

# **SZAKDOLGOZAT**

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem**  
**Budai Campus**  
**Vidékfejlesztési és Fenntartható Gazdaság Intézet**  
**Bor- és gasztroturizmus menedzser szakirányú továbbképzési szak**

**A magyaros éttermek jelenlegi helyzete Budapesten, étlapot és itallapot,  
social media jelenlétet és filozófiát tekintve.**

**Belső konzulens:** Kerekesné dr. Mayer Ágnes  
Főiskolai docens

**Belső konzulens  
intézete/tanszéke:** Fenntartható Turizmus Tanszék

**Készítette:** Hankusz Sára Lili

# MATE Budai Campus

## 2024

### Tartalomjegyzék

|                                                                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Bevezetés</b> .....                                                                                                  | <b>4</b>  |
| <b>Szakirodalmi áttekintés</b> .....                                                                                    | <b>5</b>  |
| 2.1.Budapesti Magyaros Vendéglátás .....                                                                                | 5         |
| 2.1.1.Vendéglátás általánosságban .....                                                                                 | 5         |
| 2.1.2. Budapesti vendéglátásról általánosságban.....                                                                    | 6         |
| 2.1.3. Egy régi magyaros étterem Budapesten .....                                                                       | 7         |
| 2.2.Napjaink magyaros éttermei.....                                                                                     | 8         |
| 2.2.1. Újragondolt magyaros éttermek berobbanása .....                                                                  | 8         |
| 2.2.2. Népszerű magyaros éttermek Budapesten.....                                                                       | 10        |
| <b>Kutatási módszer</b> .....                                                                                           | <b>23</b> |
| <b>Eredmények</b> .....                                                                                                 | <b>24</b> |
| 4.1. Budapesti éttermeket látogató vendégek igényei, magyaros éttermekkel a középpontban – kérdőívek<br>eredményei..... | 24        |
| 4.2. Régi-új magyaros étterem tulajdonost kérdeztük a magyaros éttermekről – interjú Andrusch Danival.....              | 29        |
| <b>Következtetések, javaslatok</b> .....                                                                                | <b>34</b> |
| 5.1. Budapesti magyaros vendéglátás alappillérei.....                                                                   | 34        |
| 5.2. Mennyiben változtak a magyaros éttermek Budapesten?.....                                                           | 36        |
| <b>Összegzés</b> .....                                                                                                  | <b>39</b> |
| <b>Bibliográfia</b> .....                                                                                               | <b>42</b> |
| <b>Mellékletek</b> .....                                                                                                | <b>45</b> |

## Diagrammjegyzék

- 1.diagramm: Leggyakrabban választott éttermek
- 2.diagramm: Ezek az ételek nem hiányozhatnak egy magyaros étteremből

„Bármerre nézünk, azt látjuk, hogy nincs hagyomány újítás nélkül.”

(Szkárosi Endre, 2013)

## Bevezetés

A szakdolgozatomban a magyaros éttermeket vizsgálom meg Budapesten több szempontból, beleértve az étlap és itallap kínálatát, az éttermek lokációját, árképzésüket, valamint a vendégkör összetételét.

A kutatás célja, hogy átfogó képet kapjak arról, hogyan képviselik ezek az éttermek a magyar gasztronómiai hagyományokat a modern városi környezetben. Kiemelten fontosnak tartom, hogy ezeket az örökségeket ne csak fenntartsuk, hanem élővé tegyük a fiatalabb generációk számára is. Az éttermek nem csupán a múlt értékeinek őrzői, hanem a jövő közösségi tereinek is számítanak, ahol a magyar konyha ízei, a társasági élet és a kulturális élmények találkoznak.

A dolgozatomban arra keresek választ, hogy a magyaros éttermek hogyan képesek megújulni és alkalmazkodni a mai igényekhez, miközben megőrzik autentikusságukat. Fontosnak tartom azt is, hogy a fiatalok érdeklődését is felkeltsük ezen helyek iránt, hiszen a magyar konyha megismerése és szeretete hozzájárulhat nemzeti identitásunk megőrzéséhez. Megvizsgálom továbbá, hogy milyen tényezők befolyásolják a vendégek választásait, és hogyan tudnak az éttermek versenyképesek maradni a jelenlegi gasztronómiai piacon.

Ez a téma azért áll közel a szívemhez, mert gyerek korom óta a gasztronómia szerelmesének vallom magamat. A családban édesapám szintén vendéglátással foglalkozik. Nagyon sokat tanultam tőle és sokszor dolgoztunk is együtt. Az apai nagymamám nagyon sokat süített-főzött, így mindig a keze alá dolgoztam kicsiként. Nem is volt kérdés, hogy én erről szeretnék majd tanulni. Így kerültem a BGE turizmus-vendéglátás szakra, majd erre a szakirányú képzésre. Egyetem alatt dolgoztam pultosként, pályán és konyhán is. Borvacsorákon is segédkeztem és borfesztiválokon is. Jelenleg a Nosaltynál dolgozom, de a cél az lenne, hogy hamarosan saját helyet nyissak és általam megálmodott gasztronómiai programokat szervezzek. Régi álmom egy trendi magyaros étterem nyitása, hogy a fiatalokat tudjuk ösztönözni a magyaros ételek kultúrájának fenntartására, így a szakdolgozatom témája nagy segítségemre volt.

# Szakirodalmi áttekintés

## 2.1.Budapesti Magyaros Vendéglátás

### 2.1.1.Vendéglátás általánosságban

Ha a magyaros vendéglátást vizsgáljuk, először érdemes a vendéglátást általánosságban is körbejárni. Minden a francia forradalom után kezdődött. Kifőzde jellegű helyekről már korábban is beszámoltak, de Bastille ostroma hozta meg az igazi változást. Ekkor alakult ki valójában a vendéglátás fogalma, hiszen előtte csak “vendégasztalok” léteztek. Ez azt foglalta magába, hogy a vendégek adott időben, egy nagy asztalnál, közösen fogyasztották el az étkezésüket.

Ahogy ez szokott lenni, megjelent egy úttörő, Roze de Chantoiseau, aki azt kezdeményezte, hogy külön asztaloknál, nem egy meghatározott időpontban tudjanak ételt kérni, egy nagyobb választékból. Ez viszont nem mindenkinek nyerte el a tetszését, így elindítottak egy pert. Szerencsére ő nyert, így megalakult az első étterem.

Ami a magyar vendéglátás múltját illeti, Gundel Károly nagyon meghatározó volt. Volt még egy-két lelkes szakács mellette, akikkel együtt fel tudták pezsdíteni a budapesti gasztronómiát. „Az evésnél csak egyetlen nagyobb öröm létezik: a főzés gyönyöre” (Vinkó József, 2014, p.8)

A gasztronómiát, a magasabb szakácsmesterség tudományának is szokták nevezni. A gastros és gnomos (gyomor és tudás) görög eredetű szavak alkotják. Emellett számos hasonló kifejezéssel bővült a szakzsargon, például gasztrozófok, akiket a vendéglátás filozófiája éltet. Akik a dolgozat témájában relevánsak lehetnek, ők a gasztronomádok, azaz a vidéki konyhát kedvelők és gasztronauták, akiknek az új ételek ízlelése okozza az igazi örömet. Egy biztos, hogy mindegyikük hallott már a Michelin csillagról.

Ez egy igazán meghatározó téma a fine-dining világában. Sajnos volt már rá példa a történelemben, hogy egy séfet annyira sérelmezett a csillag elvesztése, hogy a saját életébe került. Francois Simon szerint „Ott tartunk, hogy a háromcsillagos éttermek már nem a vendégnek, hanem a Michelin-ellenőröknek főznek.” (Vinkó József, 2014, p.30)

És hogy miért pont Michelin csillaggal jutalmazták a kiemelkedő éttermeket? Miután megjelent a tömlős autógumi, André és Édouard Michelin írtak egy összefoglalót arról, hogy a volán mögött ülők, merre keressék az autóműhelyeket. Annyira lenyűgözte az embereket, hogy kénytelenek voltak szállodák és éttermek megjelenésével is bővíteni. Idővel, a sok belefektetett munka miatt, egy ár is került a magazinra. Rejtély övezi, hogy a csillag kifejezés hogy került a Michelin mögé, hiszen nem csillag, hanem macaron jelzések voltak az útikönyvben.

Szerencsére nem mindenki hajt a csillagra, vannak, akiknek fontosabbak a törzsvendégek. Jacques Thorel anno azt nyilatkozta, hogy „Ragaszkodtam a vendégeimhez, ezért elvesztettem a csillagokat. Na és? Tettem volna fordítva?” (Vinkó József, 2014, p.32)

Budapesten is már számos Michelin csillaggal rendelkező étterem található, mint például a Stand 25, amelyet a szakdolgozatban tüzetesebben is meg fogok vizsgálni, hiszen elsősorban ők is a magyaros konyha alapjaira építkeznek.

### 2.1.2. Budapesti vendéglátásról általánosságban

Budapest, Magyarország fővárosaként érdekes helyzetben van gasztronómiai szempontból. Egyrészt óriási az előny, a többi magyar városhoz képest, hiszen a fővároson kívül igazából mindent vidéknek tekintünk. Szuper lehetőségek adóttak itt, szállítók, lokációk és látogatók szempontjából. Gondoljunk csak bele milyen könnyen megközelíthető minden a városban tömegközlekedéssel. Így gond nélkül elugorhatunk egy italra vagy egy vacsorára, és ráadásul mindenki fogyaszthat így alkoholt is. A sok tanuló és munkakereső miatt bőven tudunk válogatni a munkaerőből is.

Óriási forgalmat hozhatnak a külföldi vendégek, ugyanis a beutazó turisták nagy része, ha Magyarországra jön, akkor Budapesten fog megszállni. Így sok esetben reggelire, ebédre és vacsorára is keresnek egy számukra megfelelő éttermet. Szerencsére 2024-re visszaálltak a Covid előtti turistalátogatási számok, az MTÜ szerint. Itt is már fontos megemlíteni, hogy milyen szignifikánsak is a magyaros éttermek, ugyanis a turisták többsége szeretné az éppen látogatott lokáció autentikus, hagyományos fogásait is megkóstolni.

Másrészről pedig megvannak az árnyoldalai. Mivel ennyi lehetőség van a fővárosban, ez azt vonzza maga után, hogy nagyon telített is a piac. Emberek könnyebben feladják a munkájukat, hiszen hamar tudnak találni valami mást. A bérleti díjak nagyon magasak, főleg a

belváros területén és a munkaerő megfizetése is kihívás. Ez az étlapok és itallapok árképzésén is meg fog látszódni. Nehéz egy új, egyedi helyet nyitni, hiszen valószínűleg már számos hasonló helyet üzemelnek, és még nehezebb elérni azt, hogy egy potenciális látogató valóban a mi éttermünkbe jöjjön, ne a másik százba.

Szinte bárhova megyünk, nem kell sok métert megtenni ahhoz, hogy találjunk egy kávézót, egy brunchozót egy éttermet vagy egy street foodost. De vajon ezeknek hány százaléka lehet egy jó magyaros étterem? Rengeteg nemzet konyháját is fellelhetjük, ami nagyon színes választékot alkot. Az egyik legnépszerűbb az olasz konyha, hiszen a pizzát és a tésztát ki ne kedvelné. Széles az ázsiai paletta, és igen közkedvelt is. Legyen ez thai, kínai vagy japán. Napjainkban egyre több közel-keleti étterem is megjelent, török étkezdék és a spanyol tapasozók. A lista igazából végtelen, hiszen valóban rengeteg ország ételét kóstolhatjuk meg és fogyaszthatjuk nap, mint nap. Megjelent számos indiai, thai, kínai és olasz gyors étterem jellegű hely is, ahova az emberek munka közben egy ebédre beugranak. Esténként és hétvégén inkább az igazi éttermi élményt keresik. És vajon hányan választják a magyaros éttermet egy olasz pizzázó helyett? (turizmus.com, 2024)

### 2.1.3. Egy régi magyaros étterem Budapesten

Ahhoz, hogy az újhullámos mostani magyaros éttermeket meg tudjuk vizsgálni, ahhoz egy picit vissza kell menni az időben, hogy láthassuk, hogy húsz-harminc évvel ezelőtt, mi volt a trendi Budapest szívében. Saját tapasztalatokból tudok meríteni, ugyanis Covid előtt, egy évig a Vörös Postakocsiban dolgoztam, édesapám pedig húsz évig irányította a vendéglátóegységet.

A Vörös Postakocsi étterem épülete 1876-ban épült, amit neoreneszánsz és eklektikus jegyek uralnak. 1970-ben nyitotta meg a kapuit az étterem itt. A nevét Krúdy Gyula, Vörös Postakocsi (1913) regénye után kapta. A vendéglő a Kálvin tér környékén, a Ráday utcában található. A klasszikus magyar vendéglátás megtestesítője volt. Még napjainkban is üzemel, bár új csapat kezei alatt, de hogy mennyire tudott adaptálódni a jelenlegi gasztronómiai piachoz, annak szeretnék utánajárni.

Emlékeimben tisztán él a kép, hogy az étterem rengetegszer telt házas volt, pedig meg kell hagyni, hogy óriási befogadóképessége volt. Külön termekkel és egy hatalmas pincehelyiséggel is rendelkezett. Piros terítők, élő cigányzene és magyar borok lepték el a helyszínt esténként. Ezek főleg a 2015-ig terjedő időszakra voltak jellemzőek. A klasszikus

vendéglátóipari iskolákban tanult pincérek dolgoztak a pályán, ami szerintem elengedhetetlen része a jó magyaros éttermi kiszolgálásnak. Az éttermi enteriőrhez és szinthez illő munkaruhában, teljes szaktudással és szenvedéllyel dolgozták végig a napokat.

