

MiFérfiak

HAJÓK
ÉS ÓRÁK

AZ OMEGA ÉS
A VOLVO OCEAN RACE

BABYBOOM

AVAGY A NEMZETI MÁRKA
ÉPÍTÉSÉT L A VILÁGBRANDIG

Beszélgetés Balogh Leventével
a Szentkirályi Ásványvíz Kft.
tulajdonosával

SÁRKÖZI
ÁKOS
SÉFTÖRTÉNET

50 oldal 
GASZTROVILÁG

ford.hu

Ford

ÚJ MUSTANG



Go Further

Az autó illusztráció. Bővebb információért érdeklődjön a FordStore-okban, a www.ford.hu oldalon és a Ford Vonalon (+36 1 777 555)! Vegyes üzemanyag-fogyasztás: 9,0-12,8 l/100 km, átlag CO₂-kibocsátás: 199-285 g/km.

Egy szerkesztőség életében

mindig az éppen aktuális lapszám a legfontosabb, és nem utolsó sorban a legjobban sikerült is, hogy ez valóban így van-e, azt persze majd az olvasó dönti el. Bármennyit is kapjunk az elégedettségi lista tízes skáláján, egy biztos, hogy az eddig megjelent példányaink közül az egyik leggazdagabb tartalommal bíró magazinunkat lapozza, amiben sok minden más mellett igazi sikeremberek történeteit osztjuk meg Önökkel. Meglátogattuk a kenesei Marina Porton **Litkey Farkas**, tizenháromszoros Kékszalaggyőztes vitorlázót, bemutatjuk **Jurák Zsoltot**, aki több mint kétmillió megtett kilométer élményével és utazási tapasztalataival gazdagítja világlátásunkat. Górcső alatt volt ismét a **szállodaipar**, aminek analizálásban **Klemm Balázs** a Hotel & More tulajdonosa volt a segítségünkre. És persze lesz foci is, a nemrégiben végetért világbajnokság apropóján, amiben a gólok mellett az euromilliók is röpködnek majd.

Új színfoltként és nem utolsó sorban hódolatunk leplezetlen jeleként bemutatkozunk az „**Ők a Nők**” rovatunk, amiben most és a későbbiekben a gyengébbik nem egy-egy sikersztoriját ismerhetik meg.

Elsőként **Vogel Adreinnel** beszélgettünk, aki ugyan a KIA legkisebb autójával versenyzik, de már egy versenykamion volánjánál is kipróbálta magát. A megnövelt oldalszám mellett egy specifikus melléklettel is jelentkezünk, mely tartalmi elem a későbbi lapszámainkban is visszaköszön majd.

Debütáló mellékletünkben a gasztronómia került a középpontba, amiben ismét számos sikersztorit ismerhetnek meg. **Sárközi Ákossal**, a Konyhafőnök séfféval azt taglaltuk többek között, hogy miért főz az egész világ. Két unikális történetet is szervírozunk, amiből az egyikben megtudhatják például azt, hogyan lesz valakiből, pókerjátékosból jégkrémgyártó.

Meglátogattuk **Schobert Norbetet** is, akivel az update sztoriról beszélgettünk. Izgalmas körutazást teszünk az energiaitalok piacán is. Ebben **Balogh Levente**, a Szentkirályi Ásványíz Kft. tulajdonosa volt a parterünk, aki a sikerre vitt Szentkirályi ásványvizek után most ezen a piacon épít world wide márkát. Ahogy szoktunk volt írni; dőljenek hátra, kortyoljanak egy jóízűt, élvezzék a nyarat, és utazzanak el velünk immár 150 oldalon keresztül a Mi Férfiak világába!

Barna András



TARTALOM



IMPRESSZUM

MiFérfiak Magazin, 2018/02 / LAPIGAZGATÓ: Kökény Roland / FŐSZERKESZTŐ: Barna András / MUNKATÁRSÁK: Hilbert Péter, Kopasz Zsolt, Novák Ildikó, Szikora Katalin, Rádai Barbara, Valda Noémi, Rétfalvi-Kurucz Alexandra, Nagy Orsolya / KIADÓ: Createam Plusz Kft., miferfiak@miferfiak.hu / HIRDETÉS: miferfiak@miferfiak.hu / ÉRTÉKESÍTÉS: megrendelhető a kiadó email címén postai utánvétellel / A MiFérfiak.hu magazin négyszer jelenik meg egy évben.

10 MEGÖRÖKÖLT SZENVEDÉLY

Interjú Litkey Farkas világ-és euró bajnok, tizeháromszoros Kékszalag győztes vitorlás versenyzővel

18 TERMÉSZETES LUXUS SINONT YACHT

22 AUTÓ ÉS UTAZÁS

Ford EcoSport és a Balaton

30 A NAGY UTAZÓ

A világtúrák egy rendhagyó módjáról beszélgetünk Jurák Zsolttal

40 MAGASFESZÜLTÉG – BMW I3S

44 BENZINGŐZ ÉS PARFÜMILLAT

Beszélgetés Vogel Adrienn autóversenyzővel

50 HAJÓK ÉS ÓRÁK

Omega Planet Ocean Deep Black, a Volvo Ocean Race-n

54 STÍLUS HARLEY-DAVIDSON

A Bucherer elhozta a világ legdrágább motorját

58 BETONSZÉPSÉGEK – ÉPÍTÉSZET

Sziklafészek / „A kocka el van vetve”

66 MOTOR – YAMAHA XSR900

Variációk egy témára

70 ANTIK KONCEPCIÓ

Plymouth Belmont

74 BUSINESS

Lépésváltás – beszélgetés Klemm Balázssal, a Hotel & More Holding tulajdonosával a szállodaiparról

80 TV – SAMSUNG FRAME – ART MOZI

84 SPORT – GÓLOK ÉS MILLIÓK

89 GASZTORKÖRKÉP

96 SÉFTÖRTÉNET

interjú Sárközi Ákossal

108 LASSÚ, FÜSTÖS ÓRÜLET – BBQ

112 INTERJÚ BALOGH LEVENTÉVEL

a Szentkirályi Ásványvíz Kft. tulajdonosával

122 KIS KÁVÉ LEXIKON

128 GASTROKARRIEREK

Pókerjátékosból jégkrémáros

134 A BRANDÉPÍTÉSTŐL A FRANCHISE HÁLÓZATIG

Beszélgetés Schobert Norberttel

142 COSTA COFFE



Fotóink, írásaink és grafikáink, szerkesztési és tördelési megoldásaink önálló szerzői jogi védelem alatt állnak. Engedély nélküli felhasználásuk jogszabályba ütközik, és büntetőjogi felelősséggel jár. Az újságban megjelenő fotókat és írásokat sokszorosítani csak a kiadó hozzájárulásával lehet. Minden jog fenntartva. Kéziratokat és fotókat nem őrizzük meg és nem küldünk vissza. A lapban megjelent hirdetések tartalmáért nem vállalunk felelősséget.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu-n**, használja a QR kódot!



BUICK EVOCADOR

César A. Oliver-Latorre dizájnja egy lenyűgöző Buick Evocador koncepció autót hozott létre.

A terv középponti eleme a kinyújtott sziluett, ami egy hosszú motorháztetőből áll, és a rövid elülső túlnyúlás és a hosszú hátsó túlnyúlás foglalja keretbe.

A tervező azt akarta, hogy az autó vonalai olyanok legyenek, mint a madár tollai a szélben. További érdekes részlet az átlátszó króm pont/LED világítás, a tökéletesen beépített lézervilágítás és hátsó lámpák, valamint a számos felsőkategóriás anyag és textúra. A Buick védjegyének számító polírozott króm borítások is megjelennek itt. Csak négy 24 hüvelykes gumit kell rádobni, és bárki átértezheti az amerikai luxusautógyártás hamisítatlan stílusát.



KEMÉNY IDŐK

A Hublot négy év után egy újabb szabadalmazott anyagot mutatott be – a világos és sűrű színű kerámiát.

A Hublot Big Bang Unico Red Magic, amit 500 darabban limitáltak, a jövőben más színekben is elérhető lesz.

Az anyag a Hublot Ferrari Unico Carbon Red Ceramic órában debütált, ahol a drágakőfoglataton jelent meg, de az Unico Red Magic az első, amelynél a márka a polírozott kerámiát az óra tokjánál is használta.

A nyomást és az égetés nélküli hőt kombináló szinterelési eljárás révén egy világos, szembeszökő pirosat értek el. Bár a Big Bang inkább egy kollekciónév, ugyanakkor nagyon jó leírása a Hublot személyiségének és az óragyártáshoz való hozzáállásának.

De ez az óra több, mint feltűnősködés.

A figyelemfelkeltő megjelenése mellett, a Magic Goldhoz hasonlóan ez az anyag innovatív és rendkívül tartós. A kerámia gyártási folyamata révén egy kivételesen sűrű anyag jön létre, aminek keménysége 1500 HVI (a Vickers keménység teszt mértékegysége) összehasonlítva a legtöbb kerámiával, aminek csak 1200 HVI.

A Big Bang Unico Red Magic átmérője 45 mm, a tokja pedig 15,45 mm, szkeletonizált számlap és fekete-piros vonalazott gumi szíj került az órára, mely 72 órát tud működni.



AZ ADIDAS ÚJ PORSCHE DESIGN CIPŐJE

Az Adidas egyik legújabb cipője, az S4 LUX modell design-ját és kialakítását is a Porsche inspirálta, azonban mélyen a zsebébe kell nyúlnia annak, aki egy ilyen futócipőben szeretne sportolni.

Az Adidas Bounce S4 LUX éppen annyira „csak” egy futócipő, mint amennyire a Porsche 911 „csupán” egy autó. A cipő kialakításán a Porsche Design Sport és az Adidas közösen dolgoztak, így született meg többek között a magas minőségű carbon szálak felső rész.

A Porsche által inspirált cipő éppen olyan finom és kellemes futóteljesítményt tesz lehetővé, mint amilyen kellemes menettulajdonságokkal egy Porsche 911-es autó bír.



A LAMBORGHINI TRIATLON KERÉKPÁRJA

A Lamborghini és a Cervélo Cycles közösen mutatták be ezt a formabontó triatlon kerékpárt. A PX5 Lamborghini Editont a 2018-as Genovai Nemzetközi Motorshow-n mutatta be a nagyközönségnek a két gyártó. A bicikli design-ját a Lamborghini bolognai központjában tervezték.

A PX5 Lamborghini Edition egy rendkívül egyedi triatlon kerékpár, ami speciális finomhangolási beállításokat is lehetővé tesz számunkra. A tökéletes aerodinamikai tulajdonságokat a több, mint 180 órás szélcsatornában való tesztelésnek is köszönhetjük.

A Lamborghini mérnökei kitétek magukért, a végeredmény ugyanis egy valóban tökéletes, rendkívül gyors és innovatív kerékpár modell lett.

A Cervélo Cycles szakemberei is remek munkát végeztek, a versenyzők így feltétlenül kitűnnek majd a tömegeből ezzel a tökéletesre sikerült limitált szériájú versenybiciklivel.





A KLAVIATÚRA RENE SZÁNSZA

Az Audi Layer bemeneti eszköz hihetetlenül futurisztikus megjelenésű. Négy különböző eszközt egyesít ez a g énius z, ami szó szerint az egyetlen dolog lesz, amit a számítógépedhez kell csatlakoztatnod.

A Layer lapos track-padje tabletté változik, ha a tollat a helyére teszik. Ha a track-padet elcsúsztatják előbújik a QWERTY billentyűzet. Mellette rejtőzik az áramvonalas egér, amihez tökéletesen passzol a belegravírozott Audi karikák. Aki azt mondja, hogy az érintőképernyője a jövő, biztosan nem próbálta még ki a sokoldalú Audi Layert.



AZ ASTON MARTIN A VÍZ ALÁ MEGY

Elkezdődött az és a Triton Submarines Project Neptune névre keresztelt limitált, luxus személyi tengeralattjárójának gyártása.

A sikeres dizájn fázist követően az első kész modellt még idén be fogják mutatni. Az Aston Martin és a Triton Submarines együttműködésének eredménye a szépséget és eleganciát ötvözi a biztonsággal és megbízhatósággal, miközben majdnem 360 fokos kilátást biztosít.

Ez a személyi 500 méter mélyre lesz képes leereszkedni, és sprint sebessége akár az 5 csomót is meghaladja, miközben a pilóta mellett további két utast szállít.

Az Aston Martin saját csapata alkotta meg a jármű megjelenését, a különböző szín és dísz kombinációkat, kialakítva a tengeralattjáró sportos, luxus tengeri karakterét. Természetesen a jármű egyes elemei egyéni ízlés szerint alakíthatóak lesznek majd.



BUGATTI 100M KONCEPCIÓ

Ez az új négykeresű motor azonnal felfedi a gyökereit, amint valaki rápillant – a sima vonalai és színekombinációi egy ismerős Bugatti mixet alkotnak.

A Romain Gauvin tervező által fejlesztett fekete, fehér és kék Bugatti 100M koncepció egy kapszulából áll, amelyben megtalálhatóak a technikai elemek, oldalára pedig a Bugatti ikonikus C-alakú vonala látható.

A sofőr kényelme érdekében – aki szintén a fedett vezetőfülkében helyezkedik el – Gauvin motorjának hologramos hátsó monitorja van, amely folyamatosan mutatja a motor külsejére szerelt kamera által közvetített képet.



Míg a Bugatti járművei mind üzemanyaggal működnek, a 100M Concept egy hibrid, mely elektromos meghajtással működik, az akkumulátor pedig közvetlenül az ülés alatt helyezkedik el, és a motor elején keresztül lehet tölteni.

A hátsó részen és a kapszula alatti visszafogott megvilágítás teszi ezt a Bugattit még futurisztikusabb, mintha akár repülni is képes lenne.



INTERJÚ

MEGÖRÖKÖLT SZENVEDÉLY

írta: BARNA ANDRÁS *foto:* ERDÉLYI GÁBOR, HILBERT PÉTER

Litkey Farkast az édesapjától megörökölt szenvedélye egy életre szélbe állította. A vitorlássport iránti elkötelezettsége és kitartása ma már nem csak az eredményeiben tükröződnek vissza, hanem a sportolói életút pozitív hozadékaiban is. Példaértéke okán az élet más területéről is kap felkéréseket, legutóbb a Ford Edge nagyköveti tisztére.





Litkey Farkas szűkebb hazájában, a balatonkenesei Marina Port-ban találkoztunk. Aznap a nyár az erősebbik arcát mutatta, így nem csoda, hogy a tikkasztó hűségben az egyébként nyüzsgő kikötőben szinte csak egy-egy embert lehetett látni. A beszélgetésünkhöz Farkas engem is a Klubház leghűvösebb részére invitál. A millió miatt némi irigységgel követem, stresszmentes munkahely lehet – gondoltam – itt csak a távoli strand moraja és egy-egy hajó meglazult kötélzetének csilingelése szólhat bele a kikötői nihilbe.

Feltehetőleg csak kívülálló láthatja így, hiszen a sikernek mindenhol ára van,

ebben a sportban is. Kár lenne feltételezni, hogy a világraszóló eredményeket csak a szél fújta össze. Három világ, egy európai bajnoki arany érem, mellé még két ezüst, soling hajóosztályban, további két magyar bajnoki arany a finn dingiben, tizenhárom Kékszalag és négy Balaton kerülő győzelem Litkey Farkas gyors mérlege a teljesség igénye nélkül.

Eredményeinek köszönhetően szinte már a kezdetektől profiként versenyez, azonban később mégis amatőr státuszban indul az atlantai olimpián. Hazatérve rájön, hogy a további működéshez biztosabb alapokat kell építeni, elindul az

újból profi karrier felépítése, ami már sok minden másról, így a csapatüzemeltetésről és a támogatói kör megszervezéséről is szólt.

Ma vitorlásiskolát üzemeltet, vitorlákat tervez, menedzseli a csapatát és iparági versenyeket szervez, telente pedig a tenger hajjait szeli.

– **Barna András: Ha valaki megnézné a személyidben a születési helyed, akkor biztosan nem kerülné ki azt a kérdést, hogy lesz egy balmazújvárosi srácból vitorlázó? Hogy lesz?**

– Litkey Farkas: Nem vagyok alföldi srác, igazából csak ott születünk én is meg a testvérem is. Mi Budapesten éltünk, csak a nagyszüleim voltak balmazújvárosiak. Az édesanyámnak volt egyfajta kötődése a helyhez, ő akarta így, amit én egy kedves gesztusnak tartok.

Az édesapám volt vitorlásversenyző, így szinte mi ott nőttünk fel a balatonfüredi BKV Előre kikötőjében.

– **Akkor megvolt az első kedvcsináló szellő?**

– Igen, tulajdonképpen ahogy elkezdünk járni, nekünk is ott volt a helyünk. Később volt egy kis optimisünk, olyan, amivel ma is elkezdjük tanítani vitorlázni a gyerekeket. Nálunk ez volt a járóka, egész nap benne ültünk. Először persze nem volt szabad kimenni a kikötőből, később viszont kijebb tolódtak a határok. De nem gondoltam akkor még úgy a vitorlázásra, mint sportra, ugyanis akkor én úsztam.

– **És mikor indult el a pályafutásod?**

– Abbahagytam az úszást és 1974-ben lekerültem az agárdi vízi sportiskolába, innen datálódik az én vitorlás pályafutásom.

– **Az életedet feltetted a vitorlázásra vagy másfelé is kipróbáltad magad?**

– Mindig is a vitorlázás volt a legfontosabb és az elsőszámú, de az élet mindig hoz fordulatokat, amihez alkalmazkodni kellett. Bár nem tartom magam újságírónak, de a sportági kötődés miatt tizenöt évig szerkesztettem a Hajú Magazint,



és előtte egy hajós boltban dolgoztam. Míg az előző nagyobb szabadsággal, az utóbbi nagy kötöttségekkel járt. Körülbelül ennyi vargabetű volt a sportpályafutásom alatt.

– **Ugyan nem csináltam körképet, de nem gondolnám, hogy sokan elérnek olyan magasságokat, mint te, hogy lett ebből számodra valamiféle üzlet?**

– A történet az úgy kezdődött, hogy sportállásom volt, ez tartott kb. 1990–91-ig, a megszűnése után – azért valljuk be – kicsit labilissá vált az

egzisztenciám, amire a megoldás a korábban említett sportbolt, hajós bolt volt. Itt öt évet dolgoztam és 1996-ban tulajdonképpen a „pult mögül” mentem ki az olimpiára, akkor már teljesen amatőr sportolói státuszban. A hajósüzlet mellett szinte lehetetlen volt mást csinálni annyi feladattal járt, ezért váltottam az újságra, amit teljesen jól össze tudtam egyeztetni a sporttal. Az olimpia felkészülés után kezdtem el csapatot építeni, akikkel el tudtam indítani egy amolyan félprofi módon működő rendszert. Ez igazából 2000-ben érett be.



– **Vitorlázás tekintetében nem mondhatjuk magunkat vizes nemzetnek. Nyilván 2000-ben is más volt a helyzet és ma is más. Ha eltekintek egy-két külföldi sportcsatornától, tévés közvetítés szinte egyáltalán nincsen, jellemzően a hajókat csak partról tudod követni. Hogy lesz idehaza ez vonzó egy szponzor számára?**

– A Balaton egy elég nagy tó és jó hely a nagyhajók számára. Akkoriban, amikor mi ezt elkezdtuk, akkor a közepes hajók olyan 26 láb hosszúak voltak, ma már inkább 38 láb a limit, és a hajók közti különbség is jelentősen

megnövekedett. Míg az előbbi kb. 30 ezer euró, addig a nagyobb 200 ezerbe is kerülhet. Szóval most ott tartunk, hogy a 38 lábás a középkategória.

Egyébként a Balaton nagyon jó, és erős turisztikai célpont, ami vonzza a tehetősebb embereket. Nincsen szükség arra, hogy ezt a televízió közvetítse. Itt a támogatók közvetlen kapcsolatba kerülnek azzal a potenciális vevőkörrel, akinek hajójuk van, és akiket megcéloztak. Ez ilyen szempontból egy kimagaslóan jó sportág.

És még egy. Akármerről is nézzük ezt a területet, azt látjuk, hogy a világon az egyik legdrágább közlekedési eszköz a hajó, és ezzel paralel az egyik legdrágább sporteszköz az pedig a vitorlázás. Azok, akik ma a vitorlázásban, illetve a vitorlássportban benne vannak, azok a világ leggazdagabb emberei.

– **Ha most végig megyünk egy kikötőn, akkor még egy kevésbé hozzáférhető is érezhető egyfajta minőségi változást.**

Nagyot fejlődött a balatoni hajópark?

– Ha versenyzői oldalról vetítem le a dolgot, akkor az láthatjuk, hogy 1991-ben nyert a Nemere 2 utoljára, ami egy döbbenetes dolog volt abban az időben, hiszen ez egy 1942-ben épült hajó. Mindenhol a világon ezek a szép, klasszikus kategóriába tartoztak volna, nem pedig esélyesként mérkőznek a helyi tókerülő versenyen. Ez nem történt volna meg, ha nincsen lefojtva a magyar nagyhajós társadalomnak a fejlődése mintegy 50 éven keresztül. 1993-ig tulajdonképpen csak azok a hajók alkották a balatoni nagyhajós társadalmat és nyerték a Kékszalag versenyeket, amik már a háború előtt is megvoltak. 1993-ban jött az első igazi változás, amit, akkor egy 11 méteres vam design Kékszalag győzelme jelentett. Innentől kezdve – viszonylag gyorsan a rendszerváltozás után – kapott új

erőre a nagyhajózás. Mi élversenyzők addig a korábbi hajókra úgy tekintettünk, mint régi klassz dolgokra. A fiatalok számára viszont nem jelentett nagy vonzerőt egy ilyen cirkáló, hiszen nem volt bennük erő és technikai kihívás sem.

– **Mit hozott ez a technikai pálfordulás?**

– Korábban folyamatosan azt éreztük, hogy ülünk egy jó gokartban, de mellettünk mégis veterán autók húznak el. 1993 után érdekes lett a helyzet, sőt egyre érdekesebb. Azt mondhatom, hogy tulajdonképpen velünk együtt nőtt fel a nagyhajózás újra, pontosabban a Brencsán Ábel vezette csapattal.

Olyan hajókkal kezdtünk el vitorlázni, amit már nem vertek meg egykönnyen a külföldiek. Sőt, 1996-ban eljutottunk odáig, hogy nem volt egyetlen olyan határon túli egység sem, aki az egytestű kategóriában legyőzhette volna a tókerülő verseny első két helyezettjét.

– **A katamaránokkal elkezdődött az evolúció harmadik fejezete?**

– 2010-től számítódik a harmadik időszak, ezzel egy teljesen új korszak indult. Eleinte csak kétévente lehetett katamaránokkal vitorlázni, majd 2014-től – viszonylag hamar – minden évben lehet már ezzel a hajótípussal versenyezni. Ez egy új dolog volt, egy érdekes kihívás, ami számomra újból azt jelentette, hogy továbbra is izgalmas verseny marad a Kékszalg. Most egy olyan technikával vitorlázunk, ami nagyon érdekes és szórakoztató.

– **Ha lehet párhuzamot vonni sportág és sportág között, akkor a te műfajod az aszfalra vetítve a pályautózás, a Fa Nándor által képviselt kategória, pedig inkább a Dakar. Téged nem vonzott soha, hogy részt vegyél egy földkerülő versenyen?**

– Ehhez iszonyúan nagy elszántság kell. Fizikailag és mentálisan is nagy kihívás. Emiatt egészen más felkészülést is igényel. Engem a földkerülés nem vonz, és noha nyáron rendezik meg ezt a versenyt, van egy elég erős harminc nap, amikor a déli féltekén hidegben hajóznak, amiről én tudom, hogy végképp nem szeretném megélni, vagy kipróbálni.

– **Mi vonzana, vagy miben próbálnád ki magad?**

– Ami az óceáni vitorlázásban csábít az a transzatlanti versenyek, amik a meleg égőben mennek, ez szórakoztatna. De eddig soha nem volt bennem olyan nagy elán, hogy tényleg elinduljak ebbe az irányba. Engem kielégít az a fajta hajózás, amit idehaza a Balatonon, tavakon, vagy a beltengereken, a mediterrán tengeren lehet végezni. Ebből is az úgynevezett inshort hajózást kedvelem, amikor az ember partmentén hajózik, nem tölt kint éjszakát a vízen. Jellemzően úgy vitorlázunk itt, hogy reggel elmegyek valameddig, egy pályáig, ott teljesítjük a szakaszt és utána hazajövünk és kikötünk.

– **Az autózást már sokszor felemlgettük, te látsz valami párhuzamot a két sport között, túl azon, hogy számos márka támogat vitorlasegységeket?**

– A vitorlázást elsősorban a repüléshez, a nagyon lassú repüléshez tudnám hasonlítani. De az viszont kétségtelen, hogy találni közös pontokat.



Például az autóversenyzésben is használt anyagokat a hajózásban is alkalmazzák. Atlantic Cup-ban folynak a legnagyobb technikai fejlesztések. A vitorlázás szipkázott már el mérnököket a száguldó cirkusból, legutóbb a Red Bull mérnöke csatlakozott az Oracle-hez. Az aerodinamikai tapasztalatait most a hidrodinamikában kamatoztatja.

– **Bevallom nem véletlen, hogy beszélgetésünk során többször is szóba hoztam az autós témát. Némileg így akartam megágyazni annak a nemrég történt megállapodásnak, amit a Forddal kötöttél. Modellnagykövet lettél, aminek köszönhetően immáron a márka zászlóshajóját az Edge-t is vezeted. Hogy kerültetek egymás látókörébe?**

– Mondhatni, hogy a kapcsolat régi, de valamiért eddig nem teljedett ki, mert időben, vagy egyéb kötelezettségeim miatt nem tudtunk korábban megállapodni. Most viszont minden egybeesett.

– **A kérdés költői lesz. Miért jó egy ilyen együttműködés?**

– Beszélgetésünk elején már érintettük, hogy ez a sport számos ponton jó felület a szponzorok számára. Azonban ez nem egyoldalú dolog, vannak szinergiák, amit kölcsönösen ki tudunk használni. A Ford egy erős márka nemcsak a világban, hanem idehaza is. A cég mögötti gazdasági erő nekem nagyon fontos. Abszolút értékben nyilván egy üzletről van szó, ahol próbáljuk egymás szekerét tolni a kölcsönösség és az ebből fakadó jó kamatok reményében. Úgy érzem, hogy a Forddal sikerült olyan kiegyensúlyozott megállapodást kötnünk, amiben a kommunikációs érték párosul a gazdasági stabilitással, így a közös ötletek megvalósulása biztosított.

– **A kollekciónak legnagyobb autóját az Edge-t használod, szereted ezt a kategóriát?**

– Ha, azt kérdezted volna, hogy szeretem-e a terepes kategóriát, akkor azt válaszoltam volna, hogy nem, mert nem járok soha terepen. Sőt, az nekem túl

sok is lenne és komfortjában is más. Az, amit ez Edge tud, azt viszont nagyon szeretem. Szeretem, hogy magasan ülök, jól esik, hogy nem kell megijednem, ha egy pattkára kell felállni, vagy ha le kell kanyarodni egy olyan útra, ahol egy személyautó már felakadna. Itt Kenesén, ha felmegyek a dombra és körbe akarok nézni, akkor ez az autó tökéletes. Nem kemény terepről beszélünk, de ott már jobb egy ilyen SUV-vel menni, mint egy személyautóval.

– **Sokat vezetsz?**

– Sokat, olyan 50–60 ezer kilométer körül, egy évben. Telente Andalúziában vagyunk, sokat járok hosszabb távokon, ezért fontos a kényelem és a vezetési

komfort. A használatra kapott autóm Vignale felszereltségű, amiben már igen sok a vezetési asszisztens, aminek előnyeit nagyon élvezem. Mindig megnyugtató érzés, hogyha az ember biztos technikára támaszkodhat.

– **Vontatni is szoktál?**

– Egy évben két-három olyan verseny van, ahova hajót viszek, kb. 1500 kiló amit magam után húzok. Szóval számomra emiatt fontos szempont, hogy erős autó legyen alattam, mint ahogy az is, hogy amit használok, az ne csak egy munkautó legyen, hanem

a hétköznapi életben is megfelelő eleganciával is kiszolgáljon.

– **Mi most körülbelül három héttel a Kékszalag verseny előtt beszélgettünk. Mit vársz az ideitől tizenhárom elsőség után?**

– Egy ideje már csak az a cél, hogy jól menjünk. Az én számból talán furcsán hangzik, de nem feltétlenül csak a győzelem motivál, hanem egy kicsit más a megközelítése a versenynek. Én szeretek nagyon jól felkészülni, abban hiszek, hogyha többet edzünk, mint az ellenfelek, akkor ott leszünk az esélyesek között. Most is érzem már, hogy ez a munka, amit a felkészüléssel töltöttünk megvan! Mi nagyon sokat vitorlázunk együtt, heti öt napot edzünk, senki más nem tréningez ennyit.



A FORDDAL SIKERÜLT OLYAN MEGÁLLAPODÁST KÖTNÜNK, AMIBEN A KOMMUNIKÁCIÓS ÉRTÉK PÁROSUL A GAZDASÁGI STABILITÁSSAL, ÍGY A KÖZÖS ÖTLETEK MEGVALÓSULÁSA BIZTOSÍTOTT

– Hogy néz ki egy edzés?

– Délután ötkor kezdünk, mert a csapatból mindenki dolgozik, és csak utána ér rá. Ennek ellenére általában már félhatkor a vízben vagyunk. Két-három órát vagyunk kint, utána levezetésként van egy közös vacsora.

Amivel mi vitorlázunk, az egy szokatlan technika, ezért meg kell szoknia az idegrendszernek a hajó sebességét, a reakcióit, a viselkedését. Éppen ezért az első edzések mindig lassabbak, egy-két alkalom után viszont már elkezdem a srácokat terhelni, olykor a fáradtság határáig is. Ennek ellenére nem feszegetem, feszegetjük a határokat csak ésszel, nem csak azért, mert ez egy drága hajó, hanem azért sem, mert nem szeretném, ha bárkiben is rossz emlékek maradnának a vitorlázásról. Ez is az egyik oka, ami miatt mi áprilisban még nem vagyunk a tavon, hogy ne kapja a hidegvízet senki a nyakába, mert itt a víz, az jön.

– Mennyivel tud menni?

– 22–23 csomó, ha nagyon forszírozzuk, akkor akár 25–26-ig is felmegy, de az már nem túl kényelmes állapot.

