

# A müncheni sörkultúra és turizmus helyzete napjainkban – A Hofbräuhaus kritikai elemzése a Covid19-járvány első hullámát követően

## The current state of beer culture and tourism in Munich – a critical review of the Hofbräuhaus after the first wave of the Covid19 pandemic

Szerzők: Falvi Zsófia<sup>1</sup> – Füreder Balázs<sup>2</sup>

A bajorok szeretik a hagyományait, tisztelik és nagy becsben tartják őket. Ugyanilyen alázattal viseltetnek kultúrájuk minden része, így a gasztronómia iránt is. A helyiek, hasonlóan a magyarokhoz, kedvelik a jó ételeket és italokat, illetve különösen büszkék a sörükre. Münchenben a legjobb lehetőség a bajor gasztrókultúra megismerésére egy klasszikus sörház, a Hofbräuhaus, meglátogatása. A 2020-as év a koronavírus miatt senkinek sem alakult a tervei szerint. Münchenben az első, majd a második hullám alatt, több hétig kényszerültek bezárni a vendéglátóhelyek, és a nehéz napok után sem tért vissza az élet a megszokott kerékvágásba. Kutatásunk eredményeként – a Hofbräuhaus példáján keresztül – szeretnénk bemutatni a müncheni sörkultúra és turizmus helyzetét a Covid19-járvány első hullámát követő hónapokban.

Bavarians love their traditions, they respect and cherish them. They show the same humility towards all aspects of their culture, including gastronomy. As do Hungarians the Bavarians love good food and drink, and they are particularly proud of their beer. The best way to experience Bavarian gastronomy in Munich is to visit a classical beer house, the Hofbräuhaus. The year 2020 did not go according to plan due to the coronavirus. During both the first and second waves, restaurants in Munich were forced to close down for several weeks and life did not return to normal after the difficult days. As a result of our research, we would like to describe the situation of beer culture and tourism in Munich in the months following the first wave of the Covid19 pandemic, using the example of the Hofbräuhaus.

*Kulcsszavak:* München, Németország, gasztronómia, sörturizmus, Covid19-járvány.  
*Keywords:* Munich, Germany, gastronomy, beer tourism, Covid19 pandemic.

### 1. Bevezetés

Napjainkban a turisztikai motiváció egyre hangsúlyosabb összetevői az élvezet és a szórakozás. Az elvárások listáján szerepel a kulináris élvezetek

nyújtotta öröm. Miközben egyre nagyobb a hangsúly az egészséges, teljes értékű táplálkozásra, a magas minőségű, érzékszerveket gyönyörködtető fogások is szerephez jutnak. A szakirodalom a gasztroturizmust a kulturális és az alternatív turizmushoz is besorolja, de egyre inkább külön ágazattá növi ki magát. Mint a világon mindenhol, így Európában is a borkultúra rendelkezik ismertebb múlttal (Németországban már az 1920-as években létrehozták az első borutakat KÖNYVES-

<sup>1</sup> BA-hallgató, Kodolányi János Egyetem, falvi.zsofia@kodo.hu

<sup>2</sup> egyetemi docens, Kodolányi János Egyetem, bfureder@kodolanyi.hu

VARGÁNÉ CSOBÁN 2015), azonban a sör is kezd meghatározóvá válni a gasztroturizmusban, kiáltképp, ha azt egy különleges helyszínen vagy esemény keretében lehet elfogyasztani (FÜREDER et al. 2011, FÜREDER-RÁTZ 2016, BUJDOSÓ et al. 2016, BENE-PISKÓTI 2019, TÓTH et al. 2020).

München a sör városa<sup>3</sup>. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint a számos kis bajor vendéglő, sörház és sörkert, ami minden városrészben megtalálható. A város környékét is figyelembe véve több, mint 100.000 ülőhellyel várják a vendégeket (METZGER 2009). Érdekes, hogy amíg Dublin, illetve Írország és a Guinness neve összeforrt (RÁTZ-KISS 2016), addig München esetében nem figyelhető meg, hogy a várost egyetlen sörgyár termékével azonosítanák. A téma szempontjából három jelentős sörfőzdét és sörházat szükséges megemlítenünk. Elsőként természetesen a Hofbräuhaust, majd a két legnagyobb versenytársát, az Augustinert és a Löwenbräut.