Az étlapon a régi múltat idéző közkedvelt, autentikus fogásokból lehetett válogatni. Mindehhez kitűnő magyar borlapot kínáltak. Volt egy visszajáró törzsközönség, mindig betévedtek új emberek, és a külföldiek is gyakori látogatóknak számítottak. Utazási irodák is szerveztek ide külföldről érkező turistacsoportokat. A senior korosztálytól a fiatalokon át mindenkit. Volt lehetőség esküvői ünneplésre is menüvel vagy svédasztallal. Edukatív borkóstolókra is került sor, illetve nívós Márton napi, Szilveszteri és sok más ünnepségekre is.

Az étlap rendes nagy tányéros fogásokból állt, az előételeket követték a levesek, majd a főételek és a desszert zárta a sort. A italoknál a borok, sörök és rövid italok szerepeltek, a koktélok és a long drinkek nem igazán voltak számottevőek. Mentés ételkkel ekkor még elég kevesen foglalkoztak, bár az jelenlegi étlapot pásztázva, erre még most sem fektetnek hangsúlyt. Összegezve ez az étterem a maga korában, igazán virágzóan működött és folytatta a hagyományokat, amiket sokan fontosnak tartunk. Sajnos a Covid előtt már egy lefelé ívelő utat vett az étterem koncepciója, és végül a járvány miatt teljesen be is fuccsolt. Ennek részben gazdasági okai is voltak, másrészt pedig az is közre játszott, hogy nem haladtak a korrall. Egy hagyományos, régi magyar ételeken alapuló helynek is az lenne a titka, hogy napjaink gasztronómiai elvárásaival próbál valahogy egyensúlyt teremteni.

## 2.2. Napjaink magyaros éttermei

### 2.2.1. Újragondolt magyaros éttermek berobbanása

Az elmúlt évtizedekben jelentős változás ment végbe a magyar vendéglátóiparban, különösen a hagyományos magyaros éttermek terén. Sok régi, jól bevált étterem nem tudott alkalmazkodni a modern gasztronómiai trendekhez, és fokozatosan elvesztették népszerűségüket. Ezeknek az éttermeknek az elavulása után azonban egy új időszak következett a piacon: az újhullámos éttermek. Ezek a helyek nemcsak a modern fogyasztói igényekhez igazodtak, hanem új ötleteket és koncepciókat is bevezettek. Az étlapokat átgondolták, a hagyományos magyar ételeket modern technikákkal készítették el, vagy éppen nemzetközi

hatásokkal ötvözték. Az italválaszték is átalakult, új típusú kézműves sörök, borok és koktélok jelentek meg, amelyeket egyre nagyobb érdeklődéssel fogadott a vendégkör.

Az újhullámos éttermek egyik legfontosabb jellemzője, hogy a fenntarthatóság és a helyi alapanyagok használata központi szerepet kapott. A fogyasztók egyre tudatosabbá váltak, és igényelték, hogy az ételek ne csak finomak, hanem környezetbarát módon készüljenek el. Ennek eredményeképpen sok újhullámos étterem helyi termelőktől szerzi be az alapanyagait, támogatva ezzel a helyi gazdaságot és csökkentve a szállítás okozta környezeti terhelést. A szezonális alapanyagok használata szintén előtérbe került, ami nemcsak a minőséget növeli, hanem a fenntarthatóságot is segíti és a szervezetünkre is pozitív hatást gyakorol.

Ezek az éttermek azonban nem csak a konyhában újítottak, hanem az online térben is. A social media megjelenés ma már elengedhetetlen része a sikeres vendéglátóipari vállalkozásnak. Az emberek többsége az étteremválasztás előtt megnézi az adott hely online jelenlétét, legyen szó Instagramról, Facebookról vagy éppen Google értékelésekről. Az éttermeknek tehát nemcsak az ízletes ételekkel kell versenyezniük, hanem vizuálisan is vonzónak kell lenniük. A közösségi média platformokon megosztott képek, videók, és vendégértékelések döntő hatással lehetnek arra, hogy valaki meglátogat-e egy éttermet vagy sem. A social media stratégia ma már szerves része a vendéglátásnak, ahol egy jól sikerült fotó vagy egy kreatív bejegyzés több új vendéget vonzhat, mint a hagyományos reklámok.

Összességében az újhullámos éttermek berobbanása nemcsak a gasztronómiai kínálat megújulását hozta el, hanem egy újfajta szemléletet is. Ezek az éttermek modern, kreatív módon viszik tovább a magyar gasztronómia hagyományait, miközben alkalmazkodnak a fenntarthatóság, helyi alapanyagok használata, és az online jelenlét iránti igényekhez. Ez a kettősség – a hagyományok tisztelete és a modern elvárásoknak való megfelelés – az, ami sikeressé tette ezeket a helyeket a mai változó gasztronómiai környezetben.

## 2.2.2. Népszerű magyaros éttermek Budapesten

Ebben a bekezdésben az általam választott tíz budapesti magyaros étterem kínálatát elemzem. Részletesen megvizsgálom az étlap és itallap kínálatot, különös tekintettel arra, hogy hogyan jelennek meg a hagyományos magyar ételek, valamint milyen újítások figyelhetők meg. Elemzem az éttermek lokációját is, hogy mennyire frekventált helyeken találhatók, valamint a különböző éttermek árszínvonalát. Kiemelt figyelmet fordítok az alapanyagok származási helyére és a fenntarthatósági törekvésekre, valamint arra, hogy milyen mértékben figyelnek az ételérzékenységekkel rendelkező vendégekre. Végül, részletesen elemzem az éttermek social media megjelenését, és azt, hogy milyen hatékonysággal használják a különböző platformokat a vendégek elérésére és bevonására.

### Gundel étterem

A 130 éves Gundel Étterem, Budapest XIV. kerületében, a Városliget szívében, a Fővárosi Állat- és Növénykert szomszédságában található, és a város egyik legismertebb és legpatinásabb vendéglátóhelye. A Google értékelése 4,6, amit 2855 vendég véleménye támaszt alá. Honlapja igényes, jól szerkesztett, könnyen átlátható, ami az étterem magas színvonalát tükrözi. A Gundel hagyományörző magyar ételeket kínál modern formában, amelyek mellett vegán opciók is elérhetőek, bár az allergének jelzése nem mindig teljesen pontos. Az italválaszték is kiemelkedő, különösen a trendi koktélok és mocktailok kínálata, valamint a gondosan összeválogatott magyar borlap. Az étterem nappali étlapja hét előételt, hat levest, tíz főételt és nyolc desszertet tartalmaz, míg a vacsoramenü eggyel több választási lehetőséget kínál előételből, levesből és desszertből. Emellett a vacsoránál csak 2, 3 vagy 4 fogásos menüsört válogathatunk össze. Vasárnaponként külön ételsor várja az ebédelni vágyókat.

A social media jelenlét szintén fontos szerepet játszik az étterem életében: szép képekkel és gyakori posztokkal tündökölnek Facebookon és Instagramon, valamint van TikTok-csatornájuk is, bár a videók szerkesztése nem minden esetben professzionális. A Gundel minden vendéghez próbál elérni: akár egy egyszerű kávé-süti kombinációval is invitálják a látogatókat. Az étterem elegáns környezetéhez és kifinomult ételeihez, az udvarias pincérek is

társulnak, ami emelkedett hangulatot teremt. Ez azonban az árakon is meglátszik, így az étterem inkább egy bizonyos réteg számára elérhető a mindennapokban, míg mások számára ünnepi alkalmakra tartogatott élményt jelent. Elérhető gyerekmenü is, ami családbarátabbá teszi a helyet.

A Gundel különleges eseményeket is szervez, például néhai Erzsébet királynő kedvenc ételeit kínálták egy speciális menü keretein belül.

Az odafigyelés és a megbecsülés kiemelt fontosságú a Gundel számára. Az étterem már a hallás- és látássérültek számára is mélyebb élményt kínál: a felszolgálók megtanulták a vendéglátáshoz kapcsolódó tíz legfontosabb kifejezést magyar és nemzetközi jelnyelven. A látássérültek számára Braille-írással írt étlap is elérhető, amely az ételek történetét is bemutatja. Mindezek mellett az akadálymentes közlekedés is prioritást élvez az étterem területén.

## Stand25

A Stand25 Bisztró Budapest I. kerületében, az Attila úton található, amely sétátávolságra van a Lánchídtól és a Váralagúttól, így különösen kedvező elhelyezkedésű a turisták számára. Az étterem 4,55-ös értékeléssel büszkélkedhet 1696 vélemény alapján a Google-ban, ami a minőségi vendéglátás egyik jele. A bisztrót 2017-ben nyitotta meg Szulló Szabina és Széll Tamás, akik később Budára költöztették át a helyet. Az étterem alig egy évvel a megnyitása után Bib Gourmand elismerést kapott, amely a magas színvonalú, de elérhető árú éttermek számára fenntartott kitüntetés. A Stand25-ben a szervíz figyelmes, de a hangulat jóval kötetlenebb, mint egy fine dining étteremben, ami a bisztró stílusához illeszkedik.

Az étterem hétfő és szombat között üzemel egy délutáni szünettel, vasárnap pedig zárva tart. Lehetőség van ajándékkártya vásárlására, ami kiváló karácsonyi ajándék lehet szeretteink számára. Az online foglalórendszert sokan kedvelik, hiszen egyszerű és kényelmes. Emellett privát étkezési lehetőséget is kínálnak, így zártkörű rendezvényekre is ideális helyszín.

Az étlap három részből áll: az à la carte, a Stand25 menü és a táblás menü. Az à la carte kínálatban öt előétel, tíz főétel és négy desszert található. A Stand25 menü háromfogásos összeállításokat kínál az à la carte ételek szűkített választékából, egy ilyen menü ára 17.500 forint, bár néhány fogás feláras. A táblás menü pedig két előételből, két főételből és egy

desszertből áll, amely kedvezőbb áron érhető el a készlet erejéig. Az étlapon az allergén összetevők feltüntetése megfelelő, azonban sajnos kevés olyan étel van, amely az ételérzékenyek számára is megfelelő. Az allergénekkal kapcsolatos információk előzetesen egyeztetethetők a személyzettel.

Néhány fogás, például a gulyás és a somlói galuska, már összeforrt Széll Tamás és Szulló Szabina nevével, ugyanakkor a bisztró ételei gyakran változnak a szezonáltság és az elérhető magyar alapanyagok tekintetében. A klasszikus fogások modern köntösben jelennek meg, így a bisztró lehetőséget kínál arra, hogy két Michelin-csillagos séfek ételeit kóstolhassuk meg egy kötetlenebb, bisztrós környezetben. Az étterem borlapja hosszú és gondosan összeválogatott, nagyrészt magyar borokat tartalmaz, de külföldi tételek is bőven megtalálhatók. A Stand25 Bisztró minőségi social média jelenléttel bír, Facebook- és Instagram-oldalaikon gyakran jelennek meg ízléses fotók, ám TikTok felülettel egyelőre nem rendelkezik.

A Michelin Guide egy 2019-es cikkében méltatta a magyar gasztronómia fejlődését, különösen a női séfek szerepét, akik egyre nagyobb befolyást szereznek. Szulló Szabina, aki Széll Tamás mellett a Stand és a Stand25 Bisztró társtulajdonosa, külön is kiemelkedő szerepet játszik ebben a folyamatban. A Guide interjújában Szulló Szabina elmondta, hogy már fiatalon elkezdte karrierjét, és fokozatosan építette fel magát.

„Nagyon fiatalon kezdtem a pályát, a legaljáról indulva lépésről lépésre haladtam felfelé. Az első hely, ahol dolgoztam, a Kempinski Hotel Corvinus volt a 90-es években. Akkoriban ez volt Magyarország legjobb étterme. Itt ismerkedtem meg Hamvas Zoltánnal és Széll Tamással, akikkel azóta is együtt dolgozom.” – (Szulló Szabina, 2023) (The MICHELIN Guide UK Editorial Team, 2023)

## Tati farm to table

A budapesti Tati Farm to Table étterem a 7. kerületben, a Dohány utcában található, és 1341 vélemény alapján 4,5-ös Google értékelést kapott. Az étterem Michelin Guide ajánlással is büszkélkedhet, ami már önmagában is jelzi a kiemelkedő minőséget. A „Farm to Table” koncepció azt jelenti, hogy az étterem közvetlenül a farmról szállítja az alapanyagokat az

asztalra, és ebben a Tati valóban hű marad az elveihez. Saját farmjuk van Biatorbágyon, ahol elkötelezetten támogatják a helyi termelőket, hisznek a magyar vidék minőségében és a szezonális fontosságában. A hagyományos magyar vidéki konyha alapjaira építenek, de modern megközelítéssel, céljuk pedig a vidéki konyha egyszerűségében rejlő szépséget bemutatni a nyüzsgő Budapesten. Ez a filozófia hatja át az ételeket és a bisztró miliójét is, ahol vidéki tanyavilágból származó tárgyak is megtalálhatók, amelyek tovább erősítik az autentikus hangulatot.

Az étterem séfje, Soóky Gábor, csapatával együtt személyesen ellenőrzi az új szezonális alapanyagokat, hogy biztosan tükrözzék a természet ízeit és a föld esszenciáját. Az innováció és a modern konyhai technikák is fontos szerepet kapnak a konyhában, miközben az ételek továbbra is hűek maradnak a hagyományokhoz.

A koktélok friss zöldséglevekre és gyümölcslevekre épülnek, és külön figyelmet fordítanak az alkoholmentes opciókra is. Egy különleges koktél esetében, ha a vendég megrendeli, az étterem egy fát ültet, hozzájárulva a fenntarthatósághoz. A borlap gazdag kínálatot nyújt, ahol külön jelölik a bio, organikus, natúr és non vintage borokat. A választékban nemcsak magyar, hanem négy másik ország boraival is találkozhatunk.

