

MiFérfiak



**MOLDOVÁN
ANDRÁS**

INTERJÚ A CÁPÁVAL

Ők a nők

BATTHYÁNY-SCHMIDT MARGÓ,
a Magyar Női Unió elnöke

Békefi Gábor

A DREHER SÖRGYÁRAK ZRT.
VEZÉRIGAZGATÓJA

**Michelisz
Norbert**

JOKERKÖR



ANNYI A VILÁG,
AMENNYIT
BELETÖLTESZ



CSAK 18 ÉVEN FELÜLIEKNEK!

www.alkohol.info.hu

Kedves olvasóink!

Örömmre szolgál, hogy egy bombasztikus hírrel indíthatjuk a nyári számunkat, ugyanis tovább bővült a MiFérfiak Magazin terjesztési hálózata. Az OMV-vel kötött kizárólagos stratégiai partnerség részeként a cég mintegy hetven töltőállomásán is elérhető már a magazin. A szélesebbre tárt kapuk közvetlenebb kommunikációt is lehetővé tesznek így, ha észrevételük van lapunkkal kapcsolatban azt osszák meg velünk az impresszumban található e-mailcímen vagy keressék fel online felületünket. A jó hír után pedig ezúttal kezdjük azzal, amivel be szoktuk fejezni a bevezetőnket, most azonban ne a kárómintás fotelt válasszák a lapunk olvasásához, hanem egy medence melletti vagy tengerparti nyugágyat, és vegyenek maguk mellé jó sok frissítőt is, mert olvasnivaló lesz bőven.

Jóllehet ez a szám szépen beleszűszik majd az őszbe, de e sorok írása közben is tombol odakint a kánikula, így mi is egy üdítő interjúval indítjuk nyári lapszámunkat. Ugyanis első beszélgetőpartnerünk **Békefi Gábor**, a Dreher Sörgyárak vezérigazgatója, akivel viszont nem csak a sörökről esett szó. Ezután vízre szállunk, és **Jurák Zsolttal** körbehajózzuk a világot. A vizes világtúrát vízumot váltunk a sivatagba, és egy nagyot hasítunk egy **Ford Ranger Raptorral**. A kalandozásaink a következő oldalakon lépést váltanak. Ők a nők rovatunkat némiképp átjárja majd a történelmi áhítat, vendégünk ugyanis **Batthyány-Schmith Margó** volt. A múltidézt a jövőbe nézés követi, a Toyota szakembereivel, **Varga Zsomborral** és **Krajcsovits Sándorral** boncolgatjuk a holnap autózását. Businessportrénkban **Moldován András**t ismerhetik meg egy kicsit közelebbről, aki az RTL Klub Cápák című műsorának volt népszerű nagyhal. Mostani számunkban szinte minden közlekedési eszköz valamilyen teret kap. Autózunk, hajózzunk és Moldován András után repülni is fogunk. Nem is akárhogyan, hanem magánrepülőgépen. Hogy ez milyen érzés, azt a Call a Jet tulajdonosán, **Joe Kurtán** keresztül mutatjuk be. A levegőből egy képzeletbeli versenypálya aszfaltján landolunk, és pilótát is váltunk. A kormányánál **Michelisz Norbert** autóversenyző ül majd, és közben mesél. Norbi után **Kovács Miklóst**, a KIA Motors vezető formatervezőjét mutatjuk be, akinek a nevéhez olyan modellek társulnak, mint a Ceed, vagy a márka nagyágyúja, a Stinger.

A benzingözös témák után egy egészen más illat lesz az uralkodó a következő oldalakon. Kihagyhatatlan BBQ- és grillélményeket találunk, kalauzunk **Adorjányi Máriusz** lesz. A gasztofortélyok mellé betársul az italkultúra is, ahol a spanyol borvidékeket járjuk végig. És hogy miként csatlakozik ehhez a SEAT? Természetesen ez is kiderül majd. Akkor ahogy mostanság mondani szokták: **Nyár ON!** És ne felejtsek, hogy már az OMV-kutakon is megtalálnak minket!

Barna András



Tartalom

A photograph of a man in a dark jacket and light blue shirt standing next to a large, polished copper brewing vessel in a brewery. The room is filled with several similar vessels and tall copper chimneys. The lighting is warm, highlighting the metallic surfaces.

10 SÖRÖK A SOROK KÖZÖTT

Beszélgetés Békefi Gáborral
a Dreher Sörgyárak Zrt.
Vezérigazgatójával

IMPRESSZUM

MiFérfiak Magazin, 2019/02 / LAPIGAZGATÓ: Kökény Roland / FŐSZERKESZTŐ: Barna András / MUNKATÁRSÁK: Hilbert Péter, Kopasz Zsolt, Novák Ildikó, Szikora Katalin, 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.



28 AUTÓ ÉS UTAZÁS

Az egynapos kirándulás

34 FORMABONTÓ KOMBI

Peugeot 508 SW

48 A FEKETE GYÖNGY

Éjfékete vitorlástanulmány

70 HÉT MÉRFÖLD

Így látja a jövő autózását a Toyota

82 ÉPÍTÉSZEZET

Hópehely Airport

98 ÓRÁK

„Golfidő”

112 SPORTKARRIER

Beszélgetés Micheisz Norbet autóversenyzővel

130 PORTRÉ & KARRIER

Interjú – Kovács Miklóssal a KIA Motors vezető dizájnerevel

142 AUTÓ

SEAT Taracco

150 GASTRO

Asador a mediterrán parázslat

156 GASZTRO BBQ

Beszélgetés Adorjányi Máriusszal



36 TÚL AZ ÓPERENCIÁN

Jurák Zsolt: Hajóval a világ körül



58 ŐK A NŐK

Beszélgetés

Batthyány-Schmidt Margóval a Magyar Női Unió elnökével



86 INTERJÚ A CÁPÁVAL

Beszélgetés Moldován Andrással

104 ÜZLET ÉS KARRIER

Luxusrepülés, avagy a repülés luxusa – Interjú Joe Kurtával



52 VÍZUM A SIVATAGBA

Ford Ranger Raptor



126 ÉPÍTÉSZEZET

A luxusszikla



146 ITALKULTÚRA

Spanyol borok

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 őrzünk 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!

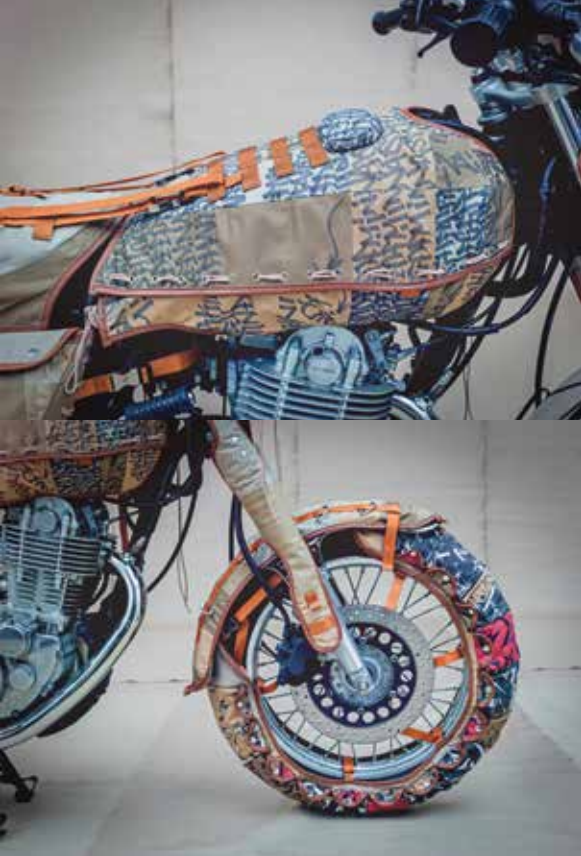


A Yamaha ruhája

Hideake Shikama, a Children of the Discordance márka tervezője most megalkott egy Over névre hallgató kollekciót, amelyet a Yamaha SR500 és SR400 ihlettek.

A Yamaha Motor még adott is a gépekből Shikamának – klasszikus nagygépek, az 1978-as megjelenésük óta rajonganak értük a motormániások –, hogy próbálja ki őket, mielőtt a tervezőasztalhoz ülne. A ruhákat ráadásul nemcsak az SR modellek viselhetik majd, de tulajdonosaik is.





A CSÁSZÁR HAMBURGERE

A hamburgercsoda 912 dollárba kerül a tokiói Roppongi Hillsen. Ez a város a városban 2003-ban jött létre egy sor luxusüzletből és lakóépületből. Ha ezen a környéken járunk, már ránézésre is tudjuk, hogy nem akármilyen hamburgert fogunk megkóstolni.

A Grand Hyatt Tokyóban található Oak Door steakhouse kínálja ezt a fenséges ételkölteményt, ráadásul történelmi jelentősége is van a fogásnak. Japán új császárt ünnepel, új éra kezdődik, az emberek ünnepelnek. Ennek tiszteletére alkotta meg a séf a Golden Giant Burger névre keresztelt



kisebb változata is, amely csupán 182 dollárba fáj, de egy embernek bőven elég adag vacsorára. Shimada csak a legkiválóbb amerikai marhahúst használja a hambihoz, megbolondítva egy kis wagyu bélszínnel. A húsokra ezután ráolvasztja a japán cheddar sajtot. Édes japán paradicsommal és sáfrányos fokhagymával ízesíti a grillezett hamburgerzsemlet,

Shikamát a Yamaha Motor Jinki Kanno ideálja ihlette *(amely a megelégedettségre és teljességre utal)*, miszerint az ember egy a géppel, amit magának a gépnek is tükröznie kell. A ruhakollekciót is ez alapján tervezte meg. A kétkerekű által nyújtott feledhetetlen élményt kívánta átadni a darabokban, az egységet, amelyet az ember a motorjával érez. Az SR modellek számára készült ruhakollekció darabjait – tank, ülés, sárvédők, abroncsok – a motor tulajdonosa is magán viselheti katonai stílusú hátizsákként.



hamburgert, amelyhez kizárólag luxushozzávalókat használt fel, többek között arannyal bevont hamburgerzsemlet. Ahhoz is elég nagy, hogy egy család jól lakon belőle. A hamburgernek van egy



amire aztán ráborítja a beleválókat és még a biztonság kedvéért egy adag foie gras-t is ráhalmoz, egy kevés karamellizált mogyoróhagyma kíséretében. Tálalás előtt természetes szarvasgombával is meghintik az ételt. Ezen a ponton már azon sem lepődnénk meg, ha egy Rolls-Royce márkajelzést is rádobna ízesítőnek.



NÉZZ AZ ÉG FELÉ

– akár üvegtetőt is kaphat a Notre-Dame

A tűzvészt követően, amely részben lerombolta az ikonikus Notre-Dame de Paris katedrális, a francia miniszterelnök építészeti pályázatot hirdetett a tetőszerkezet modern újjáépítésére. Az Eight Inc. egy izgalmas tervvel állt elő, amelyben üveget használnának az új tetőhöz.

A terv szerint az eredeti állapotába állítanák helyre a Notre-Dame megsemmisült részét, de ehhez üveget használnának. Minden dekorációs elemet, így a szobrokat is újraalkotnak, és éjszaka megvilágítanák őket az igazán látványos megjelenésért. A Dezeen szerint a cég, amely az eredeti Apple Stores-t tervezte, és olyan speciális üveget használnának hozzá, amivel nincs szükség egyéb támasztékokra, amelyek elronthalnák a tökéletes hatást.

Ennek az üvegnek a használata ugyan kézenfekvő választás, és az jelenti, hogy nem fog károsodni az olyan vandalizmustól, minthogy követ dobhatnak rá, de a jégeső sem jelenthet problémát, ugyanakkor számos kérdés felmerül, a súly, a költségek, az építési engedélyek kapcsán, a kivitelezést nem is említve.

Ezek a megfontolások túlmutatnak az elképzelésen, és az eddigiek alapján nincs is tervben a megépítése. Még ha az építészek úgy is döntenének, hogy tovább viszik a projektet, még mindig kérdéses, hogy milyen formát fog ölteni a Notre-Dame.



EGY TINTAHAL ADTA AZ INSPIRÁCIÓT

A tervező, Roberto Curtò szeret kreatívan gondolkozni, ami meg is látszik az általa megálmodott designokon. Elmondása szerint nem hagyományos jachtokat tervez.

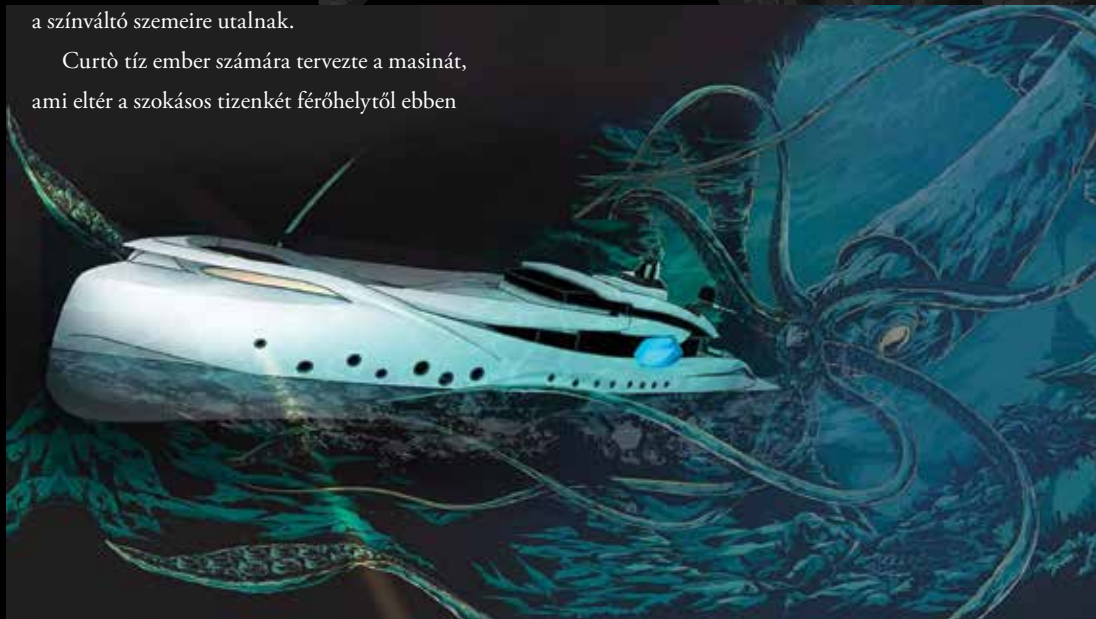
Olyan helyekről merít inspirációt, amely meglepi majd az embereket. Kicsit ugyan furcsa azt állítani, hogy az eleganciája, gyorsasága és állóképessége miatt esett most a választása egy tintahalra, de várjuk ki a végét. Curtò most rántotta le a leplet a 63 méteres szuperjacht koncepcióról, amely a Hypnosquid nevet viseli.

Amint a képeken is látszik, a jacht orra tökéletes másolata a tintahal fejének, a drámai módon elhelyezett LED-világítású ablakok pedig a színváltó szeméire utalnak.

Curtò tíz ember számára tervezte a masinát, ami eltér a szokásos tizenkét férőhelytől ebben



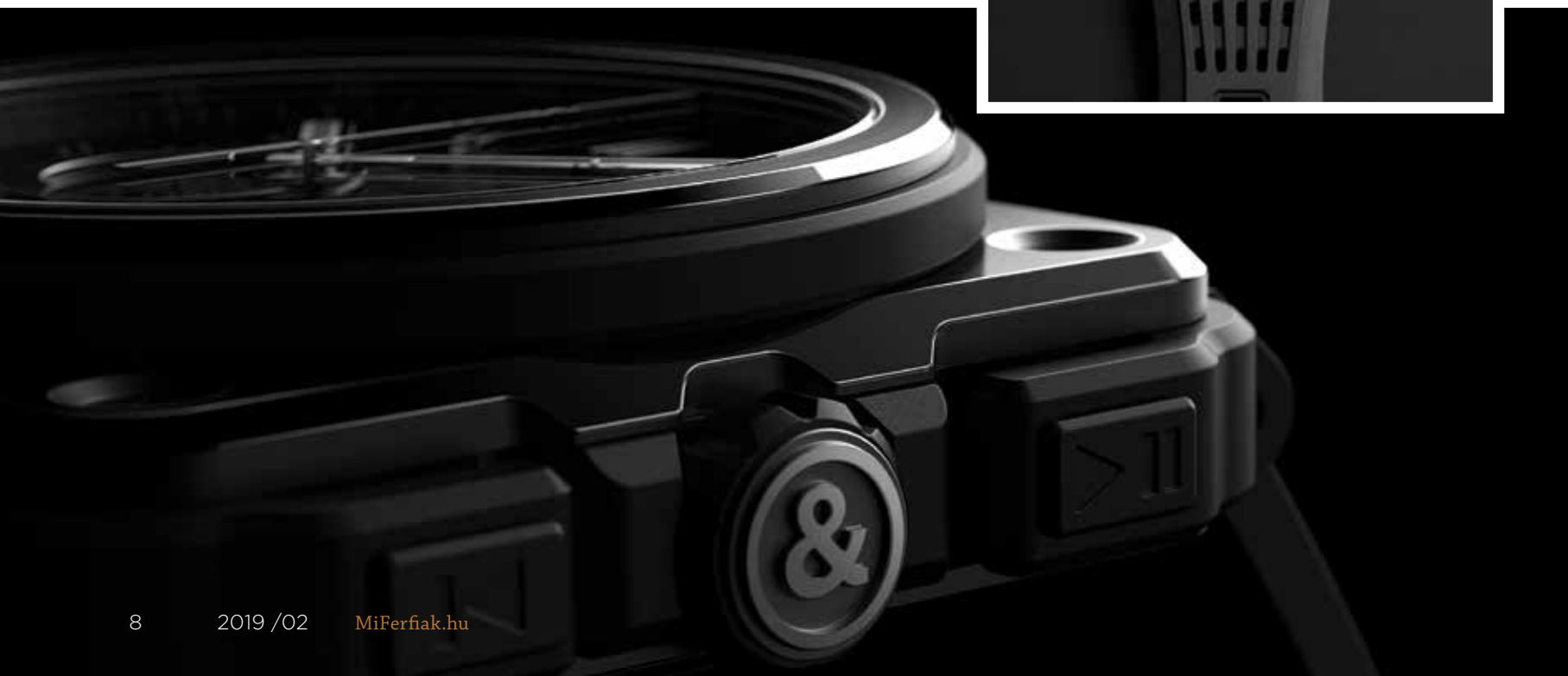
a méretben. Szerinte ennek köszönhetően nagyobbak a kabinok, aminek főleg az fog örülni, aki a kétszintes VIP kabinban szállhat meg. A főfedélzetről lépcsősor vezet le a tulajdonos privát pihenőjébe és könyvtárába. Ugyanitt található a lounge és étkező, amely a nyitott, japán stílusú hajókonyhára nyílik. Curtò alumíniumból szeretné megépíteni a hajótestet, így 1000 tonna körül tudja tartani a hajó súlyát. A szuperjacht erejét négy 2600 lóerős MTU 16V M96L dízelmotor adná, amikkel a jacht 30 csomóval is tud haladni, akár 3000 tengeri mérföldet átszelve.



Az idő fantomja

A Bell & Ross előszeretettel alkot meg olyan karórákat, amelyek az iparág legkülönlegesebb darabjainak számítanak. A Phantom ikonikus, kocka alakú designja így vált a gyűjtők és amatőr órás mesterek kedvencévé.

Most a gyártó bemutatta a luxus karóra legújabb változatát, a BR-X1 Phantomot – és a sötét, skeletton óraszerkezet pont olyan lenyűgözően néz ki, mint amilyennek elképzeltük. A BR-X1 nem tér el sokban elődeitől, hiszen BR-CAL.313 kalibert használ, X-alakú hidat és természetesen tachymeter skála is található rajta. Azonban a Bell & Ross valami félelmeteset (mégis vonzót) akart alkotni. A Phantom így lett teljes a 45 milliméteres PVD titán óratokkal, fémdíszítéses Supe-Lumi Nova számokkal, mutatókkal, valamint zafírkristály-üveggel, amely teljesen sérülésálló. A perforált fekete gumiszíj és 100 méterig tartó vízállóság alapvető, és már 20 ezer dollárért a gyűjteményed része lehet ez a különlegesség.





A TERMINÁTOR DUCATIJA

A Terminator – Megváltás című filmhez készült Ducati Hypermotard tényleg olyan jól megy, mint ahogy kinéz.

Christian Bale és a rendező úgy döntöttek, nem használnak CGI-t a 2009-es filmben. Ehelyett egy Ducati Hypermotard 1100-at alakítottak át egy apokaliptikus halálmasinává. Akár

szereted a Ducatit, akár nem,

biztosan ismered a

Hypermotardot.

Az 1100-as modell

2007-ben jelent

meg, akkoriban,

amikor a film is kijött.

Az 1078 köbcentis

Ducatit Victor Martínez

tervezte. A gép jelenleg a Los Angeles-i Petersen

Automotive Museum kiállításának részét

képezi, amelyet Hollywood Dream Machines

(*Hollywoodi Álomgépek*) címre kereszteltek.

És igen, a DeLorean és K.I.T.T. is itt parkolnak.

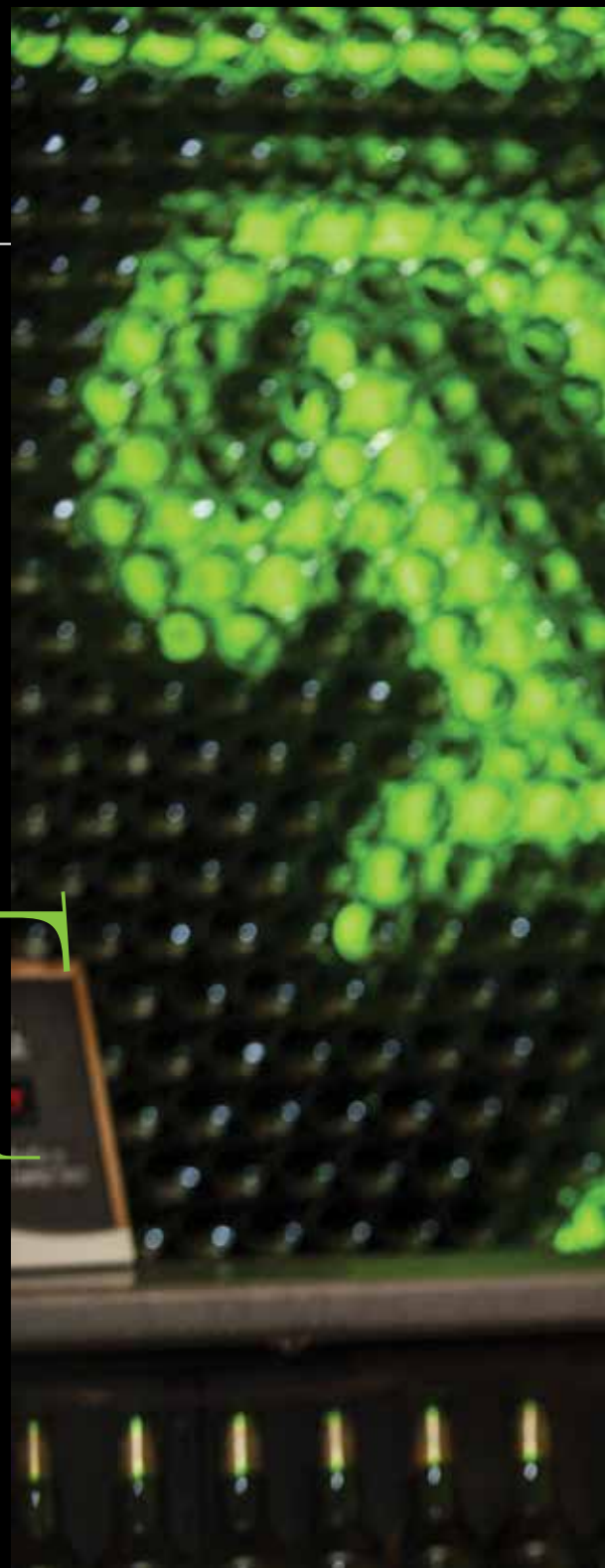


BESZÉLGETÉS BÉKEFI GÁBORRAL
A DREHER SÖRGYÁRAK ZRT.
VEZÉRIGAZGATÓJÁVAL

SÖRÖK A SOROK KÖZÖTT

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* HILBERT PÉTER

Békefi Gábor 2017 óta a Dreher Sörgyárak Zrt. vezérigazgatója. A vállalat tulajdonosváltása után személyében csaknem két évtized után ismét magyar vezetője lett a 165 éves cégnek, mint később kiderül: nem véletlenül. Gábor a vállalat reneszánsz embere lehet, de ebben az interjúban nemcsak a söripiac stratégiai sarokpontjai és a „siker erjesztése” kerülnek szóba, hanem az idáig vezető út is.







Békefi Gáborral a Dreher Jászberényi úti központjában beszéltek meg a találkozót. Míg a fogadóépület recepciójánál várok a hivatalos bebocsátásra, van időm körbenézni a vállalati kantint és a Dreher-múzeumot összekötő szellős aulán. A tér enteriórje nemrég esett át egy felújításon, de írhatnám azt is, hogy átalakuláson, ugyanis az elegáns miliőt trendi dizájnelemek teszik fiatalosan változatossá, ami akár a tradicionális sörgyár újkori időszámításának szimbolikájaként is felfogható.

Ha Békefi Gáborról nem tudnám, hogy az, aki, akkor is legfeljebb másodjára kitalálnám, hogy vállalati vezető vagy topmenedzser. Jóllehet találkozásunkkor nem a hivatali stílust követi, mégis megjelenésében tetten érhető, hogy mindent pontosan átgondoló, precíz ember. Sugárzik róla, hogy vezetői karizmáján valamennyi vért rajta van, ami ehhez a beosztáshoz szükségeltetik, mégis egyénisége

olyan nyugalmat áraszt, hogy azt nem lehet szó nélkül hagyni – én sem teszem, de most hagyom, hogy a jelenség játékos auraként vegye körbe a beszélgetésünket. Egyedül a mindig mosolygó szempár lehet a rés a pajzson, ami őszinte közvetlenséget sugároz. Szinte biztosra veszem, hogy bármilyen problémával meg lehet keresni.

Szakmai pályafutása már a kezdetek óta az élelmiszeriparhoz köti. Számos cég első embere, vezetője volt, két éve a Dreher Sörgyárak Zrt. vezérigazgatója. Ahogy nevetve mondja: ő a család „fekete báránya”: testvéreivel ellentétben nem vitte tovább az édesapja matematikusi vérvonalát. Egy izesebb élet, az élelmiszerszektor lett számára a fő csapásirány.

A Külkereskedelmi Főiskola, majd a Budapesti Corvinus Egyetem közgazdászdiplomája után MBA oklevelet is szerzett az amerikai Emory University üzleti iskolában.

– **Barna András: Egészen pontosan honnan számítjuk a pályafutása kezdetét?**

– Békefi Gábor: Nagy családból származom, négyen voltunk fiútestvérek. A szüleim a hatvanas években költöztek fel Budapestre a jobb lehetőségek reményében, én már itt születtem.

Ha az ember egy ekkora családban nő fel, mint az enyém, akkor egyfelől mindig meg kell küzdenie a maga helyéért, másfelől pedig meg kell tanulnia, hogy mi van és mi nincs, és persze azt is, hogy osztozni kell sok mindenen. Azért, hogy mihamarabb anyagi-
lag is segíteni tudjak szüleimnek, a Külkereskedelmi Főiskola után azonnal elhelyezkedtem, így viszonylag hamar be tudtam szállni az otthoni költségvetésbe. De a tanulást nem hagytam abba, és később munka mellett elvégeztem a Közgazdaságtudományi Egyetemet is.

– **Egy pillanatra megakasztanám a történetet: miért pont a külker?**

– A kérdés jó! *(Nevet.)* Az édesapám matematikus, és a három testvérem is matematikus lett. Én voltam az egyedüli, aki viszont nem szerette ezt az egészet, inkább nyelveket tanultam, közgazdaságtannal foglalkoztam. Az édesanyám pedig gyógyszerész volt, így mi ketten kilógtunk a sorból.

– **Akkor egy vasárnapi ebédnek különleges hangulata lehetett, amikor a család egy jelentős része „programnyelven” beszélgetett egymással.**

– Ez egészen pontosan így zajlott! *(Nevet.)* Amikor édesanyám kiszedte az ételt, akkor az édesapám és a testvéreim szinte gongszóra kezdtek a matematikáról beszélni. Ilyenkor jellemzően édesanyámmal egymásra néztünk, és már szavak nélkül tudtuk, hogy ebből a diskurzból mi megint kimaradunk.

– **A külker főiskolánál tartottunk...**

– A diploma után a kilencvenes évek elejétől angolszász élelmiszeripari vállalatoknál dolgoztam.

– **Kiemelte az angolszász vonalat – ez tudatos útkeresés, választás volt?**

– Sokat gondolkoztam ezen akkor. A válasz tulajdonképpen igen is, meg nem

is. Ugyan nyolc évet tanultam oroszul, ami determinálhatott volna, de nem lelkesedtem a nyelvért – ahogy sokan mások sem szerintem –, ezért más irányba fordultam. Ráadásul a főiskolát is angol–német szakon végeztem, ez pedig arra predesztinált, hogy nyugat-európai piacokkal foglalkozzam.

A kérdés tehát így valamilyen szinten eldőlt bennem. Először a Monimpex borosztályán dolgoztam, később pedig a dohányosztályt vezettem, a nyugat-európai, észak-amerikai vonalon. A helynek és a helyzetnek köszönhetően már



kiválóan beszéltem angolul és németül is. És volt még egy pozitív hozadéka a dolognak, mégpedig az, hogy ezzel a nyelvtudással „megúsztam”, hogy Kelet-Európában kelljen utazgatnom. Ez egy jó alternatívának bizonyult életmódban és világlátásban is.

– **Mi volt a következő lépcső?**

– Elmentem a Nabisco Foods Group nevű amerikai céghez, ami a Reynolds–Nabisco Holding része volt. A Reynolds akkor a világ második legnagyobb dohányipari vállalata volt a Philip Morris után. A Nabisco Foods pedig az USA

egyik legnagyobb élelmiszergyártó cége, amely Kelet-Európában akart terjeszkedni. 1993-ban kezdtem el náluk dolgozni, és tulajdonképpen innen számíthatjuk a pályafutásom origóját is. Azt kaptam feladatomból, hogy Kelet-Európában nyissak meg új piacokat. Ebben az volt a kihívás, hogy mind a két diplomám a rendszerváltás előtti korszakhoz kötődött, ezzel szemben itt már egy modern piaci környezetben kellett dolgoznom egy olyan amerikai cégnek, amelyek eredendően egy másfajta gondolkodásmódot képviselt. Tehát ezt is meg kellett ismernem, és meg kellett tanulnom ebben a környezetben mozogni, dolgozni.

– Ekkor már voltak idehaza szuper- vagy hipermarketek?

– Itthon ezek ekkoriban indultak. Egyébként a munkám csak részben kötődött Magyarországhoz, a fő csapásiránynak Kelet-Európa számított. Abban az időben 160–180 napot is utaztam. Strapás, de rendkívül jó tanulmányidőszak volt, számos dologgal kellett foglalkoznom: eladással, pénzügyi feladatokkal, különféle rendszerekkel. Mindezt minimális létszám mellett; rajtam kívül még egy titkárnő és egy raktáros alkotta az akkori csapatot. Szó szerint mindennel kellett foglalkoznom, így tanultam meg villástargoncázni, és ha szükség volt rá, konténert kipakolni. Ha kellett, megmutattam a kollégáknak, hogy mindent meg lehet csinálni. Szóval hasznos időszak volt, s ennek hatására egy új világlátás kezdett kialakulni bennem abban a tekintetben, ami egy kérdést feszegetett, leginkább azt, hogy miként lehet ebben az új rendszerben túlélni vagy megélni. Rájöttem, hogy nekem utol kell érnem egy generációt, amelyek velem ellentétben, ebben az új világban nőtt fel.

– Ezt a hajtást hogyan kezelte a családja?

– Szerencsére megértően, másként nem lehetett volna megcsinálni. Mint általában mindenki, mi is előrébb szerettünk volna jutni. Ráadásul akkor már két gyerekünk volt, a feleségem volt velük otthon, nem volt kérdés, hogy nekem kell odatennem magam a szakmai életben.

„EGY ÚJ VILÁGLÁTÁS
KEZDETT KIALAKULNI
BENNEM ABBAN
A TEKINTETBEN,
AMI EGY KÉRDÉST
FESZEGETETT,
LEGINKÁBB AZT, HOGY
MIKÉNT LEHET EBBEN
AZ ÚJ RENDSZERBEN
TÚLÉLNI VAGY
MEGÉLNI”

– A Nabisco után mi volt a következő állomás?

– Mint már korábban említettem, az volt a nagy szerencsém, hogy a Nabiscónál rengeteg dologgal kellett foglalkoznom. Talán ennek a sokrétű feladatkörnek köszönhettem, hogy megkerestek a Győri Kekszről – pontosabban annak anyacégtől –, hogy ugyanazt, amit a Nabiscónál csináltam, csináljam náluk is, csak nagyobb keretek és szervezettebb körülmények között. Itt már nagyobb volt a csapat, az árbevétel, és komplexebb volt a tevékenységi kör is. Általános vezetői feladatokkal foglalkoztam, három évet dolgoztam náluk.

De ebben az időszakban az egyik legnagyobb álmomat is megvalósíthattam: 1996-ban beiratkozhattam egy nappali tagozatos MBA képzésre, aminek az első évét itthon, a többit pedig az USA-ban végezhettem el gyerekestől, családostól.

Ez minden szempontból nagy vállalkozás volt, hiszen nemcsak a tízéves megtakarításunkat áldoztuk fel a cél érdekében, hanem ki is vontam magam a honi munkaerőpiacról.

– Ez részben befektetés, részben kockázat...

– Igen, de nekem nagy szerencsém volt, mivel az akkori munkáltatóm nagyon gálánsan elengedett fizetés nélküli szabadságra. Így amikor visszajöttem, tulajdonképpen volt állásom. Igaz, nem sokáig, mert egy évvel később megkeresett egy nagy üdítőipari vállalat, a Coca-Cola, és ekkor egy új fejezet kezdődött az életemben.

– A Coca-Colán belül milyen beosztásba került?

– Mi a marketingért, az innovációért, a minőségbiztosításért és a jogtisztaságért voltunk felelősek.

– Nyilván kijavít majd, de úgy vélem, hogy egy akkora cég, mint a Coca-Cola, olyan kőbe vésett szabályok mentén halad, hogy aligha hinné az ember, hogy ebbe bele lehet valahogy piszkálni, bele lehet szólni. Egyszerű halandóként az gondolnám, hogy odafent „három-négy agy” valamit eldönt, és aztán a direktívák pedig szépen leszivárognak az egyes piacokra, ahol talán akad némi szerény mozgástér. Ezt körülbelül így kell elképzelni?



– Sokan kérdezik ezt tőlem, és sokan így is gondolják. Azonban a kilencvenes évek végének, a kétezres évek elejének cégét nem ez jellemezte. Léteztek ugyan a nagy globális platformok, de rengeteg teret kaptunk a helyi interpretációkra. Azt is mondhatnánk, hogy el is várták tőlünk, hogy ezt a globális platformot lefordítsuk az adott ország nyelvére. Ebből születtek meg aztán az olyan nagy projektek, mint a Coca-Cola Beach House, az Enjoy kampány vagy a Testébredtő program, ami Európában nálunk debütált először. Ez fantasztikus időszak volt, mert a központi programokhoz hozzátehettük a saját ötleteinket. Azonban eltelt húsz év, és ma már minden egészen másként működik.

A Coca-Cola-nál eltöltöttem tizenegy évet, de itt sem csak Magyarországon dolgoztam. A honi piac mellett a kezem alá tartozott Csehország és Szlovákia is. Ezután elköltöztem Bukarestbe, és egész Délkelet-Európa hozzám tartozott, közel tizenkét ország, 70–80 fős regionális munkatárssal és több milliárd eurós forgalommal.

Két évet töltöttem itt, majd Bukarestből Belgrádba mentem, ahol viszont már a Carlsbergnél folytattam a karrieremet.

– **Az ember általában a jobb élet reményében vált. Anélkül, hogy ismer-ném a részleteket, úgy vélem, egy Coca-Cola-nál dolgozni, ráadásul vezető beosztásban, egyfelől jól csengő egzisztenciát jelent, másfelől nem vitás, hogy jó ajánlólevél is. Mi készítette arra, hogy váltszon?**

– Kétségtelenül jól mutat az ember önéletrajzában. Én rengeteget tanultam a Coca-Cola-nál, és jó volt, hogy ezek a nagyvállalatok sokszor tudnak olyan helyzeteket teremteni, amikor szinte permanensen újabb és újabb kihívásokkal találja magát szembe az ember. Pont emiatt nem kell új feladatokat keresni, hiszen cégen belül ez mindig adott, és ab ovo lehet fejlődni.

A pályafutásom ezen szakaszáig én sok minden más mellett megértettem azt is, hogy mi az, amit szeretek csinálni. Én nagyon szeretek emberekkel dolgozni, piaci szinten dolgozni, és Közép-Európában dolgozni. Viszont szembe kellett néznem azzal, hogy a vállalati fejlődés és az ember jövőképe nem mindig esik egybe. Ez esetben is így történt: a Coca-Cola-n belül felajánlott újabb lehetőség számomra már túl egysíkúnak tűnt. A Carlsberg megkeresése viszont a „szakmai álmaim” folytatását jelentette, ráadásul előrébb és feljebb is tudtam lépni.

Summázva: tudom, hogy számomra mi okoz örömet, ennek megfelelően ilyen munkaköröket is keresek, ameddig lehet egy vállalaton belül, de ha a feltételek nem adóttak, akkor keresek egy másikat. Ez történt a Coca-Cola-nál, és ez történt később a Carlsbergnél is, ahonnan hét év után jöttem el.

– **Mi volt a Carlsbergnél a feladata?**

– A cég délkelet európai országait vezettem. A Carlsberg gyárakat működtetett Horvátországban, Szerbiában, Bulgáriában, Görögországban, ezek mellett kereskedelmi tevékenységet folytattunk Boszniában, Magyarországon, Koszovóban.

Volt idő, amikor én vezettem a szerb sörgyárat vezérigazgatóként, és közben regionális munkát is végeztem. De előfordult olyan is, hogy katasztrófamenedzserként átvettem olyan sörgyárak vezetését, amelyek rosszul teljesítettek.

Szóval sokszor nem is a titulus számított, hanem a feladat vagy a kihívás, amit meg kellett oldani. Ezt nem titkoltan nagyon élveztem.

– **Azon mosolygok, hogy a beszélgetésünk elején az angolszász vonalat említette, most viszont már elég régóta a keleti régió került a képbe.**

– Pár hónappal ezelőtt én magam is eltűnődtem ezen. Ahogy korábban is kiemeltém, azért tanultam angolt és németet, hogy egyszer majd valahol

Nyugat-Európában dolgozzak. Ehhez képest az elmúlt huszonvalahány évben jött Albánia, Moldávia, Szlovákia, Csehország, Románia, Szerbia...

– **Azért ma már mások ezek a régiók is, nem?**

– Igen, de amikor először kellett elmennem Kelet-Európába autóval, Szerbián keresztül Szófiáig, én is izgultam egy kicsit. Aztán amikor ötödszörré indultam el, akkor már nem izgultam, amikor pedig már ötvenedszerre, akkor meg fel sem tűnt.

Az igazi kontrasztot akkor éli meg az emberfia, ha mondjuk elrepül Svájcba, és ott kilép a zürichi reptérről, akkor rájön, hogy egy egészen más környezet fogadja. Van járda, zebra, tapintható a fegyelem. Ezzel szemben ott, ahonnan én jöttem, sokkal lazábbak a szabályok.

De mindennek nézzük a jó oldalát: amikor a Coca-Cola-nál Szlovákiában dolgoztam, akkor megtanultam szlovákul, amikor Szerbiában éltem, akkor nagyon gyorsan elsajátítottam a szerbet, és ezen a nyelven tartottam a vállalati belső megbeszéléseket. Kiderült, hogy oroszul tanulni volt értelme (*mosolyog*), mert még harminc év után is előjöttek a gyökerek, és sokkal könnyebb volt így megtanulni egy szláv nyelvet.

– **A Carlsberg után...?**

– Ezután? Ezután azt gondoltam, hogy nekem már nem kell ennyit dolgoznom. Úgy éreztem, hogy általánosságban a nagy cégek mindig ugyanazt az ívet futják be. Azt éreztem a Coca-Cola-nál és a Carlsbergnél is, hogy elindulnak egy decentralizált vállalati struktúrától, majd egyszer csak jön az utasítás, hogy minél több döntést központi hatáskörbe kell vonni. Csorbul az egyes piacok döntési lehetősége, s ekkor már nincsen mód a kreativitás kibontakoztatására, csökken az én hozzáadott értékem, ami frusztrál. Úgy vélem, hogy néhány ezer kilométerrel odébb nehezebb megítélni, hogy mi a jó döntés egy adott piacon. Egy ilyen helyzetben jöttem el a Carlsberg-től is. Ezután egy kis vargabetű következett a szakmai életemben, majd ezek után keresett meg közvetetten a Dreher. Először nem érdekelt az ajánlat, de később, amikor kiderült, hogy melyik vállalatról van szó, akkor azt gondoltam, hogy ehhez van kedvem, van erőm és ötletem is, hogy ebből a cégből hogyan lehet még jobb vállalatot csinálni.

– **Talán látszólag kitérő, de meg kell kérdeznem: mindegy, mi a termék?**

– Sem a termék, sem pedig a szellemiség nem mindegy. Számomra van egy úgynevezett egyenes vonal az angolszász és a skandináv vállalatok között:



„RÁJÖTTEM, HOGY NEKEM UTOL KELL ÉRNEM EGY GENERÁCIÓT, AMELYIK VELEM ELLENTÉTBEN, EBBEN AZ ÚJ VILÁGBAN NŐTT FEL.”

mégpedig az egyenjogúság, a demokratikus szellem, a nyitott kommunikáció és a transzparencia. És itt egy gondolat erejéig visszatérnék megerősítésként egy korábbi válaszomra. Amikor karriert választottam, akkor azt gondoltam, hogy én élelmiszeripari termékekkel akarok foglalkozni, és ez már igaz volt akkor is, amikor a Monimpexhez mentem dolgozni, és nem mondjuk egy vegyipari céghez. Nagyon leegyszerűsítve: valahogy úgy voltam vele, hogy az embereknek élelmiszerre mindig szükségük lesz a világban, és amíg valaki ebben az iparágban tevékenykedik, addig mindig lesz munkája.

Amikor a Coca-Cola-nál elkezdtem folyékony termékekkel foglalkozni, akkor annak volt egyfajta marketing- és értékesítési háttere, amit könnyen lehetett transzponálni a Carlsbergre is. Továbbá az is sör volt, és a Dreher is egy sör. Úgy érzem, hogy 1999 óta egy „vonulatot” viszek végig a karrieremben, ugyanis onnantól kezdve foglalkozom folyékony termékekkel.

Visszatérve tehát a kérdéshez: a termék nem mindegy, mert amikor választhattam a cigareta és az élelmiszer termék között, akkor az élelmiszert választottam.

– **De ha üdítőről vagy sörről van szó, akkor mindegy?**

– Számomra a kettő között ilyenformán nincsen különbség.

Mind a két termékcsoport tulajdonképpen azonos, mivel az élet vidám pillanataihoz köti a fogyasztást, amire én azt mondom,

hogy „szexi termékcsaládok”. És ez pozitív motivációt ad annak is, aki ezzel foglalkozik, mivel a termék egyfajta emocionális töltettel bír.

– **Korábbi interjúim során beszélgettem olyan magyar vezetőkkal, akik ázsiai tulajdonú cégeknél dolgoznak. Többek között arról is szó esett, hogy mennyire érezhető ki a mindennapokban a kulturális különbség.**

A Dreher egy japán cég vásárolta meg. Tapintható itt is valami ezekből a kulturális eltérésekből?