A helyi konyha kiadós és rusztikus, őszinte és egyszerű, de egyúttal roppant finom és rafinált, némi osztrák, sváb és dél-tiroli ízvilággal megfűszerezve (SCHUHBECK 2010). Ebből adódóan a település turizmusstratégiájának fontos része a gasztronómia, hiszen a Frauenkirche tornyai mellett a bajor perec a város jelképe. A koronavírus első hulláma alatt<sup>4</sup> kis videókat osztottak meg honlapjukon, ami a kötelező 1,5 méter távolság betartására hívta fel a figyelmet. A videóban a 1,5 méter szemléltetésére literes korsókat és sült csirkéket hoznak példaként, illetve említésre kerül, hogy nyugodtan osztozhatunk egy perccen az asztaltársunkkal, hiszen ez is belefér a távolság megtartásába (EINFACH MÜNCHEN 2021).

## 2. München, sör, Hofbräuhaus

### 2.1. A SÖRTURIZMUS

Napjainkban a sörturizmus a borturizmushoz hasonlóan egyre nagyobb jelentőséggel bír a világban (PLUMMER et al. 2005, PECHLANER et al. 2009, BUJDOSÓ-SZŰCS 2012, EVERETT 2016, ALONSO et al. 2017, ROGERSON-COLLINS 2019, PEZZI et al. 2020, STONE et al. 2020). Legfontosabb desztinációi Németország, Csehország, Belgium, az Egyesült Királyság, Írország és az Amerikai Egyesült Államok.

Az ír vagy brit sörokhöz kapcsolódó italturizmus összefonódott a pubokhoz kapcsolódó turizmussal. A sörturizmusnak vannak igazi fellegvárai, ahol a sörfogyasztás a nemzeti identitás és a városi kultúra része, a társas érintkezés színtere. Ilyen például Prága (VÁRHELYI 2012, TORDAI 2014) vagy Brugge (ADMAS-BARRETT 2010). Németország, azon belül is Bajorország, már nemcsak a kiváló söreivel vonzza a turistákat, hanem olyan tematikus sörutakkal is kedveskedik a szomjas látogatóknak, mint a Fränkische (FRANK SÖRÜT) vagy a Bayerische Bierstrasse (BAJOR SÖRÜT) (CSAPÓ-WETZL 2015). A sörturizmus másik, szintén nagyon izgalmas ágának tekinthetjük a sörgyárlátogatást, a látványfőzdek, a sör-múzeumok, valamint a sörfesztiválok felkeresését (CSAPÓ et al. 2016, GONDA et al. 2020).

Ha a statisztikákat nézzük, nem a németek a legtöbb sört fogyasztó nemzet, ebben a csehek megelőzik őket. A gyártott mennyiségben Kína, az Amerikai Egyesült Államok és Brazília (TÖRÖK et al. 2020), a sör típusok számának tekintetében a belgák járnak az élen. Ennek ellenére Németországot és Bajorországot a világ egyértelműen a sörrel azonosítja (KOVÁCS-VÉTEK 2008, PETER 2009). 2012-ben 1339 sörfőzde üzemelt Németországban, melyből 632 Bajorországban (PILS 2013) és a hagyományos sörozó is bajor eredetű (BALÁZS 2016). Ebből is látszik, hogy a sör a bajorok kultúrájának hangsúlyos része, ami időközben összeforrt a turizmussal (PECHLANER et al. 2009). Nem is csoda, hiszen itt található a méltán híres müncheni Októberfeszt, a világ legnagyobb sörfesztiválja (HARRINGTON et al. 2017). Az Októberfeszt eredetileg az akkor még külvárosi Theresienwiesenen került megrendezésre Lajos trónörökös és Theresa von Sachsen-Hildburghausen házasságkötése (1810) alkalmából. Az első sörsátrat 1896-ban Michael Schottenhammer állította fel. A több, mint kétszáz év alatt a fesztivál mindössze 24 – azonban a koronavírus járvány miatt immár 26 (az Októberfesztet 2020-ban és 2021-ben sem rendezték meg) – alkalommal maradt el kolerajárvány, illetve háborúk miatt. A sörünnepen csak a legnagyobb müncheni sörfőzdek – a Hofbräu, a Löwenbräu, az Augustiner, a Paulaner, a Hacker-Pschorr és a Spaten – állíthatnak sátrat. A rendezvény átlagban közel 6 millió látogatója megközelítőleg 60 millió Maß-t<sup>5</sup>, azaz fejenként átlagosan 10 liter sört fogyaszt a rendezvény két hete alatt.