Az étterem rendelkezik privát rendezvényteremmel, és online foglalórendszert is kínálnak, így a vendégek kényelmesen foglalhatnak asztalt. Honlapjukon blog is található, ahol az aktuális újdonságokat és a partnertermelőket mutatják be. Kiemelt figyelmet fordítanak az egészséges táplálkozásra, a hagyományokra és a legmodernebb gasztronómiai trendekre. Brunch menüjük reggel 8:00-tól délután 15:30-ig tart, és 22 fogást kínál, kezdve a különféle krémektől, leveseken át a kiadós főételekig. Az allergénjelölés nagyon átlátható, számos allergénmentes lehetőséggel. A vacsoramenu 17 órától kezdődik, ahol minden ételnél feltüntetik, hogy egy kiválasztott alapanyag melyik kistermelőtől származik.

Vajda Pierre úgy illette a gulyáslevest: “Amilyen gulyáslevest itt ettem, olyat még máshol soha. Körbeettem már fél Magyarország gulyásleveseit. Mindig is azokat kedveltem, ahol a tartalmas, hosszú levű, hús-, csont-, zöldségízesszenciák békés egymás mellett élését és a válogatott paprika nem sápatag ízeinek összesimulását tapasztaltam, mindezt zöldszórással frissítve.” (Vajda Pierre, 2024)

A cikk további részében azért az étteremkritikus igen firtatja, hogy vajon nagyobb hangsúlyt fektetnek-e a farmos sztorinak, vagy a nap végén mégiscsak a villára kerülő íz fontos, ami esetében nem minden fogásnál volt kitűnő.

A vacsora étlap 4 előételt, 2 levest, 7 húsos-halás főételt, 5 zöldséges ételt és 4 desszertet kínál, továbbá 1 gyerekmenü is elérhető. A „Családi válogatás” opció 4 főtől indul, ahol háromféle ételből lehet választani. A kóstolómenü szintén népszerű választás, amely öt fogásból áll, ára körülbelül 19.500 forint. Vegán kóstolómenüt is kínálnak az étteremben. Az árak a fogások minőségéhez és kivitelezéséhez képest elfogadhatóak, hiszen a saját gazdaságból érkező alapanyagok valamelyest faragnak az árakon, ha jól gondoljuk.

A Tati Farm to Table étterem erős jelenléttel bír a közösségi médiában is: a Facebookon és Instagramon szép képekkel és gyakori posztokkal tartják a kapcsolatot követőikkel, míg a TikTok oldaluk releváns tartalmai nagy népszerűségnek örvendenek. Eseményeket is rendszeresen szerveznek, amely kiváló marketingeszköz lehet.

## Retek bisztró

Budapesten, az V. kerület szívében, a Nádor utcában található Retek Bisztró gyorsan a főváros egyik közkedvelt vendéglátóhelyévé vált. A bisztró különlegessége, hogy a hagyományos magyar konyhát ötvözi egy modernebb, mégis a gyermekkori ízeket visszahozó megközelítéssel. Az étterem hitvallása az, hogy azokat az autentikus ízeket mutassa be, amelyeket még a nagymamák konyhájából ismerhettünk. E filozófiát tükrözi az étlap is, amelyen hat előétel, két leves, nyolc főétel és három desszert található. A bisztróban a klasszikus magyar fogások újragondolt változatait is megkóstolhatjuk, mint például a lassan sült kacsacomb vagy a csirkepaprikást. Az étlap egyik különlegessége a háromfogásos menü, amely egy kis adag gulyást, egy főételt (az előbb említett kettő közül lehet választani), valamint

egy választható desszertet tartalmaz, mindössze 11.500 forintos áron, ami különösen kedvező ajánlat egy ilyen színvonalú helyen.

A Retek Bisztró népszerűségét az is bizonyítja, hogy a Google felületén több mint 3900 értékelést kapott, és mindezzel is megőrizte a lenyűgöző 4,8-as pontszámot. A vendégek elégedettségét tükrözik a dicsérő visszajelzések is, amelyek kiemelik az étterem hangulatos belső terét, a figyelmes kiszolgálást és a minőségi ételeket. A bisztró közvetlen közelében található egy kisebb testvérétterem is, amely a Retek Mini nevet viseli. Ez a bisztróhoz hasonlóan szintén nagy hangsúlyt fektet a tradicionális magyar ízekre, de egy intimebb, kisebb léptékű vendéglátásra specializálódott.

Az étterem minden nap nyitva tart, azonban délután egy rövid szünetet tartanak az ebéd és a vacsora időszaka között. A bisztró átlátható, modern weboldallal rendelkezik, amelyen keresztül online foglalás is lehetséges. Időnként élőzene is szórakoztatja a vendégeket, ami még hangulatosabbá teszi az étkezéseket. Azonban a social media jelenlétük az utóbbi időben nem igazán aktív, ami hátrányt jelenthet a mai világban, amikor az emberek egyre inkább igénylik az ilyen típusú online kommunikációt.

A Tripadvisor 2021-es rangsora alapján a Retek Bisztró az ország 11. legjobb étterme lett. Vajda Pierre kritikájában azonban megjegyezte, hogy bár az étterem célja a hagyományos magyar ételek modern tálalása, szerinte az újragondolás nem mindig sikeres, és nem minden fogás felel meg a magyaros konyha elvárásainak. (Vajda Pierre, 2021)

## Café Kör

A Café Kör Budapest egyik ikonikus étterme, a város szívében, az 5. kerületben, a Sas utcában található. Elhelyezkedése rendkívül kedvező, hiszen a belvárosban sétálva könnyen megközelíthető mind a turisták, mind a helyiek számára. Az étterem számos véleményt kapott a látogatóktól, és összességében rendkívül pozitív visszajelzéseket gyűjtött: 1891 értékelés alapján 4,6-os minősítést ért el, ami a vendégek elégedettségét mutatja.

A hely minden nap déltől este 10-ig van nyitva(kivéve vasárnap), így ideális választás ebédhez vagy vacsorához. Érdekesség, hogy bár az étterem közkedvelt, nem rendelkezik online foglalási rendszerrel, foglalni kizárólag telefonon lehet. Az étlap elérhetősége szintén különleges: a napi kínálatot kézzel írott formában töltik fel Facebookra, ami egyedi és otthonos hangulatot kölcsönöz az étteremnek.

Az étlap általában 2-3 levest, 3-5 előételt, 10 főételt és 4-5 desszertet tartalmaz, és elsősorban magyaros ételek dominálnak rajta, bár nemzetközi fogások is megjelennek. Az allergének nincsenek feltüntetve, így azok iránt a felszolgálóknál lehet érdeklődni. Az árakat tekintve az étterem jó ár-érték arányt kínál, így a belvárosi helyszín ellenére nem számít kifejezetten drágának.

Az étterem social media jelenléte meglehetősen korlátozott: nincs weboldaluk, Facebookon kizárólag a napi menü érhető el, Instagram-fiókjuk bár létezik, inaktív, TikTok jelenlétük pedig nem létezik. A Café Kör sajtóban való megjelenései is vegyesek. 2021-ben Vajda Pierre gasztrokritikus is ellátogatott az étterembe, kritikájában pedig hangsúlyozta, hogy még az egyszerű ételeket is kiemelkedő élménnyé lehet tenni, ha azokat minőségi alapanyagokból és jól készítik el, viszont itt nem ezt érezte.(Vajda Pierre, 2021)

## Gettó Gulyás

A Gettó Gulyás étterem Budapest szívében, a VII. kerületben, a Wesselényi utcában található, és közkedvelt hely mind a helyiek, mind a turisták körében. A Google rendszerében 7311 értékelést és 4,4-es pontszámot tudhat magáénak, ami kiemelkedő eredmény, különösen ilyen magas értékelésszám mellett.

A weboldalukra látogatva egyszerű, letisztult online foglalórendszerrel találkozunk, a fontosabb információk azonban a Facebook oldalukon érhetők el, beleértve az étlapot is. Az étterem naponta frissített ebédmenüvel várja vendégeit, amely három fogásból áll, és ára nem éri el a 3000 forintot, ami rendkívül kedvező, különösen a környéken dolgozók számára.

Az állandó étlap előételei között hat fogás közül lehet választani, amelyek közül a velős pirítós említést érdemel, mivel ritka és kedvelt fogás a városban. Háromféle leves és tizenkét főétel szerepel a kínálatban, amelyek között túlnyomórészt pörkölték és paprikások találhatók, ezekhez pedig különféle savanyúságokat kínálnak. A sort 3 desszert zárja. Az étterem figyel a különböző ételallergiákra is, minden fogásnál jól láthatóan feltüntetve az allergéneket. A főételek között vegán opció is elérhető, ami szintén növeli az étterem vonzerejét.

Ár-érték arányban a Gettó Gulyás kiemelkedő, a borlap széles választékot kínál magyar borokból, míg a pálinkák is komoly hangsúlyt kapnak. Ezen kívül néhány klasszikus koktél és pálinkás limonádé is megtalálható az itallapon. A séf ajánlatai külön figyelmet érdemelnek, hiszen ez a rész az állandó pörkölt és paprikás kínálaton túlmutat, és szezonális alapanyagokból készült fogásokat kínál. Egy-két új termék is megjelenik ilyenkor, most például a sütőtökös pálinka hódít. Az étterem aktívan jelen van a közösségi médiában, mind a Facebookon, mind az Instagramon, eltérő tartalmakkal célozva a különböző korosztályokat.

Az interjú alapján a névválasztás az étterem lokációjára és a magyaros konyha hagyományaira utal. A Gettó Gulyás célja, hogy a külföldi vendégek számára is érthetővé és vonzóvá tegye a hagyományos magyar ételeket, bemutatva például a pörkölt és a gulyás közötti különbségeket is. Az alapanyagokat legfeljebb 150 kilométeres körzetből szerzik be, és az étterem belső dizájnjá is a hagyományos, egyszerű, magyaros stílust tükrözi. (Böjtös Gábor, 2024)

## Paprika vendéglő

A Budapesten, a 7. kerületben található Paprika Vendéglő méltán népszerű a látogatók körében, amit a Google 4,6-os értékelése is jól mutat, több mint 11 690 vélemény alapján. Ez az egyik legmagasabb számú értékelőtábor, ami különösen figyelemre méltó, és a vendégek körében folyamatosan friss vélemények is megjelennek.

A Dózsa György úton, közel a Városligethez elhelyezkedő étterem gyakori célpontja a külföldi látogatóknak is. Az asztalfoglalás kizárólag telefonon keresztül lehetséges, és az étterem minden nap déltől este 11 óráig várja vendégeit.

Az étterem terasszal is rendelkezik, amely kellemes hangulatot biztosít a szabadban étkezőknek. A belső tér régi magyar csárda hangulatát idézi, a rusztikus, régimódi enteriőr autentikus, hagyományos atmoszférát teremt. A vendéglő weboldala is ezt az ódivatú stílust tükrözi, ahol az ételekről található képek nem túl divatosak. A Paprika Vendéglő étlapja főként hagyományos magyaros ételeket kínál, néhány kivétellel, mint például a rák. Az előételek között találunk rákos tésztát, grillezett sajtot rizzsel, és jércemellet salátával, ami nem tipikusan magyaros, de az étlap egyébként a tradicionális konyhára épít. A libamáj zsírjában szerepel az étlapon, ami különösen népszerű a vendégek körében.

A levesek kínálata is klasszikus, öt különböző változat közül választhatunk. A főételek kategorizáltak, így a vendégek 7 szárnyas étel, 4 sertés-, 5 marha- és 3 halas fogás közül választhatnak. Ezen kívül vegetáriánus lehetőségek is rendelkezésre állnak, például a rántott sajt, és 2 személyes tálak is rendelhetők.

Az étlap különlegessége a konyhafőnök ajánlata, amely vadhúst, libamájat, oldalast és borjúpaprikást is kínál. A köretek és savanyúságok választéka bőséges, és a desszertek között olyan hagyományos magyar édességek is szerepelnek, mint a gesztenyepüré.

Az ár-érték arány kedvező, és lehetőség van kis adagok rendelésére is. Az italválaszték szintén hagyományos, röviditalokat, söröket, borokat és üdítőket tartalmaz. Az allergének feltüntetése egy táblázatban található az étlap végén, illetve a weboldalon az ételek képeinél egyenként is fel vannak tüntetve. Mentés ételt nem kínálnak, maximum ha valamelyik fogás eredendően is tejmentes például.

A Paprika Vendéglő rendelkezik közösségi médiával, bár Facebook és Instagram oldaluk nem túl aktív; utolsó bejegyzéseik több mint egy éve kerültek fel, azonban több külföldi vendég készített már itt TikTok videót, ami hozzájárul a hely népszerűségéhez.

## Marumba

A Marumba étterem nemrég nyílt meg Budapest 7. kerületében, a Holló utca 1. szám alatt. A hely hamar felkeltette a közönség figyelmét, már most 100 értékeléssel büszkélkedhet a Google-n, és 4,7-es átlagos értékelést kapott. Az étterem hétfőtől szerdáig 17:00-tól 23:00-ig, csütörtöktől vasárnapig pedig 12:00-tól 23:00-ig tart nyitva. A Marumba a már jól ismert Pingrumba és Dobrumba testvéreként jött létre, amelyek a közel-keleti konyhára építenek. Az új étterem azonban a magyaros ízeket helyezi középpontba, mégis modern megközelítéssel. A belső tér egyszerűsége összhangban van a testvéréttermek stílusával, de itt egyértelműen a magyar hagyományokat idézi meg, modern formában. A klasszikus mintás tányérok, amelyeket mindegyik vendég más-más dizájnban kap, otthonos hangulatot keltenek. Az étterem különlegességei közé tartoznak az AI által készített festmények és a falon lógó, gyermekkorunkat idéző szőnyegek, amelyek melegséget sugároznak.