– Mi nem vagyunk egy tipikus ázsiai vállalat. Amikor a japánok megvették

mert nagyon nehéz fogyasztási cikkekkel kapcsolatban döntést hozni, miután a fogyasztó sokszor érzelmi alapon dönt, hogy megvásárolja-e a terméket vagy sem.

Ha valaki tízezer kilométerről jön, és úgy próbál döntést hozni, az nagyon komoly következményekkel járhat. A jelenlegi japán tulajdonosi közösség azt mondja: az a menedzsmet, ami itt van Közép-Európában, vigye tovább a céget. Ők eközben figyelnek és tanulnak, és segítik ezt a közeget azzal, hogy a technológiát fejlesztik.

– **Nem követem napi szinten a söripar helyzetét, de azt azért tudni lehet, hogy igen nagy a mozgás ebben a szegmensben.**

Mi ennek az oka?

– A világ sörpiacán néhány nagyvállalat meghatározó jelentőséggel bír. Ezek a cégek figyelik, hogy világ egyes részein hogyan fog alakulni az elkövetkezendő húsz-harminc-ötven évben a sörfogyasztás, és nem utolsósorban azt, hogy miért fog úgy alakulni, ahogy. Például azt már tudni lehet, hogy Ázsiában komoly vásárlóerő-növekedés várható, mert egyre több ember költözik be a városokba, a nők beállnak a munkaerőpiacra dolgozni, és a bérek is emelkednek majd. Tehát Ázsiában szükség lesz majd sörgyárakra. Amiatt, hogy az egyes vállalatok folyamatos növekedése állandósulni tudjon, különböző fúziók alakulnak, adás-vételek zajlanak. Akik nem néznek ilyen távlatokba ebben a szektorban, azok könnyen lemaradhatnak. Tulajdonképpen az előrelátás mozgatja a sörpiacot, és Dreher esetében is egy ilyen konstrukciós folyamat miatt ment végbe két évvel ezelőtt a tulajdonosváltás.

Az Asahinak korábban csak Japánban voltak gyárai, ezért a piaci növekedéshez szükség volt új földrészekre és az európai piacokra is. Így a korábbi tulajdonostól, az Anhauser-Busch-Inbev-től megvette a cég közép-kelet-európai sörgyárait. A régióra egyébként az a jellemző, hogy piacvezető termékek, piacvezető sörgyárak, jó nevű márkák vannak benne, például a világhírű Pilsner Urquell is.

– **Az elmúlt években a honi boripar egy új korszakába lépett, ami sokat lendített nemcsak a termékek megítélésében, hanem a minőségükön is.**



„NAGYON NEHÉZ FOGYASZTÁSI CIKKEKKEL KAPCSOLATBAN DÖNTÉST HOZNI, MIUTÁN A FOGYASZTÓ SOKSZOR ÉRZELMI ALAPON DÖNT, HOGY MEGVÁSÁROLJA-E A TERMÉKET VAGY SEM”

ezt a közép-európai egységet, akkor meghagyták ennek a vezetését európainak. A japánok tudják, hogy noha a sörgyártás technológiája globális szinten szinte azonos, de a fogyasztóktól történő „foglalkozás” kulturálisan meghatározott.

Az itthoni menedzsmetben egyetlen japán sincsen. A régióban akad néhány japán kolléga, akiknek az a feladatuk, hogy kövessék a mi teljesítményünket, de ők nem hoznak helyettünk döntést.

– **Ők csak akkor jegyzetelnek?**

– Igen, és követik azt, hogy mi történik. És szerintem ez így rendben is van,

Óriási investíciókkal találkozhatunk. A söripar esetében is tetten érhető egyfajta reneszánsz. Egyre több kézműves sörmárka exponálja magát.

Ön hogyan analizálná a mostani helyzetet?

– Én úgy gondolom, hogy minden gazdasági szereplő csak úgy tud megélni egy piacon, ha követi a fogyasztói igények változását, és olyan terméket próbál letenni az asztalra, amelyik megfelel ezeknek az elvárásoknak. Az elmúlt öt-hat évben a söriparban is egy megújulási folyamat indult be, a reneszánszát éli az iparág. Ebben kétségtelenül meghatározó szerepet töltenek be a kézműves sörüzemek. Ők specializált termékeket gyártanak, markáns ízvilággal, ezek viszont nem tömegcikk, ami meglátszik az árukon és az ízvilágukon is. Éppen ezért ezeknek a termékeknek a szerepe más, mint egy olyan sörnek, amit egy focimeccs nézésénél, egy vendégségben vagy grillezéskor iszunk. És adott esetben nemcsak kis mennyiséget fogyasztunk el. De ebben semmi kivetni való nincsen, hiszen a kézműves sörök megtalálják a maguk piacát.

A Drehernek az a feladata, hogy kövesse a fogyasztói igényeket. Ha azt látjuk, van érdeklődés új ízvilágok iránt, és a magas minőségért adott esetben még többet is hajlandó fizetni a fogyasztó, akkor nekünk is lépést kell tartanunk ezzel. Most a mi változásunk is erről szól. A korábbi évekkel ellentétben a magas minőségű sörökre helyezük a hangsúlyt.

– Korábban, pár évtizeddel ezelőtt a sörök és borok közötti árárány sokkal nagyobb volt. Ma is nyilván érvényesül ez, de kisebb mértékben. Mi okozza a sörök magasabb árfekvését?

– Egyrészt a sör az egy olyan termék, ami mezőgazdasági alapanyagokra épül. Ez nagyban befolyásolja a termék árát, amire reflektálni kell valahogy, mint ahogy arra is, hogy növekednek a bérköltségek. Ez az egyik dolog. A másik, hogy a sörfogyasztásnál mostanság a magasabb minőségű sörök jelentős teret kaptak. A növekedés két számjegyű a prémium és a szuperprémium kategóriában, ami azt jelenti, hogy egyre többet hajlandók az emberek a minőségért fizetni.

Ennek ellenére a sör kategória még mindig messze el van maradva a

borkategóriától, a borok által felépített pozitív megítéléstől. Ugyanis az utóbbi kategóriának van egy pozitív töltete, hiszen ha csak „átvittven is”, de ismerjük a termelőt, a borászt, és „tudjuk”, hogy miért ezt vagy azt a bort vesszük le a polcra. A söröknél ez messze nincsen így. Talán a kézműves sörök esetében kezd kialakulni ez az ismeret.

– Hogyan folyik a termékfejlesztés?

– Először is figyeljük a fogyasztási trendeket Magyarországon és globális szinten is. Ezekhez próbálunk termékeket fejleszteni. Ez klasszikus esetben úgy zajlik, hogy fejlesztünk valamit, amiről azt gondoljuk, hogy releváns lehet, és ezt teszteljük a fogyasztókon. Ez egy kutatás keretében zajlik, ahol az alany vagy azt mondja, hogy „tragikus”, vagy pedig azt, hogy ez ízlik nekem. Az utóbbi esetben a termék koncepció finomhangolása következik, ami már érinti az ehhez kapcsolódó kommunikációt is. Így született meg például a tavaly piacra lépett Pale Ale és a Red Ale termékünk.

De létezik olyan opció is, amikor egy limitált szériát tesztelünk szűkebb körben, és az ottani visszajelzések alapján döntünk arról, hogy szélesebbre tárjuk-e a termék előtt a kapukat, vagy sem.

– Hozzáértőktől hallottam, hogy a jó sör alapja a jó víz. Mondhatni ez az alfája és omegája a dolognak, akárcsak a whiskynek.

– A Dreher Sörgyárak helyzete kivételes, hiszen nekünk saját kútjaink vannak, amelyek nemcsak hogy ivóvíz, hanem forrásvíz minőségűek, tehát ha akarnánk, akkor holnap ezzel is meg tudnánk jelenni a boltok polcain. De ha már az alapanyagok szóba kerültek, akkor hadd jegyezzem meg, hogy az alapanyagainak zöme, mintegy 80–85 százalékuk, hazai forrásból származik. Mivel idehaza nem nagyon van komlótermesztés, ezt a tőlünk északabbra lévő országokból szerezzen be.

– Mik a további tervek, mi az irány?

– Azt az irányt kell folytatnunk, amit most kijelöltünk magunknak. A prémium termékek vannak a középpontban, ezt a portfóliót támogatjuk.





De tartogatunk a tarsolyunkban az elkövetkezendő évre jó néhány innovációs ötletet. Itt ismét visszacsatolnék arra a korábbi gondolatomra, hogy figyeljük a globális trendeket. Mi azt látjuk, hogy van még egy sor olyan terület, ahol a következő években a magyar fogyasztók is érdeklődést mutathatnak néhány olyan szegmens iránt, amelyek egyébként egy szélesebb, globális környezetben már népszerűek.

– A most elindított, beindított folyamatok már az ön munkásságnak az első gyümölcsei?

– Úgy gondolom, hogy igen. Amikor idekerültem másfél évvel ezelőtt, akkor azt a feladatot kaptam, hogy új irányba fordítsam a Dreher Sörgyárak fejlesztését. Néhány hónap alatt egy új stratégiát dolgoztunk ki, ami visszatérést jelent a dreheri filozófiához, miszerint mindig jó minőségű és prémium termékeket állítunk elő a hagyományok megtartása mellett.

Ezenkívül megújult a vállalat vezetői csapata is, ami azért fontos, mert ez a team már egy újfajta szemléletmódot, másfajta gondolkodásmódot képvisel. Persze még nagyon kevés idő telt el ahhoz, hogy ezeket visszaigazolják. Mindenesetre a gazdasági számaink jó irányban haladnak, az árbevételünk emelkedik, javulnak a gazdaságossági mutatóink.

– Egy stratégia egy menedzsmenti döntés és hosszú hónapok munkájának gyümölcse, ha lehet így fogalmazni. Azért megpróbálná felvázolni a sarokpontokat néhány mondatban?

– Megnéztük, hogy az a stratégia, amit eddig a vállalat követett, milyen eredményeket produkált. Ebből le tudjuk szűrni a konzekvenciát. Ezután megnézzük, hogy mire van szüksége a vállalatnak a jó működéshez. Utána le kell tudnunk rajzolni egy jövőképet, ami ehhez kapcsolódik. A mi jövőképünk relatíve egyszerűen összeállt, mert van egy márkaoldalról elképzelt jövőkép, és van egy gazdasági elképzelésünk. Ezt a kettőt fel kellett vázolnunk, és végig kellett gondolnunk, hogy hová akarunk eljutni öt év múlva, és hogy milyen út visz el minket oda.

Ehhez összeraktunk magunknak egy öt évre szóló tervet, amelyben évenkénti lebontásban meghatároztuk a rövid távú célokat.

Ebben benne van néhány logikus dolog, például olyanok, hogy ha a fogyasztó prémium terméket akar, akkor prémium terméket kell kínálni. Adódik, hogy a Dreher az egy prémium márka, ezt kell fejlesztenünk, hiszen ez nagyon jó platform. De megnéztük, hogy milyen a konkurencia portfóliója, megnéztük, hogy a miénk milyen, és azt láttuk, hogy rengeteg rés van még. Ebből megint csak az adódik, hogy a ki nem használt területekre kell koncentrálnunk, és

ennek megfelelően kell bővítenünk a kínálatunkat. Ezek a dolgok aztán egymásra épülnek.

Nagyjából így épül fel egy stratégia. Egy vezetőnek lehet elképzelése a vázról, de kell hozzá egy vezetői közösség, amelyben mindenki hozzáteszi a saját elképzelését. De nálunk még szélesebb körű egyeztetés született, hiszen a terveinket a középvezetőséggel is megvitattuk. Így alakult ki egy olyan stratégiai vonal, amit mindenki a sajátjának vall. Ez szerintem így jó és normális lezárása ennek a feladatnak.

– Felmerül bennem a kérdés, hogy konkurencia oldaláról a söriparban mindegy, hogy egy gyár itt van, vagy pedig ötszáz vagy ezer kilométerrel odébb?

– Nagyjából mindegy, hiszen mi nem a gyárakkal, hanem a piaccal foglalkozunk. Mi azt nézzük, hogy a fogyasztó számára mi a fontos, és azt, hogy számukra hogyan tudunk egy közkedvelt termékkel előállni.

– Lassan több mint egy órája beszélgetünk, és nem lehet nem észrevenni, mi több, elmenni amellett szó nélkül, hogy önből árad a nyugalom. Ülünk az italkultúra történelmi fellelőházában, másról sem esik szó szinte, mint a piacról, a kihívásokról, de szikrányi sem érződik a nyomásból, ami pedig kétségtelenül létezik. De végigtekintve a karrierjén, azt látjuk, egyik állása sem volt „babazsúr”. Mit használ stressz ellen?

– Lehet, hogy furcsa, de én harminc éve azzal kelek fel, hogy bármikor ajtót mutathatnak. Tulajdonképpen nemcsak nekem, de bármelyik vezetőnek,

„EGY VEZETŐNEK
LEHET ELKÉPZELÉSE
A STRATÉGIAI VÁZRÓL,
DE KELL HOZZÁ EGY
VEZETŐI KÖZÖSSÉG,
AMELYBEN MINDENKI
HOZZÁTESZI A SAJÁT
ELKÉPZELÉSÉT”

és túlzottan indok sem kell. Én mindennap úgy jövök be dolgozni, hogy a legjobbat hozzam ki magamból, ha ez elfogadható, akkor jó, ha nem, akkor tovább kell állni, vagy így, vagy úgy. Ez a szemlélet egyébként azzal is jár, hogy az ember megtanul jól dolgozni. Másrészt én nem gondolom, hogy a stresszből fakadó, feleslegesen vibráló légkör hosszú távon konstruktív a vállalat szempontjából. Sokkal inkább azt gondolom, hogy egy támogatói magatartással előrébb lehet jutni.



Másfelől meg van néhány kis titok. Az ember megpróbálja olyan vezető munkatársakkal körbevenni magát, akik képesek a stresszt hasonlóképpen kezelni, mint jómagam. És ha ez így van, akkor a legnehezebb pillanatokban is normális hangvételű viták folynak, konstruktívák és nem személyeskedők. Továbbá én tisztázni tudom magamban azt, hogy mi az, amit meg tudok oldani, és mi az, amit nem, és éppen ezért csak azon aggódom, amin

muszaj. És még egy nagyon fontos dolog: hogy amikor kimegyek a sörgyár kapuján, akkor a gondokat igyekszem itt hagyni.

– **Ezek szerint nem viszi haza a problémákat?**

– Biztos, hogy nem. Én soha nem beszélek munkahelyi dolgokról otthon, mert úgy vélem, ez nem oda tartozik. De, és ezt már meg akartam említeni a japán munkamentális kapcsán is, hogy itt egy olyan vezetői közösség dolgozik, amelyik azon fáradozik, hogy ha innen valaki hazamegy, akkor ne dolgozzon.

Menjen haza időben, és foglalkozzon a családjával. Legyen hatékony abban a nyolc órában, amikor bent tartózkodik a munkahelyén. Ezt vallom egyébként magam is. Azért, mert nagy az anyagi felelősség, vagy sok ember dolgozik itt, nem gondolnám, hogy nekem húszóráznom kellene. Ez nem jelenti azt, hogy ha hazamegyek, akkor nem nézek bele a levelezésembe. Néha válaszolok is, ha kell. De ez nem szül jó vért, mert a megszólított kolléga úgy érezheti, hogy azonnal választ várok. Szóval vannak még technikák, amelyeket ilyen értelemben még tanulnom kell.

Kialakultak stresszkezelési módszereim. Több tíz éve fallabdázom, de mellette vannak állandó téli és nyári sportágaim is. Télen sítúrázom vagy sífutok, ha erre lehetőség adódik. Nyáron bringázom vagy túrázom, de most helyet kapott egy kutya is az életünkben, ami egészen új élethelyzeteket tud teremteni (*nevet*), jókat, rosszakat, de az embert teljesen kikapcsolja. Ezek így összességében mind jó pillanatok.

– **Akkor egyáltalán nem beszélünk munkamániáról?**

– Nem, egyáltalán nem, teljesítményfókusz van. Amikor például adott esetben hétvégén e-mailt váltunk a kollégákkal, az azért van, mert akarunk erről beszélni, és nem azért, mert kell, vagy elvárás.

– **Mindent értek, de adott esetben a feszültség kikerülhetetlen, akár akarunk vele foglalkozni, akár nem. Ráadásul egy olyan piacról beszélünk, amit még az égiek is sújthatnak, hiszen ha beborul az ég, akkor visszaesik a forgalom.**

– Ez pontosan így van. A sörpiac olyan, mint a kólapiac, amit nagyban befolyásol az időjárás, és ha egy ilyen vis major helyzet van, akkor lehet azon gondolkozni, hogy miként fogjuk hozni a rövid távú profitcélkitűzéseket.

De van egy nagyon nagy különbség. Míg Magyarországon a Coca-Cola egy jelentős piaci részesedéssel bír, addig a söriparban három nagyjából azonos szereplővel kalkulálhatunk. Itt a versenykülönbség vagy kompetitív előny körülbelül három hónapig tart. Mert ha a konkurencia meglátja, hogy mivel jöttem ki, észleli, kifejleszti saját megoldását, és a harmadik hónapban már biztosan kijön egy hasonló termékkel.

– **Negyed év alatt képes egy cég tabula rasa-t csinálni? Vagy el tud indítani egy terméket?**

– Nem biztos, hogy termékről van szó, hanem talán csak egyszerűen



piacmegközelítésről, értékesítési, logisztikai módszerekről. Azért ne felejtjük el, hogy nálunk is van egy szezon: ha nem hoztam ki egy terméket áprilisban, májusban, akkor hiába látom, hogy a versenytárs kihozott valami újat, én a legnagyobb jóindulattal is már csak szeptemberben érhetem utol. De ha csinálok egy jó fogyasztói promóciót, ha egy másfajta megközelítést, vagy egy újfajta vevőkiszolgálást alkalmazok, akkor azt a konkur-



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



rencia látja, hiszen ez egy amolyan hétköznapi marketing kommunikáció lesz.

– **Akkor a Mi kis falunkra a Drága örökösök volt a válasz?**

– Még az is lehet! *(Nevet.)*

De tudja, András, ez is úgy van, hogy nem lehet soha tiéd egész világ, van mindig hely másoknak!

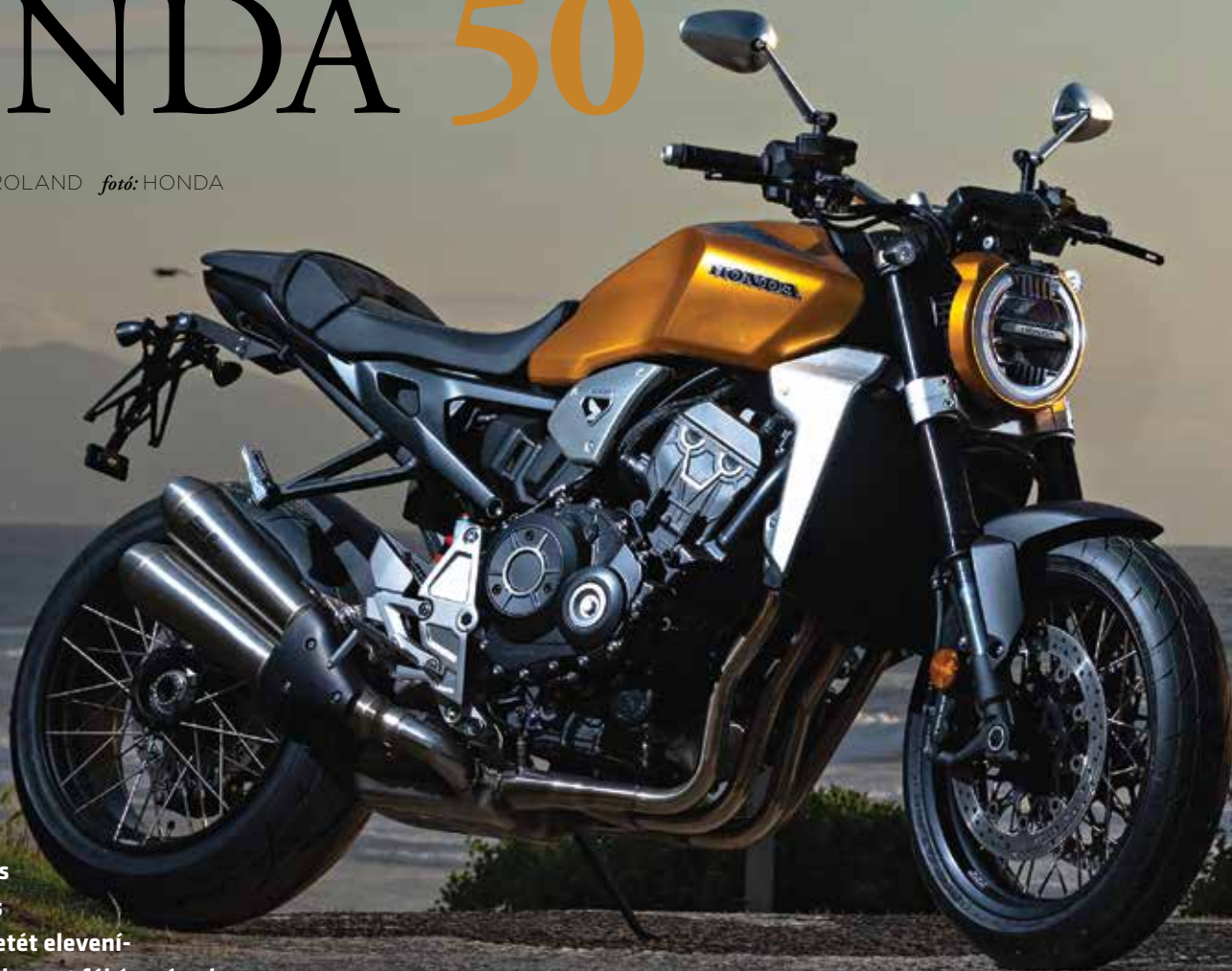
MOTOR

WHEELS AND WAVES

HONDA 50

írta: MIFERFIÁK, KÖKÉNY ROLAND *foto:* HONDA

Idén is ott volt a Honda Motor Europe a legendás Wheels & Waves fesztivál kiállítói között. A nyolcadjára megrendezett motoros találkozón a négyhengeres Hondák ötven éves történetét eleveníti fel a japán márka, ugyanis pont fél évszázada, 1969-ben kezdődött meg a Honda CB750 forgalmazása.



A HONDA 2019-BEN, A CB750 PIACI BEVEZETÉSÉNEK 50. ÉVFORDULÓJÁT ÜNNEPLI, EZÉRT AZ ELMÚLT FÉL ÉVSZÁZAD ÖSSZES JELENTŐS SOROS, NÉGYHENGHERES HONDA MOTORKERÉKPÁRJÁT KIÁLLÍTOTTA A W&W HELYSZÍNÉÜL SZOLGÁLÓ BIARRITZBAN, SŐT A LEGSZEBB EURÓPAI ÁTÉPÍTETT CB1000R-EKET IS ELHOZTA.

A Wheels & Waves (W&W) egészen más, mint a többi épített motorok köré szerveződő fesztivál, különösképp, hogy számtalan japán és amerikai belpiacos modellt láthatnak az érdeklődők. Sajátossága, hogy a szőrös és gördeszkás szubkultúra követőinek is otthont ad, és persze jobbnál jobb zenekarok váltják egymást a baszkföldi tengerparton. A Honda 2019-ben, a CB750 piaci bevezetésének 50. évfordulóját ünnepli, ezért az elmúlt fél évszázad összes jelentős soros, négyhengeres Honda motorkerékpárját kiállította a W&W helyszínénél szolgáló Biarritzban, sőt a legszebb európai átépített CB1000R-eket is elhozta, hogy rámutasson: a „Neo Sport Café” modellesalád zászlóshajójában fonódnak össze a nagynevű ősök legjobb tulajdonságai.

A CB125R, CB300R, CB650R és CB1000R típusú felvonultató „Neo Sports Café” familia tagjai nem egyszerű retró motorkerékpárok, sokkal inkább ultramodern klasszikusok, melyeknél a régmúlt szemet gyönyörködtető formai elemeihez a legújabb,

leghatékonyabb műszaki megoldások társulnak. A 12 egyedi, lélegzetelállító custom CB1000R

egyebek mellett Franciaországból, Olaszországból, Spanyolországból és Svájcól érkezett, s kordokumentumként ott állt mellettük egy eredeti, 1969-es CB750 is, ami az elmúlt évtizedek soros, négyhengeres Hondáinak állít emléket.

A Honda CB750 olyan volt 1969-ben, mint egy látomás – tulajdonképpen minden téren új mércét állított. Azon túlmenően, hogy ez volt a világ első sorozatgyártású soros, négyhengeres, 750 cm³-es motorkerékpárja, első szériamotorként kapott önindítót és alapáras tárcsaféket.

Eredetileg az Egyesült Államok piacára szánták, még hozzá roppant versenyképes, 1495 dolláros áron, de



Wheels & Waves



A Wheels & Wavesnek (ti. herekek és hullámok) a franciaországi Biarritz ad otthont évről évre. A különleges rendezvény a motorosok, a deszkások és a szörfösök között teremt kapcsolatot, s igen népszerű, hiszen a zenét, a stílust és a filozófiát illetően is teljesen egyedülálló. A résztvevők szörf- és flat track-versenyeket, egyedi motorkerékpárokat, valamint koncerteket is láthatnak, így minden pilótának, deszkásnak és hullámlovasnak garantált a tökéletes kikapcsolódás.



híre villámgyorsan terjedt szerte a világon, és meg is alapozta az elkövetkező ötven év sikereit.

A Honda kiállítási területén három egyedi építésű CB750R is helyet kapott, ezek a spanyol Dream Garage custom motoroknak kiírt versenyén álltak rajthoz. A Hakuba Motostól érkező, Alfredo névre keresztelt átépítést például Freddie Spencer CB750R-je inspirálta, műszaki színvonaláról pedig sokat elárul, hogy ott volt a Jaizkibel hegy-ségbe vezető Punks Peak futamon, amivel az ötnapos fesztivál vette kezdetét. Svájcot két nagyon

különböző CB750R képviselte Franciaországban. Egyikük CB750R-adical fantáziánéven, a Fuhrer Moto és Gannet Design munkájaként látott napvilágot, agresszív megjelenését Walter Oberli terepmintás fényezése és a Rotobox karbonkerék-garnitúrája teszi teljessé. Közvetlenül szomszédságában állították közszemlére az Africa Four CRF750R-t, ami a jelenleg forgalmazott Honda motorkerékpárok egyedi megoldásait vonja össze, s olyan részletek varázsolják igazán különlegessé, mint az aranszínű felnigarnitúra, a CRF450R-fejdom

vagy a HRC-témájú fényezés. A Honda Italy három motort hozott Biarritzba, melyek közül aligha nem az aranyba öltöztetett, álomszép „The Tribute” a legérdekesebb – tervezőit az 1969-es CB750 eredeti színei ihlették. Franciaországból négy egyedi CB750R sereglett össze a Honda standjára, ezek közül egy a biarritzi 3C Motos motorkerékpár-kereskedés szakembereinek munkája. Feketére fényezett alkatrészeivel vélhetően a W&W egyik legfeltűnőbb szereplője volt.

ÚJ PEUGEOT 508 SW

WHAT DRIVES YOU?!



5ÉV*
GARANCIA

max. 100 000 KM-ig

Csak magánszemélyeknek,
további feltételek
teljesülése esetén.**

PEUGEOT i-Cockpit® VEZETŐHELY

NIGHT VISION RENDSZER²

ADAPTÍV TEMPOMAT STOP & GO FUNKCIÓVAL³

MOTION & e-MOTION



PEUGEOT

¹És Önt mi hajtja?

²Éjjellátó rendszer. Változattól függően opciós vagy nem rendelhető felszerelés.

³Változattól függően széria-, opciós vagy nem rendelhető felszerelés.

*Minden 2019. június 3. után megrendelt, minden magánügyfél számára új autóként értékesített, új Peugeot 508 SW személygépkocsi vásárlása esetén a 2 év szerződéses gyári jótállás mellé most +3 év kiterjesztett Optiway Optimum szerződéses jótállást adunk ajándékba. Az Optiway Optimum szerződés keretében nyújtott jótállás a 2 éves szerződéses gyári jótálláson túl érvényes, a gyári szerződéses jótállással megegyező szolgáltatásokat tartalmaz, és az autó első tulajdonosának történő átadásától számított 5 évig vagy 100 000 km-ig (amelyiket előbb eléri az autó) érvényes. Az akció visszavonásig érvényes. **A gyári szerződéses jótállás és az Optiway Optimum szerződés keretében nyújtott jótállás szolgáltatásai kizárólag abban az esetben vehetők igénybe, ha az adásvételi szerződésben, a Szerviz- és Garanciafüzetben és a Szolgáltatási Szerződésben foglalt feltételek és körülmények egyidejűleg teljesülnek.

A PEUGEOT A TOTAL-T AJANLJA.

Vegyes fogyasztás WLTP szabvány szerint: 5,384–7,784 l/100 km, CO₂-kibocsátás: 141,29–175,47 g/km.

Vegyes fogyasztás NEDC szabvány szerint: 3,9–5,7 l/100 km, CO₂-kibocsátás: 101–132 g/km.

DUNAKANYAR

AZ IDEÁLIS EGYNAPOS KIRÁNDULÁS

írta: KÖKÉNY ROLAND *foto:* PEUGEOT

Hatalmas terület az Észak-Dunántúl, amelynek egy kis, de annál izgalmasabb szelete a Dunakanyar. A megszokott irodalmi útravalónk sem maradhat el, hiszen Balassi Bálint és Babits Mihály versei Esztergomhoz kötődtek, az egyiknek nyaralója volt itt, a másik pedig a vár ostromakor vesztette életét. Vagy Áprily, aki Visegrádon találta meg a nyugalmat szeretett Erdélyének elvesztése után. Úgy látszik egy egy verses utazás lesz, a költők a vidékén. Rajta hát!



BUDAPESTET ÉSZAK FELÉ A BUDAI OLDALON ELHAGYVA SZENTENDRE AZ ELSŐ JELENTŐS TELEPÜLÉS.

A hangulatos kisváros szűk, zegzugos utcáival, szerb és dalmát házaival, ortodox templomaival és Duna parti sétányával vonzotta és vonzza most a művészeket és a művészetek kedvelőit is. Az 1967-ben alapított Szabadtéri Néprajzi Múzeum szintén érdekes programokkal színesíti egyelőre hazai tájegységet bemutató településeit, melyek között akár az ipari műemléknek számító vonattal is utazhatunk. A Dunakanyar ékszerdobozának nevezett város megérdemelten a – Művészetek városa – elnevezést. A 20. században művészek is felfedezték a sajátosan





A BAZILIKA 17 MÉTER
VASTAG FALAI KÖZÉP-
EURÓPA LEGVASTAGABB
FALRENDSZERÉT ALKOTJÁK





VISEGRÁDI BOBPÁLYA

A Visegrádi bobbpálya nemcsak a Dunakanyar, hanem Magyarország legismeretebb bobbpályája. A Nagyvillám-kilátó mellett található bobbközpontban két pálya is kanyarog a hegyoldalban, a nyári illetve az alpesi bob. A két pálya nagyjából egymással párhuzamosan fut. A bobozni vágyók a hegytetőre a 250 méter hosszú felvonóval jutnak fel, hogy végigmehessenek a 10–12 kanyarral élvezetesebbé tett 700 méter hosszú lesikló szakaszon. A hagyományos medres bobbpálya csak nyáron üzemel, de az Alpesi bob az év minden napján várja a vendégeket. Eső vagy hó esetén az utóbbinál plexi tetővel szerelik fel a bobokat. Visegrádi bobbpálya Lesiklás közben a bobok 35 méter szintkülönbséget tesznek meg az 5–6 perces menetidő alatt. A létesítmény 1991 óta várja a vendégeket, 2002 óta üzemel két pályával.



mediterrán hangulatú várost, sorra jöttek létre a művésztelepek, kolóniák.

Leányfalun Móríc Zsigmond hajdani háza ma múzeum, Visegrádon a Fellegvár mellett Áprily Lajos sírja mellett érdemes elmélázni egy kicsit. Magyarország egyik legkisebb, és egyik legrégebb városa. Visegrád a Dunakanyar legszebb és leglátogatottabb vidéke, ahol a táj és a történelmi emlékek harmonikus egységet alkotnak. Magyarország egyik legnépszerűbb kirándulóhelye rengeteg látnivalót és kikapcsolódási lehetőséget nyújt az ide látogatóknak. A város jelképének számító, a Visegrád felett magasodó hegyen fekvő Fellegvár nemcsak az állandó kiállításai miatt, hanem az innen elénk táruló panoráma miatt is kihagyhatatlan látnivaló.

Dömösön a hajdani prépostság romjai, Pilismaróton a Heckenast Villa az érdekes, ahol állítólag Deák kidolgozta a kiegyezés tervét. A dömösi Prépostságot 1107-ben alapította Szent Margit tiszteletére Könyves Kálmán öccse, Álmos herceg, aki palotájának egy részét is a prépostság rendelkezésére bocsátotta. A hajdani kéttornyú, háromhajós, félköríves szentélyekkel záródó román stílusú templomnak, valamint a déli oldalán álló egykori királyi kastély, és a prépostság épületének napjainkra csak alapfalai maradtak meg. Az épületegyüttes a török megszállás ideje alatt pusztult el. Az altemplom rekonstrukciójával a Dunakanyar lenyűgöző műemléke vált megismerhetővé a nagyközönség számára, amely jelentős emléke az Árpád-kori építőművészetnek.

TÚRABAKANCSOS OPCIÓ

A Rám-szakadék a Dunakanyar legnépszerűbb túracélpontja, Dobogókő és Dömös között, mintegy 1 km hosszan húzódik. Lenyűgöző természeti szépsége miatt a térség legismertebb kirándulólhelyei közé tartozik, de nem csak a környékről, hanem az egész országból sokan felkeresik. Maga a Rám-szakadék egy vulkáni eredetű, észak-déli irányban futó szurdokvölgy. A szakadék összeshűkülő sziklafalai néha merőlegesek, de vannak befelé dőlő falai



is. Mélység több helyen meghaladja a 35 métert is, míg szélessége helyenként a 3 métert sem éri el. A Rám-szakadék képe az eróziós és talajképződési folyamatoknak köszönhetően napjainkban is folyamatosan változik. A mederben található vízfolyás a szakadék feletti Három-forrás völgyből,



valamint a szurdokvölgy oldalában eredő forrásokból származik. A túrázók közlekedését kiéptett kapaszkodók és korlátok segítik. A zuhatagok mellett több helyen létrák segítenek a szintkülönbségek legyőzésében. A szurdok Dömös és Dobogókő felől végigjárható, azonban javasolt a Dömös felől megközelítés. Felfelé mászni sokkal biztonságosabb és könnyebb.



Esztergom az ország szakrális központja, ahol a Bazilika mellett az altemplom, a Prímás Pince, a Duna Múzeum és Babits egykori nyaralója is fontos látványosságok, hacsak nem a fürdő miatt érkezünk a városba. Az Esztergomi Bazilika a Dunakanyar meghatározó építménye, egyben Magyarország legnagyobb temploma. Felépítéséhez négy esztergomi érsek munkája kellett. Teljes nevén Nagyboldogasszony és Szent Adalbert prímási főszékesegyház. A Bazilika a magyarországi katolikus egyház főszékesegyháza. A Bazilika belső alapterülete 5660 négyzetméter, 118 méter hosszú és 49 méter széles. Magassága az altemplomtól a kupola gömbjéig 100 méter. Középen elhelyezkedő félgömb alakú kupoláját 24 oszlop tartja, köztük 12 ablak található. A Kupola erkélyére a bejáratától közel 400 lépcső vezet fel. Az Esztergomi Bazilika kupola átmérője 33,5 méter. Az épület belülről a kupolánál 71,5 méter magas. A kupola feletti gömb átmérője 2,5 méter, a kereszt pedig 7 méter magas. A Bazilika 17 méter vastag falai Közép-Európa legvastagabb falrendszerét alkotják. A Bazilika épülete ad otthont Közép-Európa egyik legnagyobb egyházi műtárgy gyűjteményének, a Főszékesegyházi Kincstárnak, melynek világviszonylatban is kiemelkedő ötvös és textilgyűjteménye van.

A Visegrádi-hegységet és a Pilit délről kerülve Kesztlőc készlet megállásra, a jóféle helyi borok mellett a csodálatos ták és a közeli Klastrompuszta okán, míg a hegyek középpontjában Dobogókő, a hazai bakancsos turizmus bölcsője várja a kirándulni vágyókat.

vpt caravan

Sopron, Pozsonyi út. 15.

Tel.: 06 30 620 2222

hymer-magyarorszag.hu

Hymer, HymerCar, Eriba
márkakereskedés és szakszerviz



Álom luxusvitelben

EHYMER
PARTNER

FORMABONTÓ KOMBI

írta: KÖKÉNY ROLAND fotó: PEUGEOT

A Dunakanyar nemcsak a csodálatos természeti és történelmi látnivalók miatt érdekes, hanem azért is mert igazán változatos utakat találhatunk errefelé, amelyen nagyon jól lehet autózni, motorozni. Természetesen illik a "jóízlés" határán belül maradni, a hétvégi kirándulás forgalomban mindenképpen! Éppen ezért nagyon örültünk amikor megkaptuk a Peugeot meghívását, hogy az 508-as kombi verzióját ezen a környéken tegyük próbára.



Az európai gépjárműpiacon a D szegmens mintegy 1 400 000 gépkocsit ölel fel. A népszerűségi listát egy évtizede változatlanul a kombik vezetik. Hiába jelennek meg újabb és újabb karosszériaváltozatok, köztük az SUV, Európában jelenleg minden harmadik D kategóriás autó kombi. A szegmens kínálata megoszlik a többnyire tömeggyártó cégek kínálta nagyméretű hagyományos kombik és a kombik praktikumát dinamikusabb dizájnnal ötvöző prémium kínálat között.

A Peugeot döntése egyértelmű. A márka egy kifejezetten vonzó modell mellett tette le a voksát, mely a hagyományos stílusjegyekkel szakítva egy eddig csak a prémium gyártókra jellemző sportos és modern külsőt kínál.



Az ötven évvel ezelőtt útjára bocsátott 504-es modell mintájára kombijai megtervezések a márka mindig az adott modell limuzin változatából indul ki. Ennek megfelelően az új 508 SW is magán viseli a limuzin formabontó dizájnjának minden stílusjegyét. Ráadásul fellelhető benne a fél évszázaddal ezelőtti ős formavilága is.

A stílusban jól harmonizáló, funkcionális tetőrudaknak köszönhetően az autó majdnem ugyanolyan alacsony, mint a limuzin: alig 1,42 m. Ez majdnem 6 cm-rel kevesebb, mint az előző generáció esetében, ami a szegmensben elvárt

már ismerős, full LED-es 3D fényszórók foglalnak keretbe, az 508 SW erős és modern autó benyomását kelti. Az éjjel-nappal világító, változó fényerejű fényszóróknak köszönhetően oldalról és hátulról is folyamatosan láthatók a jellegzetes színes fénykarmok. A két krómozott kipufogóvég biztonságot sugároz és tovább erősíti az autó dinamikus jellegét.

A csomagtartóba való bepakolást jelentősen megkönnyíti az – egyes változatokon motoros működtetésű, lábmozdulattal nyitható – praktikus csomagtérajtó. A csomagteréküszöb nemcsak alacsony, de széles is: a limuzinnál 6 cm-rel alacsonyabb (mindössze 63,5 cm-re van a földtől) és 2,4 cm-rel szélesebb.



hátsó fejtér megőrzése mellett még jobb aerodinamikai jellemzőket eredményezett. Egyedülálló megoldás, hogy egy tömeggyártásra szakosodott cég egy kombin keret nélküli ajtókat alkalmaz, melyek a kisméretű ablakokkal tovább keskenyítik és még lendületesebbé teszik az autó sziluettjét.

A limuzintól egy az egyben megörökölt orr-rész továbbra is lehengerlő. A full LED-es fényszórók és a nappali menetfényt biztosító, függőlegesen futó, opálos fényű fénydiódasor exkluzív és különleges karaktert biztosítanak az új kombinak, melyet a hűtőmaszk közepén trónoló oroszlán és a motorháztető orrát díszítő „508” felirat csak még tovább erősít.

A hátsó részt vízszintesen kettészelő fényes fekete sávtól, melyet a limuzinról

A könnyedén eltávolítható kalaptartónak köszönhetően azonnal látszik a teljes rendelkezésre álló térfogat. A csomagtartó egyszerű formáival jól kihasználható, és a kalaptartó alatt 530 liternyi helyet kínál.

Összeségében az első randevú után azt mondhatjuk, hogy a kombi is hűen hozza azt a formabontó formavilágot amellyel korábban a limuzin változatot is piacra dobta a Peugeot. A kocsi minősége jó, felszereltségébe egészen extrém dolgok (éjjel-látó, sávtartó stb.) is beleférhetnek, és a Dunakanyar hegyi szerpentinjein kipróbálva állíthatjuk a motor, a futómű és a fék is remek, még ha erőltetett menetben használjuk az autót akkor is. Örülünk annak, hogy nemcsak mi, hanem a Peugeot is osztja azt a gondolatsort, hogy egy jó kombinál nincsen jobb autó! És az új 508 SW jó!



UTAZÁSOK HAJÓVAL

TÚL AZ ÓPERENCIÁN

írta: BARNA ANDRÁS *képek:* JURÁK ZSOLT



Utazás rovatunk szóbeli kalandozásainak során igyekeztünk igazán különleges országokat közel hozni olvasóinkhoz. Most azonban néhány oldal erejéig szögre akasztjuk a hétmérföldes csizmánkat, mivel rendhagyó módon most nem az utazás célja kerül a középpontba, hanem a módja, ugyanis hajóra szállunk. Kapitányunk a verbális tengerjárásban állandó szakértőnk, Jurák Zsolt lesz.



ZSOLT TÚL VAN AZ ÖTVENEDIK LUXUS HAJÓÚTJÁN, VALAMINT SOK RÖVIDEBB PÁR ÉJSZAKÁS FOLYAMI HAJÓÚTON.

Számos hajótársasággal utazott már, élhetőbb nagyságú és 220 ezer tonnás, közel hatezer utast és háromezer főnyi személyzetet szállító luxus-óceánjárón is. Több mint ötszáz napot töltött vízen, és nagy biztonsággal állítható, hogy nem lehet a témában

egyetlen kérdéssel sem megfogni. Hajónaplót vezet az útjairól, amelyben mindent tételesen rögzít, szerintem még a kapitányok nevét is, de ennyire a részletekbe nem mentünk bele. Elmondása szerint körbehajózta már a világot, és noha úgy érzi,

mindent látott, amit érdemesnek gondolt, szinte bármikor kapható egy ilyen utazásra. Ez olyannyira így van, hogy már két évre előre tudja, mikor száll ismét vízre. Ennek a tudatos tervezésnek jelentősége van, hogy miért, arra néhány gondolattal később visszatérünk. De először jöjjön a kezdetek kezdete!

– **Barna András: Egy olcsó poénnal kezdeném: szokták mondani, „ha jó”, akkor csónakázzunk! De valójában miért jó hajóval utazni?**



– Jurák Zsolt: A hajózás szinte minden tekintetben biztosítja a hiper-szuper nyaralást. Egyrészt a közlekedési eszközön alszol óriási kényelemben, nem úgy, mint például egy repülőgépen. Ehhez társul egy szinte végeláthatatlan programkínálat, és a legtöbb esetben egy kiváló és többszínű konyha és minden igényt kielégítő ellátás is.

Egy átlagosnak mondható nyolcnapos hajóúton általában ötször köt ki a hajó, és van három úgynevezett tengeri nap, amikor nincs megállás. De ilyenkor sem unatkozik az ember, hiszen rengeteg animátor számos programot ajánl.