<sup>3</sup> Annak ellenére, hogy Münchenben a 16. század végéig inkább Itáliából vagy Tirolból származó bort fogyasztottak, mára már egyértelműen a sörrel azonosítják a várost (PILS 2013).

<sup>4</sup> Németországban a koronavírus 2020. januárjában jelent meg, az első hullám következtében március 22-én zárták be az országot. A javuló eredményeknek köszönhetően az első éttermek május 11-én nyithattak újra, majd november 2-án ismét be kellett zárniuk a második hullám miatt (WIRTSCHAFTS WOCHE 2021).

<sup>5</sup> 1 Maß = 1 liter (METZGER 2009:407).

Ez a város legnagyobb és leglátogatottabb eseménye (HORN 1980, DOMINÉ et al. 1999, KOVÁCS-VÉTEK 2008, HEINZELMANN 2016).

## 2.2. A HOFBRÄUHAUS RÉGEN ÉS NAPJAINKBAN

A bajorok igazi büszkeségei a helyi komlóföldek, a tisztasági törvény, a müncheni Októberfeszt és a Hofbräuhaus (IMBACH 2018). A Hofbräuhaust 1589. szeptember 27-én V. Vilmos herceg alapította, de a nép számára I. Lajos király<sup>6</sup> nyitotta meg 1828-ban. Egy nagyobb felújítás után (miután a sörfőzde a külvárosba költözött) 1897. szeptember 22-én nyitotta meg kapuit, mintegy 3500 férőhellyel a földszinten. A mai állapot nagyjából tükrözi az akkort (PILS 2013). A Hofbräu 1860 körül, elsőként a sörgyártók közül, létrehozta az összekötött HB szimbólumot, amit külalakjában, a királyi koronával a tetején, 1879-ben védjegyeztek a márka egyediségét jelezve és védve. Jelenlegi formáját 1884-ben Otto Hupp tervezte (BIER- UND OKTOBERFEST-MUSEUM 2020).

A Hofbräuhaus normál esetben naponta 9:00 – 23:30 óra között van nyitva, és 616 korszartóval rendelkezik, ahová a törzsvendégek a saját korszartókat zárhatják be. Ezeket a tartókat nem lehet megvásárolni, csak kibérelni. A várakozási idő hozzávetőlegesen 2 év, a bérleti díj pedig 3 euró évente (HOFBRÄUHAUS IN STICHPUNKTEN 2020). A Schwemme a ház legismertebb része, korábban itt készült a sör, ma pedig ide lép be először a vendég, 10 fős asztalokkal van tele, és pontosan 1000 ember befogadására képes. A belső udvarban gesztenyefákkal szegélyezett sörkert, míg az első emeleten a vendéglő társalkodó része található, ami a zajos Schwemme után sokkal elegánsabb (HOFBRÄUHAUS). A sörcsarnok egyszerre 5000 vendéget tud fogadni. Egy közvéleménykutatás szerint minden Münchenbe látogató 100 ember közül 90 biztosan ellátogat a sörházba. Itt nem ismeretes a pikoló vagy a pohár sör fogalma, főszezonban 15.000 Maßbiert mérnek ki naponta (SZABÓ-SZIGETI 1996).