A Marumba étterem online foglalórendszerrel működik, amely megkönnyíti az asztalfoglalást a vendégek számára. Weboldaluk igényes és stílusos, bemutatkozásukban pedig kiemelik, hogy míg a testvéréttermeket az utazások ihlették, a Marumba éttermet az otthon inspirálta. Az alapötlet szerint „három a magyar igazság,” így a harmadik éttermet különösen találónak tartották. A Marumba ételeit a modern Kárpát-medencei konyha jegyében készítik Heiszler Olivér kreatív séf vezetésével. Olivér alaposan kutatta az egykori Osztrák–Magyar Monarchia területéről származó ételeket, és így az ihletet hazai, erdélyi, cseh, szlovák, szerb és szlovén ízekből merítette. A menü különlegességei közé tartoznak a kis tányérok, amelyek az ételek megosztására ösztönöznek, hasonlóan a Pingrumba és Dobrumba koncepciójához.

Az étlap változatos kínálatot nyújt, kistányérokkal indul, amelyek között hideg és meleg előételek, savanyúságok, kenyér és zsír, valamint levesek is találhatók. Az ételek szezonális alapanyagokból készülnek, és a régióra jellemző ízeket idézik. Ezt követik a nagy tányérok, összesen nyolc fogással, amelyek között a klasszikus magyaros ételek modern újragondolása található, számos étel mentes opcióval is elérhető. A desszertek között három különböző fogás közül lehet választani, köztük mentes alternatíva is van. Az étlapon mindenhol precízen fel vannak tüntetve az allergének, így minden vendég könnyen megtalálja a számára megfelelő ételt. Az árak a hely színvonalához képest kedvezőek, és elindítottak egy ebédmenüt is

csütörtöktől péntekig, amelynek részeként kistányéros és nagytányéros fogás rendelése esetén szőlő fröccs, valamint gratisz desszert vagy ital választható.

Az itallap is figyelemreméltó, hiszen nem a megszokott, unalmas üdítőkkel találkozhatunk, hanem különleges, kreatív italokkal. Például zöldszező fröccs, cold brew jeges tea vagy kamillás mustfröccs is szerepel a kínálatban. Az alkoholos italok között saját longdrinkekkel is találkozhatunk, amelyek közül kiemelkedik a mákvirágparlatból és aquafaba habból készült koktél. Az étterem speciality kávékat is kínál, és egyedi borlapján csak magyar tételek szerepelnek. A személyzet kedves, a kiszolgálás gyors és barátságos, a hely hangulata pedig rendkívül hívogató.

A Marumba erősen jelen van a közösségi médiában, ahol aktívan posztolnak igényes, minőségi fotókat az ételekről és az interiőről. TikTok oldaluk egyelőre nincs, de számos poszt és vélemény született az étteremről, amelyeket a megnyitás után sokan írtak, hiszen a Marumba valóban hiánypótló szerepet tölt be a budapesti éttermi kínálatban. (Kitzinger Szonja, 2024)

## Róma Ételbár

A budapesti Róma Ételbár méltán híres vendéglátóhely, amely az 1. kerületben, a Csalogány utcában található. Az étterem Google-értékelése 771 vélemény alapján kimagaslóan jó, 4,7-es átlaggal rendelkezik, amely hűen tükrözi az étterem népszerűségét. Minden nap nyitva tartanak, ám csak ebéldőben, 11 és 16 óra között fogadnak vendégeket.

A Róma Ételbár hivatalos weboldala egyszerre igényes és átgondolt, már az első pillanattól kezdve megalapozza a hely hangulatát. A weboldal egy Nosalty-cikk idézetével indít: "A legendás budai vendéglő. Mikor belépek a Rómába, azonnal elfog az az érzés, ami a nagymamáméknál szokott az ebédlőben: végre biztonságban vagyok, és hamarosan valami nagyon finomat fogok enni. A pincérek is rásegítenek erre a sejtésre, hiszen rögtön a kezünkbe nyomnak egy hatalmas kancsó málnaszörpöt, ami pont olyan, mint a nagyinál." (Nosalty, 2018).

Az étterem, amely 2018-ban bezárt, korábban több mint 32 évig sikeresen üzemelt, majd két év kihagyás után új vezetőséggel nyitotta meg újra kapuit. Az új tulajdonosok egy stylist

segítségével megpróbálták megőrizni az eredeti designt, de egy modernebb, barátságosabb hangulatot is belevittek, hogy elkerüljék az "emlékmű" jellegét. Az ételeken sem változtattak drasztikusan, viszont a korszerűbb konyhatechnológiának köszönhetően az ételek minősége még jobb lett.

A foglalás online is lehetséges, de csak 4 főig, ennél nagyobb társaságok számára telefonos egyeztetés szükséges. Az ételbárból Wolt szolgáltatáson keresztül is lehet rendelni. Étlapjuk nem a weboldalon, hanem a Facebookon érhető el, ahol a klasszikus magyar ételek dominálnak.

AZ étlapon az allergének nincsenek feltüntetve, és mentes étellel egyáltalán nem készülnek. A menü négyféle levessel indul, köztük a húsleves több variációval, mint például tésztával, tojássárgájával vagy maceszgombóccal. A főételek között a frissen sült húsokat külön kategóriában tüntetik fel, mint a rántott hús, rántott sajt és a mátrai borzaska. További kilenc klasszikus főétel szerepel a kínálatban, amelyek mellé savanyúság is választható, a desszertek között pedig két opció áll rendelkezésre. Az italok közül a málnaszörp kanccsóval a legnépszerűbb, de a vendégek gyakran fogyasztanak korsó sört vagy fröccsöt is.

Az étterem enteriőre barátságos, otthonos hangulatot áraszt, mintha egy vasárnapi családi ebédre érkezünk volna. A pincérek fehér ingben történő felszolgálása pedig hozzájárul az autentikus vendéglős életérzéshez. A Róma Étélbár a közösségi médiában is aktív, jelen van Facebookon, Instagramon és TikTokon egyaránt, ami különösen közel hozza az éttermet a fiatalabb közönséghez. Sőt, saját márkás termékeket is árúsítanak, ami egy remek marketingfogás. Mindezek tükrében a Róma Étélbár egy kiváló példa arra, hogyan lehet egy hagyományos stílusú helyet modern eszközökkel népszerűvé tenni a fiatalok körében. Az étterem egyik tulajdonosa, Andrusch Dani, hasonlóan sikeres stratégiát alkalmaz az általa vezetett másik magyaros étteremben, az Ida Bisztróban is. (Liptai Lilla, 2020)

## Ida bisztró

Az Ida Bisztró egy nemrégiben nyílt, békebeli osztrák-magyar étterem Budapest szívében, az Ybl Miklós téren, ami rendkívül jó lokáció a turisták számára. Ugyanakkor az Ida Bisztró nem csak a turistákat célozza meg, hanem a helyi vendégek számára is egy különleges gasztronómiai élményt kíván nyújtani. Nyitása óta, nyár közepe óta, körülbelül 130 értékelést gyűjtött be a Google-on, ahol jelenleg 4,8-as átlaggal büszkélkedhet, ami kivételesen jó

visszajelzés egy ilyen rövid idő alatt. A hivatalos nyitőeseményüket szeptemberben tartották meg, és azóta minden nap 11:30-tól 23:00 óráig várják a vendégeket. Az étterem weboldala modern és letisztult, tele van gyönyörű ételeket, italokat és az enteriőrt bemutató képekkel. A honlap hangsúlyozza, hogy az Ida Bisztró egy békebeli osztrák-magyar étterem, amelynek nevét Lafite Franciska, közismertebb nevén Ida ihlette, aki Ybl Miklós, a 19. század kiemelkedő építészeinek felesége volt. A bisztró koncepciója hidat képez Bécs és Budapest között, kifejezve az osztrák-magyar monarchia polgári életérzését.

Az Ida Bisztróban a magyar kultúra és az osztrák nagypolgári élet találkozik, és ez a kettőség tükröződik az étterem csapatában is. Ambrusch Dani a Róma Étclár barátságos vonalát hozza, míg Pintér Mátéék a Felix Kitchen and Bar elegánsabb stílusát viszik tovább. A honlapon az Ida eseményei is megjelennek, ugyanis az étterem rendszeresen élőzenés programokkal készül, így a vendégek nemcsak gasztronómiai, de kulturális élményt is kaphatnak. Az online foglalási rendszeren keresztül könnyedén lehet asztalt foglalni, és elérhető az étlap, a borlap, az itallap és a párlatlap is. Az étterem különös figyelmet fordít az allergének feltüntetésére, amely mindenhol jól látható. Az étlap elegáns grafikával rendelkezik, és hét előétellel kezdődik, amelyek mind kifinomult, elegáns vonalat képviselnek. Ezt három klasszikus leves követi, majd kilenc főétel, amelyek közül sok a magyaros hagyományokat idézi. A menü különlegessége az osztrák Tafelspitz, egy klasszikus osztrák étel, amely mellett a schnitzel is megtalálható, borjúbécsei és rántott sertésszűz változatban, különböző köretekkel. Az ételsort öt desszert zárja, amelyek vegyesen tartalmaznak osztrák és magyar különlegességeket.

Az étterem nem tartozik az olcsó kategóriába, ám a minőségi ételek és elegáns környezet megfizetése érthető elvárás. A klasszikus koktélok mellett az Ida Signature koktélok is elérhetők, ahol például vegán habosító opcióval készítenek tojásfehérjés italokat is. Az étterem borlapja kiemelkedő, amely gazdag magyar és osztrák borválasztékkal büszkélkedhet. Az Ida Bisztró jelenléte a közösségi médiában szintén erős, rendszeres posztokkal, gyönyörű képekkel találkozhatunk Facebookon, Instagramon és TikTokon egyaránt. Az étterem számos eseményt is szervez, amelyek szintén elérhetőek a Facebookon, így nemcsak egy kiváló étkezési hely, hanem egy élményközpont is, amelynek programjai mindig vonzzák a vendégeket. (Kertész Zsanett, 2024)

## Kutatási módszer

A kutatási módszerek kiválasztása és alkalmazása alapvető fontosságú volt a szakdolgozat céljainak megvalósításában, amely a budapesti magyaros éttermek trendjeit, ételeit, italkínálatát, valamint social media jelenlétüket vizsgálta. A kutatásom két fő pillérre épült: a szekunder és a primer kutatásra. Első lépésként szekunder kutatást végeztem, amely során az éttermek online platformjait, valamint róluk szóló szakmai cikkeket és tanulmányokat vizsgáltam meg. Ezek az információforrások lehetővé tették számomra, hogy átfogó képet kapjak a budapesti magyaros éttermek jelenlegi helyzetéről, trendjeiről, és arról, hogyan alkalmazkodnak az új fogyasztói igényekhez és a változó gasztronómiai trendekhez. A szekunder kutatás során használt források között szerepeltek éttermi weboldalak, közösségi média oldalak (például Facebook és Instagram), gasztroblogok, valamint szakértői vélemények. A szekunder adatok elemzése révén feltártam, hogy mely éttermek és ételek dominálnak a magyaros kínálatban, valamint milyen marketingstratégiákat alkalmaznak ezek az éttermek az online térben.

Ezekre az eredményekre építve végeztem primer kutatást, amely során két fő módszert alkalmaztam: online kérdőívet és online interjút. Az online kérdőív segítségével a fogyasztói oldal véleményét térképeztem fel. A kérdőívet különböző közösségi média platformokon osztottam meg, hogy minél szélesebb rétegből gyűjtsék válaszokat. A kérdőív célja az volt, hogy megismerjem a magyaros éttermekkel kapcsolatos fogyasztói elvárásokat és véleményeket, különös tekintettel az ételek és italok minőségére, a kiszolgálásra, valamint az éttermek hangulatára és marketingjére. Az így kapott adatokat statisztikai elemzéssel dolgoztam fel, ami segített megérteni, hogy milyen igények merülnek fel a fogyasztók részéről, és ezek hogyan illeszkednek az éttermek jelenlegi kínálatához.

A primer kutatás másik jelentős módszere az online interjú volt, amelyet Andrusch Danival, két budapesti magyaros étterem tulajdonosával készítettem. Ez a módszer lehetőséget adott arra, hogy mélyebb betekintést nyerjek a magyaros éttermek működésébe és stratégiáiba, különösen a trendekhez való alkalmazkodás terén. Dani két különböző típusú étterem tulajdonosa: az Ida bisztró, amely egy modern, osztrák-magyar konyhát képviselő étterem, valamint a Róma Ételbár, amely több mint 30 éve működik hagyományos ételekkel. Az interjú

során rávilágítottunk arra, hogy az újabb, trendkövető éttermek miként használják ki a social media adta lehetőségeket, míg a régebb óta üzemelő vendéglátóhelyek milyen kihívásokkal szembesülnek a modern marketingstratégiák alkalmazása során. Az interjú további részleteiben olyan kérdéseket is érintettünk, mint az étlap és itallap összeállítása, valamint az új gasztronómiai irányzatok és a hagyományok közötti egyensúly megtalálása.

Összességében a kutatásom több szempontból vizsgálta a budapesti magyaros éttermek jelenlegi helyzetét. A szekunder kutatás segítségével széleskörű információkat gyűjtöttem az éttermekről, amely alapot adott a primer kutatás végrehajtásához. Az online kérdőív és az online interjú révén pedig olyan elsődleges adatokat szereztem, amelyek mélyebb betekintést nyújtanak a fogyasztói igényekbe és az éttermek adaptációs stratégiáiba.

