

Multidimenzionális élmény

A Budai Várban kicsiben látható, milyen az, amikor tisztul a vendéglátó piac. Sok étterem zárt be, vagy készül lehúzni a rolót, és azok maradtak meg, amelyek nem a külföldi turistákból, főként nem azok „le húzásából” akarnak megélni. A 21 Magyar Vendéglő a szakma minden elemével és büszke karakán-sággal képviseli, hogy szemben áll a passzióból indított üzleti befektetésekkel. Fennállásának három hónapja is azt igazolja, hogy elsősorban a hazai vendégeknek nyitották meg. Jelmondatuk röviden így hangzik: „Nem engedünk a 21-ből!”



Bár a 21 Magyar Vendéglő csak tavaly decemberben nyitott meg a Fortuna utcában, mégis a múltjában van a lényege. Ha nem itt, akkor nem így valósult volna meg, mert a főként Amerikában élt és tapasztalatokat gyűjtő Zsidai Zoltán Roy azt tanulta meg, hogy a körülményeket nem akadálynak, hanem lehetőségnek kell tekinteni.

De ez a vendéglő csak itt, és csak most ilyen. Egy szerencsésebb és békésebb korban más képet mutatna vendégről és vendéglátóról egyaránt. Itt viszont adott volt egy családi üzlet, egy antikvitás bolt, szemben a Café Pierrot-val, és jó néhány év külföldi munka- és vendégtapasztalat. A Zsidai család régóta tervezte, hogy az antikvitás bolt helyén éttermet nyit, mert bár ezzel saját magának teremt konkurenciát, azért sok előnye is van annak, ha az utca két oldalán egy család visz két, egymást jól kiegészítő üzletet.

Zsidai Zoltán – aki amerikai keresztapjától a Roy nevet kapta – friss szellemben, és az általános hazai nyafogástól teljesen eltérő hangnemben, a problémákat inspirációként felfogva irányítja az üzletet. Pontosan kijelölve feladatát a magyar vendéglátásban, és céljaiból – a 21-ből – nem engedve.

Vendégként szerzett tapasztalatai korábban a Café Pierrot-ban hasznosultak, és ezek, valamint a családi tradíció követése alapozta meg a 21. Magyar Vendéglő üzleti koncepcióját. A cél az volt, hogy a két üzlet egymást kiegészítse, úgy, hogy a Pierrot megmaradjon a kivételes, ünnepi események helyszínének, a 21 Magyar Vendéglő pedig a mindennapi étkezések és ráérős beszélgetések helyszíne legyen, úgy, hogy mindkettő a saját terepén a legmagasabb minőséget a legmagasabb színvonalon nyújtsa.

Zsidai Zoltán Roy

2006 – Családi cég fejlesztése

2006 – Hotel Victor – Hyatt Corporation

Miami South Beach, General Manager training

2003–2006 – The Boston Consulting Group

2000–2003 – paybox.net AG Igazgató

Tanulmányai:

2006 – Cornell University Ithaca

1995–2000 – Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem

2000 – University of Cologne – Erasmus and CEMS Scholarships Köln

1999 – Harvard University Cambridge

1997 – Georgetown University Washington D.C.

A 21 Magyar Vendéglő belső képe hangsúlyosan sugallja a megemelt színvonalú otthonosságot, a hétköznapi kényelmét, ami a műemlék házban úgy hat, mintha időtlen idők óta létezne már. Ebben a klasszikus keretben izgalmas egyensúlyt tart a modern konyhatechnika a hagyományos magyar ételekkel.

– Az volt a célom, hogy megmutassak egy lehetséges utat a magyar vendéglátásnak – mondja Zsidai Zoltán Roy –, és kipróbáljam az értékteremtés egy irányát. Azzal, hogy itt nem a kliséket reprodukáljuk, hanem szabadon kezeljük a szabályokat. A Budapest bels�ínek például megvannak a hagyományos elemei, de az sehol nincsen leírva, hogy ezeknek hogyan kell kinéznie a tányéron.

A 21 Magyar Vendéglő kitalálása volt a legidőigényesebb a vállalkozásban, megtervezni, hogy mi illik a mostani időkben a Budai Vár kápolnába, mi fér bele a magyar vendégek ízlésébe. A második nagy fejezet az engedélyek megszerzése volt, eközben találkoztak a hatóságok olyan képviselőivel is, akik nyitottak voltak az újdonságokra.