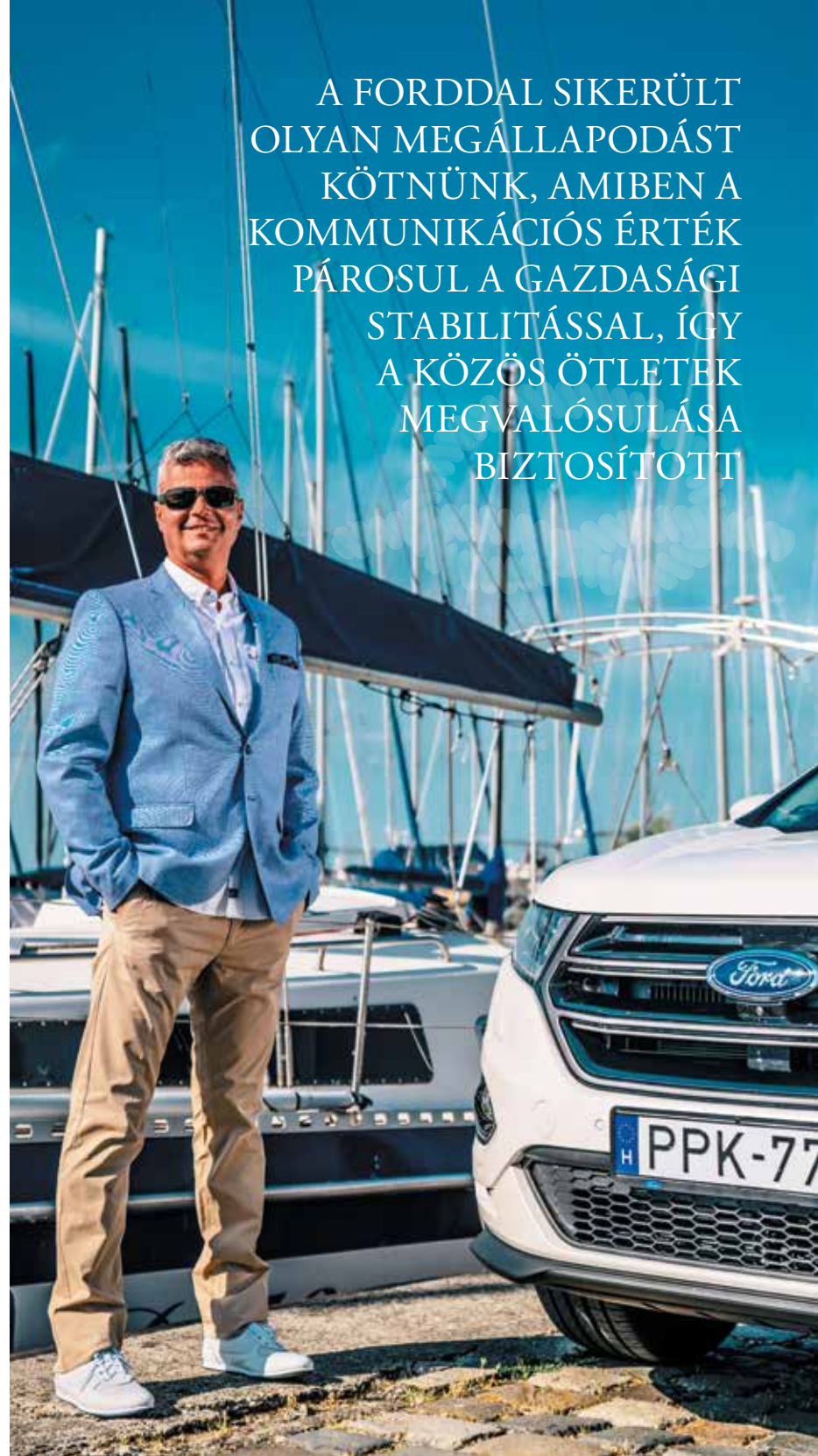
– **A vitorlázás köré felépült az életed is, hajós iskolát működtetsz, vitorlákat tervezel, rendezvényeket szervezel, vannak további terveid?**

– Jól érzem magam abban, amit csinálok. Szeretem, ha jövedelmező az, amivel foglalkozom, de sokra becsülöm a szabadságot is, így amikor elég, akkor nem feszítem tovább, önmagában a pénzért nem megyek.

Ha vannak célok és lehet gólokot rúgni, az más. Új elképzeléseim nincsenek, nem fogok új frontokat nyitni. Amiket csinálunk, azt viszont szeretném még jobban, sikeresebben és erre a mai állapot szerint minden esély megvan. Üzletileg tehát jól prosperálunk, de nyilván a tevékenységünk összességéből adódik ez a siker.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalán, használja a QR kódot!



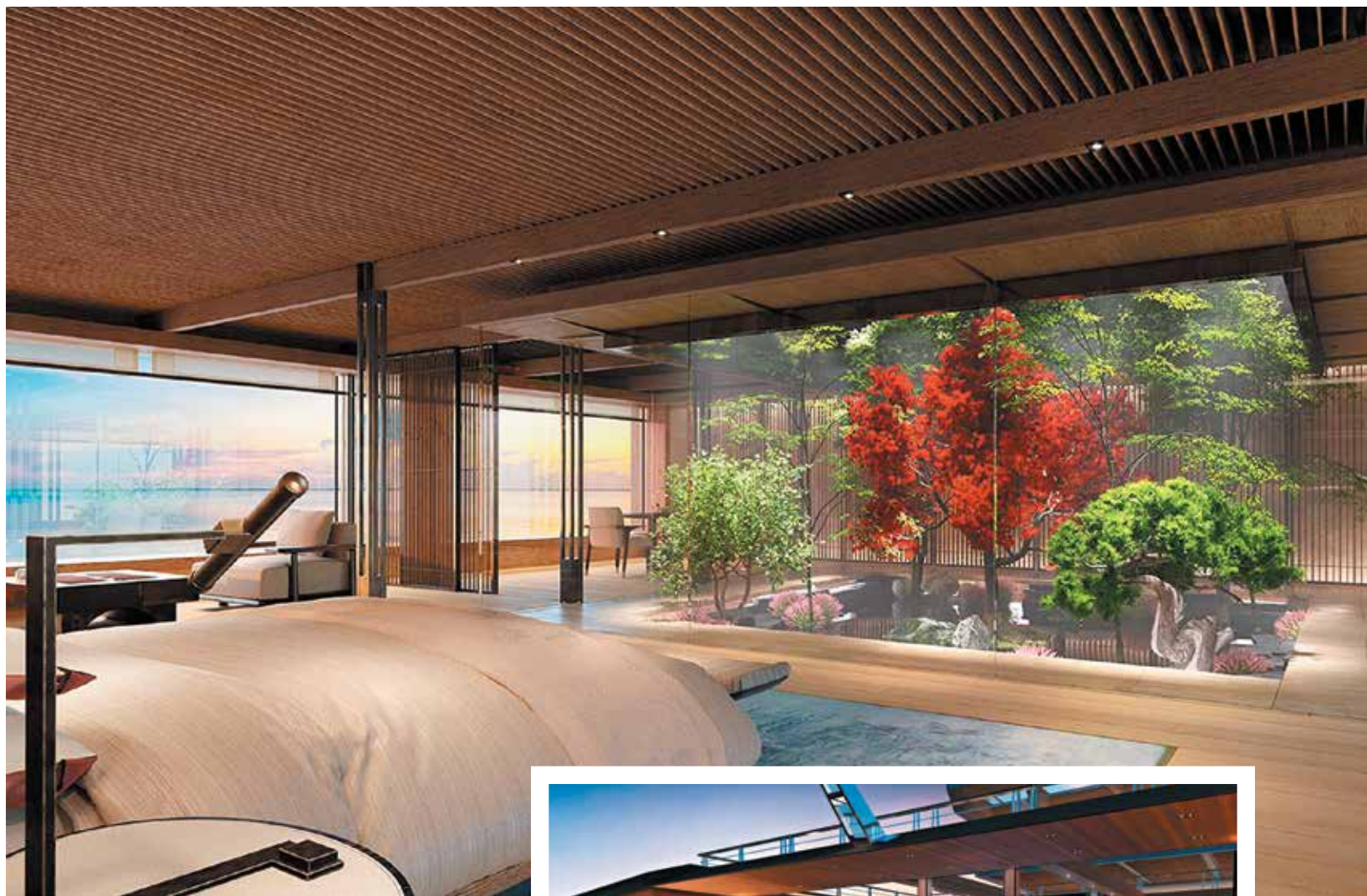
SINOT NATURE

A TERMÉSZETES LUXUS

írta: MIFERFIK.HU fotó: SINOT

A Sinot egy exkluzív jachtokat gyártó cég, amely nemrég mutatta be 120 méteres „Nature” hajókonceptóját. Az ötlet a teljesen egyedi formatervezés és a holisztikus törekvés eredménye, és úttörő módon kísérli meg ötvözni a szépséget és funkcionalitást.





Azért ezt a nevet választották a jachtnak, mert a hajó egy platformként szolgál ahhoz, hogy az emberek közelebb kerülhessenek a természethez. Egy kerttel és megfigyelő állomásokkal kiegészítve, a dizájn funkcionalitásra törekszik, miközben egy visszavonulásra alkalmas helyet teremt a nyílt tengeren. A buja belső kert a legmodernebb klímavezérlési technológiával van felszerelve, míg a felső fedélzeti megfigyelőközpont egyedülál-





ló platformot biztosít a nyílt vizek vizsgálatához. A koncepció két padlótól a mennyezetig érő ablakot vázol fel, ezáltal kiküszöbölve az emberek és a természet közötti határokat, hihetetlen kilátást nyújtva a fedélzetről. A szolgáltatások közé nyolc fényűző normál és VIP szoba, továbbá egy rendkívül tágas tulajdonosi szoba tartozik. Egy luxus wellness-részleg, edzőterem és a tengerszint feletti medence is elfér a hajón a hatékony térelrendezésnek köszönhetően.



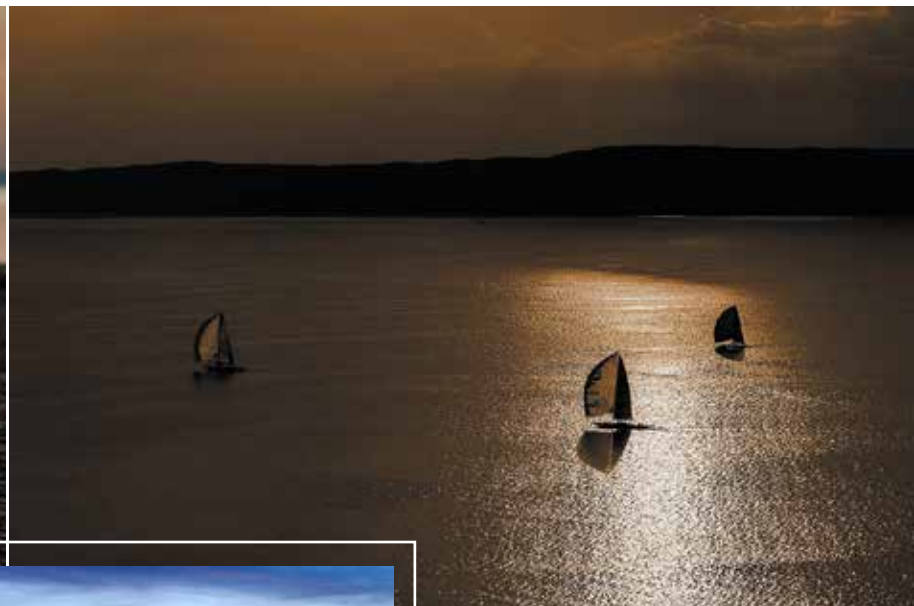
FORD ECOSPORT ÉS A DÉL-BALATON

SOMOGYORSZÁG

írta: KÖKÉNY ROLAND *fotó:* HILBERT PÉTER

„Négy évszak Somogyország” kiállítás, fotósok: TÓTH GYULA, KESZTHELYI ZOLTÁN, SZELLŐ GÁBOR, GELLÉRT ATTILA

Ha nyár akkor napfény, víz, pihenés. Ennek szellemében ezúttal a magyar tengert vettük célkeresztbe, a déli part és környéke volt az útirány. A tomboló nyarat kihasználva a szerkesztőségünknel vendégeskedő Ford Ecosporttal megfürödtünk a balatoni kánikulában és jónéhány napsütötte órában volt részünk. Augusztus idén is az év legmelegebb hónapja, ha még tehetik pattanjanak autóba és irány a Balaton. Mi már a magyar tenger kapujában a balatonvilágosi Waberer's Club Hotelben megpihentünk, de ezúttal nemcsak a parton napfürdőztünk hanem bejártuk egész Somogyországot.



A

Balaton, Európa egyik legnagyobb sekély vízű tava csodálatos természeti és kulturális látnivalókkal bír, emellett fürdésre is kiválóan alkalmas. Az északi part magasabb hegyei és szőlővel borított déli hegylábai, valamint A vulkanikus eredetű tanúhegyek vadregényessé teszik a tájat, míg a déli part lankái és lassan mélyülő partja elrejtik a szemek elől a szintén jelentős szőlőültetvényeket. Ha valaki a fürdésen kívül másra is kíváncsi, annak érdemes elolvasni A következő oldalakat, de fel-

tétlenül szerezz be Cholnoky Jenő Balaton című könyvét és Eötvös Károly Utazás a Balaton körül, és Az a balaton utazás vége című munkáit. Előbbi híres földrajztudósként, míg utóbbi ügyvédként és főként érdeklődő emberként, íróként látta és láttatta a Balatont, majd száz esztendővel ezelőtt. A mai tájképet ezeknek a könyveknek az ismeretében talán

egy kicsit mi is másként látjuk majd.

A Balaton déli partjára érkezők sokszor nem is távolodnak el a tó közeléből, pedig Somogyország bőven tartogat látnivalót az érdeklődőknek. A meredek északi leszakadásokkal és lankás déli lejtőkkel tarkított Somogyi-dombság völgyeiben olyan apró települések bújnak meg mint Nikla, ahol

Berzsenyi Dániel élte életét (egykori kúriája ma múzeum), Zala, ahol a híres festő Zichy Mihály alkotott (igaz csak részben, hiszen az orosz cári udvar híres festőjeként vált ismertté), vagy Somogyvámos, ahol a Krisna Völgy várja az érdeklődőket. Persze ha valaki a modernebb irányzatokat kedveli, akkor inkább a megyeszékhely, Kaposvár

FORD ECOSPORT

Somogyországi utazásunkban a Ford legújabb városjáró terepjárója, az EcoSport volt a partnerünk. Világszerte egyre-másra lépnek piacra a gyártók a „kisméretű” SUV modelljeikkel. A Ford is kesztyűt húzott ebben a kategóriában a megújult EcoSporttal. A modell első generációja még 2003-ban Brazíliában debütált, majd 2013 végén, 2014 elején az európai piacra szánt immáron második széria Indiában gördült le a szerelősorokról. A közelmúltban a korábbi ázsiai gyártást a Ford átköltöztette Romániába.

De nem csak a gyártósor lett új, hanem a EcoSport is, amit mintegy kétezerháromszáz ponton módosítottak annak érdekében, hogy a legigényesebb vásárlói ízlésnek is megfeleljen. A módosítások egyik legszembetűnőbb eleme a front rész metamorfózisa. Dizájnya követi a Kugáét, agresszív tekintetű döntött fényszórói a LED-es nappali fényt is magukba foglalják. A világítótестek a hátsó traktuson is letisztultabb lettek. A modell motorkínálatában jelenleg két dízel áll palettán, mindkettő 1,5 TDci, 100 illetve 125 lóerővel, utóbbi mellé

összkerékkehajtás is jár. A benzines szortimentben az egyliteres erőforrásokat találunk 125 és 140 lóerős teljesítmény szinttel. A külső módosulások mellett a belső térben is komoly változások történtek, a fedélzet Fiesta rajzolatú, középen az úgynevezett 8 colos lebegő kijelzővel. Az ST-line kivitelben a sportos hangulatot, a vörös színű díszítő varráások erősítik, a jó hangulatról pedig a szintén a Fiestából már ismert B&O PLAY hangrendszer gondoskodik 10 hangszóróval, amit kifejezetten az EcoSportra optimalizáltak. Az Edge és Kuga mellé tehát felzárkózott az EcoSport is, mellyel így a márka SUV kínálata teljesen lefedi a piaci igényeket. És mindezt jól is teszi.





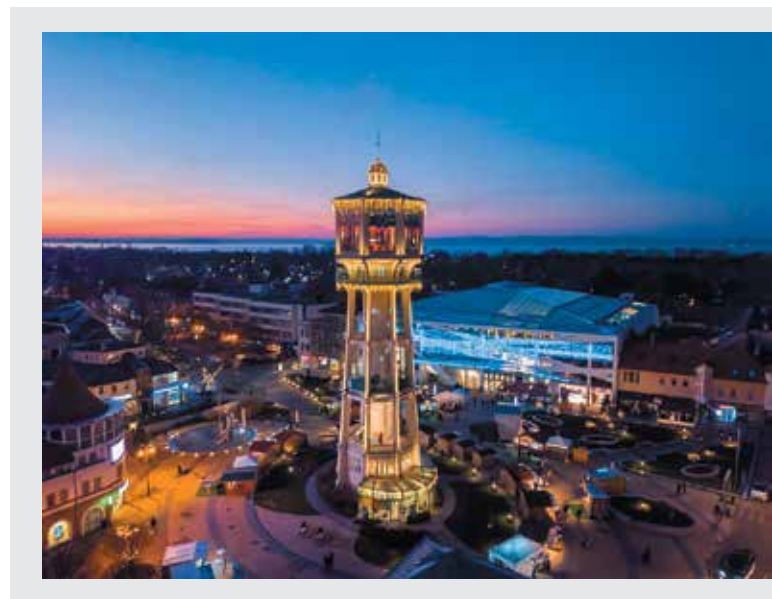


ITT KEZDŐDIK A BALATON!

Siófok 50

HA BALATON DÉLI PARTJÁRÓL BESZÉLÜNK, AKKOR KIEMELT FIGYELEM JÁR SIÓFOKNAK, AMELY A SIÓFOKI JÁRÁS SZÉKHELYE, A BALATON-PART LEGNAGYOBB VÁROSA, AZ ORSZÁG EGYIK LEGNÉPSZERŰBB ÜDÜLŐTELEPÜLÉSE.

Napjainkra a minőségi beruházásoknak köszönhetően Siófok a Dél-Dunántúl első számú wellness- és konferenciaközpontjává lépett elő, hogy a nyári szezont követő hónapokban is érdemes legyen a városba látogatni akár csak egy hosszú hétvégére is. Fejlett idegenforgalmi infrastruktúra, évről évre bővülő programkínálat vonzza Siófokra a hazai és külföldi vendégeket. Ez a dinamikusan fejlődő, vonzó, innovatív város 2011-ben a parttól a belvárosig megújult. Csak a városközpontban több mint 6 milliárd forintnyi fejlesztés valósult meg. A belváros revitalizációja során megtörtént a régi víztorony felújítása, a tér burkolatának és növényzetének teljes cseréje, felépült az új Regionális Történelmi Kutatóintézet és Könyvtár épülete valamint a Sió Pláza bevásárlóközpont. Az eredmény egy új belváros képe, amely mediterrán hangulatával illeszkedik az üdülővárosi hangulathoz. Érdemes felkeresni a város web-oldalát ahol számos programot találni, hiszen a megújult Fő teret nemcsak újjá építettek, hanem évszaktól függően minden alkalommal megfelelő tartalommal is megtöltik azt. Koncertek, gyerekprogramok, vásárolók várják szinte minden nap az ott nyaralókat, kirándulókat.





az

ideális célpont, ahol a Rippl-Rónai múzeum várja a látogatókat, de egy jó színházi előadásért is érdemes meglátogatni az országos hírű Csiky Gergely színházat. Persze nem csak a kultúráról szól somogy, hiszen bőven adódik kirándulási lehetőség is. A hétvégenként közlekedő mesztegyői Erdei Vasút a Boronka-melléki Tájvédelmi Körzetben halad végig, halastavak és erdők között, mindezt alig harminc kilométerre a Balatontól. A kevésbé ismert látnivalók közé tartozik Andocs, ahol a templom és



a kolostor mellett a csodatevő Mária szobor ruha-gyűjteményét érdemes megtekinteni, de ha már erre jár az ember, csak egy ugrás Igal és a híres gyógyfürdő, vagy Somogydöröcske, a német népi építészet egyik gyöngyszeme. Ha pedig kevésnek bizonyul egy nap, meg lehet szállni Bonnyán, a szép fekvésű,

hajdani német-magyar vegyes település ugyanis szinte teljesen az idegenforgalomra rendezkedett be. Aki pedig tényleg csak a tó közvetlen környékén maradna, az béreljen biciklit és irány

a Balatonlelle határában található Kis-hegy, Rád-pusztá, vagy Balatonboglár és Szőlőskislak, ahol a legismertebb helyi borászatok és fazekasműhelyek várják a vendégeket. Ehhez remek kiindulópont lehet, a balatonvilágosi Waberer's Club Hotel, mi is innen barangoltuk be Somogyországot.

KAPCSOLAT

WABERER'S CLUB HOTEL

Balatonvilágos, Zrínyi út 135.

Tel.: 06 88 480 095

www.waberershotel.com

info@waberershotel.com



WABERER'S CLUB HOTEL, BALATONVILÁGOS

Waberer's Club Hotel Balatonvilágos legszebb ős fás partszakaszán található. A szállodából gyönyörű panoráma nyílik a Balatonra. A szálloda 90 klímával ellátott, balkonos szobával várja a vendégeit, melyek zuhanyzóval, mini-hűtővel, műholdas televízióval vannak felszerelve. Családos vendégeink kényelmét, családi, összenyitható szobák valamint kétágyas szobák biztosítják.

A szálloda különös figyelmet fordít a gyermekekre és a felnőttekre egyaránt. Gyermekek részére: kiságyas, kiskádat, etetőszéket, ételmelegítési lehetőséget,

tudunk biztosítani. A szálloda területén a gyermekeknek játszósarok, játszószoba, kalandszoba, játszótér, pancsoló, és homokos öböl áll rendelkezésre.

A felnőttek és nagyobb gyermekek részére sportolási lehetőségek, kondi terem, fitness park, műfüves futballpálya, kosárlabdapálya, strandröplabda pálya, csocsó, darts, biliárd vehető igénybe. Ezen felül bérelhető kerékpár, vízibicikli, kenu, tollas és pingpong felszerelések.

Vendégeink kényelmét szolgálja a 200 fős klimatizált étterem, kerthelyiség Balatoni panorámával, klubhelyiség az első emeleten, és a parton a napozóágyak, napernyők. További kikapcsolódást nyújt a szálloda uszodája és szaunája. Szállodában 24 órás porta szolgálat, ingyenes Wifi, ingyenes parkoló áll rendelkezésre a Vendégeink számára.

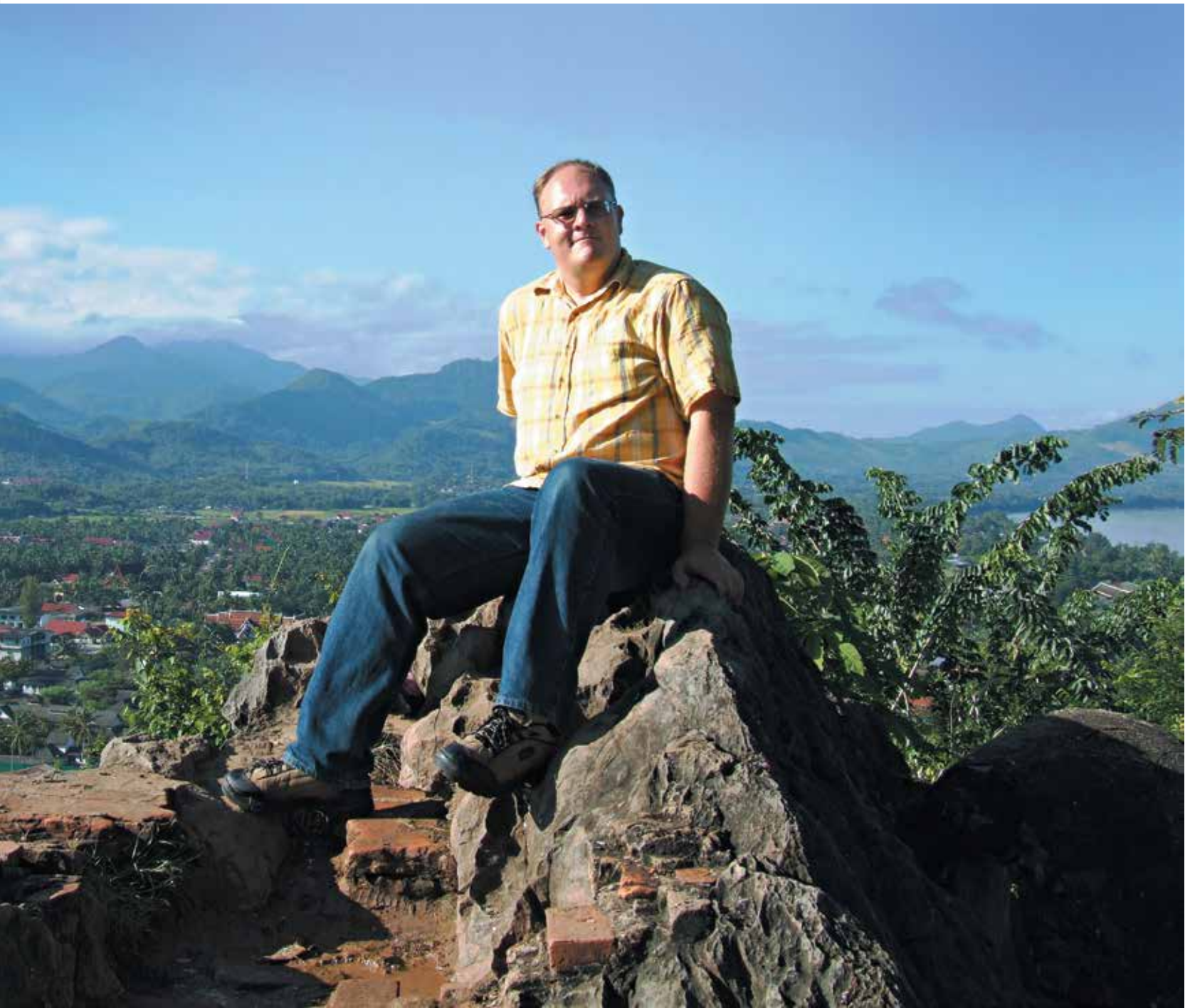
JURÁK ZSOLT

A NAGY UTAZÓ

írta: MIFERFIAK.HU *fotó:* JURÁK ZSOLT ARCHÍV

112 ország, 46 hajóút, negyvenezer óra utazás, kétmillió megtett kilométer, megannyi kaland a világ számos pontján. Ez Jurák Zsolt számokban tömörített élete, aki huszonegy multinacionális vállalatnál eltöltött „édes év” után határozta el, hogy korábbi hobbiját hivatásszerűen is elkezdí üzni. Az elmúlt húsz év tömérdek élményéből válogatunk majd a következő lapszámainkban, ami nemcsak kalandokban bővelkedik, hanem az utazás egy rendhagyó aspektusát is megismerhetjük majd. Első fejezetünkben ezt járjuk körbe.





Amikor belépek Zsolthoz, azonnal tudom, hogy jó helyen járok. Az ingerszegény irodaház e helyisége akár Indiana Jones szertára is lehetne, annyi ereklye veszi körbe vendéglátómat. A falat szinte a plafonig beborítják a különböző álarok, képek és kis domborművek, ami pedig nem a szögön lóg, az részben az asztalán kapott helyet, közepén



stílszerűen egy kis földgömbbel. „Szobormániákus vagyok – mondja.” Kis túlzással csak a ballonos automata és a laptop árulja el, hogy ez a 21. század. Pedig nagyon is a jelenben vagyunk, de az áhitat mindenképpen jó antré az ide belépőknek. Zsolt utazás iránti szeretetét csak a sportolói elszántsággal lehetne összehasonlítani, aki – túlzás nélkül – minden energiáját és keresetét is erre fordítja. Szinte minden jövedelme élményekben halmozódott fel az elmúlt két évtized alatt. Kilenc évesen a szüleivel teszi meg a világ megismeréséhez vezető út első lépéseit, majd tizennyolc évesen egy barátjával elindul felfedezni Londont... valahogy így kezdődött. Az idegenforgalmi végzettségű, négy nyelven beszélő,

ma negyvenhét éves Zsolt azonban mégsem ezen a pályán helyezkedik el, hanem egy amerikai multinacionális cég értékesítési részlegénél. Több pozíciót is betölt, a végén pedig már a management team tagja. Aztán egy pálfordulást követően elhatározza, hogy más irányba állítja az életét.

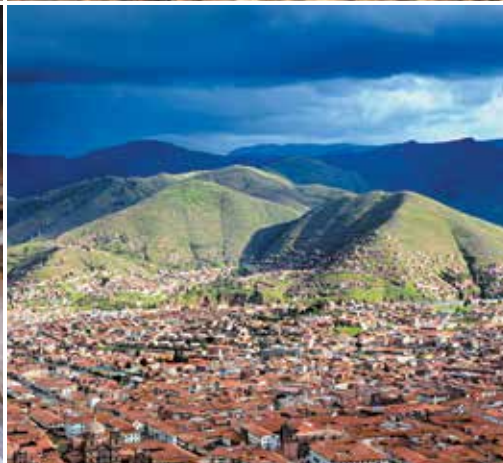
Felkapja a kis földgömböt az asztaláról, szinte tapintható, hogy csak úgy tódulnak a fejébe az élmények és az emlékek. Majd azt mondja: „Volt egy olyan célkitűzésem, hogyha eljutok Amerikába a Disneyland-be, illetve a thairföldi úszópiacra, akkor én már boldog ember leszek, sőt, ha még azt is elérem, hogy annyi országba eljutok, ahány éves leszek – mondtam ezt tizennyolc évesen – akkor én már tényleg elégedettnek mondhatom magam. Ma 112-nél tartok, de ez nem azt jelenti, hogy beteszem a lábam egy országba és akkor máris eggyel jobb a statisztika. Nagyon szigorú feltételeket állítottok fel magammal szemben is, hogy mikor mondhatom azt, hogy egy országban jártam vagy sem. Ha az UNESCO világörökség részeit, illetve a kötelező dolgokat láttam, akkor esetleg elmondhatom, hogy voltam már abban az országban. Kilencszer jártam például Indiában – jelenleg is a tizedik és tizenegyedik utamat tervezem oda –, de még sem mondhatom el, hogy mindent megnéztem.”

– Barna András: Ez jó felütése a beszélgetésünk további folytatásának, de próbáljuk meg kronológiába állítani a pályafutásodat, hogy jutottál el a csokiiptartól az utazási tanácsadásig?

– Jurák Zsolt: Hogy stílszerű legyek, egyszer ültem Curaçao-n a Santa Barbara Resort erkélyén és megkérdeztem magamtól, hogy kell-e nekem a jelenlegi életem? És azt mondtam, hogy nem!

– Mi váltotta ki a váltást?

– Nem belemenve a részletekbe, a munkahelyemen olyan változások történtek, amikkel én már nem tudtam és nem is akartam azonosulni. Váltottam.





Ez idő alatt utazgattam és adtam magamnak fél évet, hogy kitaláljam, hogy mivel akarok foglalkozni, aztán félből egy év lett.

– **Hogy jött a megvilágosodás?**

– Imádok utazni, de Ázsia és Dél-Amerika a nagy kedvenc. Vietnam az egyik favorit, ahol egy hajóuton voltam a Mekong folyón, ahol megismerkedtem egy nagyon kedves nyugdíjas házaspárral, akikkel a későbbiekben is sokat beszélgettünk. Ők elmesélték, hogy kerültek ide. Elmondták, hogy nekik van egy utazási tanácsadójuk, aki ezt és ezt tudja, és akivel összeülnek és megbeszéljük, ha valahova utazni szeretnének. Ezen a dolgon aztán nagyon elgondolkoztam.

– **Ez úgyszólván filmbéli helyzet. Végül is ez adta meg a kezdő lökést?**

– Tulajdonképpen igen. Ez ősszel volt, és a rákövetkező év januárjától csaknem kilenc hónapig azzal foglalkoztam, hogy lehetne ezt olyan professzionálisan idehaza megvalósítani, hogy az emberek tőlem olyat szolgáltatást kapjanak, amit senki mástól.