Ez egy nagyon kényelmes formája az utazásnak. Egy hajóút alatt több országot meg lehet ismerni érintőlegesen. És itt az érintőlegességre esik a hangsúly, ugyanis egy országot hajóról megismerni szinte lehetetlen. Űdítő módon ez alól talán csak Ausztrália a kivétel, ahol gyakorlatilag mindenhol a tengerparton épültek a városok. Az összes többi országról legfeljebb csak egy jó benyomást szerzel, ami később majd arra sarkallhat, hogy visszatérj még oda.

De az is igaz, hogy teljesen más élmény hajóról megközelíteni egy adott várost. A kedvenc kikötőm Velence, Rio de Janeiro, Sidney. Mégpedig azért, mert semmihez sem fogható érzés megpillantani a Szent Márk teret, a cukorsüveg hegyet vagy az operaházat egy százharmincezer tonnás hajó teraszáról. És ez fordítva is így van. Ha a Szent Márk téren állsz, és jön feléd ez az óriási hajó, az lenyűgöző látvány. Az egyik utam után képes voltam három órát ülni parton, és várni arra, hogy megnézhessem, ahogy a hajónk elindul, immár nélkülem.

Összefoglalva: nagyon kényelmes, nagyon biztonságos és nagyon korszerű módja az utazásnak.

– Mikor volt az első hajóutad?

– Vissza kell mennem az időben egészen 2003-ig. Ekkor tettem meg az első utam, de ha nem lennék olyan elszánt az utazás tekintetében, mint amilyen vagyok, akkor ez lett volna az utolsó tengerre szállásom is. Volt abban valami sorszerű, hogy a hajót pont Carnival Destinynek hívták, ami végzetet jelent. *(Nevet.)* Minket is elért egyfajta végzet ezen az úton, ugyanis félúton elromlott a hajó a klímaberendezése. El lehet képzelni, milyen volt ez a rekkenő hőségben egy acéltestben. Nagyjából Barbadosnál aztán lerobbantunk. Vissza kellett fordulnunk Miami-ba, ezért az utazás két nappal korábban ért véget. Mint mindenki, én is már a hajón benyújtottam a kártérítési igényemet, s ennek az egyezségnek a vége az lett – hozzáteszem, hogy óriási szerencsére –, hogy a hajóút a végén összességében ingyen volt. Szóval ha ezt a nyaralást vettem volna alapul, akkor nem nagyon szavaztam volna bizalmat a továbbiaknak. De később

mégis rászántam magam, és nem bántam meg az újabb esélyt, hiszen egy fantasztikusan csodálatos élmény részese lehettem, ami tulajdonképpen a mai napig is végigkísér, és hajt, hogy minél több ilyen úton vegyek részt.

– Egy előzetes terv alapján indultál el?

– Az elején csak a kíváncsiság vezetett, és arra törekedtem, hogy minél több hajótársaságot megismerjek, hogy a későbbiekben majd ki tudjam választani a számomra legkedvezőbbet.



Utaztam amerikaiakkal, olaszokkal, és még sorolhatnám. Volt, amelyikkel csak egyszer, és volt olyan is, amelyiknél azt mondtam már a beszállás pillanatában, hogy én ki is szállnék, de azonnal, mert olyan volt a hajó és a körülmények. Utaztam a világ legnagyobb hajóján, de ez számomra borzasztóan zsúfolt volt. El lehet képzelni egy 220 ezer tonnás hajót, 5500 utassal, háromezer fős személyzettel. Ott aztán van nyüzsgés a ki-és beszállásnál.



Én úgy nagyjából belöttem magamnak a méretet: a 130–150 ezer tonnás hajókat szeretem. Ez se nem kicsi, se nem nagy, és jellemzően nem töltik túl őket.

Szóval mondhatni, hogy egy ideig faltam a hajótársaságokat, ha lehetőségem adódott, kihasználtam. Kivéve a nagyon drága, hatszillagos hajókat, ahol egy hét mondjuk ötezer dollárnál kezdődik. Ezt egyrészt nem is engedhettem meg magamnak, másrészt meg az ár-érték arány itt már azért jelentősen sérül.

– **Ha valaki abszolút kezdő, akkor hogyan kezdje a szervezést?**

– Mindenképpen a hajótársaságnál, ott fogja ugyanis az ember a legkedvezőbb ajánlatokat találni. Ennél már csak akkor jár jobban, ha magán a hajón foglalja le a következő utat, ugyanis annál, amit helyben megkap, nincs jobb ár. Ezzel az előrelátással egyfajta hűséget is vállalunk a következő utat illetően emiatt fog puhábban a ceruza.

Nekem volt, pontosabban lesz egy olyan hajóutam januárban az Indiai-óceánon, ahol a legmagasabb törzsutas- és egyéb promóciós kedvezményeket kihasználva az adott társaságnál, még a fél árnál is kedvezőbben tudok majd utazni.

Csak hogy lássuk a lehetőségek tárházát: ez százalékos lebontásban úgy jött ki, hogy a meghirdetett promócióra kaptam 20, a gyémánt kártyámra további 20, a hajón törtető foglalásért még 10, a prémium kabinért 10 százalék kedvezményt, és miután ez egy vadonatúj hajó, még erre is adtak 5 százalékot.

Összességében a kéthetes út így 1200 euróba kerül all inclusive ellátással,

teraszos kabinnal és prémium italcsomaggal, az összes illetékkel együtt az indiai óceán mesés szigetei között. Azt hiszem ez jó ajánlat 😊.

– **Ilyen nagy szerepet játszanak a kedvezmények?**

– Igen, mindenképpen nagy a jelentőségük. Ha korszakokra bonthatnám az útjaimat, mindegyiknek megvoltak a maga kedvencei. Volt, hogy az amerikaiakat szerettem, és az olaszokat kevésbé. Most éppen fordítva van, s ebben

közrejátszik a hűségakciók evolúciója is. Például amikor a Royal Caribbean társaságnál voltam kezdő törzsutas, akkor szinte minden másnap valamilyen ajándékkal kedveskedtek. Most, hogy a gyémánt plusz – ami az utolsó előtti, de már nagyon magas szint – kategóriába kerültem, nem hogy ajándék nincsen, de számos privilégiumot is visszavettek.

Vannak olyan társaságok, amelyiknél pont az ellentéte van, és nagyon okosan manipulálják a hűségakciókat. Egyrészt beleviszik az embert egy spirálba, amiben az van, hogy ha nem utazol velük három évig, akkor az addigi összes korábbi bónuszodat elveszíted.

Az amerikai társaságoknál ugyan nem vesztet el, viszont

náluk igen sokat kell utazni ahhoz, hogy valami pluszt kapjon vissza az ember. Az is tény, hogy azok a pluszok, amiket viszont visszakapsz, messze túlmutatnak minden elváráson. Például eljönnek a poggyászomért, elviszik a hajóra, elviszik a szennyes ruhát, kimossák és visszahozzák, vagy az egész út alatt rendelkezésedre állnak fine dining vacsorák, és sorolhatnám a további hozzáadott értékeket.





ÉN ÚGY NAGYJÁBÓL BELŐTTEM MAGAMNAK A
MÉRETET: A 130–150 EZER TONNÁS HAJÓKAT
SZERETEM. EZ SE NEM KICSI, SE NEM NAGY, ÉS
JELLEMZŐEN NEM TÖLTIK TÚL ŐKET





És természetesen ezeken felül a százalékos kedvezményeik is igen jelentősek.

– Jó ideje az árak és kedvezmények tengerén hajózunk. Lehet, hogy kissé sántít majd a kérdésfeltevés, de az ember társaságot vagy utat választ?

– Engem mindig az útvonal érdekel, az, hogy hova szeretnék menni, vagy hova szeretnék visszatérni, és ennek a célnak az érdekében hozok kompromisszumokat a választott társaságokkal kapcsolatban. De látni kell, hogy a körülmények egy hajós utazás során speciálisak, ezért nagyon oda kell rájuk figyelni. Éppen ezért bontsuk ketté a két dolgot.

Mondok egyszerű, de mégis fontos példákat: Az amerikai társaságok esetében például számos felvágottnál generállízzel találkozunk, mert az egészségügyi

előírások miatt csak Miami-ban vételezhetnek. Ezzel szemben az európai társaságoknál mások az ízek, és a gasztronómiai választék is teljesen más.

De mondok még mást is. Az egyik általam nagyon kedvelt amerikai társaságnál a koncepció, hogy minél újabb és modernebb hajókkal utaztassanak. Ezzel szinte párhuzamosan észrevehető az is, hogy mindig egy picit kisebbek lesznek a kabinok, mivel valahol az a cél, hogy minél több hálóhely legyen, ezáltal több utas is. A verseny borzasztóan erős, árakat nem nagyon lehet emelni, mert egyre több hajózási társaság van a piacon. Ezek a társaságok újabb és újabb hajókkal utaztatnak, szolgáltatásaikban egyre inkább olyan csodákkal próbálják meg odacsábítani az utasaikat, ami korábban elképzelhetetlen volt. A nagy árverseny



miatt tehát valahol máshol kell keresni a megoldást, így ezért nem véletlen, hogy mondjuk egy hajóba száz kabinnal többet tesznek be.

Visszatérve a kérdés második részére: Korábban mindig a desztinációt tartottam a legfontosabbnak, és mindig megnéztem, milyen kikötőkben állunk meg a hajóút során. Utána mérlegettem a társaságokat, hogy a Royal Caribbean, Celebrity vagy Carnival legyen például. Ez volt tehát a korábbi mechanizmus. Most, hogy nagyon sokfelé jártam már, szinte nincs is olyan új hely, ahova el tudnék menni hajóval. Eddig ötszázöt napot hajóztam, háromszáz kikötőben jártam, szinte mindent láttam, amit akartam, ezért a döntésem fókuszában a hajó kényelmi foka, a szolgáltatások és az apró hozzáadott értékek állnak.

– Ha valaki soha életében nem utazott még hajón, de most mindenképpen el szeretne menni, és tanácsért fordul hozzá, annak mit javasolnál?

– Egy biztos: hogy kimondjam az áment valamire, előzetesen egy nagyon hosszú beszélgetést kell lefolytatnunk. Miért? Azért, mert a hajók, hajós társaságok jellemzően bizonyos tematika mellett hirdetik magukat. Van például a Carnival, ők úgy hirdetik magukat, hogy „fun ship”, és a harmincas-negyvenes generációt célozzák meg.

A Disney-ről a nevéből fakadóan is lehet gondolni, hogy a gyermekes családokra fókuszálnak. Hozzáteszem persze, hogy én még negyvenéves koromban is kiválóan éreztem magam, és rohantam fotózkodni Mickey

egérrel, Donald kacsával vagy éppen imádtam együtt reggelizni Guffyval. Az amerikai hajótársaságok többsége az ötvenes-hatvanas korosztályt szólítja meg a programjaival. Nem ritka az sem, hogy a tengeri napokon tudományos előadásokat tartanak. De ezeken a hajókon a show-műsorok is mások. Találkozhatunk olyan helyzettel is, mint például a Cunard társaság hajóin, ahol este hat óra után elvárt öltözet az öltöny, és ha ezt elfelejtjük, akkor erre figyelmeztetnek is.

– Biztosan számosan utazni vágyót sokkal prózaibb okok tartanak vissza a hajózástól. Van, aki a repüléstől fél, és van, aki a tengeribetegségtől.

– Nem mellékes kérdés, és erre oda is kell figyelni, ha valaki tudja magáról, hogy érzékenyebb a gyomra, és attól fél, hogy mi fog vele történni... Nálam az 510 hajón töltött naphoz talán négy olyan akadt, amikor a gyomrom nagyon háborgott a tenger miatt. Egyszer Ausztráliánál és a Horn-foknál, egyszer pedig Barbadosnál. Egyébként – és itt a lényeg – az újabb hajókon már olyan jó stabilizátorrendszerek szolgálják a zavartalan kényelmet, hogy a nagyobb hullámokat sem lehet megérezni. Ha valaki elsőbálozó hajózás tekintetében, akkor azt javasolnám neki, hogy egy három éven belül épült hajón utazzon. Aki ennél is aggodósabb, az igyekezzen minél lejjebb és a hajó közepére kabint foglalni. Rutinosnak mondhatom magam, de erre mindig odafigyelek: minél magasabban vagyunk, annál jobban érzékeljük a kilengést. Aki először utazik, és a hajó elejébe vesz kabint, nagy hibát követ el, ugyanis ott a legrosszabb a helyzet.

– A kabinok árai eltérőek attól függően, hogy hol helyezkednek el?

– Igen, mégpedig jelentősen, attól függően, hogy a hálóhely külső, belső, teraszos, junior kabin vagy grand lakosztály. Nagyon érdekes, hogy a drágább szobák mindig feljebb vannak. Van olyan társaság, ahol a komornyikos lakosztályok a hajó legeslegelején vannak a

EDDIG 510 NAPOT HAJÓZTAM, 310 KIKÖTŐBEN JÁRTAM, SZINTE MINDENT LÁTTAM, AMIT AKARTAM, EZÉRT A DÖNTÉSEIM FÓKUSZÁBAN MA MÁR A HAJÓ KÉNYELMI FOKA ÁLL

legfőbb két szinten. Ez addig szép és jó, amíg az időjárással minden rendben van. De abban a pillanatban, hogy egy kis szél támad, én semmi pénzért nem cserélném el ezt a helyet egy alsó kabinnal.

– Ha mondjuk abszolút értékben szembeállítjuk a hajós utazást egy ugyanolyan végcélú „hagyományos” utazással, akkor azt gondolhatnánk, hogy a hajózni jóval drágább. Ez valóban így van, vagy csak téves elképzelés? Anélkül kérdezem, hogy bármilyen számítást is elvégeztem volna.

– Ha összevetjük, hogy mennyibe kerül ugyanazt az útvonalat hajóval, mint más közlekedési eszközzel, busszal, vonattal, repülővel



végig járni, akkor egyből szembeötlő lesz a különbség. Ha figyelembe vesszük azt, hogy a hajó éjszaka megy, és reggel egy új kikötőbe érkeznek, továbbá hozzátesszük, hogy a szállásunk és napi korlátlan étkezésünk, italfogyasztásunk is benne van a költségeinkben, akkor jóval kedvezőbb a számla vége. Ez még tovább mérsékelhető, ha figyeljük az egyes társaságok akcióit, és tudjuk, hogy melyik szezonban érdemes utaznunk.

Minden hajótársaságnál hirdetnek akciókat, ezeknél eltérőek a fizetési határidők, az utolsó napokban jelentős árcsökkenés is tapasztalható, mielőtt bezárják a pénztárakat, de igaz ennek az ellentéte is, hogy akár a duplájába is kerülhet a vége, ha felkapott célállomásra van szó... Ezeket mindenképpen érdemes figyelni. A jó választás tehát mindig egy összetett kérdés.

Summázva azt mondhatom, hogy egy hajóutat sokkal kedvezőbb áron lehet megcsinálni, mint egy szárazföldit, és adott esetben nagyobb az élményfaktor is.



Ennek ellenére én mindig azt mondom, hogy a hajózás egy csodálatos kiegészítője a szárazföldi nyaralásnak. Ha meg tudjuk tenni, hogy a kettőt kombináljuk, akkor ez az élmény adja majd a legtöbbet, ennek tipikus példája Európa, Dél-Amerika, Hawaii, Alaszka és sorolhatnám.

Persze vannak olyan helyek, ahol ez nem igaz, mert például Norvégiát remekül be lehet járni hajóval. Ugyanis ott van mozgás. A fjordok között a nagy hajóból átülünk a kicsibe, vagy adott esetben buszra szállunk, és csodálatos kirándulásokon vehetünk részt.

Mondok mást. Ha egy kis ízelítőt szeretnénk kapni a Karib-szigetektől, az is remekül bejárható hajóval. Én harmincöt karibi szigeten voltam, tíz hajóútnak köszönhetően. Ma már tudom, hogy melyik az a három-öt, ahová érdemes elmenni, a többi tulajdonképpen egy „fabatkát” sem ér, mert egy két-három órás kirándulással meg tudjuk nézni az egészet. Tehát ebben a térségben kifejezetten javasolt a hajós utazás, amikor egy ilyen alkalommal akár öt szigetet is meg tudunk nézni. Ráadásul szebbnél szebb strandokon tudunk fürödni.

– Csak közvetőleg kérdem, hogy voltál folyami hajóúton is?

– Európán kívül többször voltam a Mekongon, és júliusban készülök egy hasonló túrára a Jangcén is. A folyami hajózás az egy egészen más kategória. Európában azért nem megyek el ilyenre, mert mondhatni, többszörösébe kerül egy folyami hajóút, mint a tengeri.

A Mekongon sokszor hajóztam, de a Kambodzsa-Vietnám egy hetes hajóút az egy régi álmom volt. Teljesen más, mint egy tengeri kirándulás, más kategória, nem is lehet összehasonlítani a kettőt. Egyrészt egy sokkal kisebb hajóról beszélünk – egyébként Jahan-nak hívták a hajót, amin utaztam –, ahol eleve családiasabb a hangulat. Ez életem legjobb hajós élménye volt, de nem korrekt összehasonlítani egy tengerjáróval.

A Jahanon a kiszolgálás minősége, a név szerinti szolnítás csak egy felvillanása a tökéletes vendéglátásnak. Nem túlzok akkor, amikor azt mondom, hogy személyre szabott ellátásban részesültem. Az is igaz – és ezt rögtön hozzá is kell

tennem –, hogy árban is a többszörösé. Ennek a mekongi hajóútnak az árából minimum bő egy hónapig lehet utazni egy tengerjáróval.

– Az utazásaid alatt volt olyan élmény vagy kunszt, amire te is felkaptad a fejed? Az online felületünkön számos hírben olyan hajókat mutatunk be, amelyeken a vidámparktól kezdve minden van. Te találkoztál ilyenekkel?

– Hogyne, de engem inkább a hajókon bemutatott műsorok nyűgöztek le. Például a Celebrity hajótársaság legújabb hajóin olyan műsorokat állítanak



színpadra, hogy az nálam is „wow” kategória. A világ legnagyobb luxushajóin van vízirevüszínház, ami Las Vegas-i szinten is megállná a helyét minden további nélkül. De imádtam a Disney tematikáját is, ami konkrétan a tökéletes show-műsor. Rotálják az embereket az éttermekben, és így mindig más klasszikus figurákkal találkozol, ezek mind nagyon emberközeleli élmények voltak.

– És mi volt a másik véglet? Említetted, hogy előfordult olyan, hogy amikor beszálltál, utána szinte azonnal ki akartál szállni.



– Egy borzasztóan nagy kontrasztot éltem meg. Ugyanis ekkor utaztam a világ akkor legnagyobb hajóján, ahol aztán tényleg minden volt a ringlispíltől kezdve vízirevüig. Majd kiszálltunk, pontosabban átszálltunk a norvég hajótársaság hajójára, ami csak a Bahama-szigetekre közlekedik, három kikötéssel. Az egy dolog, hogy a hajó öreg volt, de szörnyűek voltak a szobák, a klíma. Egy olyan szocreál hajót sikerült kifognunk, amire átülve a korábbi hiper-szuper hajóból, maga volt a teljes elkeseredettség.

– Ha csak farvzról is, de érintettük, hogy egyre újabb és modernebb hajók jelennek meg a társaságoknál. Mi egy tenger nélküli országban nem érzékeljük ezt a piacot annyira, viszont a beszélgetésből az tűnik ki, hogy mintha ez a nyaralási mód a reneszánszát élné. Te hogyan látod?

– Azt szoktam mondani, hogy Budapest a folyami hajózás Miamija. Ha szezonban megnézzük a rakpartokat, akkor akár három hajó is horgonyoz egymás mellett, ellentétben a korábbi évekkel. Ebből is lemérhető egyfajta fejlődés.

Ami a tengeri társaságokat illeti, néhány évvel ezelőtt inkább a mennyiség volt a fő csapásirány, most pedig a piac átfordult a minőségi oldalra. Az is igaz, hogy sokkal több ember hajózik, mint pár évvel korábban, mert árban akkor sem drágább, ha

adott esetben beleszámoljuk az odautazás repülőjegyét. Igaz, hogy sok esetben ez még így sem egyenértékű mondjuk egy horvátországi nyaralás árával. De ha például egy tengerentúli nyaralást tervez az ember, akkor egy törökországi vagy egy görögországi szabadság árából simán el tud menni egy ilyen hajóútra.

Ahogy említettem, a hajózás a minőségi utazás irányába tart, ami azt jelenti, hogy nagyon sok új hajó jön. A lendület ellenére sem növekszik azonban a minőségi társaságok flottájának száma, mivel az alsó kategóriás hajóikat eladják.

Van például olyan spanyol társaság, amelyik ezekből az eladogatott hajókból alakult. A hajókat felújították, és ezzel utaztatnak viszonylag alacsony áron. Viszont itt azért ismét nagyon oda kell figyelni, mert a becsali alapár nem tartalmazza az illetéket és a borraivalót, szervizdíjat sem. Viszont mindkét tétel vé-

leményem szerint indokolatlanul magas, és ha ezt is belekalkuláljuk a számlába, akkor rögtön nem is olyan vonzó az ajánlat. Én ezért nem utaztam még velük.

– Mi lesz a forgalomból kivont hajókból? Erről van valami tudomásod?

– Nagyon sok kiselejtezett hajóból luxusszálloda lesz. Magam is izgatottan várom a jövő márciust, ekkor megyek a Queen Elisabeth 2-re. Ezt a hajót a tulajdonosa 2010-ben adta el Dubajnak, hogy egy luxusszállodát csináljon belőle. 2018-ban nyitott meg, és nekem is sikerült egy éve ide egy szobát lefoglalnom, és így végig tudom majd járni az egész hajót. De hasonló módon tettem Los Angelesben is, itt Queen Maryt látogattam meg. Óriási élmény volt egy ilyen tradicionális történelmi emlékeket idéző hajóban lakni, és annak minden részét bejárni.

– A beszélgetésünkben mindig főszerepet játszik az előrelátás, ami nemcsak a tervezhetőség miatt érdekes, hanem azért is, mert – ahogy többször

is kiemelted – ilyenkor jelentősen kedvezőbb árat tud az ember elérni. Feltételezem te résen vagy ebben a kérdésben, mik a vizes terveid?

– Először lesz egy kanadai hajóútam a Royal Caribbeannel. Ez különleges út lesz, ami a francia–kanadai részt vesézi ki, és lemegy egészen Floridáig. Ilyen út egy évben mindig csak egyszer van, ősszel. Ezt követi később egy háromhetes atlanti-óceáni utazás a Francia Antillákra. Ezt a térséget így lehet a legkönnyebben

és legkényelmesebben bejárni. Nem beszélve arról, hogy nagyon szeretek az Atlanti-óceánon hajózni. A következő év januárjában pedig jön az említett indiai-óceáni túram. Itt egyébként már voltam egyszer. Az ok, amiért még egyszer visszamegyek, az, hogy ez egy csodálatos hajóút, és nagyon-nagyon kedvező áron sikerült lekötönnöm. Ezt követően márciusban Dubai-ból hajózik vissza a szuezi csatornán, majd jó pár európai kedvenc jön 2020-ban, míg a sort novemberben egy Braziliába menő hajóút zárja, szóval tengernyi élmény vár rám minden bizonnyal.



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



Rendezvények - inspiráló környezetben.



A nyugalmat, harmóniát, és természet közelséget árasztó, négycsillagos **Aquarell Hotel****** az Alföld kapujában, **Cegléden**, Budapesttől mindössze 65 km-re várja Önt.



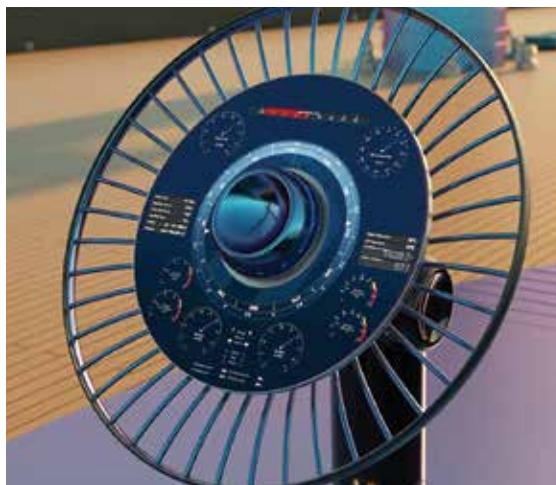


A FEKETE GYÖNGY

írta: MIFERFIÁK *foto:* IGOR JANKOVIC

A szerb tervező, Igor Jankovic végre lerántotta a leplet legújabb koncepciójáról. A luxusjacht olyan felszereltséggel érkezik, amivel a vitorlázás kényelmes élmény lesz a vendégek számára.

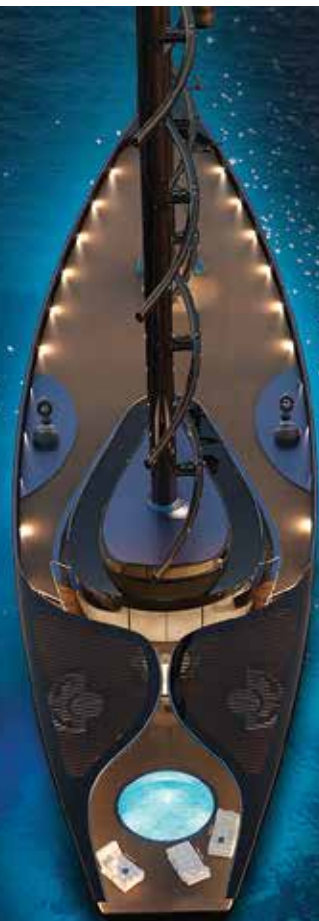




A 72 MÉTERES HAJÓ
AZ INNOVATÍV DYNARIG
RENDSZERREL ÉS MÁS
MODERN TECHNO-
LÓGIAI ÚJÍTÁSOKKAL IS
RENDELKEZIK.

A design lélegzetelállító. A szénszálas hajótest ellenáll az időjárás viszontagságainak. A belső térben fekete és kék színek uralkodnak.

AZ ALTERNATÍV
ENERGIAFORRÁSAINAK
KÖSZÖNHETŐEN AZ
OSSEO KÉPES ÁTSZELNI
ATLANTI-ÓCEÁNT,
MINDÖSSZE 20 LITER
ÜZEMANYAGGAL.



A jacht dízel és elektromos motorral rendelhető meg, és akár tizenkét ember is kényelmesen elfér a fedélzeten. Az Osseo tökéletes bármilyen esemény megszervezéséhez, hiszen több közösségi helyiséggel is rendelkezik. A szalon nyitott tér, a VIP kabinban pedig tökéletes pihenés vár ránk. A napozót félig áttetsző üvegtető fedi, így egész nap használhatjuk. Éjszaka ezt a területet igazi romantikus paradicsommá varázsolhatjuk. Ezen a jachton igazi luxust tapasztalhatunk meg.

BEMUTATKOZOTT A FORD RANGER RAPTOR



VÍZUM A SIVATAGBA

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* FORD

A Ford rendhagyó performance-moddal bővítette kishaszongépjármű-palettáját. A Ranger Raptor egy igazi fenegyerek lett. Kunsztok és technológiák elegye, ami már álló helyzetében is elkezd megdolgozni az ember mellékveséit. Azért, hogy a bemutatkozó élmény még maradandóbb legyen a tollforgatók számára, az amerikai autógyártó egy változatos terepviszonyokat nyújtó országba, Marokkóba vitte a modell globális bemutatóját. Ott voltunk!





NÉMI MÉDIAKOMBÓNAK KÖSZÖNHETŐEN MI IS CSATLAKOZHATTUNK A FORD RANGER RAPTOR NEMZETKÖZI BEMUTATÓJÁHOZ, AMIT A FORD A MAROKKÓI SZAVÍRA (*FRANCIÁSAN: ESSAOUIRA – EJTSD: ESSZAVÍRA*) KÖRNYÉKÉRE SZERVEZETT.

Már az első pillanatban érezhető volt, hogy autó nem az, aminek látszik, ahogy Leo Roeks, a Ford Performance csapatának európai igazgatója kihangsúlyozta: „Felejts el mindent, amit eddig a pick-upokról tudtál!” Egyet egészen biztosra vehettünk: ennek az autónak felmentése lesz a meszes- és cementeszakok cipeléséből – és nem azért, mert nem bírja a bicepsz. Platóját sokkal inkább lapátok, homokvasak, rántókötelek, jobb esetben szőrfdeszák népesítik majd be, mintsem építőanyagok. A Raptor igazi élményautó, nemcsak egy amolyan limited edition, amit optikai tuningokkal vértettek fel.

A modell alapjait a „hétköznapi” Ranger adja, azonban génjeiben sokkal inkább az F-150 Raptort idézi. Alaposan átgyúrták a donorként kapott XLT változatot, amiből végül egy tizenöt centiméterrel szélesebb és öt centivel nagyobb hasmagasságú autó lett. A méretnövekedés nemcsak az előttünk haladó visszapillantójában meggyőző tényező, hanem jótékony hatással van az autó tereptulajdonságaira is. Jobbak lettek az első és hátsó terepszögek. Az alváz több

helyen is megerősítést kapott, továbbá a sérülékeny részeket és a fő darabokat is erős haspáncélzat védi. A technikai változtatások egyik legfontosabbjaként a futóművek is átalakultak. FOX Racing shox pozícióérzékelős lengéscsillapítókat építettek be, ami egyfelől hosszabb mozgásteret biztosít a kerekek számára, másfelől a pozícióérzékelésnek köszönhetően normál útviszonyok között kellemes futást és menetkomfortot biztosít.

A Ford a Raptorban mutatta be új biturbós motorját. A 2.0 literes 213 lóerős erőforrás 500 Nm nyomatékot abszolvál, ehhez csatlakozik a tízsebességes automata váltó, ami viszont már az F-150 egyik kipróbált egysége.

Míg a Raptorban lévő technológia a hardcore tereprali-autókat idézi, az utastérben főúri a hangulat, persze szigorúan a sportosság jegyében. Ennek első és állandóan szembeötlő jelképe a kormányállást jelző piros jelzőgyűrű a kormánykeréken. Ezt a kis momentumot kényeztető minőség veszi körül. Elöl díszített, kényelmes, jó oldaltartású ülésekben ülünk, ami kellemes anyaghasználattal



párosulva prémiumhangulatot kölcsönöz az egész enteriőrnek. A hátsó szektorban kicsit visszavettek az említett kényelemből, erős terepen nem hálás itt utazni, de ezen a napon ez nem volt releváns kérdés számunkra. E néhány technikai részlettel talán meg is tudtunk egy kicsit ágyazni a történet következő részének is, amiben a papírforma életre kel. Csapassunk!

A történeti hűség kedvéért visszaugrom egy kicsit az időben. Egy frankfurti átszállás után gépünk bő három óra repülés után landolt a szavírai reptéren, ahol egy óriási tiszteletkört leírva szépen begurult a fogadóépület elé. Kicsit olyan érzés tölti el az embert, mint amikor a hetes





buszról leszáll a végállomáson, bár még ott is nagyobb a tömeg, mint az itteni gyér forgalmú légikikötőben. A reptéri parkoló egyben programunk origóját is jelentette. Mielőtt azonban a lovak közé csaptunk volna, elvégeztünk egy helyi közlekedésről szóló gyorstalpalót, amelyben mindenféle Marokkóban honos állatfaj szóba került a tevétől a kecskéig, ugyanis leginkább ezek szegélyezik az út szélét.

Szavíra az Atlanti-óceán partján fekszik, és már az ősidőkben is kikötőként szolgált. A portugál éra alatt Mogadornak hívták, új elnevezését a 18. században kapta, miután a szultán parancsára teljesen átépítették. A foglyokkal újjáépített város erőddel és hadikikötővel is kiegészült, és olyan jól sikerült, hogy gyors egymásutánban kétszer is nevet váltott. Először Souira („kis erőd”) névre, majd Es-Saouirára („szépen tervezett”) keresztelték.

Utunk a reptérről egy rövid, aszfaltos szakasszal kezdődött, majd néhány kilométer megtétele után egy argánfaligeten hajtottunk keresztül. Egyébként a Marokkóban őshonos argánfa terméséből nyert olaj jelentős bevételi forrást jelent az országnak. A piac csaknem hetvenöt százalékát uralja, amióta a szépségipar felfedezte magának a nedű jótékony hatását.

Szinte láthatatlan, durva kavicsos nyomvonalon autóztunk. Nem ritka az ilyen földfelszín errefelé, úgyhogy kifejezetten jól jött a teflonbetétes terepgumi ezeken a részeken. Noha a bédékker szerint az országnak csaknem fele legelő,

leginkább a tört sziklás és sivatagi homokos részek váltogatják egymást. A prologot jelentő ligeti etap után ismét közúton folytattuk utunkat egy ideig.

Kétségtelen, hogy a Kertész Mihály rendezésében, Ingrid Bergman és Humphrey Bogart főszereplésével készült klasszikus film, a Casablanca elvülhetetlen piárt jelent még ma is az országnak, mi viszont ezen a vidéken egy kicsit más aspektusnak is részei lehettünk. Ottlétünk során leginkább a vidék elmaradottsága tűnt szembe, amikor azt látja az ember, hogy a földműves az út egyik felén kezdetleges eszközökkel óriási sziklákat fordít ki a talajból a használható termőterület megszerzésének reményében, a másik oldalon pedig azt, hogy pár négyzetméteren kézzel aratja a gabonát. Mindeközben néhány kilométerrel odébb pompás szálloda kínálja szolgáltatásait magas minőségben. Az ország ezen részén a kontraszt tehát óriási.

De nemcsak a parasztság, hanem mi is küzdöttünk az elemekkel. A második terepszakaszon Gellérthegy nagyságú, természet építette makadámúton kaptunk felfelé dinnyényi köveket kerülgetve. Manővereinket az Atlanti-óceán panorámája kísérte végig egészen addig, amíg a hegyről leereszkedve karnyújtásnyi távolságba nem kerültünk a hullámok simított homokos fővenyhez. Kinyílt a tengernyi tér, ameddig a szem ellátott, és Raptorunk letette „első lábnyomát” az érintetlen homokba. Körbeölelt bennünket ez a fantasztikus giccs, amiről viszont

senki nem mondott volna le semmi pénzért. A szerelmes filmeket idéző idill társult a tempónkhoz, amit csak az emelhetett volna négyzetre, ha mellettünk egy szőke amazon vágta volna fehér lovon. Ezzel szemben a valóság az volt, hogy csak néhány quados próbált velünk versenyre kelni. Ennek ellenére imádtuk a feelinget, ami jó néhány kilométernyi élményautózás után bevezetett minket a sivatagba. Modern kori beduinokként pihentük ki az elmúlt órák fáradalmait egy ötcsillagos jurtaban, ahol minden volt, mi szem-szájnak ingere, még wifi is itt, a semmi közepén. A néhány perces relax után ki-ki egy instruktor társaságában Raptorával kipróbálhatta magát sivatagi vezetés közben



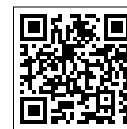
is. Mi egy skót kolléga bábáskodása mellett teljesítettük a kizsárlózott pályát, aki rutinos navigátorokat meghazudtoló módon mondta be a soron következő fordulót a gázt, gázt szavak folyamatos ismételtetése mellett. Mindezt olyan átéléssel, ami velünk is elhitette, hogy nem egy tesztkörrel, hanem egy tétfutamról van szó. Mint később kiderült, mindezt csak azért, mert személyes kudarcként élte volna meg, ha elakadunk. Itt ugyan elkerültük a lapátolást, de tíz kilométerrel odébb nem úsztuk meg a homokvasat és a rántókötelet.

A napot záró vezetés után a szállásunk felé vettük az irányt. Továbbra is a fantasztikus tengerparton autóztunk, amíg Szavíra látótávolságba nem került. Ez a homoksztráda szinte egészen bevezet a városba, de mi letértünk, és toronyiránt haladtunk tovább. Lekanyarodva a tengerparti fővenyről pár száz méter szélességben belvízi romantikával tarkított rendszertelen dűnesoron kellett átkelnünk. Utólag már bizonyosságot nyert, hogy az egyéni útkeresés kifizetődöbb lett volna, mint a konvojossal haladás, ugyanis az első elakadó autó beindította a dominóelvet, aminek hatására sorra estek el a zsurnaliszták. Szép látványt nyújtottunk szügyig elakadva, lapáttal a kézben. A turistákat tevegeltető helyiek nem is hagyták szó nélkül a helyzetet.

Másnap is az óceán volt az útírtásunk, ezúttal a jobb oldalunkon kísért végig minket. A homokos megpróbáltatásokból most sem volt hiány, de a napi belépőt

a csipkézett sziklás tengerpart adta, melynek hátán kilométereken keresztül vitt az út kalandról kalandra. A tesztvezetésre a koronát egy mini bajapálya tette fel, ha már az autónak volt ilyen választható funkciója – kihasználtuk ezt is. Noha nem volt háziverseny, a két pont közötti zászlókkal kijelölt pályát mindenki a lehető leggyorsabban próbálta meg teljesíteni. Kavicsos, homokos pályarészek váltogatták gyors egymásutánban, így téve még izgalmasabbá a program leköszönő utolsó etapját. Ezután országúti tempóra váltottunk, amíg be nem értünk a városba, ahol sztenderre tettük Raptorunkat.

Marokkói epilógusunkat a szavírai medina jelentette. A homokkő fallal körbevett óvárosi rész pezsgett az élettől, ahol a kontrasztok pont úgy tetten érhetőek, mint a falakon kívül. A medinát behálózó sikátorokban az apró, füstös iparisműhelyekből kiszűrődő kézművesség adta az alaphangot, melynek ódon környezetét múltidéző köntösbe bújtatott szállodák luxusa tarkította. A szervezők jóvoltából mi is egy ilyen helyen költöttünk el az ebédünket, aminek random sziesztájaként a szálloda tetejéről vehettünk búcsút nemcsak az óváros panorámájától, hanem a parkolóba álló élményflottától is.



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

BESZÉLGETÉS
BATTHYÁNY-SCHMIDT MARGÓVAL,
A MAGYAR NŐI UNIÓ ELNÖKÉVEL

TÖRTÉNELMI EGYÜTTLÉT

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* NOVAKILDI PHOTO, BATTHYÁNY-SCHMIDT MARGÓ, SÁRKÖZY MARIANNA

Ha valaki a felcím után azt gondolná, hogy a Batthyány-Schmidt Margóval készült interjúnk kapcsán egy fajsúlyos, száraz anyaggal néz szembe, az téved! Margó elsődlegesen a Magyar Női Unió elnöke, mégis úgy helyes fogalmazni, hogy többek között, ugyanis mellette megannyi mással is foglalkozik. Szerteágazó tevékenységeinek bemutatása egy végtelen történet kezdetét is jelenthetné, azonban hogy mindenről essen szó, eddigi életútjának állomásaiból egy rendhagyó összeállítást készítettünk.





BATTHYÁNY-SCHMIDT MARGÓVAL
OTTHONÁBAN BESZÉLGETTEM.
A BUDAI POLGÁRI VILLA
KÜLÖNLEGES AURÁJA, TÁGAS TEREI
SZIMBOLIKUSAN IS SEJTETIK, HOGY
ITT FONTOS A TÁRSADALMI ÉLET
ÉS A NYITOTTSÁG.

SZobáról szobára kísér bennünket a történelem a szó valós és átvitt értelmében is: ugyanis a kaputól Batthyány Ádám a kísérőnk, aki herceg boldog Batthyány-Strattmann Lászlónak, a szegények orvosának unokája. Szívélyessége mögött szinte tapinthatók az örökségként hozott nagyúri múlt nyomai. Ebbe az idillbe robban be Margó. Energikus személyiségével szinte azonnal életre kelti a házra jellemző magasztos áhítatot. Egy perc alatt annyi információval lát el, hogy máris szétzúzza a fejben már összerakott vázlatomat. De időm sincsen ezen gondolkodni, mert már a dolgozószoba irányába tartunk. Miközben mesél, úgy érzem, mindent egyszerre akar elmondani. A tárlatvezetés a ház mögötti kis teraszon ér véget, és kezdődhet a beszélgetés. Rögtön a legjobb és legemlékezetesebb időszakánál kezdi a történetét, ami az ország házából indult, huszonnégy éves korában. Mi azonban még korábbra tekintünk vissza történeti hűség kedvéért.

– **Barna András: Mi előzte meg az említett nagyon szép és legemlékezetesebb időszakodat? Volt valamilyen indíttatásod a politikai pálya felé?**

– Batthyány-Schmidt Margó: Cseppet sem, sőt egyáltalán semmilyen szinten nem érdekelt a politika.

Matematikatanár szerettem volna lenni. Főiskolai szak viszont csak Egerben volt, én meg Budapesten akartam maradni. Így először tanító-, majd tanárképzőre jártam, ezek után jött a Külkereskedelmi Főiskolán a nemzetközi marketing szak. Később ehhez csatlakozott a szociológia és a mentálhigiénés szakképesítés, jelenleg pedig biztonságpolitikát tanulok. Őt diplomát szereztem eddig, és most csinálom a hatodikat, emellett imádom a nyelveket is. Ellentétben a nagy átlaggal, én szerettem az orosz nyelvet is. Mára ezen kívül angolul, németül és egy kicsit olaszul is beszélek.

Az életem a tanári pályával indult. Ennek kapcsán ismerkedtem meg egy diákom édesapjával, akiknek a cégében később segédkeztem: eleinte



az angolnyelv-tudásom révén tolmácsolási feladatokban, kapcsolattartásban volt szerepem, de később a külkereskedelmi tudásomat is hasznosítani tudtam.

Én tartottam a kapcsolatot egy indiai projektjük kapcsán az UNIDO-val (*United Nations Industrial Development Organization – az ENSZ Iparfejlesztési Szervezete*), ami akkor is, ahogy ma is a fejletlenebb államokat segítette. Nagyon szép feladat és időszak volt.

– **Hogy kerültél a parlamentbe?**

– Mindenféle áttételes kapcsolatoknak köszönhetően az Antall-kormány gazdaságpolitikai államtitkárságára kerültem, tulajdonképpen teljesen zöldfülűként. De továbbra sem érdekelt a politika, ha ez lenne a kérdés mögött.

Gazdasági kabineteket szerveztem. A további feladatom pedig az volt, hogy tartsam a kapcsolatot a hazánkba visszatelepült vagy visszatelepülni szándékozó üzletemberekkel, illetve az olyan családokkal, családok hozzátartozóival, akik

egykor valamilyen politikai ok miatt hagyták el az országot. Antall József a történelemszeretete miatt is nagyon szívén viselte ezt a területet, a kormány támogatta ezt, és nem utolsósorban vissza is várták ezeket a családokat. Egyébként Ádámot is itt ismertem meg.

Míndeközben éltem az életem. Férjhez mentem, és megszületett az első gyermekem, Nathalie. A férjem, akit Budapesten ismertem meg, német orvos-tanhallgató volt, így később kiköltöztünk Németországba, majd egy rövid ideig Svájcban is éltünk, azonban engem a szívem hazahúzott. Ez nem tett jót a kapcsolatunknak, így nem sokkal később elváltunk.

– **Mikor érintett meg a politika?**

– Huszonhét éves voltam, amikor nagyon presszionáltak erre. De mivel alig éltem Magyarországon, így továbbra sem akartam ezzel foglalkozni. Viszont azt kell mondanom, hogy huszonnégy évesen, amikor ott dolgoztam

A 21. SZÁZADI
NEMESSÉG SZEMÉLETE
SEM AZ, AMI RÉGEN
VOLT. MA MÁR A
NEMESSÉGET NEM
MEGÉLNI KELL,
HANEM NEMESKÉNT
KELL ÉLNI!



a parlamentben, minden pillanatát élveztem. Abban az időben mindenkin lehetett érezni egyfajta eufóriát, és a reményt, hogy itt most minden más lesz, jobb lesz. Szinte minden nap hozott valami megújulást. Jó volt ennek részese lenni.

A válás és a parlament után Ádámnak segédkeztem, de ez már egy egészen másféle tevékenység volt.

– **Mivel foglalkoztál, foglalkoztatok?**

– Egy vadászházat üzemeltettünk, és vadásztattunk Zala megyében.