## **Eredmények**

### **4.1. Budapesti éttermeket látogató vendégek igényei, magyaros éttermekkel a középpontban – kérdőívek eredményei**

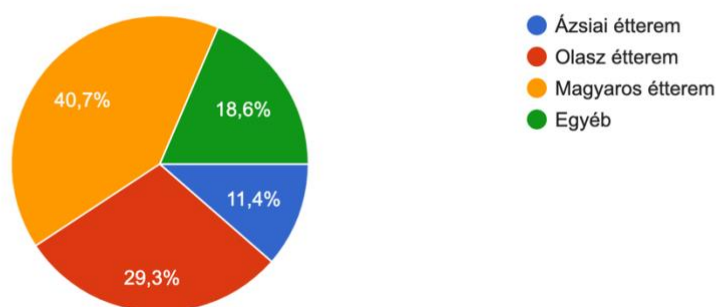
A kutatásom egyik alapvető elemét az online kérdőív képezte, amelynek célja a budapesti, főként magyaros éttermek fogyasztói igényeinek feltérképezése volt. A kérdőívet a Facebook közösségi oldalon osztottam meg, így elsősorban azon felhasználók körében terjedt, akik aktívan használják ezt a platformot, és érdeklődnek a gasztronómia iránt. Összesen 140 válasz érkezett, ami megfelelő adatbázist biztosított ahhoz, hogy átfogó képet kapjak a fogyasztók étteremlátogatási szokásairól és preferenciáiról. A kitöltők életkori megoszlása meglehetősen változatos volt, ami különösen fontos volt számomra, hiszen így több generáció véleményét is összehasonlíthattam. A válaszadók 22%-a a 56-65 éves korosztályból került ki, míg 21,4%-uk a 26-35 évesek közé tartozott, és majdnem 21%-uk a 46-55 éves korosztályba sorolható. A fiatalabbak, azaz a 18-25 évesek, valamint a középkorúak, azaz a 36-45 évesek, illetve a 65 év felettiek körülbelül hasonló arányban, 12-15%-ban képviseltették magukat a válaszadók között. Ez a széles életkori eloszlás lehetővé tette, hogy különböző generációk étkezési szokásait és igényeit is vizsgálhassam.

A kérdőívből kiderült, hogy a kitöltők 63,6%-a Budapesten él, ami jelentős arány, és fontos szempont volt a magyaros éttermek vizsgálatakor, hiszen a főváros gasztronómiai kínálata sokkal szélesebb és változatosabb, mint a vidéki városoké. A válaszadók közül körülbelül 21% kisebb vidéki városban, 9% nagyobb vidéki városban lakik, a fennmaradó 6%-ot pedig külföldön élők tették ki. Az étterembe járási szokásokra vonatkozó kérdésem eredményei szerint a legtöbben, 43,6%-ban csak pár havonta látogatnak étterembe. Ugyanakkor 27% havonta kétszer, míg közel 21% heti egyszer is ellátogat étterembe, és csupán a válaszadók 8,6%-a megy el heti többször. Ezek az adatok arra utalnak, hogy az étterembe járás még mindig inkább ritka, különleges alkalom a legtöbb ember számára, és nem feltétlenül része a mindennapi életnek.

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy milyen típusú éttermet választanak a válaszadók. Ezen a területen is pozitív eredmény született, mivel a kitöltők több mint 40%-a magyaros éttermet választ a leggyakrabban. Ez különösen fontos szempont volt a kutatásom szempontjából, hiszen így egyértelműen láthatóvá vált, hogy a magyaros éttermeknek még mindig jelentős szerepe van a gasztronómiai palettán. Az olaszos éttermek a második helyen álltak, közel 30%-os népszerűséggel, míg ázsiai étterembe csupán a válaszadók 11%-a jár rendszeresen. A fennmaradó 18% egyéb típusú éttermet látogatott, ami jelzi, hogy a magyaros ételek mellett számos más nemzetközi konyha is jelen van Budapesten.

Milyen éttermet szoktál a leggyakrabban választani?

140 válasz



1. diagramm – Leggyakrabban választott éttermek

Forrás: Saját szerkesztés

A kérdőív egyik legérdekesebb része az volt, amikor arra kérdeztem rá, hogy milyen alkalmakkor választanak az emberek magyaros éttermeket. Az eredmények alapján a válaszadók 26,4%-a különösebb ok nélkül is szívesen ellátogat ilyen helyekre, pusztán azért, mert szereti a magyaros ételeket. Majdnem 16% válaszolta, hogy születésnapok vagy nagyobb ünnepek alkalmával is gyakran választ magyaros éttermet. A válaszadók 45%-a mindkét lehetőséget megjelölte, azaz nemcsak különleges alkalmakra, hanem hétköznapi étkezésre is szívesen választják ezeket az éttermeket. Ugyanakkor sajnálatos módon a kitöltők 13%-a egyáltalán nem látogat magyaros éttermeket, ami egy kisebb, de létező réteg, amely nem tartja vonzónak ezeket az éttermeket.

A social media jelenléttel kapcsolatos kérdésben is fontos eredmények születtek. A válaszadók 30%-a egyáltalán nem figyeli a magyaros éttermek online megjelenését, és nem tartja fontosnak azt. 38 fő közepesen fontosnak tartja a social media jelenlétet, míg 47 válaszadó szerint viszonylag fontos, mivel 5-ös skálán 4-es erősségű fontosságot társítottak hozzá. 16 ember viszont kifejezetten lényegesnek tartotta, hogy egy étterem aktívan jelen legyen a közösségi médiában.

Az ételek adagjainak preferenciáira is rákérdeztem. A válaszadók 70%-a a nagy táányéros, normál adagokat részesíti előnyben egy magyaros étteremben, míg 27% nyitott lenne arra, hogy egy vegyes, nagy és „small plates” opciót kínáló étlapot is kipróbáljon. Az, hogy egy magyaros étterem kizárólag kis adagos ételeket kínáljon, szinte senkinek sem volt vonzó lehetőség.

Az ételérzékenységre és mentes ételekre vonatkozó kérdésekre adott válaszok szerint a válaszadók 80%-a úgy véli, hogy már vannak kezdeményezések és lehetőségek a mentes ételkínálat terén, de még mindig van hely a bővítésre. 11% szerint viszont teljesen megfelelő a jelenlegi kínálat, és csupán a válaszadók közel 9%-a vélekedett úgy, hogy egyáltalán nincs szükség mentes ételekre.

Egy másik kérdés arra vonatkozott, hogy mennyire tartanák fontosnak, ha egy magyaros étterem elérhető árú ebédmenüt kínálna. A válaszadók 72%-a szerint egy kedvező árú ebédmenü növelné az étterembe járási hajlandóságukat napközben is, míg 28% inkább az a'la carte menüt részesíti előnyben ebédnél is.

A kérdőív utolsó fontos témája az étterem lokációja volt. A válaszadók 87%-a szerint egy jó étterem megéri azt, hogy messzebbre is elmenjenek érte, míg a fennmaradó 13% inkább a közeli, de esetleg kevésbé jó minőségű éttermet választaná a kényelem miatt.

Összességében a kérdőív eredményei rávilágítottak arra, hogy a budapesti magyaros éttermek iránti érdeklődés még mindig jelentős, de az éttermeknek figyelembe kell venniük a fogyasztók változó igényeit, különösen a social media jelenlét, az ételadagok, a mentes ételkínálat és az ebédmenük tekintetében.

A primer kutatásom részeként két kifejtős kérdés is szerepelt a kérdőívben, amelyek elemzése további fontos információkkal gazdagította a magyaros éttermek iránti fogyasztói preferenciák megértését. Az első kifejtős kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadók mi alapján választanak éttermet. Az eredmények szerint a legtöbben az ajánlásokat emelték ki, amelyeket ismerősöktől, barátoktól vagy családtagoktól kaptak. Ez aláhúzza a szájhagyomány szerepének fontosságát a vendéglátásban, hiszen az emberek hajlamosak megbízni azok véleményében, akiket jól ismernek. Azonban az ajánlások nem korlátozódnak a személyes ismerősökre; sok válaszadó megemlítette, hogy influenszerek videóiban elhangzott ajánlások is fontos szerepet játszanak az étteremválasztásban. Ez arra utal, hogy a social media világa jelentős befolyással van a fogyasztók döntéseire, különösen, ha hitelesnek és követendőnek tartott véleményformálók adnak tanácsot.

A helyszín is meghatározó szempontnak bizonyult. Sokan kiemelték, hogy egy étterem közelsége vagy elérhetősége komolyan befolyásolja döntéseiket, különösen, ha az adott étterem jól megközelíthető, vagy valamilyen szempontból különleges helyen található. Az ár-érték arány szintén kulcsszerepet játszik, sokan az alapján választanak, hogy az étel minősége és az ár mennyire vannak összhangban. A válaszok alapján azonban eltérő szempontok is megjelennek az étteremválasztásnál: van, aki a nagy adagokat részesíti előnyben, míg mások inkább a kisebb adagokkal dolgozó, de komplexebb ízvilágú éttermeket keresik. A Google értékelések szintén gyakran szerepeltek a válaszok között, mint döntést befolyásoló tényező, különösen, ha az étterem pozitív visszajelzéseket kap. Végül sokan említették, hogy egyszerűen a megszokott, jól bejáratott helyekre térnek vissza, mivel ott már tudják, mire számíthatnak.

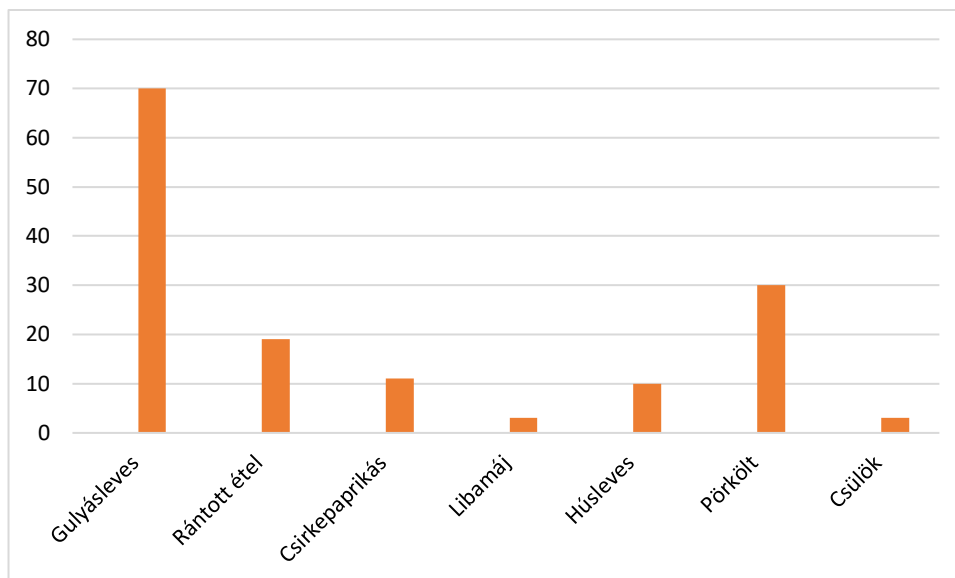
A másik kifejtős kérdés azt kutatta, hogy mi az az étel, ami szerintük nem hiányozhat egy magyaros étlapról. Ez a kérdés különösen fontos, mert jól tükrözi a fogyasztók hagyományok iránti elvárásait és a magyar konyha identitását. A válaszadók legnagyobb része

a gulyáslevest emelte ki, ami érthető, hiszen ez az étel szinte szinonimájává vált a magyar konyhának, és sokak számára a tradíció és a magyar gasztronómia egyik legfontosabb jelképe. A válaszok szerint a gulyás, mint egy laktató és melengető étel, széles körben népszerű, különösen hidegebb hónapokban.

A csirkepaprikás szintén sokak számára alapvető eleme egy magyaros étlapnak. Ez az étel nemcsak a tradicionális magyar ízeket képviseli, hanem egy történelmi vonatkozású fogás is, hiszen Orosz József szakácsművész alkotta meg, Szent-Györgyi Albert Nobel-díjának megünneplésére. A csirkepaprikás mára klasszikussá vált, és sokak számára nélkülözhetetlen egy magyaros menüből. A húsleves, különösen ünnepi alkalmakkor, szintén nagy népszerűségnek örvend, akárcsak a halászlé és más ragulevesek, amelyek gazdag, ízgazdag fogásokat kínálnak.

A főételek között a pörkölt és a rántott ételek dominálnak. A pörkölt, amely számos változatban létezik, beleértve a marha-, sertés-, vagy csirkepörköltet, egy ikonikus magyar fogás, amely minden magyaros étterem alappillérenek számít. A rántott ételek, mint például a rántott sajt és a rántott hús, szintén sokszor kerültek elő a válaszok között. A rántott hús érdekes történelmi háttérrel rendelkezik, hiszen már a legkorábbi szakácskönyvekben is szerepelt, és bár az elkészítési módok az idők során változtak, az étel helye a magyar konyhában megingathatatlan maradt. Az igazi hagyományos csülköt is sokan említették. A libamáj, amely magasabb árával gyakran inkább a luxuskategóriába sorolható, szintén jelentős számú említést kapott, ami azt mutatja, hogy a válaszadók értékelik a prémium minőségű, hagyományos magyar alapanyagokat is.

Összességében a kifejtős kérdések elemzése során kirajzolódott, hogy a fogyasztók nemcsak az ajánlásokra és az étterem elhelyezkedésére támaszkodnak, hanem figyelembe veszik az ételadagok méretét, az ár-érték arányt, valamint a hagyományos magyar ételek meglétét is. Az étlapról hiányozhatatlan ételek között a gulyásleves, csirkepaprikás, pörkölt és rántott ételek szerepelnek kiemelkedő helyen, amelyek továbbra is meghatározzák a magyar konyha identitását és népszerűségét a fogyasztók körében. (Dr. Draveczky Balázs, 1977)



2.diagramm: Ezek az ételek nem hiányozhatnak egy magyaros étteremből

Forrás: Saját szerkesztés

#### 4.2. Régi-új magyaros étterem tulajdonost kérdeztem a magyaros éttermekről – interjú Andrusch Danival

A kutatási módszerek részeként végzett interjúm Andrusch Danival különösen fontos elemét képezte a szakdolgozatomnak, hiszen Dani mindkét elemzett étterem, a Róma Ételbár és az Ida Bisztró tulajdonosa. Azért esett rá a választásom, mert hiteles, átfogó képet nyújthatott mindkét étterem működéséről, amely elengedhetetlen volt ahhoz, hogy összehasonlítsam a hagyományos és modern éttermek alkalmazkodóképességét a budapesti gasztronómiai trendekhez. Az interjú során két részre bontottam a kérdéseimet: az első blokkban a Róma Ételbárról, a másodikban az Ida Bisztróról érdeklődtem.