– **És mire jutottál magaddal?**

– Az alapkoncepció – tulajdonképpen kérdést nem tűrően –, hogy minden projektet úgy rakok össze, mintha magamnak csinálnám. Egy excel táblázatban állítok össze mindent lépésről-lépésre, aminek aztán van egy írott 15–20 oldalas változata. Ebben benne van, hogy mit kell megnézni, milyen éttermeket érdemes felkeresni, mindig olyan helyeket javaslok, ahol én már többször jártam és tudom, hogy jó és minden szempontból megbízható. Mivel ezek privát utazások, ezért nagyon aprólékosan kidolgozott a „menetrend”. Az itthoni felszállástól kezdve egészen addig, amíg újból le nem szállnak idehaza. Az utazás előtt mindig van egy felkészítés, amikor az ügyfeleimmel átbeszéljük az egész utat. Kezdve attól, hogy ki fogja várni őket a reptéren, vagy milyen átszállásnál kell odafigyelni, szóval teljes részleteiben végig vesszük az állomásokat. Ezen felül van egy állandó online kapcsolat is közöttünk, ha éppen előre nem tervezett dolog vagy változás jönne közbe. Például, lekéste a gépet, vagy úgy döntött, hogy



maradna még három napot a szállodájában és nincsen már foglalása. De elfordult olyan is, hogy valakinek a reptéren jutott eszébe, hogy a szállodában hagyta a szemüvegét. Mindez mikor-máskor, mint éjjel Kambodzsában, és másfél óra múlva futárral utána vitték. Ez egyfajta biztonság és nem utolsó sorban kényelmi szolgáltatás.

– **Általánosságban hogy áll össze egy ilyen utazási ajánlat?**

– A könnyebbik verzió, ha valaki tudja, hogy hova szeretne utazni. Ha valakinek nincsen kialakult elképzelése, akkor elkezdünk beszélgetni. Itt van ez a földgömb, ezen van közel kétszáz ország és a beszélgetés során „potyognak le róla az országok” a végén marad kettő-három. Ilyenkor azt szoktam javasolni, hogy a hallottak alapján ebből válasszanak, mivel úgy érzem, hogy ezek közül találják meg a legjobb alternatívát. Ezek után látunk neki a részleteknek.

– **Ez egyfelől úgy érzem, hogy nem csak egy bizalmi szolgáltatás is, hanem egy kicsit olyan is, hogy ez egy rétegnek megfizethető.**

Jól érzem?

– Ami a kérdés első felét illeti: az elmúlt időszakban én óriási tapasztalatra tettem szert. Amikor a magam útjait szerveztem, akkor is nagyon alaposan utánanézttem dolgoknak. Azt szoktam mondani, hogy éjjeli levelező lettem az időeltolódás miatt, mert a szervezés így kezdődött. Írtam a célország tíz utazási irodájának, ebből kilenc biztos válaszolt, a végén három maradt fent a rostán. Valahogy így működik. Például nagyon szerettem volna elmenni Bhutanba. A világ egyik legelszigeteltebb országáról beszélünk, ráadásul nem is lehet csak úgy turistáskodni, egy évben összesen 2000 embert engednek be a szigorú szabályozások miatt. Ez sem olcsó, mivel több száz dollárt kérnek el naponta az ottartózkodásért. Sosem felejttem el húsz évvel ezelőtt – amikor először készültem oda –, hajnalban egyszer csak elindult a fax, amiben megjött



az engedély a Bhutani Idegenforgalmi Minisztériumból. A levél alapján abban az évben én voltam az 1952. turista, akinek beutazási engedélyt megadták.

Ami a kérdés második részét illeti. Aki utazási irodával akar menni az nem fog engem választani, és ez nagyjából fordítva is igaz. Van egy mottóm, én nem azt akarom látni, amit nekem meg akarnak mutatni, hanem azt, amit meg kell nézni. Például, ha valakinek az a vágya, hogy bejusson Dubaiba a Burj

Al-Arabba és ott megenni egy főétkezést, vagy meginni egy teát és az Interneten kinéz magának egy erre szervezett túrát, ami beleke-rül, mondjuk 300 dollárba egy városnézéssel, ezt körülbelül a feléből ki lehet hozni. És akkor nem az első emeleti étterem arab konyháját kell megkóstolnia adott kínálat, hanem mondjuk, felmegy a huszonhetedikre, gyönyörű kilátással és a la cart menüből választhat. Számolatlanul vannak ilyen példáim.

– **Akkor árban is méltányosabb vagy?**

Ha jó így a kérdésfeltevés.

– Én nem jutalékos rendszerben, hanem munkadíjért dolgozom. Nem fogok senki felé sem elköteleződni, nem adom fel a függetlenségem! Ha valaki jutalékot fizetne, annak lehetnek elvárásai, felém csak a megbízónak legyen, aki megtisztel a bizalmával és hallgat a tanácsaimra.

Én egyfelől azoknak vagyok nagy szolgálatára, akik privát úton nyelvismerettel szeretnének utazni és olyan dolgokat akarnak megnézni, amiket egy utazási iroda katalógusai nem, vagy csak ritkán ajánlanak. Másfelől pedig azért vagyok nagy segítség, mert leveszem azokat a terheket a vállukról, amik a szervezéssel együtt járnak. Egy ilyen út előkészítése az Internetről bogarászva 30–40 órát vesz igénybe. Hozzáteve azt, hogy valaki bármennyire is alapos, nyelvet beszélő és rutinos utazó, számtalan buktatóval találkozhat, amire csúnyán rá lehet fázni. Korábban sok hibát vétettem én is. De, ma már elmondhatom, hogy például Indiában a látnivalókat tekintve



sokszor jobb a rálátásom, mint egy helyi átlagos idegenvezetőnek.

– **Talán banális a kérdés, de nem félsz? Egy más kultúrában mindig van egy magasabb rizikófaktor, mint mondjuk Európában. Sok ilyen filmet lehet látni.**

– Egyáltalán nem. Sőt, inkább vakmerőnek szoktak tartani az idegenvezetőket, mert hajthatatlan vagyok. Például én nagyon be akartam menni India legnagyobb nyomornegyedébe – ahol a Gettómilliomost is forgatták –, utána

meg a Dhobi Ghatra, ahol a világ legnagyobb mosodája van. Elmentünk a helyi idegenvezetővel, fölülről megnéztük, és utána mondta, hogy na, menjünk! Az ki van zárva, én letről is meg akarom nézni. Mondtam neki, hogy maradjon, én lemegyek. Lementem, ott egy helyi indiai kérdi – hova-hova? *(Ez egy nagyon zárt közösség, nem lehet csak úgy ki-be mászkálni.)* Mondtam neki, én nagyon szeretnék körbe nézni, mert érdekel. Visszakérdezett, hogy megér-e nekem ez 500 rúpiát? Persze – 2000 forintról beszélünk – és onnantól, miután egy

PORTRÉ & UTAZÁS





helyivel mentem, semmi gond nem volt, csodálatos képeket készítettem. De, ugyanez elmondható a nyomornegyedről is, ahol méregdrága fényképezőgéppel a nyakamban három órát sétáltam a helyi kísérőmmel, aki jól ismerte a terepet.

– **Van családod, mert ezt az életvitelt nehezen lehetne tolerálni.**

– Nem, nincsen. Ezt az egészet ezért tudtam vállalni, mert nekem ez volt a legfontosabb. A korábbi munkahelyemen is legalább 50–60 napot utaztam egy évben. Én állandóan figyelek a hosszúhétvégéket, szabadnapokat, hogy ennek megfelelően tudjam szervezni a kinti tartózkodásomat. Például idén is lesz egy olyan lehetőség október 20 és november 4 között, amikor hat nap szabadsággal egy 16 napos utat lehet csinálni. Sokan kérdezték, hogy lehet ennyit menni és nem utolsó sorban miből lehet finanszírozni. Erre én mindig azt mondom, utazni egyfelől nem drága, másfelől nyilván az. Az emberekben vannak minták, hogy

mennyibe kerül egy egzotikus nyaralás, ezeknél jóval kedvezőbb áron el lehet jutni, csak kell egy kis nyelvtudás és annyi tettekeszség, hogy utána jár az ember. Jó szervezéssel, az embernek nem kell aggódnia azon, hogy vajon várni fogják-e Colombo nemzetközi repülőterén vagy, hogy Sigiriyában miközben sziklát mászik, akkor megvárja-e az autó vagy sem, ami odavitte. Igen, fognak érte jönni, és igen meg fogják várni, mert ezek az emberek ebből élnek. Az is igaz, hogy durván mellé is lehet lőni, ha az ember nem jó helyi utazási irodát választ. Itt léphetek be én a képbe, mint tanácsadó, aki már sokszor volt ott és vannak tapasztalatai. Nem sokan, de vagyunk néhányan, akik hasonló metodika mentén szerveznek utakat.

– **Szóba került a nyelvtudás, mi van, ha ennek híján vagyunk?**

– Semmi, ha meg van az illetőben a kellő akarat, akkor ez is leküzdhető. Az út előtti felkészítésen olyan részletességgel kap meg minden információt, amivel nyugodtan elvan. Tehát ha valaki például Kuala Lumpurban a Petaling utcai piac előtt áll, akkor tudni fogja, hogyha jobbra fordul, majd az első utcán balra, akkor ott megtalálja a piac legjobb street food üzletét. Hogy egy extrém példát említsek.

Ilyenkor, ha valaki nem beszél a nyelvet, akkor azt szoktam javasolni, hogy főlegesen ne kölcsön idegenvezetőre, hanem kap egy sofőrt, aki angolul beszél és tudja a dolgát, hová kell vinnie az utast. Mivel ez egy privát túra, nincsen rajta az az időnyomás, mint mondjuk egy utazási iroda esetében, ahol a csoporthoz kell alkalmazkodni. Ha neki úgy van kedve, hogy két órát akarja nézni a rizsteraszokat, mert beleszeretett és még ebédelni is akar, akkor annyit marad ott, amennyi jól esik neki, hiszen ez az ő ideje. Ez egy olyan szolgáltatás, ami róla szól és nem arról, hogy a saját pénzéért neki kell alkalmazkodnia másik harminc emberhez.

– **Ezek szerint a segítségével utazni költséghatékony?**

– Azt hiszem ez jó szó erre. Összességében biztos vagyok abban, hogy a munkadíjamon felül legalább az út költségeinek egyharmadát meg lehet spórolni jó időzítéssel és tapasztalattal. Erre is van egy példám. Éppen most volt nálam egy család, akiknek egy indonéz körutat állítottam össze. Csak a repülőjegyen fél millió forintot tudtam nekik spórolni és a Qatar mennek. És ez csak egy dolog, minden más a több évtizedes kapcsolati tőkén múlik.

Nem titkoltan úgy ültünk le Zsolttal beszélgetni, hogy némi történeti áttekintés után egy verbális körutazást teszünk majd Indonéziában. Ez a virtuális repülő azonban majd csak a következő számunkban száll fel, amikor is megtudhatjuk, hogyan és miért került fel húsz év után újból Nagy Utazónk térképére ez a csodálatos szigetvilág.





A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalán, használja a QR kódot!

BMW i3S

MAGAS FESZÜLTSEG

írta: BARNÁ ANDRÁS fotó: MIFÉRFIAK.HU, BMW

A BMW az i3-mal lépett be teljesen elektromos autók világába. Három évvel a debütálása után a modell megkapta a „negyedik fázist”, amivel még sportosabb és extravagánsabb lett.

A BMW i3 piacra lépésével egy új időszámítás is elkezdődött a márka életében, az i generáció korszaka.

Az i3 szokatlan formavilágával azonnal megosztó modellje lett a bajorok kínálatának, ráadásul egy olyan méretosztályt képvisel, ami eddig még szerepelt márka palettáján. Talán nem véletlen, hogy számosan némi szkepticizmussal viseltettek iránta. Azonban, akinek

már volt lehetősége beleülni és kipróbálni ezt az autót az egészen biztosan néhány kilométer megtétele után megkapja minden kérdésére a választ. Anno mi is vegyes érzelmekkel ültünk bele, de viszonylag hamar tényé vált, hogy egy olyan autóban ülünk, ami méretei ellenére a szó átvitt és valós értelmében is tökéletesen hozza azt a kék vért, amit elvárhatunk egy prémiumgyártó elektromos autójától.





A BMW NEM
HAZUDTOLTA
MEG ÖNMAGÁT,
ELKÉSZTETTE
AZ I3 S VÁLTOZATÁT
IS, AMI A MÁRKA
HEVESEBB
VÉRMÉRSÉKLETÉT
HIVATOTT
KÉPVISELNI



Az i3-as megvalósult koncepciója tudatos fejlesztések összessége, ami pontosan annak készült ami és nem egyfajta kompromisszumokkal teli technikai combo. Arra egyébként már számos gyártó rájött, hogy sikereket csak tisztalappal indult fejlesztésekkel lehet elérni, igaz ez idő és rengeteg pénz.

Az i3 egy futurisztikus irányt vett, mind a külső, mind pedig a belső megjelenésében. Ezek összessége önálló karizmával ruházta föl és csak néhány stíluslemből köszön vissza, hogy BMW-ben ülünk.

Ilyen az orr részen a két vesét formáló motívum vagy a műszerfalon a középkonzol nyomógombsora.

A most frissült változat esetében az első és hátsó lökhárító módosult erőteljesebben, az úgynevezett „U” betétes dizánelemmel átalakuló rajzolathoz kapcsolódnak az immáron LED-es irányjelzők is.

Az i3 alváz technológiára épül, itt helyezték el az akkumulátorokat is, ami így nem vesz el helyet az utas és a poggyásztérből sem. Az i3 az úgynevezett LifeDrive járműstruktúra szerint készült,

aminek köszönhetően nincsen szükség sem kardánalagútra vagy váltóboxra, sem pedig középső B oszlopra. Ez utóbbi előnyét kihasználva az ajtók elletétes irányba nyílnak, mint a Rolls Royce-oknál, könnyebbé téve ezzel a ki és beszállást.

Enteriőrjét a minimáldizájn jegyében komponálták meg, amiben a vezető előtti és a műszerfal középső részén lévő monitorokon kívül szinte semmi nem zavar bele az összkép letisztultságába. A belső rész egy külön üzenetet is hordoz, hiszen az igényes



kidolgozása mellett a nyolcvan százaléka újrahasznosított anyagokból vagy megújuló nyersanyagok felhasználásával készült, amik rendhagyó textúrákkal vesznek körbe minket.

Az i3 mostani megújulása a kínlat bővülését is magával hozta. A 170 lóerős alapverzió mellé megérkezett az „S” változata, ami a márkára jellemző hevesebb vérmérsékletet hivatott képviselni.

Az i3 mérgesebbik változata immáron 184 lóerőt tudhat magáénak. A 270 Nm nyomaték gyakorlatilag az első másodperctől a rendelkezésünkre áll.

A 160 km/óra végsebességet tudó i3s a 100-as sprintet 6,9 másodperc alatt abszolválja. A tapasztalat azt bizonyítja, hogy kevés sávtárs lehet ellenfél.

Az atletikus habitushoz persze még dukál egy sportosabb futómű, alacsonyabb hasmagasság, 4 centivel megnövelt nyomtáv is, és persze egy élménykapcsoló, melynek aktiválásakor további programkorrekciókkal járulhatunk hozzá a vezetés élményéhez.

A szélesebb nyomtávval az optikára is rásegítettek.

Az immáron 20 colos kerekeken guruló „S” változat kerékjárdai fekete domborításokat is kaptak, amivel

még brutálisabb a sziluett. A számos módosítás ellenére azonban az i3 nem lesz a kanyarok ördöge, ami véleményünk szerint nem a számos vezetésségítő rendszer hibája, hanem véleményünk szerint egyszerűen túl vékonyak az első kerekek. Nyilván egy hosszabb használat után ehhez jobban hozzá szokik az ember.

A 33 kWh lítium-ion akkumulátorai 200 km hatótávolság megételére elegendőek. A gyári leírásban többfajta mérést is deklaráltak, de úgy véljük az említett 200 km a legéleteresőbb adat, noha ezt további számos körülmény befolyásolhatja, részint a külső hőmérséklet illetve ez egyéb fogyasztók használata. Ez utóbbiak értelemszerűen minden teljesen elektromos meghajtású autóra igaz. Ahogy korábban is az i3 esetében továbbra is az opciós kínálat része az úgynevezett hatótáv növelő motor. Az úgynevezett REX (Range Extender) változatban egy 38 lóerős erőforrás aktiválható, ha végképp kifogytunk a szufflából. A kilencliteres üzemanyagtankkal felszerelt egység további 150 km megtételét teszi lehetővé. Ez extra biztonságot adhat a használat során,



de tapasztalat azt bizonyítja, hogy az elektromos autókat használó sokkal tervezettebben közlekednek, és csak ritkán kerülnek ilyen bajba. Ha valaki szerencsés, és nem egy bérház ötödik emelten lakik, egy éjszaka alatt 100 százalékra is fel tudja tölteni az akkumulátorokat.

ŐK A NŐK

BENZINGŐZ ÉS PARFÜMIILAT

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* HILBERT PÉTER

Valljuk be, a világon mindenki felkapja a fejét, ha a nők olyan területen bizonyítanak, amit addig a társadalom jellemzően férfias tevékenységnek könyvelt el. Tetszik vagy nem, a gyengébbik nem egyre inkább emancipálódik, legyen szó üzleti életről, sportról, hogy csak két dolgot említsünk. Sikereik mindig izgalmasabb háttérrel bírnak, hiszen olykor a rossz beidegződésekkel is meg kell küzdeniük. Vogel Adrienn autóversenyző eddigi életútja azonban pont rációfol az előbbi említett sztereotípiára.

Ha a vidámabbik oldaláról közelítem meg a dolgot, akkor azt mondhatom, hogy randevúnak rendhagyó, az interjú témájához viszont kifejezetten autentikus helyszínre – a csapat szentendrei bázisára – beszélünk meg a találkozóznkat. Szinte egyszerre érkezünk, így már csak a telepen belül kell követnem az utcai Picantók legerősebbikét. A kölcsönös bemutatkozás után beljebb invitál, és lendületes lépésekkel indul meg a műhelyiroda felé. Ahogy követem, parfümjének az

illata érdekes elegyet alkot a szereldék tipikus miliójével. Bár erre nem tértünk ki, de kétség nem fér hozzá, hogy ez amolyan második otthona. Ezt a gondolatot alátámasztván, fotózáskor zokszó nélkül tette arrébb a targoncát, mi másban, mint túsarkútban.

A műhelyben a versenyautók speciális enteriőrt alkotnak, Adrienn hat éve ült be az elsőbe, és úgy tűnik, hogy ki sem akar szállni ebből a világból – legalábbis egyelőre. Tavaly az év autóversenyző nőjének választotta a szakmai plénum, újabb emoci-

onális lendületet adva ezzel pályafutásának. Karrierje a Lotus és Suzuki kupákban kezdődött. Most a KIA Lotos szériában nyomja a Picanto gázpedálját másodmagával és tizennyolc mindenre elszánt pasival a nyomában. Ez a sport akkora szerelem lett, hogy ahol lehet, kipróbálja magát, nemrégiben még kamionnal is ment. Nehéz elképzelni, hogy ezzel a törekennyalkattal több száz lóerőt is megzaboláz. Ahogy mondja: a hat tonna kitekintés nem feltétlen útkeresés, hanem tapasztalatszerzés és a tanulás egyfajta folyamata.

– **Barna András: Mondhatjuk, hogy te az a klasszikus eset vagy, amikor kisgyerekként Barbi baba öltöztetése helyett autókat tologattál?**

Vogel Adrienn: Ez csak részben igaz, de mondjuk az is tény, hogy a bátyám komoly hatással volt rám, aki értelemszerűen inkább G.J. Joe-val, Legóval vagy autókkal játszott, én meg becsatlakoztam hozzá, mert nem szerettem egyedül játszani. Ilyenformán eléggé fiúsítva voltam és talán ezért is érdekelt később a technika.

Mi egyébként sportos család voltunk, a szüleim aktívan eveztek, túráztak, szinte minden évben eljártunk síelni.

– **Hogy érintett meg az autósport szele?**

– Azt is mondhatnám, hogy a véletlen műve. Az akkori párom nagyon szerette ezt a sportot, nagy rajongó volt, én pedig mentem vele, élveztem, nem volt teher! Aztán egyre többet mentünk, nemzetközi versenyekre is, később pedig lettek már ismerősök és barátok.

– **Az ember hogy lép át egy másik dimenzióba, hogy lesz rajongóból versenyző?**

– Nagyon röviden ez úgy kezdődött, hogy a párom fejéből kipattant, hogy megalapítja az OXXO Racing-et, ennek már több mint tíz éve. Az alapoktól kezdve ott voltam és segítettem neki, ahol csak tudtam. A jogosítvány megszerzése után pedig rengeteget mentem velük és legtöbbször én vezettem.

Aztán adódott, hogy kerestek egy női pilótát a Suzuki sorozatba, és páromnak köszönhetően így mentem el egy tesztre, ami olyan jól sikerült, hogy azonnal kipróbáltam egy másik márkát is.



– **Te úgy mentél, kerültél oda, hogy jól vezetsz, de azért az nem evidens, hogy aki jól vezet, az versenyezni is képes vagy tud. Te mit gondoltál akkor?**

– Az esélytelenek nyugalma volt bennem. Előtte soha nem ültem versenyautóban, ráadásul ez az egész az Euroringen történt, ami egy kis pálya sok kanyarral, erős fékezésekkel. A szünetekben kapkodtam a dedalonokat, mert olyan hányingerem volt.

A tesztkörök alatt mellettem Burkus Egon ült, aki mentorálta a dolgot, és mondta mit hogyan csinálják. A nap végén egy másodperccel maradtam el a pályacsúcstól.

Mivel ilyen jól alakult a dolog, azt mondták, hogy ezzel mindenképpen foglalkoznom kellene. Így először elindultam csak lányok között a Lotus kupában, később a Suzukiban, de itt akkor csak mondhatni eseti jelleggel, mivel nem voltak támogatók.

– **Akkor és ott gondoltál arra, hogy ez egy meghatározó pont lesz az életedben, vagy ez még csak egy kaland volt?**

– Szerintem, aki közel kerül ehhez a sporthoz, akár rajongóként is, abban valahol benne van vágy, hogy kipróbáljon egy ilyen autót. Bennem is megvolt ez már a domboldalról nézve a ralisokat. És most kinyílt egy ajtó, és arra gondoltam, hogy jó-jó az eredmény, de vajon milyen lehet megméretetni magam másokkal.

– **A környezetet mit mondott? A pálya széléről sok minden objektívebben látszik.**

– Abszolút támogattak. Belevágtunk! Persze az elején nehéz volt, támogatókat keresni eredmények nélkül, de azért egy-egy versenyen mindig el tudtunk indulni. Persze a mezőnyt is szoknom kellett, hiszen itt olyan közel jönnek hozzád, mint utcán soha. Ez természetessé kell, hogy váljon.

– **Soha nem féltél?**



– Nem, inkább izgultam, de amikor elindulsz, akkor megpróbálsz kizárni mindent és csak a versenyre koncentrálsz, amikor pedig leintenek, akkor megkönnyebbülsz.

– **Több kategóriában is kipróbáltad magad, ez egyfajta útkeresés?**

– Nem, inkább a tudásomnak és a tapasztalatomnak a fejlesztése. Minden autó más, minden autótól más inputokat kapsz. Idén elkezdtünk ralizni is, szintén egy KIA Picantóval. Ami akár egy jó példa is lehet a válasz első felére, hiszen a pályán

egészen másként viselkedik ez az autó, mint mondjuk a raliban. De itt mindenképpen jegyezzük meg, hogy két külön versenytípusról beszélünk, ezért az autók is más felkészítést, gumikat is igényelnek.

– **A legkisebbek mellett tettél egy kitérőt a legnagyobbaknál is, beültél egy kamionba, ez mennyire komoly elhatározás?**

– Házon belül a csapatom nagyon támogatná, hogy elinduljak az Eb-n, közben egy hasonló megkeresésem volt a kínai Buggyra csapat tulajdonosától, aki korábban látott már versenyezni. Nem is hagyta annyiban a dolgot, nemrégiben Csehországban le is ültünk, ahol kamiont teszteltek. A megbeszélésnek az volt a vége, hogy másnap ott láltuk magunkat a cseh dakaros Tátra teherautójuk mellett.

– **Valljuk be, az egy jelentősen más magasság a szó valós is átvitt értelmében is. Ha valahova, akkor oda biztos,**

hogy kell dedalon.

– Még pályán sem mondhatom, hogy nagy tapasztaltom van kamionnal, nemhogy terepen. De bevállaltam!

– És hogy ment?

– Hát mondhatom, hogy meglepő és mulatságos volt. Először vittek egy tesztkört, már ott is kapaszkodnom kellett, mert konkrétan halálfélelmem volt. Amikor kiszálltam mondtam is fussunk, amíg lehet, úgy remegett a lábam.

a sisakomat is „megműtötték”, hogy ne essen bele az arcomba.

Húsz perc tesztet kaptam, aztán a navigátorom beszélt a tulajdonossal, aki adott még húsz percet, mert annyira meg voltak elégedve, és egyből meg is hívott Kínába.

– Közelítsünk meg téged vagy inkább a női autóversenyzést egy másik oldalról.

Már a beszélgetésünk elején szöveget ütött a fejemben a kérdés. Véleményed szerint a női autóversenyzés elsősorban marketing vagy az egyenlő pályák, egyenlő esélyek felkarolása.



Aztán én következtem, de nem volt jó rám a sisak, az öv nagy volt, nem értem el a pedálokat. A végén már ott tartottak, hogy átfúrták a kuplungpedált rátettek egy fakockát, hogy elérjem,

Ott teljesen más versenykamionok voltak, szinte utcaiak, nagy teljesítménybeli különbségekkel, de gyakorlatilag nulla teszt nélkül a 11. helyen végeztem.

– Szerintem jól látod, mi egy új piacot nyitunk meg, mert adott esetben a nőkhöz is szólunk, persze legfőképp a férfiakhoz, hiszen egy pasi figyelmét is előbb felkelti egy gyors nő, mint egy huszadik

EGY PASI
FIGYELMÉT
ELŐBB FELKELTI
EGY GYORS
NŐ, MINT EGY
HUSZADIK
GYORS FÉRFI



www.kia.com

gyors férfi. Ilyen formán véleményem szerint biztos nagyobb médiaértéket képviselünk.

A már korábban említett kínai csapat is tulajdonképpen azzal a leplezetlen céllal keresett meg, akiknek a képességeim mellett fontos volt, hogy nő vagyok, hogy európai vagyok. Ez Kínában nyilván duplán kuriózum.

– **Mennyire kell üzletasszonynak lenni?**

Te szoktál a szponzorokkal tárgyalni?

– Előfordult, de azért mindig örülök, ha ott van valaki mellettem. Egyébként ez egy kétoldalú dolog. Más, ha te keresel meg egy céget és az is más, ha téged keresnek meg. Az utóbbi a könnyebbik, hiszen valószínűleg már valamennyire ismernek. Összességében azt mondhatom, hogy stabil támogatói háttérrel van, akikkel hosszú távon tudok, tudunk együttműködni.

– **A női versenyzőknek van valamiféle szövetsége?**

– Igen van, az FIA-nak van a Nők az Autó-Motorsportban Szövetsége, és ennek magyar tagozatát mi is létrehoztuk, de ez éppen, hogy megalakult.

– **Hányan vagytok, és mi a cél?**

– Öten – de ez egy szinte most alakult szervezet –, és azon szeretnénk dolgozni, hogy minél több női versenyző legyen. Ez egy kapu, ami nem csak népszerűsíteni akarja az autósportot, hanem egyfajta lehetőséget is nyújt ahhoz, hogy ha valaki el szeretné kezdeni, hol kezdje.

– **Ma hány női autóversenyző van idehaza?**

– Tavaly azt hiszem 79 versenyzői engedélyt váltottak ki.

– **És milyen férfiak között versenyeznél?**

– Én szeretek, mert sokat lehet tanulni tőlük.

Egy biztos, hogy ilyenkor eltűnnek a nemek közötti különbségek vica-versa, ugyanis egy pozíciót sem adnak ingyen.

– **És mi újság a boxutcában?**

– Ezt alapvetően az adott futam légköre határozza meg. Ha valakinek rálépnek a tyúkszemére az nem vidám, a surlódások ilyenkor elkerülhetetlenek, de én alapvetően igyekszem sportszerűen versenyezni.

– **Hogy csöppentél bele a KIA Lotos kupába?**

– Azon a bizonyos kínai dakaros Tátra teszten, amikor kint voltunk Csehországban, ott volt betétfutam, a KIA Lotos. És roppantul korrektnek tűnt, és egyébként az is. Nagy a technikai kontroll, ennek következtében az autók teljesítménye szinte azonos és tényleg csak a vezetési tudás dönt.

– **Milyen az itthoni importőrrel a kapcsolatod?**

– Különleges és ennek nagyon örülök. Ugyanis már maga az, hogy van ez a KIA Lotos verseny az is unikális, mivel a márka európai szinten más kommunikációs stratégiát követ, amiben nem prioritás a motorsport. Ennek ellenére maga a versenysorozat a központ támogatását is élvezzi.

Idehaza csaknem két éve vagyok a KIA-val kapcsolatban. Az első időszak az egymás megismerése volt, és remekül vizsgázott. Jó üzenet volt, hogy mi lányok versenyzünk. Ma ott tartunk, hogy a lehető legjobb a viszonyunk és idén már nem is volt kérdés a folytatás.

– **Hol tart a te karriered most?**

– Reményeim szerint a fénykorban, hiszen a dolgok kezdnek összeállni mind támogatói, mind

pedig versenyek szintjén is, de természetesen mindig van hova fejlődni. Szeretnék továbbra is más kategóriákat kipróbálni, erősebb autókkal versenyezni, de összességében nagyon jól érzem magam a KIA kupában. Oda most megérkeztem, ha lehet így mondani.

– **Mi volt a legkedvesebb, legjobb élményed az eddig pályafutásod alatt?**

– Idén a Hungaroringen magyar közönség előtt versenyezni. Akármennyire is meg van a pálya alapja, de azért azt hallod, hogy drukkolnak, ezt csak idehaza élheti meg az ember, és ez nagyon sok erőt ad...

– **A pályád investíció korszakát éli vagy már meg tudsz ebből élni?**

– Az egész tevékenységemet komplexen kell nézni a versenyzés a mellette lévő rendezvények és egyéb más dolgok összessége ad egyfajta jövedelmet.

– **Milyen távlatokban gondolkodol?**

– Értem, hogy mire gondolsz. A családalapításhoz már benne vagyok a korban, de nyilván ez egy társasjáték, amihez kell egy pár, amíg ez nincsen meg, addig a versenyzés a csapásirány. Egyébként nyilván sokat gondolkozom ezen, szeretnék vagy szerettem volna fiatal anyuka lenni, de nem akarok rágörcsölni sem a dologra.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalon, használja a QR kódot!

IDŐ A SZÉLBEN

AZ OMEGA BEMUTATTA LIMITÁLT SEAMASTER ÓRÁJÁT

írta: MIFERFIAK.HU fotó: OMEGA



A Volvo Ocean Race a vitorlás világ legkeményebb és leghosszabb versenye, ami olyan mértékben teszi próbára a vitorlázók teljesítőképességét, mint egy másik sport sem – talán a Mount Everest megmászását leszámítva.





AZ

atléták a világ legdurvább körülményei között kell megtenniük 45 ezer tengeri mérföldet. Ezalatt folyton talpon vannak a résztvevők, akik négy órás váltásokban dolgoznak a teljes sebességgel száguldó 73,63 láb hosszú jacht fedélzetén. Ráadásul a verseny győztese semmiféle pénzjutalomban sem részesül – a díj a presztízs, hogy részt vettek a vitorlázás top atlétáinak versenyében. Idén a győztes hajó kapitánya azonban egy 12 200 dollár értékű Omega Seamaster Planet Ocean Deep Black órával térhet haza.

Az Omega számára nem ismeretlenek az extrém körülmények – végtére is ennek a márkának az órája volt jelen a holdraszálláskor. Az új Planet Ocean Deep Black, melyből kereskedelmi forgalomba mindössze 73 darab kerül, a Volvo Ocean Race alapításának évére emlékeztet, elég robusztus a maga 45,5 mm-es, egyetlen kerámia-tömbből kifaragott tokjával.