Ádámmal közös életünkben két gyermek is született, Kata és Boldizsár. De az öröme jött az öröm: fiúnk megszületése után nem sokkal Ádám stroke-ot kapott, félig le is bénult. A helyzet gyökeresen megváltoztatta az életemet. Úgy vélem, ekkor – harminchárom évesen – acélosodtam meg igazán, hiszen egy csapásra mindent nekem kellett a kezembe vennem, én lettem a családfő a férfi és a nő. Sok embert az élet predesztinál arra, hogy megkeményedjen, engem ez a helyzet tett azzá. Ádám betegsége után nagyon nehéz időszak következett mindenféle szempontból.

– **Próza a kérdés: hogyan tudtál felállni ebből a helyzetből?**

– Át kellett rendeznem a gazdasági életünket. Épült ez a ház, közben ott volt a három kicsi gyerek és egy magatehetetlen férj. Nagyon lassan, lépésről lépésre haladtam, haladtunk előre. De itt is volt egy sor buktató, ami pont ilyenkor nem hiányzik az embernek. Itt kiemelném édesanyám bölcs mondatát „amikor valami rossz történik, mindig keresd meg benne a jót, abba kapaszkodj, és menj előre!”

– **Térjünk vissza egy kicsit a kezdetekre és az Ádámmal történő megismerkedésre. Nem volt benned egyfajta megilletődöttség vele szemben, egészen pontosan a történelmi származásával kapcsolatban?**

– Ez egy nagyon érdekes helyzet volt. Én egy polgári lány vagyok, így nem

sűrűn találkoztam addig grófokkal. *(Nevet.)* A parlamenti munkám során viszont sokszor hozott össze a sors ilyen vagy ehhez hasonló társadalmi rétegből származó emberek leszármazottjaival.

Amikor Ádámmal megismerkedtem, akkor vitathatatlanul összeszorult egy kicsit a gyomrom, de tetszett, ő egy igazi sármőr és a végtelenségig úriember volt minden helyzetben. És azt is be kell vallanom, hogy amikor bemutatott a magyar arisztokráciának, egészen pontosan a történelmi családoknak, akkor ez a bizonyos gyomorszorító izgalom ugyanúgy jelentkezett bennem. Akadnak pozitív és negatív élmények is ezzel kapcsolatban, de nagyon érdekes ez a kettősség, hiszen én ez sem vagyok, az sem vagyok. Ha nagyon őszinte vagyok, akkor kilógok a nemességből, és nem azért, mert nem születtem annak, hanem azért, mert én alapvetően nem azért élek. És ez egy eredendő szemléletbeli különbség. Bárhogya is van, azt be kell látni, hogy ez a korszak már régen elmúlt, nem csak a világban, hanem Magyarországon is. A 21. századi nemesség személete sem az, ami régen volt. Ma már a nemességet nem megélni kell, hanem nemesként kell élni! Ettől függetlenül azt gondolom, hogy ha már két grófgyermeknek vagyok az édesanyja, akkor ez a helyzet igenis feljogosít engem arra, hogy én ugyanolyan legyek, mint aki nemesnek született.

– **És ha egy arisztokrata társaságba kapsz meghívást, akkor ott éreztetik veled, hogy nem közülük való vagy? Vagy nem éreztetik, de érzed?**

– Mindenhol vannak jó- és rosszakarók is. Én nem érzem, mert ha érezném, akkor komplexusaim lennének. De az is igaz, hogy ezért nekem nagyon sokat kellett dolgoznom magamon.

– **Akkor ez nem egy alaptalan kérdés volt?**

– Nem. Az ember folyamatosan dolgozik önmagán. Én ma már túl vagyok ezen a kérdésen, és nekem semmilyen problémám nincs senkivel.



– **Hogy egy kicsit hétköznapi legyek, rá kell kérdeznem: az említett társadalmi réteg manapság mennyire aktív, mennyire van jelen, mennyire hagyományápoló?**

– Aktívak és ápolják is a hagyományokat, ezzel nincsen gond szerintem.

De azt azért tudni kell, hogy a mai világban, ha valaki báró, gróf, herceg vagy akárki, de nincsen birtoka vagy vagyona, amit az őseitől örökölt, akkor abból nem tud megélni. Hozzá kell tennem, hogy persze a világon – nem csak idehaza – mindenhol vannak szerencsejátékosok, akik meglovagolják a származásukat. De ez így volt régen is. Csak a névből élni az amolyan „vak tyúk is talál szemet” helyzet, de hozzáteszem: mindig akad valaki, aki felkarolja az ilyeneket. De ezt én nem becsülöm semmire. Hiszen arról senki nem tehet, hogy hova születik, a szerencsén múlik. De hogy mit kezd azzal, ahová született, az megint egy másik kérdés. Én sokkal jobban szeretem azt, aki öneréből jut feljebb, mint aki azt mondja, hogy származásom miatt nekem ez is jár, meg az is jár.

– **Elkalandoztunk, de nem baj, ott tartottunk, hogy elindult egy új életed...**

– Továbbra sem politizáltam, de – nevezük bárhogyan –, azt akartam, hogy a civil élet meghatározó női arca legyek. Ehhez viszont mindenképpen hozzásegített a Batthyány név is. Azt gondolom, hogy erre már régóta „nem” tudatosán készültem. Ennek folyományaként negyedmagammal megalapítottuk 2008-ban az Új Társadalom Szalont. Ez arról szólt, hogy minden hónapban találkoznak egymással az emberek, és akkor a társadalmi, gazdasági vagy kulturális elitből valaki előadást tart egy-egy témában, nagykövetek és természetesen

borászok társaságában. Noha ez keresztény alapokon nyugvó kezdeményezésként indult, és anno a KDNP is részese volt az ügynek, ma már nincsenek velünk. Tulajdonképpen ezzel a szállal kezdődött el az életemnek egy másik része. Eközben a Vidékfejlesztési Minisztériumban dolgoztam, ahol nemzetközi

kapcsolatokkal foglalkoztam.

A minisztérium után az agrár kamarához kerültem, ahol hasonló dolgokkal foglalkoztam, nemzetközi feladatokkal és PR-ral, marketinggel. Az agrár vonalon keresztül kerültem kapcsolatba a Copa-Cogecával, ami az Európai Unió egyik legnagyobb gazdaszervezeteket magába tömörítő érdekképviselet, és az államok mezőgazdasági szereplőit tömöríti magába. Ennek a szervezetnek számos ágazata van, többek között a vidéki nők munkacsoportja is. Mivel már volt többévtény tapasztalatom az agrárszektorban, és gazdálkodtunk is, így delegáltak ebbe a munkacsoportba, aminek később négy évig alelnöke voltam, most pedig elnökségi tagja vagyok. Nagyon szeretem ezt a tevékenységet csinálni, mert érzi az ember, hogy formálhatja a folyamatokat, amelyeknek aztán láthatóak az eredményei. Ennek hozományaként kezdtem el vidéki nőknek a társadalomban betöltött helyzetével foglalkozni, amihez azután idehaza olyan női szervezeteket kerestem, amelyekkel

majd szakmai alapon együtt tudok működni. De kerültem a túlzottan feminista álláspontot képviselő egyleteket. Az életszerű vonalat kerestem, mivel ma már nem úgy épül fel a családmodell, hogy a férfi eltartja a családot. A nőknek is elég nagy szerepet kell vállalniuk.

Mivel nem találtam megfelelő szervezetet, úgy gondoltam, létrehozok egyet. Tizennegyedmagammal alapítottuk meg a Magyar Női Uniót (*MNU-t*). Azután





szépen a semmiből elkezdtünk építkezni. A szervezetünknek a mai napig is az a célja, hogy a vidéki nőket erősítsük, akár képzésekkel, akár pályázati vagy tudásmegosztási lehetőségekkel.

– **Az egész eddigi tevékenységedre mennyire hatott, egyáltalán hatott-e az, hogy egy Batthyány felesége vagy?**

– Ez egy nagyon érdekes dolog, azt hiszem, fel kellett nőni a feladatokhoz, akár csak a Batthyány névhez is, amihez idő kellett. Nem attól lettem Batthyány, hogy az Ádám elvett feleségül, és gyerekeket szültem, hanem azért, mert már egy sor olyan dolgot tettem szinte önkéntelenül is, amit ők tennének most,

persze a mai világ elvárásainak megfelelően. Ma már azt mondom, hogy mindehhez kétségtelenül csatlakozhatott valami tudat alatti is. Egyszer kaptam egy névjegyet, aminek egyik oldalára azt írták, hogy özvegy Batthyány Lajosné gróf Zichy Antónia, a Magyar Gazdasszonyok Országos Egyletének alelnöke, a másik oldalára pedig egy báli meghívó volt írva gyöngybetűkkel, azzal a megjegyzéssel, hogy kegyeibe ajánlom.

A lényege az egésznek, hogy a szabadságharc után az özvegyek, asszonyok szövetkeztek, és segítették az árvákat és az egyedül maradt családanyákat, továbbá népszerűsítették a magyar termékeket, „kincseket” a világ minden táján.

Addig erről az egészeztől én sem tudtam, amíg ezt a kis kártyát meg nem kaptam. Ma úgy vélem, a történelem reprodukálja önmagát, mert tulajdonképpen valahol azt csinálom én is, mint amit Zichy Antónia egykor, így ez egyfajta történelmi párhuzammá is vált bennem, és kapocs lett a Batthyány névvel. A Batthyány családban fontosak az Asszonyok, meghatározóak voltak, vannak és lesznek.

Az a tervem, hogy létrehozok egy Zichy Antónia Intézetet, amelynek az lesz a feladata, hogy segítsen a nőknek a boldogulásban. Azt vallom, hogy amilyen a nő, olyan a család. Ha a nő testben, lélekben, szellemben egészséges, akkor a család is



egészséges lesz, és a gyerekek is boldogan fognak felnőni.

– **Nálad megvan ez a hármasság?**

– Szerintem igen, de hogy minden menjen, jól menjen, abba óriási energiákat is kell fektetni.

– **A gyerekeidnél átjön az érzület, az a milió, amiben ti éltok, beleértve ebbe a Batthyány nevet és az ezzel járó történelmi örökséget?**

– Szerintem igen. Ez azért egy nehéz kérdés, mert egy gyerek vagy akar hasonlítani a szüleihez, vagy nem. A lányaim, sőt az édesanyám is tagjai a

Magyar Női Uniónak. Nati a nemzetközi kapcsolatok kiépítésében segítkezik. Kata lányom elég kritikusan állt a kezdetekben a témához, de ma már aktívan részt vesz a munkában. *(Itt jegyezem meg, hogy a Zichy Antónia is átadta lányának a maga hagyatékát, de számomra ez is csak később derült ki.)* Boldizsár fiam a Magyar Batthyány Alapítványban aktív, ez is áll hozzá közelebb, kutat, előadásokat tart. Ezt Ádám alapította 2016-ban, és a kuratórium tagjai vagyunk,

illetve én még az elnöki tisztséget is ellátom. Küldetésünk az örökségünk kezelése, hogy a nevet és a hozzá kapcsolódó eszmét ne csak azáltal ismerjük az emberek, hogy van egy ilyen utca vagy metróállomás, hanem beszéljenek arról, hogy kik voltak a mi őseink. Több konferenciát is szerveztünk különböző témákban. Ilyenkor általában mindig valamilyen, a családhoz kötődő eseményt dolgozunk fel, ami aktualizálható. De például ez a terasz, ahol most ülünk, színpadként is funkcionál, ezt már az elejétől fogva így találtam ki. Amikor a házat terveztük, akkor már eleve abban a szellemben formálódott, hogy itt társasági eseményeket is lehessen tartani. Itt már volt színdarab-bemutató, Árva Bethlen Kata előadás, és idén is tervezzük egyet, ami Zichy Antónia életét mutatja majd be.

– **A beszélgetésünket egészen reál oldalról indítottad, most pedig már minden a humán oldalról szól a szó valós és átvitt értelmében is.**

– A humán oldalt megkerülni sem lehetne ebben a helyzetben, annyira szerteágazó az, amibe nekem be kellett illeszkednem. Így amennyire a reál dolgok érdekeltek fiatalabb koromban, ma annyira lelkesen kutatom a történelmet. És mindig szembejön valami, amit újból ki kell bontani, és nem utolsósorban meg kell ismerni. Egyszer „elkeveredtem” Harkányba, amiről a Batthyányak vonatkozásában annyit tudtunk, hogy

„...AMENNYIRE A REÁL
DOLGOK ÉRDEKELTEK

FIATALABB
KOROMBAN,
MA ANNYIRA
LELKESEN KU-
TATOM A TÖR-
TÉNELMET.
ÉS MINDIG
SZEMBEJÖN
VALAMI,

AMIT ÚJBÓL KI KELL
BONTANI...”

ÉDESANYÁMMAL ÉS KÉT GYERMEKEMMEL

A LÁNYAIM, SŐT AZ ÉDESANYÁM IS TAGJAI
A MAGYAR NŐI UNIÓNAK, BOLDIZSÁR FIAM A
MAGYAR BATTYÁNY ALAPÍTVÁNYBAN AKTÍV,
EZ IS ÁLL HOZZÁ KÖZELEBB.



FOTÓS: SÁRKÓZYMARIANNA

FELADATOMNAK ÉRZEM, HOGY MUTASSUNK RÁ A VÁROS ÉS A BATTHYÁNY CSALÁD KÖZÖS TÖRTÉNELMI MÚLTJÁRA

Batthyány Kázmér a várostól nem messze, a siklósi várban van eltemerve. De eközben kiderült, hogy az egész Harkányt a Batthyányak építették ki, amikor a Dráva lecsapolása napirendre került. Ugyanis rájöttek, hogy az ottani víz gyógyító hatású. Ezért építettek oda ülőkádas kórházat, és a szegényekre is külön gondoltak. Sajnos erről kevés helyen olvashatunk. Itt is feladatomnak érzem, hogy mutassunk rá a város és a Batthyány család közös történelmi múltjára. Egyben tegyük helyre azt a még ma is a köztudatban élő sztereotípiát, hogy az egykori nemesi osztály, az arisztokrácia csak kizsákmányolt, hiszen közben tették a dolgukat, felelősségteljesen gondoskodtak családokról, és a haza védelméért még az életüket is odadták. Ahogy a Batthyányak is tették, például Bicskén, Kisbéren, Ikerváron, Vas és Baranya megyében, hogy csak néhány helyszínt említsek.

Azt hiszem, hogy méltó zárógondolata lehetne ennek az egész beszélgetésnek az, hogy idén október 6-án lesz gróf Batthyány Lajos, Magyarország első miniszterelnöke halálának a 170. évfordulója, s ehhez kapcsolódóan rendezünk egy konferenciát „A Batthyányak a haza védelmében a 15. századtól az első világháborúig” címmel. Ehhez áttételesen kapcsolódik egy kis történelmi anekdota is, miszerint 1526-ban a mohácsi csatában I. Ferenc úgy menekítette meg a zászlót, hogy maga köré tekerte. Persze attól, hogy ő jól teljesített, még a csatát elvesztettük. Számomra azonban ennek is szimbolikus jelentősége van, amihez az inspirációt ismét Zichy Antónia adta, miszerint a férfiak menjenek a csatába, de a nő legyen az, aki megáldja a zászlót. Talán ezekből a családi történetekből született meg az az ötlet, hogy megpróbáljam a Zászlóanyaság fogalmát, mint a Nőt társadalmi munkájáért járó legmagasabb elismerést újból bevezetni és elfogadtatni.



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





★★★★ SUPERIOR

ETO PARK HOTEL

BUSINESS & STADIUM, GYŐR



H - 9027 Győr,
Nagysándor József u. 31.



+36 96 815 981
+36 20 530 7791



www.hoteletopark.hu
info@hoteletopark.hu

Nálunk a konferencia is élmény!



Modern audiovizuális felszereltséggel, tágas terekkel és szekcionálható rendezvénytermeinkkel szállodánk kiváló választás minden rendezvényszervező számára.

www.hoteletopark.hu



TECHNIKA



ÍGY LÁTJA A JÖVŐ AUTÓZÁSÁT A TOYOTA

HÉT MÉRFÖLD

írta: BARNA ANDRÁS *foto:* NOVAKILDIPHOTO, TOYOTA

A Toyota Magyarország már az év elején deklarálta, hogy minden eddiginél nagyobb modelloffenzívát indít el az európai és így a magyar piacon is. A legke sajtótájékoztatójának is aposztrofált szakmai plénumon a márka hét új modelljét mutatták be egyszerre, amire több mint egy évtizede nem volt példa az autógyártó életében. A kínálati paletta ilyen mérvű frissülése azonban csak az érem egyik oldalát mutatja, a másikon egy sokkal szerteágazóbb stratégia áll, amiről Varga Zsomborral, a Toyota magyarországi kommunikációs vezetőjével, és Krajcsovits Sándorral, a cég termékmenedzserével beszélgettem.





SZINTE MÁR HÉTKÖZNAPI A MEGÁLLAPÍTÁS: AZ AUTÓIPARBAN MA FORRADALOM ZAJLIK.

Az olyan fogalmak, mint az önzetetés, alternatív üzemanyagok, mesterséges intelligencia napról napra isszák be magukat a köznyelvbe, és válnak szinte észrevétlenül részévé életünknek. A közlekedés kifejezés helyére a mobilitás lép, ami komplexebb meghatározást takar és túlmutat a pusztá helyváltoztatáson.

A világ legnagyobb autógyártója, a Toyota, 21 évvel ezelőtt indította el a hibridhajtás-technológiáját, amihez később becsatlakozott az üzemanyagcellás hidrogén-, illetve a teljesen elektromos meghajtás is. A gyártó újkori stratégiájának részeként számuzte személyautó-portfóliójából a dízelüzemet. Közel 28 ezer szabadalmának szabaddá tételével pedig kinyílt az autóipar felé, a második startvonalat húzva ezzel az iparág résztvevői számára.

Az információátadásban beszélgetőtársaim az interjú ideje alatt olyan lendületbe jöttek, hogy a téma mennyisége és ezáltal terjedelme is mindenképpen túlmutat a lehetséges fizikai kereteinken, így aki teljes részletességében szeretné

elolvasni az anyagot, az mindenképpen használja a cikk végén lévő QR-kódot.

Kis túlzással azt is mondhatnám, hogy történetünk a végéről indul, de aztán természetesen becsatlakozik majd a jelen debütáló portfóliója is.

– Barna András: Úgy gondolom, hogy a tisztánlátás kedvéért kezdjük egy kis áttekintéssel, hogy azok az olvasóink is képet kapjanak, akik kevésbé jártasak az autós világban.

– Varga Zsombor (V. ZS.): Két évtizeddel ezelőtt indult el a Toyotánál az öntöltő hibrid elektromos hajtás (HEV). Ez egy hagyományos benzin és egy elektromos motor kombinációját jelenti, ahol az akkumulátort a visszatértelt fékezési energia tölti – azaz nincs szükség külső töltésre – amelynek révén városi forgalomban akár 50–70%-ban tisztán elektromos üzemben, károsanyagki-bocsátás és fogyasztásmentesen közlekedhetünk. Mára 13,7 millió hibrid autótunk el világszerte, ami gyakorlatilag több, mint az összes többi autógyártó



alternatív hajtású járműve. A hibrid hajtás mellé idővel megérkezett a plug-in hibrid elektromos (PHEV) is, ami már egy addicionális akkumulátorcsomaggal is rendelkezik, így a külső töltés is lehetséges, további tisztán elektromos kilométerek megtételére. Az így elérhető tisztán elektromos hatótáv 25–55 km, a gyártótól is az akkumulátor kapacitásától függően.

A sor harmadik tagja az akkumulátoros elektromos (BEV) meghajtás. Sokszor hallani, hogy a Toyota lemaradt ezen a fronton, de ez téves megállapítás. Bizton állíthatom, hogy egyetlen autógyártó sem rendelkezik olyan tapasztalattal az akkumulátoros elektromos meghajtás fejlesztésében, mint a Toyota. A kisebb visszhang azért volt – és ez részünkről tudatosan alakult így –, mert mi



nem szeretnénk vagy akarunk olyan elektromos autókat kínálni, amelyek kényszerű kompromisszumot jelentenek a használóik számára. A ma elektromos autói a rövid hatótáv és a töltési idő hosszúsága miatt egyelőre csak bizonyos területeken jelenthetnek alternatívát. Mi a szilárdtest-akkumulátorok fejlesztésében látjuk a jövőt,

ezeknek nagyobb a kapacitásuk és a töltési idejük is gyorsabb. 2022-ben kerülhet sorozatgyártásba az első ilyen típusú akkumulátoros autónk.

– Mit kell tudni a szilárdtest-akkumulátorokról?

– Krajcsovits Sándor (K. S.): A mai akkumulátorokban zselés közvetítőanyag van, ami egy bizonyos hőmérsékleten kiválóan működik, viszont például hidegben fel kell fűteni ahhoz, hogy a kapacitást le tudja adni.

A szilárdtest-akkumulátorok esetében ezt a zselés anyagot váltják ki valamilyen „szilárd testtel”. Ezeknél az akkumulátoroknál az ionvándorlás sokkal gyorsabb, kevésbé érzékenyek a hőmérséklet-változásra, és sokkal jobban terhelhetők.

– V. ZS.: Szóval mi ezen indokok miatt tudatosan nem gyártottunk szériában tisztán elektromos autót. Kína lesz az első ország, ahol megjelenünk, mivel ott speciális kritériumok vannak, amihez igazodnunk kell. Ezért ott az eredeti terveinkkel ellentétben korábban lépünk piacra.

Közép- és hosszú távon mi úgy gondoljuk a Toyotánál, hogy a hibrid és az akkumulátoros elektromos hajtás még sokáig releváns tényező lesz. Egy héttel ezelőtt még azt mondtam volna, hogy 2030-ra az a terv, hogy 5,5 millió részben vagy teljes egészében elektromos autót fogunk gyártani, amiben benne van a



hibrid, a plug-in hibrid, az akkumulátoros és az üzemanyagcellás megoldás is – ez utóbbi két meghajtásból egymillió eladást tervezünk. Viszont most öt évet tudunk ugrani az időben, ami a márka részéről egy forradalmi bejelentés. Mielőtt azonban ezt részletesebben is taglalnám, a teljesség kedvéért beszéljünk a hidrogén üzemanyagcellás elektromos (FCEV) meghajtásról is.

Ennek a hajtásmódnak a fejlesztése közel egyidős a hibrid technológiák fejlesztésével, de ellentétben a hibridekkel, itt már szükséges az infrastrukturális háttér kiépítése, megléte is. Ez a tény pedig eddig korlátozta az elterjedését.

A hidrogénhajtásban óriási potenciál rejlik. Létezik egy úgynevezett hidrogéntanács, amelynek szinte minden autógyártó és nagy energetikai cég a tagja.

A nem is olyan távoli hidrogénhajtáshoz kapcsolódó tervek ma már az egész járműipari vertikumot érintik vagy érinteni fogják, beleértve ebbe a hajózást és a repülőgépipart is, de még akár az űrtechnológiát is.

A Toyota egyébként az olimpia ideje alatt száz hidrogénüzemanyag-cellás buszt állít majd forgalomba az érkező vendégek szállításához.

A hidrogénhajtásnak az autóiparban tehát nagyon fontos szerepe van, de egyre inkább a többi közlekedési ágazatban is teret nyer ez az alternatíva. Így bátran kimondhatjuk: fel kell és fel is lehet készülni egy hidrogénalapú társadalomra. Ebben Japánban egyébként nagyon hisznek.

– **Hogy áll a kiszolgáló infrastruktúra kiépítése? Erről lehet valamit tudni?**

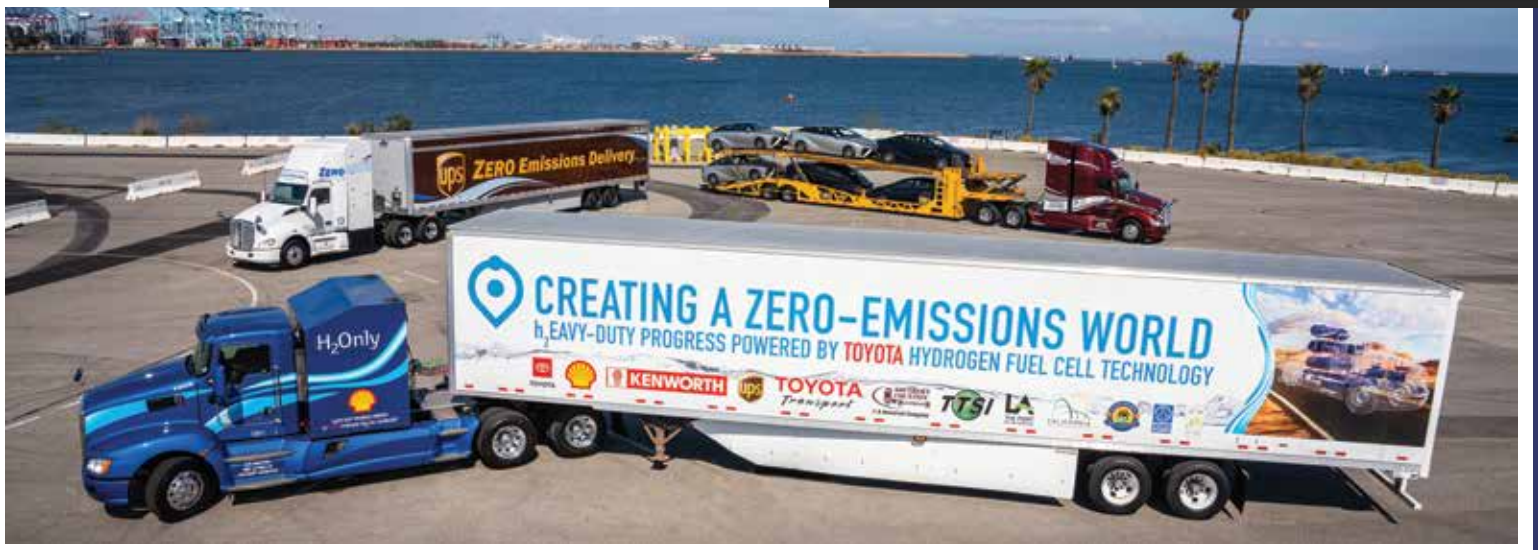
– V. ZS.: Szerintünk ez a kérdés viszonylag hamar meg fog oldódni, és a kutak száma gyorsan fel fog futni. Magyarországon elviekben 2020-ban két ilyen töltőállomás lesz, legalábbis ennyi van előirányozva a szakpolitika szerint. Lehet, hogy jövőre nem lesz kettő, de hogy 2030-ra sokkal több lesz, mint gondolnánk, abban majdnem biztos vagyok. Németországban 2030-ban már kétezer kúttal számolnak, és Nagy-Britanniában is hasonlóak az elképzelések a töltőállomások számát tekintve. Ma Európában 250–270 kút lehet.

Európában, Japánban és Amerikában, azon belül is Kaliforniában zajlik a legintenzívebb forradalom ennek kapcsán. Jelenleg a Toyota gyártja a világ legnépszerűbb hidrogén üzemanyagcellás elektromos autóját, a Mirait, de két másik versenytársunk is kínál már személyautót ezzel a hajtással, miközben valamennyi meghatározó autógyártó fejleszt ezen a területen. A Toyota egyébiránt ma már kínál hidrogén hajtású buszt, teherautót és targoncát is, miközben a technológia széleskörű elterjedését felgyorsító a vállalat 5700 szabadalmat osztott meg ingyenesen a versenytársakkal.

A márkát sok kritika érte azért, mert látványosan nem szállt be a mostani generációs akkumulátoros elektromos autózásba. Most, hogy ezen a vonalon is jelentős előrelépést tettünk, néhányan ezt a dolgot a hidrogénhajtás zsákutcájának próbálják beállítani. De természetesen erről szó sincsen, a Toyotánál továbbra is az egyik fő csapásirányának tekinti ezt a hajtásmódot. Biztosak vagyunk abban, hogy 10–15 év múlva már nem az lesz a kérdés, hogy dízel- vagy benzines autód



„10–15 ÉV MÚLVA MÁR NEM AZ LESZ A KÉRDÉS, HOGY DÍZEL- VAGY BENZINES AUTÓD VAN-E, HANEM AZ, HOGY AKKUMULÁTOROS ELEKTROMOSSAL VAGY HIDROGÉNÜZEMANYAG-CELLÁSSAL JÁRSZ-E”





TOYOTA ÁLTAL TÁMOGATOTT ENERGY OBSERVER, A VILÁG ELSŐ HIDROGÉNÜZEMŰ HAJÓJA AMELY MENET KÖZBEN, NAPELEMEEK SEGÍTSÉGÉVEL A TENGERVÍZBŐL ÁLLÍTTJA ELŐ A HALADÁSÁHOZ SZÜKSÉGES HIDROGÉNT.

van-e, hanem az, hogy akkumulátoros elektromossal vagy hidrogénüzemanyag-cellával jársz-e, ami mellé kiegészítő alternatívaként még mindig ott lesz továbbra is a hibrid. Egyébként a Toyota a 2020-as évek közepéig további modellekkel bővíti majd a hidrogénüzemanyag-cellás portfólióját, aminek ütemét az infrastrukturális háttér bővüléséhez alakítjuk majd.

– Ehhez a meghajtáshoz mindig kapcsolódik néhány sztereotípiá, ami a biztonságos üzemeltetést vagy a tankolás veszélyességét érinti. Van alapja?

– V. ZS.: Ezek ma már nem releváns kérdések. A hidrogénnel üzemelő járművet ugyanolyan gyorsan meg lehet tankolni, mint egy benzineset. Nyilván a kiállítás az



más, de a mód az ugyanaz. A hidrogén-tartályokat nagyon komoly teszteknek vetik alá, szó szerint átmennek rajta, lönek rá stb. Szóval annyira extrém próbáknak vetik alá, hogy e tekintetben semmitől nem kell tartani, de a tartály autón belüli elhelyezkedése is megelőzi a hidrogén koncentrációt, így egy

hidrogén üzemanyagcellás autó semmivel sem veszélyesebb mint egy dízel vagy benzines.

– Térjünk vissza a korábban említett bejelentésre! Hogyan sikerül öt év előnyt szerezni, miközben tudni lehet, hogy az akkumulátorgyártás tekintetében komoly kapacitáshiánnyal kell számolni?

– V. ZS.: Egyrészt a Toyota már korábban együttműködésre lépett a

Panasonic-kal, az így létrehozott leányvállalat akkumulátorok gyártásával, valamint a szilárdtest-akkumulátor fejlesztésével foglalkozik. Mindezek mellé most becsatlakozott áttételesen a világ legnagyobb akkumulátorgyártója is. Az itt lekötött kapacitás tette lehetővé azt, hogy 2030 helyett már 2025-re tudjuk teljesíteni azt a mennyiséget, ami a terveinkben szerepel.

Az akkumulátorfejlesztés mellett további előrelépést jelent a sztenderdizált akkumulátorok bevezetése, ami új alapokra is teheti a mobilitást.

– **Ezt hogyan kell elképzelni?**

– V. ZS.: Tulajdonképpen egy uniformizált akkupakkról van szó, amit a személyautótól kezdve a teherautókon át akár a háztartásokban is lehet majd használni, azonos dokkolási módjuk révén.

Ha ezt a sztenderdet több autógyártó is átveszi, akkor biztosítható az átjárhatóság a különféle márkák között, ez pedig elősegíti az egész autóiipar zöldülését.

Ez a folyamat egyébként túlmutat a pusztán a meghajtás módjának kérdésén.

Amikor a jövő autóiról beszélünk, már az egész mobilitás kérdéséről van szó, amiben már komoly szerepük lesz az önvezető autóknak. Ma az önvezetés felé tartó úton a harmadik és negyedik szint között állunk valahol az öt egységre osztott evolúciós skálán. A Toyotánál egyébként kiszámolták, hogy hozzávetőlegesen egymilliárd kilométer önvezető tesztre lenne szükség ahhoz, hogy az ötödik szintet 100 százalékosan teljesíteni tudja a rendszer.

– **A sztenderdizálás nem jelentheti azt, hogy az autók nagyon uniformizálódnak majd?**

– V. ZS.: Igen is, meg nem is. Egyfelől az autótulajdonlás lélektana még nagyon sokáig végigkíséri a társadalmunkat. Tehát autót tulajdonolni továbbra

is presztízs lesz, főleg a prémium márkák esetében. Ugyanakkor a mobilitási szokások megváltozása nem fogja indokolni azt, hogy feltétlenül autónk legyen. Megfigyelhetők a tendenciák: a Z generáció tagjainak már egy jelentős része nem akar autót birtokolni, nem feltétlenül akar vezetni vagy jogosítványt szerezni, hanem inkább élményeket vásárol. És ez szemlélet konvertálható akár az ingatlanokra is, nem akarnak feltétlenül ház- vagy lakástulajdonosok lenni. Ez a megfigyelhető tendencia az egyik nagy kihívás a jövő kérdéseinek megválaszolásában. Ezért is tart mindenki a mobilitás felé. Kevésbé érinti egyébiránt ez a tendencia a prémium mint a tömegmárkákat.

Ugyanakkor dizájnban vagy a nyújtott szolgáltatások minőségében, hatótá-

volságukban egészen biztosan lesz különbség az autók között. A sztenderdizálás inkább az információegosztásra vonatkozik, hiszen ne felejtjük el azt sem, hogy jönnek az okosvárosok, amelyekben gyakorlatilag minden kommunikál majd mindennel, legyen szó az autó-autó, autó-infrastruktúra vagy épp autó-otthon, autó-tömegközlekedési rendszerek közötti kommunikációról.

– K. S.: Az autóiipar egész

történetét végigkísérte egyfajta dizájnhullámmászás. A hős korban szinte minden autó egyforma volt, csak a hűtőjük volt más. Később megjelentek a márkajegyek. Ezt követte egy újabb krízis. A második világháború után megint különböző formavilágok jöttek. Az olajválság alatt pedig mindenki kockautót gyártott, ahol márkajelzés hiányában szinte nem is lehetett megkülönböztetni őket. Aztán a formavilág és a dizájn egyre inkább márkaközpontú lett. Szerintem ezek vagy ehhez hasonló periódusok az autóiipart mindig is végig fogják kísérni.

Bizonyos fokig uniformizált lesz sok minden, hiszen már manapság is egy sor rendszer azonos az autókban, például a világítás vagy az informatikai





VARGA ZSOMBOR

KRAJCSOVITS
SÁNDOR

megoldások, az emissziós technológia, a biztonsági rendszerek, hogy csak néhány példát említsek.

A hajtástechnológia esetében is egészen biztosan sok közös dolog lesz, ami áttételesen a gyártóknál erőforrásokat szabadíthat fel, aminek köszönhetően még inkább személyre szabhatóak lesznek a kocsik.

– V. ZS.: Summázva: külön fognak válni az autómegosztó szolgáltatáshoz kapcsolódó autók, egészen pontosan járművek, és a tulajdonlásra gyártott autók. A városi közlekedésre szánt vagy a városi közlekedést könnyítő, úgynevezett ultrakompakt járművek minden bizonnyal uniformizáltabbak lesznek. De abban is biztos vagyok, hogy viselni fognak az adott márkához köthető, összekeverhetetlen stílusjegyeket.

– **Az uniformizálódás hatására olcsóbbak lesznek az autók?**

– K. S.: Szerintem így nem helyes a felvetés. Nem olcsóbbak lesznek, hanem az autó teljes tulajdonlása lesz olcsóbb. Ebben nagy szerepet fog játszani az autóbirtoklási szokások megváltozása is. Ez a fiatal generáció igénye is, akik majd bérelnék vagy lízingelnek egy olyan autót, ami éppen abban a pillanatban kell nekik.

– V. ZS.: Ma ez az akkumulátoros elektromos tagozódás úgy néz ki, hogy lesznek a gyalogos zónát segítő és kiegészítő ultrakompakt járművek, a városi kompakt autók, a Mobility as a Service, a MaaS járműrendszerrel. Ezek valóban olyan uniformizált közlekedési eszközök lesznek, amelyek kizárólag a praktikumot és a legszélesebb felhasználási kört veszik alapul, pontosabban teszik majd lehetővé. És a helyváltoztatás lesz a lényeg.

– **Lassan tényleg a jövőben érzem magam. Középtávon mi jön majd?**

– V. ZS.: 2020-tól Kínában elkezdődik az teljesen elektromos autók forgalmazása. Ezzel tulajdonképpen el is startol az elektromos offenzívánk, ugyanis tíz akkumulátoros elektromos modellünk érkezik világszerte, Kínában elsőként a CH-R. Ahhoz, hogy ezek széles körben elterjedjenek, ahhoz viszont autóiipari együttműködésre van szükség. Ez egyébként most egyfajta tendencia is a gyártók között, hozzáteszem, nem véletlenül.

És ezzel meg is érkezünk a jelenhez. Az emissziós előírások 2021-től élesbe fordulnak, ami azt jelenti, hogy a károsanyag-kibocsátás értékének 95 g/km alatt kell lennie. A Toyota ezt jelenleg gond nélkül tudja majd teljesíteni.

Ezért fontos arra kitérni, hogy nekünk már most világszinten 18 százalékos



a hibrideladásaink aránya, míg Európában idén 50 százalék fölött lesz. Ami bontásban azt jelenti a tavalyi év alapján, hogy a Toyoták 45 százaléka, a Lexusoknak pedig 80 százaléka volt hibrid. Idehaza a Lexusok csaknem 100 százaléka hibridként kelt el, a Toyotánál ez az arány 37–38 százalék.

– V. ZS.: Eddig is a Toyota kínálta a piac legnagyobb portfólióját. Jelenleg az európai piacon 22 autógyártó több mint kilencvenféle részben vagy teljesen elektromos autója kapható. Mi ebből a kilencvenből kínálunk húszat.

Ha megnézzük az EU-ban a zöldautó-értékesítést – és ez jellemző a magyar piacra is –, azt látjuk, ennek a piacnak a 70 százalékát a Toyota és a Lexus márka adja. A maradék 30 százalékon osztozik a többi gyártó több, mint 70 modellje.

A nemrég bemutatott portfóliónkban hét új autóból öt a világ legfejlettebb, negyedik generációs öntöltő hibrid elektromos hajtását kínálja. A RAV4 negyedik generációja nyitotta meg a sort ebben az évben, ezt a Corolla család követte három karosszériaváltozatban, ami évek óta a világ legnépszerűbb személyautója. Az Auris kivételével a kínálatból minden bizonnyal még jobban meg fogja erősíteni a Corolla helyét. 15 év után legújabb generációjával visszatér Európába

A TOYOTA GOND NÉLKÜL
TELJESÍTENI TUDJA MAJD
AZ EU ÁLTAL ELŐÍRT
EMISSZIÓS SZABÁLYOKAT.



a Camry, kizárólag a legmodernebb hibrid hajtással. A Camry annak idején azért hagyta el Európát, mert csak benzines és hibrid hajtással kínáltuk, és nem tudta felvenni a versenyt a dízellel szerelembe esett piacon.

A kínálat részét képezi egy nem hibrid, viszont visszatérő sportautó-legenda, a Supra. Bővült a kishaszonjármű-paletta is a Proace Cityvel.

A Lexusnak három új modellje mutatkozott be. Az RC Sport coupé hibrid

verziója mellé beállt a sorba az ES, ami nem mellesleg a világ legnépszerűbb Lexus szedánja és az RX crossover után a második legnépszerűbb Lexus, amely a GS-t váltotta a kínálatból. Nem utolsósorban megérkezett a vadonatúj, elődmodell nélküli UX, ami a prémium kompakt crossover szegmensbe lépett be, ahol korábban nem voltunk jelen. Összesen tehát tíz új modellünk jelent meg, amiből nyolc a legfejlettebb hibrid – ez mindenképpen egyedülálló, és azt is jelenti,

hogy a Toyota gond nélkül teljesíteni tudja majd az EU által előírt emissziós szabályokat.

Mindenképpen fontos megemlíteni, hogy az utóbbi pár évben Európa drasztikusan elfordult a dízelektől. Ez egyfelől jó, ám a dízelt leváltóknak csak egy része választotta az alternatív hajtást, és inkább benzines autót vásároltak. Ennek az lett az eredménye, hogy egy ideig – 2015-ig – csökkent az üvegházhatású szén-dioxid-kibocsátás értéke, viszont 2016 után elkezdett nőni a károsanyag-tartalom. Ennek az volt az oka, hogy a dízelerőforrások szén-dioxid tekintetében jobban teljesítenek, mint a hagyományos benzinesek, ugyanakkor az egészségkárosító szállóporkoncentráció (különösen az NOx) jelentős részéért



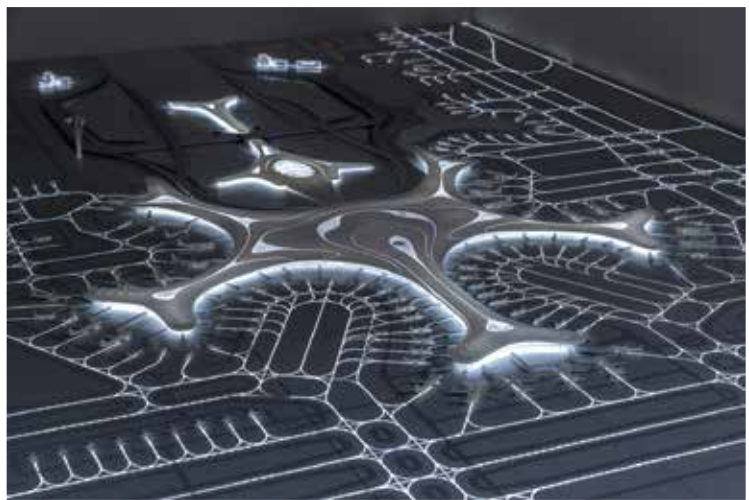
ők felelnek. Most a szén-dioxid átlagos emelkedésének növekedése számos gyártónál gondot okoz, így nekik is új alternatívákat kell alkalmazniuk, és ezért ők is feltehetőleg elkezdenek hibrid meghajtásban gondolkodni. A Toyota a korábban már említett 5700 üzemenyagcellás szabadalma mellé további 24 ezer hibrid hajtással kapcsolatos szabadalmat tett ingyenesen közzé, hogy elősegítse az ilyen hajtásláncok mielőbbi elterjedését.

A Toyota ezt a dolgot nem azért lépte meg, hogy karitatív szervezetként tetszelegjen, vagy mert oda akarja adni a versenyelőnyét. Az egyik célunk, hogy az autópár hozzájáruljon a globális károsanyag-kibocsátás csökkentéséhez és a klímacélok teljesítéséhez. Fontos emellett, hogy a többi gyártó a technológia alkalmazásával el tudja kerülni a magas büntetéseket, és ezáltal ne sérüljön a profitabilitásuk, hiszen, jelen pillanatban az autópár önmagában versenyez a

find-tech szektorral a jövőt érintő fejlesztésekben. Lényeges, hogy más autógyártók is nyereségesek tudjanak lenni, hiszen a Toyota erőfeszítései feltehetőleg nem lesznek elégségesek a jövőbeni fejlesztések szerteágazó kérdéseinek megválaszolásában. Fontos, hogy ezekhez a folyamatokhoz a Toyota mellé más gyártók is társulni tudjanak, mivel úgy gondoljuk, hogy az olyan autózást érintő legnagyobb kihívásai jelentő kérdések, mint például az önzetető technológiák megvalósítása legnagyobb hatékonysággal csak közösen érhetőek el.



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



REPTÉREPÍTÉS ZET

HÓPEHELY

A KÖRNYEZŐ TÁJ ENYHE
LEJTŐIRE, ILLETVE A
RÉGIÓRA JELLEMZŐ
RENGETEG HÓRA ÉS
JÉGRE UTAL A MAD
ÉPÍTÉS ZETI POÉZISE,
AMELY EGY FÖLDRE
HULLÓ HÓPEHELY
FORMÁJÁBAN SIMUL
A TÁJBA, MIKÖZBEN
A LÉGI KÖZLEKEDÉS
SZÜRREÁLIS,
CSILLAGKÖZI JÖVŐJÉT
MUTATJA BE.



AIRPORT

A Ma Yansong által vezetett MAD Architects újabb részleteket hozott nyilvánosságra az észak kínai Harbin Taioing nemzetközi repülőtér 3-as számú termináljának terveiből.

