

Generációk találkozása a magyar gasztronómia élén: Bíró Lajos és Bíró Dániel a VLM 2026-os új márkanyagkövetei

Két korszak, egy elhivatottság

A VLM.hu bejelentette 2026-os márkanyagköveteit: a platform kommunikációját idén Bíró Lajos és Bíró Dániel viszi. A döntés egy tudatos pozicionálást jelez: egyszerre épít a szakmai hagyományokra és a kortárs vendéglátás új szemléletére.

A stafétát a 2025-ös év nagykövetétől, Sárközi Ákostól veszik át, aki az elmúlt évben a fine dining szemlélet és a magas szintű Michelin minőség képviselőjére építette a VLM kommunikációját. Nagyköveti időszaka a szakma presztízsének erősítésére, a tudatos karrierépítés hangsúlyozására és a vendéglátás iránti elköteleződés bemutatására épült. Kommunikációjának középpontjában a precizitás és a következetes szakmai munka állt, amelyet a „Ha többre vágysz” szlogennel vittek közelebb a szélesebb közönséghez.

Két szerep, egy narratíva

Bíró Lajos a hazai vendéglátás egyik meghatározó alakja, aki évtizedek óta formálja a szakmai gondolkodást. Nevéhez ikonikus helyek és egy markáns, kompromisszumokat nem ismerő szakmai attitűd kapcsolódik. Nagykövetként a stabilitást, a klasszikus szakmai értékeket, a **vágányságot** és a minőségközpontú szemléletet képviseli.

Mellette Bíró Dániel képviseli az új generációt: nemzetközi tapasztalataira építve, majd hazai környezetben bizonyítva vált a fiatal séfek meghatározó szereplőjévé. A Zazie Bistro után jelenleg a Buja Disznók szakmai irányításáért felel, ahol a tradicionális alapokat kortárs szemlélettel értelmezi újra. Az idei kampány középpontjában az „Itt számít a vagányság” üzenet áll, amellyel a teljes turizmus-vendéglátás ágazatban dolgozó, mintegy 400 ezer fős szakmai közönséget kívánják megszólítani.

Generációk közötti kapcsolat, nem váltás

A VLM döntése nem generációváltásról, hanem párhuzamos jelenlétről szól. A két séf közös szerepvállalása azt mutatja, hogy a hagyomány és az innováció nem egymást kizáró irányok, hanem egymást erősítő tényezők.

A koncepció szerint Bíró Dániel önálló hanggal rendelkező séf, aki képes hidat képezni a fiatal szakemberek és a klasszikus vendéglátós értékrend között.

Fókuszban a szakma jövője

A 2026-os márkanyagköveti év kommunikációja három fő témára épül:

- a hazai vendéglátásban rejlő karrierlehetőségek erősítése
- a tudásátadás és mentorálás szerepének hangsúlyozása
- a szakma társadalmi presztízsének növelése

A VLM célja, hogy a kampány ne csak inspirációs, hanem iránymutató szerepet is betöltsön, különösen a pályakezdekők számára.

Sárközi Ákos után a Bíróék érkezése új irányt jelez: a korábbi, fine dining fókuszú megközelítést egy olyan szemlélet váltja, amely a tapasztalat és az új generációs gondolkodás együttműködésére épít. A hangsúly így nem egyetlen irányzaton, hanem a különböző szakmai nézőpontok közös jelenlétén van — beleértve azt is, hogy a vendéglátás nemcsak kreatív, hanem üzleti tevékenység is: egy étteremnek, szállodának fenntarthatóan kell működnie, meg kell termelnie a saját működésének az alapjait.

Bíró Lajos és Bíró Dániel közös szerepvállalása így egyértelmű állítás: a vendéglátás jövője nem egyetlen generáció kezében van, hanem azok együttműködésében.

Sajtókapcsolat:

- Kommunikációs Igazgatóság
- VLM Hungary Kft.
- +36 1 445 1137

Eredeti tartalom: VLM - Vendéglátós munkák

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/29854/generaciok-talalkozasa-a-magyar-gasztronomia-elen-biro-lajos-es-biro-daniel-a-vlm-2026-os-uj-markanagykovetei/>