„Elég szokatlan az óragyártásban” – mondta Jean-Claude Monachon, az Omega alelnöke, a termékfejlesztés feje. „A plexi-üveg alá helyezett kerámiával kezdesz, így nem törik el. Aztán 24 órára egy 1400 Celsius fokos kemencébe kerül, majd plusz/mínusz 30 százalékkal összehsugorodva jön ki belőle.

Az elején tehát tényleg szakértők készítik el a darabot, mert, ha túl kicsin jön ki,

ki kell dobni, és újratekinteni az egész folyamatot, ha túl nagy, akkor meg kell munkálni a kerámiát, amit csak lézerrel vagy gyémánttal lehet megtenni.” Az óra hátsó tokjának Naiad Lock rendszerét szabadalmaztatták, ami lehetővé teszi, hogy 110 fokos szögben csavarozzák be, így a Volvo Ocean Race gravírozás felfelé mutat. Emellett kiemelkedő módon 2000 láb mélységig vízálló.



„Remélhetőleg nem végezzük olyan mélyen a vízben, úgyhogy még reszteljük, hogy mire képesek ezek az órák” – csipkelődött a Volvo Ocean Race versenyzője és az Omega nagykövete, Peter Burling, aki a szintén vitorlázó Blair Tuke-kal együtt ott volt az óra bemutatóján Rhode Islanden.

„A BRUNEL CSAPAT NAGYON JÓ,
ÉS BLAIR JÓL KIJÖN A MAPFRE
TAGJAIVAL. BIZTOS SOK SZTORINK
LESZ, AMIKOR BEÉRÜNK A KIKÖTŐBE.”



Az új-zélandi születésű duó már egy évtizede vitorlázik együtt a győzelembe, de ezalkalommal egymás ellen versenyeztek életük első Volvo Ocean Race megmérettetésén.

„Furcsa Blair ellen versenyezni, és nem vele, mint az Olimpián vagy az Amerikai Kupán, de mindkettőnknek nagyon jó csapata van” – mondta Burling, aki a Brunel csapatot vezeti. A Mapfre csapat élén álló Tuke-ról pedig azt mondta Burling, akit a vitorlázás Michael Jordanjének tartanak:

Nem szabad alábecsülni, hogy micsoda megterhelést jelent a 9 hónapos verseny. A hét hajó mindegyike 7-11 tagból álló legénységet szállít, akik összezsúfolódva élnek a fedélzeten, egy mosdón és egy fürdőn osztoznak, és szárított-fagyasztott ételeken élnek. „A világ legkeményebb és legelszigeteltbb helyein hajóztok végig együtt, ők az egyetlenek, akikkel beszélgethatsz. A legtöbben, főként a mi hajónkon, nagyon jó barátságokat kötnek. Egy különleges kötelék alakul ki.”

MOTOR



A VILÁG LEGDRÁGÁBB MOTORJA

BUCHERER HARLEY- DAVIDSON BLUE EDITION

írta: MIFERFIAK.HU *fotó:* HARLEY-DAVIDSON



A svájci óraforgalmazó Bucherer úgy döntött megmutatja, hogy mennyi pénzt lehet keresni a világ legdrágább motorján. A Harley-Davidson Blue Edition 1,9 millió dollárba kerül, és két óra jár hozzá ajándékba, tehát abszolút megéri az árát.



A BUCHERER HARLEY-DAVIDSON
BLUE EDITIONJE BÜSZKÉN
VESZI ÁT A VILÁG LEGDRÁGÁBB
MOTORJÁNAK CÍMÉT.
A MOTOR TELJESÍTMÉNYÉRŐL
NEM ESETT SZÓ,
DE A VÁRAKOZÁSOK SZERINT
KITŰNŐEN FOGJA ELLÁTNI
FŐ FELADATÁT: HOGY
MINDENKINEK MEGMUTASSA,
MILYEN SOK PÉNZE VAN
A GAZDÁJÁNAK.



A motor tökéletesen demonstrálja az óragyártó szokását, hogy minél több csillogással töltenek meg egy terméket: az egyedi motorokat építő svájci Bunderbike-nak sikerült 360 gyémántot bepakolnia a motorba, emellett arannyal borított csavarok és két LED világítású, forgó páncélozott üvegekupola széf is kerül bele, melyeket a díszes órák és ékszerek tárolására használhat a tulajdonos. A kupolák úgy lettek felszerelve, hogy megvédjék tartalmukat a rezgésektől, és az

óraforgatókat is magukba foglalják, hogy a tulajdonosoknak már ne kelljen ezzel a nehéz feladattal bajlódni.

Egy Harley Softail Slim S modellt alapul véve a csapat szinte mindent lehámozott a járműről, hogy aztán kézzel készült elemekkel helyettesítsék azokat – a cég szerint ez a folyamat összesen 2500 munkaórát emésztett fel. Igazából nehéz megmondani, egyáltalán miért kezdtek egy kész motorral, amikor a Bucherer azt állítja, hogy „ennek az egyedi motornak minden fém elemét kézzel gyártották, hegesztették és polírozták.”

A kiemelkedő részletek közé tartozik a motorházaton lévő kis lyuk, melyen át első osztályú, LED által megvilágított pillantást lehet vetni a vezérműtengelyre és az aranyozott gázszelepekre, még akkor is, ha épp megy a jármű. A felnik teljesen egyedi kialakításúak, és a fényszóró, a kézfék, az elülső rugók és a lökhárító, valamint a függőleges shotgun kipufogócsövek mind rózsaszín arany borítást kaptak. Oh, és a lábtartók is – gyönyörű aranyozottak, amire kényelmesen helyezheted a sáros bakancsod. A villacsövek és a kormánycsúcs végei a Bucherer saját, gyémántokkal díszített, forgó Dizzler gyűrűjével vannak ékesítve.

Minden feleslegesen groteszk felhajtás ellenére, van valami vonzó és menő ebben a motorban.

Nagyrészt valószínűleg a foszforeszkáló kék színének köszönhető, amit úgy értek el, hogy minden részen hat rétegben vitték fel a festéket az ezüst borításra.

Ránézésre a vonalak szépek és a kivitelezés is kiválónak tűnik – de végleges ítéletet csak aztán lehet mondani, hogy már ment úton is. Talán még az 1,9 millió dolláros árat is megéri, amit kérnek érte, végtére is nem egy, hanem kettő ajándék órát adnak hozzá, plusz még egy gyémántgyűrűt is hozzávágnak a tulajdonoshoz!



SZIKLAFÉSZEK

írta: MIFERFIK.HU *foto:* MALKÁ ARCHITECTURE



Ötven mérföldnyire Los Angeles-től, Mugu Pointnél nyitotta meg új stúdióját a Malka Architecture, és itt fészkel legújabb projektjük, a Mugu House Malibu porózus dombjába fészkelve.





A projekt a táj meglévő topográfiáját a saját javára fordította; a végeredmény pedig zéró hatás a környezetre. Egy ökológiai projekt egybeolvasztva a sziklával, növényekkel és termikus jellegzetességével. A Mugu House az építészet gyökereihez való visszatérést és a természeti elemekhez történő kapcsolódást testesíti meg: egy dialógus a hegyvel és barlangi építészetével.

A könnyű épület helyi alapanyagokból, homokból és más ásványi anyagokból előregyártott alveoláris betonból készült, melynek nagyon alacsony a cementtartalma, így a hagyományos betonhoz képest 28-szor kevesebb CO₂-kibocsátást és kisebb ökológiai lábnyomot jelent. Mivel könnyű megépíteni és eltávolítani, a ház gyors, olcsó, tiszta, fenntartható és szemétkes módon bárhol elhelyezni a néhány elemből álló szerkezet belső tér geometriáját.

A megszakítás nélküli hegyek szegélye minden szobába betüremkedik, emlékeztetve, hogy mi vagyunk a természet vendégei. Hatalmas ablakainak köszönhetően a fő homlokzat az óceánban fürdeti meg a lakókat, hosszan elnyújtva a kaliforniai panorámát, ami a táj belső visszhangját hozza létre.



EZT A HÁZAT KÖNNYEN
ÉS GYORSAN FEL LEHET
ÉPÍTENI, OLCSÓ, TISZTA,
FENNTARTHATÓ



A Mugu House összeköti a természetet és a történelmet, a fenntarthatóságot és a vidéket: a ház feleleveníti a népi mítoszokat, és visszatükrözi az amerikai kontinens gyökereit.



SZOLGÁLTATÁSAINK

PROJEKTGENERÁLÁS

EGY MEGHATÁROZOTT FÖLDRAJZI TERÜLETEN AZ ADOTT PROBLÉMÁRA MEGOLDÁST NYÚJTÓ FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK, PROJEKTÖTLETEK FELTÉRKÉPEZÉSE. LEHETŐSÉG NYÍLIK ARRÁ, HOGY A VALÓS IGÉNYEKHEZ HANGOLJUK A RENDELKEZÉSRE ÁLLÓ FEJLESZTÉSI FORRÁSOKAT. A PROJEKTGAZDA SZEMPONTJÁBÓL PEDIG A SAJÁT PROJEKTJÉVEL VALÓ SZEMBESÜLÉS ÉS SZÁMVE-TÉS LEHETŐSÉGÉT KÍNÁLJA.

PÁLYÁZATÍRÁS

PROJEKT TERV BENYÚJTÁSA, DOKUMENTÁCIÓK ÖSSZEÁ-LÍTÁSA, A BERUHÁZÁSI ÖTLET FELMERÜLÉSÉTŐL A VÉGSŐ MEGVALÓSÍTÁSIG ÁLLUNK PARTNEREINK RENDELKEZÉ-SÉRE

PROJEKT MENEDZSMENT

ERŐFORRÁSOK SZERVEZÉSE AZZAL A CÉLLAL, HOGY A PROJEKT TERVBEN MEGHATÁROZOTT CÉLOK, ERED-MÉNYEK EGY ADOTT IDŐ- ÉS KÖLTSÉGKERETEN BELÜL SIKERESEN MEGVALÓSULJANAK.

KIEGÉSZÍTŐ SZOLGÁLTATÁSOK

- MUNKAÜGYI TANÁCSADÁS
- SZÁMVITELI TANÁCSADÁS
- SZERVEZET FEJLESZTÉS
- MARKETING TANÁCSADÁS, RENDEZVÉNY SZERVEZÉS, NYILVÁNOSSÁG BIZTOSÍTÁSA, MELYNEK KERETÉBEN A PROJEKTTTEL KAPCSOLATOSAN VÁLLALJUK A HONLAPOK, HIRDETŐTÁBLÁK, SAJTÓKÖZLEMÉNYEK, ÉS EGYÉB PR TEVÉKENYSÉGEK MEGJELENTETÉSÉT, KIVITELEZÉSÉT.

BÉTONDIZÁJN



„A KOCKA EL VAN VETVE”

írta: MIFERFIAK.HU *képek:* FGR ARCHITECTS

Ez a négyszögletes, tömörszerű ház a maga nemes egyszerűségével tökéletes és harmonikus építészeti alkotás.





Ausztrál Portsea városában egy dombon épült meg ez a modern otthon, mely három fő egységre tagolható. Az épület kontrasztos színe és vonalvezetése érdekesen simul bele mégis a környező dombok és természet harmóniájába. Az FGR Architects kihasználta a dombok adta lehetőségeket, így a ház egyik része, ami lelóg a dombról, lebegő hatást kelt. A lelógó rész egyébként fedett parkolóként is szolgál a tulajdonosok autójának. A 340 négyzetméteres házban körben mindenhol plafonig tartó hatalmas üvegfületeket helyeztek el, amin keresztül kilátás nyílik a környező dombokra és a ház mellett található teraszra és úszómedencére.







Az Auto Fabrica az Egyesült Királyság egyik legizgalmasabb egyedi motorkerékpár-építő vállalata, mely remekül ötvözi a leghengerlő dizájnt a klasszikus stílussal. A Yamaha felkereste a vállalatot, tudván, hogy az a teljesítmény feláldozása nélkül képes nagyszerű egyedi motorkerékpárokat készíteni. A Sport Heritage kínálat egyik legmeghatározóbb tagja, az XSR900 szolgált a projekt alapjául, mivel az felépítésének köszönhetően nagy mértékben átalakítható, ráadásul a már sokszor bizonyított háromhengeres, 847 cm³-es motor hajtja.

AUTO FABRICA PROTOTYPE



VARIÁCIÓK EGY TÉMÁRA

írta: MIFERFIAK.HU *foró:* YAMAHA



AZ Auto Fabrica társalapító, Bujar és Gaz Muharremi közeli tervező barátjukat, Toby Mellort kérték fel a Type 11 Prototype One tervrajzának elkészítésére. A dizájn célja a klasszikus stílus és a modern külső kialakítás vonalainak összehangolása volt. A csapat egy versenypályán használatos gép megalakítása mellett döntött, így nem fogták vissza őket a mindennapi használatra szánt motorkerékpárokra vonatkozó előírások.

PROTOTYPE ONE

A Prototype One minden elemében versenyre termett, és a nyers erő szellemében született.

Az egyedi Öhlins felfüggesztés, a Brembo féknyergek, a speciális PFM tárcsafékek és a BST karbon keréktárcsák összessége kiváló kezelhetőséget eredményez. A 3D nyomtatással és CAD tervezéssel készült karbon-nejlon elemek, valamint a Zirotek bevonatos karbonszálas alkatrészek kimondottan úgy lettek kiválasztva, hogy harmonikusan illeszkedjenek a tradicionálisan készült, radikális kialakítású, kézzel gyártott, a váz vonalvezetését követő alumínium külsőhöz. A kialakítást a sülyesztett óra, a kontrasztos ülés, a gyorsan feltölthető verseny-üzemanyag-tartály, valamint a kézzel készült, homokkal töltve, melegen hajlított, három leömlővel és három dobbal rendelkező kipufogó teszi teljessé.

PROTOTYPE THREE

Hamar világossá vált, hogy ez a motorkerékpár csupán a történet kezdetét jelentette. A tervezőcsapat olyan modellt szeretett volna építeni, mely ugyanezeket a géneket tartalmazza, de közúton is használható. Létrejött a Prototype Three, melynek alapjául egy valódi legenda, a Yamaha XS750 szolgált. A '70-es évek stílusában készült XS750 remekül illett az Auto Fabrica klasszikus vonalak és a modern kialakítás által meghatározott ízlésvilágába. A teljesítménynövelő alkatrészek felszerelésével a csapat egyenesen a jövőbe repítette a történelmi motorkerékpárt. A Brembo féknyergek és a Motogadget sebességmérő formái remekül



illeszkednek a hagyományos lakatosmunkával, kézi megmunkálással kialakított külső vonalakhoz. A tervezők mindezeket olyan kreatív dizájnelemekkel egészítették ki, mint a 3D nyomtatással készült légbefúvók és az egyedi, méretre gyártott fényszóró. Az egyedi, homokkal feltöltve, melegen hajlított kipufogó egyértelműen jelzi, hogy a motorkerékpárt az Auto Fabrica készítette.

PROTOTYPE TWO

A Prototype One és a Prototype Three elkészülte után egyértelmű volt, hogy milyen irányba halad a fejlesztés. A Type 11 Prototype Two az előző két modell minden jellemzőjét átvette, és egy közúti

„MINDEN EGY KIVÁLÓ MOTOR- KERÉKPÁR IHLETTE CSODÁS ÖTLETTEL INDULT,

MELY VÉGÜL HÁROM OLYAN
ELKÉPESZTŐ MODELLHEZ
VEZETETT, MELYEK MIND-
EGYIKE REMEKÜL KÉPVISELI
A YAMAHA YARD BUILT
PROGRAMJÁNAK LÉNYEGÉT.

**REMEK
BELEGONDOLNI,**
HOGY A PROTOTYPE TWO
HAMAROSAN VALÓDI
MOTORKERÉKPÁR-RAJONGÓK
KEZÉBE KERÜL.

AZ EGYEDI ÉPÍTÉSŰ MOTOR- KERÉKPÁROK

A LEGGYAKRABBAN CSAK
KIÁLLÍTÁSOKON LÁTHATÓK,
EZÉRT KOMOLY SIKERNEK
NEVEZHETŐ, HOGY

**EZ A MOTOR-
KERÉKPÁR A VALÓ
ÉLETBEN IS
A KÖZLEKEDÉS
RÉSZTVEVŐJE LESZ,
ÉS OLYANOK ÜLNEK
MAJD RAJTA, AKIK
IMÁDJÁK AZ EGYEDI
MEGOLDÁSOKAT.”**

– MONDTA ANTOIN CLÉMONT,
A YAMAHA MOTOR EUROPE
TERMÉKMENEDZSERE.



motorkerékpárban egyesítette azokat. A Prototype Two a Yamaha XSR900-ra épült, a Prototype One csúcsteljesítményét ötvözve a Prototype Three látványos megjelenésével. Az előző modellek kiváló minőségű egyedi alkatrészeinek, dizájnfilozófiáinak és műszaki jellemzőinek ötvözésével a Prototype Two erőteljes jelenséggé vált. Kerek fényszórójával, a hagyományos üzemanyag-feltöltéssel, a kontrasztos szegélyű ülésével, irányjelzőivel, közúti kerekeivel és ezüst fényezésével a Prototype Two egyértelműen a Prototype Three klasszikus stílusát idézi.

PLYMOUTH BELMONT

ANTIK KONCEPCIÓ

írta: MIFERFIK.HU *fotó:* BARRET-JACKSON



Az 1954-es Plymouth Belmont koncepció autó ugyanabban az évben a New York Auto Show-n jelent meg először, és a Chrysler eredetileg egy lehetséges gyártási modellnek szánta az autót, de sosem került erre sor.

A korszak legtöbb „álomautójával” ellentétben, amiket egyszerűen elpusztítottak, miután már nem voltak hasznosak, az egyedi Belmont modellt a Design Virgil Exner elnökhelyettese fogadta örökbe néhány évre. Így élhette túl ez a Belmont az elmúlt évtizedeket – az üvegszál vázas koncepció autójában egy 241 négyzethüvelykes V8 motor egy háromsebességes automataváltóval párosult, amit a Chrysler sosem akart gyártani.



MA A VINTAGE MODELL
BÁRKI SZÁMÁRA
ELÉRHETŐ, TELJESEN
FELÚJÍTOTT POMPÁJÁBAN
BOCSÁTJÁK ÁRVERÉSRE
A BARRETT-JACKSON'S
AUKCIÓJÁN





Ma a vintage modell bárki számára elérhető, teljesen felújított popmájában bocsátják árverésre a Barrett-Jackson's aukcióján, ahol egy gyűjtő nagyon-nagyon boldoggá fog válni.

A dizájn teljesen elrejteti a kinyitható tetőt az ülések mögé, az ajtókilincsek, a korabeli autókkal ellentétben fel vannak szerelve, így nem kell az autó belsejébe nyúlni ahhoz, hogy kinyissák az ajtót. A szürke bőrrel kárpitozott Belmont belsejében rádió és légkondicionáló vezérlők vannak a középkonzolon, egy bővíthető rádióantenna és a széles műszerfal hét mutatóval teszi lehetővé a vezető számára az aktuális sebesség és működési feltételek szabályozását.

2014-ben a Belmontot 1,32 millió dollárért adták el egy aukción, és most újra megvásárlásra kínálják az arizonai Scottsdale-ben a Barrett-Jackson árverésén.



AZ AUTÓBAN EGY
V8-AS MOTOR
DOLGOZIK,
AMELYET EGY
HÁROMSEBESSÉGES
AUTOMATA VÁLÓVAL
PÁROSÍTOTTAK.
A SZÜRKE BŐRREL
KÁRPITOZOTT
BELMONT BELSEJÉBEN
RÁDIÓ ÉS
LÉGKONDI-
ONÁLÓ IS VAN





TRIO TREND
BÉLTÉRI AJTÓK



MINSÉGI AJTÓRENDSZEREK

TRIO TREND KFT.

1117 Budapest, Nádorliget u. 8/F.

tel/fax: +36-1-216-6662, +36-1-455-0491

e-mail: infobp@triotrend.hu ♦ www.triotrend.hu

BESZÉLGETÉS KLEMM BALÁZZSAL

LÉPÉSVÁLTÁS

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* HILBERT PÉTER

Közel egy év telt el azóta, hogy Klemm Balázzsal beszélgettünk. Akkor a szakmai pályafutásán keresztül pillanthattunk be a szállodaipar kulisszái mögé. A honi turizmus 50 legbefolyásosabb embere között is jegyzett cégvezető a Hotel & More Holding létrehozásával most új arcvonalat nyitott a szállodaüzemeltetési ágazatban. A váltás háttéréről a jövőbeni terveiről és az iparág jelenlegi helyzetéről beszélgettem vele.

A festői helyen lévő Klebelsberg Kastélyban találkoztunk. A szálloda a nyugalom szigete a budai hegyek ölelésében, melynek miliője szinte azonnal kizökkenti az embert a mindennapok rohanásából. Mintha ez a nyugalom a mobiltelefonokat is megszállta volna, egyetlenegy rezgéssel sem szakítják meg a beszélgetésünket. Egy éve találkoztam Balázzsal, aki immáron több

mint harminc éve dolgozik a szállodaiparban. A négy nyelven beszélő cégvezető eredendően gépésznak tanult, de szinte azonnal hátat fordít a szakmának és a biztos nyelvtudás birtokában inkább a szállodaipar felé veszi az irányt, ahol megjárja a szakmai ranglétra minden fokát. 2008-ban mondhatni egy véletlennek köszönhetően kezd el szállodaüzemeltetéssel foglalkozni. A belépő

annyira jól sikerül, hogy még ebben az évben másodmagával megalapítják a Service4You Kft-t. A szállodamenedzsmentre szakosodott cég szinte az első pillanattól kezdve jól prosperál, az elmúlt év végéig tizenöt-nél is több egységet üzemeltetnek különböző konstrukciókban. Az elmúlt tíz év alatt azonban az ágazat fejlődése és a megváltozott piaci környezet más döntési mechanizmusokat kíván,



így az üzlettársak úgy döntenek, hogy külön-külön folytatják pályafutásukat. Klemm Balázs megalapítja a Hotel & More Holdingot, és ezzel egy új időszámítás indul el.

Barna András: Az ember kívülről csak azt látja, hogy van egy jól működő dolog, amihez vétek lenne hozzányúlni, miért döntöttek mégis úgy, hogy külön utakon folytatjátok?

Klemm Balázs: Mi 2008-ban alapítottuk meg a Service4You Kft-t a régi társammal. Azonban



vallom, hogy minden menedzser életében van egy szakasz, amikor váltani kell. Ez a tíz éves ciklus egy ilyen kritikus időszak.

Tény, hogy mi teljesen más mentalitású emberek voltunk, vagyunk. És mivel én egy progresszív gondolkodású, adott esetben bevállalósabb típus vagyok, ezért gondoltam azt – minden későbbi feszültséget megelőzve – hogy folytassuk külön.

– Azért valljuk be ez nagy elhatározás volt, nem csak üzleti oldala miatt, hanem azért is, mert válni – az élet bármelyik területéről is legyen szó – nem könnyű.

– Ez igaz, viszont a szakmai karrierem jövője miatt ezt meg kellett lépnem. Ugyanis elindultam egy sor másik vonalon, e mellett pedig számos új projektem is volt, aminél volt, hogy nagyobb rizikót kellett vállalni. Mivel – ahogy mondtam –, mi más módszerek mentén dolgoztunk, ezért számos

dologban, így a kockázatvállalásban sem voltunk olykor egy platformon.

De ha kicsit az emocionális oldalát is nézem a dolognak, akkor így ötven magasságában az ember már a saját elképzeléseit szeretné megvalósítani. Ez amolyan önmegvalósítás féle is. Imádom, amit csinálok, így a szakmám a hobbim is egyben.

Az említett dolgok összessége miatt döntöttem úgy, hogy meg kell próbálni

külön utakon folytatni. Megőrizve ezzel a régi jó barátságot és nem kockáztatva azt, hogy esetleg egy feszültséggel teli harcba megy át ez a kapcsolat.

– Már egy lezajlott folyamatról beszélünk?

– Igen, tavaly év közepén kezdődött és az év végére lezajlott a különválás. Közben pedig megalapítottam a Hotel & More Holding Szállodaüzemeltető céget.

– Mik az első hozadécai a váltásnak?

– Önálló döntéseket tudok hozni, rugalmasabban tudok kezelni dolgokat és meg tudom valósítani azokat az elképzeléseimet, amiben korábban nem volt egyetértés köztünk.

– Azért tíz év – ha lehet ezt mondani – komplexitásának hogy lehet hullámok nélkül véget vetni?

– Nem volt könnyű ezért is tartott ilyen sokáig ez a folyamat. Én úgy gondolom, hogy megfontoltan és nyugodtan ment végbe a válás, aminek köszönhetően mi tulajdonképpen innentől már egymás konkurensévé váltunk, ami akár inspiráló tényező is lehet. Egyébként úgy vélem, hogy elég nagy ez a piac ahhoz, hogy „elférjünk benne” mind a ketten.

– Talán hiba egy ilyen tranzakciót az érzelmi oldaláról megközelíteni, de most hogy érzed magad ebben a helyzetben? Jobb egyedül?

– Mivel egy kicsit öntörvényű vagyok, ezért mindenképpen jobb egyedül, amit élvezek és kihasználom az előnyeit. A korábbi csapat jó része velem maradt, akikkel nagyon jól tudok együtt dolgozni.

– A szállodaállományt hogyan osztottátok meg?

– Feleződött, azóta az új cégben már tizenhat egység van. Január óta nagy fejlesztésekbe kezdtünk a lendület tehát jó, ami pedig a jövőt illeti, szeretném a merészebb elképzeléseimet is megvalósítani a szállodaüzemeltetésben.

– Belső mechanizmusokon és a korábbi stratégiákon is változtattál?

– Az online felé sokkal jobban elindultam, más a marketing és más online marketingstratégiát követek, és nem utolsó sorban korszerűsíttem a céget, beleértve ezzel a dolgozói állományt is.

Nagyon sok fiatal kollégát tanítunk be a kezdektől, akik főiskola vagy az egyetem alatt nálunk dolgoznak. Így nagyon fiatalon, akár 25–26 évesen lehet valakiből szállodaigazgató. De merőben más területekről is próbálunk bevonni munkaerőt, például marketing vagy sales-szes vonalon dolgozókat is szívesen foglalkoztatunk, ami egyfajta frissítése is a rendszernek.

– Ez előremenekülés a mostanság kritikus munkaerőhiány miatt?

– Kétségtelen, hogy van munkaerőhiány, főleg a Balatonparton a nyári szezonban és Nyugat-Magyarországon a határhoz közeli részeken. Mi már másfél-két éve egy mozgóbéres rendszert alkalmazunk, ami ezeken a kritikus időszakokon segít minket, de persze ha szükséges alkalmi munkavállalókat is alkalmazunk.

– Mit vár el ma a vendég a szállodaiaptól?

– Ezt a kérdést több oldalról is meg lehet és kell is közelíteni. Ma a vendégek egyfelől ár-értékarányban sokkal nagyobb figyelmet fordítanak a szolgáltatósokra. Ugyanakkor a mobil eszközök elterjedésével sok minden már automatizmussá válik, ami nem feltétlenül személyi kérdés. Fejlesztés alatt áll egy olyan szállodánk, ahol egy mobilapplikáción keresztül a vendég befoglalja, kifizeti a szobát és válaszban kap egy kódot, és ezzel már nyithatja is az ajtót. Ezzel szemben a pihenőszállodákban fontos a személyi kapcsolat.

Ezekben a hotelekben nagy hangsúlyt fektetünk a belső szolgáltatások értékesítésére, azoknak a minőségére. Igyekszünk bemutatni a vonzáskörzetbe lévő tájegységeket, együttműködünk helyi kis vállalkozókkal, akik autentikussá tudják tenni



a programokat. A törzsvendég állomány külön figyelmet kap. Ma már nem elégséges a vendéget jól megejteni és a leküldeni a wellnessbe, további hozzáadott értékeket kell a pihenéséhez biztosítani.

És hát ne felejtsük el, hogy a rendezvényekre is markánsabban oda kell figyelni. A pályám során 10–12 évet dolgoztam iparágon belül ezen a területen és nagyon szerettem csinálni, ezért ez rész nálunk is

– Pont ezért is volt a váltás. Ugyanis úgy látszik, hogy most megint fellendülőben van a szállodaipari befektetések aránya akár a belföldi, akár külföldi investíciókat nézzük.

Ezeket teljesen más piaci hozzáállással kell megközelíteni. Mert lehet, hogy valaki nem ért hozzá, de ugyanakkor elvár egy olyan egzakt elszámolási, elszámoltatási rendszert, amibe belelát.

kap egy piaci elemzést, egy számítást és, ha ő azt elfogadja megtérülési szempontból, akkor leszerződünk egymással. Innentől egy úgynevezett win-win helyzet áll fel, amiben kétoldalú az érdekeltség. Tehát pusztán nem arról szól az együttműködés, hogy fizet nekünk valami díjat és kész, hanem ha bejönnek a várt számok, akkor az kölcsönösen jó mind a kettőnknek. Eddig mindig bejött!



nagy hangsúlyt kap. Itt is olyan partnerekkel dolgozunk együtt, akik jó ár-értékarányú szolgáltatásokat tudnak nyújtani.

– Te hogy látod, mekkora az a befektetői kör, aki ma szállodaiparba akar investálni, de a szakmai háttere nincsen meg, így hozzáértőkre akarja bízni az üzemeltetést?

Ha valaki például építeni akar egy szállodát, akkor én leülök vele konzultálni, csinálom neki egy számítást, amiből kiderül, hogy mennyi a megtérülési időre számíthat. Ezt nyilván kontrollálhatja. Ha viszont elkezdődik az építése, akkor végig kísérjük az egész folyamatot az első szögtől az utolsóig. Meglévő szálloda üzemeltetése esetén a tulajdonos

– Az üzemeltető szeme ma hogy látja ezt a piacot?

– Az elmúlt tíz-tizenöt év alatt átrendeződött a piac. A 2000-es évek közepétől elindult egy nagy wellness piaci bumm, minek hatására jócskán túl lettek értékelve a hazai szállodák miközben senki nem kalkulált egy válsággal. A 2008-as krízis valljuk

be, jól lepusztította ezt az iparágat is. Ez a mai napig is érezteti a hatását, benne van a befektetőkben és emiatt óvatosak.

Az igazi szállodafejlesztések négy évvel ezelőtt kezdődtek el. Ebből az is látszik, hogy a Budapesten például kereskedelmi szálláshelyekből hiány lépett föl minden tekintetben. Vidéken jó sok wellness szálloda van, de azok piaci hovatartozását, meghatározását nagyon-nagyon át kellett alakítani.

A Szépkártya rengeteg embert megmozdított, azonban ezeket a vendégeket meg is kell tudni tartani, illetve további utazási kedvet kell nekik csinálni, hogy ez a folyamat permanens legyen.

Egy vidéki szálloda mutatói teljesen mások, mint a Budapestié. A fővárosban hiány van bizonyos kategóriájú és elhelyezkedésű szállodákból, viszont itt sokkal jobbak a megtérülési mutatók adott esetben, noha az ingatlan árak szépen lassan kúsznak felfelé.

Vidéken óvatosabban kell ezt kezelni. Az árakat nem lehet az egyik pillanatról a másikra csúcsra húzni, mert a bérek és az emberek költési kedve más.

És bár az utóbbi három-négy évben ez sokat javult, az árainkat nem tudtuk olyan mértékben ehhez hozzáigazítani, mint mondjuk a fővárosban.

– Az egész beszélgetésünk alatt éreztem, hogy nagyon motivál téged ez az új helyzet, mi a hosszú távú elképzelésed?

– Fejlődni, fejlődni. Nem azt mondom, hogy a határ a csillagos ég, de merjünk nagyot álmodni. Én nagyon szeretnék minél több partneri szerződést kötni.