írta: MIFERFIAK *foto:* MAD ARCHITECTS





A 3,300 hektáros terminál egy emberi léptékre szabott építészeti program, amely egy több érzékszervre ható élmény, miközben hatékony és gazdaságos is. A hóhehely alakú séma, öt érkezési terminállal jelentősen lecsökkenti az ingázási időt odabent, egyúttal minimalizálja a torlódásokat.

A belső teret több beltéri kert díszíti. A buja zöldek összekötik az épület emeleteit, egy olyan helyet biztosítva az utasoknak, ahol megállhatnak és egy pillanatra elmerülhetnek a természetben, messze a reptér nyüzsgő világától.

A hóomlás által inspirált barázdák a tetőn tetőablakokként funkcionálnak, így a belső terekbe bőven jut természetes fény, ezzel csökkentve a költségeket.

A földi közlekedési központ a terminálhoz csatlakozik, amelyben nagysebességű vasút, metróvonalak, repülőtéri buszok és egyéb városi közlekedési eszközök is megtalálhatók. A csomópont többszintű kerti elrendezése a növények természetes növekedést a különböző funkciókba integrálja, kényelmes, pihentető területet biztosítva az utazók számára a repülőtér és a város között.

Ha elkészül 2030-ra, a terminál évi 43 millió utast és 320 ezer induló járatot fog kiszolgálni



KÖVESS MINKET! 



BALATONALMÁDI



Terasz



by KOCSIS BÁLINT

Idén is várunk a strandon!

Ezt az bisztrót azért nyitottuk, hogy új szint vigyünk a balatoni vendéglátásba. Mindenkit szeretettel várunk hideg kovászos uborka levessel, a Terasz burgerrel, újhullámos kávéval és minden finomsággal. Családbarát helyként a gyerekeket játékokkal és ajándékokkal várjuk.



BESZÉLGETÉS MOLDOVÁN ANDRÁSSAL INTERJÚ A CÁPÁVAL

szerző: BARNA ANDRÁS *foto:* RTL KLUB, NOVÁKILDIPHOTO

Az RTL Klub Cápák között című üzleti show-műsorának öt fős befektetői dreamteam-jének tagjaként ismerhette meg egy szélesebb plénum Moldován Andrást. Az üzletember nemcsak közvetlen hangvételével, hanem olykor kendőzetlen szókimondásával is üdítő színfoltot hozott a produkcióba. Talán egy kicsit ki is lógott a sorból, hiszen ellentétben a többiekkel, üzleti karrierjében számos színes korszak után ért révbe. Hogy hogyan? Ez a történet következik most.



...AZT GONDOLTAM,
HOGY ÉN ÚJSÁGÍRÓ,
EZEN BELÜL IS
SPORTÚJSÁGÍRÓ
LESZEK.

Bocsánatos bűnként egy kicsit személyesebb oldalról indítom a történetet. Nem tagadom, lelkesen követtem a Cápák között című műsort. A kilenc héten át tartó sorozat kapcsán azonban egyszer sem merült fel bennem, hogy valahonnan ismerhetnénk egymást. Andrással, bár anno ismertem egy Moldován Andrászt – de épp csak átfutott az agyamon a röpké gondolat. Ez a dilemma egészen interjú napjáig tartott, ahol is két rövid kérdés után eljött a megvilágosodás. Kiderült, hogy egy közös ismerős révén tizenévesként egyszer már megismerkedtünk, sőt némi üzlet is kötöttet ennek során. A feledés homályából előásott bő harmincéves sztorit felemlgetve így egy pillanatnyi szentimentalizmus vegyült beszélgetésünk belépőjébe. Gondolatban talán el is morzoltunk egy könyncseppet a szemünk szegletében, megadva a tiszteletet az időnek, ami azóta piszkosul elszaladt.

András egyébként pont olyan közvetlen, mint amilyennek látszik, egy „deka allúrt” sem lehet felfedezni nála. Természetességét melegbarna szempár, csibészes mosoly kíséri. Épp egy tárgyalásról jön ki, amikor megérkezem. Olyan természetesen üdvözl, mintha negyven éve ismernék egymást, pedig ekkor még mit sem tud a múltidéző történetről.

Keressük a helyünket az irodában, ahol több szekció is elkülönül. Mosolyogva meg is jegyzi: „Néha túl nagyok, néha pedig túl kicsinek érzem ezt az irodát.” Minden vállalkozása itt székel az ajtó melletti cégér szerint.

– **Barna András: Történetünk részbeni megismertése olvasóinkkal nem véletlen, sokkal inkább annak a felvillantása, hogy te már tinédzseréved alatt is igen aktívan adtál-vettél. Elmondhatjuk, hogy ettől kezdve számítható az üzleti karriered kezdete?**

– Moldován András: *(Mosolyog.)* Azt nem tudom, honnan lehet számolni, de az tény, hogy a gimnázium harmadik-negyedik osztályában már mindenféle dologgal kereskedtem. A legextrémebb sztori talán az volt, amikor annyi farmert adtam el az iskolában, hogy a végén behívtak az igazgatói irodába. Megkérdezték, hogy tudok-e valamit erről, mert nekik feltűnt, hogy a diákok szinte egyenruhajelleggel hordják a nadrágokat. Nyilván nem tudtam, szerintem ez a divat, azért hordják – mondtam. *(Nevet.)*

Az adok-veszek mellett elkezdtem újságot írni. Harmadikban már a Képes Sportnál külsőztem, és ekkor jelentek meg az első kis cikkeim is. Szóval azt gondoltam, hogy én újságíró, ezen belül is sportújságíró leszek. Mindemellett viszont az adok-veszekre is nagy szükségem volt, mert ebből finanszíroztam az életemet.

– **Merre mentél a gimnázium után?**

– Újságíróként folytattam több helyen is. A Magyar Rádióban is dolgoztam külsősként a sportosztályon, majd elkerültem a Képes Sporthoz, ahol Szegő András mellett ültem, innen a Magyar Ifjúsághoz mentem, Bocsák Miklóshoz.



Ez egy gyönyörű időszak volt, mert fantasztikus emberek mellett dolgozhattam. Aztán Bocsák Miki átigazolt az Állami Ifjúsági és Sporthivatalba *(ÁISH)*. Én maradtam a Magyar Ifjúságnál, de a kiadó azt szerette volna, hogy a sport mellett ifjúságpolitikai cikkeket is írjak. Ehhez viszont nem voltam eléggé elkötelezett, így az újságírói karrieremnek, legalábbis itt, befejeztem.

Ezzel párhuzamosan viszont erősödött a kereskedelmi vonal az életemben. Megnyitottam az első cipőboltomat, aztán még jó párat. Később másféle tevékenységek is becsatlakoztak. Nyitottunk ételbárt, használsruha-kereskedést, később pedig egy ékszerboltot is. Szóval sokféle területen kipróbáltam magam.

– Az újságírás teljesen kikopott az életedből?

– Egyszer volt még egy visszatérésem, amikor a Sport Plusz megalakult, és Bocsák Miki lett a főszerkesztő. Az ő hívására visszamentem a szakmába. Megint egy áloidőszak következett, de már csak nehezen tudtam összeegyeztetni a kereskedelmi vállalkozásokkal. Pedig az akkori viszonyokhoz képest nagyon jól megfizettek, de még ennek ellenére sem lehetett összehasonlíttani azzal, amit akkor keresni lehetett.

– Ezek szerint a mérleg nyelve a kereskedelmi tevékenységek felé billent?

– Igen, és tovább vállalkoztam. Elkezdtem házakat építeni és ingatlant fejleszteni.

Mindeközben kitanultam a pénzügyi területet is, aminek köszönhetően egy nemzetközi bankszakmai diplomát szereztem. Nagyon megszerettem a pénzügyi szektort. Megvettem a Duna Holding Brókerházat, először csak a felét, később az egészet, majd – 2002-ben – eladtam a Buda Cashnek. Ezután jött az állattenyésztés.

– Hallgatva téged az embernek az az érzése, hogy bármi, amibe idáig belefogtál, az jól sült el.

– Én ennél triviálisabban fogalmaznám meg: egyszerűen pénzt kerestem. Jól-rosszul, nem tudom, de tény, hogy gyarapodtam. Ez jó érzés volt, és egyben egy fokmérő is. Nyilván az én életemben is akadtak mélypontok, néha mellé nyúl az ember. Az a korszak viszont lezárult, hiszen már nem vagyok sem cipőboltos, sem használtruha-kereskedő, és a büfé sincs már meg.

Egészen az állattenyésztésig mindig az izgatott, hogy valamit összerakjak, felépítsek, és lássam, hogy működik, jól működik. Az már kevésbé volt érdekes, hogy aztán ezeket később fenntarthatóan, favágásszerűen üzemeltessem. Talán ennek is köszönhető, hogy annyi mindenbe belefogtam. Érdekes a világ...

– Azért a korábbi, mondhatni, klasszikus kereskedelmi tevékenység után az állattenyésztés egy igen meredek váltásnak tűnik. Hogy jött ez?

– Amikor bizonyos tekintetben lezártam a pénzügyi korszakomat – harminchét éves voltam –, elkapott egy érzés: azt gondoltam, hogy inkább „nyugdíjas leszek”, és a kisfiammal foglalkozom, mint bármi mással.

2002-ben aztán egy nagyon kedves barátommal, akinek volt egy nagy gazdasága, és kifejezetten az agrárszektorban tevékenykedett, összedugtuk a fejünket, aminek az lett a vége, hogy rábeszéltem, vegyünk 140 kocát, mangalicakocát. Innen indult az állattenyésztés.

EGÉSZEN AZ
ÁLLATTENYÉSZTÉSIG
MINDIG AZ IZGATOTT,
HOGY VALAMIT
ÖSSZERAKJAK,
FELÉPÍTSEK,
ÉS LÁSSAM,
HOGY MŰKÖDIK,
JÓL MŰKÖDIK



Azt mondják, hogyha valamivel öt éven át foglalkozol, az olyan, mintha elvégznél egy egyetemet. *(Nevet.)* Én már tizenhét éve csinálom, és valahol ennek a permanens következményeként alapítottuk meg a szoftvercégünket is. Ma már van egy saját és további húsz integrált telepünk, ahol sertéseket hizlalunk. Manglicánk azonban már nincs. Egyszerűen nem találtam az üzleti racionalitást abban a fajtában. A cégnév megmaradt – Mangal Ilona Kft. – de ma már kizárólag házisertéssel foglalkozunk.

– Annyi mindentől távol áll, hogy az ember – főleg a pályádat figyelve – vegyen akár mennyi kocát. Miért tetted?



– Ha sokáig dolgozol emberekkel, akkor eljön egy pillanat, amikor már megnő a vágy az állatokkal történő együttműködésre... Ezen most jót nevetünk, de az az igazság, hogy ez valahol legbelül ebből táplálkozott nálam. És ha még komolyabbra fordítom, akkor azt kell mondanom, hogy fenntarthatóbb és sokkal egyszerűbb együttműködni az állatokkal, mint az emberekkel. Ugyanis ott bőven elég az, ha pontosan és jól csinálod – természetesen a kellő tisztelet mellett – azt, amit csinálsz. Innen van a lovakkal való szerelemmel is. Az emberekkel való kapcsolatokban ez nem mindig elég.

– A magam részéről inkább azt gondoltam volna, hogy az élelmiszeripar felé fordulást nem indukálja más, mint a prózai tény, hogy az emberek enni mindig fognak.

– Nyilván ez nálam is szempont volt. A nagyszüleim piacoztak, baromfit árultak, és én már akkor is kérdezgettem ennek a miértjét, és azt is, hogy mi az üzletpolitikájuk. A nagymamám mindig azt mondta: enni kell! Ez tényleg így van, de maga az állattenyésztés egy más, sokkal nehezebb rendszer. Amikor elkezdtünk tevékenykedni az élelmiszerszektorban, akkor egyetlen felvásárlója volt a mangalicáinknak. Én azt gondoltam, hogy az nem állapot, hogy mindig

csak egyvalakinek adjuk el a sertéseinket. Először elkezdtünk Mangold néven különböző termékeket készíttetni. Első lépcsőben bérgyártásban, aztán ez kiszélesedett, és 2012-re a magyar mul-tihálózatokban már nagyon exponáltan jelen voltunk. Kinőttük magunkat.

A megváltozott áruházi üzletpolitika miatt egy idő után a tevékenységünkéből kiesett az élelmiszeripari rész. Ezzel párhuzamosan viszont felépült a bérhizlalási integráció, így szerencsére a jelentősnek számító, három-négy milliárdos árbevétel-kiesést nem érezte meg a vállalat. Sőt nagyobb lett, mint valaha volt. A Mangal Ilona Kft.-ről beszélünk, ami az alapüzletünk.

– A bejárat előtt a táblán több céged neve is olvasható. Az egyik az Animalsoft. Hogy lehet az állattenyésztést digitális nyelvre lefordítani?

– Ez egy olyan állattenyésztési fókuszált vállalatirányítási rendszer, ami képes befogadni az állattenyésztési rendszer teljes ökoszisztémáját, beleértve a cég belső folyamatait és a külső

IoT-eszközöket, amiket manapság már egyre többet használnak a telepeken. Mi azt mondjuk, hogy pénzben számoljuk a sikert – ez a mi jelmondatunk. Sok versenytárs-összehasonlító elemzés után azt állítjuk, hogy a miénk a világon az egyetlen olyan szoftver, amely minden egyes részében szakmai oldalról közelít, és minden szakmai tevékenységnek azonnal megmutatja a pénzben számolt értékét. Továbbá egyedülálló annak tekintetében is, hogy egy moduláris rendszerben beállítható több állatfajra és több gazdasági tevékenységre is. Természetesen léteznek még a világban valamilyen adott képességű és egy

állatfajra használható szoftverek, de ilyen átfogó rendszerről, mint a miénk, nincsen tudomásunk.

– **A Cápák között című műsorban váltál ismertté. Hogy kerültél az RTL Klub látókörébe?**

– Mondhatni, hogy teljesen véletlenül, meg nem is. Máté Krisztával és a Bárdos Andrissal nagyon régi barátságot ápolunk. Andrással 1987-ben gyakornoktársak voltunk a Rádiónál, azóta tart ez a kapcsolat. Mi ma is összejáró barátok vagyunk. A találkozásaink alkalmával többször felmerült a Cápák között című műsor ilyen-olyan formában, és Kriszta felvetette, hogy próbáljam ki magam. Viszont én nagyon nem akartam, mert nem szeretek szerepelni, és igyekszem a digitális lábnyomomat is a legkisebbre szűkíteni.

– **Aztán megintogtál?**

– Igen, amikor a Kriszta már harmadszorra is felhozta a dolgot, akkor elkezdtem gondolkodni rajta, és talán egy kicsit mérleget is vontam. Rájöttem, hogy egyre inkább kezdek bezárkózni. Nap mint nap ugyanazokkal az emberekkel beszélek, ugyanazokat az embereket kérdezem meg, bármilyen üzleti kérdés, probléma felmerül. Úgy éreztem, hogy bizonyos értelemben beszűkült a világ körülöttem. És akkor arra gondoltam, hogy ez a műsor nekem is egy lehetőség, különösen akkor, amikor megtudtam, hogy ki a többi Cápá. Új embereket, új kapcsolatokat, új dolgokat ismerhetek meg, és lehet egy kicsit másról, máshogy beszélni. Ezek a dolgok mind inspirálóan hatottak.

Ez azonban csak az egyik oldala volt a dolognak. Nem automatikus volt a bekerülésem, részt kellett venni a próbafolyamatban. Tehát amikor én oda először elmentem, akkor még fogalmam sem volt arról, hogy akarom-e, vagy ők akarják-e, hogy benne legyek a műsorban, vagy sem.

Az első próbafelvétel után volt még egy, és egyszer csak felhívtak, és azt mondták, hogy ott fogok ülni a cápasor szélén. Akkor már én is tudtam, hogy akarom.

– **Volt valamilyen kritérium, aminek meg kellett felelni?**

– Nekik lehet, hogy volt, de nem deklarálták. Én viszont igen, hogy én valamilyen vagyok, és hogy semmilyen körülmények között nem leszek másmilyen!

– **Ki is lógtál egy picit ebből a csapatból, elsősorban talán a szókimondásod és a közvetlenséged miatt. Te belülről hogyan láttad magadat?**

– A többiek nagyon intelligens, udvarias, nagyon korrekt, toleráns emberek. Szemben velem, aki gond nélkül megmondom azt, amit gondolok. Ez számomra fontos is. Úgy vélem, hogy az adott pillanatban

kiváltott sokkot ott nagyon nehéz megélni, viszont amikor a delikvensnek hazamennek, akkor elgondolkoznak a mondottakon, és rájönnek, hogy ennek az embernek lehet, hogy igaza van.

Ha valakinek azt mondjuk, hogy nagyon jó úton jársz, nagyon szimpatikus ember vagy, nagyon tetszik, amit csinálsz, de én most kiszállok, az nem jelent mást, mint hogy mosollyal az arcunkon küldjük el a francba. Ez a helyzet véleményem szerint a nézőnek is unalmas, másrészt az emberrel is rosszat teszünk. Mert nyilván, ha jó úton járna, akkor beszállnánk. Egyébként számos olyan visszajelzést kaptam a megnyilvánulásaimmal kapcsolatban, amelyekben ki-ki elmondta, hogy pont ők is arra gondoltak, amit én mondtam.

Mondok egy példát: valaki bejön, és egy értelmezhetetlen dologra kér 300 millió forintot.

Erre a néző is felkapja a fejét, mert látja, érzi, hogy itt valami nem stimmel. Nekem megvolt az az előnyöm, hogy ott ültem, és megkérdezhettem: Normális vagy? Ha az én egész hozzáállásomban van valami, ami szimpatikus, akkor az az, hogy ki merem mondani azt, amit gondolok. Úgy vélem, hogy ezzel nem mondok semmi különösöt. Nem mondok semmi olyat, ami másnak, ab ovo a nézőnek ne jutna eszébe.

Azt látom a legnagyobb problémának, hogy mindenki vállalkozó akar lenni – akikkel legalábbis én találkoztam –, és mindenki főnök akar lenni a saját vállalatában. Én erre azonnal azt mondom neki, hogy hagyd abba, ne csináld!

HA VALAKINEK AZT
MONDJUK, HOGY
NAGYON JÓ ÚTON JÁRSZ,
NAGYON SZIMPATIKUS
EMBER VAGY, NAGYON
TETSZIK, AMIT
CSINÁLSZ, DE ÉN MOST
KISZÁLLOK, AZ NEM
JELENT MÁST, MINT
HOGY MOSOLLYAL AZ
ARCUNKON KÜLDJÜK EL
A FRANCBA.

Neked nem főnöknek kell lenned a saját vállalkozásodban, hanem az első munkásnak!

Mindazok, akik nem tudnak az első munkások lenni, és azt gondolják erről az egészről, hogy a vállalkozó az, aki egész nap nem csinál semmit, csak dől hozzá a lé, azok teljes tévedésben élnek, és alkalmatlanok bármilyen befektetésre.

Volt, aki odajött hozzám a műsor után, és én fektettem volna bele pénzt, de azzal kezdte, hogy ő innentől kezdve szeretne fizetést kapni. Azonnal azt mondtam, hogy ezt most hagyjuk abba.

– **Egyébként maradtak meg azokból az üzletekből, amik ott köttettek?**

– Az ötből egy, pontosabban még a halcsaliprojekt, de az inkább egy kölcsönkonstrukció. Szóval egy konkrét üzlet maradt meg: a nyalókás projekt, amiben Gyulával és Leventével együtt közösen vagyunk. Nem miattam, de nálam a legrosszabb az arány, a többieknél majdnem minden összejött.

– **A cápatársakkal milyen nexus alakult ki? Ismerted valamelyiküket korábról is?**

– Nem, senkit sem ismertem. Szerintem nagyon jó kapcsolat alakult ki közöttünk.

– **És tartjátok is a kapcsolatot?**

– Van kapcsolat azóta is, de azért jól érzékelhető, hogy különböző karakterek vagyunk. Jól látszik, hogy az RTL Klub nem véletlenül öröklet kért fel, feltehetőleg mi öten adtuk ki a legszínesebb csapatot.


– **Valóban Cápák lettetek?**

– Nem tudom, hogy azok lettünk-e. Véleményem szerint túl sok olyan rész volt benne, amikor tanácsot adtunk. Engem a műsortól függetlenül korábban többen is megkerestek már ilyen-olyan befektetési ötlettel, így ez nem állt távol tőlem. Ez alapvetően nem baj. Az életem során én is próbáltam meggyőzni embereket, hogy szálljanak be némi pénzzel az ötleteim megvalósításába.

Úgy érzem, nekünk sokkal élesebbnek, sokkal keményebbnek, szigorúbbnak, adott esetben sokkal modortalanabbnak kell lennünk ahhoz, hogy az érdeklődést majd folyamatosan fent lehessen tartani.

Nekem ez a műsor leginkább arról szólna, hogy valaki bejön, elmondja az ötletét. Ha nem jó, akkor azt mondani neki: köszö, mehetsz. Ha viszont valaki jó, azt pedig azonnal megpróbálni levadászni.





ÉS AMI MÉG NAGYON-NAGYON JÓ, HOGY AZOK A FIATALOK, AKIK NEM VOLTAK BENNE A MŰSORBAN, ELŐKERÜLTEK, MERT SZÜKSÉGÜK LENNE PÉNZRE, BEFEKTETŐRE.

Belátom, az RTL Klub nincsen könnyű helyzetben, ugyanis baromi nehéz kiválogatni a jó szereplőket. Ha csak magamból indulok ki, akkor azt látom a naptáromban, hogy este nyolcra is van még egy beírt megbeszélésem. Dolog tehát akad bőven. Én nem akarok munkát venni – ha érted, mire gondolok. Nekem nem kell olyan vállalkozó, akit pesztrálni kell, akit nekem kell fölépítenem, jogi vagy vállalati környezetet teremteni neki, hogy működni tudjon. Ez nem cél. Az a cél, hogy olyan embereket találjunk, akik önmaguk képesek valamire. A magam részéről én olyan vállalkozót keresek, keresnék, aki tényleg eljutott valahova, és azt mondja: akarok ugrani egy szintet, de ehhez nincsen pénzem, és a bank nem hisz bennem.

– **Nem leszek túl eredeti, de muszáj megkérdeznem: neked mit adott a műsor?**

– Óriási élmény volt. Nagyon sokat tanultam, nagyon sok új embert ismertem meg, és rengeteg új kapcsolatom lett. A saját üzleti életemben is számos pozitív visszajelzést kaptam. Bevallom, én tartottam attól, hogy ez az egész pontosan ellentétes reakciókat vált majd ki, és negatív hozadéka lesz. Szerencsére nem így történt!

És ami még nagyon-nagyon jó, hogy azok a fiatalok, akik nem voltak benne a műsorban, előkerültek, mert szükségük lenne pénzre, befektetőre. Eljöttek, eljönnek, beszélgetünk. Van is olyan közöttük, akiben gondolkodom is. Túlzás nélkül állíthatom, hogy a műsor igazi felpezsdülést hozott az életembe. Ezt szerettem benne a legjobban.

– **Annyit beszélünk már a pénzről, hogy fel kell tennem a kérdést: te ott vagy a száz leggazdagabb között?**

– Hogy őszinte legyek, ez nem érdekel engem. Egyébként most vagyok elég fókuszált ahhoz, hogy olyan méretű vagyont teremtsék, amivel be lehetne kerülni. De ez nem cél. A sikerért dolgozunk, nem a pénzért. A pénz csak következmény.

Ha megnézed a műsorbéli társaimat, Balogh Leventét, Fehér Gyulát vagy Balogh Petyát, akkor azt látod, hogy a fél életük benne van a vállalkozásaikban. Ők hárman évtizedeket tettek bele egyetlen dologba, és teljes erejükkel erre koncentráltak. Én azt hiszem az elmúlt néhány évben értem el erre a szintre.

– **Igen, nagyjából ezzel is kezdtük, hogy te kilógsz e tekintetben a sorból.**

– Igen, én egy „utcagyerek” vagyok hozzájuk képest. Való igaz, én tényleg leváltottam a német buszt a Mátyás-pince előtt, amíg leszálltak az emberek.

(*Nevet.*) De akkor ezzel lehetett pénz keresni. Egyébként engem mindig jobban izgatott önmagában a siker, mint a pénz mennyisége.

Van szép házam, van szép autóm, és egy normális, de nem túlzó ruhatáram. Ezek jó dolgok, de a legjobb mégis csak az, hogy nagyon szeretem az életemet, nagyon szeretem a vállalkozásaimat, és nagyon szeretek minden reggel bejönni dolgozni.

Sokkal jobban érdekel az, hogy ha bemegyek egy boltba, és meg akarok venni valamit, akkor azt meg tudjam venni, és ne azon kelljen gondolkozni, hogy van-e rá pénzem vagy nincsen. De nem akarom, hogy azt gondold, hogy engem a pénz nem motivál. Az nem motivál, hogy benne legyek a száz leggazdagabb magyar között. Sok olyan embert ismerek, akik biztosan benne lehetnének, de még sincsenek benne. Ha egyszer bekerülök, akkor az jó lesz, mert az azt jelenti, hogy vitathatatlanul sok pénzem van.

– **Említetted a fiadat.**

Egy gyereked van?

– Igen. Egy fantasztikus fiam van, életem legnagyobb büszkesége. Most végezte el a közgazdasági egyetem alapszakaszát, és megy tovább. Válogatott sportoló, tanul és mellette velünk együtt dolgozik. Reggel hétkor kezd, és ha kell, itt van este nyolcig. Csak szuperlatívuszokban tudok nyilatkozni róla.

Én sok mindenben másként látom a világot, mint más szülők. Velem soha

senki nem értett egyet a gyerekevelési kérdésekben régen sem, ma sem.

De ez mit sem számít, ha a dolog működik. Marci fiam ma pont ugyanazokkal a lehetőségekkel bír, mint én. Csodálatosan jó gyerek.



Ezzel szemben látom a környezetemben, hogy sok hasonló helyzetben lévő ember nem olyan boldog ezen a téren. Sokaknak van problémája azzal, hogy nincsen a gyerekeinek motivációja, hogy nem úgy áll hozzá az élethez, ahogy az elvárható lenne. Mindent megkapott gyerekként, akkor most hova erőlködne... Marci is minden megkapott, mégis erőlködik, teszi a dolgát, most, amíg mi itt

beszélgetünk, ő viszi a tárgyalást tovább, amiről kijöttem. Nekem egy dolog van vele kapcsolatban: hogy átadjak mindent, amit én tudok, és megismertessek mindazzal és mindazokkal, amit, illetve akiket én megismertem. Attól

szerintem jobb lesz a világ, ha a tudásunkat továbbadjuk a következő generációnak. Az Ószövetségben is benne van, hogy „beszélj el fiadnak...”. Ez szerintem nagyon fontos, hiszen a világ ettől megy tovább. Nem kell mindent újból feltalálni, sokkal könnyebb, ha magasabbról tudsz indulni.

– **Nem beszéltünk még a Jack's Burger hálózatról, amit amolyan magától értetődőnek érzek a korábbi élelmiszeripari tevékenység mellett, viszont valahogy idáig mégsem került szóba.**

ATTÓL SZERINTEM JOBB LESZ A VILÁG, HA A TUDÁSUNKAT TOVÁBBADJUK A KÖVETKEZŐ GENERÁCIÓNAK. AZ ÓSZÖVETSÉGBEN IS BENNE VAN, HOGY „BESZÉLD EL FIADNAK...”.

– A szoftverfejlesztés miatt egy kicsit kikerült a cégen belüli rivaldából. Marci fiammal együtt éppen most próbáljuk meg újragombolni ezt a kabátot. Egyébként egy jó – az idén várhatóan 6–700 milliós – árbevételű produkáló vállalkozásról van szó.

Kicsit túlszaladtunk az üzletek nyitásával, most hét van, de jobb lett volna vagy megállni háromnál, vagy rögtön tizenkettőt nyitni.

– **Az üzletek sajátok, vagy franchise rendszerben működnek?**

– Teljes egészében saját, és valahol pont itt van a problémám. A harmadik megnyílt üzlet után a franchise rendszerű értékesítésre kellett volna koncentrálni. De nagyon féltettük a brandet. Számosan jöttek már, hogy vennének franchise-jogot, de ilyenkor mindig az az első kérdésem, hogy ki fog állni a rostlap mögött?

A legtöbbször az a válasz, hogy ő egy vállalkozó, és van egy üzlethelyisége. Ilyenkor már számomra nem áll az üzlet. Mert úgy gondolom, hogy magának

a franchise rendszernek az a lényege, hogy valaki vásárol magának egy jogot, ezzel kap egy már bejáratott modellt, és akkor abban ő magának kell dolgoznia, mert minden más esetben elúszhat a költségekkel.

A Jack's Burgernél most egy átalakítási folyamat zajlik. Ebben benne van az is, hogy új üzleteket akarunk nyitni, és franchise-jogokat is értékesíteni. Külföldön is terjeszkedni szeretnénk. Romániában már van két üzletünk, ha ez a modell beválik – márpedig eddig minden jel szerint beválik –, akkor nem kizárt, hogy további országokban is megjelenünk Közép-Kelet-Európában.

– **Meg sem kellene kérdeznem ezek után, hogy mik a jövőbeni tervek. Csak azért teszem fel ezt a kérdést, mert a beszélgetés elején említetted, hogy számodra valamit felépíteni, továbbfejleszteni, az a kihívás.**

Van még ilyen dolog?

– Azt gondolom, hogy az Animalsoft az elkövetkezendő 25–30 évre még el fog látni munkával. A szoftverfejlesztést soha nem lehet igazából befejezni, azt állandóan építeni kell.

– **Mi jelenti számodra a kikapcsolódást?**

– Sok minden, de leginkább a lovak. Még ugrólicencet is szereztem, ám nem voltam túl tehetséges, később meg már féltem is... ezután „nyergeltem” át a bakra, pontosabban a fogathajtásra. Tartunk a telepünkön lovakat, s erre nagyon büszke vagyok, mert saját tenyésztésű lovak, és ezekkel is megyünk. Lovagolni is szoktunk, ezt kifejezetten hobbiból csináljuk, akár Marci fiammal együtt is. De a fogathajtás az, ami alapvetően a nagy kikapcsolódást jelenti.

Továbbá nagyon szeretek utazni, kifejezetten gasztronómiai céllal, ugyanis a gasztronómia szintén egy nagyon kedves dolog nekem.

Ezen felül, akár hiszed, akár nem, a sertések. A mai napig legalább hetente egyszer megyek a telepre vagy megyek a bérhizláló partnereinkhez. Van, hogy én magam képes vagyok kiválogatni egy kamionnyi disznót. Nekem az állatok közelsége, a velük való együttműködés – ezt én így definiálom – a legjobb kikapcsolódás. Sokszor alig várom, hogy kiszabaduljak az irodából, és autózhasak hatszáz kilométert csak azért, hogy meg tudjak látogatni három telepet.



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



ÓRA ÉS APPLIKÁCIÓ GOLFOZÓKNAK

GOLFIDŐ

írta: MIFERFIÁK *fotó:* TAG HEUER

Vagy egy tucat golf applikáció létezik a piacon, de a svájci luxus óragyártó, a TAG Heuer szerint az övük a legjobb. Lássuk, hogy a svájci óragyártási technológiát miként ötvözték a golf iránti rajongással ebben az okosórában és a hozzá készült applikációban.

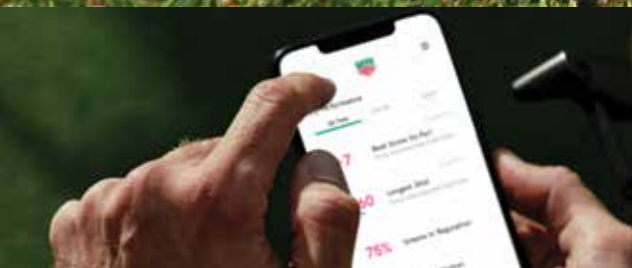
A TAG Heuer Connected Modular 45 „Golf Edition” és az egyedi 3D pálya térkép rendszert a TAG Heuer golf alkalmazással, amely kötelező kiegészítő minden golfos számára.

A digitális karóra a golf által inspirált dizájnt és az ütészálló anyagokat ötvözi a leginkább személyre

szabott és legfejlettebb golf applikációval, amely több mint 39 ezer golfpályáról tartalmaz 3D térképet, továbbá átfogó teljesítmény analízist is készít.

A legmodernebb szenzorokkal felszerelve, mint például GPS, NFC, gyorsulásmérő, giroszkóp és mikrofon, a golf témájú okosóra 4 GB tárhellyel

rendelkezik, üzemideje pedig 25 óra. Emellett üzenetet is tud küldeni és értesítéseket fogadni, illetve alkalmas zenelejátszásra és más applikációk letöltésére. A fekete gumi szíj hozzátartozik az órához, és a mindennapi viselethez is tökéletesen passzol a golf pályán kívül. A különleges csomagban három TAG



Heuer logóval ellátott golf labda is helyet kapott.

A 45 mm-es óra legfeltűnőbb jellemzője a fekete kerámia lünetta, amelybe lézerrel gravírozták bele a számokat 1–18-ig – a 18 lyukat szimbolizálva egy golf mérkőzés során. A fehér lakkal megtöltött gravírozás kiugrik az alapvetően fekete óráról.

A merész, fekete kerámia fülek kiegészítik a fekete PVD titánból készült burkolatot és hátlapot.

Az okosóra fehér hevederrel, zöld varrással érkezik.

„A TAG Heuer Connected Modular 45 „Golf Edition” kifejezetten a golfozók számára készült, és azoknak, akiket izgalommal tölt el ez a sportág”



– nyilatkozta Matthieu Soudan a TAG Heuer projekt managere.

„Az okosóra és az applikáció minden eleme – a dizájntól a funkciókig – úgy lett megalkotva, hogy javítsa a játékelményt.

Természetesen az óra egy stílusos kiegészítő is, amely élvonalbeli technológiákkal dolgozik. Amit fontos kiemelni, hogy ez egy okosóra, amely így nemcsak a gold applikációval köthető össze, de számtalan más alkalmazást is lehet rajta használni, és egyéb funkciókat is el tud látni” – tette hozzá Soudan.

A teljesítmény növelését az applikáció kulcsfontosságú adatokkal segíti: rögzíti az ütések távolságát és a pontszámokat, illetve világszerte 39 000 golfpálya pontos megjelenítésre képes 3D-leképezési technológiával. A TAG Heuer szerint ez az új golf



alkalmazás sokkal fejlettebb, mint bármely más, a piacon jelenleg rendelkezésre álló hasonló technológia. A professzionális sportóra és az alkalmazás még amatőr versenyeken is használható.

A GPS szenzor folyamatosan mutatja a játékos helyzetét, ráadásul a csúcstechnológiás vektoros térképrendszernek köszönhetően az egész pályát

részleteiben lehet látni a különböző akadályokkal együtt, amit sokkal precízebb, mint a hasonló applikációknál használt szatellit rendszer. A térkép interaktív és görgethető.

Az applikáció interaktív alternatívával helyettesíti a papír alapú pontozókártyát – az eredményeket

ezentúl másodpercek alatt fel tudják vinni a játékosok, és így követhetik nyomon a mérkőzés állását. A viselő a csuklóján is láthatja az állást, amikor pedig bekapcsolja az ütés rögzítő funkciót, az ütés távolságát aközben méri le a rendszer, amíg a játékos a labdához sétál. Az ütés távolság mérése egy méteres pontossággal történik.



GREENFIELD

hotel golf & spa • BÜK



H-9740 Bükfürdő
Golf út 4.



+36 94 801 600



www.greenfieldhotel.net
reservation@greenfieldhotel.hu

Szervezze konferenciáját egyedülálló környezetben!

Csapatépítés



Konferencia



Wellness



www.greenfieldhotel.net

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 Lotus Terme Hotel & Spaban, a Pannonia Golf & Country Clubban, a balatonkenesei Marina Porton vagy az Aquaworld SPA-ban.

BESZÉLGETÉS JOE KURTÁVAL,
A CALL A JET CHARTER BRÓKER CÉG
TULAJDONOSÁVAL

JOE KURTA ÉS JULIYA KURTA

LUXUSREPÜLÉS, AVAGY A REPÜLÉS LUXUSA



Ahogy az élet számos területe, úgy a légi közlekedés is kitermelte a maga prémium kategóriás szolgáltatásait. A magánrepülőgép-bérlés idehaza talán még egy sor sztereotípiával párosul, azonban kétségtelenül egyre népszerűbb utazási mód. Ezt jól fémjelzi az is, hogy a bérelhető légi flotta évről évre növekszik. Joe Kurta Németország után Magyarországon is megnyitotta jet charter bróker irodáját, ami immáron tíz éve a személyre szabott privát légi utaztatásra szakosodott. Az üzletember segítségével egy picit most mi is „szárnyakat adhatunk vágyainknak”, és bepillantunk a kulisszák mögé.

AZ első kerület egy csendes utcájában található a Call a Jet irodája. Némileg rendhagyó díszlet fogadja a belépő vendéget, ugyanis itt a repülőgépmakettek vagy pálmafás poszterek helyett ismert futballisták dedikált mezei uralkodnak az ajtóval szemben lévő falat. Ők és még számos jó nevű játékos is utazik – velünk – mondja Kurta úr jóleső elégedettséggel az arcán. A brassói születésű üzletember Bonn után tavaly nyitotta meg budapesti irodáját. Vendéglátóm a zeneiparból nyergelt át az utaztatás e speciális területére, mondhatni, családostól, hiszen ma már szinte mindenki a vállalkozásban dolgozik. Azt vallja: a magánrepülőgép-bérlés nem sokban különbözik attól, mint amikor egy taxit

hív az ember, természetesen nem vitatva azt a tényt, hogy ehhez bizony kétségtelenül vastagabb pénztárca szükségeltetik. De az idő pénz – nem beszélve a szolgáltatás nyújtotta kényelemről, aminek manapság egyre többen hajlandók megfizetni az árát.

– **Barna András: Az emberek jellemzően olyan vállalkozásokba vágnak bele, amiben otthonosan mozognak, vagy nagyon jól ismerik a szakmát. Önt mi inspirálta? Kötődött valamilyen módon a repüléshez?**

– Joe Kurta: Nem volt semmilyen kötődésem, leszámítva az utóbbi tizenöt évet. A zeneiparból jöttem. Ezt megelőzően egy zenei kiadóm volt, ami Call Records néven futott.

– **Mielőtt továbbrepülünk, egy gondolatnyi vargabetűt írjunk le a téma körül. Milyen zenei stílust követtek?**

– Könnyűzenében, ezen belül is a house-, funky-, később technoirányzatokban mozogtunk, még később pedig a keményebb elektronikus vonalat is képviseltük, forgalmaztuk. Nagyon sok bakelitet eladtunk világszerte, így Magyarországon is. Sok DJ-vel, zenei producerrel álltunk kapcsolatban. Egy nagyon szép időszak volt.

– **Ez nem egy amolyan magába szippantó világ, amibe ha belekerül az ember, akkor onnan csak nehezen tud kiszállni?**

– Kétségtelenül van ebben sok igazság, de ha

ez ember észnél van, akkor lehet ezt másként is csinálni. Mi nagyon sokat dolgoztunk. Fellépéseink ugyan nem voltak, mint egyes producereknek vagy DJ-nek, viszont rengeteg zenei anyagot hallgattunk meg, és kiválasztottunk közülük olyan felvételeket, amiket később legyárttattunk.

Aztán változott a világ, aminek hatására vagy nekünk is stílust kellett volna váltani, vagy bezárni a boltot. Emellett ráadásul egyre inkább teret nyertek a digitális adathordozók, jöttek az első MP3-lejátszók, szóval semmi nem mutatott túl jó irányba.

– Ma már elmondható, hogy ez a mostani vállalkozás is jól muzsikál, de annak idején hogyan jött az ötlet, hogy belefogjon?

– Volt egy barátunk, aki Angliában egy charter bróker cégnél volt alkalmazott. Ő beszélt nekünk sokat erről. Elkezdett érdekelni a dolog. Olyannyira, hogy fogtuk magunkat, és kimentünk Genfbe –, a Business Aviation kiállításra. Mindez 2008-ban történt, a válságos évek elején, ami paradox módon valahogy szerencsét is hozott. Mint oly sok másik, ez a terület is csak vegetált a kevés munka miatt, ennek köszönhetően volt idő „velem” foglalkozni, és nagyon sok segítséget kaptam mindenhol. Rengeteget tanultam, rengeteg repülőgépet megismertem, és a fejemben lassan összeállt a koncepció is.

– Ezzel párhuzamosan ment a zenei vonal is?

– Egy rövid ideig tartott a párhuzam, de később már csak a repülés maradt.

– Együtt csinálták az említett barátjával az új céget?

– Nem, ő csak egy darabig volt társ. Kapott egy visszautasíthatatlan ajánlatot a UPS-től, így ő



a biztosabb utat választotta. *(Mosolyog.)* Minden vállalkozásnak kell néhány év, amíg befut, nálunk is el kellett telnie két-három évnek, mire azt mondhattuk, hogy elindultunk. Pontosabban elindultam, mert addig egyedül csináltam az egészet.

Ez egy nagyon érzékeny ágazat, ugyanis minden

egyedül van. Nincsen két egyforma út, ügyfél. Minden parterünkönél más a fontos, amit nekünk minden esetben figyelembe kell venni. Sok kérést nagyon nehéz megvalósítani, mert azt azért be kell látni, hogy egy magánrepülőnél sem lehet bármit megcsinálni. Főleg, ha olyan nagy repterekre akarnak menni, vagy onnan elrepülni, mint Frankfurt, Moszkva vagy London.

– Hogyan lép be egy ilyen érzékeny piacra az ember? Nyilván léteznek sémák, praktikák, de az ön esetében ez hogy nézett ki?

– A zeneipari tevékenységemből sokat merítettem. Ott nagyon sok tapasztalatot szereztem üzletépítés terén, ez sokat jelentett. Aztán az említett barátom nagyon sok jó tippel segített.

Egyébként az elmúlt öt-hat évben futott fel ez a típusú közvetítői tevékenység, amit ma mi végzünk. Korábban ennek egyáltalán nem volt ennyire széles piaca. Ma egészen más a helyzet. Csak mi tizenkétezer bérelhető repülőhöz férünk hozzá világszerte, ezekről azonnal látjuk, hogy hol vannak, mikor szabadok stb. Ennek köszönhetően gyakorlatilag szinte azonnal tudunk válaszolni egy megkeresésre. Előfordult olyan a praxisunkban, hogy valaki reggel kilenckor felhívott,

hogy sürgősen utazni akar, és egykor már gépen ült. Számunkra nagyon fontos, hogy egy bejövő megkeresésre azonnal reflektálni tudjunk. Sőt arra is ügyelünk, hogy az ügyfél kezét egészen az utazás végéig fogjuk, aki így mindig tudja, hogy ki a kapocs, és kihez fordulhat, ha kérdései merülnének föl.

CSAK MI TIZENKÉTEZER BÉRELHETŐ REPÜLŐHÖZ FÉRÜNK HOZZÁ VILÁGSZERTE, EZEKRŐL AZONNAL LÁTJUK, HOGY HOL VANNAK, MIKOR SZABADOK...



– Mennyi utat bonyolítanak?

– Egy évben körülbelül ötszázat. De ehhez az is nagyban hozzájárul, hogy viszonylag régen benne vagyunk a szakmában, ismernek minket, és ennek köszönhetően a legjobb árakat is kapjuk.

– **Vannak cégek, amelyek bérelhető flottát tartanak, vagy egy-egy nagy légitársaság nyújt ilyen szolgáltatásokat?**

– Van ilyen is, olyan is, sőt van olyan, aki magán-személyként vásárol egy repülőgépet, és amikor nem használja, akkor azt bérbe adja egy légitársaságon keresztül. Ugyanis repülőgépet fenntartani igen drága mulatság, hiszen az akkor is viszi a pénzt, amikor a földön áll. Én azt szoktam mondani, hogy aki nem repül havi ötven órát – ami nagyon sok –, annak nem érdemes repülőt tartania. Persze a világon számos gazdag ember meg tudja ezt tenni, de nagy általánosságban nincs értelme.