A Róma Ételbár 1990 óta üzemel, és bár az étterem történetét már korábban részletesen elemeztem, a jelenlegi tulajdonos szemszögéből is fontos volt megvizsgálni a hely múltját és jelenlegi működését. Az éttermet Daniék csapata vezeti 2020-tól, így arra voltam kíváncsi, hogy milyen változások történtek az új vezetés alatt. Dani elmondta, hogy a Róma Ételbár egy klasszikus, hagyományos magyar étkezde, amely elsősorban ebédidőben üzemel, és ennek

megfelelően a fő hangsúlyt a napi menükre helyezik. Felvettem a kérdést, hogy valaha gondolkodtak-e a vacsoraidő bevezetésén, hiszen ez jelentős bevételi forrást is jelenthetne. Dani válasza szerint ez logisztikailag kivitelezhetetlen, mivel az étterem kifejezetten ebéddidőre van optimalizálva, és a jelenlegi személyzettel és erőforrásokkal nem tudnának vacsorákat is biztosítani. Azonban elmondta, hogy gyakran felmerül ez az igény a vendégek részéről, és sokszor meg is kérdezik tőlük, miért nem bővítik ki a nyitvatartást.

Az étlap kérdése is érdekes volt, hiszen a Róma Ételbár híres arról, hogy nagy hangsúlyt fektet a hagyományos magyar fogásokra. Dani elmondta, hogy bár a régi ételek dominálnak, mindig próbálnak figyelni a változatosságra. Az állandó ételek, mint a húsleves, orjaleves, pörkölt, főzelékek, rántott hús és túrógombóc, mindig szerepelnek az étlapon, de minden pénteken új heti menüt állítanak össze, így biztosítva, hogy az állandó vendégek is mindig találjanak valami újat. A menük kialakításánál igyekeznek megtartani a tradicionális magyar konyha karakterét, miközben figyelembe veszik a szezonális alapanyagokat és az aktuális trendeket.

A vendégkör összetételéről is kérdeztem, különös tekintettel a külföldiek arányára. Dani szerint az elmúlt években egyre több külföldi látogatja az éttermet, különösen a városba érkező turisták. Jelenleg a vendégek körülbelül 70%-a magyar, míg 30%-a külföldi, ami jól tükrözi, hogy a Róma Ételbár autentikus, hagyományos magyar konyhájával nemcsak a helyieket, hanem a külföldi vendégeket is meg tudja szólítani. Érdeklődtem az életkori megoszlásról is, és az derült ki, hogy a vendégek körében széles spektrum figyelhető meg: fiataloktól kezdve az idősebb generációig minden korosztály képviselteti magát, ami jól mutatja, hogy a hagyományos magyar ételek mindenki számára vonzóak lehetnek.

Külön kérdést szenteltem annak is, hogy mennyire fektetnek hangsúlyt a mentes ételek kínálatára, hiszen ez a trend egyre inkább jelen van a modern éttermek világában. Dani szerint azonban a Róma Ételbár esetében ez nem prioritás. Mivel az étterem elsősorban a hagyományos magyar konyhát követi, és célja a 60-70 évvel ezelőtti magyar ételek hagyományainak megőrzése, a mentes ételek bevezetésére eddig nem került sor. Úgy véli, hogy a vendégeik túlnyomó többsége is a klasszikus ízek és fogások miatt látogatja őket, így nem érezték szükségét annak, hogy bővítsék kínálatukat ebbe az irányba.

Az árakkal kapcsolatban is kérdeztem, hogy egy átlagos vendég mennyit költ az étteremben. Dani szerint az átlagos költés 7500 forint körül mozog, amiért egy vendég egy

levest, egy főételt és két italt is kaphat. Ez viszonylag kedvező ár-érték arányt jelent, különösen egy olyan városban, mint Budapest, ahol az éttermi árak gyakran magasabbak. Ezzel az árazással a Róma Ételbár sikeresen tartja meg a középkategóriás vendégeit, miközben vonzó opció marad a külföldi turisták számára is.

A social media jelenléttel kapcsolatos kérdésekre Dani kifejezetten pozitívan válaszolt. Bár a Róma Ételbár egy hagyományos étterem, a social médiát elengedhetetlen eszköznek tartják a fiatalabb generáció elérésében. Sikerült egy dinamikus, friss online jelenléte kialakítaniuk, amelynek segítségével egyre több fiatal vendéget vonzanak. A social media kampányok és a rendszeres online aktivitás növelte a láthatóságukat, és hozzájárult ahhoz, hogy az étterem ne csak a hagyományos vendégkör, hanem a modern közönség számára is vonzó legyen.

Az étterem sikerének egyik fontos eleme, hogy Wolton keresztül is rendelhetők az ételeik. Dani szerint napi szinten átlagosan 25-30 rendelés érkezik, ami jelentős bevételi forrás az étterem számára. A rendelők fejenként körülbelül 8000 forintot költenek, ami kifejezetten jónak számít, figyelembe véve, hogy az ételek kedvező árúak és bőséges adagok.

Összességében az interjú Andrusch Danival fontos betekintést nyújtott abba, hogyan tud egy tradicionális magyar étterem megőrizni egy több évtizedes hagyományt, miközben alkalmazkodik a modern piaci igényekhez. A Róma Ételbár sikerét a klasszikus ételek megtartása, az ár-érték arány és a social media hatékony használata biztosítja, amelyek révén képesek megszólítani a régi és új vendégeket egyaránt.

Az interjú második részében, amelyben az újonnan nyílt Ida bisztróról kérdeztem Andrusch Danit, több olyan fontos aspektust érintettünk, amelyek nemcsak az étterem koncepciójára, hanem az új vendéglátó egységek sikeres nyitására és működtetésére is rávilágítanak. Dani beszámolója alapján az Ida bisztró megnyitásának folyamata és a koncepció kialakítása tudatosan felépített stratégiai lépésekre épült, amely figyelembe veszi mind a vendégélmény maximalizálását, mind a vendéglátóhely belső fejlődésének biztosítását.

Az egyik legérdekesebb és legfontosabb megközelítésük a „soft opening” stratégiája volt, amely a nyitást megelőző hirdetési, promóciós lépések minimalizálását jelentette. Dani ezt azzal indokolta, hogy egy új étterem esetében számos kezdeti nehézség, „gyerekbetegség” merülhet fel, legyen szó akár a szervizről, akár a konyhai folyamatokról. Ez a stratégia időt

adott arra, hogy a bisztró csapata a vendégek fokozatos érkezése mellett finomhangolja a működést, hogy mire a „Grand Opening”-re sor kerül, már minden kifogástalan legyen. Ez a gyakorlat egyre elterjedtebb a vendéglátásban, és Dani is úgy vélte, hogy az Ida bisztró esetében ez az egyik kulcseleme volt a sikeres indulásnak.

Az étterem célközönsége szempontjából Dani elmondta, hogy elsősorban a 30 év feletti vendégkört célozzák meg, amelynek összetétele nagyjából fele-fele arányban magyar és külföldi vendégekből állna. Ez a demográfiai célzás jól illeszkedik az étterem belső miliójéhez és a választott gasztronómiai irányvonalhoz is, amely alapvetően a magyaros konyha hagyományaira épít. Azonban a nemzetközi vendégek igényeihez alkalmazkodva a modern gasztronómiai trendeknek is próbálnak megfelelni, például olyan ételeket is bevezetve, amelyek „minden mentesek”, vagyis glutén-, laktóz- és cukormentesek. Ez a kihívás azonban nem egyszerű feladat, mivel a klasszikus magyar ételek elkészítésében ezek az összetevők gyakran kulcsszerepet játszanak. Ennek ellenére az Ida bisztróban próbálják megtalálni a modern igények és a hagyományos ízek közötti egyensúlyt.

Dani kiemelte, hogy az étlapot dinamikusan szeretnék kezelni, és terveik szerint 2-3 havonta új menüt vezetnek be, ami frissen tartja az étterem kínálatát és biztosítja a változatosságot. Emellett hosszú távon heti séfajánlatot is szeretnének bevezetni, amely lehetőséget ad a kreativitásra és a szezonális alapanyagok felhasználására is. Ez a rugalmasság különösen fontos egy modern étterem sikeres működésében, hiszen a vendégek egyre inkább igénylik a változatos és szezonális étlapot, amely követi a piaci trendeket és az alapanyagok elérhetőségét.

Egy másik érdekes kérdéskör a marketing és a kommunikáció volt, különösen a social media szerepe az Ida bisztró esetében. Dani hangsúlyozta, hogy az Ida esetében a közösségi médiában való jelenlét sokkal fontosabb, mint más, korábban nyitott éttermeiknél, például a Rómánál. Ez összhangban van a vendéglátóipar jelenlegi trendjeivel, ahol a digitális marketing és az online jelenlét kulcsfontosságú a fiatalabb és nemzetközi közönség elérésében. Az Ida bisztró esetében is rendszeres, magas minőségű tartalmakat terveznek közzétenni, hogy folyamatosan fenntartsák a vendégek érdeklődését és növeljék az étterem ismertségét.

Az ebédmenü bevezetéséről is szó esett, amely manapság sok étterem számára fontos eleme a napi forgalom növelésének. Dani azonban kifejtette, hogy nem terveznek ebédmenüt, és hosszú távon is azt remélik, hogy kizárólag az a la carte rendszerrel tudják fenntartani az

éttermet. Ez a döntés egyfajta prémium szegmensbe való pozicionálást tükröz, hiszen az ebédmenü gyakran a gyorsabb, kedvezményesebb étkezésekre összpontosít, míg az a la carte menü egyedi, magasabb szintű vendégélményt nyújt.

Az események és specifikus esték kérdése is felmerült, amely napjainkban egyre népszerűbb marketing eszköz az éttermek számára. Dani szerint időnként érdemes lehet tematikus esteket rendezni, amelyek extra élményt nyújtanak a vendégeknek, és lehetőséget adnak arra, hogy az étterem valami különlegeset nyújtson. Az ilyen események jól kommunikálhatók a közösségi médiában is, és segítenek abban, hogy az étterem folyamatosan a figyelem középpontjában maradjon.

Az Ida bisztró koncepciója egy békebeli osztrák-magyar étteremre épül, ami kifejezetten különleges választás a mai budapesti éttermi szcénában. Dani szerint ez a stílus és hangulat azonnal adta magát, amikor először beléptek az étterembe. Az épület miliője, a lokáció és az étterem kialakítása mind hozzájárultak ahhoz, hogy ezt az irányvonalat válasszák, hiszen úgy érezték, ezzel kilóghatnak a magyar éttermek sokaságából. A választott stílus révén egyedi élményt nyújthatnak a vendégeknek, miközben megőrzik a hagyományos magyaros konyha alapjait.

Az interjú záró kérdése arra irányult, hogy Dani szerint milyen irányba kellene fejlődni a magyaros éttermeknek. Dani úgy véli, hogy több szempontból is van még hova fejlődni. Elsősorban minőségibb alapanyagokra van szükség, amelyek elengedhetetlenek a magas színvonalú gasztronómia megvalósításához. Emellett a szervíz is professzionálisabbá válhatna, hiszen a vendéglátásban az étel mellett az élmény másik kulcseleme a vendégek kiszolgálása. Továbbá Dani szerint a borválasztéknak is fejlődni kellene, hiszen a magyar borászatok rendkívül színvonalas borokat kínálnak, és fontos, hogy ezeket megfelelően prezentálják az éttermekben. Végül Dani megemlítette, hogy az éttermeknek túl kellene lépniük a „kockás abroszos” miliőn, és egy modernebb, kifinomultabb környezetet kellene teremteniük, amely vonzóbb lehet a mai, igényesebb közönség számára.

Összességében az Ida bisztró megnyitása és az Andrusch Dani által elmondottak jól mutatják, hogy egy új étterem megnyitása során mennyire fontos a tudatos, átgondolt tervezés, legyen szó akár a marketingről, akár az étlapról, akár az általános vendégélmény kialakításáról.

## Következtetések, javaslatok

### 5.1. Budapesti magyaros vendéglátás alappillérei

A szakdolgozat következtetései és javaslatai szempontjából a szakirodalmi áttekintés és az elvégzett vizsgálatok kulcsszerepet játszottak. Az egyik legfontosabb tanulság az volt, hogy a hagyományos magyar vendéglátás alapjai és azok modern értelmezése közötti különbséget alaposan át kellett tekinteni. Ehhez elengedhetetlen volt, hogy a régi idők ikonikus magyaros vendéglátását, például a Vörös Postakocsi étterem alapján, megvizsgáljam. Ez az étterem egykor a klasszikus magyar vendéglátás szimbóluma volt, ahol a nehéz, zsíros ételek, mint a belsőségek és a rántott fogások uralták az étlapot. Az egészségesebb, reform ételek, vagy bármilyen ételérzékenység figyelembevétele szinte ismeretlen fogalom volt. Az ilyen típusú vendéglátás hagyományai hatással vannak arra, hogy ma milyen kép él az emberek fejében a magyaros éttermekről, így ennek megértése kulcsfontosságú volt a modern éttermek megítéléséhez és továbbfejlődéséhez.