A HOTEL & MORE HOLDINGBAN
A HÁROM ÉVTIZEDES
SZÁLLODAIPARI TAPASZTALAT
ESSZENCIÁJÁNAK KELL
LECSAPÓDNIA. EGY BIZTOS,
ÉS EZ LEHET ARS POÉTIKA
IS, HOGY MI MINDIG
IGYEKSZÜNK MAXIMÁLISAN
VENDÉGKÖZPONTÚAK LENNI,
ÉS AZON DOLGOZUNK, HOGY
MINDEMELLETT MAXIMÁLIS
PROFITOT TERMELJÜNK
A TULAJDONOS SZÁMÁRA.



– Meddig, hány szállodáig lehet ezt hatékonyan kezelni?

– Tulajdonképpen egész nagy magasságokig, de természetesen ehhez szükség van arra is, hogy a cégstruktúrát is folyamatosan hozzáfejlesszük a feladathoz, hiszen csak így tudunk azonos

szolgáltatási színvonalat nyújtani minden partnerünknek. Minél nagyobb a hálózat annál magasabbra kell lépni, ha kell akár nagyvállalti struktúrát kell építeni, amiben minden pozícióra meg van a megfelelő ember. Ahol már bizonyos folyamatok

automatizálva vannak, de ezekhez rendszereket kell fejleszteni. Szabályozni kell a pénzügyi és a működéssel kapcsolatos feladatokat, ki kell alakítani a riportálási és ellenőrzési rendszert.

Összességében a Hotel & More Holdingban a három évtizedes szállodaipari tapasztalat esszenciájának kell lecsapódnia. Én dolgoztam szállodaláncoknál, ahol megtapasztaltam a jó és kevésbé jó dolgokat, az utóbbiakat megpróbáltam háttérbe szorítani, átalkotítani. A jó dolgokat pedig átvenni és konvertálni a jelenlegi rendszerünkbe. De kétféleképpen járva azt azért tudni kell, hogy nincsen olyan, hogy tökéletes rendszer, hiszen itt számos emberi tényező is közrejátszik.

Egy biztos viszont, és ez lehet egyfajta ars poética is, hogy mi mindig igyekszünk maximálisan vendégközpontúak lenni, és azon dolgozunk,

hogy mindemellett maximális profitot termeljünk a tulajdonos számára.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalán, használja a QR kódot!

SAMSUNG THE FRAME

ARTMOZI

írta: MIFERFIAK.HU Forrás és képek: SAMSUNG



Magyarországon is bemutatták a Samsung THE FRAME termékcsaládját, ami újabb szintre emeli a személyreszabhatóságot. A THE FRAME készülékei ugyanis a szó szoros értelmében színpoltjai a nappali enteriőrjének.





A televíziókészülékek fejlődése egyre nagyobb és nagyobb felületet harapnak ki a nappali falfelületéből. Ennek most vége, hiszen a frame tévé kikapcsolás után is aktív része marad a szobának. A benne lévő programnak köszönhetően ugyanis „képerkerként” funkcionál. Nem véletlen tehát, hogy a készülék belépőjét a Szépművészeti Múzeumba szervezték. A két fél

együttműködésének részeként a Román Csarnok rendhagyó THE FRAME installációin öt neves festmény tekinthető meg.

A képzőművészet kedvelőinek azonban otthon sem kell lemondania a festményekről, a THE FRAME Art Store-on keresztül a felhasználók a világ legjelentősebb galériáinak több száz jól ismert festményéhez férhetnek hozzá és ezekből választhat-

ják ki, hogy mely műalkotás(oka)t szeretnék a televíziójuk segítségével viszontlátni a nappaljuk falán. A THE FRAME ugyanakkor személyre is szabható, a My Collection funkcióval a saját fotók és képek is megjeleníthetők a kijelzőn. Amikor a THE FRAME be van kapcsolva, a Samsungtól megszokott prémium minőségű UHD képminőségben szolgáltatja a tartalmakat, aktív használaton kívül pedig a fal és a



lakás ékévé válik. A készülék fényérzékelő szenzora a külső fényviszonyokhoz igazítja a színtónust és a fényerőt, így a THE FRAME-en megjelenített műalkotások és a fotók napszaktól függetlenül teljes pompájukban csodálhatók meg.

A THE FRAME valóban olyan, akár a képkeret, az Észrevétlen Csatlakozás vezetéknek köszönhetően ugyanis nem lógnak ki belőle éktelen kábelek és

vezetékek, a tökéletesen illeszkedő falikonzol pedig biztosítja, hogy a készülék a falra simuljon. A THE FRAME ugyanakkor nem csupán a falon, de különálló elemként is megállja a helyét, a festőállványokat idéző Studio Stand állványra helyezve letisztult, egyedi galériát varázsolhatunk a nappalinkból. A digitális bútordarab további opciójaként több képkeret közül lehet választani, amit a mágneses megoldású,

így egy pillanat alatt rögzíthetünk. Természetesen a pazar állóképes megoldás mellett kiváló moziélményt is kapunk, amin nem csak a klasszikusok mutatnak jól, hanem a Foci VB döntője is.

A készülékek exkluzivitását emeli, hogy kizárólag a Samsung Prémium Értékesítési szolgáltatásának segítségével vásárolható meg. Az 55 colos (138 cm) képátlójú THE FRAME ajánlott fogyasztói ára: 599 000 Ft.



A FOCI ÉS AMI MÖGÖTTE VAN

ARANYLABDÁK, ARANYLÁBAK, ARANY ÁRAK

írta: KÖKÉNY ROLAND



Cristiano Ronaldo egy sikeres vb szerepléssel egész pályafutására feltehetné volna a koronát Oroszországban. A portugál sztár ugyanis korábban a válogatottal és klubcsapataival már mindent megnyert amit ember megnyerhet. A csoportmeccsek jól is indultak a portugáloknak, a csapatkapitány már az első meccsen három góllal vette ki részét az eredményes szereplésből. A spanyoloknak lőtt 3. egyenlítő gólja sokáig emlékezetes marad. Aztán a nyolcaddöntőben Uruguaytól elszenvedett vereség ellenére, mégis tőle maradt hangos a sajtó.

A BL döntő megnyerése után kimondott korábbi szavai ugyanis egy hivatalos bejelentéssel nyertek értelmet. Májusban, miután a Real Madrid legyőzte a Liverpoolt a Bajnokok Ligája döntőjében, Ronaldo azt mondta a meccset követő sajtótájékoztatón, szép volt a Real Madridban játszani. A 33 éves futballista hozzátette, öt BL-címe és öt Aranylabdája van – ebből négyet-négyet a Real Madrid színeiben szerzett –,



így tisztában van vele, hogy mit adott a spanyol klubnak. Akkor örült találgatás kezdődött, hogy esetleg visszatér korábbi sikereinek helyszínére a Manchester Unitedbe vagy esetleg egy Neymar – Ronaldo csere után a Paris Saint-Germainben folytatja.

Nem ezekből a lehetőségekből választott, hanem a Juventushoz írt alá 3 évre. Ezt a szerződést érdemes megvizsgálni minden fél oldaláról, hiszen egy abszolút

win-win helyzet alakult ki, még ha a Fiat munkatársai (az olasz autógyár a Juventus tulajdonosa) sztrájkot is jelentettek be Ronaldo ellen. Kezdjük Ronaldoval. A portugálnak az elmúlt egy évben komoly problémája volt a spanyol adhatósággal, akik szerint 2011-2014 között 14,76 millió euró adót nem fizetett be az államkasszába. Ronaldo kicsit azt is sérelmezte, hogy ebben a helyzetben a klub nem támogatta teljes mértékben. A vizsgálat végeredménye-

ként a portugálnak nem kell börtönbe mennie, csak meg kell fizetnie a 18,8 millió eurós bírságot. És ugyan a 108 millió eurós éves keresetével Ronaldo a harmadik a legjobban kereső sportolók listáján, nem biztos, hogy van ennyi pénz éppen cash-ben a fiókban. A Juventus évi 30 millió eurós fizetést biztosít a portugáloknak, amelynek a feléből akár le is tudhatja a büntetést. Természetesen az átigazolásnak van sportszakmai oldala is. A 33 éves sportoló nem azok példáját követi, akik nagy pénzekért olyan bajnokságokba (Kína, Arab országok stb.) igazolnak, ahol inkább már csak a levezetés a cél. Olyan helyre ment, ahol nemcsak a bajnoki cím, hanem vele megerősödve akár a BL-cím is elvárás lehet. Ráadásul Ronaldo a rekordok megszállottja, márpedig ha bajnokságot és BL-t is megnyerné az olasz klubbal, akkor ő lenne a futballtörténelem első játékosa, akinek ez mindhárom top ligában összejött. A Real Madriddal írt korábbi szerződésében ugyan 1 milliárd euró volt a kivásárlási ára a portugálnak, de ez inkább olyan jelképes összeg volt, amelyet a sportolói nagyságával ért el. Florentino Perez

elnök ráértett arra is, hogy zsinórban három BL győzelemnél jobb szériában már nem igen lehet a része a portugálnak, így jobb ha most beéri egy „tisztos” összeggel, hiszen azért vélhetően feljebb már nem fog menni az ára Ronaldonak. A Juventus több mint 100 millió eurós ajánlattal kopogtatott be az ajtón és a végül kialakult 109 millió euróból bárkit megvehet majd Ronaldo helyére.

A VB SZÁMAI



Ronaldo számain keresztül már megismerhettük, hogy mit kereshet egy játékos, de érdemes a most lezajlott világbajnokság számain keresztül betekenteni abba is, hogy mit kereshet egy csapat, illetve milyen közvetlen bevétellel számolhat a vb rendezője.

A Juventusnak relatív kevés pénzért sikerült megszereznie a világ egyik legjobb játékosát, aki nemcsak a fociban jó, hanem jelenleg a reklám értéke is magasabb, mint a komplett olasz csapaté. Ronaldo ugyanis 300 milliós rajongótáborral rendelkezik. Ennek szellemében nem meglepő, hogy az átigazolás költségeibe az Adidas és a Fiat is beszállt. Az Adidasnak ráadásul már az átigazolás bejelentése is nagy üzlet volt, egyetlen nap alatt közel 60 millió euró értékben adtak el mezeket, ami tulajdonképpen több mint az átigazolása összeg fele.

A Juventus mezen főszponzorként jelenleg a Jeep márkanéve olvasható és a Fiat ebből is szeretne profitálni, hiszen sokkal nagyobb eladást remélni az amerikai terepjárók európai eladásából (a Jeep is a Fiat csoport tagja). Némlegesleg ha csak 5 ezer eurós haszonnal számolunk autónként, akkor 20 ezer további Jeep eladása mellett szintén megtérül a portugál átigazolásának a költsége.

Éppen ezért nem is nagyon foglalkozott senki azzal, amikor a Fiat egyik gyárának szakszervezete bejelentette, sztrájkolni fognak a dolgozók Ronaldo ellen. A dolgozók azt nehezményezték, hogy egy emberre „kidobnak” 100 millió eurót, miközben több ezer Fiat dolgozó családja hónapról-hónapra él. Az egésznek persze sokkal nagyobb volt a füstje, mint a lángja, hiszen az 1700 alkalmazottból mindössze 5 fő volt, aki aztán Ronaldo szerződésének miatt nem vette fel a munkát.

A Juventus torinói meccsei általában teltházas mérkőzések voltak a múltban is, most biztosan lehetünk abban, hogy valamennyi hazai meccsükre egy jegy sem marad majd a pénztárban, amely szintén Ronaldo szereplésének lesz köszönhető.

Zárszóként egy újabb nem elhanyagolható szempont, mi magyar szurkolók is jobban jártunk, hiszen most már csak Torinóig és nem Madridig kell elmenni, ha meg akarjuk nézni a portugál játék közben. Egy biztos, én már megvettem az őszre a repülőjegyet.

Oroszországban akárcsak a korábbi téli olimpiai tekintetében az állam bőkezűen bánt a beruházásokkal, de mindenképpen figyelemre méltó a bevételi oldal. A tv közvetési jogokból **2,4 milliárd dollár**, a marketingjogokból **1,5 milliárd**, a jegyértékesítésből **527 millió dollár**, a stadionon belül étel-ital forgalmazásból 184 millió dollár a merchandise termékekből pedig további **107 millió dollár** közvetlen bevétel volt a rendező országnak. Ezek azért olyan magas számok, hogy egy világbajnokság akár teljesen üzleti alapon is megrendezhető, ahogy tették a németek 2006-ban.

Az oroszországi vb-n indult csapatok között a FIFA 400 millió dollárt osztott szét.

Már a részvételért járt **1,5 millió dollár**, amelyhez a csoportkörben való szerepléssel további **8 millió dollár** jutott. A nyolcaddöntős csapatok 12, a negyeddöntősök 16, a 4. helyezett 22, a 3. helyezett 24, a 2. helyezett 28, a világbajnok csapat pedig 38 millió dollárral lett gazdagabb. Az egyes országok ebből a pénzből visszaoztottak a játékosoknak, de voltak olyanok is ahol az utánpótlásra, stadion építésre tették félre ezt a pénzt. Érdekes hogy a világbajnoki győzelemmel 350 ezer eurót kapó francia **Kylian Mbappe** játékos célra ajánlotta fel keresetét, az általa már 2017-től támogatott Premier de Cordee-nek. Ez a szervezet ingyenesen nyújt sporttal kapcsolatos segítséget a mozgássérült, és ápolásra szoruló gyermekek számára. Hasonlóan nemes gesztust tette a vesztes horvát csapat egyik legjobb játékosa, **Ante Rebic** is. A 24 éves labdarúgó egy Split melletti kis faluban nőtt fel, fogta a vb-n megszerzett pénzét és abból rendezte szülőfaluja közel 500 lakosának az adósságait, minden hitelt és kölcsönt visszafizetett.



ZLT



**Ön és az ipar
szolgálatában**

KÖLTSÉGCSÖKKENTŐ SZOLGÁLTATÁSOK
Intelligens Rezsianyag Menedzsment

Egyedi termékek beszerzése

100 prémium márka,
több mint **50 000** termék.

PROFESSZIONÁLIS

gépek | szerszámok
berendezések | segédeszközök
szakemberek számára!

Már több
mint **20 éve!**

www.zlt.hu



H-9011 Győr, Törökverő u.1. | +36 96 550 600 | mail@zlt.hu

GasztroVilág



AZ ÉLET NAGY KANÁLLAL

Menu

SKYBABY



ENERGY DRINK

Enjoy the energy!



WWW.SKYBABYENERGY.COM

DOLCE & GABBANA ÉS A SMEG

A Dolce & Gabbana és a SMEG ismét egyesítették kreatív energiáikat Divin Cucina kollekciójuk harmadik felvonásához, amely Szicília által inspirált mintákkal túlszűfolt konyhai berendezésekből áll.



A Milano Design Week keretén belül mutatták be a Victoria Range sütőt, páraelszívót és egy FAB28 hűtőt, amelyek a korábbiakhoz hasonló mintákban pompáznak, és teszik teljessé a kollekciót.

A darabokon a tradicionális motívumok merész piros-narancssárga, illetve kék-fehér kivitelben jelennek meg, amelyeket a hagyományos Maiolica kerámia cserepek ihlettek. A kollekció a várakozások szerint még az idén elérhető lesz.

„Sicily is my love”, azaz Szicília a szerelmem, 2016-ban a Made in Italy projekt nyitó akkordjaként debütált, és Domenico Dolce, illetve Stefano Gabbana öröksége ihlette, a szicíliai motívumokra fókuszálva.

Azóta a projekt jócskán kinőtte magát, és kenyérpírtó, kávégép, hűtőszekrény és blender is megtalálható benne.

A PICK-UPOK FOOD TRUCKJA

A gázüzemű átalakított Nissan terepjáró a „smokin” TITAN fantázianevet kapta, ugyanis mobil konyhával és BBQ grillsütővel is fel van szerelve.

A járgány olyan lelkes gasztronómia iránt érdeklődő kalandvágyó embereknek készült, akik szívesen elmennének jól felszerelt autójukkal piknikezni akár az erdő közepére is. A terepjáró platója megerősített alumíniumborítást kapott, itt található a jól felszerelt konyha. A vágófelület „churrasco”-ból, egy különleges brazil fából készült. Itt kapott helyet egy nagyméretű mosogató és víztartály is. A járgány belsejében elhelyeztek egy nagyméretű hűtőszekrényt az élelmiszer megfelelő tárolására. Egy utánfutón kapott helyet a BBQ grillsütő, ez ugyanis rendkívül felforrósította volna a terepjáró szerkezetét, ha közvetlenül a plató részén kerül elhelyezésre. A terepjáró belseje luxusfelszereltségű, bőrborítású motorizált ülésekkel és magas felszereltséggel.





NÉVRE SZÓLÓ BOROSHORDÓ

A 225 literes hordót francia tölgyfából készítették és Loewe bőrborítást kapott. Csak külön rendelésre lehet megvásárolni, benne a Bodega Numanthia legkülönlegesebb borával, a 2016-os évjáratú Termanthiával.

2018. decemberi határidővel vállalja a gyártó a házhozszállítást.

A Bodega Numanthia és a Loewe boroshordója a spanyol kézművesség egy jeles alkotása. A rendkívüli precízséggel megmunkált hordó a gyűjtők számára igazi különlegesség.

A Bodega Numanthia egy spanyol borászat, mely Valdefinjas, Castile és León városaiban működik. A több évszázados múltra visszatekintő borászat termékei a jelenleg is legkiválóbb spanyol borok.

A Bodega Numanthia és a Loewe közös hordójának jövőbeli tulajdonosai saját ízlésük szerint konfigurálhatják majd a megrendelni kívánt terméket, különböző minták és bőrfajták közül is választhatnak. A kidolgozás és a megmunkálás nagyfokú precízitást igényel.



INTELLIGENS KENYÉRPIRÍTÓ

A Dear System egy kísérlet a minden-mindennel összekapcsolt jövőnk komplexitásának feltérképezésére, és egyfajta metafora a jövő otthonára.

Ha úgy döntesz, hogy reklámszövegeket akarsz nézni a pirítósdba égetve, a kutyú elkezd megérteni, hogy milyen kenyeret szeretsz enni, milyen reklámokat látsz szívesen, milyen feltéteket használsz és mennyire szoktad megpirítani a kenyeret.

Minden alkalommal, amikor kenyeret pirítasz, Leon Brown kenyérpirítója közelebb kerül a tökéletes kombinációhoz – a tapasztalatok révén összegyűjtött látszólag értelmetlen információ azonban a hirdető és a használók számára is egyaránt előnyös lehet.

A Dear System szögletes, gépesített esztétikája a cél tükröződésében érthető meg – úgy alakították ki, hogy a saját kategóriájában mind vizuálisan, mind funkcióját tekintve hatékony és éles legyen.

BUBORÉKOK A MÉLYBŐL: üvegenként 1900 dollárért

Ez az M. Hostomme Abyss (1900 dollár), egy Grand Cru Brut, amely az elmúlt évet 200 látnyi víz alatt töltötte egy Dél-Franciaországhoz közeli sziget mellett. Mielőtt titokban leeresztették volna a lezárt acélketrecet (hogy a bűvárok nehogy ellopják a nedűt) a víz alá, ez a Grand Cru de Chouilly borbirtokról származó, 100 százalékos Chardonnay 4 évet töltött a fermentációt követően a rozsdamentes acél tartályokban és burgundi francia tölgyfahordókban.

A Champagne víz alatti érlelése nem teljesen ismeretlen a francia gyártók előtt:

Louis Roederer és a Veuve Clicquot (amely egy 50 éves kísérletet végez ehhez a folyamathoz kapcsolódóan) csak kettő abból a hat Champagne házból, amelyek ezzel a szokatlan eljárással foglalkoznak. Az Abyss azonban az egyetlen óceáni érlelésű pezsgő, amelyet az Egyesült Államokba is szállítanak, de olyan limitált mennyiségben, hogy mindössze 60 üveget juttatnak el ide. A vízalatti érlelés előnye, hogy 12 hónapra totális sötétségben és állandó hőfokon van az ital, amely tökéletes környezet a számára.



HAMBURGEREK klasszikus festményeken

Egy brazil művész, Gabriel Nardelli Araujo a klasszikus festményeket oda nem illő dolgokkal kombinálta, nevezetesen. A 'The Burger Friday' sorozatot nemrég mutatta be Araujo.

A hamburgerek 3D modellezéssel készültek, és egy számítógépes szoftver segítségével helyezte el őket Araujo a festményeken. Ezáltal a végleges verzió előtt kísérletezhet a formákkal, árnyékokkal, színekkel, egyszerrel többféle változatot is készít, mielőtt a végső alkotás elkészül. A végleges alkotást Photoshop segítségével készíti el, itt a színeken és a fényeken is még lehet utólag módosítani.



BELVÁROSI DISZNÓTOROS

A vidéki disznóvágások legjobbja modern környezetben,
gyors kiszolgálással, Budapesten már két helyszínen.

Budapest, Király utca 1/d. /// Károlyi Mihály utca 17.

www.belvarosidisznotoros.hu



NAGYINTERJÚ

BESZÉLGETÉS SÁRKÖZI ÁKOSSAL
A MICHELIN CSILLAGOS BORKONYHA SÉFJÉVEL

SÉFTÖRTÉNET

írta: BARNA ANDRÁS *foto:* HILBERT PÉTER, SÁRKÖZI ÁKOS ARCHÍV

Sárközi Ákos eddig is a magyar gasztrovilág aktív tagjaként volt ismert, a széleskörű népszerűséget azonban az RTL Konyhafőnök című műsora hozta meg számára. Ez a pálfordulás máig tartó reflektorfénybe állította, amiben – ahogy fogalmaz – van jó is, rossz is. Beszélgetésünket akár barátinak is nevezhetném, mivel a kötelező körök után könnyed diskurzussá vált, amiben a vendéglátás számos oldalról szó esett.







Korai időpontra beszéltük meg az interjút. A belváros még álmos arcát mutatta, lo-csolókocsik helyett aznap az égi csatornák takarítottak és csak egy-két munkába igyekvő ember törte meg a reggel borús csendéletét. Rajtuk kívül a Sas utcán csak néhány étterem alkalmazottait lehetett látni, akik vegyes optimizmussal rendezgették az egységek kerti bútorait. Testbeszédükből még százméterről is jól kivethető volt az időjárással kapcsolatos dilemma.

Pár perccel korábban érkeztem a Borkonyha elé, még a zárva tábla uralta az ajtót, és csak néhány árnyozgásból lehetett következtetni arról, hogy odabenn már elkezdődött a nap. Kukkolásomat Ákos szakítja félbe, pontosan érkezett, majd ő is tesz egy kísérletet a bejutásra, hiába, így hátulról megyünk be. A gangos ház udvarán a kollégák jókedvűen beszélgetnek, de már „beöltözve” harcra készen állnak. Mindenkihez odamegy, vált néhány szót mindenki-vel, a gyengébbik nem kap egy ölelést is.

A bemutatkozást követően rögtön közvetlenebb stílusra váltunk, még néhány percig türelmemet kéri, majd leülünk. Leplezetlen fáradtság van az arcán, tegnap jött haza a Bocuse d'or torinói fordulójáról. Csak megnéztem a fiúkat néhány barátommal – mondja beszélgetésünk ráhangolódásaként.

– **Barna András: Hogy lettél te szakács?**

Az ember azt gondolná, hogy egy főgyereknek nem feltétlenül a konyha vagy a főzés kelti fel az érdeklődését.

– Sárközi Ákos: Hát nagyjából ez így is van! Én soha nem akartam szakács lenni, eszembe sem jutott. Fotográfusnak készültem, de abban az időben nem találtam magam mellé senkit, aki tanított volna. Így prózai módon, amikor eljött a pályaválasztás ideje, akkor a vendéglátóipari szakközépiskolába jelentkeztem. Otthon viccesen azt mondták, ha szakács leszel, akkor enni mindig lesz mit, könnyen találsz majd munkát, mert erről mondanak le az emberek legkevésbé.

Aztán ugyanúgy végigjártam ezt az utat, mint bárki más. Különböző éttermek konyháiban dolgoztam, és ez csak később lett igazából szerelem és szenvedély az életemben.

– **Mikor vált hivatássá ez a szakma számodra?**

– Két meghatározó ember volt az életemben: Nagy Ferenc és Bicsár Attila, akik mondjuk úgy, hogy megváltoztatták az én személyiségeimet. De legfőképpen Bicsár Attila mellett lettem az Alabárdos étteremben az, aki most vagyok.

Egyébként a véletlennek köszönhetem, hogy odakerültem. Dolgoztam öt évet üzemi konyhán, amit imádtam, leginkább azért, mert hétfőtől-péntekig szólt a munkaidő reggel hattól-háromig. Utána tiéd volt a délután és nem is kerestem rosszul. Egy problémája volt, hogy szakmailag nem elégitett ki. Ezért aztán gondoltam egyet és szétküldtem az önéletrajzomat a „világba”. Egy szálloda visszaírt, hogy sous-chief (konyhafőnök-helyettes) pozícióba keresnek embert az Alabárdos étterembe. Innen indult tulajdonképpen az életem.



– **Ha a konyha hierarchiáját nézem, akkor egy ilyen pozícióból hogyan lehet feljebb kerülni?**

– Tulajdonképpen ebben az esetben sehogy. Én tizenöt évet dolgoztam az Alabárdosban séf-helyettesként, és pont azért váltottam ide a Borkonyhára, mert Attila még egy ereje teljében lévő konyhafőnök, ahol nekem nem lett volna továbbjutási lehetőségem.

Aki egyébként kicsit jobban ismeri a gasztrovilágot, az pontosan tudja, hogy a sous-chief-nek lenni

a legrosszabb a világon, mert mindenki téged utál és cseszeget.

– **Főz az egész világ! Pár éve még csak egy gasztro kereskedelmi csatorna volt, ma pedig kereskedelmi csatorna nem lehet meg valamilyen főzős műsor nélkül. Szerinted miért van ez a nagy „gasztro-boom”?**

– Azért, amiért mindenki ért a focihoz, én ezzel szoktam példálózni. Itt is csak úgy, mint a foci esetében mindenkinek van véleménye, mindenki főzött már, kóstolt bizonyos ételeket, úgy gondolja, hogy ért hozzá, és ezért aztán nagyon a középpontba került ez a terület. Arról nem beszélve, hogy az emberek mindennapjában is benne van a gasztro, hiszen mindennap főznek, esznek valamit. Ezáltal médiaszinten is jól meg tudták lovagolni ezt a világot. Ezzel párhuzamosan egyre több olyan ember is lett, akit ez érdekel, nyitni akar új alapanyagok vagy technológiák felé, akár otthoni viszonylatban is. Azt is mondhatnám, hogy az igény a nyitás felé valahol jogos is, mert egy háztartásban átlagosan 20 és 50 étel között eszünk egy évben, ezeket variáljuk össze-vissza, ilyen vagy olyan körettel és sorolhatnám. De az alapreceptek ugyan azok.

Szóval az emberek ebből akarnak egy kicsit kitörni és ma már számtalan felületen tájékozódhatnak, Internet, újság, tévéműsorok.

– **Helytálló az a megérzés, vagy csak médiahatásnak tulajdonítható, hogy a szakmátokban alapvetően kettéválik terület az előremutató és a konvencionális vagy tradicionális vonalra, szerinted van ilyenfajta megkülönböztetés?**

– Én ugyanolyan szakmunkás vagyok, mint mondjuk egy kis étterem séfje. A különbség talán ott van, hogy a magamfajták nyitottabbak erre a világra, az új alapanyagok megismerésére. Vannak olyan dolgok, amikből mi nem engedünk, minőség, ételösszeállítás... stb. És talán még egy fontos dolog, hogy sohasem vagyunk elégedettek. Ez a szenvedélyről szól.

A prémium minőséget lehet hozni egy kisebb étteremben is egy kis odafigyeléssel. Ma már szinte minden alapanyagot be lehet itthon szerezni, ez nem jelent gondot. Nyilván ennek vannak anyagi vonzatai, aminek az eldöntése tulajdonosi kompetencia. Kérdés, hogy ki, milyen távra tervez ab ovo gyorsan akar-e meggazdagodni, vagy pedig részese akar lenni a magyar gasztrovilágnak. Szerencsére egyre nagyobb az a tulajdonosi tábor, aki hivatásnak tartja, és egyfajta rendszert akar felépíteni, ami a későbbiekben egy stabil egzisztenciát is jelent.

– Mennyire van megbecsülve ma ez a szakma?

– Szerintem helyén kell kezelni ezt a kérdést. Azt tudomásul kell venni, hogy akárhogyan nézzük, mi szakmunkások vagyunk. Az is biztos, hogy ma már egy másfajta világot képviselünk. Aki „jól akar keresni” vagy egy vezető étteremben szeretne séf lenni, az ma már nem csak arról szól, hogyan főzöl. Sokkal összetettebb lett ez a szakma, egy sor más dolog is beletartozik: PR-marketingtől kedve üzleti tevékenyegen át akár egészen a médiáig. Ez már egy nagyon magas szint, aminek megvan az ára is,

hiszen ez nem egy családcentrikus pálya. Most nagy divat szakácsnak lenni, köszönhetően a média ilyen jellegű ráhatásának. Teszem hozzá há’l Istennek! A sok pozitív hozadéka mellett azért ez egy nagyon kemény munka. Napi 16–18 óra a hét minden napján.



– Akkor egy étterem arca sokkal inkább a séf, mint a tulajdonos?

– Egyértelműen. Korábban a séfek, szakácsok nagy része bent volt a konyhában, soha nem jött ki a vendégek közé, hiszen az volt a közegük.

Ma már másként van, kijövünk, beszélgetünk, ha jó, ha rossz valami. Ez jó, mert az emberek így mindig tudják kihez kötni a helyet. Másfelől elég ritka, hogy a tulajdonos napi szinten mindig ott tud lenni. Mi szerencsés helyzetben vagyunk, mert a

két tulajdonos Horváth Tamás és Kalocsai Zoltán minden nap itt van, és nem azért, hogy „lapátolják a pénzt”, hanem ők is kökeményen kiveszik a részüket a feladatokból. Talán ez a mi sikerünk egyik titka.

– Maradjunk egy kicsit még a Bor-konyhánál, mennyire vagy szimbiózisban a tulajdonosokkal?

– Talán a mi vagy az én szerencsém az, hogy már a kezdetektől itt vagyok, tulajdonképpen azóta, amikor még ez az étterem épült, tehát már az alap szakaszban bevontak a történetbe. Meg kellett tervezni a konyhát, milyen gépekre, eszközökre van szükségem, össze kellett állítani a csapatot, az én fejemben volt, hogy milyen menüsört, étlapot akarok, ez nagyon jót tett a munkakapcsolatunknak. Immáron nyolc éve dolgozunk együtt.

Anno, amikor leültünk beszélgetni, akkor meghallgatták az elképzelésemet, ők is elmondták a sajátjukat. Nekik volt egy álmuk, amit meg akartak valósítani, ehhez kerestek egy partnert. Elmesélték,

hogy milyen éttermet akarnak, milyen hangulattal, milyen típusú ételekkel. Így indultunk el, és tulajdonképpen így forrt ki az én személyiségem is. Mondhatnám, hogy az elején harcoltunk egymással, mert voltak más ötleteim. De aztán rájöttek, hogy



ezeket én nem azért akarom megvalósítani, hogy magányos harcosként átalakítsam az éttermet, hanem azért, hogy még jobbat tegyem. Ma már teljesen szabadkezem van.

– Korábban volt egyfajta tendencia, amiben azt hirdették, hogy meg kell reformálni a magyar konyhát, mert túl zsíros, túl fűszeres.

lógiaikat, stílusokat. Nem jó, ha a külföldi vendégek idejönnek, és az első két nap megöljük őket zsírral, hagymával, fűszerekkel, ahogy te fogalmaztál, hanem mutassuk meg, hogy nem csak ez a magyar konyha. Szóval nem csak a pörkölről szól a mi gasztronómiánk, hanem sokkal nagyobb tere van, ami ízekben gazdag. Az új technológiákkal

– Én nagyon szeretem az ilyen típusú ételeket is, de úgy gondolom, hogy ezzel azonosítani minket az már egyfajta beidegződés, hiszen ezen kívül rengeteg jó alapanyagunk van, libamáj, kacsamáj, mangalica, ezek tipikusan a magyar konyhához köthető elemek. A halakról, a süllőről, harcsáról nem is beszélve.