– *Hogyan és miben különül el ez a vendéglő a család másik üzletétől?*

– Az alapértékek azonosak, az, hogy csak minőségi alapanyaggal dolgozunk, akkor is, ha az drágább, és ha azért külföldre kell menni. De ezt el kell fogadni olyan adottságként, amivel a magyar vendéglátók naponta szembesülnek. Hasonló az üzleti morál is, és az igényes szerviz. A Pierrot továbbra is a klasszikus eleganciát képviseli, a 21 Magyar Vendéglő pedig azzal, hogy kötetlenebb, egy tágabb piaci szegmenst fog át. A Pierrot alkalomhoz kötött, ezért nem is lehet vele szemben egy másik, grandiózus ét-



termet nyitni – most például biztosan nem. Bár vannak olyan országok, ahol egy utca elbírna két ilyen helyet, csak hogy erre most Budapesten nincsen piac. Nincs fizetőképes kereslet, és az a nyitottság is hiányzik a vendégek részéről, ami ezt megalapozhatná. Most egy hangulatos bisztrónak van létjogosultsága.

– *Hogyan fogadta a magyar vendégkör az új éttermet?*

– A január–február nálunk is gyenge volt, de azóta folyamatosan megtalálnak azok, akiknek fontos az igényesség, és akiknek az életformájához hozzátartoznak a gasztronómiai élvezetek.

– *A hagyományokat átértelmező bisztrót hogyan lehet a megszokottól eltérő módon reklámozni?*

– A direkt hirdetések helyett inkább elhozzuk az üzletbe azokat, akiket érdekelhet ez a vendéglátó forma, akik fogékonyak a multidimenziós élményekre, hogy személyesen tapasztalják meg, és ők vigyék tovább a hírüket. Az első három hónap után kedvezőek a visszajelzések, és amióta kinyitott a terasz is, egyre több a vendégünk. Van, aki minden esti törzsvendég. A legszelebb rétegekből érkeznek, és 25-től 70 éves korig mindenki jól érzi magát. Azt látom, hogy kiéhezettek az emberek ezekre az egyszerűen, tisztán megfogalmazott, de kiválóan elkészített ételekre. És arra is vágnak, hogy ne egy építési vállalkozó presztízs-éttermébe járjanak, hanem olyan helyre, amelyik nem divatból született a magyar vendégeknek.

SZ. K.

A 21 Magyar Vendéglőbe éppen ezekben a hetekben kerül új séf. A nyitásban segédkező Csóka Sándor, a Café Pierrot séfje helyett mostantól Palotai Csaba feladata lesz, hogy a magyar ételeknek sajátos, egyedi karaktert adjon, és békebeli, úri konyhát vigyen a XXI. században. Meghagyva és kiemelve az alapanyagok eredeti ízét, szépen, de egyszerűen tálaljon.

Az étlapon három leves, négy előétel és tíz főétel szerepel, köztük olyan különlegességek, mint a Kakaspörkölt tojásos nokedlivel, a Töltött csirke körtekomppóttal, a Ludaskása, a harcsából készített Székelykáposzta, és a lencsével tállalt Ropogós császárhús. A vendéglő belső terében 45 vendéget tudnak à la carte fogadni, rendezvények esetén a létszám elérheti a 65-öt. A teraszon további 40 vendégnek van hely. Az ebédidőre nyitó, és éjjelíg kiszolgáló étteremben egy műszakban egy pultos és felszolgáló dolgozik az üzletvezető mellett.

A pincérek saját nevelések. A vendéglőben képezik ki azokat, akiknél nem a szakmai képzés a fontos, hanem az emberi, intellektuális képességek számítanak, a nyitottság, a kommunikációs készség. Zsidai Zoltán Roy szerint a szakmai fogások megtanulhatók, de az emberi tulajdonságok nem, pedig ezek a fontosabbak a vendéglátásban.

Az ebédidő kitolódott a kora délutáni órákig, a vacsoráig hátralévő néhány óra alatt felkészül a konyha. A legnagyobb érdeklődést vasárnap délelben tapasztalják, a gyerekes családok felfedezték a vendéglőt.

A kétfogásos hétköznapi ebédmenü 1480 forint, az előételek ára 2 ezer forint felett van, a főételek átlagosan 3 ezer forintba kerülnek – és ezt a minőséghez képest arányos árnak fogadják el a magyarok.

Csak magyar bort forgalmaznak a jellegzetes borvidékekről, de nem a sztárokat, hanem a karakteres pincészeteket keresték meg, amelyekből a kis tételben készülő borokat vásárolják meg, amelyekkel máshol nem találkozhatni. A Ház bora Egerben készül, a Juhász testvérek pincészetében.