– Idehaza is van bérbeadással foglalkozó cég?

– Tudomásom szerint akad egy-kettő.

– **Hogyan történik egy rendelés? Maradjunk a taxis példánál!**

– Amikor megkeresnek minket, akkor nemcsak az úti cél a lényeges szempont, hanem az is, hogy mikor akarnak repülni, hányan mennek, mekkora a csomagigény, vagy akarnak-e esetleg kutyát, macskát vinni stb.

Amikor ezek az információk megvannak, akkor mi megkeressük a legközelebbi megfelelő szabad gépet arra az időpontra. Az ajánlat mellé az ügyfél megkapja annak a gépnek a külső-belső fotóit, amivel ő valójában utazni fog.

– **Némileg kerülgetjük a kérdést, de nyilván az ár sem mellékes. Mennyire drága egy bérelt gépen utazni?**

– Így utazni mindenképpen egy luxusdolog,

viszont roppant kényelmes is, amiről kevesebb szó esik. Nézzük meg egy példán keresztül! Mondjunk egy hatfős társaságnak egy Budapest–Milánó oda-vissza út hozzátelőlegesen nyolczer-ötszáz (mivel csúcsszezon van, ilyenkor drágábbak a járatok) – euróba kerül. Talán nem köztudott, de ebben az esetben elég csak a gép indulása előtt negyedórával kint lenni a repülőtéren, egészen pontosan a Ferihegy–1-en, ami egy gondolattal közelebb van a Liszt Ferenc Airportnál. Ha úgy adódna, hogy nem ér oda valaki időben, akkor felhív minket, és mi értesítjük a pilótákat. Nemegyszer fordult már elő olyan, hogy valaki valóban nem ért oda időben, mert dugóba került, vagy csak egyszerűen nem tudott időben elindulni. Ilyenkor értelemszerűen a gép megvárja. Ha valaki magánrepülőgépen utazik, azzal minimum két-három órát spórol, hiszen nem kell kint lennie a reptéren sokkal korábban, nem

kell várnia a biztonsági ellenőrzésre stb. Egyszóval stresszmentes az egész.

Arról nem beszélve, hogy nekünk – ellentétben a menetrend szerinti járatokkal – nem kell alkalmazkodnunk egyik vagy másik repülőtérhez.

Mi még olyan dolgokra is oda szoktunk figyelni, mint a közlekedési helyzet. Megnézzük, hogy az érkezés időpontjában általában milyen forgalom várható, és erről tájékoztatjuk az ügyfelet is.

– **Sok a magyar ügyfelük?**

– **Említette, hogy vannak extrém kívánságok. Mikre kell gondolni?**

– Semmilyen rossz dologra. Elmondhatjuk, hogy nálunk száz ügyfélből kilencvenkilenc teljesen normális és rendben lévő partner. Soha nem volt

gondunk, ha akadna ilyen, akkor velem biztosan nem dolgoznánk többet. Nagyon sok futballista volt már az ügyfelünk, azt kell mondjam, hogy nagyon szeretünk velük együtt dolgozni, mert rugalmasak. Sok törzsutasunk van már, olyan is, akik hat-hét éve már csak velünk utazik. A miénk egyfajta bizalmi tevékenység is. Az ügyfeleink egy jelentős része sok esetben személyesen is meg akar ismerni minket, számunkra azért is volt fontos, hogy egy ilyen exkluzív környezetben nyissunk irodát. Az üzletpolitikánk másik nagyon fontos része, hogy feleslegesen nem zaklatjuk az ügyfeleinket. Az utasaink nagy része pontosan tudja, mit akar. Amikor megrendel egy utat, akkor mi részletesen felírunk mindent, és ehhez tartjuk magunkat; történjen bármi, azt fogjuk neki adni, amit kért, és ha

minden sínre került, mi már csak akkor keressük.

– **Hol van még irodájuk?**

– Németországban van a bázisunk, Bonn mellett. Tavaly októberben nyitottuk ezt a budapesti irodát, és itt szeretném bővíteni a tevékenységet. Szeretem ezt a várost, és a családomat is szeretném idehozni. Úgy látom, hogy a problémák ellenére is látványos



Az úti cél ismeretében a legoptimálisabbat választjuk ki, így az ügyfélnek nem kell a leszállás után adott esetben órákig autózni ahhoz, hogy ténylegesen megérkezzen. Ez egy olyan városban, mint például London, ahol van tíz repülőtér, egyáltalán nem mellékes szempont. Szóval ez a repülési forma a lehető legnagyobb szabadságot biztosítja.

– A tavalyi évben öt magyar ügyfelünk volt, cégek és magánszemélyek egyaránt, ami örömdetes. Az is elmondható, hogy az elmúlt évben 17 százalékkal emelkedett a magánrepülőgép-forgalom Magyarországon, szóval mi úgy látjuk, hogy szépen lassan be fog indulni a piac. Ami egyfelől azért van, mert ugyan ez egy luxUSDolog, de nem minden esetben méregdrága.

fejlődés tapasztalható Magyarországon. Jelentős beruházások valósulnak meg, jó minőségben szolgáltató éttermek, szállodák léteznek, és ezek magukkal hoznak egy speciális vendégkört is. Az igényesebb klientúra pedig reményeim szerint számunkra is üzletbővülést jelenthet.

körülmények. Mondjuk épp nincs a közelben olyan gép, amelyet az ügyfél igényelne. És itt ismét visszatér a bizalom kérdése, ugyanis mindenki számol, és az ügyfélnek fontos, hogy olyan céggel dolgozzon együtt, amelyik vigyáz a pénzére.

Azt viszont nem gondolnám, hogy mondjuk tíz charter brókert el tudna majd tartani ez a piac.

– **Ön szerint hova lehet vagy érdemes fejlődni?**

– Azt gondolom, hogy sok olyan ember él Magyarországon, aki megtehetné, de még nem próbálta ki a magánrepülő-bérlést. Aki nem utazott

AZ ELMÚLT
ÉVBEN 17 SZÁZALÉKKAL
EMELKEDETT
A MAGÁNREPÜLŐGÉP-FORGALOM
MAGYARORSZÁGON, SZÓVAL
MI ÚGY LÁTJUK,
HOGY SZÉPEN
LASSAN BE FOG
INDULNI A PIAC.



© 2017 Weisich Aviation, Inc.

– **Mennyire kiszámítható ez a piac?**

– Szinte egyáltalán nem kiszámítható. És azt is látni kell, hogy nem lesz minden ajánlatkérésből üzlet. Nemegyszer előfordul, hogy egy utat, amit az ember megcsinált korábban mondjuk ötezer euróért, azt legközelebb csak 7–8 ezer euróért tudja kínálni, mert közben olyanok lettek az adott

– **Van versenytársuk idehaza?**

– Nem tudok róla, bár azt el tudom képzelni, hogy néhány légitársaságnak van olyan része, amelyik brókerezik, de konkrét charter bróker konkurensról nem tudok. Én azt gondolom, hogy jó pozíció szinte elsőként a magyarországi piacra lépni. Ez azt vetítheti előre, hogy egyre több munkánk lesz, ahogy többen meg fognak ismerni minket.


még így, az el sem tudja képzelni, hogy ez milyen jó dolog. Főleg a nyári időszakban, amikor „tele van minden”, és a zsúfoltság mellett még a járatok jó része is szinte biztosan késni fog. Szóval, aki egyszer kipróbálja velünk ezt a dolgot, az később bizonyosan nem akar majd másként repülni. *(Nevet.)* Nyilván ehhez megfelelően tehetősek is kell lenni, vagy legalábbis nagyon jól kell hozzá keresni. Van olyan

ügyfelünk, aki egyébként év közben a menetrend szerinti járatokat használja, de egy évben egyszer – nyaraláskor – magánrepülőgépet bérel. De vannak családos partnereink is, akik így utaznak.

Azt is meg kell jegyezni, hogy az elmúlt évek

pillanatban venne jegyet. De egy cégvezetés is jobban járhat, ha rögtön egymás után több városba vagy országba kell elmennie. Mindezt egy repülővel megteheti, nem kell átszállni, szállodát bérelni stb. A hasznos idő megmarad, és tegyük hozzá, hogy

Ha azt szeretné, hogy amikor leszáll, akkor álljon ott egy V vagy S osztályú autó, akkor ott fog állni. De igény szerint szállodát is foglalunk neki, ha kell. Egyébként az ügyfél egy nagyon pontos leírást, úgynevezett flight – briefinget kap az utazás előtt,



MA MÁR NAGYON KOMOLY FLOTTÁKKAL RENDELKEZŐ LÉGITÁRSASÁGOK VANNAK, ÉS EZEK ÚGY VANNAK OPTIMALIZÁLVA, HOGY A LEHETŐ LEGKISEBB KÖLTSÉGGEL TUDJANAK DOLGOZNI

amiben benne vannak a repülőgép adatai, a pilóták neve, illetve az is, hogy amikor leszáll a gép, akkor hol találja a találkozási pontot, és oda hogyan jut el. Mi egyébként figyeljük a járatokat, és azonnal be tudunk avatkozni, ha esetleg valami nem várt dolog jön közbe. De utókövetés is van, amikor megkérdezzük az ügyfelünket, mindennel meg volt-e elégedve. Így van lehetőség az azonnali visszacsatolásra.

Visszatérve az eredeti kérdésre: a

alatt jelentősen csökkentek a költségek is. Ma már némelyik légitársaság flottájában egy típusból van már mondjuk tíz repülőgép. És ezek úgy vannak optimalizálva, hogy a lehető legkisebb költséggel tudjanak dolgozni. Például ha négy ember mondjuk Budapestről Münchenbe akar utazni, akkor lehet, hogy magánrepülő-bérléssel megússza annyiból, mint ha egy menetrend szerinti járatra az utolsó

feleannyira sem fárasztó. Azt gondolom tehát, hogy számos dologról nincs tudomásuk az embereknek. Nekünk az a feladatunk, hogy ezeket bemutassuk a leendő partnereinknek.

– A szolgáltatásnak akkor van vége, amikor a gép begurul a terminálra, vagy további szolgáltatást is nyújtanak?

– Minden attól függ, hogy az ügyfél mit szeretne.

szolgáltatásunkban alapvetően nincsen benne, pontosabban automatikusan nem ajánljuk fel az egyéb autó- vagy szállodabérlést. Igény esetén természetesen megoldjuk a világ bármely táján, azonban mi első-sorban a repülésre koncentrálnak.



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



TRIOTREND
BELTERI AJTÓK



MINŐSÉGI 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

INTERJÚ MICHELISZ NORBERTTEL

JOKERKÖR

írta: BARNA ANDRÁS *képek:* HILBERT PÉTER, MICHELISZ NORBERT

Michelisz Norbertet talán már azoknak sem kell bemutatni, akik nem tartják az ujjukat az autósport ütőerén. A mára „mindenki Norbijává” vált fiatal autóversenyző sportkarrierje egy népmesei motívummal élve a legkisebb fiú története is lehetne, amihez a szorgalom és a tehetség mellett egy nagyon fontos hozzáadott érték is társult: a családi háttér és kohézió. A történet nem rendhagyó, de mindenképpen példaértékű, és kétségkívül olyan lendületet adott Norbi életútjához, ami a kis Pécs melletti faluból egészen a profi autósport élvonalába repítette.



OMV
OMV

HYUNDAI
MOTORSPORT
Customer Racing

MESSZE A VERSENYPÁLYÁK GUMIVAL
MEGKENT ASZFALTCSÍKJÁTÓL,
A KLEBELSBERG-KASTÉLY KERTJÉBEN
BESZÉLGETÜNK MICHELISZ NORBIVAL.
VISSZATÉRŐ INTERJÚHELYSZÍNÜNK
EZ A HELY, HISZEN A PARK AMOLYAN
NYUGALOM SZIGETÉNEK SZÁMÍT.

Norbi pontosan érzékel. Mosollyal az arcán száll ki, ami végig megmarad a délelőtti diskurzusunk folyamán. Nem véletlen a jókedve: az előző nap jött haza a portugál versenyről, és bár jutott neki hideg is, meleg is, összességében a második helyen áll a szezon közepén. Azonban ez a jelen. Norbi története távolabbról, egy Pécs melletti ezerfős kisfaluból indul, Hímesházáról, ahol viszont paradox módon nem a vidék, hanem az autószerelő műhely illata a meghatározó momentum az életében. Mint a későbbiekben kiderül, örök szkeptikussággal a lelkében nyolcévesen határozza el, hogy ő is autóversenyző lesz, vagy legalábbis szeretne az lenni. Úgy tűnik, életében ez a soha el nem múlt dilemma kimondva-kimondatlanul máig megmaradt, miközben ennek árnyékában sikert sikerre halmozott az elmúlt években. Ma a túrautó-bajnokság toppilótáinak elitjéhez tartozik. Az egykori gyermeki hezitálás azonban időnként előkanyarodik a mondatai közül. Talán ezért érzem azt egész beszélgetésünk alatt, hogy még mindig meg kell csípnie magát ahhoz, hogy elhiggye: ez a sztori tényleg az ő élete.





– **Barna András: Hogy őszinte legyek, nehéz eredetinek maradni a kérdésfeltevésben, hiszen számomra – és felteszem, mások számára is – mindig az a legizgalmasabb, hogyan találja ki valaki, hogy ő autóversenyző lesz. És hogy ebből hogyan lesz egy életre szóló eltökéltség?**

– Michélsz Norbert: Hímesháza, ahol születtem, egy kis falu. A nagybátyám a közvetlen szomszédságunkban lakott, úgyhogy én már néhány évesen átjártam hozzájuk. A nagybátyám autószerelő volt, de versenyzett is több szakágban és az országos bajnokságokban. Azt már a szüleimtől tudom, hogy amikor elégük volt belőlem, átvittek hozzájuk, beültettek egy javításra váró autóba, és én szépen elbrümmögtem néhány órát a kormánykerék mögött. *(Nevet.)* Ennek fényében nyugodtan állíthatom, hogy az autók iránti szeretet már nagyon korán megvolt.

– **Az autóversenyzés szeretete ezek szerint a rokoni oldalról jött?**

– Kétségtelenül nagy hatással volt rám, de maga a versenyzés iránti szeretet egy kicsivel később alakult ki, amikor már fel tudtam mérni a különbséget autó és autó között. Értelemszerűen nekem a nagybátyám autója volt az etalon és a legjobb. Hétévesen kísérhettem el őt először autóversenyre, egy magyar bajnoki ralikrosszfutamra. Erre a napra kristálytisztán emlékszem, és ekkor fogalmazódott meg bennem először, hogy autóversenyző szeretnék lenni.

– **Ez ilyen fiatalon mennyire volt tudatos?**

– Amennyire egy hét éves gyerek ezt komolyan ki tudja jelenteni, de az viszont tény, hogy ennek hatására próbáltam ez irányban jobban tájékozott lenni. Mondjuk azt már a fiatal korom ellenére is fel tudtam mérni, hogy mik a lehetőségeim. Ehhez persze nem kellett messze mennem, csak át szomszédba, ahol ez kérdés időnként generált problémákat.

Mindenesetre a folytatás az lett, hogy nagybátyám épített egy vaskeretes autót, amit én és az unokaöcsém használtunk a nyári szünetekben. A gokart technikája egy Simson motor és egy kis Polski váltójának kombójából állt össze, és elég jól lehetett vele hasítani.

Hozzáteszem, hogy fegyvelmező eszköz is volt, ugyanis ha jó jegyet hoztam, akkor használhattam minden sebességi fokozatot, ha pedig rosszat, akkor visszavettek a teljesítményéből. *(Nevet.)* Három-négy évig tudtam használni, aztán kinőttem, de az autózvezetés alapjait ezen keresztül tanultam meg.

– **A szüleid mivel foglalkoznak?**

– Az édesanyám tanítónő, az édesapám agrármérnök végzettségű és mezőgazdasági vállalkozó. Mind a mai napig aktívak.

– **Amikor a továbbtanulás szóba került, akkor nem gondoltál arra, hogy ilyen benzingőzös gyerekkor után valamilyen szakirányba fordulj?**

– Engem ennek az egésznek a versenyzési oldala érdekelt, nem akartam mélyebben beleásni magam a dologba. Az informatika és a nyelvek jobban érdekelték. Tizennégy évesen lett először asztali számítógémem. Nyilván tanulási céllal, de aztán ez szépen eltolódott a játék irányába. *(Nevet.)* Itt jegyzem meg, hogy az unokaöcsémnél korábban már sokat játszottunk, úgyhogy a számítógép iránti vágy már korábban is bennem volt.

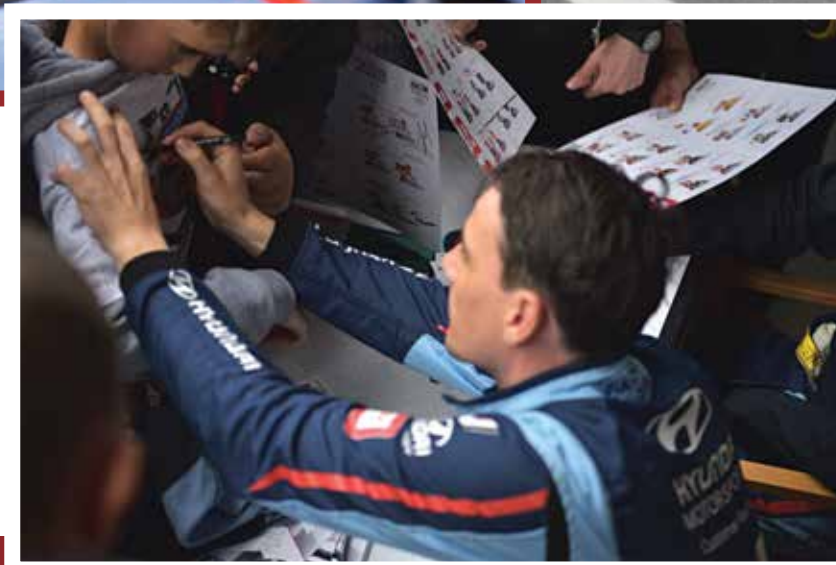
Amikor pedig már lett internet-hozzáférésem is, akkor felfedeztem, hogy sokkal jobb csatlakozni másokhoz, többet játszani és versenyezni egymással.

– **Wéber Gáborral így ismerkedtél meg a világhálón keresztül?**

– Igen. Az én első jegyzett versenyem egy magyar bajnokság volt, és tulajdonképpen innentől kezdtem el jobban figyelni a dolgokra. Aztán láttam a Gábert meghívott szakértőként a Forma–1-es közvetítésekben, ahol az volt a neve alá kiírva, hogy szimulátor-világbajnok. Na, felcsillant a szemem, és akkor elkezdtem utánamenni annak, hogyan lehetnék én is világbajnok. *(Nevet.)* Szóval nagyjából a Gábor útját próbáltam lekövetni.

– **Ezek szerint te is a profik alaposágával csináltad, ahogy ő?**

– Igen, abszolút. Ugyanis a 2000-es évek elején már olyan szintet képviselt a nemzetközi elit, akikkel szemben nem lehetett úgy felvenni





„TITKON AZT GONDOLTAM, HOGY
MAJD KÜLFÖLDI NYELVTERÜLETEN
INFORMATIKUSKÉNT FOGOK DOLGOZNI,
OTT JÓ SOK PÉNZT KERESÉK, ÉS EBBŐL
FOGOK VERSENYEZNI.”

a versenyt, ha az ember nem tudta finomra hangolni az autót. Én is rengeteg időt töltöttem nemcsak a pályabegyakorlásokkal, hanem az autóbeállításokkal is. Ez alatt a három-négy év alatt rengeteget megtanultam arról, hogy egy versenyautót hogyan kell beállítani ahhoz, hogy leginkább passzoljon a vezetési stílusomhoz. Fontos, hogy az ember értse az összefüggéseket műszaki és járműdinamikai szempontból, ehhez pedig rengeteg háttéranyagot kell elolvasni.

Azt azért gyorsan hozzá kell tennem, hogy a virtuális világban autót beállítani nehezebb, mint a való életben, hiszen az ember nem érzi, csak látja azt, ami történik. El lehet menni egy bizonyos szintig, de a valós életben ez azért más.

– Folytassuk a kronológiát. A gimnázium után merre vetted az irányt?

– A középiskolában már nagyjából tudtam, hogy belőlem már nem lehet autóversenyző. Követtem az autósportokat, és láttam, ahhoz, hogy valaki nemzetközi szinten sikeres legyen, mondjuk, egy formaautóban, ahhoz 5-6-7 évesen már gokartba kell ülni.

16–17 évesen már láttam a határaitam ebben a kérdésben, így tulajdonképpen maradt a szimulátorozás, ami a versenyzési vágyaim egyfajta beteljesülését is jelentette. Egyébként titkon azt gondoltam, hogy majd külföldi nyelvterületen informatikusként fogok dolgozni, ott jó sok pénzt keresek, és ebből fogok versenyezni. *(Mosolyog.)* Bármennyire is naivan hangzik, ennek a gondolatnak a hatására kezdtem mérnökinformatikusnak tanulni.

A szimulátoros és virtuális versenyeredményeimre később aztán a Wéber Gabi áttétele és hathatós közreműködésének is köszönhetően felfigyeltek rám, így jutottam el a Zengő Motorsporthoz.

– Akkor nem is indult el a mérnökinformatikus karriered?

– Alapvetően nem. 2005-ben, a diploma megszerzése után szinte közvetlenül jött a megkeresés a Zengő Motorsporttól, hogy menjek ki a Hungaroringre egy tesztnapra. Életemben ekkor voltam először itt és igazi versenyautóban is akkor ültem először. Ez annyira jól sikerült, hogy „elkezdtek rajtam gondolkozni”.

– Ha jól érzedelem, akkor itt jelentkezett egyfajta paradox állapot. Miszerint volt egy korábbi dilemma, hogy „egy én nem lehetek már autóversenyző”, de a jó sors mégis csak adott egy lehetőséget, pontosabban reményt. Mi járt ekkor a fejedben?

– A szüleimmel leültünk ezt megbeszélni. Végül is az tény volt, hogy a semmiből kerültem ebbe a helyzetbe, amihez anyagi oldalról nekem, nekünk is bele kellett tenni az első évet, a költségek másik részét pedig a csapat állta. Így teljesítettem a 2006-os évet.

– Lehetőség ide vagy oda, a legtöbb szülő, amikor leül egy ilyet megbeszélni, akkor feltehetőleg az az első mondata, hogy „édes fiam...”.

– Hát ez így van, nagyon nálunk sem volt másként. Viszont a szüleim azt is látták, hogy





ez már egy valós lehetőség, és azt is, hogy én ezt mennyire szeretném, akartak segíteni. De az egész csak úgy tudott működni, ha innentől teljesen őszintén mindent megbeszélünk. Viszont az nem működött, hogy csak ez legyen az egyetlen csapásirány az életemben, hiszen azt mindannyian tudtuk, hogy ez a szerencsés lehetőség egy nagyon vékony jég, ami bármikor beszakadhat.

Noha összesen hét versenyhétvégéről volt szó, ennek ellenére nem lehetett volna összeegyeztetni semmilyen nyolcórás informatikai állással. Így az volt a feltételük, pontosabban a köztes megoldást az jelentette, hogy végezzek el egy második iskolát, amiben szintén segítenek. Így kezdtem el 2006-ban Pécsen a közgazdasági egyetemet.

– **Ha jól tudom, van egy testvéred.**

Nem okozott ez feszültséget köztetek?

– Igen, egy nővérem van. A szüleim ezt nagyon jól csinálták, de azt is tudatosították bennem, hogy a versenyzésemre fordított összeget mindig duplán számoljam.

Ma szülőként már én is jobban átérzem ennek a súlyát. Szerencsére a nővérem is átértette a lehetőség súlyát így emiatt soha nem volt feszültség kettőnk között.

– **Hogy alakultak a további évek?**

– 2006-ban sikerült magyar bajnokságot nyerni, ami újabb dilemmát hozott. A családban úgy láttuk, hogy ebben a bajnokságban nem érdemes lehúzni még egy évet.

A siker ellenére még mindig ott mocorgott bennem kérdés, hogy érdemes-e ezt az utat folytatnom, és autóversenyzői álmokat dédelgetni, vagy sem. Megint leültünk ezt családiról megbeszélni, aminek az lett az eredménye, hogy további erőfeszítéseket vállalva 2007-ben egy szintet feljebb léptem.

– **Ebben a helyzetben mit gondoltál magadban, elhitted már, hogy a 16 éves dilemmáid ellenére az álmaid valóra válnak, és autóversenyző leszel?**

– A lehetőséget és a finanszírozási oldalt párhuzamosan kellett nézni, és fel tudtam mérni, hogy ez mekkora anyagi kockázat. Másfelől ott volt az a tény is, hogy az addig rendben van, hogy itthon megnyertem a bajnokságot, de hogy ez nemzetközi szinten mennyire lesz elég, vagy elég lesz-e ahhoz, hogy bekerüljek a profik közé, nem lehetett megjósolni. A lamentálásnak tehát nem volt vége.

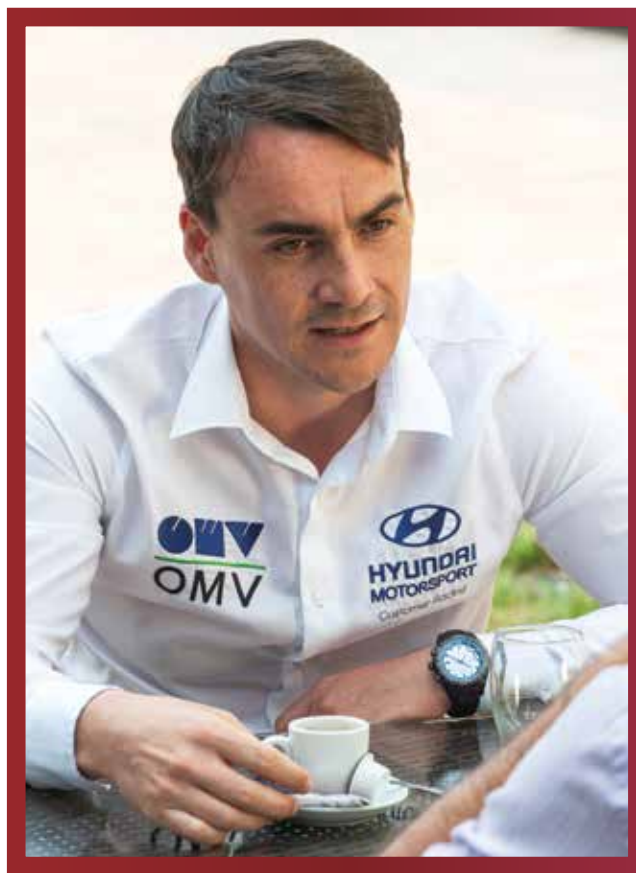
A kérdésre a választ ismét egy otthoni egyeztetés után hoztuk meg, aminek köszönhetően ismét egy szinttel feljebb léptem, léphettem. Persze ez megint több pénzbe is került.

– **Most már sokadszorra kerül képbe a család, kicsit már olyan, mintha egy familiáris menedzsmentről lenne szó az esetekben.**

– A szüleimnek nagyon hálás vagyok, ugyanis ők mindig megpróbálták ezt úgy kezelni vagy láttatni velem, mintha ez számukra nem lenne olyan nagy teher akkoriban, mint amilyen volt valójában. Mindezt azért, hogy én ne érezzem túlságosan nagy nyomásként, hogy ilyen áldozatot vállalnak. Karrieroldalról talán kívülről túl automatikusnak látszik a fejlődésem a kívülálló számára, de a valóság az, hogy rengeteg ilyen és ehhez hasonló kérdést kellett megoldanunk.

A legnehezebb évünk a 2008-as volt, hiszen 2007-ben ismét megnyertem a baj-

nokságot. A korábbi logika mentén haladva most tehát annak kellett következnie, hogy lépünk újból tovább, amiben már nemzetközi szereplés is benne volt. Így lett! A SEAT-tal történő versenyzés viszont már az előzőekhez képest egy jóval nagyobb ugrás jelentett. Pont emiatt a pénzügyi oldal kevésnek bizonyult, mind a csapat részéről, mind pedig családi oldalon. Ráadásul, ekkor már édesapám is nyakig volt a dologban, mert úgy gondolta, hogy belőlem mégiscsak







lehet autóversenyző. Ki sem merem mondani, hogy milyen óriási kockázatot vállalt emiatt akkor.

– **Akkor most újfent megkérdezem, hogy akkor mit gondoltál magadról e tekintetben, édesapád mellett te is elhitted már magadról?**

– Abszolút értékben nem, viszont az is tény, hogy már haladtunk egy úton, és hittük, reméltük, hogy ebből lehet valami. Egyébként pont a SEAT-os időszakban éreztem azt – amikor már volt hazai és nemzetközi tapasztalatom is –, hogy a pályán sok esetben én vagyok már a referencia.

– **Mi vágta át a gordiuszi csomót?**

– A helyzet azért volt furán kettős, mert miközben láttuk, hogy van keresni-valónk a nemzetközi mezőnyben is, a csapatkassza – a családi oldalról nem is beszélve – teljesen kimerült, ami előrevetítette, hogy az előrelépés nem sikerülhet másként, csak külső segítséggel. És akkor, mint a mesében, egyszer csak a semmiből becsöngetett a Dension Audio System ügyvezetője azzal, hogy támogatná a csapatot. Ez óriási szerencse volt, aminek köszönhetően elindulhattunk, és egy sikeres évet zárhattunk 2009-ben. Továbbá ennek hála, még egy szinttel feljebb tudtunk lépni, és elindulhattunk a rákövetkező évben a túraautó-világ bajnokságban, ami szintén álomszerűen ért véget egy világ bajnoki futamgyőzelemmel. Viszont a túraautó-világ bajnokság már egy olyan nagyságrend volt, ahol már megint mindenki a határait feszegette. Egy szezon 150-200 milliós költségvetése kiürítette a zsebeket.

– **Ez az állandó harc, küzdelem kihat a teljesítményre?**

– Az elmúlt tíz évben folyamatosan anyagi nyomás alatt versenyeztem.

Tizenhat éves korom óta ezt az egész folyamatot a reális pesszimizmus szemüvegén keresztül néztem, és így is voltam részese a dolognak.

Sokszor mindenki erején felül tette hozzá a maga részét, de mindig született valami megoldás a helyzetemre. És egyszer csak jött egy gyári szerződés 2015-ben. Meg kell jegyezmem a tisztesség kedvéért, hogy ez az említett és nem részletezett sok segítség tette lehetővé azt, hogy tulajdonképpen folyamatosan versenyezni tudjak.

Amikor jött a gyári szerződés, akkor ismét egy érzelmileg nehéz helyzet állt elő, amikor az ember az addigi karrierjét teszi mérlegre.

– **Ez egy amolyan erkölcsi konfrontáció volt?**

– Valójában igen. Mindenki szeretne szakmailag tovább fejlődni, és nem melleleg nyerni. Az ember ezt az egészet azért csinálja, hogy világbajnok legyen, vagy minimum ennek a közelébe kerüljön. Viszont abban a helyzetben, olyan anyagi lehetőségek közepette, amiben voltam, tisztán látszott, hogy ez egy nem megvalósítható álmom. És akkor azt a konklúziót vontam le, hogy saját magamnak tartozom annyival, nem beszélve a szüleim áldozatvállásáról, hogy megválaszoljam az eddig még mindig csak lebegtetett kérdést: hogy el tudok-e jutni a kitűzött út végéig, vagy sem.

– **Jöttek a hondás évek, ami az én olvasatomban egy kicsit felemásan hatott, de lehet, hogy rosszul érzem.**

– 2017 volt az utolsó évem a Hondával, amikor egy hajszállal maradtam le a világbajnoki címről. Nehéz év volt, mert jött az utolsó verseny, amikor egy technikai probléma miatt az utolsó pillanatban csúsztam le a vb-dobogó legfelső fokáról, másrészt pedig év közben is volt egy hátráltató momentum: egy szabályértelmezési vita miatt kizártak minket egy versenyhétvégről. Ha azt veszem, hogy mindezek összességével is megnyertem volna a világbajnoki címet, akkor nagyon nincsen miről beszélni. Az adódott helyzet viszont igencsak megrázott,

és azt gondoltam, hogy szakmailag nagyon mélyponton vagyok annak ellenére, hogy ebben az évben – ha lehet így mondani – mindent beleadtam minden tekintetben. Megszületett a kislányom, megalapítottuk a csapatomat, és minde mellett otthonról is olyan szintű és minőségű támogatást kaptam a feleségetől, hogy erről csak szuperlatívuszokban lehet nyilatkozni. És mégis úgy gondoltam akkor, hogy ez valahol mégsem lett elég. Mindezek összessége miatt úgy vélttem, hogy ahhoz, hogy újból motivációt kapjak, közeget kell váltanom.

– Ha valaki nem tudja rólad, hogy autóversenyző vagy, akkor az első pillantásra azt gondolná, hogy te egy olyan aranyos, jó gyerek vagy, akiről az ember nehezen tudná elképzelni, hogy a földhöz csapja a sisakját. Mennyire vagy harcos alkat?

– Sokan mondják, hogy ilyen vagyok, de mégis azt mondom, hogy ezt a dolgot is több oldalról kell megvizsgálni. Ahhoz, hogy futamokat, ab ovo világbajnoki címet nyerjek, kis túlzással mindenre képes vagyok, és ennek érdekében nagyon sok áldozatot is hoztam már, legyen szó versenypályáról vagy magánéletről. Ezt egyébként kívülről nem is nagyon látják az emberek. Ahhoz, hogy közép- vagy hosszú távon célokat érjek el, rövid távon sok mindent le kellett nyelni, amit szerintem nem biztos, hogy mindenki meg tudna tenni. Feltehetőleg ez egyfajta, a gének hozta örökség is a részemről. Viszont az is igaz, hogy soha nem szúrnék hátra senkit, és soha nem lépném át a sportszerűség határait sem. Tudom, hogy néha el kell menni a falig, akár a versenypályán is, és keménynek kell lenni, és ki kell lökni másokat. De ha választhatok, akkor legkevésbé sem ezt az utat választom.

– Lelkis pasi vagy?

– Azt gondolom, hogy inkább voltam. Egy elmélkedő, gondolkodó embernek tartom magam.

– Ez a tulajdonságod akár a versenypályára is levetülhet?

– Korábban azt válaszoltam volna, hogy mindenképpen, hozzátéve azt, hogy egy adott korszakban vastagon benne voltak a körülmények is. Talán ismétlem önmagam, de ha valaki most visszaolvas, akkor láthatja, hogy messze nem volt klasszikusokat idéző az én szakmai fejlődésem. Egy filmen nem sírom el magam, de egyébként egy lelkizős, megfontolt, a helyzeteket minden oldalról megközelítő embernek vallom magam.

Ez a pálya mindenféle szempontból megedzi az embert. A pályafutásom első nyolc-tíz éve úgy telt el, hogy sok esetben egy hajszálon múlt, hogy a karrierlehetőség megmarad vagy elúszik. 2006-ban, 2007-ben vagy 2008-ban sokszor ezt nem is tudtam véka alá rejtteni. Az akkori dolgok, helyzetek nagy hatással voltak rám, és talán ennek köszönhetően lettem mára olyan ember, amilyen vagyok.

– Az általad említett közegváltás azt jelentette, hogy márkát váltottál és átültél a Hyundaiba. Mennyiben lett más a helyzet?

– Abszolút értékben nincs nagy különbség a filozófiák között.



A profiélet velejárója, hogy egyéb más elfoglaltságod is van. Egy évben ez körülbelül 80-90 nap elfoglaltsággal jár, ami egyeztetéseket, tesztek, versenyeket vagy a pályán kívüli teendőket jelent.

– Egy ilyen nagy proficsapatnál lehet családi közegről beszélni, vagy ez a kis csapatok sajátja?

– Ilyen értelemben szerintem nincs különbség kis vagy proficsapat között. Sőt esetemben ez sokkal jobb lett, mint arra én korábban számítottam. A Hyundai-csapatnál ez talán hatványozottabban is igaz. A márka nagyon tudatosan és hatékonyan építi a motorsportos vonalát és ennek kapcsán az arculatát is.

Van egy látens párhuzam is kettőnk között a közös útkeresésben, mindannyian a legversenyképesebb autót szeretnénk. Ennek köszönhetően azonos szempontok és célok mentén haladunk, amihez minden megvan egy helyen, a megfelelő emberek, a megfelelő versenyautó és a megfelelő hozzáállás is. Valószínűleg ennek az egységes gondolkodásmódnak is köszönhető, hogy a pályán kívül is tartjuk a kapcsolatot egymással. Talán furcsa, de ez a plusz sokat jelenthet

egy versenyhelyzetben adódó probléma gyors megoldásában, ami nem elhanyagolható egy ilyen szoros bajnokságban. Összességében minden túlzás nélkül állíthatom, hogy abszolút ki tudok teljesedni a márkában. Ez pedig mostanra már túlmutat egy pusztán sportszakmai kapcsolaton, némi képzavarral élve határokon átívelő hiszen a Hyundai magyarországi képviselőjével is szorosan együttműködöm. Ennek

a kapcsolatnak pedig nemcsak optikai megnyilvánulásai vannak. Tehát a közös munka nem merül ki csak abban, hogy a jóvoltukból a magánéletben is egy Hyundait használhatok, hanem abban is kiteljesedik, hogy számos közös projektben is gondolkozunk. Ez pedig mindkettőnk számára további hozzáadott értéket jelent és nem mellesleg erősíti a márka reputációját is.

– A versenyzői pályafutásod mellett már új utak is megjelentek az életedben. Megalapítottad a saját csapatodat, az MIRA-t, és úgy tudom, a szimulátoros vonalat sem engedted el. Már a távolabbi jövőt tervezed, amikor egy lépéssel önmagad előtt jársz?

– Ezt a dolgot jól érzed. A logika a dolgok mögött az, hogy amikor azon gondolkodom, hogy hol szeretnék majd a jövőben tevékenykedni, akkor azt a választ



adom, hogy a motorsportban. Ehhez értek, ezt tanultam meg, és nem mellesleg nagyon szeretem is. Viszont ebben a sportban számomra állandóan napirenden lévő kérdés, hogy meddig tudok ilyen szinten versenyezni. Ugyanis ez nemcsak rajtam múlik, hiszen beleszaladhatok két rossz évbe, ami után nem szerződhet majd gyártó. Ráadásul egyre több fiatal tehetség fedezi fel magának a túraautó-bajnokságot, előbb-utóbb olyan gyári ülésekre pályázva, mint amilyenben

most én ülök. Szóval, ha innen nézzük a dolgot, akkor továbbra is vékony jégen táncolok.

– Ha summáznod kellene a jövőképedet, akkor mit mondanál?

– Egy biztos: a legfontosabb cél, hogy a bajnokságot megnyerjem. Olyan hosszú utat tettem már meg, és olyan sokszor voltam már a közelben, hogy ezt a dolgot biztosan nem tudom most elengedni.

A versenycsapatommal közös célunk van: egyfelől teret adni tehetséges versenyzőknek, másfelől pedig teret adni olyan

fiatal mérnököknek, aki ebben a sportban szeretnének majd tevékenykedni.

De a csapat megalapítása egyfajta befektetést is jelent a számomra.

– Függetlenül a tavalyi vagy az idei év eredményétől, hogy érzed, a csúcson vagy?

– Úgy érzem, hogy igen. Jól érzem magam, magabiztos vagyok, és szerintem jó korban is járok. Viszont már elég idős és tapasztalt ahhoz, hogy jó következtetéseket tudjak levonni. A mezőny átlagétkorát tekintve az átlag alatt vagyok, ami egyben azt is előrevetíti, hogy az elkövetkezendő három-öt évben nagy esélyem van jó eredményeket elérni.



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

Három különböző SUV, ugyanaz a célkitűzés!

Hyundai SUV modellek már

4 649 000 Ft-tól



5 ÉV

**KILOMÉTER-KORLÁTOZÁS
NÉLKÜLI GARANCIA**

6d
TEMP

BIZTOS JÖVŐ
AZ ÖSSZES MODELLRE

Tegye könnyebbé a mindennapokat a Hyundai bármelyik SUV-modelljével!

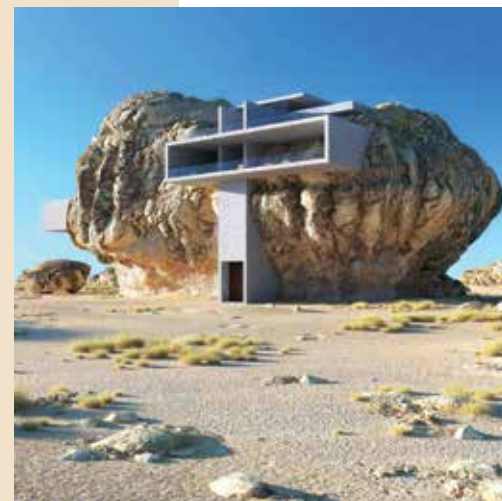
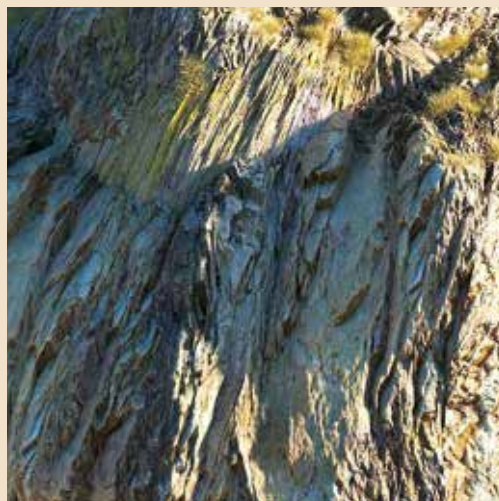
Család és karrier – két valóban nehezen összeegyeztethető feladat. A Hyundai KONA, Tucson és Santa Fe egyaránt stílusos modelljei ebben nyújtanak kézzel fogható segítséget. Szabadságot és biztonságot kínálnak Önnek, az 5 év kilométer-korlátozás nélküli garanciának köszönhetően pedig nyugalmat. Így lesz olyan, ami miatt biztosan nem kell majd aggódnia. Kicsit több ideje és energiája marad a családra meg a munkára is. A célokat továbbra is Ön tűzi ki, mi csak segítünk elérni őket! **További infó: www.hyundai.hu**



NEM VÉNNEK VALÓ VIDÉK

LUXUS SZIKLA

írta: MIFERFIAK *fotó:* AMEY KANDALGAONKAR



A House Inside a Rock fejlesztésére a legnagyobb hatással a szaúd-arábiai Mada'in Saleh jellegzetes sziklába vájt sírépítményei voltak.





„AMIKOR ELŐSZÖR LÁTTAM A ROCK-TOMB KÉPEIT, TUDTAM, HOGY KÉSŐBB INSPIRÁCIÓKÉNT KELL HASZNÁLNO M EGY PROJEKTEMBEN” – MONDTA KANDALGAONKAR.

Ez az ősi archeológiai terület klasszikus homlokzatokat alakított ki sziklába mélyítve, mindezt hagyományos geometriára alapozva. A sanghaji építészeti cég ennek modern formáját alkotta meg az építkezés során. Ahelyett, hogy a termé-

szetes felületet alakították volna át, betontáblákat helyeztek el a sziklában, így alakítva ki a ház végső formáját. „A sziklák komplexitását figyelembe véve magától értetődő volt, hogy egyszerű vonalakat kell alkalmaznunk, hogy vizuális egyensúlyt érthessünk

el. Először megcsináltam a szikla mását egy 3D-szoftverrel, ami már magában is szobrászati folyamat volt. Ezután pedig mikor hozzáépítettem a házat, igyekeztem szemmagasságban a

lehető legkevesebb módosítást elvégezni a természetes alapon, inkább madártávlatból látszik a különbség. Ekkor fedi fel magát a beavatkozás valódi mértéke.” – mondta Amey Kandalgaonkar.