Nyolc év tapasztalataira támaszkodva elmondhatom, hogy jó érzés látni a vendégek arcán azt a felismerést, amikor szembesülnek azzal, hogy a pörköltön túl is van élet a magyar gasztronómiában.

– Mit jelentett neked, hogy bekerültél a Konyhafőnök című műsorba?

– Ez egy furcsa világ. Ez egy hatalmas lépés volt egy olyan ember számára, aki eddig bent volt a konyhában, majd a vendégtérben, és utána egyszer csak ott találja magát a tévében. Van, lett egyfajta ismertség, amit fel kellett dolgozni, ez pedig nem megy mindig könnyen egy átlagembernél.

– Neked nehezen ment?

– Nekem nehéz volt, ráadásul egy meglévő műsorba léptem be, egy más típusú séfet váltottam, akit kedveltek a nézők. Ezáltal sok támadást is kaptam.

– Nem is gondolná az ember!

– Pedig így van, de aztán az ember szépen lassan beletanul, és látja, hogy ez egy teljesen másfajta világ. Ma már én is más szemmel nézem a tévét. Ez egy hatalmas meló, amit csak akkor érzékel, amikor ott vagy benne. A néző csak egy órát lát abból, aminek az elkészítése 15–16 órát vesz igénybe. Tényleg egy hatalmas menet egy ilyen műsort megcsinálni.

Nekem szakma szempontjából nem sokat hozott, ismertségben viszont rengeteget, hiszen ez által az



Mi a véleményed erről? Szerinted jót tesz egy ország gasztrókultúrájának, ha „megerősöskölsz”? Vagy egyszerűen a tradicionális ételek mellé egy újabb vonalnak kell felépülnie?

– A hagyományokat nem szabad kizárni, ez egy nagyon fontos dolog! De mindenképpen haladni kell a korrallal, és figyelembe kell venni az új techno-

pedig a tradicionális ételeken is lehet könnyíteni.

– Mi az irány véleményed szerint? Az emberek ugyanis hajlamosak kötni bizonyos dolgokat egymáshoz, így ételeket is. Ha Olaszország, akkor pizza, tészta, ha Mexikó, akkor bab, vagy csípős ételek. Nálunk is van ilyen, a gulyás például. Marad a nehéz kaja?

önmagam „brandje” is épült. Napi szinten megismernek az utcán, nem tudtam elmenni bevásárolni, nem jártam közértbe. Ha elmentünk moziba, akkor egyszerűen csüngtek rajtam. Ezt meg kellett tanulnom helyén kezelni. Szerencsére ezzel ma már nincsen probléma, de mondom: nem volt könnyű. És nem csak nekem, hiszen én ezt választottam, hanem a családomnak is nehéz volt.

– **Lesz folytatás?**

– Én négy szériát forgattam le, egyelőre ennyi volt, de még nem tudom mit hoz a jövő.



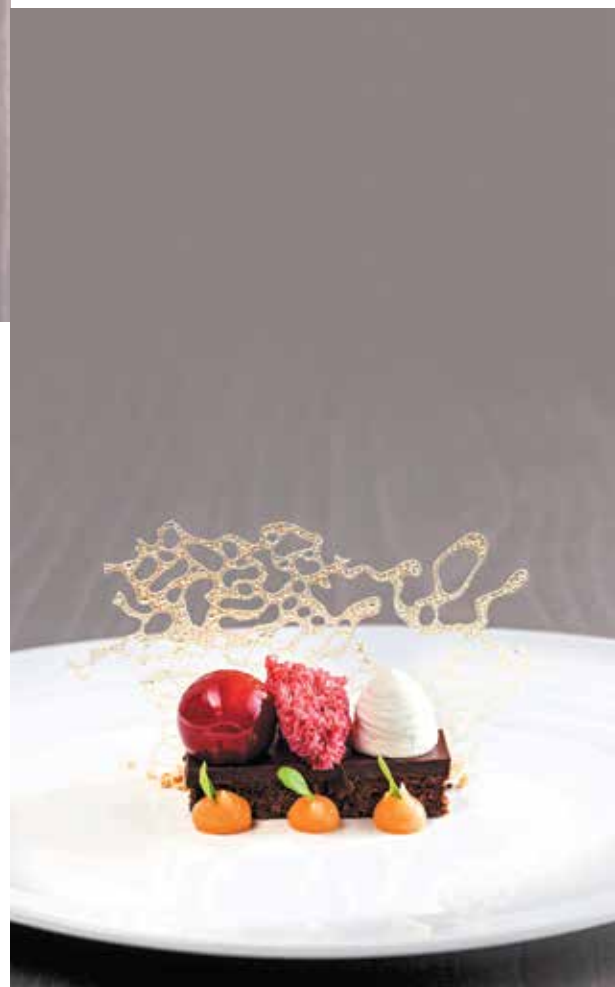
nem arról, hogy tágítsuk ki az eddig megszokott látásmódot. Mutassuk meg, hogy milyen más lehetőségek vannak, amit alkalmazhat, ha akar valami újat.

Én pontosan azért vállaltam el ezt a felkérést, mert úgy gondoltam, hogy ha csak egy embert is fel tudok rázni vagy hatással tudok lenni a látásmódjára, akkor már megérte a befektetett energia. És igen, igazad van, az emberek valamikor vágnak arra, hogy egyszerűbb, mindenki számára elérhető alapanyagból dolgozzunk, de ilyenkor mindig



– **Ha megengedsz egy kulisszák mögötti kérdést. Én nyitott vagyok erre a területre, de az százszázalék, hogy nem én vagyok a hobbi szakácsok etalonja...sőt! Szóval nálam biztosan vannak sokkal akkurátusabb amatőrök is, de valahogy még sem életszerű számomra, hogy egy átlagember ennyire evidens módon mozogjon a konyhában, és nyúljon technológiákhoz és rendhagyó alapanyagokhoz. Mennyire volt tudatos vagy szándékos ez a vonal műsorkészítési szempontból?**

– Én azt gondolom, hogy az embereknek nem is kell tudniuk mindent, mert ez nem erről szól, ha-



visszakérdezek: vajon az jobb lenne, ha tíz adáson keresztül csak rakottkrumplit csinálna mindenki? Az mennyire lenne érdekes?

Nem azt kell nézni, hogy milyen alapanyagok vannak, hanem hogy vannak ilyen alapanyagok is. Itt jegyzem meg, hogy csak olyanokat használtunk, amiket itthon be lehet szerezni. Egyébként voltak

tesztelgetnek, ami később majd le fog csapódni – mondjuk úgy – az egyszerűbb éttermek világába is. Legyen szó például a vákuumtechnológiákról, füstölőgépekről, amikkel aztán még jobbá, finomab-
bá tudunk tenni mindent.

– Mekkora felkészülést igényelt egy-egy adás vagy évad?

napomat, hogy reggel 4–5 felé felkelek, bemegyek az étterembe, itt vagyok 7–8-ig, utána el a forgatásra, majd vissza a Borkonyhába.

– A Borkonyha Michelin csillagos lett. Ez egy összetett dolog, mivel a hely kapja a csillagot, de mégis a séfhez kötik valamilyen szinten. Ma idehaza milyen egy Michelin csillagos étterem séfjének lenni?

– Minden séf álma, hogy egyszer csillagot kapjon. Amikor megkaptam, akkor rádöbentem arra, hogy „bakker, én ezt nem akartam” – mondja nevetve, aztán hozzáteszi: tudom az én számból ez furcsán hangzik, de tény, hogy miután megvan egy zsák elvárás hullik a nyakadba és a felelőség is nagyobb lesz hirtelen.

– Valahol a fejedben egyébként benne volt, hogy legyen?

– Persze, de nem volt tudatos, csak vágy inkább. Számtalanszor, amikor külföldön jártunk és kóstoltunk csillagos helyeken, akkor néha azt mondtuk, hogy ha lenne folyamatosan jó minőségű alapanyagunk, akkor ezt a szintet mi is tudnánk hozni, sőt, akár túl is tudjuk szárnyalni. De azért itt jegyzem meg, hogy sokkal nagyobb és összetettebb dolog ez a csillagkérdés.

A Borkonyhánál ez egyébként soha nem volt cél. Ráadásul jellemzően a fine dining típusú éttermek kapnak, kaptak ilyen elismerést idáig. Mi egy családi hangulatú bisztró vagyunk, ebben az olvasatban mi vagyunk az első. Ma négy Michelin csillagos étterem van idehaza, bekerülni az elitbe egy fantasztikus dolog, de hatalmas stresszel is jár, ahogy említettem. Sokkal egyszerűbb megkapni, mint megtartani, mert akárhogy is van, ezt évenként ellenőrzik.



olyan évadok, adások, amikben kifejezetten az egyszerűsége és ötletessége mentünk rá.

A csúcsgasztronómia egyébként olyan, mint a Forma 1, az ottani fejlesztések előbb-utóbb megjelennek a hétköznapi autókban. Nálunk is mindig fejlesztenek, újabb és újabb dolgokat eszelnek ki,

– Nagyjából több hónapnyi előkészületről beszélünk, amíg a koncepció mentén kialakulnak a feladatok, és ehhez az alapanyagokat honnan szerezzük meg... stb. Nekem abból a szempontból nehezebb volt, hogy emellett a napi munkámat is el kellett végezni. Ilyenkor úgy kell elképzelni a



– **Te hogy pihensz?**

– Fogalmam sincsen. Ha nem csinállok semmit, akkor az sokkal fárasztóbb, mintha csinálnék valamit. Egy olyan időszakot élek, amiben gazdagon van minden. Épp egy másik étterem nyitásában vagyunk, mellette lehet, hogy megint jön egy kis televíziózás. Tehát sok olyan dolog van, ami kitölti az életemet, és miután ez az életem, ez által abba fordulnék bele, ha nem csinálnék semmit.

– **Hagy ugorjak egy nagyot, de nem tudom megállni, hogy ne kérdezzem meg, annál is inkább, hiszen te dolgoztál üzemi konyhán is. Mostanság szinte napi téma a gyermekétkeztetés körüli reform, te mit szól ehhez?**

– Mivel én is apuka vagyok ez nekem is dilemma volt, hogy séfként mit adjunk majd a kislányomnak.



Sokat beszélgettünk erről a feleséggel is. Tegyük fel, hogy a gyerek elmegy és ebédel a menzán, ami olyan amilyen, lehet jó vagy rossz. Ezzel szemben én otthon kezdem el belenevelni, hogy mi a minőségi alapanyag, ezáltal lehet, hogy egy finnyás embert nevelek belőle?

Egyébként azt, hogy megreformálják az iskolai étkeztetést, azt jó dolognak tartom, de az is tény, hogy figyelembe kell venni a gyerekek az igényét. Azt gondolom, hogy ebben a reformban mindenki fontos volt, csak a gyerek nem. Voltam én is olyan teszten, ahol vadhúsokat készítettek, de olyan szörnyen, hogy nem csodálom, hogy nem eszik meg a gyerekek. Másfelől sok gyerekek egyébként is válogatók, őket megváltoztatni igen hosszú folyamat. Egyébként úgy vélem, ha kellő elszántsággal és körültekintéssel csinálják ezt a dolgot, akkor meg lesz az eredménye. De nem csak a menzát kell étkezési szempontból jó irányba befolyásolni, hanem a családokat is. Erre például kifejezetten jók a televíziós műsorok, hiszen az emberek sokkal nyitottabban állnak hozzá az új alapanyagokhoz, technológiákhoz, ne adj isten a kisebb sémennyiség elfogadásához is. Ha a családi konyha marad, úgy ahogy volt éveken át, akkor a gyerek továbbra sem fogja megenni a menzán az ételt. Ha viszont azt látja, hogy az otthoni asztalon is kicsit másként van minden, akkor ezt az iskolában is hamarabb elfogadja majd.

– **Mi a véleményed a leveskockáról, ételízesítőkről, az otthonfőzés instant kellékeiről?**

– Úgy vélem ez megint csak emberfüggő. Pont ezért jók a főzőműsorok, cikkek, hogy el tudjuk mondani: az ételízesítőn kívül is van élet. Friss fűszerekkel, sóval, borssal mindent meg lehet oldani. Viszont az is tény, hogy a rohanó világunkba ez nem fér bele, ez az egésznek a kulcsa. Az embereknek nincsen arra idejük, hogy kimenjenek a piacra friss fűszereket válogatni, ezért van most tere az instant



világnak és az ízfokozóknak. De mi azon vagyunk, hogy ezek egy kicsit változzanak. Egyébként manapság ez szinte kikerülhetetlen, kerülök én is olyan helyzetbe, amikor olyan ételeket eszem, amik ilyen ízfokozókkal készültek.

– **A beszélgetésünket azzal fél gondolattal nyitottuk, hogy reggel jöttél haza a Bocuse d'or-ról.**

Mit ad ez a verseny Magyarországnak?

– Legfőképpen ismertséget nemzetközi szinten. Országimázként mindenképpen jó, illetve jól összefogja a szakmát is. Ugye a Bocuse d'or egy csapatverseny, amiben rengetegen dolgoznak effektíve azokon kívül, akiket a közönség lát. Vannak dizájnerek, enteriőrtervezők, van benne logisztika és politika is, hogy csak néhányat említssek. Sokrétű feladatok min-

ket szakácsokat is összehoznak, jobb lesz a kommunikáció erősödik az összetartás is.

– **A séfek mennyire figyelik egymást?**

– Azt gondolom, hogy ez generációfüggő. Régen úgy volt, hogy minden séf magánál tartotta a kis receptgyűjteményét, és nem adta ki a kezéből. Szerintem ma már sokkal nyitottabbak vagyunk a tudásátadásban. Vannak olyan szakértőim, akikkel akár órákig is szakmázunk, de ez nem baj, ez visz előre, ebből is lehet egy csomó mindent tanulni. Szóval, igen a séfek figyelik egymást.

– **A jövő tekintetében elhangzott egy új étterem nyitása, távolabbra is látsz?**

– A prioritást mindenképpen az új étterem jelenti perpillanat, ahol már tulajdonos is leszek. Miatán két hely lesz a kezem alatt, ezért különösen oda kell

majd figyelni a csapatra, csapatokra, de szerencsére jó munkatársakkal vagyok körülvéve. Ami az egyéb terveimet illeti, arról órákig tudnék mesélni, nagyon sok mindennel szeretnék foglalkozni. Például matematikával, fizikával, festéssel, táncművészettel, mindezzel úgy, hogy ezt valamilyen módon össze tudjam kötni a gasztrokultúrával.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalán, használja a QR kódot!

KIS BBQ-TÖRTÉNELEM

LASSÚ, FÜSTÖS ÓRÜLET

írta: VALDA NOÉMI *fotó:* AMAZON.COM

Partnerünk: I. GOURMET GASZTROISKOLA

Egyre nagyobb népszerűségnek örvend nálunk is a BBQ: bekúszik az étlapokra, nyílnak a BBQ helyek, és hétvégeken baráti társaságok kezdenek lázas sütögetésbe.

Sőt! Tavaly óta már a verseny-BBQ is jelen van Magyarországon.

Hogy indult? Mi a különbség a grill és a BBQ közt? Miben süssünk?

BBQ-alapozás következik!

A mítosszal ellentétben a BBQ nem amerikai találmány. Nagyjából imillió évvel ezelőtt a Homo erectus kapott rá először a sült hús ízére. Minden bizonnyal a véletlen hozta így: erdőtüz után kutathattak élelem után, és találtak zamatosra sült húsokat. És mivel a férfiak vadásztak, az első pitmasterek bizony nem szakállas, tetovált, kigyúrt, zord kinézetű macsók voltak, hanem ősasszonyok – némi arcszörzettel. Na jó, ez legalább stimmelt.

Őseink hamar rájöhettek, hogy a hús sokkal ízletesebb, ha nem a tűzben égetik, hanem a tűz fölött, vagy mellett sütik. Így aztán az első BBQ eszközök valószínűleg fából készült villák vagy nyársak lehettek.

A BBQ-hoz hasonló hússütési technikák a világ minden részén megtalálhatóak. A BBQ szó mégis Amerikából származik.

A spanyol konkvisztádorok tanulták el a taino indiánoktól a barbacoa szót. Barbacoa volt a neve annak a fa keretnek, ami igazából nem csak főzésre szolgált, hanem arra is, hogy az ételeket a nedves talaj fölött tárolják úgy, hogy az állatok se érhék el. De ágyynak is használták, hogy kígyóktól és rovaroktól háborítatlanul aludhassanak.

És hogy hogyan főztek a barbacoan? Egy francia felfedező leírása szerint a karibiak két lábbal (= 0,6096 m) a tűz fölé helyezték a fából készült keretet,





arra tették a húst, halat. Olykor egy teljes nap is kellett ahhoz, hogy elkészüljön így az étel. Valódi, hamisítatlan lassú sütés, alacsony hőmérsékleten!

BBQ – LASSÚ SÜTÉS ALACSONY HŐMÉRSÉKLETEN, NO MEG A FÜST

Ki fedezte föl először ezt a módszert? Ezt nem tudjuk, de az első írásos emlék Benjamin Thompsontól származik.

Thompson Massachusettsben született, iskolamester volt. 1802-ben megjelent könyvében írt arról a kísérletről, amikor az általa készített krumpliszárítóban 100 °C-on akart birkalapockát sütni. Amikor a hús három óra elteltével sem készült el, bánatában ott hagyta a lapockát a főzőasszonyokra.

Ők pedig úgy gondolták, a hús a legjobb helyen van ott, ahol van, nem lesz semmi baja éjszaka. Másnap meg akarták főzni maguknak ebédre, és meglepve tapasztalták, hogy a hús megfőtt, sőt, csodálatos állaga és íze lett a lassú, alacsony hőmérsékleten süléstől.

A füst szerepe sem mellékes természetesen. A hűtőszekrény előtti időkben nagyon is jól jött, hiszen a benne lévő antimikrobiális vegyületek tartósítják a húst. A hús íze pedig szép telt lesz füsttől. Érdekes különböző füstölőfákkal kísérletezni: teljesen más ízt eredményez, ha bükkfát, cseresznyét vagy akár boroshordót használunk a sütéshez.

Fontos különbség a grill és a BBQ között, hogy míg grillezskor a húst direkt hőnek tesszük ki, BBQ-nál indirekt hőt használunk. Ez azt jelenti, hogy a tűztér vagy nem közvetlenül a hús alatt van, vagy egy vízesedény kerül a tűz és a hús közé, ami jelentősen csökkenti a sütési hőmérsékletet.



FENT: KAMADO GRILL
LENT: OFFSET SMOKER



SMOKER TÍPUSOK

Kicsit leegyszerűsítve a dolgot, tüzelés szempontjából fa, szén, gáz és elektromos smokerek közül válogathatunk. Ha igazán autentikus BBQ-ra vágyunk, az utóbbi kettőt felejtjük is el gyorsan. Természetesen ezekben is megoldható, hogy a hús kapjon füstöt, de a legjobb azért mégis csak a fatüzelésű smoker, na.

Felépítés szerint két nagy csoportba sorolhatjuk a smokereket: vannak vertikális és horizontális smokerek.

A töltény, a hordó és a szekrény smoker függőleges típusú smokerek. Ezeknél valamilyen módon a tűztér fölött helyezkednek el a húsok, és általában vízesedény segítségével csillapítják a hőt még a húsok előtt.

Egy óriási tojáshoz hasonló kamado grill, és a japán felmenőkkel büszkélkedő pici hibachi grill is ide sorolható.

Hogy melyik az a rusztikus, fekete vas, ami a füstölgő kéményével leginkább egy lokomotívhoz hasonlít? Az egy igazi klasszikus: a vízszintes offset smoker. Itt a tűztér a sütőtér mellett van, vizes hűtést természetesen itt is alkalmazhatnak.

HOL ISMERKEDJ?

A legjobb egy igazi, erre specializálódott étteremben kóstolni. Elegáns helyekre ne számíts, ez nem az a műfaj. Rusztikus húsokhoz, rusztikus életérzés dukál, ilyen helyre menj, ott nem érhet csalódás.

Októberben pedig keresd a második magyar KCBS BBQ-versenyt Tállyán!

INTERJÚ



BESZÉLGETÉS BALOGH LEVENTÉVEL

BABYBOOM

írta: BARNA ANDRÁS *foró:* HILBERT PÉTER, SIMON PÉTER

Új, magyar energiaitalcsalád debütált idehaza és még néhány külföldi országban. A termék mögött a Szentkirályi ásványvizek atyja, Balogh Levente áll. Az új frontnyitás célja azonban nem csak egy szelet elhódítása a virágkorát élő piacból, a Skybaby ennél sokkal nagyobb babérokra tör, világmárkává akar válni.



A budaörsi repülőtérről beszélünk meg az interjút Balogh Leventével. A helyszínválasztás nem volt véletlen, hiszen nem is olyan régen itt tartották a Skybaby energiatalka bevezető sajtóeseményét. Az akkor a termék dizájnjába

nem a szegény ember legkisebb gyermeke, mégsem a bőrfotelban kezdte meg pályafutását, hanem megjárta a szakma összes lépcsőfokát. Nem keveset kockáztatva, szinte eladva mindenét, 250 millió forintért megvette édesapjától a cég veszteséges ásványvizes

indulásakor, és ennek hatására a piac újból „felfedezte” az ásványvizet. A Szentkirályi három év alatt szinte a semmiből húsz százalékos részesedést szerzett, és a lendület máig töretlen. Édesapja elvesztése után átvette a Vitapress Kft.-t, ami szintén elindult a siker útján és a régió legnagyobb gyerekpezsgő gyártójává vált. A lendület 2015-ben új fordulatot vett, amikor Balogh Levente cége szövetségre lépett az olasz Pasquale családdal. A kapcsolat gyümölcsöző lett és a holding mára annyira megerősödött, hogy megvásárolta a Pepsi magyarországi érdekeltségét is. Ezzel a vállalatcsoport óriási lépést tett afelé, hogy a régióban piacvezető helyet foglaljon el az ásványvíz- és üdítőitalgyártó szegmensben.

Miközben a cég sikere töretlenül ível felfelé, kontúrja mellett Balogh Levente elindul egy másik vonalon. Újból terméket fejleszt és alkot, aminek eredményeként megjelenik a piacon a Skybaby energiatalka.

– Barna András: Induljunk el – ha lehet így mondani – az újkorszak kezdetétől. Miért volt szükséges külső partnert bevonni egy jól prosperáló cégbe?

– Balogh Levente: Ha végig nézünk a saját történelmünkön, akkor azt látjuk, hogy mi magyarok forradalmat azt tudunk csinálni, de továbblépni már nem tudunk, ez mindig is hiányzott. Valahol a Szentkirályi is ilyen volt. Nekem a holdinghoz történő csatlakozás jelentette a továbblépést. Én nagyon erős és meghatározó voltam a piacon, és tologathattam volna a bástyáimat egy ideig, hogy ez a pozíció megmaradjon. Biztos meg is maradt volna valameddig, de láttam, hogy a környező országok megerősödtek és egyre nagyobb cégek



öltöztetett Li-2-es repülőgép most csendesen pihen a parkolópályán, de jelenléte mindenképpen inspiráló díszlet beszélgetésünkhöz.

Vártam ezt az interjút, mert nagyon kíváncsi voltam arra az emberre, aki tényleg mert nagyot álmodni, és aki legendásan céltudatos: már 10 évesen elhatározta, tudta, hogy mit akar majd felnőttként csinálni. „Neked könnyű!” – mondták neki ezerszer. „Hát nem volt az. – válaszolta ezredszer is. És noha

ágazatát. 2004-ben letette a sikersztori alapjait és megalapította a Szentkirályi Ásványvíz Kft.-t.

Húsz év élsportolói múlt minden küzdelme és kitartása transzformálódik át az üzleti életbe. Bár nem mondja ki, de a sorok között érzem, hogy számára nem opció a második hely. Nem pusztán terméket akar eladni, gyártani, hanem brandet akar építeni, ami egy újfajta szemléletet, marketingkommunikációt kíván. Ezt a filozófiát alkalmazta a Szentkirályi



tartanak Magyarország felé. Úgy voltam vele, hogy vagy én állok össze egy erős céggel és alkotunk egy erős holdingot, vagy az említett külföldi vállalatok bejönnek, támadni fognak és kérdéssé válik, hogy meddig tudom egyedül tartani magam.

– **Ez politikamentes terület?**

– Abszolút. Engem a politika mindig tiszteletben tartott, lehetett az jobb vagy baloldal. Én azt látom, gondolom, és annak örülök, hogy a Szentkirályi

ásványvizet mindenki Magyarország ásványvize-nek tekinti, beleértve ebbe a politikát is. Soha nem akartak kompromittálni semmilyen szinten, persze voltak gyenge próbálkozások, de azok gyorsan elháltak. Nem hinném, hogy tartanom kellett vagy kell ettől, ugyanis a Szentkirályi egy meghatározó, hiteles brand.

Az olyan márkák, amik nem függenek semmilyen pénztől és nem kell nekik egyik oldalra sem húzniuk,

azok önmagukban megállják a helyüket. A másik meg az, hogy minden politikai hatalomnak szüksége van ilyen brandekre, hiszen ezek a gazdasági környezet semlegességét támasztják alá.

– **Egy pár évvel ezelőtti nyilatkozatodban hallottam, hogy Magyarországon csak kb. öt cég van, aki ásványvizet „tud eladni”?**

Mára változott a helyzet?

– Igen, ma kb. csak három lehet.

– **Konvertálva ezt az energiatalokra – amiből szinte megszámlálhatatlanul sok van –, lehet itt még átütő sikert elérni?**

– Az energiatalpiac is letisztult vagy tisztul folyamatosan. Amikor az ásványvizet elkezdtem, akkor 120 márka volt itt, köztük a négy legnagyobb. Mind a négyet sikerült legyőzőm.

Úgy vélem, hogy egy energiatal bevezetéséhez pont jó a piaci környezet és most vagyok gazdaságilag és üzletstratégiailag is a legerősebb. Nem mellesleg az utóbbi egy-két évben nőtt a legnagyobbat ez a szegmens, amely már kezd premizálni nem csak a minőséget, hanem az árakat tekintve is. Ha megnézzük az eladásokat, akkor azt látjuk, hogy hipermarket kategóriában az elmúlt időben 80 százalékat emelkedtek az eladások. Igen, sok márka van, de brandet senki nem akar építeni, mindenki az árral próbál piacot szerezni. A vetélytársakat nézve a magyar piacvezető a világsztáros kampányával most előre lépett a márkaépítés vonalán. A világ piacvezető brandje pedig egy olyan árpolitikát alkalmaz, amit a szenzitív magyar vásárló már nem, vagy csak nagyon nehezen tolerál.

A Skybaby-vel egy olyan brandet akarunk létrehozni, ami nem az árral operál. Mi nem a annak



akarunk kesztyűt dobni, aki kétségtelenül a maga 40 százalékával a piacvezető nem csak idehaza, hanem Közép-Európában is. Van ott még 60 százaléknyi rész, ahol van keresnivalónk, éppen ezért ezt célozzuk meg.

– **Mi az oka annak, hogy ennyire gyorsan fejlődik ez a piac?**



OLYAN BRANDET
SZERETNÉK, AMI
BÁRHOL A VILÁGON
MEGÁLLJA A HELYÉT
ÖSSZETÉTELLEN,
MINŐSÉGBEN,
KIVITELBEN ÉS
MÁRKAERŐBEN IS



– Az energiatartalomfogyasztás a modernkori kávézás egy új dimenziója. Talán úgy lehetne definiálni, hogy az energiatartalomfogyasztás egy parti élményt nyújtó rítus. E mögött pedig részben az bújik meg, hogy a most felnövő generáció már nem akar kávé darálni, főzni, egyszerűen ébren akarnak maradni.

– **Ez azért érdekes, mert ugyanakkor a kávéfogyasztás is a reneszánszát éli. Nincs ebben valami ellentmondás?**

– Nincsen, ha jól megnézzük, akkor ma csak az úgynevezett „premium quality” kávékultúra éli a reneszánszát. A kávépiac kifejezetten minőség-

Viszont az is tény, hogy a gyakorlati funkcióját, az élenkítést mára teljesen átveszi az energiatartalom. És, ahogy az előbb is említettem, itt vannak a fiatalok, akik ezt a dolgot le akarják egyszerűsíteni, és nem biztos, hogy ezt a kávézással akarják majd megoldani.



érzékenyebbé vált, ahol bárkinek csak akkor lehet keresni valóját, ha magas minőséget tud nyújtani. A kávézás egy olyan szeánsz lett mára, mint például Japánban a teázás. Én nem vagyok nagy fogyasztó, de a kávézás számomra is egy élmény, egy meghitt szertartás, amikor mondjuk, leülök egy baráttal és beszélgetünk.

– **A Szentkirályinak az évek során egy nagyon erős imidzse lett, ezt az attitűdöt lehet konvertálni a Skybaby-re?**

– Nem, és nem is akarom! Itt két különböző dologról van szó. A Szentkirályival egy nemzeti márkát hoztam létre, ami egy igazi magyar termék, brand lett. Ami a Skybaby-vel elindult, az pedig egy

másik vonal, egy régi vágyamnak a megvalósítása. Ez pedig nem más, mint egy world wide márka felépítése a nulláról, ami nem mellékesen magyar gyökerekkel rendelkezik. Olyan brandet szeretnék, ami bárhol a világon megállja a helyét összetételben, minőségben, kivitelben és márkaerőben is.

– **Ha szétnézünk ezen a piacon, akkor jellemzően az energitalok nevei mindig vagy legalábbis legtöbbször az „erőt sugároz-zák”, ami felteszem az identitásbefolyásoló hatása miatt van. A Skybaby keresztleveléről ez egyáltalán nem mondható el. Szándékosan nem az volt az irány a névválasztáskor?**

– Mi ebből a sorból akartunk kilépni. Én nem pusztán terméket akarok létrehozni, hanem termék kategóriákat. A Szentkirályi ásványvízzel tulajdonképpen létrehoztam Magyarországon az ásványvíz kategóriát. Ezt megelőzően az emberek szinte csak azt a vizet itták, ami akcióban volt. Azt, hogy ásványvíz és ásványvíz között mi a különbség, arra túlzás nélkül mondhatom, hogy én tanítottam meg a fogyasztókat, lásd például a rózsaszín címkés vizek bevezetését. Amikor 2004-ben a Szentkirályi szénsavmentes kategóriában a franciaországi világversenyen megnyerte az Aqua-Eauscar díjat, akkor elsősorban senki nem arra kapta fel a fejét, hogy nyert, hanem arra, hogy hoppá; víz és víz között különbség van! Ez volt ennek a győzelemnek a fő üzenete.

– **Annak idején az nem volt kellően deklarálv, hogy mi az ásványvíz?**

– Dehogynem, hiszen az élelmiszeripari törvény ezt előírja. De akkoriban, amikor a tejipari vagy üdítőitalos cégek voltak a piacvezetők ezen a területen, ők egy életérzést továbbítottak, nem pedig azt, hogy miért kell ásványvizet inni. Mi voltunk az elsők, akik ezt elmagyaráztuk az embereknek, és azt is, hogy miért a Szentkirályi nyert és miért nyerhetett.



– **Visszatérve a névre, miért is lett Skybaby?**
– Ellentétben a példának felhozott erőt sugalló elnevezésekkel, a mi nevünk egy életérzésre utaló elnevezés, ami valahol arra a történelmi háttérre támaszkodik, amikor a második világháború után a világ kinyílt. Az addig csak a hadiiparban használt

technológiák megjelentek a polgári életben, így például a repülésben is. A kor divatjában meghatározó lett a pin-up stílus, amit a légiutas-kísérők, a „skybaby-k” is viseltek. Mondhatni, hogy ezek összességében szimbolizálta a modern világot. Ez tükröződik vissza a mi termékünkön is. Az alumínium színű doboz és a grafika együttes hatása is erre utal.