A magyaros vendéglátás régi és új irányvonalainak megértése érdekében szükséges volt összehasonlítani különböző kategóriájú éttermeket. Az általam kiválasztott 10 étterem sokféle szempontból különbözött egymástól, beleértve a menükínálatot, az éttermi stílust és a célzott vendégkört. Néhány étterem még mindig ragaszkodik a régi idők hagyományos magyar zenéjéhez és ízvilágához, amely az idősebb generáció számára nosztalgikus élményt nyújt. Ezek mellett beválogattam magasabb kategóriás éttermeket is, amelyek a magyaros konyha modernebb, kifinomultabb változatát képviselik, mind az ételkínálat, mind a szerviz színvonalában. Ez az összehasonlítás alapvetően segített abban, hogy teljes képet kapjak a magyaros vendéglátás jelenlegi helyzetéről, és megértsem, hogyan alakítható ki egy olyan étterem, amely mind a hagyományokat tiszteletben tartja, mind a modern fogyasztói igényeknek megfelel.

Az összehasonlító elemzések mellett a kérdőív eredményei is hasznosnak bizonyultak, hiszen lehetővé tették, hogy konkrét fogyasztói igényeket és elvárásokat is beépítsek az elemzésbe. A kérdőív segítségével felmértem, hogy a magyar és külföldi vendégek mit várnak el egy modern magyaros étteremtől, melyek azok az elemek, amelyeket elvárnak, és melyek azok, amelyeken változtatni kellene. A válaszok alapján egyértelműen kirajzolódott, hogy a

mai vendégek egy része már sokkal inkább az egészségtudatosságra, a minőségi alapanyagokra és a modern ételkészítési technikákra helyezi a hangsúlyt, szemben a hagyományosan zsíros, nehéz fogásokkal. Ez a változás a vendéglátásban nemcsak hazai, de nemzetközi trend is, és egyértelműen mutatja, hogy a magyaros konyha is kénytelen alkalmazkodni a korszerű igényekhez, miközben megtartja tradicionális elemeit.

Fontos következtetés, hogy a magyaros éttermek közönsége változatos, és ehhez a sokféleséghez az éttermeknek is alkalmazkodniuk kell. Az idősebb generáció továbbra is értékeli a hagyományos fogásokat és az autentikus magyar éttermi környezetet, míg a fiatalabb, egészségtudatosabb fogyasztók újabb és modernebb megközelítéseket várnak el. Ezen kívül a nemzetközi vendégek is jelentős részét teszik ki a vendégkörnek, akik gyakran kíváncsiak a magyar konyhára, de elvárják, hogy az egészség és a frissesség szempontjai is megjelenjenek az étlapon. Ezért fontos, hogy a jövőben a magyar éttermek olyan irányba fejlődjenek, hogy mindkét vendégcsoport igényeit kielégítsék.

A hagyományos magyar ételek iránti nosztalgia továbbra is fontos szerepet játszik, de az étlapoknak modernizálódniuk kell. A kutatás során megvizsgáltam, hogy milyen mértékben változtak meg a régi hagyományok, és arra a következtetésre jutottam, hogy a magyaros konyha alapjait meg lehet tartani, de fontos, hogy olyan új elemeket is beépítsenek az étlapba, amelyek megfelelnek a mai kor követelményeinek. Például az olyan klasszikus ételek, mint a gulyás vagy a pörkölt továbbra is népszerűek, de ezek mellett helyet kell kapniuk a könnyebb, modernebb ételeknek is, mint a zöldség alapú fogások vagy a mentes ételek. Ezzel nemcsak a tradicionális magyaros konyha élvezhetőségét lehetne növelni, hanem a vendégek egészségére is nagyobb figyelmet fordítva egy szélesebb közönséget lehetne megcélózni.

Az is világossá vált, hogy a szolgáltatás színvonala és a környezet kialakítása is jelentősen befolyásolja a vendégélményt. Az egyik javaslat, amely felmerült a kutatás során, az volt, hogy a magyar éttermeknek modernizálniuk kell a belső terüket, hogy elmozduljanak a „kockás abroszos”, kissé elavult miliőtől egy korszerűbb, elegánsabb környezet felé. Ez nemcsak a fiatalabb vendégeket vonzhatja, hanem hozzájárulhat az étterem presztízsének növeléséhez is. A mai fogyasztók számára az étterem nemcsak az étkezés helyszíne, hanem egyfajta közösségi tér is, ahol fontos az atmoszféra és a környezet.

Összességében a kutatásból levont következtetések alapján megállapítható, hogy egy ideális magyaros étteremnek ma olyan ötvözetet kell nyújtania, amely tiszteletben tartja a

tradicionális magyar konyha alapjait, de képes alkalmazkodni a mai kor egészségtudatos és változatos igényeihez. Az éttermeknek figyelniük kell arra, hogy a kínálatuk ne legyen túlságosan nehéz vagy egyoldalú, hanem inkább friss, helyi alapanyagokra épüljön, és a modern étkezési trendekre is reflektáljon. Emellett a szolgáltatás színvonalának emelése és a modern, letisztult éttermi miliő kialakítása is fontos része lehet a jövőbeli sikernek. Az eredmények alapján a magyar vendéglátás jövője abban rejlik, hogy a hagyományokat és a modern igényeket sikeresen kombinálják, így mind a hazai, mind a nemzetközi vendégek számára vonzóvá váljanak.

## 5.2. Mennyiben változtak a magyaros éttermek Budapesten?

A kutatás eredményei alapján egyértelműen kijelenthető, hogy a magyaros éttermek jelentős változásokon mentek keresztül az elmúlt években, mind az újonnan nyílt helyek, mind pedig a régebbi vendéglátóhelyek esetében. Az egyik legszembetűnőbb változás a dizájnban figyelhető meg, amely mára az éttermek egyik központi eleme lett. A trendi, modern belső terek nemcsak a vendégek kényelmét és esztétikai élményét szolgálják, hanem a közösségi médiában való megjelenés szempontjából is kulcsfontosságúak. A mai vendégek számára nem ritka, hogy az étteremválasztásnál az Instagramon látott képek, hangulatok is fontos szempontot jelentenek. Az éttermek igyekeznek úgy kialakítani a belső tereiket, hogy az ott készített fotók vonzóak legyenek, hiszen a vizuális megjelenés ma már marketingeszköz is egyben.

Egy másik alapvető változás a vendéglátásban a foglalási rendszerben történt. Az online foglalás szinte alapelvárássá vált a vendégek részéről, és egyre több étterem kínál lehetőséget arra, hogy néhány kattintással biztosítsuk helyünket. Ez a digitális átalakulás nemcsak a foglalás folyamatát tette kényelmesebbé, hanem a vendégek és az éttermek közötti kommunikációt is jelentősen leegyszerűsítette. Az ilyen rendszerek ma már alapvető szolgáltatásnak számítanak, és a régi hagyományos éttermek is kénytelenek voltak alkalmazkodni ehhez a trendhez.

Az étlapok terén is jelentős változások figyelhetők meg. Míg régen a bőséges adagok és a hosszú étlapok domináltak, addig manapság a minőségre és a különleges, gondosan válogatott alapanyagokra helyeződik a hangsúly. A modern magyaros éttermek igyekeznek megtartani a

hagyományos ételek alapjait, de a tálalás, az elkészítés és az összetevők terén egyre inkább a nemzetközi trendekhez igazodnak. A menük rövidebbek, szezonálisak, és sok esetben a séfek kreativitását tükrözik, amelyek nemcsak a hagyományos ízeket hozzák vissza, hanem egy új, modern gasztronómiai élményt is nyújtanak. Fontos hangsúly esik a „mentes” ételekre is – egyre több étterem kínál glutén-, laktóz-, vagy cukormentes fogásokat, amelyek a fogyasztók egyre szélesebb körében válnak elvárássá, hiszen ma már sokaknak van valamilyen ételérzékenysége vagy egyszerűen egészségtudatosabbak.

Az itallapok terén is nagy változások figyelhetők meg. Az újhullámos koktélok és long drinkek egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek, amelyek összetett, különleges ízvilágukkal hozzájárulnak a modern éttermi élményhez. Emellett a mocktailok, vagyis az alkoholmentes koktélok is fontos szerepet kaptak az éttermek kínálatában, hiszen egyre több vendég választja az alkoholfogyasztás mellőzését különböző okok miatt – legyen szó egészségtudatosságról, életmódbeli döntésről vagy akár vallási meggyőződésről. Ezen italok kínálata is azt mutatja, hogy a magyaros éttermek folyamatosan igyekeznek megfelelni a modern fogyasztói igényeknek, és nyitottak az új trendekre.

A legnagyobb és legmeghatározóbb változás azonban a technológia területén történt. A mai vendéglátóiparban már nem elegendő egy egyszerű weboldal vagy Facebook oldal fenntartása. Az éttermeknek aktív jelenlétre van szükségük az Instagramon, ahol az ételfotók, a belső tér bemutatása, valamint a rövid, dinamikus reels videók is egyre fontosabb szerepet játszanak. Az Instagram vizuális platformja lehetőséget ad arra, hogy az éttermek egy pillanat alatt megragadják a potenciális vendégek figyelmét, és kreatív tartalmakon keresztül kommunikálják az étterem hangulatát és stílusát. Egyre több étterem használja ki ezt a lehetőséget, és igyekszik a legvonzóbb és leglátványosabb módon bemutatni kínálatát.

Ezen felül a TikTok is egyre nagyobb szerepet kap a vendéglátás világában. Bár sokan eleinte nem vették komolyan ezt a platformot, mára egyértelművé vált, hogy a fiatalabb generáció megszólítására kiváló eszköz. Az éttermek rövid, szórakoztató videókon keresztül tudják bemutatni az ételeiket, belső területet vagy akár a konyhai munkafolyamatokat, ezzel is közelebb hozva a vendégeket az étteremhez. Ez az új kommunikációs eszköz lehetőséget ad arra, hogy egy szélesebb célcsoportot érjenek el, akik talán korábban nem is hallottak az adott étteremről.

Összességében tehát elmondható, hogy a magyaros éttermek jelentős fejlődésen mentek keresztül, és egyre inkább igazodnak a modern fogyasztói igényekhez. Az éttermi dizájn, az étlapok és itallapok kínálata, valamint a technológia használata mind azt mutatja, hogy a hagyományos magyar vendéglátás alkalmazkodott a 21. századi trendekhez, anélkül hogy elvesztette volna a gyökereit. A tradicionális magyar ételek továbbra is fontos szerepet játszanak az éttermek kínálatában, de a tálalás, az alapanyagok és a vendéglátás módja jelentősen modernizálódott. Ez az egyensúly a hagyományok és a modernitás között kulcsfontosságú ahhoz, hogy a magyaros éttermek sikeresek legyenek a jövőben is.

A kutatás tehát rávilágított arra, hogy a magyar vendéglátás folyamatos átalakuláson megy keresztül. Az újonnan nyílt éttermek, valamint a régebbi helyek is egyre inkább nyitnak az egészségesebb, modernebb, és technológiailag fejlettebb irányok felé. A hagyományos magyar vendéglátás immár nemcsak a múlt emléke, hanem egy folyamatosan fejlődő, változó és alkalmazkodó iparág, amely képes reagálni a mai fogyasztók elvárásaira és igényeire.

„A hagyomány kétségkívül alapokat ad, de azért is van, hogy továbbfejlődjön, átalakuljon. Szerintem az a hagyomány, amit nem lehet beilleszteni az életünkbe, nem működőképes.”(Alföldi Róbert, 2017)

## Összegzés

A szakdolgozatomban a budapesti magyaros éttermek vizsgálatával foglalkoztam, különösen azokéval, amelyek manapság népszerűek Google-értékelések, közösségi média követőszámok vagy dizájn alapján. Az elemzés során összehasonlítottam ezeket az éttermeket több szempontból: lokáció, étlap és itallap kínálat, dizájn, Google-értékelések, valamint a social media megjelenésük alapján. A tanulmány azért különösen releváns, mert a magyaros éttermek népszerűsége a fiatalabb generáció körében jelenleg alacsonyabb, mint az idősebbeknél. Ezt a kérdőíves felmérésem is igazolta, amelyben arra kaptam választ, hogy a fiatalok kevésbé járnak magyaros éttermekbe. Ez jelentős kihívás a vendéglátóipar számára, hiszen a magyar konyha ízvilága gazdag és sokszínű, és a hagyományos fogások fenntartása kulturális érték.

A szakdolgozat fő célja az volt, hogy meghatározzam, hogyan lehetne a magyaros éttermek kínálatát és megjelenését úgy alakítani, hogy az a fiatalabb generáció számára is vonzó legyen, anélkül hogy feláldoznánk a tradicionális magyar konyha lényegét. Az elemzések során világossá vált, hogy a siker kulcsa a hagyomány és a modern igények közötti arany középut megtalálása. A modern éttermek sokat változtak az elmúlt években, mind a dizájn, mind az étlap tekintetében, és a technológiai fejlődés, különösen a közösségi média szerepe elkerülhetetlenné vált a vendéglátásban. A trendi dizájn, az Instagram-kompatibilis tálalás és környezet, valamint az online jelenlét olyan tényezők, amelyek ma már alapvető elvárásokká váltak. Ez különösen fontos a fiatal vendégkör elcsábítása érdekében, hiszen ők gyakran az online térben keresnek új éttermeket és ott is osztják meg élményeiket.

A kutatás során összevetettem a magyaros éttermek étlapját is, és megállapítottam, hogy az ételek kínálata is jelentősen átalakult. Míg korábban a magyaros éttermek a bőséges adagok és a nehéz ételek voltak jellemzőek, addig ma már sokkal nagyobb figyelmet fordítanak a minőségi alapanyagokra és a szezonális kínálatra. A fogyasztók igényei is változtak: egyre többen keresik a friss, helyi alapanyagokból készült ételeket, valamint egyre többen várják el, hogy az étlapon legyenek mentes opciók is, figyelembe véve az ételérzékenységeket és az egészségtudatosságot. Ez nemcsak a modern gasztronómia része, hanem egyre inkább elvárás is a vendégek részéről, függetlenül attól, hogy magyar vagy külföldi fogyasztókról van szó.

