemzetközi utazási korlátozások megszüntetésének köszönhető, mondta el Brian Chesky. Döntően a kiemelkedő





forgalomemelkedésnek tulajdonítható, hogy a bruttó gazdálkodási eredmény, az EBITDA (a kamatok, adók és értékcsökkenés levonása előtti eredmény) az idei II. negyedévben 397 millió USD-vel volt nagyobb a bázisnál, s 16%-kal meghaladta a 2019. II. negyedéveset. Az EBITDA nyereségszint a II. negyedévben 16% lett.

A dinamikus forgalomemelkedéssel kapcsolatban Brian Chesky azt mondta még el, hogy ez jelentős részben annak köszönhető, hogy úgy Európában, mint az Amerikai Egyesült Államokban, valamint Dél-Amerikában is visszatért a nagyvárosok iránti kereslet. Új jelenség, hogy a vendégek nagyvárosok közelében levő településeken foglalnak magánlakásokat, illetve a válság előtti időszakhoz képest hosszabb időre, több napra foglalják le azokat.

## EURÓPAI SZÁLLODAFEJLESZTÉSI RIPORT

A 2021-es év II. negyedéves un. szállodafejlesztési riportja szerint Európában 1.841 új hotel (296.843 szobával) volt előkészítés alatt. A múlt évhez képest az új projektek száma 1%-kal csökkent, az ezekben levő szobák száma ellenben 1%-kal nőtt. A II. negyedévben Európában 934 szálloda (152.549 szobával) volt építés alatt.

A szállodai projektek száma szerint Európában az első 3 helyen Nagy-Britannia (345 szálloda, 52.925 szoba), Németország (276 hotel, 50.304 szoba) és Franciaország 169 hotel (19.948 szoba) álltak az idei II. negyedévben.

Szállodavállalatok között a legtöbb új projekttel az Accor (281 hotel, 40.123 szoba), a Marriott International (218 szálloda, 35.721 szoba) és a Hilton (205 hotel, 31.155 szoba) rendelkeztek.

## A DELTA VARIÁNS MEGJELENÉSE, GYORS TERJEDÉSE FÉKEZI A TURIZMUS NYÁR ELEJÉN ISMÉT BEINDULT NÖVEKEDÉSÉT

Egy, a Chicago Tribune-ben megjelent cikk szerint a város szállodái az elmúlt két hétben 10.000 szobaéjszakát vesztek, mivel a koronavírus delta variánsának gyors terjedése miatt sok vendég lemondta foglalását. Néhány hete a turizmus képviselői – úgy a légitársaságok, mint a szállodavállalatok – igen optimistán nyilatkoztak az idei kilátásokról, de az utóbbi hetekben ez a kép megváltozott. A Kayak foglalási portál adatai szerint az elmúlt 3 hétben 26%-kal csökkent a foglalások száma. Az Expedia a II. negyedévben még 273% növekedést ért el, de júliusban ugyancsak a kereslet visszaesését tapasztalták. Egy, az emberek utazási hajlandóságára vonatkozó felmérés szerint júniusban a válaszadók 66%-a mondta, hogy nem tart az utazásól, júliusban ezek száma már 51%-ra csökkent.



## A KORONAVÍRUS JÁRVÁNY ISMÉT NÖVEKVŐ ESETSZÁMAI MIATT AZ USA-BAN A FELMÉRÉSEK SZERINT ÚGY A SZABADIDŐS, MINT AZ ÜZLETI TURISZTIKAI KERESLET CSÖKKENÉSÉRE LEHET SZÁMÍTANI

Az Amerikai Egyesült Államok Szállodászövetsége (American Hotel & Lodging Association - AHLA) idén augusztus 11-12. között elvégzett felmérése szerint a COVID-19 epidémia ismét növekvő esetszámai miatt a szabadidős kereslet csökkenésére lehet számítani. A felmérésben résztvevők válasza szerint ugyanis:

- 69% a korábban tervezettnél kevesebb szabadidős útra fog vállalkozni,
- 65% a tervezettnél rövidebb úton fog részt venni,
- 42% lemondja meglévő foglalását,
- 55% elhalasztja utazását,
- 72% csak olyan helyre indul, amit autóval is elérhet,
- 70% csak kis csoportos utazásra vállalkozik.

Az Amerikai Egyesült Államokban hosszú évek tapasztalatai szerint a nyári főszezon után az ún. Labour Day (szeptember 6.) alkalmával tömegek kelnek útra szabadidős céllal, s ezt követően kezd csökkenni az ilyen jellegű kereslet. A felmérés eredményei – az AHLA szerint – arra is felhívják a figyelmet, hogy a várhatóan jelentősen csökkenő kereslet miatt a szállodák további létszámleépítésre kényszerülnek, s ennek elkerülése, mérséklése érdekében ismét szükség lehet állami beavatkozásra, munkahelymegtartó támogatásra. Ez annál is inkább fontos lehet, mivel a koronavírus járvány következtében a szállodaiiparban megszűnt munkahely minden 5 munkavállalója közül 1 biztosan nem tér vissza az ágazatba dolgozni. Az USA-ban a COVID-19 miatt a szállodaiiparban 500 ezer munkahely szűnt meg.

A gondokat növeli, hogy az AHLA egy másik – az üzleti turizmusra vonatkozó – felmérése szerint abban is csökkenésre lehet számítani. A felmérésben résztvevők válasza szerint 67% a tervezetthez képest csökkenteni fogja üzleti útjai számát, 52% valószínűleg lemondja, 60% elhalasztja ezeket.