Az emeleten a 9 méteres belmagassággal rendelkező díszterem található, ami kiváló rendezvényhelyszín. Ruhatár és színpad is tartozik hoz-

zá. És ha mindez nem volna elég, van még címeres terem, München-szoba, erkély bár és erkély szoba, amelyek további több, mint 1000 fő befogadására képesek (HOFBRÄUHAUS).

## 2.3. A HOFBRÄUHAUS KONYHÁJA ÉS SÖREI

Ha röviden kellene jellemezni a következő szavakkal illethetnénk: regionális, szezonális, kézműves. A ház saját hentessel és konyhafőnökkel rendelkezik, akik naponta maguk készítik minden fogást a kolbásztól a malacsültön át a nokedliig. A legfontosabb a friss áru és a rövid szállítási útvonalak. Éppen ezért a burgonya a környékbeli termelőktől, a hús a helyi hentestől, a liszt a ház mellett álló malomból kerül ide (HOFBRÄUHAUS IN STICHPUNKTEN 2020).

A mai étlap – 2020. október közepén – egy szezonális és a járványhelyzetre való tekintettel szűkített kínálatot mutat<sup>7</sup>. Friss salátákat házi öntettel kínálják kétféle verzióban: friss vegyes saláta ¼ sült csirkével vagy nélküle. Természetesen nem hiányozhat a Brotzeit, azaz a hidegtál sem. Aki mindent szeretne megkóstolni, annak ott a vegyes tál, ami obazdát (ízesített camembert krém), hideg sültet, nyers és főtt sonkát, savanyú uborkát és kenyeret tartalmaz. Az óvatosabbak választhatják az obazda-t kenyérral vagy a müncheni wurstsalat<sup>8</sup>-ot. Ezen fogásokat követik a házi levesek: szezonálisan töklevés, azonban állandó kínálat a krumpliceves és a marhahúsleves. A vegetáriánus ételekből csupán kétféle van: sajtos nokedli pirított hagymával, valamint zsemlegombóc gombaszósszal és friss petrezselyemmel. Az ételekhez kenyérkosarat, peracet (amihez lehet kérni vaját is), és különböző egyéb péksüteményeket kínálnak. A köretek közül savanyú káposztát, lilakáposztát és szezonális zöldséget választhatunk. Kolbászkülönlegességek nélkül nem érterem a bajor érterem (1. ábra), így a választék ezekből még a járványhelyzet alatt is igen széles. Fehér kolbász édes mustárral<sup>9</sup>, két pár bécsi virsli burgonyasalátával (ez egy majonézes, savanykás, uborkát is tartalmazó saláta), két darab Wollwürstl, ami egy halványabb, fehéresebb színű, leginkább a nürnbergi kolbászhoz hasonlító kolbászféle barna mártással és burgonyasalátával,

<sup>6</sup> Az interjúk során Tobias Ranzinger elmondta, hogy a Hofbräuhaus eredetileg udvari sörfőzde volt (Hof = udvar, Bräuhaus = sörfőzde), míg a király meg nem nyitotta a kapukat és onnantól a müncheniek is itt ülnek, hiszen mindenki kóstolni akarta a királyi sört. Bajorország 1918-ig királyság volt, aztán Szabadállami címet kapott, ami a Német Szövetségi Állam alá tartozik. A sörgyár a Bajor Szabadállam tulajdona, a sörház pedig a gyáré.

<sup>7</sup> A pandémiára való tekintettel az étlapon található QR kód segítségével a vendégek bejelentkezését kéri a sörház, mivel kötelesek elérhetőségeket gyűjteni a koronavírus fertőzések nyomon követésének biztosítása érdekében, amit 4 hét elteltével törölnek.

<sup>8</sup> Saláta tradicionális müncheni húskészítménnyel, melyet leginkább a magyar párizsi ízehez és állagához hasonlíthatnánk, hagymával, édeskés ecetes olajos öntettel készül.