– **A beltartalom mennyiben tér el a versenytársakétól?**

– Közel egy évig dolgoztunk az összetételben. A Skybaby tehát követi az energitaloktól elvárt hatásokat, de mi azért próbáltuk finomítani az ízeket. Például taurin helyett arginint használtunk, ami világszinten egy elfogadottabb adalék. Lágýítottunk a tutti-frutti ízben gyümölcs- és mate kivonatokkal, a cukormennyiséget is csökkentettük és természetes sztríviával pótoltuk. A Skybaby tartósítószerrel nem, viszont számos vitamint tartalmaz.

A Classic változat mellett van Zero is, aminek külön erénye, hogy az úgynevezett „természetes édesítők” mellékíze egyáltalán nem érződik ki. A családnak még két tagja van a Cool és a Bitter, melyek egyedül, Skybaby találmányok. Az előbbi egy koffeines, vaníliás íz, míg a másik egy keserű citrusos, amit leginkább egy alkoholmentes gin-tonikhoz tudnék hasonlítani. A portfólió később kiegészül újabb alkoholmentes változatokkal az úgynevezett up-rollokkal. A szénsavas party drink világ első kategória, ami palackos kiszereleésben jelenik majd meg, és hamarosan ennek is elkezdődik a bevezetése.



– **A Skybaby a Szentkirályin belül márka a márkában?**

– A Skybaby egy teljesen külön kezelendő brand, ami nem folyik bele a portfólióba, de miután tulajdonosa vagyok a Szentkirályi Ásványvíznek, a Holdingnak, a Nestlének, a Pepsinek így ebben az olvasatban nyilván van közünk egymáshoz. De mindenképpen külön gye-rekként kezeltem, viszont az adódó szinergiákat ki fogom használni! Eddig bennem csak a vágy volt meg egy ilyen termék fejlesztéséhez, most viszont volt időm foglalkozni az operatív részével is, így alkothattam.

– **Beszélgetésünk folyamán többször szóba került az alkotás és létrehozás, számodra miért fontos, hogy így definiáld a folyamatot?**

– Anno az édesapámmal ebben mindig nézeteltéré-sünk volt egymással. Ő citromlevet gyártott, rátett 10 forintot és termékként kezelte a dolgot, amit én alkottam, annak életet is adtam. Szóval ő gyártott, én alkottam, létrehoztam.

– **Mennyire látsz előre a termékfejlesztésben?**

– Amikor 2004-ben a Szentkirályinál fel kellett építeni egy márkát, egy kategóriát, erre egy tízéves márkastraté-giám volt. Ez vonatkozott a technológiára, a brandre és a marketingre is. A Skybaby-nél ugyanez ki van találva lépésről-lépésre az elkövetkezendő 10 évre. Most azért könnyebb dolgom van, mint azelőtt, hiszen egy általam és az üzlettársam által felépített nagyhatalom áll mögöt-tem, mellettem.

– **Az mindenképpen jó belépő, hogyha valaki ott tud lenni ötven országban...**

– Nem csak ötven országról van szó, hanem arról is, hogy Közép-Európában a legnagyobb tud lenni az üdítő-ital és ásványvíz szegmensben és itt a legnagyobbakat is bele kell érteni.





– Itt álljunk meg egy szóra és néhány gondolatban mondd el, hogy jött a képbe a Pepsi?

– Ezen már tíz éve dolgozunk. A projekt paradox módon mégsem csak egy gazdasági kérdés volt, hanem a szürkeállományról is szólt. Ugyanis a Pepsi egy olyan cégre akarta rábízni a legfontosabb brandjét, amelyikben megbízik, és amely megfelelően képviselni tud egy világmárkát Európában. Mindeközben ő tovább tud foglalkozni a piacbővítésével, amihez persze pénzre van szüksége.

Nekem pedig pont az volt a céloom, hogy európai elitválogatottba tartozzak, hogy amikor eljön az az idő, ami most eljött, akkor minket kérjenek föl, vagy bízzanak meg, hogy világbrandeket képviseljünk Európában.

– Többször szóba kerültek a legnagyobbak, mit szól hozzád a konkurencia, vannak visszajelzések?

– Én soha nem foglalkoztam a konkurenciával. Úgy vélem, hogy mindenki erősítse a saját márkáját, nőjön és erősödjön. Véleményem szerint, ha valaki állandóan a versenytársakkal foglalkozik, akkor az lecsúszik és mindig csak második lesz. Én első akarok lenni.

– Mondhatnám a Red Bull, mint kategória-teremtő termék kikerülhetetlen tényező, ha energiatalról beszélünk, Mateschitz úrral találkoztál már?

– Nem, de minden ilyen ember a példaképem. Róla sok mende-monda kering, egy nagyon jó marketing szakember, én is annak tartom magam. A Red Bull elsősorban marketing termék, amihez talált egy jó sztorit. Valahogy én is ugyanebben a stílusban akarom felépíteni a Skybaby-t.

Visszatérve a konkurenciára, azok az emberek, akik ekkorát tudnak alkotni, azokat nem legyőzni kell, hanem példaképként kell tekinteni rájuk. Sok ilyen ember van, például a Virgin tulajdonosa Richard Branson, vagy az Aldi, a Gucci család, hogy csak néhányat említsek. Én huszoneves koromtól tanulmányoztam ilyen és hasonló sikeremberek életét.

– Ez példaképzés volt?

– Engem a milliárdosok világában soha nem az érdekelt, hogy ki milyen autóval jár, milyen magánrepülővel utazik, hanem az foglalkoztatott, hogyan csinálták. Tizennégy éves koromban találkoztam ezzel először, akkor az édesapám egy görög milliárdosnak dolgozott, az Olympos ügyvezető igazgató-helyetteseként. Nyaranta a termékfejlesztés időszakában sokat voltunk nála, én mindig mentem vele, szívtam magamba minden információt. Bent ültem az irodájában és néztem, hogy ki mit csinál.

– Ha már a milliárdosoknál tartunk, ott vagy a 100 leggazdagabb magyar között, milyen érzés?

– Semmilyen. Én azt szeretném, ha a 100 leggazdagabb között az értéket létrehozó és a termelő tevékenységet folytató emberek lennének túlsúlyban. Addig, amíg egy ilyen listán bankárok, lobbisták szerepelnek, addig bajban van egy ország. Egy hasonló osztrák vagy egy német lista az ipart meghatározó személyekből áll. Bár a legutóbbit nem láttam, de Magyarországon is akkor lesz jó, ha ezt a listát 70–80 százalékban ilyen vállalkozók alkotják majd.

A Szentkirályi évente 700 millió liter ásványvizet ad el Európában, és hoz létre értékeket, aminek hozadékaként jelenleg 330 családot tart el, és a Pepsi akvizícióval pedig már majd ezret fog.

– Nálad a családból valaki – pestiesen szólva – viszi tovább a boltot?

– Én nem nagyon hiszek ebben, a céget az vigye tovább, akinek erre affinitása van, ezt tanulta. Nem értek egyet azzal, hogy ráerőltetjük a gyerekeinkre azt, amit nem akarnak. Ha akar ezzel foglalkozni, akkor tanuljon, dolgozzon benne, csinálja és lehet, hogy egy értékes tagja lesz annak a cég birodalomnak, amit létrehoztam. Abban egyáltalán nem hiszek, hogy csak úgy átadom neki a kulcsokat, hogy aztán lesz, ami lesz alapon tönkre tegye. Ez a módszer lehet, hogy más szakmákban tud működni, de egy ilyen megavállalkozásnál már biztosan nem. Három lányom van, de egyelőre egyáltalán nem érzem, hogy bármelyikük is az én nyomdokaimba akarna lépni, de egyébként meg nem is várom el tőlük.

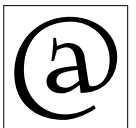
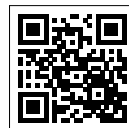
– Ez azért érdekes, mert ez a te esetedben pont fordítva működött...

– Igen, de én már 10 éves korom óta tudatosan erre készültem. Az édesapám azért tudta rám bízni a céget, mert tudta, hogy jó kézbe adja át.

– Tudta?

– Abszolút, és büszke is vagyok rá, mert azt is tudta, mikor kell egyet hátra lépni. Ez 2005-ben volt, amikor elhatároztam, hogy felépítem Közép-Európa legmodernebb ásványvízüzemét. Édesapámnak a legnagyobb beruházása hatvanmillió forint volt, én meg előálltam egy 7 millió eurós investícióval, amiről mindenki

megpróbált lebeszélni. Ha akkor ezt nem csinálom meg, akkor ma nincsen Szentkirályi, és Skybaby sem.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalán, használja a QR kódot!

KIS KÁVÉLEXIKON

EGY CSÉSZE KÁVÉT VALAKI?

írta: RÁDAI BARBARA

Partnerünk: I. GOURMET GASZTROISKOLA

Mindenki iszik kávé. Na jó, van, aki nem feltétlen, de az illatát ismeri, kedveli. 10 emberből legalább 7 fogyaszt napi rendszerességgel valamilyen kávéitalt. Valaki azért szereti, mert kitűnő napindító, valaki azért isznak, mert szereti a kávé ízét és van, aki egészségügyi hatásai miatt kedveli. Sokan úgy gondolják, teljes mértékben egészségtelen, habár a legújabb kutatások is azt bizonyítják, hogy számos jótékony hatása van mindaddig a pontig, amíg napi maximum 2-3 adag kávéitalt fogyasztunk. Serkentő hatása miatt jót tesz az agyműködésnek, tele van vitaminnal, emésztés javító, így a fogyókúra szerves része lehet.



Manapság egyre jobban felértékelődik, már-már kultúrává válik a kávézás. Rengeteg kávézó nyílik nem csak Budapesten, hanem az országban egyaránt.

Tulajdonképpen miért megyünk kávézóba? Bizton állítható, hogy különleges hangulata van a reggeli „kávézós kávénak”. Egyfajta egyedüli varázsa van délután is, mikor baráti beszélgetések, vagy éppen üzleti tárgyalások helyszíne.

Természetesen vannak, akik inkább az otthoni kávézást választják, de kétségtelenül egy olyan napindító rituálé és napközbeni szünet, amikor összegezni lehet a gondolatokat.

NEM VÉLETLEN A „COFFEE BREAK” KIFEJEZÉS

A kávé közösségépítő ereje köré épült kultusz már századokkal ezelőtt ismert volt. Az 1600-as években, Angliában II. Károly azt hitte, hogy az ellenségi a kávézóknak beszélnek meg, hogyan taszítsák le őt a trónról. Ezért bezáratta az összes kávézót, de még a törvényt hatályba lépése előtt visszavonták ezt a szabályozást.

Nem csak Angliában tartották „ördögtől valónak” a kávé. A 16. században Olaszországban is az ördög italának nevezték, és ellenzték a fogyasztását. De VIII. Kelemen pápa megvizsgálta ezt a kérdést, majd azt mondta: „Ez a sátán itala annyira finom, hogy kár lenne, ha a hitetlenek használnák kizárólagosan.” Majd, ahogyan a legenda tartja, megkeresztelte az italt és elismerte a katolikusok számára.

KÁVÉ-TÖRTÉNELEM

Kétségtelen, hogy a kávé élénkítő hatásáról ismerik világszerte. Rengeteg legenda kering a kávé felfedezése körül is. Egyes írások alapján már az időszámításunk előtti időkben is létezett. Ugyanakkor egy másik feltevés szerint, egy etióp kecskepásztor vette észre, hogy kecskéi a kávé-cserjék meglegelése után sokkal fürgébben ugrándoznak a legelőn. Ezt elmesélte egy helyi papnak, aki összetörte a cserje bogyóját és azt vízzel felhígítva itta majd észrevette magán, hogy az éjszakai imáin így könnyebben tud ébren maradni.

Hivatalosan a 14. században indult térhódító útjára. Pörkölésével először Jemenben kezdtek el foglalkozni. Majd az 1600-as években kávécserjét telepítettek India és Java területére később pedig a karibi világba. Mondhatjuk, igazi történelemmel bír a kávécserjének a termése, ami azóta számos ország egyik kiemelkedő exportterméke. Brazília, Vietnam, Kolumbia tartoznak a legnagyobb küldőterületek közé. Az afrikai országok közül Etiópia, Kenya, Tanzánia, Uganda emelkedik ki.

MILYEN A MINŐSÉGI KÁVÉ?

Az köztudott, hogy a cserje termését nyersen nem fogyasztják. A piros bogyóik belsejéből nyert zöld színű, kávébabot pörkölik számos módon.

Leszüretelik, megfelelőképpen tisztítják, kifejtik belőle a babot, majd megpörkölik. A földrajzi adottsá-

gokon túl ebben a fázisban adják meg neki az aromát, és a különféle karakterjegyeket. A minőségi kávé jegyében fontos az is, hogy a farmerek az ültetvényeken milyen szemeket szednek le, illetve meghatározó az tény, hogy géppel vagy kézzel teszik azt.



Értelemszerűen a kézi szüretelés sokkal alaposabb, így biztos, hogy csakis az érett, piros színű bogyókat szedik le.

Elterjedt szavakká váltak a speciality és az újhullámos kifejezések. A speciality kávé nem csak egy jó

marketing kifejezés, hanem valóságalapja az, hogy a különféle kávékat egy bizonyos pontrendszerben osztályozzák. Amennyiben egy kávé 80 pont feletti értékelést kap, speciality minőségűnek titulálják.

Az újhullámos szó jelentése szintén sokkal több, mintsem pusztán vendégcsalogató szó. Ez egy kávékészítési eljárás, aminek során nagy hangsúlyt fektetnek a minden értelemben vett minőségre. Profesionális gépeket használnak, szakértelemmel készítik el, képzett baristát alkalmaznak, aki selymesen krémes kávéitalt tud az asztalra tenni. Így, egy minőségibb élményben lehet része a vendégnek.

MI TÖRTÉNIK PONTOSAN A KÁVÉ PÖRKÖLÉSE SORÁN A KÁVÉBABBAL?

Először is a színe zöldről sárgára változik, majd cserszínűre, később barnára. A folyamat során a kávébab mérete majdnem a duplájára nő és a fajsúlya a felére csökken. A pörkölés előre haladtával édesebbé válik, azonban, ha túl

sokáig pörkölik elveszti édességét. – Ezért is lehet, hogy az olasz jellegű, sötétebb pörkölésű típusok kesernyésebb ízvilágúak.

Pörkölés során hangos pukkanásokat, recsenéseket hallatnak a babok magukból. Ilyenkor a nyomásban lévő gázok és a víz távozik.



PÖRKÖLÉSI FOKOZATOK

FAHÉJAS PÖRKÖLÉS

A fahéjas pörkölés esetén egész korán az első reccsenés kezdetekor befejezik a pörkölést.

Kevesebb a súlyvesztés. Ilyenkor erősen savas, virágos aromájú kávé készül.

CITY PÖRKÖLÉS

Az első reccsenés végső stádiumában fejezik be a pörkölést. Az úgynevezett alternatív kávékhoz, a filterkávéhoz jobban passzoló ízvilág ez.

Ebben a állapotban még savas, virágos, gyümölcsös zamatokkal jellemezhető a kávé íze.

FULL CITY

Éppen a második reccsenés előtt fejezik be a folyamatot. A pörkölt kávészemek felületén úgynevezett olajosság jelentkezik.

Karamellás, érett gyümölcsös ízvilágot érnek el.

BÉCSI PÖRKÖLÉS

Sok vita van ezzel a pörköléssel kapcsolatosan. A második reccsenés előtt, vagy a második reccsenés korai szakaszában fejezik be a pörkölést. Így a gyümölcsös ízjegyek mellett a savasság és édesség is egyensúlyban marad.

KÁVÉITALOK FAJTÁI ÉS AZOK ELKÉSZÍTÉSI SZEMPONTJAI

ESPRESSO KÁVÉK

Espresso típusú kávé elkészítésénél figyelni kell arra, hogy hány gramm kávé kerül a szűrőtartó karba, amit az espresso géphez használnak. Ügyelni szükséges, hogy optimálisan sem több, sem kevesebb őrlemény kerüljön bele. 30 másodperc az ideális idő, ami alatt készül az espresso ital. Fontos apróság az is, hogy ne sokáig tartsák a meleg gépen a kart, mert pillanatok alatt megéghet a kávé és kellemetlen íz kerülhet abba. Ezért is fontos a kávégép megfelelő technikai állapota, hogy ne legyen túl meleg a víz, ami átfolyik az őrleményen és megfelelő nyomással folyjon át a víz a rendszeren. (kb.90 fokos víz, 9 bar nyomás)

FRANCIA PÖRKÖLÉS

A második reccsenés után befejezett pörkölés során a szemek olajossá, fényessé válnak. Megjelennek az erős pörkölésből származó kesernyés zamatok. Kóstoláskor így íze kissé égetett, keserű és füstös esetleg némi karamell aromával rendelkezik.

DÉLOLASZ PÖRKÖLÉS

A második reccsenés után tovább pörkölt kávé a legsötétebb, legolajosabb és egyben legkeserűbb. Kóstoláskor íze égetett, füstös.



ESPRESSO TÍPUSÚ KÁVÉK:

Espresso – „fekete” – kb. 20ml – 30 ml kávé.
Ristretto – „fekete” – kb. 1.5ml – 20 ml kávé .
Ez a kávéital erősebb, mint az espresso.

Doppio – „fekete” – kb. 40ml – 60 ml kávé

Americano – „fekete” – 0.8 ml – 1 dl

Forróvízre engedett egy adag espresso.

Lungo – „fekete” – kb. 1 dl kávé.

Durvább őrleményből készül, így kevésbé erős.

TEJES KÁVÉK

A tejeskávék espresso alapú italok, tejből és a megfelelően elkészített tejhabbal/krémmel készülnek. Megfelelő szögben, megfelelő hőmérsékletre kell melegíteni a tejet, amíg a krémes állapotot eléri. Ezt a levegőbuborékok, a hőmérséklet, valamint a nyomás keresztmetszetéből. Amennyiben így van elkészítve az ital, igazi élményt ad annak fogyasztása. Ebben a formában, még hozzáadott cukor sem szükséges, hiszen a tej megdolgozása által (a hő és a fizikai behatás eredményeként) a tejcukor atomjaira bomlik, így édesebbnek érezzük az italt.

TEJES KÁVÉK TÍPUSAI:

Espresso Macchiato – Egy adag espresso egy pöttynyi tejhabbal.

Cappuccino – Egy adag espresso a meleg tej és tejhab keveredésével. Kb. 1.6–2 dl mennyiségű ital.

Caffé Latte – Készülhet hideg vagy meleg tejjel. Kb. 2/3 – 4 dl mennyiség.

Vékony tejhab réteg a tetején.

Latte Macchiato – Vastag tejhabbal készül. 2,5–3 dl mennyiség. Ez nézhet kis a „csíkos kávénak”.

TERMÉSZETESEN SZÁMOS EGYÉB VARIÁCIÓT LEHET KÉSZÍTENI KÜLÖNFÉLE ÍZESÍTŐVEL.

Például:

Ír kávé – ír whiskeyvel, cukorral és tejszínnel

Caffee Correttot – likőrrel (ez általában grappa/pálinka)

Lehet kiegészítésként használni rumot, különféle likőröket, vodkát stb.

ALTERNATÍV KÁVÉITALOK

Azokat a kávé italokat nevezzük így, amik nem espresso gépen készülnek, hanem valamilyen egyéb eljárással.

FILTERES KÁVÉ

A durvára őrölt kávé filterpapírra kell tenni, majd forró vízzel felönteni. A víz átfolyik rajta és kilúgozza az őrleményt. Így egy tiszta kávé italt kapunk.

FRENCH PRESS

A szerkezet üveghengerből és egy lenyomható szitából áll. Adagonként kb. 9–10 gramm durvára őrölt kávé számolunk kb. 1–1,5 dl vízhez. Forró vízzel (optimálisan 96 Celsius) felöntjük és 4 perc áztatás után lenyomjuk a dugattyút.

TÖRÖK KÁVÉ

A legrégebbi módszer a kávékészítésre. A lisztszerűre őrölt kávé hagyományosan réz ibrikben készítik. Adagonként egy teáskanálnyi őrleményt tesznek az edénybe majd vízzel forralni kezdik. Forrás után erős habzás jelentkezik, ekkor leveszik a tűzről. Ezután még kétszer kell felforralni majd a csészékbe öntené.

KOTYOGÓ/ KOTYOGÓ JELLEGŰ

Széles körben ismert és a háztartásokban is sokat használt.

A szerkezet alsó kamrájába kerül a víz, rá a szűrőre a kávéőrlemény. A forró sodó vizet



a nyomás átréseli az őrleményt és a kész kávé a felső tartályba kerül vagy egy csövön kifolyik.



A cikket tovább olvashatja a MiFerfiak.hu oldalán, használja a QR kódot!

Mit csinál a konyhatechnológus és gasztro coach?

Éttermeket, gasztro vállalkozásokat tervez, konzultál, tanácsokat ad. Szerencsés, ha részt vehet nagyszabású álmok megvalósításában. Különösen, ha olyan ügyfelekről van szó, akik messziről érkeztek a gasztronómia világába, és az életük egy pontján belevágtak valami teljesen másba. Kitaláltak és megvalósítottak. Kockáztattak és nyertek. Cikkemben két olyan vállalkozást mutatok be, ahol bátor férfiak sikerrel ugrottak fejest a gasztronómia világába.

ÍGY VÁLLALKOZNAK BÁTOR FÉRFIAK

szerző: RÉTFALVI-KURUCZ ALEXANDRA

Partnerünk: I. GOURMET GASZTROISKOLA

Trendi lett a gasztronómia.

Bárhova nézünk, mindenki főz, etet, vendégül lát. Valakinél hobbi szinten marad az érdeklődés, de van, aki többet remél tőle. Egy álom megvalósítását, karrierváltást, jó befektetést. Vagy szerencsés esetben mindhármat egyszerre. A gasztrobiznisz nem csupán játék és mese, ahogy sok kívülálló látni véli. Nem mindenkinek jön be a váltás, sok mindennek kell együtt állnia a sikerhez. Felismerni a lehetőséget, bátran belevágni és szívvel-lélekkel csinálni. Talán ez a legfontosabb üzenete a két sikertörténetnek.



Szalay József, vagy ahogyan becézik, Joe és Szabó Milán, az Anjuna Pops két alapítójának sztorija nem hétköznapi, ahogyan ők sem hétköznapi emberek. Messziről kanyarodtak a gasztro-nómia felé, az online póker világából, ahol bár sikeresek voltak, nem elégedtek meg ezzel. Hosszabb távra tervezni, és befektetni a pénzt, amit nyertek, nem akármilyen döntés két huszoneves fiataltól. Három évvel ezelőtt Indiából hazatérve felhagynak korábbi életükkel, végleg otthagytak egyetemét és főiskolát, és minden erejüket egy jégkrém franchise beindításának szentelték.

FOTÓ: PINTÉR ÁRPÁD

Pókeresből jégkrémes

Nem cáfoltak rá korábbi foglalkozásukra, a vállalkozásukban is volt némi hazardírozás, előbb ruháztak be egy többmilliósi gépre, mielőtt még az üzem pontos helyét megtalálták volna. Azóta is bátran kockáztatnak, és az élet őket igazolja. Keveset matekoznak, inkább belevágnak. Nyitottak az üzem mellett üzletet, nem is egyet, hanem rögtön kettőt, rációval az óvatos fejlődés logikájára. A követő évben egy nagy világversenyt, a FINA beszállítói lettek, idén pedig négy új üzletet indítanak be franchise partnereikkel. Folyamatosan újabb célokat tűznek ki maguk elé, vegán, tej- és cukormentes jégkrémjeikkel nem csak az itthoni piacot, hanem a világ más pontjait is meg akarják hódítani.

Mi kell a sikerhez? Milán szerint jól jön a kimagasló stressztűrő képesség, alkalmazkodni kell a folyamatosan változó körülményekhez, és el kell tudni fogadni, hogy nem minden a vállalkozó kedve szerint alakul. Az érzelmi intelligencia sem hátrány, mert néha teljesen



SZABÓ MILÁN

SZALAY JÓZSEF

logikátlan helyzeteket is kezelni kell tudni, különösen, amikor valamilyen hatósági ügyintézés a feladat. Ők ketten jó szerencsejátékosokhoz híven mindent egy lapra tettek fel. Ahogy Milán fogalmaz, itt nem volt B vagy C verzió. „Egyszerűen belecsúszunk a gasztróba. Magába szippantott úgy, hogy onnan már nem volt visszaút, csak előre felé lehetett menetelni” – mondja.

A sikerhez persze fontos a támogató háttér is. Milán családja kezdettől pártolta a vállalkozás ötletét, sőt talán örültek is annak, hogy van kiút a póker világából. „Szerintem úgy voltak vele, hogy annál lejjebb már nincsen, hogy

szerepeket is, a gyártás és üzemmel kapcsolatos kérdések Joe-hoz, a branding Milánhoz tartozik.

Sokat dolgoznak, hétből hét napot, a márkaépítés teljes embert igénylő feladat, még akkor is, ha alapvetően minden területre igyekeznek szakértőket, munkatársakat bevonni. „Fontos, hogy fel tudjuk mérni, mi az a terület, ami- ben nem mi vagyunk a legjobbak, és azt a területet átadjuk másnak. Szeretnénk hamarosan kimaradni a napi feladatokból, és csak a csapatot irányítani.” Milán a két év alatt csak egyszer jutott el néhány napra nyaralni, tervben van, hogy a



FOTOK: PINTÉR ÁRPÁD ÉS KARCSZAG DÁNIEL

otthagytam a felsőoktatást, a pókernél pedig hagyományosabb útnak tűnt a vállalkozás” – fogalmaz a vállalkozó.

A jó üzlettárs egy társas vállalkozásban szintén nélkülözhetetlen. Joe-val tökéletesen kiegészítik egymást. „Ő a bal, én pedig a jobb agyfélteke” – mondja erről Milán. Joe a racionálisabb kettőjük közül, aki jobban szeret két lábbal a földön járni, Milán a szárnyalóbb fajta, mindkét tulajdonság nélkülözhetetlen a helyes döntésekhez. Személyiségüknek megfelelően osztották ki a cégen belüli

nem túl távoli jövőben visszatérnek a számukra megvilágosodást hozó Anjunába pihenni. De az sem kizárt, hogy egy napon Kaliforniában, a parton ücsörögve eszik a saját jégkrémüket. Tervük van rengeteg a jövőre nézve, elszántságból és lelkesedésből pedig nincs hiány. Milán azt mondja, hogy a legfontosabb, amit a pókernél tanult, hogy kockáztatás nélkül semmi sincs, a bátor döntéseknek pedig hatványozottan nagyobb nyereség lehet a vége a folyton óvatoskodó szemlélettel szemben.

Multikarrier mellett kávézó tulajdonos

BALRÓL JOBBRA:
CSORDÁS ADÁM
ANTALÓCZY GYÖRGY
CSORDÁS GERGELY
LIPTÁK GYÖRGY

A Antalóczy György néhány hónappal ezelőtt nyitotta meg az Andrassy úton a Flow kávézót és bisztrót. Az újhullámos kávéház üzemeltetése mellett változatlanul folytatja multi karrierjét, ahol egy nagyvállalat szenior szakértőjeként dolgozik. Gyurinál hobbinak indult a kávézás, néhány évvel ezelőtt megérintette ez a világ, és ott is ragadt. Először csak kóstolgatott, majd sok pénzből saját eszközökre ruházott be, hogy otthon is jó kávé ihasson. Innen már nem volt megállás, rengeteg tanulás következett, és ma már magas szintű oktatói minősítése van, versenyeken zsűrizik. „A professzionalizmushoz a szakértelmen túl hozzá tartozik az üzletszerű működés is” – mondja Gyuri, így aztán kutatta a lehetőséget, hogy hogyan tudja a megszerzett tudást valamilyen

vállalkozásba fektetni. Szóba jött kereskedelem, oktatóterem, kávé pörkölés, de végül jött a lehetőség az Andrassy úti üzlethelyiség személyében, és a vendéglátás lett a befutó. „Első perctől kezdve beleszerettem az üzletbe, de látszott a helyen, hogy túl nagy lenne ahhoz, hogy csupán kávézónak adjon helyet, így hozzá álmodtam a bisztró funkciót” – fogalmazza meg. Egy év kőkemény munka volt az üzlet előkészítése és kivitelezése, Gyuri azt mondja, könnyebbre számított, amikor belevágott, de sokat segített a külvilág számára végtelennek látszó türelme. „Otthon a négy fal között, azért volt, hogy összeomlottam, de igyekeztem ezt nem mutatni az emberek felé” – mondja. A sok apró részlet, amiről döntést kell hozni, a mesteremberek szervezése, a nehézkes ügyintézés

embert és vállalkozót próbáló feladat. De megérte az erőfeszítés. Az eredmény egy tökéletesen önazonos újhullámos kávézó vegán bisztróval. Mert Gyuri számára a jó kávé mellett a vegán életmód kiemelkedően fontos. Évek óta így táplálkozik, és álszentségnek érezte volna, ha az üzletében húsos ételeket szolgáltat fel. Senkit sem akar a hely megtéríteni, de fontosnak tartja a szemlélet formálását. Remek kezdet lehet, ha egy amúgy húsevő elfogyaszt náluk egy ízletes, kizárólag növényi alapanyagokból készülő fogást, és nincs hiányérzete az étkezés végén. A tejes italokat is alapvetően zabtejből készítik, több tucatot megvizsgálva választották ki a megfelelő minőségűt, de akinek ez mégsem felelne meg, bio tejből is kérheti az italát.



„Magyarországon rengeteg rossz beidegződés van a kávézással kapcsolatban, az a küldetésünk, hogy ezen változtassunk” – mondja a kávézó tulajdonos. Már az első hetek adatai bizonyítják, hogy jó úton járnak, míg egy általános kávézóban 80–90 százalék a tejjel készülő kávék eladási aránya, nekik sikerült ezt az arányt 50 százalékra csökkenteni. Ebben nagy szerepe van az üzletben dolgozó kiváló baristáknak, akik beszélgetnek is a vendégekkel, és formálják a szemléletüket.

Hogyan lehet összeegyeztetni a multikariert és a vállalkozást? Gyuri mellett ott áll a családja, akik mindenben támogatják, még ha néha aggódnak is kicsit.

De legfontosabb az a tulajdonosi szemlélet, ahogy a kávé szakértő a vállalkozására tekint. Gyurinak sosem volt célja, hogy a pult mögé álljon, és precízen, konzisztensen naponta több száz kávé készítsen el, „erre vannak nálam sokkal jobb baristák” – mondja. Amiben viszont folyamatosan jelen van, az a szakmai szempontok kialakítása, értékeli, elemzi, kóstolja a kávékat, hogy tökéletes legyen, amit kiszolgálnak. „A multi közegből megtanultam, hogy minden munkatársnak meg kell adni a saját játszótérét, amiért ő felel, és ahol a döntéseket szabadon meghozhatja. Azt szerettem volna, hogy olyanok dolgozzanak a kávézóban, akik a saját területük szakértői, és abban önjáróak.”

A kávézó megnyitása csak a kezdet, Gyurinak rengeteg ötlete van, amit meg

akar valósítani. Hamarosan indulnak a kávéval kapcsolatos oktatások, workshopok, bővíteni akarja a hétfői nyitva tartást, és szeretne koktélok is árulni hamarosan. Mindamelllett elárulja, hogy nem véletlenül fektetett ennyi energiát és pénzt az arculatba, hiszen nem kizárt egy második üzlet elindítása sem. „Talán Budán egy testvér, a megnyitás óta sokan kérdezték már, hogy miért nem csinálunk ott is egy ehhez hasonló kávézót” – mondja. Bárhogy is alakul a jövő Antalóczy György számára, egy biztos, a beszélgetésünk alatt látszik rajta az, amiért a vendéglátásba érdemes belevágni, szerelmes abba, amit csinál, és folyamatosan flow-ban van.