## EURÓPÁBAN A NYÁRI TURISZTIKAI SZEZON VISZONYLAG JÓL SIKERÜLT, DE NAGYON HIÁNYOZTAK A SOKAT KÖLTŐ AMERIKAI, ÁZSIAI TURISTÁK

Az AFP cikke szerint az idei nyári turisztikai szezon – 2020 nyarának drámai visszaeséséhez hasonlítva – viszonylag jól sikerült. Ez részben a koronavírus elleni védőoltás programoknak, részben a mérséklődő utazási korlátozásoknak köszönhető, melyek eredményeként az Európán belüli kereslet erősödött. Így a turisták száma 2020-hoz képest jelentősen megnőtt, de nagyon hiányoztak az Amerikai Egyesült Államokból és Kínából érkező magas költőképességű vendégek. Haris Theocharis turisztikai miniszter szerint Görögországot júliusban és augusztusban 2 millió turista kereste fel, ami kiemelkedő eredmény a múlt évhez hasonlítva. Ugyanakkor athéni szállodások szerint a nyári hónapokban kevés





volt a telt ház, s a vendégek a korábbiaknál kevesebbet költöttek. Ugyanez volt a helyzet Olaszországban. Rómában pedig hosszú évek óta a turisták 80%-a külföldi, ezek 80%-a az Egyesült Államokból és Ázsiából érkezik. Utóbbiak hiányában a város 1.200 szállodájából csak 600 volt nyitva, melyekben a nyári főszezonban csupán 30-35% volt a foglaltság. Spanyolországban, amely 2019-ben Franciaország után a világ 2. leglátogatottabb turisztikai desztinációja volt, júliusban 4,4 millió külföldi beutazót regisztráltak, ami 78% növekedést jelent 2020 júliusához képest. Ez a szám azonban messze elmarad a 2018. júliusi 9,9 milliótól.

## A MARRIOTT ELNÖKE ARRA FIGYELMEZTET, HOGY A SZÁLLODÁKNAK A JÖVŐBEN NAGYON MEG KELL KÜZDENIÜK A TEHETSÉGES MUNKAVÁLLALÓKÉRT

A Marriott legendás elnöke, Arne Sorenson halála után utódja, Anthony "Tony" Capuano idén februárban vette át a vállalat vezetését. Vele készült riport jelent meg a Financial Timesban. Tony Capuano ebben azt mondta el, hogy a koronavírus járvány miatt a szállodaiparban jelentős létszámleépítés történt, sokan maguktól kerestek munkát más ágazatokban. A vállalat Egyesült Államokban levő 600 szállodájában jelenleg 10.000 állásra keresnek munkavállalót. A lassan növekvő foglaltság mellett egyre nehezebb a hotelek üzemeltetése. Véleménye szerint ezen a helyzeten csak úgy tudnak javítani a szállodaipar vállalatainak képviselői, ha meggyőzik a potenciális munkavállalókat, hogy az ágazat kiemelkedő karrierlehetőséget nyújt számukra. Különösen nehéz a helyzet Floridában, ahol kirobbanóan megnőtt a kereslet a nyári időszakban. Az STR szerint ebben az államban a szállodák soha nem látott átlag szobaárakat és forgalmat értek el júliusban és augusztusban. Ugyanakkor a munkaerőhiány sok turisztikai szolgáltatót, éttermet rövidebb nyitvatartásra, egyes szolgáltatások elhagyására, egyszerűsítésére kényszerített. Tony Capuano azt is elmondta, hogy 2020 szeptemberében a járvány miatt drasztikusan visszaeső kereslet miatt 17% létszámcsökkentésre kényszerültek a szállodákban és a vállalati központban is. Most viszont minden erővel próbálják a hiányzó munkaerőt pótolni. Az új belépőknek egyszeri, felvételtkor esedékes bónuszt, illetve számos juttatást kínálnak a versenyképes fizetések mellett.

## EGYÜTTMŰKÖDÉS AZ EXPEDIA ÉS AZ UNICEF KÖZÖTT A COVID-19 ELLENI KÜZDELEMBEN

Az Expedia 2021. szeptember 8-i sajtóközleménye szerint pénzügyi támogatást nyújtanak az UNICEF-nek a COVID-19 elleni küzdelemben. Eszerint minden, az Expedia mobil applikációján végzett foglalás után pénzzel támogatják az UNICEF koronavírus járvány elleni munkáját, beleértve a diagnosztikát, a kezeléseket, valamint a védőoltásokat 180 országban. Az Expedia pénzügyi támogatása a most bejelentett program keretében minimum 10 millió USD lesz.



## PLATFORMOT INDÍT SPANYOLORSZÁGBAN A SZOBALÁNYOK SZÖVETSÉGE

A Guardianben megjelent cikk szerint Spanyolországban a Szobalányok Szövetsége platformot indít, melyen bemutatják milyen körülmények között dolgoznak a szobalányok, illetve a szállodák munkatársai az egyes hotelekben. Ennek oka, hogy elégedetlenek az alacsony fizetésekkel, illetve azzal az egyre több szállodában alkalmazott gyakorlattal, hogy költségtakarékossági megfontolások miatt egyre több helyen külső vállalkozókat, munkaerő kölcsönző cégeket bíznak meg a szállodai szobák, közösségi terek takarításával. A vendégek nem csak a szállodák szobáiról, éttermeiről, konferencia termeiről, a szobákból kínáló kilátásról stb. tájékozódhatnak szobafoglaláskor, hanem a Szobalányok Szövetségének portálján arról is, hogy milyen feltételek mellett dolgoznak a hotelek munkatársai, s mennyire becsülik meg őket.