A dizájn terén is jelentős változások figyelhetők meg. A régebbi, „kockás abroszos” éttermek ma már kevésbé vonzóak, különösen a fiatalabb generáció számára. A modern, letisztult, otthonos környezet egyre népszerűbb, ahol a hangulat nem feszengős, hanem kellemes és hívogató. A lokáció szintén fontos tényező, különösen a külföldi turisták esetében, akik általában a könnyen megközelíthető, központi helyeket részesítik előnyben. A kutatás során megállapítottam, hogy bár a magyar vendégek hajlandóak messzebb is elmenni egy jó étteremért, a külföldi turisták számára kiemelten fontos, hogy az étterem könnyen megközelíthető legyen, különösen Budapest turisztikailag frekventált részein.

A kérdőív eredményei alapján világossá vált, hogy a fiatalabb generáció elérése érdekében az éttermeknek nemcsak a kínálatukon és a környezetükön kell változtatniuk, hanem az árazásra is figyelniük kell. Bár az emberek egyre inkább keresik a minőségi alapanyagokból készült ételeket, fontos, hogy az ár-érték arány megfelelő maradjon. Nem kell feltétlenül ultra drága, luxusalapanyagokkal dolgozni, hogy a vendégek elégedettek legyenek– sokkal fontosabb, hogy a kínált ételek ízletesek, gondosan elkészítettek és elérhető árúak legyenek.

A social media megjelenés is döntő szerepet játszik a vendégek elérésében. Az Instagram és más közösségi platformok mára az étterem marketingjének egyik legfontosabb eszközeivé váltak, hiszen sok fiatal vendég az online térben talál új éttermeket. Az Instagram-kompatibilis ételek, látványos tálalás és jól megkomponált éttermi fotók mind hozzájárulnak ahhoz, hogy az éttermek felkeltsék a vendégek érdeklődését. Ezen túlmenően a videós tartalmak, például az Instagram Reels vagy a TikTok is egyre fontosabbá válnak, különösen a fiatalabb generáció elérése érdekében.

Összességében a kutatás rávilágított arra, hogy a magyaros éttermek jövője a hagyományok és a modern fogyasztói igények közötti egyensúly megtalálásán múlik. Az éttermeknek figyelembe kell venniük, hogy a mai vendégek másfajta élményre vágnak: minőségi, szezonális alapanyagokból készült, modern tálalású ételekre, kényelmes és hívogató környezetre, valamint aktív, vonzó online jelenlétre. Az ideális magyaros étterem jól megközelíthető lenne, barátságos, otthonos atmoszférával, amely tiszteletben tartja a hagyományokat, de nem fél újítani. Az étlapon meg kell jelenniük a klasszikus magyar ételeknek, de szükség van modern, egészségtudatos opciókra is, hogy minden vendég megtalálja a számára megfelelő fogást. Az ár-érték arálynak elérhetőnek kell lennie, hogy ne csak a turisták, hanem a helyiek is szívesen látogassanak el ezekre a helyekre.

A szakdolgozatom eredményei alapján egyértelműen kijelenthető, hogy a magyaros éttermek sikerének kulcsa a változásra való nyitottság és a hagyományok tisztelete közötti egyensúly megtalálása. Ha az éttermek képesek megfelelni a modern fogyasztói igényeknek, és közben megőrzik a magyar konyha autentikus ízeit, akkor nemcsak fenntarthatják, hanem még növelhetik is népszerűségüket a jövőben.

# Bibliográfia

## Szakirodalom

1. Bernáth József (2020) – Magyar bisztrókonyha – Boook Kiadó Kft.
2. Bogschütz Dániel (2015) – A tudatos vendégszerzés ABC-je, avagy a Vendéglátás-marketing a gyakorlatban, lépésről lépésre – MarketingExpert Bp.
3. David Kemp és David Lynch (2010) - Borsznobok szótára Athenaum kiadó (p.12-39)
4. Dr. Draveczky Balázs (2005) - Híres Ételek Krónikái - ETO-Print Nyomdaipari Kft. (p.7-81)
5. Franceska Negri (2019) – Bordivat, Boros könyv szenvedélyes nőknek – Scholar Kiadó Kft.
6. Krizsán Károly (2009) – A Turizmus És Vendéglátás Alapjai
7. Sarah Taylor (2011) – Hogyan legyek vegán? – Bioenergetic Kiadó
8. Szigeti Andor (1999) - Népi konyha – Dunántúli tájak ételei - A Mezőgazda kiadó és a Planétás Kiadó közös kiadványa
9. Vaszari Tamás (2008) – Vendéglátás marketing – Gasztrotop Kft.
10. Vinkó József (2014) - Szellem a fazékból – Gasztrotörténetek, Heti válasz kiadó Kft. (p.8-40)

## Elektronikus források

**URL 1:** The Michelin Guide UK Editorial Team, 2023, Meet Hungary's Top Female Chefs

<https://guide.michelin.com/hu/en/article/people/meet-some-of-hungary-s-top-female-chefs>

(Hozzáférés dátuma:2024.09.26.)

**URL 2:** We Love Budapest szerkesztőség, 2023, A Michelin-kalauz méltatja a Stand étterem női séfjét, Szulló Szabinát

<https://welovebudapest.com/cikk/2023/09/05/gasztro-szullo-szabina-stand-etterem-michelin-kalauz/>

(Hozzáférés dátuma:2024.09.26.)

**URL 3:** Vajda Pierre, 2024, Ebben az étteremben a gulyásleves csak azért nem brummog, mert téli álmod alszik

<https://index.hu/kultur/degusztator/2024/02/19/budapest-tati-dohany-utca-etterem-villa-mangalica-medve-pierre-gasztronomia-kritika-gulyasleves/>

(Hozzáférés dátuma:2024.09.27)

**URL 4:** Vajda Pierre, 2021, Retek a hely neve, pedig itt minden pirospaprika

<https://index.hu/kultur/degusztator/2021/09/25/retek-bisztro-etterem-retro-lecso-gombaleves-gulyas-etel-toltott-kaposzta/>

(Hozzáférés dátuma: 2024.09.27.)

**URL 5:** Vajda Pierre, 2021, A béketábor kísértete járja be a Sas utcát

<https://index.hu/kultur/degusztator/2021/07/28/a-beketabor-kisertete-jarja-be-a-sas-utcat/>

(Hozzáférés dátuma: 2024.09.29.)

**URL 6:** Böjtös Gábor, 2024, Húst hússal – Gettó Gulyás, ahol „nem a halál van meg a sötétség, hanem a boldogság és világosság”

<https://mandiner.hu/belfold/2024/07/hust-hussal-gulyas-getto-ahol-nem-a-halal-van-meg-a-sotetseg-hanem-boldogsag-es-vilagossag>

(Hozzáférés dátuma: 2024.09.29.)

**URL 7:** Kitzinger Szonja, 2024, Kipróbáltuk: Marumba

<https://magyarkonyhaonline.hu/cikkek/kiprobaltuk-marumba>

(Hozzáférés dátuma: 2024.09.30.)

**URL 8:** Liptai Lilla, 2020, A hely, ahol a Gucci táska és a pacalpörkölt a legjobb barátok – az újranyitott Róma Ételbárban jártunk

<https://www.nosalty.hu/ajanlo/hely-ahol-gucci-taska-pacalporkolt-legjobb-baratok-ujranyitott-roma-etelbarban-jartunk>

(Hozzáférés dátuma: 2024.09.30.)

**URL 9:** Kertész Zsanett, 2024, Ahol az ismerős ízek találkoznak a komfortos eleganciával – megnyitott az Ida Bistro

<https://diningguide.hu/ahol-az-ismeros-izek-talalkoznak-a-komfortos-eleganciaval-megnyitott-az-ida-bistro/>

(Hozzáférés dátuma: 2024.10.01.)

**URL 10:** Turizmus.com, 2024, Rekordév lehet 2024 a magyar turizmusban, kiemelkedő növekedés a szálláshelyeken

<https://turizmus.com/cikk/business-travel/rekordev-lehet-2024-a-magyar-turizmusban-kiemelkedo-novekedes-a-szallashelyeken>

(Hozzáférés dátuma: 2024.09.20.)

# Mellékletek

## Online kérdőív kérdései

### 1. Hány éves vagy?

- 18 alatti
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56 -65
- 65 feletti

### 2. Hol laksz?

- Budapesti
- Nagyobb vidéki város
- Kisebb vidéki város
- Külföldön

### 3. Milyen gyakran jársz étterembe?

- Heti többször
- Heti egyszer
- Havi kétszer
- Pár havonta

### 4. Milyen éttermet szoktál választani?

- Olasz étterem
- Ázsiai étterem
- Magyaros étterem
- Egyéb

### 5. Milyen alkalmakkor szoktál magyaros étterembe járni?

- Születésnap és nagyobb ünnepek

- Csak úgy, mert szeretem
- Az első és második opció miatt is
- Nem szoktam

6. Mi alapján választasz éttermet

Saját válasz

7. Mennyire fontos a jó social média jelenlét ? (1 egyáltalán nem fontos, 5 csak akkor megyek ha nagyon jó a megjelenésük)

1-5 skála

8. Mi az az étel ami nem hiányozhat egy magyaros étteremből?

Saját válasz

9. Egy magyaros étteremnél, inkább melyiket tartod relevánsnak?

- Normál, megszokott adagok
- Small plates(kis adagok, amiken a többiekkel osztzkodsz)
- Legyen ilyen és olyan is

10. Szerinted napjainkban a magyaros éttermeknél mennyire figyelnek oda a mentes ételekre?

- Nem kell mentes étel
- Szerintem vannak már jó mentes ételek a magyaros éttermekben, de még bőven kéne javítani

- A mostani szint az megfelelő

11. Te fontosnak tartanád, hogy egy magyaros a'la carte étteremben, ami egész nap nyitva van legyen egy kedvező ebédmenü?

- Igen, én akkor lehet, hogy ebédelnék ott
- Nem, inkább az a'la carte étlapot szeretem

12. Elmennél messzire egy jó étterem miatt vagy inkább a közelebbi lokációk közül választanál egyet, ami viszont nem olyan jó, mint a messzebbi?

- Igen, egy jó étterem miatt szívesen elmegyek messzire
- Inkább a könnyen megközelíthetőt választom

## **Interjú kérdések**

### **Róma Ételbár**

- 1.Mióta üzemel a Róma Ételbár?
- 2.Gondolkodtatok valamikor azon, hogy nem csak ebédidőben szeretnétek a helyet nyitva tartani?
- 3.Milyen gyakran cseréltek étlapot?
- 4.Mik azok az ételek, amik nem hiányozhatnak a Rómás étlapról?
- 5.Külföldiek is szoktak hozzátok járni?
- 6.Mi jellemző a vendégek életkorára?
- 7.Mennyire fektettek hangsúlyt a mentes ételekre?
- 8.Mennyi az átlagos költési hajlandóság nálatok?
- 9.Mennyire fontos szerinted a social media jelenlét?
- 10.Sokan rendelnek tőletek a Wolton?

### **Ida Bisztró**

- 1.Nemrég nyitottatok meg. Miért tartottátok fontosnak eleinte a Soft Openinget, és csak később a Grand Openinget?
- 2.Az Ida Bisztróval milyen vendégeket szeretnétek elérni? (Kor, Magyar/Külföldi)
- 3.Mennyire készültök mentes étellel az étlapon?
- 4.Milyen gyakran cseréltek majd étlapot?
- 5.Mennyire fontos a social media jelenlét?
- 6.Készültök majd ebédmenüvel vagy csak a'la carte opciók vannak?

- 7.Mennyire tartod fontosnak, hogy gyakran szervezettek valamilyen Facebook eseményt az étterembe?
- 8.Miért pont egy osztrák-magyar békebeli éttermet álmodtatok meg?
- 9.Szerinted miben kéne a legjobban fejlődnie a mostani magyaros éttermeknek?

## NYILATKOZAT

### a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió<sup>1</sup> nyilvános hozzáféréseiről és eredetiségéről

A hallgató neve: Hankusz Sára Kili  
A Hallgató Neptun kódja: UGIRFE  
A dolgozat címe: A magyarországi élelmiszeripar helyzete Budapesten  
A megjelenés éve: 2024  
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztési és Fenntartható Gazdaság Intézet  
A konzulens tanszékének a neve: Fenntartható Turizmus Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió<sup>2</sup> egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatomban elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumba. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumban.

Kelt: 2024 év OKTÓBER hó 31 nap

Hankusz Sára

Hallgató aláírása

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

<sup>2</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.  
<sup>2</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

MATE Szervezeti és Működési Szabályzat

III. Hallgatói Követelményrendszer

III.1. Tanulmányi és Vizsgaszabályzat

6.13. sz. függeléke: A MATE egységes szakdolgozat /  
diplomadolgozat / záródolgozat / portfólió készítési útmutatója

4.1. sz. melléklete: Konzulensi nyilatkozat

### NYILATKOZAT

Kontur Sára Lili (név) (hallgató Neptun azonosítója: UGJRTF)  
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a  
záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót<sup>1</sup> áttekintettem, a hallgatót az  
irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól  
tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő  
védésre javaslom / nem javaslom<sup>2</sup>.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem<sup>\*3</sup>

Kelt: 2024 év 11. hó 04 nap

Kontur Sára Lili  
belső konzulens

<sup>1</sup> A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törlendő.

<sup>2</sup> A megfelelő aláhúzendő.

<sup>3</sup> A megfelelő aláhúzendő.