LUXUSKONYHÁK

A BENTLEY KONYHÁJA

A Bentley Home kollekciójának központi darabja a 2018-as milánói Salone Internazionale del Mobile-n a Buxton konyhabútor sorozat volt, amely tökéletesen alkalmazkodik a modern családi élet minden igényéhez.

írta: MIFERFIK.HU *képek, forrás:* BENTLEY

A Carlo Colombo építész által tervezett Bentley otthon karakterét csak tovább hangsúlyozza az új konyha környezet, amelyben a kiváló minőségű anyagok és finom részletek tükrözik vissza a vezető angol luxusautó-gyártó jól beazonosítható DNS-ét.

A Buxton couture attitűdjét a lineáris kivitelezés határozza meg, amit a finom kidolgozás tesz még gazdagabbá. A központi konyhasziget vörösfenyőből készült, amit a sarkoknál kiszélesedő Calacatta Gold márvány munkalap fed, amit a perem mentén

pedig egy mélyedés szegélyez. A dinamikus felület a mozgás érzetét kelti, a kézzel mozgatható panelek pedig elegáns étkezőfelületet adnak, miközben fel-tárlják az alsó, high-tech főzőmodult. A fogantyúk hiánya és a süllyesztett kinyithatóság a formák



A KOLLEKCIÓ AZ ELEGANCIA LUXUSSAL ÉS KORTÁRS DIZÁJNNAL TÖRTÉNŐ PÁROSÍTÁSA



kifinomultságát és tisztaságát hangsúlyozza. Az új Bentley Home konyhát a csiszolt vörösfenyő tároló egység ékesíti, amely tökéletes kontrasztban áll a gyémánt mintázatú füstüveg ajtókkal.

Az elegancia luxussal és kortárs dizájnnal történő párosítása fémjelzi a Bentley Home kollekcióját a Salone Internazionale del Mobile 2018-as rendezvényén. A bútorok és kiegészítők sorozata tökéletesen testesíti meg a Bentley dizájn kódját, amit az olasz szakértelem és kiválóság tovább erősít.

A kialakított tér egy modern hangulatú, exkluzív

lakóhelyet mutat be. Selyemből, márványból és fából készült falburkolatok váltakoznak bőrborítással: a semleges felületek és a piros, narancssárga, barna színárnyalatok kontrasztja határozza meg a légkört.

A kollekció az arányokra és a formákra fókuszál, és ezzel olyan megjelenést hoz létre, ami a méreteket tekintve kiegyensúlyozott és ésszerű, mégis részletgazdag. Az új mintákat és kigyózó geometriákat az új Bentley Continental GT belseje által inspirált fémes részletek hangsúlyozzák ki, például az új Bampton szófánál, aminek sziluettjét a metál keret emeli ki.

A Bentley stílus az anyagválasztásban is megnyilvánul. Az új vörösfenyő a meleg árnyalataival és sötét erezetével kiváló dísz a szófa és a székek keretének, valamint az asztal és a dohányzóasztal felületén kiválóan ötvözik a bőrrel. A kárpitok között puha bársony selyem és pamut anyagokat találni, míg a strapabíró zsenília és az Alcantara szöveteken látható chevron minta finom pasztell árnyalatokban jelenik meg. A kőszürke és a kvarc-szürke árnyalatok és természetes tónusok kombinációja jellegzetes kortárs karakterrel ruhazza fel a kollekciót.

BESZÉLGETÉS SCHOBERT NORBERTTEL

NAPRAKÉSZ HISTÓRIA

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* SCHOBERT NORBERT ARCHÍV



Schobert Norbert kétségtelenül megosztó karakter, akit lehet szeretni vagy nem szeretni. Az viszont tény, hogy hihetetlen elszántság és kitartás van az üzleti sikerei mögött. Hallgatva az update sztorit sokszor felötlött bennem, hogy ez történet bármelyikünkkel megeshetett volna.



A mikor erre az interjúra készültem, akkor spontán statisztikát készítettem szűkebb környezetemben, ki hogy látja Schobert Norbertet. A fogadtatás ténylegesen olyan vegyes volt, mint amire számítottam, talán pont emiatt lettem duplán is kíváncsi arra az emberre, aki felépítette saját magát és ezzel együtt a vállalkozását is. Akár azt is mondhatnám népmesei hasonlattal élve, hogy a szegény ember legkisebb gyerekének 21. századi sztorija az övé, aki elment szerencsét próbálni és, ahogy az lenni szokott a végén elnyerte a jutalmát. Mindazonáltal, hogy büszkesége leplezetlen nem akarja bizonygatni, hogy bármit is felfedezett volna. Inkább ráértett valamire – mondja – hol ösztönösen, hol tudatosan, de mindenképpen akkurátus elszántsággal építette azt a rendszert, ami ma piacvezető a maga területén.

Dunaparti kisváros egyik üzletközpontjának emeletén található Schobert Norbert főhadiszállása. Az óriási „Update Low Carb” posztterekkel tarkított irodai folyosó enteriőrjét rendhagyó módon kis krétatábla, odébb pedig egy flipchart rázza fel, rajtuk kusza diagrammok helyett színes gyerekrajzok vannak. Látszik, hogy cég együtt él a családdal...

Néhány perces várakozás után kijön elé a recepcióra így fogad, majd az irodájába invitál. Úgy érzem száz éve ismerjük egymást, pedig ez nyilvánvalóan egyoldalú. Megszokta már, hogy „lenorbizzák”, de ez nem befolyásolja a későbbi közvetlenségét.

Tulajdonképpen egyetlen dologra voltam kíváncsi, az Update sztorira. Megnyugtat, hogy ezt akár tíz perc alatt elmeséli, de még egy óra múlva is erről beszélgettünk.

Barna András: Hogy kezdődött?

Schobert Norbert: A '90-es évek végén a kazettáim mellé – amiből több százezret értékesítettem – betettem egy kis füzetet, amiben leírtam a fogyási tapasztalataimat. Ez nem szólt másról, mint szénhidrát-csökkentett diétáról. Abban az időben majdnem, hogy ismeretlen volt ez a fogalom, de én ezzel a módszerrel lefogytam 40 kilót, és ezt azóta is tartani tudom. Ez egy változatos étrend volt, amiben le volt csökkentve a keményítő és a cukor. Több zöldség és több fehérje volt benne.



– **Hogy találtad ki magadnak ezt a módszert?**

– Figyelemmel kísértem a NASA űrhajósoknak írt étrendjét. Ők voltak az elsők, akik ezt a vonalat erőltették, hogy a mozgásszegény térben az űrhajósok meg tudják tartani az erőnlétüket. Ezt ültettem át az én fogyási gyakorlatomba. Bejött, némi sporttal ötvözve.

Később pedig ezt a módszert ajánlottam azoknak is, akik az óráimra eljártak. Teszem hozzá ezt nem követte még semmilyen brand vagy termék. De az tény, hogy a kettő ötvözése népszerűséget hozott, hiszen ezrek jártak tornázni hozzám, otthon pedig az én kazettáimra edzettek és már a tévében is szerepeltem.

– **Mikor jött el az áttörés?**

– Az első előrelépés 2002-ben volt, amikor egy ételkiszállító cég megkeresett azzal, hogy ők indítanának fitness menüt és lennék-e az arca a projektnek és segítenék-e a beltartalom összeállításában. Akkor még ilyen étrend nem szerepelt egyik ételfutár szortimentjében sem. Igent mondtam a megkeresésre.

Összeállítottam egy tematikát, amiből kivettem a cukrot, a lisztet teljes kiőrlésűre cseréltem, a tészta pedig durum lett.

Ez még inkább csak egy minimálisan szénhidrátcsökkentett inkább alacsony kalória tartalmú menüsor volt. A cég napi 500 adagos fitmenüje pár hónap alatt napi 10 ezerre nőtt az együttműködésünk után. Így indult el a Norbi fitness menü láz. Ezt meglövölve további promóciót kapott, voltak tévéreklámok, étlaposztás, dedikálás, kóstoltatás...stb.

Szárnyaltunk és egycsapásra piacvezetők is váltunk. Ezt követően több nagy gyártó is megkeresett, hogy ő is gyártana „Norbi” termékeket. Elmondhatom, hogy én voltam idehaza az első, a rendszerváltás után, aki az „arcával, a munkájával” ad el terméket.

Az életmódváltás tehát egyfajta sikersztori lett. Rájöttem, hogyha a testmozgás mellé az emberek még egy egészségesebb ételt is kapnak, akkor nem kerülnek döntési helyzetbe. Ugyanis, ha már dönteniük kell, akkor lehet, hogy rosszul döntenek, és ezzel akár a diétájukat is agyoncsaphajták.

Később persze megjelentek versenytársak, de érezhetően nem okoztak nagy piacvesztést, hiszen ezen a vonalon én voltam a leghitelesebb a sok torna és a sok lefogyott ember miatt.

Aztán megírtam a módszeremről szóló könyvem, Norbi Titok címmel. Ugyanis világhíressé vált számomra, hogy a fogyás sikere 80 százalékban az étrenden múlik, és csak 20 százalékban a sporton.

– Szerinted sikered titka, hogy jókor voltál jó helyen vagy pedig egész egyszerűen volt egyfajta társadalmi szemléletváltás, mikor is az emberek egészségtudatosabbak lettek?

– Én úgy fogalmaznék, hogy jókor voltam azon a helyen, amit én hoztam létre. Magyarországon a '90-es években azt a szemléletváltást, hogy tömegek járnak el tornázni, aerobikozni, azt 90 százalékban én teremtettem meg. Mondok egy példát: a TV tornát én indítottam újra 1997-ben hét év szünet után. Minden nagy kereskedelmi és állami csatornán ott voltam főműsoridőben. Annyira beleívódtam a köztudatba, hogy az emberek meghallották, hogy torna, akkor azt mondták Norbi. Akárhova mentem 4–5000 fős rendezvényeken ingyenesen tornáztattam az embereket. Miniszteri kitüntetés is kaptam ezért a tömegsportban végzett tevékenységemért. Rengeteg ilyen rendezvényt tornáztam végig. Eközben az emberek az én kazettáimra tornáztak otthon és tették ezzel együtt magukévá azt az életvitelt, amit én képviseltem.

Abban az időben a futóversenyek még nem tudtak olyan nagy tömegeket megmozgatni, mint mondjuk ma. Én voltam az az ember, aki levitte vidékre a hétköznapi fitneszt, mert sokkal könnyebb volt egy Norbi kazettára tornázni, mint mondjuk elmenni egy futóversenyre. Olyan embereket tudtam bevonni a mozgásba, akiknek korábban eszébe sem jutott ilyen-olyan oknál fogva, hogy megmozduljon. Ezek az emberek elkezdtek Ducitorna, Aerobik Norbival vagy Kick-Box fitness kazettákra tornázni. Összességében a képhordozók elérték az egymillió darabszámot, amihez biztos hozzájön még egyszer ennyi másolt verzió. Akárhogy is kétféle millió elért és tornászó emberről van szó.



– Korábban beszéltünk az áttörés első lépéséről, mi volt a második vagy nagy áttörés?

– Tulajdonképpen erre a tornalázra írtam meg az első könyvem a korábban említett Norbi Titkot, amiben amennyire lehetett leegyszerűsítettem, ma divatos szóval felhasználóbaráttá tettem az információkat. A szénhidrátoknak kódokat adtam, amiben sok volt, az lett a 3-as, amiben kevés, az meg az 1-es, nem kellett számolgatni. Kategóriák voltak, ezt lehet enni, ezt nem lehet. Mit ad Isten a könyv annyira bejött, hogy elfogyott belőle 250 ezer darab és igazából ez hozta meg számomra a nagy áttörést.

Rengetegen megvették, rengetegen fogytak vele mindenki erről beszélt, mondhatom, hogy Magyarországon ez volt az első diétaláz.

Az egész ezt megelőző korszakom, az ételkiszállítástól kezdve a kazetta terjesztésén át ez nem tudott nekem annyi tökéletet hozni, hogy tovább léphessek. Nem panaszkodom, mert szerettem, amit csináltam, jó egzisztenciám volt, házam, autóm, de ahhoz mondjuk kevés, hogy brandépítésben lehetett volna gondolkodni.

Egyébként a könyv esetében is bevállaltam, hogy nem keresek kiadót, hanem saját költségemen nyomtatom ki, aztán vagy bejön vagy nem. Az Alexandra terjesztette, akkor ők voltak a legnagyobbak. Így a mondjuk 200 forintos jutalék rögtön nagyságrendekkel magasabb. Igaz, ehhez 20 ezer darabot ki kellett nyomtatni, ami azért óriási kockázatot jelentett. Szerencsémre a könyv nem várt sikert hozott. Hihetetlen módon jöttek a számok, nem hittem a saját szememnek.

– És akkor ez egyből be is indított valamit?

– A könyv után elkezdtek megkeresni a gyártók, hogy a vevőknél lenne igény szénhidrátcsökkentett termékekre. Így aztán egy csomó cégnél lettek termékek, én jóváhagytam a receptúrát, a gyártók meg gyártották, forgalmazták, ami után vagy kaptam jutalékot vagy nem, vagy csaltak, vagy nem. Az árakat a terjesztést



nem én szabtam meg, csak a beltartalmat, meg azt, hogy mondjuk nagyjából, hogy nézzen ki. Ennek aztán az lett a következménye, hogy össze-vissza mentek az árak, volt, ahol örültek, volt, ahol szidtak, mint a bokrot, miközben semmi beleszólásom nem volt az árképzésbe. Sok esetben a gyártók ezen akartak nagy pénzt keresni. Számtalanszor előfordult, hogy megláttam egy terméket a polcon tripla áron, ez nem jó, gondoltam.

– **Hogyan léptél tovább ezen?**

– Első lépésként behoztam a Low Carb lisztet Amerikából, ami 95 százalékkal kevesebb szénhidrátot tartalmaz, mint a búzaliszt. Ez ismeretlen alapanyag volt még, de nem csak idehaza, hanem Európában is, és persze iszonyúan drága is. De elkezdtem ezekből aztán péksüteményeket gyártatni. A Low Carb lisztből készült Update kenyér és süti volt az első európai szénhidrátcsökkentett termék. Annaira az elsők voltunk, hogy idehaza sem volt még ilyen kategória magyar élelmiszeripari szabályzatban. Ezt csak később sorolták be. Így kezdődött az építkezés.

– **Ez lett az alapja a franchise hálózatnak?**

– Igen, ugyanis arra gondoltam, hogy miért ne csinálhatnék erre alapozva egy franchise pékség hálózatot. Felvettem magam mellé hozzáértőket, összeraktunk egy koncepciót, kimentem a franchise kiállításra és az első nap 35 jogot adtam el, aminek a díjait visszaforgattam az egészsébe, és hirtelen lett 64 üzlet, tulajdonképpen a semmiből.

– **Úgy hangzik, mint egy tündérmese. Ennyire „patentúl” működött?**

– Voltak gyerekbetegségek. Volt nem megfelelő helykiválasztás, nem megfe-

lelő partner kiválasztás, volt tőkehiányos partner, hogy csak néhányat említsek, ezeket pedig nem tudtam mindig megfelelően kezelni. De, hát minden kezdet nehéz. Ma már 120 üzlet van, és 330 terméket forgalmazunk.

– **A termékfejlesztésben van valami koncepció?**

– Igen, csak az van. Jelenleg öt munkatársam foglalkozik ezzel a vonallal.

A fejlesztés abból a szempontból egyedülálló, hogy az update termékek esetében mi három auditált klinikai vizsgálatot folytattunk le.

Én azt mondtam, hogy minden eddigi erényünk és elsőségünk ellenére, nézzük meg a termékeinket klinikai körülmények között. A vizsgálat eredménye azt hozta ki, hogy az Update termékek nagyon ideálisak fogyókúrázóknak és cukorbetegnek is. Ennél jobb elismerés nem is kell!

Rengeteg szakmai díjat megnyertünk. Számtalanszor voltunk az év terméke, progresszív szakmai termék díjakat hoztunk el.

– **Úgy tűnik, mintha végig sima úton haladtál volna. Általában nem ez a jellemző, nálad voltak buktatók?**

– Szerintem ilyen mindenkinél van. De kellő elkötelezettséggel, akárhányszor rászámolnak az emberre, fel lehet állni. Az elmúlt húsz év alatt előfordult jópárszor, hogy nem úgy alakultak a dolgok, ahogy elképzeltem. Én sem érthetek mindenhez és jós sem vagyok, ha arányba kellene állítani a döntéseimet, akkor felében ösztönösen, a másik részében tudatosan döntök.

– **A kérdés nem teljesen idetartozik, de mégis. Mit adott vagy mit vett tőled el a bulvár?**



– Én a bulvár média nélkül lettem nem celeb, hanem sztár. Én legalábbis úgy érzem, hogy sztár voltam. Ugyanis én attól lettem valaki, hogy Budapesten a 90-es években országos híre ment, hogy mennyien vannak az aerobik óráimon. Ez téma volt a sajtónak, ami akkor még nem volt bulvár. Érdekes sztori volt, hogy egy rendőrségi kiképző, joghallgató egy kövér gyerek, ráadásul férfi aerobic oktató – ami az időben igen csak kuriózumnak számított –, tömegeket mozgat meg. Fesztiválokra hívtak, hogy tartsak órákat, és tulajdonképpen ezáltal kerültem be a kereskedelmi csatornákhöz is.

1998-ban élőben tornáztam a TV2 Jó reggelt Magyarországon évekig egy fillér gázsi nélkül. De ennek köszönhetően még nagyobb lett az ismertségem, hiszen aki nem látott az óráimon vagy rendezvényeimen, az ott láthatott. Így még több kazetta fogyott.

Én úgy gondolom, egyébként ma is, hogy klasszikus értékek mentén épült a karrierem, ami semmi másról nem szólt csak rengeteg munkáról.

– **Hogy foglalná össze az eddig pályafutását?**

– Az én karrierem az emberek szeme láttára épült, és sokakat szembesítettem azzal, hogy többre vihette volna, mégsem volt képes rá, mert nem volt, akarata vagy kitartása hozzá. Erre jellemzően az a válasz, hogy könnyű nekem, mert jókor voltam jó helyen, és ő ezt nem mondhatja el magáról. Én soha semmilyen állami támogatást, EU pályázatot nem nyertem, hitelt sem vettem fel. Egy dologgal foglalkoztam, hogy az embereket megmozgassam és, hogy segítsek nekik lefogyni és teremtsék a számukra egy olyan táplálkozási komfortot, ami

az Update. Jegyzem meg, ami egyébként simán elhagyható, mert nem kell ezt enned, hogy lefogj, hiszen a szabályok megvannak. Ha viszont nem akar lemondani dolgokról, akkor ez lehet számára egy büntetlen alternatíva.

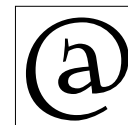
Mondok egy példát, valaki kakaóscsigát akar enni, akkor abban van 70 gramm szénhidrát, tehát ha megeszi már agyonüti a fogyókúráját, de ha miénket eszi, akkor abban csak 8 gramm van, ami nagyságrendekkel kevesebb. Egyébként egy átlagos testsúlyú embernek naponta hozzávetőlegesen 150 gramm szénhidrátot lehetne megennie, ehelyett 600 grammot eszik.

Azt is hozzá kell tennem, hogy én soha nem a trendeket követtem, ez tévhit. A trendeket én csináltam, olyat, ami nem volt a kilencvenes években. Ebből viszont könnyű volt piacot építeni, igaz kellett hozzá pénz. Szerencsés voltam, eladtam a Norbi Titokból 250 ezer példányt, a többi részekből szintén ugyanennyit. Ennek a bevételéből ebben az időszakban fel lehetett építeni egy brandet. Ha ez nincsen, akkor soha az életben nem tudtam volna létrehozni ezt a vállalkozást.

Persze megtehettem volna azt is, hogy öröklakásokba fektettem, amiket kiadok, és vígan élek az albérleti díjakból. De én úgy gondoltam, hogy arra költöm, amit szeretek csinálni. És mit szeretek? Ezt!

– **Mi a jövő?**

– A piaci megtartása, növelése és a nemzetközi terjeszkedés, erre is teszek nagyon komoly lépéseket az idén, de ez egyelőre maradjon ez egy újabb Norbi Titok.



A cikket tovább olvashatja a **MiFerfiak.hu** oldalon, használja a QR kódot!

COSTA FINOMSÁGOK

SZENDVICSEK RENESZÁNSZA

írta: BÁLINT DÁVID - SZÖVEGLABOR fotó: COSTA



Vannak jó szendvicsek, és akadnak annyira kívánatosak, ami már-már gonoszság számba megy. Azok a friss, ropogós zöldségekkel megpakolt, szaftos hússokkal megtűzdelt puha kenyérbe zárt fajták, amelyek képesek bármikor

rávenni egy „aprócska” második ebédre vagy épp előidézni a totális diéta-amnéziát, ha meglátod őket. Persze, ha komolyan veszed, hogy étellel foglalkozol, akkor csak is és kizárólag az utóbbiakkal várod a vendégeidet.

Mi a Costánál pont ennek megvalósítására szántuk el magunkat szendvicskínáltunk teljes megújításával, ami az alapanyagok, receptek átalakítása mellett egy teljesen új szakembertípust is megkívánt kávézóinkban.





Ők baristáink ételspecialista megfelelői a foodisták, akik ugyanolyan felkészültséggel és odaadással, kizárólag harapnivalóid elkészítésén dolgoznak.

Egy étterem vagy kávézó számára a finom étel felelősség, hiszen a kávézás és teázás után a legfontosabb közösségi erő, ami összehozhat egy társaságot egy közös étkezés. Míg a klasszikus kávéházi hangulat esetében ezt képviselik a sütemények, láncunknál úgy döntöttünk, hogy szeretnénk a folytatásban sokkal komolyabban kiszolgálni mindazokat, akik tényleg a napjuk egyik stabil pontjának tekintik a Costát. Legyen szó épp a reggeli, ebéd vagy délután összetettebb, tartalmasabb harapnivalóiról is.



MEGADJUK, AMIT VENDÉGKÉNT ELVÁRSZ

Az elmúlt időszakban két rendkívül fontos trend nőtte ki magát a vendéglátásban, az egyik a kínálat személyre szabhatósága, a másik a friss, helyi alapanyagok használata az ételek összeállításakor. Ez volt a két legfontosabb pillére annak az átalakulásnak is, amely során a Costa brunch ékköveiként teljesen megújultak szendvicseink. Friss, ropogós kenyerekkel, szezonális ízekkel, egészséges hozzávalókkal.

A tesztüzemet az érintett kávézóinkban (Costa Eiffel, Allee, Zrínyi, Andrassy és Vision Towers) hatalmas népszerűség fogadta, egyre több és több fogyott kreációinkból. Ami az örömmön túl új feladatot is adott: meg kellett oldanunk, hogy az ételkészítés, amivel szemben egyre komolyabb elvárásokat támasztottunk ne terhelje túl baristáinkat. A megoldást egy új Costa



munkatársi pozíció bevezetése jelentette, a foodistáé, akik boltjaink ételspecialistáiként tevékenykednek a folytatásban.

Új munkatársaink személye a garancia, hogy ugyanazt a gondoskodást és odafigyelést fogod megkapni vendégünként szendvicseink esetében, mint kávéinknál. Hogy miért olyan összetett a szendvicsek elkészítése? Mert ahhoz, hogy azok

valóban kívánatosak legyenek, sikert arassanak, megannyi dolognak kell teljesülnie. Friss és finom hozzávalókkal kell készülniük, jól kell festeniük (ami az összerakásuknál, díszítésüknél figyelmet kíván) valamint be kell tudnunk mutatnunk őket, hogy tudd, melyik mit tartogat számodra.

Ehhez ugyanolyan komoly és rendszerezett elméleti és gyakorlati képzésre volt szükségünk,

mint baristáinknál, aminek kidolgozását és megvalósítását a hazai lánc új termémmendezsere Ekler Viktor felügyelte.

Élelmiszerkezelési ismeretek, alapszendvicseink fortélyai, díszítési és elkészítési tudnivalók, ezek mind-mind ott sűrűsödnek a tananyagban.

A végeredmény pedig magért beszél, tedd próbára egy kóstolóval!



SZEXIZMUS A KONYHÁBAN

Forrás: THE GUARDIAN *Fotók:* TIMES, ROBB REPORT

Clare Smyth séf az első angol, aki megkapta a World's Best Female Chef, azaz a világ legjobb női szakácsának járó díjat. Az elismerést pár hete Bilbaoban vette át a World's 50 Best Restaurant (A világ 50 legjobb étterme) díjátadóján.

A saját visszafogott nyilatkozatai ellenére, hogy ő csak egy „tradicionális, unalmas séf”, Smyth tehetségét széles körben is egyedülállónak tekintik. Az Észak-Írországból született séf továbbra is az egyetlen brit nő, akinek három Michelin-csillaga van – egy tehetség, amit végre az egész világ előtt elismertek. Eddig jó.



Mégis keserű a győzelem. Ha ez egy jelentős eredmény Nagy-Britanniának és az angol konyhá-
nak, a nőknek már sokkal kevésbé az. Egy ilyen díj léte már önmagában sokakat sért, különösen, ha a díjazottak között Smyth kaliberű személyek szerepelnek. Karrierje kiemelkedő, a férfi és női mezőnyt tekintve is, hiszen mindössze 28 évesen lett Gordon Ramsay főszakácsa a Royal Hospital Roadban, mielőtt tavaly megnyitotta a saját, Core by Clare

Smyth nevű éttermét a londoni Notting Hillen (nem is említve, hogy nemrég egy előkelő esküvőre készített ételeket).

A világ legjobb női séfje díj úgy hangzik, mintha jól vállon veregette volna őt a World's 50 Best zsűrije. 2018-ban még mindig túl nagy kívánság egy olyan díj, amely nemtől függetlenül díjazza a kulináris teljesítményt? Nehéz nem úgy értelmezni ezt a díjat, mint valami vicc kategóriát. Az eredményt kihirdető Mark Durden-Smith



szájából a következő hangzott el: „Ma minden a girlpower-ről szól.”

Smyth köszönőbeszédében elismerte, hogy nőként mennyire nehéz bejutni az éttermek konyháiba, és a vendéglátás egyenlőtlenségeinek komor tudatossága fűszerezte örömét. „Örülnék, ha a közeljövőben nem lennének nem szerint megkülönböztetett díjak, mert a nőket is teljesjogú szereplőként ismerik el, és egyensúly lesz az iparágban” – mondta.

Igaz, hogy a Michelin csillagos szinten, amit a World's 50 Best is képvisel, kevés női főszakács ta-

lálható. Ebben az évben háromról ötre nőtt a szám – ők Elena Arzak, Pia León, Daniela Soto-Innes, Pim Techamuanvivit és a tavalyi győztes, Ana Roš –, akik közül kettő társ-főszakács egy férfival. A Core by Clare Smyth nem került be a legjobb ötven étterem közé.

Nyilvánvaló, hogy a nőknek nehezebb kitűnni ebben az arénában, de ez nem képesség, sokkal inkább reprezentáció és lehetőség kérdése. Nagyobb erőfeszítésekre lenne szükség ahhoz, hogy a tehetsé-



ges női szakácsok is bekerüljenek Michelin-csillagos vérkeringésbe.

A ceremónián az elhunyt Anthony Bourdain-ról is megemlékeztek, akinek öngyilkossága kapcsán felmerült a mentális egészség kérdése a vendéglátóiparban. Bourdain még 2013-ban kitett egy tweetet a díjhoz kapcsolódóan: „Miért – a történelem ezen pontján – van szükség a legjobb női séfnek külön kategóriát hirdetni? Talán kuriózumnak számítanak? #2013 #50BestWhat? Bölcs szavak egy olyan kiváló szakácstól, aki éppenséggel férfi.



MAGYARORSZÁG ELSŐ BULVÁRMENTES FÉRFIMAGAZINJA ONLINE & PRINT



A MIFÉRFIAK MAGAZINT KAPJÁK A TELJESSÉG IGÉNYE NÉLKÜL: A BMW GROUP MAGYARORSZÁG KFT.,
BRITISH AUTOMOTIVE HUNGARY KFT., FORD MAGYARORSZÁG KFT., KIA MOTORS HUNGARY KFT.,
MALI MAGYARORSZÁG KFT., MARSO KFT., MAZDA MOTOR HUNGARY KFT., PIRELLI MAGYARORSZÁG KFT.,
PORSCHE HUNGÁRIA KFT., SAMSUNG ELECTRONICS HUNGARY KFT., TOYOTA MOTOR HUNGARY KFT.,
VOLVO AUTO HUNGÁRIA KFT., FCA CENTRAL AND EASTERN EUROPE KFT.



MiFérfiak.hu - VAN BARÁTOD!

Magazinunkra fizessen elő vagy keresse a legjobb helyeken: a Hotel & More szállodáiban, a Costa Coffee hálózatában, a Pannonia Golf & Country Clubban, a balatonkenesei Marina Porton vagy az Aquaworld SPA-ban.

NAGYPAPA KORBA LÉPETT



A mai formájában ismert Porsche márka idén 70 éves, így az idei év a visszatekintésről, ünneplésről és a német mérnöki teljesítmény méltatásáról szól. Az egész éves ünnepségsorozat és a különleges koncepció modellek bemutatásával mi is felköszöntjük az ünnepeltet.

A JÖVŐ AUTÓI AZ AUTÓZÁS JÖVŐJE

A világ autóiiparának forradalmát éljük. A fejlődés egyre inkább az önvezető autók irányába mutat. Hogy hol tart ez a folyamat erről beszélgettünk a Bosch szakemberével



CSAK AZ A SZÉP ZÖLD GYEP!

Ha nem is ér majd égig a fű, de a szép zöld gyepek sem fog hiányozni következő számunkból. Egy kis hazai golf körképben keresztül mutatjuk be, mi is kell egy pálya megépítéséhez, üzemeltetéséhez és sikereihez.



NAGY UTAZÁS 2. RÉSZ

Folytatjuk a nagy utazást Jurák Zsolttal. Képzletbeli repülőn ezúttal az Indonéz szigetvilágba repít el minket. Megtudhatjuk azt is, hogyan és miért került fel húsz év után újból Nagy Utazónk térképére ez a csodálatos szigetvilág.

Mi biztosan tudjuk a válaszokat kérdéseire, ha

- okostelefont, vagy táblagépet használ
- adatait rendszeresen több helyről szeretné elérni
- naptárat szeretne megosztani a hatékony munkavégzés érdekében
- gondot okoz a különböző verziójú szoftverek alkalmazása
- közösen szeretne egyidejűleg több földrajzi helyről dolgozni a dokumentumokon munkatársaival
- adatait védett és biztonságos környezetben szeretné tudni



1087 Budapest, Könyves Kálmán krt. 48-52.
Tel.: +36 [1] 204 7730
e-mail: mail@grepton.hu
www.grepton.hu





A kategória nem új. Mindен más az.

A dizájn és az Audi quattro teljesítményének találkozása.
Az új Audi Q8.



ÜDVÖZÖLJÜK A **8.** DIMENZIÓBAN.

Az új Audi Q8 modell kombinált átlagfogyasztása: 6,6–6,8 l/100 km, CO₂-kibocsátása: 172–178 g/km. Az üzemanyag-fogyasztási és CO₂-kibocsátási értékek az előírt szabvány (715/2007/EK rendelet) jelenleg érvényes változata szerint kerültek meghatározásra. Ezek az értékek összehasonlítási alapként szolgálnak más járműtípusokkal szemben, nem szavatolják a járművek valós üzemanyag-fogyasztását.