HOTEL FIT
HÉVÍZ



8380 Hévíz,
Kossuth Lajos u. 76.



+36 30 153 7378
+36 83 340 484



www.hotelfitheviz.hu
info@hotelfitheviz.hu

A fürdőváros központjában, 300 méterre a hévízi termáltótól



A családi hangulatú gyógyszálloda 52 barátságos, erkélyes és klimatizált szobával, étteremmel, bárral és wellness részleggel várja vendégeit.

A **Hotel FIT Hévíz** kiválóan alkalmas a gyógyulni vágyók, városlátogatók és az üzleti céllal érkező vendégek számára egyaránt.

A szállodában található, egy- és kétágyas, valamint két darab két légtérrel rendelkező szoba. A szobáink saját fürdőszobával, TV-vel, telefontal, vezeték nélküli internet csatlakozással vannak felszerelve.

Az erkélyes szobáinkból csodálatos panoráma nyílik a környékre.



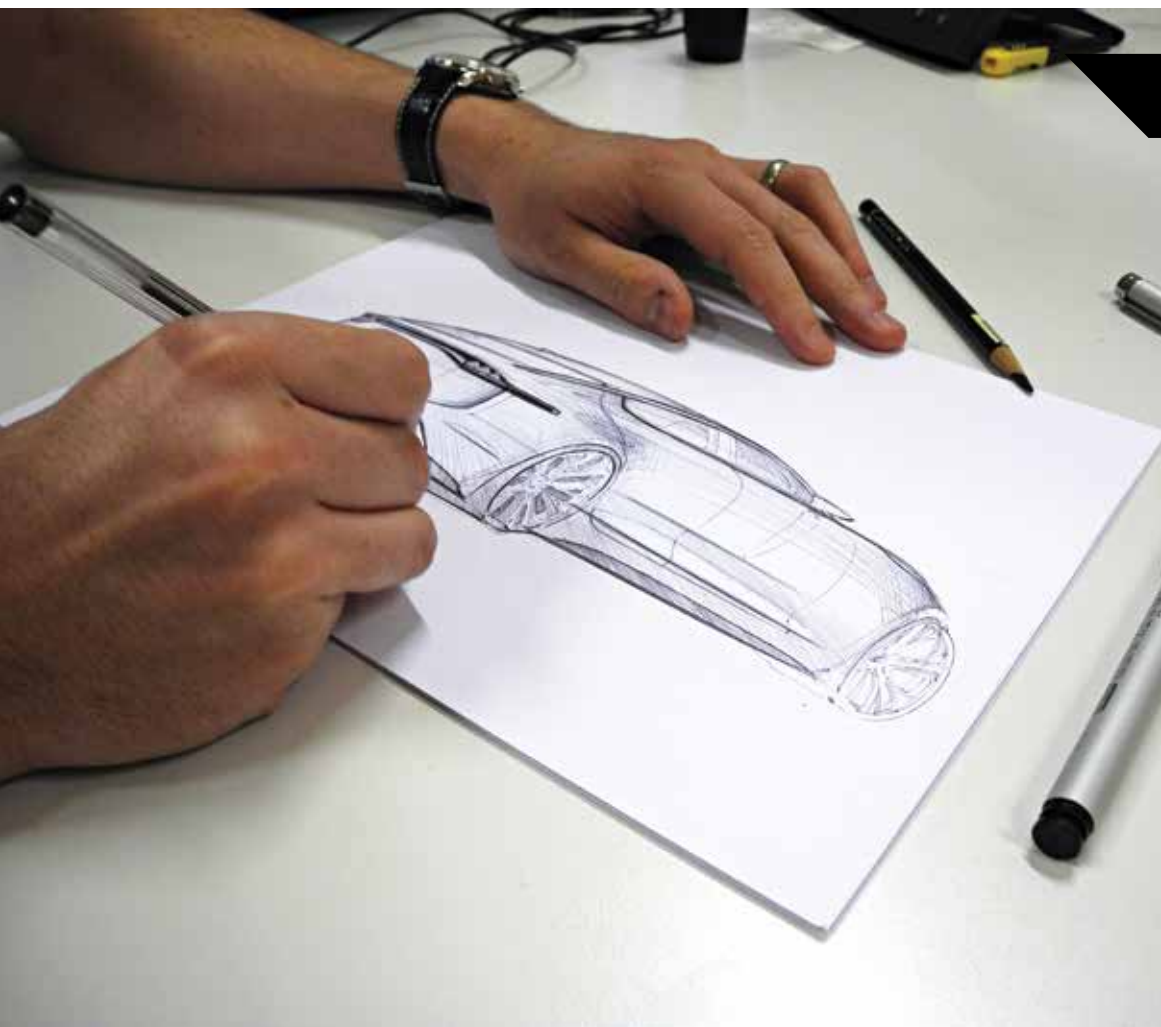
BESZÉLGETÉS KOVÁCS MIKLÓSSAL,
A KIA MOTORS KÜLSŐ FORMATERVEZÉSÉRT
FELELŐS VEZETŐ DIZÁJNERÉVEL

ÉLETRAJZ

írta: BARNA ANDRÁS *fotó:* KÖKÉNY ROLAND, KIA MOTORS

Rajzolni jó, és nemcsak hogy jó, hanem életünk egyik első tevékenységei közé is tartozik. Először talán krétával az aszfaltra, azután filctollal, színes ceruzával papíron próbáljuk megjeleníteni a gondolatainkat. Később persze többségünknel kikopik a fantáziálás ilyen jellegű letűkrözése. Kovács Miklós kezéből viszont soha nem esett ki a ceruza. A KIA Motors vezető dizájnerét a rajzolás iránti szenvedélye az ipari formatervezés felé fordította. Immáron a márka több modellje is fémjelzi munkásságát. Frankfurtban, a dél-koreai autógyártó európai főhadiszállásán beszélgettünk vele.





A KIA MOTORS EURÓPAI KÖZPONTJA SZINTE KARNYÚJTÁSNYIRA VAN A FRANKFURTI AUTÓSZALONNAK IS TERET ADÓ KIÁLLÍTÁSI TERÜLETTŐL. AZ IRODAHÁZ LEGFELSŐ EMELETÉN TALÁLHATÓ DIZÁJNCENTRUM ÍGY – NÉMI SZÜRREÁLIS HASONLATTAL ÉLVE – SZINTE TÖKÉLETES RÁLÁTÁST NYÚJT A VILÁG AUTÓPIACÁRA A KÉTÉVENTE MEGRENDEZETT SHOW IDEJE ALATT.

Visont nem könnyű feljutni erre a szintre: a recepción még a telefonjaink kameráit is leragasztják, biztos, ami biztos alapon. Az irodák melletti több száz négyzetméteres csarnokszerű térben beszélgetünk, ami jellemzően prezentációk és rendezvények színhelyéül szolgál. Kísérődíszletünk a szintén vendéglátónk munkásságát dicséző és nemrég debütált vadonatúj ProCeed 1:1 agyagmodellje és „valóságos” párja. Miklósból árad a nyugalom, az első pillanattól kezdve kiegyensúlyozott személyiség benyomását kelti, a szenvedélyessége csak akkor mutatkozik meg, amikor munkájáról beszél. A rajzolás iránti szeretete és tehetsége ellenére azonban először mégsem ezen a vonalon indult el.

De kezdjük a történet elején!

– **Barna András:** Azt hiszem, nincsen olyan fiúgyerek, aki ne rajzolgatott volna autókat. Te rajzolni szerettél, vagy pedig autókat szerettél rajzolni?

– Kovács Miklós: Is-is. Tulajdonképpen már óvodásként szerettem autókat, buszokat rajzolni, egészen pontosan festeni. Iskolás koromra ez a dolog már jóval intenzívebbé vált, míg a többiek kint rúgták a bőrt, én bent rajzoltam a szobában. Nem is tudom jól megfogalmazni, hogy mit éreztem ekkor, de mindig élt bennem egyfajta vágy, egyfajta jó értelemben vett kényszer, hogy csinálnom kell. Persze ekkor még egy pillanatig sem gondoltam azt, hogy valaha is autókat fogok tervezni.



– **Nem gondoltál arra, hogy a képzőművészet irányába fordulj?**

– Nem, inkább a mérnöki pálya izgatott, de aztán mégis egy harmadik vonalon indultam el. A hittudományi főiskolán elkezdtem teológiát tanulni. Két év után aztán rájöttem, hogy nem, ez mégsem az én utam, és ekkor kezdtem el komolyan dolgozni azon, hogy autótervező legyek. A teológia után Linzbe mentem, ott a főiskolán ipari formatervezést tanultam. Az ott töltött évek alatt kétszer is voltam gyakorlaton az Audinál Ingolstadtban, ahol felfigyeltek rám, és később ösztöndíjjal is támogatták a pforzheimi tanulmányaimat. Így kezdtem el a diploma után náluk dolgozni.

– **Hogyan kezd el egy pályakezdő formatervező dolgozni? Itt is vannak amolyan inasévek?**

– Erre nincsen egyértelmű válasz, és persze előfordul, hogy részleteken kell dolgozni. Jellemzően az autók egyik kiemelt része dizájnszempontról a felni, így a fiatal tervezők elég sok keréktárcsát terveznek, de természetesen „egész” autók is rajzolnak. Az én első nagy projektem akkoriban az A8-as tervezése és az A4-es faceliftje volt.

Szóval ahogy említettem, a fiatal dizájnerek is egész autókát rajzolnak, de ahhoz, hogy később modellt csináljanak, kell már tapasztalat is. Ezzel azt akarom





A KIA-NÁL NAGY JELENTŐSÉGE VAN A SZELLEMNEK, ÉS HAGYJÁK IS, HOGY EZ MOTIVÁLJON.

mondani, hogy egy fiatal tervezőnek is van esélye, már a kezdetek kezdetén is, ha például egy friss, erős dizájn mutat be.

– **Lehet, hogy most kicsit előre ugrunk a kronológiában, de elmondod, hogyan néz ki a tervezési folyamat?**

– Kapunk egy szép nagy brosúrát, amiben már meg van határozva minden, és meg vannak adva az autó méretei is, tengelytáv, szélesség stb. Ezek után kezdnek el a tervezők rajzolni.

– **Hány tervező dolgozik egy autón?**

– Az első fázisban öt, de akár lehet tíz tervező is. Mindenki a szabadjára engedheti a fantáziáját. Értelemszerűen a márkára jellemző stílusjegyeket, mint például a KIA-nál a tigrisorr, alkalmazni kell, mert ez alapján lehet identifikálni, de egy bizonyos formanyelv is meg kell hogy legyen. Tehát nem tehetjük meg mondjuk azt, hogy egy más márkára jellemző, éles kontúros elemeket alkalmazunk. De ettől eltekintve mindenki azt vesz elő a tervezői ötlettárából, amit akar, és ha ez egy erős motívum, akkor az akár utcára is kerülhet. A KIA-nál nagy jelentősége van a szellemnek e tekintetben, és hagyják is, hogy ez motiváljon. Egy német autógyártónál ilyen nincsen, ott sokkal erősebbek a megkötések.

– **Ki dönti el, hogy melyik vázlat megy tovább? Hogyan zajlik a döntési folyamat?**

– Ez egy összetett dolog, mivel a márkának több dizájnstúdiója van, az elsődleges nagy például Koreában. De ezen kívül van még stúdió Amerikában és már Kínában is. Sok projekten együtt dolgozunk, versenyben egymással. A régióon belül az Európai Design központ vezetője, Gregory Guillaume dönti el, hogy melyikből lesz fizikálisan is modell. Ezután következik egy nagy prezentáció Koreában, ahova minden stúdió elhozza a munkáját. Ennek végén pedig a cég topvezetése dönti el, hogy melyik változat legyen a befutó.

– **A földrajzi elhelyezkedésből fakadó szemléletbeli különbségek miatt mennyire eltérőek a különbségek mondjuk egy modellen belül?**

– Eléggé eltérnek egymástól a stílusok, és valahol ezeknek a különbségeknek meg is van a miértjük. Például Koreában minden megjelenő modelltől valami újat várnak el. Ez onnan gyökerezik, hogy az országban korábban alig-alig volt látható több márká az utakon. Tulajdonképpen csak a Samsung, a Hyundai és a KIA létezett. Ezért alakult ki úgy, hogy az új modelleknek valami teljesen újat kellett mutatniuk. Gyakorlatilag így lett változatos az utcai összkép, ha lehet ezt mondani. Ma azért már nyílik ott is a piac, és a korábbi hegemonia is színesedik.

Európában teljesen más a helyzet, itt rengeteg márká jelenik meg, éppen ezért itt a fő cél a márkaidentitás



MI EGY ELŐRETOLT VILÁGBAN ÉLÜNK, HISZEN
AZ ÖSSZES OLYAN PROJEKT, AMIN MOST DOLGO-
ZUNK, CSAK ÉVEKKEL KÉSŐBB KERÜL AZ UTCÁRA

megőrzése. Ezt a szemléletet pedig a globális projektek kapcsán igen nehéz összehozni.

– **Akkor a földrajzi eltérésekkel együtt mutálódik a márka is?**

– Nem minden modell globális modell. Vannak olyanok, amelyek csak az amerikai és az ázsiai piacokon kaphatók. Amerikában feltűnőnek kell lennie egy autónak. Ázsiában az európai autók viszont túlságosan kifinomultnak, szinte „üresnek” tűnnek, mert más az ízlésvilág. Kínában például sokkal több krómot is használnak emiatt, ezért a dizájn a lényege itt az, hogy nagyon erős és markáns legyen.

– **Térjünk vissza az időrendhez! Az Audinál tartottunk. A váltásodat valahogy úgy kell elképzelni, hogy Peter Schreyer átjött a KIA-hoz az Auditól, és te jöttél vele?**

– Nem. Én már korábban átjöttem, 2004 januárjában, Peter Schreyer *(a KIA vezető dizájnere volt, az úgynevezett „tigrisorr” arculat megálmodója)* pedig egy bő két évvel később 2006 szeptemberében érkezett. Így tulajdonképpen az úttörők egyike voltam.

– **Adódik a kérdés, hogy miért jöttél el az Auditól. A KIA nagyobb kihívást jelentett?**

– Mindenképpen, a márka akkoriban indította be új stratégiai offenzíváját, aminek részeként be akart törni az európai piacra.

Akkor már tervben volt a ce'e'd a cégnél, amit kifejezetten erre a piacra terveztek, és itt is akartak gyártani. Ebben részt venni már önmagában egy elég nagy kihívást jelentett. A feladat nem volt kisebb, mint az,

hogy a vállalat bizonyítsa, képes egy kifinomult,

nem feltűnő, de az európai ízlésnek megfelelő autót gyártani. Ezt a célt el is érte.

– **Ha jól tudom, az Optima volt a te első nagy áttörésed.**

– A ce'e'd után a nagy dobás tényleg az Optima volt, ami egyébként korábban az amerikai és a koreai piacokra készült. Mi a modell újratervezésekor akkoriban egy teljesen más irányba fordultunk. Egy nagyon sportos és karakteres autót akartunk az utcára vinni, és ez sikerült is. Fel is borította a cégen belüli terveket, hiszen annyi megrendelés jött rá, amire nem számítottak, emiatt Európában később is a bevezetése.

– **Említetted, hogy az Optima esetében más irányba fordultatok, tulajdonképpen egy gyökeres váltás tanúi lehettünk. Mennyire szaladhat el ilyenkor az ember fantáziája?**

– Az első fázisban nagyon. A tervezőt az motiválja ilyenkor, hogy egyfelől elbűvölje a vezetőséget, másfelől pedig az a célja, hogy a dizájn emóciókat váltson ki, és legyen egy közvetítő varázsa, amit nem lehet számokkal leírni vagy racionális értelemben definiálni. A dizájnnek tehát a szívet kell elérnie, nem pedig az agyat.

– **Egy új modell piacra lépését három-öt év tervezési fázis előzi meg. Egy dizájnner hogyan képes előre látni ennyi évet?**

– A tervezők számára a most futó autók már öregek. *(Nevet.)* Mi egy előretolt világban élünk, hiszen az összes olyan projekt, amin most dolgozunk, csak évekkel később kerül az utcára. Ezt a permanenciát egy idő után már érzi az ember, emiatt abszolút értékben nem nagyon kell foglalkoznunk az irányokkal, mivel minden egy lélekből jövő folyamattá válik.

A marketing figyeli a piacot, a trendeket, és ennek megfelelően határozzák meg azt, hogy milyen modellípussal lehet majd adott esetben sikeresnek lenni, mi pedig ennek mentén haladunk aztán a későbbiekben.

– **Most az jutott eszembe, hogy ezek szerint mire az autó elkészül, addigra már megszületnek a három évvel későbbi ráncfelvarrás, modellfrissítés tervei is?**

– Majdnem. Amikor az autó a piacra kerül, akkor kezdjük el ezt a fázist.

– **Az utóbbi időben két nagyon fontos modelled volt, a ProCeed és a Stinger.**

– Igen. ProCeed-nek már volt elődje, viszont a háromajtós karosszériája már nem kínált kellően vonzó alternatívát a piac számára. Esetében ezért nem a korábbi változatot dolgoztuk át, hanem egy teljesen új modellt terveztünk. Az úgynevezett shooting brake változat továbbítve érzelmi oldalról a sportos vonalat, viszont emellett praktikus, és méretében már a kombik komfortjával vetekszik. A Stinger pedig már egy teljesen más történet.

– **Mondjuk egy olyan sportos és prémium kategóriát fémjelző modell életre hívása, mint a Stinger, egy tömeggyártó esetében elég kockázatos lépés.**

– Az biztos, hogy szép nagy vargabetűt írt le, míg valósággá lett. A Stinger története egy GT koncepcióautóval kezdődött, mégpedig úgy, hogy témaként felvetődött: vajon milyen lenne álmaink autója. Természetesen ekkor még nem volt arról szó, hogy ez az álomkép valaha is sériagyártásba kerülhet. Szóval az egész egy



hipotetikus kérdésként merült fel akkoriban. Viszont az elég hamar eldőlt, hogy ez az álom egy Gran Turismo lehet, ötajtós formában, és hátsókerék-meghajtású platformra tervezve. Így öltött testet a GT koncepció víziója, ami igen nagy sikert aratott a 2011-es frankfurti autósalonon. A siker egyben nagy dilemmát is okozott, hiszen felvetette azt a kérdést, hogy gyártson-e ilyen autót a KIA, vagy sem. Egy igen hosszú folyamatban végül is a gyártás mellett döntött a cég. Az elhatározás viszont csak az első lépés volt, ugyanis nem létezett olyan platform, amire ezt a koncepciót rá lehetett volna építeni. Már ebből a szempontból is a Stinger a márka egyik úttörő modelljévé vált. Később a dizájnprezentációk viszont olyan meggyő-

– **Szerinted a Stingerrel a KIA át tudta lépni a saját árnyékát?**

– Aki mindenképpen prémium márkát akar venni, az nem fog KIA-t választani, ezt el kell fogadni. Viszont már csak a saját tapasztalataim alapján is akár azt tudom mondani, hogy az autó hihetetlen reakciókat vált ki. Én egy sárga Stingerrel járok most, és azt kell mondanom, hogy sokkal nagyobb feltűnést kelt, mint mondjuk egy szürke Audi A7-es. A Stinger egy egzotikus autó. Tisztában vagyok vele, hogy nem lehet tőle nagy eladási számokat várni, de akik megvásárolták, nagyon elégedettek vele.

A DIZÁJNERNEK FONTOS, HOGY A TERVÉT MEG TUDJA VALÓSÍTANI



zőnek és sikeresnek bizonyultak, hogy a vezetőség a gyártás mellett döntött.

A Stinger technikai szinten is egy nagy kihívást hozott, mivel szembe kellett nézni azzal a ténnyel, hogy ezt az autót – akár akarjuk, akár nem – Mercedesekkel, Audikkal, BMW-vel, Porschékkal fogják összehasonlítani. Végül is a minősége annyira jó lett, hogy tényleg össze lehet velük hasonlítani. Hozzá kell tennem, hogy ebben nagy szerepe volt Albert Biermann-nak, aki kidolgozta, hogy a futóművek, a motor és a súlyelosztás tökéletes összhangban legyenek, és az autó ebben a tekintetben is felvegye a versenyt a prémium márkákkal.

– **A tervezők között érezhető valamiféle rivalizálás?**

– Van versengés, igen. Nemcsak az egyes régiók versenyeznek egymással, hanem a csapaton belül is létezik egyfajta rivalizálás. A dizájnereknek fontos, hogy a tervét meg tudja valósítani, hogy amit megtervezett, az gyártásba is kerüljön, hiszen ez a munkája beteljesülését is jelenti egyben. De azért ez nem egy háború, hanem egy egészséges verseny, egy motiváló konkurenciaharc. A csapat összességében pedig arra törekszik, hogy egy-egy projekt kapcsán a saját stúdióink nyerjen.

SAJÁT KÚTFŐBŐL IS DOLGOZUNK, FŐLEG HA VALAMILYEN KONCEPCIÓRÓL VAN SZÓ

– **A ti csapatotok már elég sok modell esetében elhozta a pálmát, ha lehet így fogalmazni. Cégen belül ez mekkora presztízst jelent?**

– Elég nagyot. Az egy nagyon fontos dolog, hogy több modellt is az utcára tudtunk vinni. Talán sokan nem is gondolnák, de a KIA-nak rengeteg típusa és projektje van, amiket itt Európában nem is ismernek. És ebben nagyon szép eredményeket értek el a többi régió dizájnstúdiói is. Az mondjuk külön öröm, hogy olyan globális termékek, mint az Optima vagy a Sportage utóbbi generációi, azok sikerét mi zsebelhettük be. Amire a legbüszkébbek vagyunk, az kétségtelenül a KIA csúcsmodellje, a Stinger.

– **Milyen érzés egy olyan autóba ülni, amit te terveztl? Van ebben a dologban egyfajta eufória?**

– Természetesen van. (*Mosolyog.*) Ezen az autón én minden részletet ismerek, minden apró rést, hajlatot, fugát. De talán a legjobb és legkellemesebb a spontán reakciók megtapasztalása. Például akkor, amikor valahol megállsz, és a melletted lévő ember azt mondja, hogy ez egy nagyon szép KIA. Ennél több, azt gondolom, nem is kell, mert ez azt jelenti, hogy amiért dolgoztál, az másnak is tetszik. Ez a legnagyobb megbecsülés, amit az ember egy ismeretlen ismerőstől kaphat.

– **Van olyan részlet, elem, amit te odatettél, megrajzoltál, jól is néz ki, de végeredményen még sincsen rajta?**

– Ilyen mindig van, hiszen a technológia és a költséghatékony gyártás mindig határokat szab. Egy koncepcióautó az egy manufaktúrális termék, amin mindent meg lehet csinálni. A sorozatgyártás pedig egy másik műfaj, ahol számos törvénynek és előírásnak kell megfelelni, és természetesen fontos tényezőt jelentenek az említett költségek is. Például nem lehet minden fényszóró LED-technológiás, mert az nagyon drága, és sorolhatnám.

– **A dizájnscsapat csak projektekre tervez, vagy spontán is?**

– Saját kútfőből is dolgozunk, főleg ha valamilyen koncepcióról van szó, és nincsen szorosban behatárolva a dolog, hanem inkább a véleményünkre kíváncsi a cég. Így volt ez a Stingeren kívül a Provo koncepciónál is, ami egy sportos, háromajtós B szegmensű tanulmány volt. De ilyen volt a Niro is, aminek végül csak a neve ment szériába, mert az autó a végén teljesen másképp nézett ki, mint a koncepció.

– **Költői leszek: neked van egy múzsád, vagy van valami, ami meg szokott ihletni vagy inspirál arra, hogy ezt autó képében megformáld?**

– Talán ilyen direkt módon nem, de az inspiráció nagyon fontos, nemcsak a

mi szakmánkban, szerintem, hanem minden téren, legyen szó építészetéről, vagy akár zenéről. Az autótérvezés tekintetében nagyon fontos, hogy egyfajta kreatív fázisban dolgozzon a tervező. Ha ezt sikerül fenntartani, akkor minden egyes meghúzott vonal az autó javára válhat.

– **Lehet egy ilyen munkát úgy végezni, hogy reggel nyolcra bejövök, aztán rajzolok, vagy pedig ez nem így működik?**

– Ha péntek este tízkor jön az ötlet, akkor azt a tervező azonnal lerajzolja. Ez elősegíti azt, hogy az előbb említett, úgynevezett kreatív fázist mindig fent tudjuk tartani. Szerintem egy dizájnertudja, érzi, ha ráérez valamire, és akkor jön a készítés, hogy azonnal csinálnia kell. Fontos ezt az érzelmi állapotot megtartani, mert ha a tervező reggel úgy jön be, hogy ezt meg KELL csinálni, akkor az már régen rossz. Amikor egy „clay modellen” (*agyagból megformázott modell*) dolgozik egy dizájnert, akkor az egy olyan érzelmi állapot, amit nem akar otthagyni az ember. Ez egy különleges kapcsolat a termékkel, ami valahol egy darab abból az emberből.

– **Az irodákat is egy kicsit ilyen érzelmeiktől fűtött lila ködös aurában kell elképzelni? Megmutatkozik az, hogy itt művészek dolgoznak?**

– Valószínűleg más, mint általában az irodák. Nekünk az a kiváltságunk, hogy elég nagy terület áll a rendelkezésünkre. Annak idején mi ide bambusz-paddlót rakattunk le, és az atmoszféra is nagyon kellemes.

Egyre több tervező már számítógépen rajzol, nem úgy van már, mint az én időmben, amikor még krétát reszeltünk, és hajspray-t használtunk, ha fixálni kellett. (*Nevet.*) A technika fejlődése ellenére az első fázisban még mindenki papírra rajzol, aztán később beszkennelik.

– **Van valamilyen szakmai babonád? Miket tartasz az asztalodon?**

– Szakmai babonám nincsen, viszont három fontos dolgot kiemelnék az asztalomról. Az egyik egy kicsi Audi A8-as modell, ami az első nagy projektem volt, és egyfajta szakmai mementónak tartom. Aztán van egy biliárdgolyóm. Ez annak apropóján került oda, hogy amikor a Hyundai és a KIA dizájn szempontjából annak idején karakterizálódott, Peter Schreyer a KIA-t egy biliárd-

golyóként aposztrofálta. Amihez tartozik egy szép és jól csengő magyarázata is, miszerint a Hyundai egy kő, amit a folyó vize és a természet alakított, amit ma folyékony szobrászatnak hívnak. Ezzel szemben a KIA-t emberkéz alakította, precízen, kontrollált formában, és az ember tette tökéletessé.

A harmadik a kisfiam zsiráfrajza, amit talán négyéves korában készített.

– **Hány gyermeked van? Lesz követőd?**

– Két gyermekem van, egy fiam és egy lányom, 12 és 7 évesek. Úgy látom, hogy a fiam zeneileg tehetséges inkább. Klarinéton játszik, és most zongorázni



is tanul. A lányom a rajzolásabb, nagyon precíz és kreatív is, mindig barkácsol valamit. Benne akár lehet valami. *(mosolyog)*

– **Nagyon sok minden történt veled a KIA-nál az elmúlt 15 év alatt, fantasztikus sikereket értél el. Te már elmondhatod, hogy hagytál egy-két darabot magadból az utókor számára. Lehet ezt fokozni?**

– Érdekes, amit mondasz. Azt kell mondanom, hogy ez a cég olyan sokszínű kihívás elé tud állítani, ami nem engedi, hogy egy állandó rutinba süppedjek. Tulajdonképpen a mai KIA egészen más, mint amelyiknél én 15 évvel ezelőtt elkezdtem dolgozni. Akkor még helyileg is máshol voltunk, a vezetőség is koreai

volt. Ma minden más-képp van, és fontos,

hogy mi egy európai dizájnscapat legyünk. Jelen pillanatban is formálódik minden. Menedzsmentszinten is és tervezéstechnológiai szinten is.

– **Milyen egy ázsiai vállalatnál dolgozni? Mennyire érezhetőek a kulturális különbségek?**

– Sok mindenben eltérő a szemléletünk, ahogy korábban is említettem, ők mindig valami újat akarnak. Egy nyugati autótervező azt javítja és fejleszti tovább, amit értéknek tart, az ázsiai szempont pedig az, hogy újnak kell lenni. Emiatt inkább adott esetben egy jó dolgot is eldobnak. Ez néha okoz konfliktusokat, de jellemzően mindig találunk olyan középút, ahol az autó értéke nem veszik el.

Ha lehet egyfajta ars poeticát megfogalmazni ezzel kapcsolatban, akkor az lenne, hogy mi nem akarunk adott esetben egy trenden alapuló autót tervezni, amit mondjuk öt év múlva senki sem látna szívesen a háza előtt. Mi arra koncentrálnak, hogy az autó hosszú életű, komoly alapokon fekvő dizájnt kapjon.

Ha ma látok egy első generációs ce'e det, ami tízéves legalább, akkor azt látom, hogy bár a divat szempontjából megkopott, de a dizájnya nem egy ódivatú autó. Az a fontos, hogy minden autó, ami a kezünk alól kerül ki, egy időtálló formatervet kapjon.

– **Ha most szabad kezet kapnál, akkor milyen autót terveznél? Van szerepálmód e tekintetben?**

– Legszívesebben az új Stingert tervezném. *(Nevet.)* A Stinger annyira emocionális, hogy számomra ez az autó jelenti a KIA-palettán a csúcst, a maximumot.

– **Egyébként miért terveznéd újra? Mert a mostani már régi?** *(Nevetünk.)*

– Igen. *(Nevet.)* De komolyra fordítva a szót: ez annyira jó autó, hogy ennek az újragondolása igazi kihívást jelentene.

– **Miért? Nem lesz ráncfelvarrása?**

– Hmmm, erre nem tudok válaszolni.

(Nevet, nevet, nevetünk.)

AZ A FONTOS, HOGY MINDEN AUTÓ, AMI A KEZÜNK ALÓL KERÜL KI, EGY IDŐTÁLLÓ FORMATERVET KAPJON



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



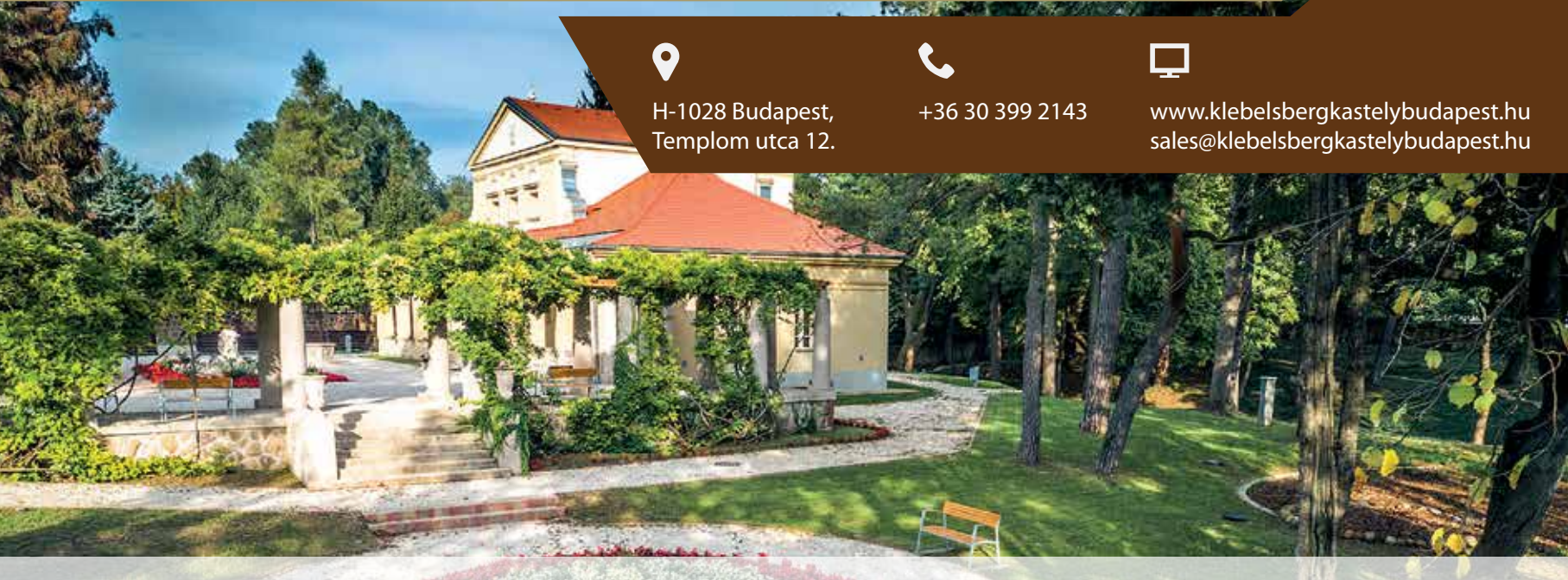
H-1028 Budapest,
Templom utca 12.



+36 30 399 2143



www.klebelsbergkastelybudapest.hu
sales@klebelsbergkastelybudapest.hu



*Klebelsberg
Kastély*

A Klebelsberg Emlékház kitűnő adottságokkal bír a legkülönfélébb rendezvények lebonyolításához. Több szekció alakítható ki a Kastélyban, amely alkalmas számos program egyidejű lebonyolítására is!

www.klebelsbergkastelybudapest.hu



SEAT FIESTA DE VINO



IBIZA, TARRACO, ARONA, ATECA, LEON – SPANYOL ÉLETÉRZÉS NÉGY KERÉKEN

írta: NÉMETH ÁGNES ÉS KÖKÉNY ROLAND *fotó:* ARCHÍV

Az első Fiesta de Vino főtámogatója a SEAT volt, a spanyol autómárka, amelynek modelljei már nevükkel is a napfényes mediterrán ország egy-egy páratlan vidékét idézik. A mediterrán lét életforma, az élet művészete, ezért a SEAT magyarországi képviselőnek munkatársai üdvözölték a spanyol boros rendezvényt, hiszen a spanyol borok azt fogalmazzák meg ízekkel és illatokkal, amit a SEAT-modellek formákkal és technikai megoldásokkal. Élni jó, vezetni élvezet, főleg spanyol autóval, spanyol tájakon – és persze spanyol borokkal a csomagtartóban...



SEAT IBIZA – KOKTÉLOK ÉS MALLORCAI BOROK

A Fiesta de Vinón a Seat Ibiza mellé egy koktélbárt terveztek a szervezők, hiszen a Baleari-szigetcsoport Ibizája elsősorban a végtelen party-król híres, nagy mennyiségben fogy a híres a barcelonai gin tonic-kal és persze minden más „cubata” (*a long drink spanyol neve*). Viszont a Baleari-szigeteken szőlő is terem, bor is készül, ott van például a Son Prim borászat, amely bordeaux-i fajtákat használ, cabernet sauvignont, merlot-t, ez utóbbiból fehérbort is készítenek (*ha nagyon hamar kipréselik a kékszőlőt, akkor a héjnak nincs ideje megszínezni a bort, fehér marad*).

A Seat Ibiza modell vidámságot és életörömet sugároz, arra termett, hogy buliból buliba menjünk vele, s ugyanez az életöröm köszön vissza ránk a Son Prim színes címkéiről.

A

A barcelonai autógyár modelljei mind egy-egy spanyol településről kapják a nevüket, ezzel alighanem a spanyol turizmus leghasznosabb nagykövetei. S mivel Spanyolországnak alig akad talpalatnyi területe, ahol nincs szőlő, így magától adódott a lehetőség, hogy a Fiesta de Vino vendégei együtt lássák a SEAT-modelleket a régiójukból származó borokkal, s ez utóbbiakat kóstolhassák is.



SEAT TARRACO – CAVÁK ÉS CORPINNAT PEZSGŐK

Tarraco egy katalán város, Tarragona római neve. A római hódítás emlékeit ma is őrzi a város, egészen épen maradt amfiteátruma és arénája most is látogatható, a tengerre nyíló kilátást biztosan élvezte annak idején Augustus. Tarragona és Barcelona közt terül el a híres Penedés borvidék, amely a spanyol pezsgők, a cavák 90%-át adja. A neves pezsgőházak egymást érik, szerencsére jónéhány márka itthon is kapható. A Fiesta de Vino kóstolón a vadonatúj Tarraco mellé a Gramona pincészet került kiemelkedő minőségű pezsgői és környezettudatossága miatt, és mert merészek és újítók is egyben: idén év elején a Gramona vezetésével megalakult egy társaság, akik a cava-nál szigorúbb szabályokat vezettek be, miszerint az új pezsgőt corpinnat néven találjuk meg.



SEAT LEON – VÉRVÖRÖS BOROK

Kasztília és León tartomány Spanyolország bölcsője, sokáig a királyság fővárosa is itt volt. Itt terül el a Rioja után a másik legismertebb vörös borvidék, a Ribera del Duero. Az elegáns, hosszan érlelhető borok itt is tempranillo szőlőből készülnek, mint Riojában, de itt tinto finónak hívják. A leghíresebb birtok a Vega Sicilia, boraikat arany árban mérik, de szerencsére vannak elérhető árú, ugyancsak kiváló borokat készítő borászatok, amilyen a Seat Leon mellé párosított Emilio Moro birtok. A családi pincészetet alapító Don Emilio Moro úgy tartotta, hogy a bor művészet, élőlény, amelyre figyelni kell, s ha jól figyelünk, meghalljuk, ha beszél hozzánk, hogy mikor kell átfejteni vagy mikor kell pihentetni. Akárcsak a Seat Leon: ha figyelünk halk duruzsolására, végigsimítjuk dinamikus formáit, szinte halljuk, ahogy a Duero folyórol, s a végtelen szőlőföldekről mesél.



SEAT ARONA – VULKÁNOK FÖLDJE

A Seat Arona új crossover, városokban és nehezebb terepeken egyaránt magabiztos. Arona városa pedig a gyönyörű és forró Kanári-szigetek egyik városa, Tenerife sziget harmadik legnépesebb települése. A Kanári-szigetek egykor híres bortermelő vidék volt, sorra vitték a hajók a boroshordókat Angliába, a londoni Canary Wharf negyed a Temze partján ennek az emléket őrzi. Ma újraeledőben van a sziget bortermelése, különleges, fekete vulkanikus talaja



sajátos ízvilágú borokat eredményez, érdemes őket megkóstolni. Itthon a Vino Castillo borkereskedésben az El Grifo kanári-szigeteki pincészet borai kaphatók, amely a vidék legrégebbi borászata, 1775-ben alapították. Egy fehér- és egy vörösboruk kapható, mindkettő helyi fajtából, a fehér szőlőfajtája már nevében is a tűzhányókra utal: malvasia volcánica.

SEAT ATECA – BÁRSONYOS ELEGANCIA

Az új Seat Ateca tele van olyan finomságokkal, amelyek örömet adnak a mindennapokban. Az Ateca borászat Atteca névre keresztelt bora (*a bor neve tényleg két t-vel íródik*) pedig megkoronázza a mindennapokat bársonyosságával, elbűvölő gyümölcsösségével. Az a bor, amellyel nem lehet betelni, csak kortyolni és kortyolni, szépen, lassan. A Fiesta de Vino kóstolón nem volt kérdés, hogy A Seat Ateca mellé a Bodegas Ateca kerül – Ateca városa Zaragoza tartományban, az ország belsejében van, Calatayud borvidéken, ahol kíméletlenül forrók a nyarak, a szőlőtőkék a föld mélyébe nyúlnak a nedvességért, ezért hihetetlenül koncentrált zamatú termést hoznak. Az Atteca szerencsére itthon is kapható a Vino Castillo üzletében vagy webshopjában.



AZ új Tarraco a SEAT szabadidő-autó család csúcán helyezkedik el, mint az Ateca és az Arona nagyobb testvére, és ötvözi a legfejlettebb technológiát, a lendületes vonalvezetést, a praktikus jelleget, a funkcionalitást az elegáns, haladó formatervezéssel. Az új modellt olyan autósok számára tervezték, akiknek szükségük van az öt- és hétüléses gépkocsi előnyeire, a magasban elhelyezkedő ülések praktikusságára, de figyelnek a gépkocsi esztétikai szépségére, és akik értékelik a Tarraco önbizalom és elegancia között megteremtett egyensúlyát is. Ezt az egyensúlyt a Style és az Xcellence felszereltségnél is sikerült megtartani.

A Tarraco-nál két benzines változat lesz elérhető: a négyhengeres 1,5 literes TSI motor 150 lóerővel, hatsebességes kézi sebességváltóval, első kerék hajtással, illetve a 2.0 literes, 190 lóerős motor, ami hétsebességes, DSG sebességváltóval és négykerék hajtással rendelhető. A két dízel változat 2.0 literes TDI motorral érkezik 150 és 190 lóerős teljesítménnyel. A nagyobb méretek arra ösztönözték a tervező csoportot, hogy nagyobb összhangot keressenek az esztétikai érzés és a célszerű arányok között. A Tarraco 4735 mm hossza és 1658 mm magassága, a nagy belső tér és a tekintélyt sugalló külső forma



SEAT TARRACO

„Miért éppen nem most?”

megalkotása mellett is sikerült formájával könnyedséget és agilitást, illetve robusztus jelleget és térfelfogást adni. A Tarraco orr-részének kialakítása utal a SEAT új formatervezési nyelvezetére, a jellegzetesebb hűtőrács, nagyobb figyelmet kér és egyéni

jelleget biztosít. Mindezek mellett a teljesen LED-es erős fényszórók megőrizték a SEAT-ra jellemző háromszögű formát és sajátos képet.

A fényszórókat mélyebben helyezték el a karosszériában, ezáltal jellegzetesebb

és erőteljesebb külsőt kölcsönöztek nekik.

A gépkocsi hátsó részénél, ahol a funkcionalitás rendkívül fontossággal bír, és a hangsúly a csomag-tartó részen van, a világítás koncepciója kifejezi a szabadidő-autó szélességét és praktikusságát is, amit a LED világítás a dinamikus formájú irányjelzőkkel még jobban kiemel.

Az autó belsejében a formatervezők a műszerfalon végigfutó vízszintes vonal kiemelésével olyan vonalvezetést alkalmaztak, ami hangsúlyozza a Tarraco szélességét és megerősíti a nagy tér-érzést, miközben bizalmat sugall, ugyanakkor a prémium kategóriákban megtalálható minőségi szintet adja.



SPANYOLORSZÁG, A TENGERNYI BOR FÖLDJE

írta: NÉMETH ÁGNES fotó: ARCHÍV



A borhoz értés már több mint sikk, a műveltség része lett. Aki megnyerően szeretne viselkedni egy üzleti tárgyaláson, de akár az első randevún is, annak tisztában kell lennie a tanninok, a reduktív érelés vagy a barrique hordók fogalmával. Tanulunk is serényen, már nem keverjük össze a sauvignon blanc-t a cabernet sauvignonnal, de a külföldi borokról keveset tud az átlag magyar. Pedig egyik legnépszerűbb nyaraló úticélunk, Spanyolország hihetetlen változatosságban ontja borait, s hozzá a borok ár-érték aránya is kiváló.



A LELEGÉSZSÉGESEBB EURÓPAI NEMZET

A világon a japánok számíthatnak a leghosszabb élettartamra, egyelőre. Spanyolország, a világ második legegészségesebb nemzete ugyanis feljövőben van, a kutatók szerint 2040-re lekörözik Japánt, ugyanis a spanyolok leszokóban vannak egyetlen bűnükről, a dohányzásról. De mitől olyan egészségesek a spanyolok? Kis túlzással, de mondhatjuk, hogy a boroktól. Az úgynevezett „francia paradoxon” óta tudjuk, hogy a bor egészséges. *(A '80-as évek végén tudósok arra figyeltek fel, hogy a vajjal és zsíros sajtokkal teli francia étrend ellenére jóval kevesebb a franciáknál az érrendszeri megbetegedés, mint másutt a világban, és ezt a rendszeresen fogyasztott vörösborral magyarázták.)* A spanyolok életének elengedhetetlen része a bor, az éttermek menüjében az ételhez automatikusan jár fejenként egy palack víz és fél palack bor *(a munkahelyi étkezésekben is)*, a zéró-toleranciát pedig egyetlen spanyol kormány sem merne bevezetni. A spanyolok mértékkel isznak, bár a mérték nem az egy pohár, részeg spanyolt azonban ritkán lehet látni. Gyerekkoruktól életük része a bor, látják a szüleiket, akik kulturáltan isznak, és ez a példa a természetes számukra. A bor azonban más szempontból is fontos: ez pedig a társasági élet. Míg a magyarok negyven felett esténként a tévé előtt kuporognak, addig a spanyolok el sem tudják képzelni a négy fal közti létet, minden nap legalább másfél órát töltenek az utcán beszélgetve, vagy még inkább egy teraszon ülve, egy pohár ital mellett, s a sok nevetésnek, közösségi együttlétnek pedig alighanem nagyobb az áldásos hatása egészségükre nézve, mint minden másnak *(az igazsághoz hozzátartozik, hogy a spanyol egészségügy is kiváló)*.



A LEGNAGYOBB SZŐLŐTERMELŐ ORSZÁG

A világon a legtöbb szőlő Spanyolországban terem, a híres francia szomszéd csak a második a dobogón. Érdekeség, hogy a harmadik legnagyobb szőlőterülettel rendelkező Olaszország az, ahol a legtöbb bor készül. Hogy lehet, hogy nem a legnagyobb szőlőterületű Spanyolországban készül a legtöbb bor? A spanyolok erre azt válaszolják, hogy náluk a minőség az első, ezért kevesebb mennyiségben, de jobb borok születnek, mint a tömegtermelő olaszoknál. Ez így természetesen nem igaz, itt is és ott is vannak csúcsborok és silány lőrék egyaránt, az viszont igaz, hogy az időjárási körülmények és az öreg tőkék miatt a spanyol szőlők hektáronként átlagosan kisebb hozamúak. Még így is 32 millió hektoliternyi bor készül az ibériai országban, ami elég sok – tekintve, hogy Magyarországon összesen 3,6 millió hektoliternyi bort készítenek. Aki tehát szeretne alaposan megismerni a spanyol borokat, annak ez egy életre elég program lesz.

A LEGJOBB ÁR-ÉRTÉK ARÁNYÚ BOROK

Egy nemzetközi boriskola haladó tanfolyamán van egy kreatív vizsgafeladat: egy étterem borlapján a drága francia borok helyett hasonló stílusú és ízvilágú bort kell ajánlani a kedves vendégnek, de alacsonyabb áron. Egy palack champagne például mindig iszonyú drága, Magyarországon 10 000 Ft alatt aligha találunk a boltokban, az éttermi árról nem is beszélve. Spanyolországnak azonban van alternatívája a champagne-ra és minden másra. Íme néhány példa:

➤ CHAMPAGNE KONTRA CAVA ➤

Az nevezhető champagne-nak, ami a francia Champagne borvidéken készül bizonyos szőlőkből (*chardonnay, pinot noir, pinot meunier*), és palackban érlelődik, vagyis azok a finom kis buborékok nem egy óriási tartályban, hanem a palackban keletkeznek (*az olasz prosecco nem ilyen, az tartályos erjesztésű*). A spanyoloknak van egy hasonló itala, a cava, amely ugyancsak palackos érlelésű, a chardonnay szőlőt is gyakran használják, átlagára viszont a champagne harmada! A legkiválóbb cavakészítők remekei bátran felvehetik a versenyt francia társaikkal, de ezt döntse el mindenki maga, miután megkóstolt egy harmadannyiba kerülő spanyol cavát egy drága champagne mellett.

➤ BORDEAUX KONTRA RIOJA ➤

Amikor a XIX. században egy gonosz rovar, a filoxéra tetű kipusztította Európa szőlőit, Spanyolország sokat profitált abból, hogy hozzájuk évtizedekkel később érkezett a vész, mint a franciákhoz. Amikor Bordeaux-ban már alig maradt épp szőlő, az északspanyol Riojában még bőven termettek a szőlők, és a helyi szőlőfajtából, a tempranillóból igazán nagyszerű borok születtek, és ha a franciák égetett kisméretű tölgyfa hordóját, a barrique hordót is alkalmazták, akkor a halandó borkedvelő meg sem tudta mondani, hogy melyik



a bordeaux-i és melyik a riojai. A különbség itt is elsősorban az árban mutatkozik meg: egy csúcsbor Riojából töredéke árban egy csúcs bordeaux-inak.

✦ PORTÓI KONTRA SHERRY ✦

Ma már sem a portói, sem a sherry nem fogy annyira, mint egykor, amikor az angolok vacsora után a szalonokban kötelezően ezeket az édes borokat kortyolgatták. Népszerűségük megkopott, pedig érdemes megismerni ezeknek a boroknak a különleges világát. A portugál portói és a spanyol sherry egyaránt erősített bor, ami annyit tesz, hogy a bor erjedését alkohollal, többnyire brandy-vel megállítják, így a szőlő cukortartalmának egy része nem alakul át alkohollá, édes marad a bor. A portói boroknál általában véve egy fokkal alacsonyabb áron kínálják az andalúziai sherry-ket, aki még nem kóstolt ilyet, az próbálja ki, nem fogja megbánni. Egy darab kéksajt, de akár vaníliafagyit mellé is különleges élményt kínál egy izgalmas oloroso sherry vagy egy amontillado.

A LEGKÖZELEBB SPANYOLORSZÁGHOZ

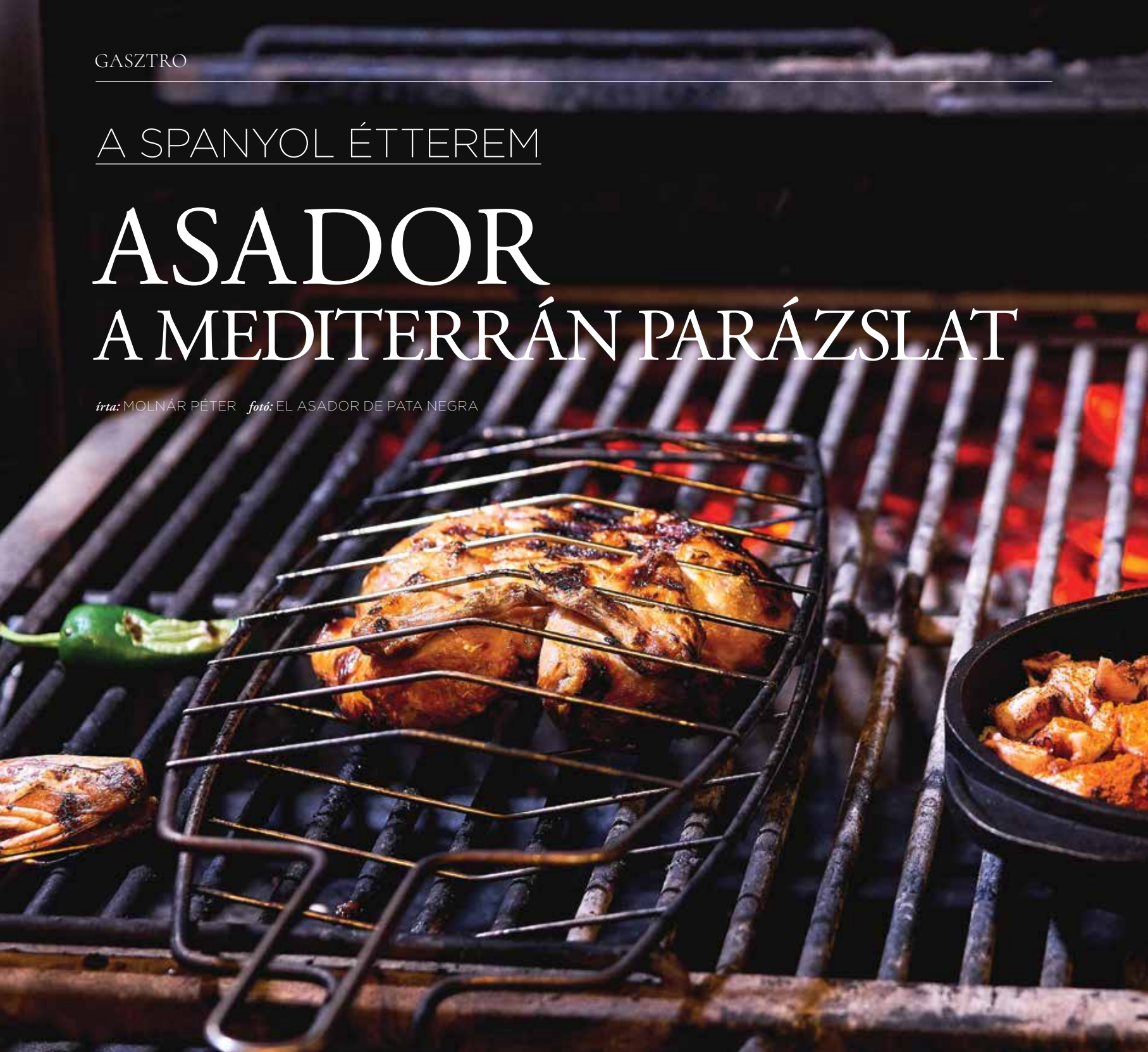
Manapság egymást érik a borfesztiválok, „sétáló kóstolók”, idén májusban azonban egy új rendezvény is bemutatkozott, a kizárólag spanyol borokat bemutató Fiesta de Vino. A megaköztölőn (*több mint 70 pincészet 300 borát kóstolhatta az 500 vendég*) a legtöbb borászatot maga a spanyol borász vagy márkamenedzser képviselte, így a sok spanyol szót hallva, a mediterrán borokat kóstolva és a hozzá illő tapasokat eszegetve az ember tényleg a napfényes Spanyolországba képzelhette magát. A kóstolót szervező Vino Castillo borkereskedés tulajdonosa, Szeredi Zsolt büszke a jól sikerült rendezvényre, és örömmel újságot, hogy a vendégek újrázást követelnek, így alighanem 2020 májusában is lesz Fiesta de Vino. Addig is, a spanyol borok Magyarországon is elérhetőek, kellemes kalandozást kívánunk!

GASZTRO

A SPANYOL ÉTTEREM

ASADOR A MEDITERRÁN PARÁZSLAT

írta: MOLNÁR PÉTER *fotó:* EL ASADOR DE PATA NEGRA



A spanyolországi asadorok világában az étkezés hétköznapija mögött páratlan tudás, ízlés és hagyomány rejlik. A következő oldalakon felfedezőútra indulunk Magyarország talán legkülönlegesebb grillétermébe, hogy a budapesti El Asador de Pata Negra-ban feltárjuk egy szakrális rituálé titkait.



A HÚSEVÉS – A VEGETARIANIZMUSSEL VERSENYRE KELVE – ARANYKORÁT ÉLI A NYUGATI VILÁGBAN.

A csillogó múlt visszatérését váró Balettintézet mögött megbújó El Asador de Pata Negra-ban mégsem a trendek vezérelnek. „Közel két évtizede valljuk a spanyol konyhaművészet értékét, hiszünk a kiváló minőségű, eredetvédett spanyol alapanyagokban, spanyol partnereink szakértelmében.” – mondja egybehangzóan Losits Vilmos és Mókusz Szilveszter, az El Asador de Pata Negra tulajdonosai.

Bár az egyedülálló grillétermem csupán 2 évvel ezelőtt nyitotta meg kapuit az Andrássy út tőzsomszédiségében, Vilmos és Szilveszter spanyol kultúrával átitatott története sokkal régebb óta íródik. Több éves spanyolországi tartózkodásuk alkalmával tapasztalták meg ugyanis azt a különös életformát, amelyet ma már Magyarországon is egyre nagyobb (el)ismertség övez.

Az UNESCO kulturális világörökség részét képező mediterrán konyha ugyanis sokkal több egyszerű étkezésnél, sőt az egészségtudatos táplálkozás is csupán egy szeletét képezi. Az UNESCO 2013-as döntése egy különleges életmód elismerését jelentette, miután a mediterrán konyha ugyanúgy szól a természet és a hagyományos értékek tiszteletéről, vagy éppen a társaság és a mindennapi élet örömeinek megosztásáról, mint az egészségtudatos táplálkozásról.



Nem véletlen az sem, hogy az egy főre jutó Michelin-csillagok számában világszerte Baszkföldön senki sem kérdőjelezi meg, hogy az ezredforduló óta évről-évre záporozó gasztronómiai elismerések alapját az elmúlt évszázadok kulturális öröksége jelenti. Baszkföld és San Sebastián az Asador esetében az év eleje óta ráadásul különösen fontos szerepet tölt, de erről majd később.

Térjünk vissza a kétezres évek elejére, amikor is hosszas kutatás, kóstolás és tervezés után 2004 őszén végre megnyithatott Magyarország első tapas bárja a budapesti Kálvin téren, ahol minden apró részlet – az ételektől az italokig, a csempétől a szalvétáig – ma is hamisítatlan mediterrán hangulatot idéz. Négy évnyi sikertörténet után, 2009-ben Budán is bemutatkoztak a tapasok, majd 2017-ben újabb étteremmel bővült a Pata Negra család.

Az El Asador de Pata Negra a tapas helyett azonban egy itthon még ismeretlen spanyol kulináris hagyományt mutat be. A faszenes tüzelésű Mibrasa spanyol kemencében készített hús- és halételek egyedi, prémium minőséget hoztak Budapestre, a legmodernebb konyhatechnológiát a spanyol grillezés évszázados hagyományával ötvözve. Ettől különleges minden falat, ami az Asadorban terítékre kerül.

Spanyolországban ugyanis évszázadok óta áldoznak a minőségi sült húsoknak oltárán. A hagyomány és a szakértelem találkozásából a spanyol gasztronómia olyan emblematikus fogásai születtek, mint a segovia-i malacsült, amelynek omlós húsát a római vízveze-



A FASZENES TÜZELÉSŰ MIBRASA SPANYOL KEMENCÉBEN KÉSZÍTETT HÚS- ÉS HALÉTELEK EGYEDI, PRÉMIUM MINŐSÉGET HOZTAK BUDAPESTRE

ték árnyékában kés helyett ma is egy porcelántányérral választják le a csontról.

„Az asadorok világában a hússütés szertartás, a vendéglátás életfilozófia. Ezt hoztuk magunkkal Spanyolországból Budapestre, otthonról haza.” – hangzik az étterem filozófiája, amihez a tulajdonosok sietve hozzáteszik: „Az asador elnevezés felelősséget is jelent, hiszen Spanyolországban a faszénparázzsal fűtött, hagyományos kemencék nem egyszerű sütési eljárásnak számítanak. Az asador garancia a minőségre.”

A faszénparázsot használó hagyományos spanyol grillre nehéz jelzőket találni, az asador ugyanis maga a jelző. „A célunk a húsok és halak természetes ízének bemutatása, ezért nem pácolunk és nem salsázzunk. Az Asadorban újrafelfedezünk.” – mondja Szilveszter és Vilmos, akiknek spanyolországi tapasztalatai a közel 300 négyzetméter alapterületű belső térben és a terítékeken egyaránt visszaköszönnek.

A falakról nemcsak a híres pamplonai bikafuttatás történelmi plakátjai lógnak, hanem a korábban csak Spanyolországban látott lenyűgöző serrano-sonkák is – még hozzá sorozatban. A diószínű asztalokról a hagyományos kasztíliai

és észak-spanyolországi faszenes sütődék rusztikussága köszön vissza. Minden olyan, mintha az Ibériai-félszigeten járnánk, az ablakban mégis a Balettintézet sziluettje sejlik fel.

A játékos belsőépítészeti megoldásokkal tagolt tér fókuszában a 400 fokosra hevített, a hagyományt a csúcstechnológiával ötvöző spanyol Mibrasa sütő áll – szentélyként. „Mibrasa kemencénk a legmodernebb technológia és a spanyol grillezés évszázados hagyományának találkozása. Ettől különleges minden falat hús, amit az asadorból (*a faszenes kemence – a szerk.*) az Asadorban felszolgálunk.” – mondja Szilveszter, mielőtt kitérnének a különleges alapanyagok bemutatására.

Az ibériai sertéshús a salamancai Guijuelóból, Spanyolország legjobb eredetvédett tenyésztőterületéről érkezik a Paulay Ede utcába, míg a feketeagyló egy világszabadalomnak köszönhetően magába zárja az Atlanti-óceán vizét, amelyet párolás közben a séfek felhasználnak az ételek elkészítésekor. Magyarországon csak itt kóstolható a Szent Jakab-agyló – az El Camino de Santiago zarándokút jelképének – méltán híres „kistestvére”, a zamburiña.



Az étlapot vizsgálva már néhány másodperc alatt kiderül, egyedi termékekből nincs hiány az Asadorban. A díjnyertes Kasztília és León-i sajtokhoz 18 eredetvédett spanyol borvidéket lefedő, közel 70 tételből álló szortimentből választhatnak a vendégek, de akik a prémium kategóriás San Miguel Selecta sör mellett döntenek, magyar viszonylatban azok is exkluzív élményben részesülnek.

Külön fejezetet érdemelne az étterem hazánkban úttörőnek számító vízkezelési technológiája, amelyet a BWT technológiájával valósít meg, így az ásványvíz helyett felszolgált, magnéziummal dúsított, egyedi szűrt víz is különleges, amelynek minden palackjában ott rejlik egy-egy csepp jóteknokodás és környezettudatosság. A főszerepet természetesen mégsem veheti el senki a faszénparázon készített húsoktól.

Úgy tetszik, az Asador prémium húasai a végletekkel veszik le a vendéget a lábáról: a malac, a bárány és a kecske esetében csak nagyon fiatal (21–30 napos), míg a marha esetében meglepően öreg, 10–15 éves állatok kerülnek terítékre. Az úgynevezett öreg és kövér tehén húsának minőségét jelzi, hogy a budapesti étterem és a baszk konyhaművészet megújítója, a 3 Michelin-csillaggal rendelkező Juan Mari Arzak húsbeszállítója megegyezik.

„Új marhahúsainkat idén tavasszal egy rendhagyó showcooking keretében

mutattuk be, amelyet a Txogitxu Húsok vezetője, a világhírű baszk szakember Imanol Jaca tartott.” – árulja el Vilmos. „Imanol ars poeticája szerint nem a marhák fajtája számít, hanem a hús minősége. Mi is ebben hiszünk.” Nem hiába hívják a hazájában különcnek Imanol Jacát, az első hat bordáig számított csontos magashátszín, a baszk txuleton valóban különleges helyet foglal el nemcsak a spanyol gasztronómiában, de a steakek között is világszerte.

Mitől jelent hát összehasonlíthatatlan húselményt a baszk txuleton? A kövér, öreg tehének miatt, amelyek egyedülálló hagyományt visznek tovább: az egykori baszk farmházaknál a tél kivételével a tehének szabadon legelhettek, és akkor sem áldozták fel őket azonnal, ha a koruk miatt már kevés hasznot hoztak. A jól tartott öreg tehének húsának íze és illata ma is a mezei fűfélék aromáját hordozza, a minőség fokmérője pedig nem más, mint a zsír.

„Húst mindenhol esznek a világon, de a kövér és öreg tehének tökéletesen elkészített húását csak Baszkföldön fogod megtalálni.” Ezek már Imanol Jaca szavai a tavaszi bemutatóról. A baszk hentes-mester és hús-szakértő mondatában minden szónak jelentősége van, talán csak egy dologban tévedett. Tökéletesen elkészített baszk marhahúsokat a budapesti Andrassy út tőzomszédágában is lehet már találni.



Az új SEAT Tarraco.

Miért ne most?

Nagyméretű városi terepjáró azok számára, akik nem félnek a változástól. Akár 7 ülés és hatalmas tér, hogy kibontakozhass. Tűnj ki a tömegeből az egyedi, 100% Full LED technológiával! Élvezd a digitális műszerfal előnyeit, mellyel élmény lesz minden utazás! Készen állsz valami újra?



A SEAT Tarraco csoporton belüli legmagasabb kombinált üzemanyag-fogyasztása 9,5 l/100km, CO₂-kibocsátása 214 g/km. A megadott értékek a típusjövahagyás során rögzített, gyári felszereléssel kerültek megállapításra, és a hirdetés feladásának időpontjában érvényesek. A nevezett értékek WLTP szerint mértek, nem egyes járművekre vonatkoznak, nem részei a tájékoztatónak, hanem a különböző járműtípusok összehasonlítására szolgálnak, a 715/2007/EK rendelet jelenleg érvényes előírásainak megfelelően. Ezen értékeket egyes többletfelszereltségek, tartozékok, valamint a vezetői szokások és egyéb, nem technikai jellegű tényezők (pl. környezeti feltételek) is befolyásolják. Az új személygépkocsi fajlagos üzemanyag-fogyasztási és CO₂-kibocsátási adatai megtalálhatók az üzemanyag-gazdaságossági ismertetőben, amely ingyenesen hozzáférhető minden eladási helyen és a fogyasztóvédelmi hatóságnál. A kép illusztráció, többletfelszereltségeket is ábrázolhat. Részletes tájékoztatásért forduljon márkakereskedéseinkhez!

GASZTRO-INTELLIGENCIA

ADORJÁNYI MÁRIUSZ



LÁSD MEG A VILÁG KONYHÁINAK ÖSSZEFÜGGÉSEIT!

írta: SSSAJT *foto:* ADORJÁNYI MÁRIUSZ

ADORJÁNYI MÁRIUSZ, A LITVÁN-MAGYAR SZÁRMAZÁSÚ KÖZGAZDÁSZ, FRISSEN SZERZETT SZAKÁCS KÉPESÍTÉSSEL A ZSEBÉBEN ELINDULT MAGYARORSZÁGRÓL, LONDONBAN FRANCIA KONYHÁT TANULT, AZTÁN AZ AMERIKAI BBQ NAGYKÖVETE LETT ITTHON. A CSALÁDI VONAL MIATT PEDIG ALAP A LITVÁN GASZTRONÓMIAI NYITOTTSÁG. LASSAN BEZÁRUL A KÖR. VAJON KÖRBEÉR A FÖLDÖN?

– **ssajt.: „Tudod, az a megszállott BBQ-s arc.” – Téged valószínűleg így ismer mindenki. De hogyan lesz egy közgazdászból az ország BBQ-nagykövete?**

– Adorjányi Máriusz: Mindig is érdekelt a főzés. Már egyetemista koromban kacérkodtam gondolattal, hogy a gasztronómiában dolgozzak. 2004-ben aztán öt évre elmentem Londonba, de még előtte szereztem itthon egy szakács képesítést. Régivágású tanároktól tanultam, például Varga Sándor, Oscar-díjas mesterszakácstól. Hamar rájöttem aztán, hogy négy hét egy angliai konyhán többet ad bármilyen képzésnél.

Itthon a Pilvax étteremben voltam szakmai gyakorlaton. Az ott akkor egy régi világ bezáródó ablaka volt. Mondhatni 2003 táján elcsíptem egy letűnt korszak utolsó pislákolását. Ez az úgynevezett magyarországi gasztrorradalom előtt volt közvetlenül. Amikor én átvettem a szakácsképzésemet, körülbelül akkor jelent meg Molnár B. Tamás – Bittera Dóra páros első Magyar Nemzetes cikke.

Egyébként Londonban is egy kicsit letűnt kor stílusában dolgoztam: mindig klasszikus francia konyhákban, amilyenekben Gordon Ramsay is tanult, Marco Pierre White szellemiségében. Klasszikus francia tányérok uralták az ott eltöltött időmet, amiért én kimondottan hálás vagyok,

ugyanis az egész BBQ-ból nem lett volna semmi enélkül. Annak a gerincét, amit én a gasztronómiáról tudok, ott szereztem. Azokon az alapokon elindulva tudtam magamat aztán BBQ-ban, grillezésben, és egy csomó más területen továbbképezni.

– **Hogyhogy nem maradtál meg a fine diningnál aztán?**

– Én akkor nyakig voltam a fine-diningban. A 2007-es gazdasági világválság előtt a fine dining volt a menő. Ma már nem az és talán már a bisztró stílus





is lecsengőben van. Aminek most a reneszánszát éljük, az a szabadtűzi sütés.

Egyébként Londonban 32 évesen gyorsan rájöttem, hogy a hús-huszonegyéves francia szakácsok olyan tudásanyaggal rendelkeznek, amit én az életben nem fogok tudni összeszedni. Tehát beláttam, hogy séf karriert nem fogok tudni építeni. Hazatérve még nem láttam, hogy mi lesz ebből. De

amit én most csinálok, abban benne van az egész életpaszttalatom. Dolgoztam komoly konyhán, értem is el sikereket, főleg a hús részlegeken.

Ha húszévvvel ezelőtt egy New York-i, vagy Los Angeles-i középosztálybeli ember a BBQ-ra gondolt, akkor egy redneck, vidéki, lepukkant, kicsit tahó lacipecsenyés képe ugrott be neki. Akkor helyi emberek álltak sorban, meg egy-két szakértő gaszt-

roturista, a már akkor is meglévő helyek előtt. Ha ma elmész ugyanoda, akkor előtted egy koreai, mögötted egy francia, még előrébb egy Los Angeles-i, kettővel mögötted pedig egy New York-i középosztálybeli áll. Azaz a BBQ fancy lett. A BBQ cool lett. A BBQ nem mindig volt fancy és cool. Húszévvvel ezelőtt egy öreg, poros, izzadt lacipecsenyés volt a BBQ – amerikai értelemben.

Hogy ez megváltozott, annak két fő okát látom. Az egyik, hogy az amerikai média és turizmus rájött arra, hogy ebből turisztikai termék avanszálható és iszonyatos erővel megtámogatták a BBQ-t. Azért juttott el Magyarországra is a BBQ, mert Amerikában is reneszánsza van, és ahogy a rock'n'roll meg a jeans átvitt, úgy átvitt ez az újhullámos BBQ is. A másikon, hogy Texasban – Austinban és környékén – egy csodálatos fiatal pitmaster generáció nevelődött ki. Ők a séfvilágból ismert maximalizmust importálták

magyar mobiltelefont tartva vette minden szavát. És akkor azt láttam az arcán, hogy mi lett a mi BBQ-nkből? Mi lett a mi tradicionális főzési stílusunkból? Popkulturális termék lett. Magyarországon is popkulturális termék lett, de magyar módra.

– **Ha Magyarországon azt mondd, hogy BBQ, akkor mindenkinek az ugrik be, hogy az amerikai középosztálybeli apuka a kis kockás ingében vasárnaponként sütöget a családnak. De az valójában grill és nem BBQ.**

gyerekcipőben, de inkább rugdalózóban jár. A világot szerintem fel lehet osztani két részre: grill országokra és ant-grill országokra. Magyarország tradicionális ant-grill ország.

Nálunk a grillezésnek szinte semmilyen hagyománya nincs. A magyar ember szabad tűzön főz. A bajai halászlé az szabad tűzön főzés. A karcagi birkapörköltben egy valami nincs: pörkölés. A karcagi birkapörkölt egy harang alakú bográcsba rétegesen berakott birka zöldségekkel, amit erős tűzön



MINDEN SÜTŐNK KŐKEMÉNYEN FUNKCIONÁLIS TERMÉK. EGYIK SEM AZÉRT SZÜLETETT, HOGY ÍGY, VAGY ÚGY NÉZZEN KI.

a BBQ-ba. Tehát a BBQ-n belül is van egy hajtóerő, de a robbanást az okozta, hogy az amerikai média és turizmus is beszállt. Ma sorban állni a Franklinnél az egy turisztikai termék lett.

– **Általán már sorban Franklinnél?**

– 2016-ban Svédországban tartott egy kurzust. Ez volt az egyetlen európai kurzusa azóta is. Óriási szerencsével megcsíptük: Nyolcvan skandináv meg két

– Nézd, a többségnek még Amerikában is ez ugrik be. De azért az igazi BBQ népszerűsége megemelkedett annyira, hogy ez a preconcepció már ott is alakul. Pár híres BBQ-st, Aaron Franklint vagy Tootsie néni például nagyon felkapta a média. Így aztán terjed a tudás, hogy a BBQ a déli, dél-keleti tradicionális, fatüzeléses lassú sütés.

Magyarországon a BBQ és a grill nemhogy

készre párolunk és a kollagéntől és a zöldségektől besűrűsödik.

Ezzel szemben körülöttünk grill nagyhatalmak vannak. Szerbiában minden háztartásban van grillsütő, minden második háztartásban malacsütő. 2017-ben voltunk Bosznia-Hercegovinában. Túlzás nélkül állíthatom, hogy világszínvonalú grillkultúra van, világszínvonalú grillhelyek vannak,

a faszén illata terjeng az utcán. Franciaországban és Spanyolországban az amerikai BBQ soha nem fog nagyot szólani, mert annyira erős a nemzeti gasztronómia. Szerbiában sem fog nagyot szólani, mert ott grilleznek, cserébe még az amerikaiakat sem szeretik. Európában a két legrégebbi BBQ piac egyébként Ausztria és Németország. Ott már 20 évvel ezelőtt is bizonyos szubkultúrákban az amerikai stílusú BBQ terjedt, míg a többi országban inkább a 2013-as újhullámnak köszönhetően lett népszerű.

Prekonceptióm egyébként nekem is az volt: kövér, baseball sapkás emberek sörrel a kezükben szénégetett húsokat agyonkennek émelyítően édes, ragacsos mártásokkal. De aztán – egy cikk kapcsán – rájöttem, hogy ez egy nagyon komoly dolog, és akkor minden megváltozott. Én tiszta szerelemből űztem ezt az első két évben. Aztán mivel elkezdtünk kereskedni és sütőt gyártani, átléptem a Rubicont. Én ebből élek. Nem sokan vannak, akik főállásban a BBQ-ból élnek Magyarországon. Mivel én már profiként űzöm, így már nehezebb szerelemről beszélni. Nekem ez a munkám. Nagyon szeretem, de más, mint a hőskor.

– Hogyan lett ez a munkád?

– Először az étel, aztán a sütő. Nálunk ez mindig így volt. Minden sütőnk kőkeményen funkcionális termék. Egyik sem azért született, hogy így, vagy úgy nézzen ki.

Akartam magamnak egy olyan sütőt, amivel ki tudunk menni kisebb rendezvényekre. 50–100 főnek

sütünk. 2014-ben a szekrénysmoker volt a divat. Elkezdtem amerikai cégekkel levelezni szekrénysmoker ügyben, és olyan árak jöttek ki, hogy...

A sógorommal beszélgettem, és ő egyből elírányított egy régi vágású lakatosüzemhez. A legtöbb gép akkor még régi, orosz gép volt. Echte magyar közeg, kicsit lerobbant, de nagyon jó szakemberek. Az első sütőre nem, de a harmadikra már azt mondtuk, hogy ezzel érdemes foglalkozni üzletszerűen.



AMERIKÁBAN BEVETT
DOLOG, HOGY TE
100 MÉRFÖLDET
AUTÓZOL, ÉS AKKOR
VAGY „JAMBOREE-
SZERŰEN” VAGY
EGY VERSENYEN,
FESZTIVÁLON SÜTSZ

– Tehát az volt a lényeg, hogy mobil legyen?

– Az USA-ban óriási hagyományai vannak a versenynek, meg a fesztiválnak, meg a kitelepülésnek. Ott az egy bevett dolog, hogy te 100 mérföldet autózol, és akkor vagy „jamboree-szerűen” vagy egy versenyen, fesztiválon sütsz. És erre született meg a szekrénysmoker. A kapacitásához képest nagyon kicsi, kompakt, egyszerűbb húzni, üzemeltetni. Mondhatni, hogy a praktikum szülte. Mi onnan

vettük az ihletet, de az elejétől fogva az volt a cél, hogy ne legyen hasonlítás egy kinti sütőre: csomó részletben saját megoldást akartunk kreálni és ez abszolút sikerült is. Már a prototípusainkon van 4–5 olyan pont, ami egyedi. Azóta már 300 sütőnk van külföldön, csak Ausztráliában van több, mint 100.

Idén év elején jöttünk ki egy Hot & Fast sütővel.

– De akkor az már nem BBQ.

– De, BBQ. 2017-ben indult egy új trend az USA-ban, ami 2018-ban végigsöpört az egész BBQ világon. Ez a Hot & Fast BBQ, ami 135–145 fokon történő sütést jelent, szemben a hagyományos 110–120 fokkal. Ami persze nem azt jelenti, hogy egy szekrényben feltekerem 145 fokra a hőmérsékletet. Vannak erre dedikált sütők: tipikusan a hordó smoker ilyen. Egy hordó smokerben alul van a faszén, fölül a rács, nincs közte semmi, és nagyon jól zár. Ha nincs légrés, akkor abban el lehet azt érni, hogy nagyon fojtva, iszonyú dunsztban de 145 fokon igen tempósan sütsz, de BBQ karakterjegyekkel. Amikor ezt nekem először



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

mondták, akkor nem hittem el. Aztán kaptam egy drumsmokert kipróbálásra. Valóban igaz, hogy egy szegy 4 óra, egy oldalas 2 óra 20 perc, de nem tetszett, hogy az alján ég a zsír. Ettől rossz lesz az ízprofil. Úgyhogy kidolgoztunk egy Hot & Fast süttőt is. Ez most egy nagy sláger.

– **A BBQ már munka. Mi most akkor az új szerelem?**

– Az új, az a közép-ázsiai gasztronómia. Ez egy óriási világ. Nyilván ez sem újdonság: mindig is tudtam, hogy a közép-ázsiai gasztronómia egy valódi gyöngyszem. Az üzbégek Ázsia franciái: olyan fejlett a gasztronómiájuk. És ez egyre inkább kezd nyilvánvalóvá válni az emberek számára, mivel ott is elkezdte meglovagolni a média és a turizmus: megindult egy gasztró-turisztikai hullám Üzbegisztánba.

A plov például egy óriási történet. A rizses húsról itthon mindenkinek valami vacak menza jut eszébe, de a plov egészen más. Azt is szabad tűzön készítik, válogatott alapanyagokból, óriási tisztelettel.

– **Egyszer csak körbe érsz a Földön. Következő lépés Japán, aztán már meg is érkeztél.**

– Japánnal már korábban elkezdtem foglalkozni, a yakitori vonallal. Az a baj, hogy ahhoz már egy új élet kéne.

GASZTRO

VERSENY BBQ

FÜSTÖS ÍZPÁRBAJ

írta: SSSAJT *foto:* NYÁRSPOLGÁR.BLOG



A Kansas City Barbeque Society-t (KCBS) azért alapították 1985-ben, hogy népszerűsítse a barbeque-t. Azóta a KCBS lett a világ legnagyobb verseny BBQ szervezete a maga több, mint 20 000 tagjával. Világszerte több, mint 500 versenyt szerveznek évente.

DE MI IS A VERSENY BBQ?

Viszonylag egyszerű, de szigorú szabályrendszer követve sütnék és tálalnak a versenyzők négy kategóriában: csirke, pulled pork, oldalas és szegy. A négy kötelező kategórián kívül általában minden versenyen találkozhatunk egy ötödik, nem kötelező kategóriával is, ami lehet akár desszert ab ovo meglepetés doboz, vagy ami épp a szervezők eszébe jut. Az ötödik kategória pontszáma egyébként nem számít bele a végeredménybe, de különdíjjal értékelik.

A verseny előtt a bírók megvizsgálják a még nyers alapanyagot és ha mindent rendben lévőnek találtak, akkor egy eligazítás után általában valamikor délután kezdődhet is a sütés. Szigorúan BBQ sütésre alkalmas fa vagy faszéntüzeltésű sütőket használhatnak a versenyzők. A gáz és az elektromos sütők használata nem megengedett – de magára valamit is adó BBQ-s sosem vetemedne arra, hogy a tradicionális sütők – szekrény-, offset- vagy hordósmoker – helyett mást használjon.

A húsokat a lehető leginkább meg kell tisztítani a rajtuk lévő felületi zsírtól, aztán mindenki tudása legjavát adva varázsol az éjszaka során omlós és ízletes falatokat a másnap déli beadásra.

Nagyon lényeges, hogy a beadás egységes, a szervezők által kiosztott, zárt dobozokban történik, a húsokat pedig a szintén a szabályzatban meghatározott zöldségágyra tálalják a résztvevők. A dobozokon csak egy szám szerepel beadáskor, amit átszámolnak, mielőtt a bírók asztalára kerülne. Így aztán biztosan pártatlan ítélet születik a versenyeken.

HOGYAN BÍRÁLNAK?

Egy asztalnál hat bíró ül, egy dobozt tehát hatan kóstolnak és pontoznak. A table captain, azaz az asztal főbírója először kinyitja a dobozt, és minden egyes bírónak meg-



mutatja. Első körben a látványt pontozzák egy kilences skálán. Megfigyelik, hogy milyen az összkép, hogy milyen a hús színe, milyen a bark, azaz a fűszerkéreg, van-e esztétikus smoke ring a húson, sikerült-e egyforma darabokat vágni, szépen csillog-e a glazúr a húson.

A következő lépés csak akkor jöhet, ha az asztalnál minden bíró pontot adott az adott tételre. Bírálathoz közben természetesen egymás pontozólapját lesni, beszélgetni tilos.

Következő lépésként minden ítéző vesz egy darab húst a dobozból, és az értékelőlapra teszi. Nagyon fontos tehát, hogy minden dobozban legalább hat húsdarab legyen. Ha például nem jól sikerült egy vágás, a bíró nem szedheti szét. Így tehát előfordulhat, hogy az asztalnál nem jut valakinek. Aki így aztán nem tud kóstolni és pontozni sem. Ez igen nagy lemaradást okozhat.

A kóstolás során a bírók megvizsgálják a hús állagát: mennyire ruganyos a csirke, mennyire omlós a szegy, kilóg-e az oldalasból a csont a vágási felületnél stb. Figyelik az ételek illatát, ízét, zamatát, és textúráját is. Nagyon fontos, hogy a kóstolás során a bíró egyéni preferenciái nem számítanak. Nem érdekes, hogy a bíró a szegyet egyszerűen sózza, borsozva szereti csak. Azt kell figyelnie, hogy harmóniában vannak-e az ízek, megfelelnek-e a versenyszabályzat alapelveinek.

Az összpontszám tehát a három szempont – a látvány, az íz és az állag – összesítéséből áll össze végül.

MIRE JÓ EZ?

A versenyzőknek ez valójában egy igen jóhangulatú szakmai fórum, lehetőség a tovább fejlődésre – ahogy a bíróknak is. A nagyközönség először odadó áhitattal figyeli a húsok varázslóit munka közben, a beadás után pedig őszinte elismeréssel csipegeti a falatokat sorra járva a csapatokat.



Mi történik, ha tejszínhabot vagy forró tejhabet egy jeges ital tetejére kanalazol? Szempillantás alatt folyóssá válik, elolvad a poharadban, a várakozásaiddal együtt. Ezen változtat alapjaiban a Costa Coffee új hideg tejhabjaikkal, ami frissítően hűvös, szémérmetlenül krémés és hosszú ideig megőrzi eredeti tartását hideg kortyolnivalód tetején!



BEMUTATKOZIK A COLD FOAM

HIHETETLENÜL KRÉMÉS & HŰS

írta és képek:
COSTA COFFEE



MI IS AZ A HIDEG TEJHAB, MÁS NÉVEN COLD FOAM?

A hideg tejhabor hagyományos változatával szemben nem forrósítják fel készítése során, hanem egy speciális keverőeszközben, zsírszegény tej felhasználásával rendkívül finomra keverik, apró légbuborékok sokaságát zárva ezzel a belsejébe.

AZ EREDMÉNY?

Egy világítóan fehér, intenzíven krémes tejhabor, ami egyesek szerint egy könnyű tejszínre, míg mások szerint a habcsók készítéséhez használt lágy krémre emlékeztet.

AMI MIATT KÁVÉKEDVELŐKÉNT IMÁDNI FOGOD:

Sokkal krémesebb, mint a sima tejhabor, amit a belsejébe záródott, tökéletesen egyforma mikro-légbuborékoknak köszönhet.

Hűvös, akár alatta a jeges lattéd vagy cappuccinód, amitől egységes, frissítő élményt nyújt majd minden korty.

Mivel hideg, így rendkívül jól tart az italod tetején. Tomboljon akár olyan meleg, mint a nap felszínén, hosszan megőrzi majd csábító megjelenését, plusz képes lesz egy szempillantás alatt enyhülést nyújtani.

Mivel a készítéséhez a Costa dolgozói zsírszegény tejet használnak, így nemcsak hűvösen csábító, sokkal kevesebb zsírt, kalóriát tartalmaz, aminek hála az alakodra is jobban tudsz ügyelni segítségével a strandszezon árnyékában.

Kérd kedvenc jegeskávédat, halmozd rá ezt az új hideg tejhabor és élvezd a magadra szánt pillanatokot úgy, ahogy a leginkább szereted. Costa – a te helyed!



**LAPTOP
SZALON**



**CSÚCSTECHNOLÓGIÁS
DRÓNOK, AKCIÓ KAMERÁK
A LAPTOPSZALON
KÍNÁLATÁBAN**

DJI INSPIRE 2

GOPRO HERO 7

DJI MAVIC 2
ZOOM

LAPTOPSZALON.HU

**LAPTOP
SZALON**

BUDAPEST
Károly körút 10.

BUDAPEST
Teréz körút 47.

BUDAPEST
Lövőház u. 12.

PÉCS
Ifjúság útja 11.

GYŐR
Pálffy utca 1.

DEBRECEN
Simonffy utca 4.

SZEGED
Mérey utca 6/b

KECSKEMÉT
Petőfi S. utca 10.

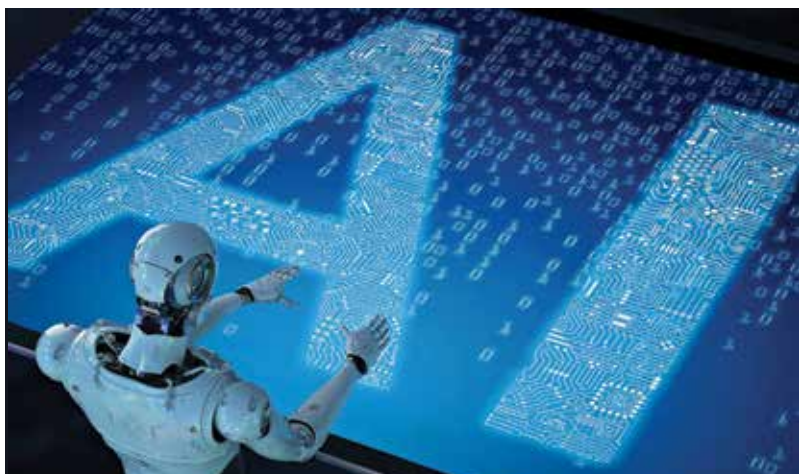
Mi biztosan tudjuk a válaszokat kérdéseire, ha

- 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





Holnapután
Mesterséges intelligencia



Ingatlanboom

*Luxus
kutyaházak*

INTERJÚ

*Rádi Lászlóval a Maxliner Kft.
tulajdonosával*

Vendégünk lesz
**Geszti
Péter**



FOTÓ: GÁLOS VIKTOR



A vezetés élménye

A FEJLŐDÉS ÖRÖK.

AZ ÚJ BMW 3-AS LIMOUSINE.

Részletek: bmw.hu/3limousine

Rack Autó Kft. – Budaörs

2040 Budaörs, Csata u. 23.

Tel: (+36 23) 414 002

www.bmw-rackauto.hu

Rack Autó Kft. – Székesfehérvár

8000 Székesfehérvár, Szent Flórián krt. 6.

Tel.: (+36 22) 500 232

www.bmw-rackauto.hu

BMW 318d - BMW 330i átlagfogyasztás: 4,7-5,6 / 5,0-5,7 -- / 6,5-7,4 l/100 km; CO₂-kibocsátás: 121-145 / 130-150-- / 147-168 g/km.



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY

C A M R Y

A LEGENDA VISSZATÉR



 HYBRID

A jövőnek terveztük, történetében először hibrid változatban. Ám semmit nem veszített abból, ami először legendává tette: ma is időtlen elegancia, első osztályú anyagok és lenyűgöző megbízhatóság jellemzi. Hosszú volt a várakozás, de most végre Ön is élvezheti a legendás, megújult Toyota Camry-t.

A képen látható gépkocsi illusztráció. A Toyota Camry WLTP szerinti üzemanyag-fogyasztása 5,3-5,6 l/100km, WLTP szerinti CO₂-kibocsátása 119,3-126,8 g/km.

[2019]⁷

1 ÉV
7 ÚJDONSÁG