<sup>9</sup> Eredete Sepp Moser nevéhez fűződik, aki farsang vasárnapjára (1857. február 22.) kreálta. Érdekes, hogy a bajorok nem késsel-villával fogyasztják el a kolbászt, hanem azt édes mustárba mártva a foguk közé szorítva szívják ki (zuzeln) a bélből (HÖLKER 1982, MEUTH-NEUNER-DUTTENHOFER 2006, METZGER 2009).

illetve van még sült kolbász friss tormával és savanyú káposztával, valamint húskenyér, amihez szintén burgonyasaláta jár.

1. ábra

### Kolbász (Rostbratwürstl), perec és sör a Hofbräuhaus sörkertjében



Forrás: saját felvétel

A legnagyobb választék a főételeknél tapasztalható. Itt nem hiányozhat a ropogós sertéssült, a sült csülök, a malacsült és a sörös csülök, amikhez sültzajtót, káposztát és zsemlegombócot kínálnak. Aztán következnek a szárnyas ételek: a fél sült csirke és a Julius tál (ez egy vegyes sültés tál, egy negyed sült kacával és malacsülttel), ami a szezonális ajánlat része lilakáposztával és reszelt krumplis gombóccal. Természetesen a klasszikus bécsi szelet és a cordon bleu is szerepel az étlapon, majd a marhahúsból készült ételek következnek. A főtt marhahús (Tellerfleisch), a marhapörkölt, a hagymás rostélyos és a Sauerbraten, ami marhasült savanykás szószban. Egyéb ételeik a BBQ oldalas, a vadpörkölt és a roston sügér. A desszertek között van almás rétes vaníliaöntettel és tejszínhabbal, császármorzsa almaszósszal, bukta szilvamártással és a nyár utolsó hírnökeként egy három gombócos fagyaltkehely.

Az italok közül kérhetjük a Hofbräu világos és barna sörét, de a müncheni búzasör sem maradhat el, illetve a szezonális kínálat része a Winterzwickl, ami egy erősebb sörfajta. Megtalálható továbbá a radler, a barna radler és a ruß'n (búzasör limonádéval). Gépkocsivezetőknek alkoholmentes búzasört ajánlanak. Bár sörházzal van szó, találunk a kínálatban néhány fehér-, vörös-, és rozébort, alkoholmentes italokat, kávékat és teákat is.

## 3. A kutatás módszertana

Kutatásunk kezdetén elsősorban a Münchenbe érkező sörturistákra fókuszáltunk volna, de a pandémia teljesen felülírta az elképzeléseinket. Miután

véget ért az első hullám, és világosan látszott, hogy a korábbi tömegturizmus valószínűleg még évekig nem áll helyre, változtattunk a terveinken. A turisták helyett a helyiekre helyeztük a hangsúlyt, és három központi kérdést fogalmaztunk meg.

- Mennyire vonzó napjainkban a hagyományos bajor gasztronómia a helyieknek, és ez hogyan jelenik meg a Hofbräuhausban?
- Mit jelent a sör és a Hofbräuhaus a müncheniek életében?
- Milyen hatással van a Covid19-vírus München és a Hofbräuhaus életére?

Munkánk során három interjút és egy kérdőíves felmérést készítettünk. Tobias Ranzingerrel, a Hofbräuhaus sajtóreferensével egy ital és egy bajor perec mellett beszélgettünk a Hofbräuről 2020. október 15-én. Ralf Zednik, a Landeshauptstadt München Turizmus osztályának munkatársa, egy online interjú keretén belül szolgált információkkal a müncheni turizmusról (2020. október 21-én). A magyar származású Brandt Mária, a Süddeutsche Zeitung nyugalmazott újságírója, otthonában fogadott, ahol a müncheni sör- és gasztrokultúráról beszélgettünk 2020. október 24-én Augsburgban.

A kérdőíves felmérés során a sörfogyasztási szokásokra és a koronavírus-járvány hatásaira fókuszáltunk. A feltett 15 kérdésből – terjedelmi okokból – csak a legérdekesebbeket ismertetjük. A kérdőívet bajorok, illetve Bajorországban élők kapták meg, és 3 hét alatt (2020. október 21. – 2020. november 4.) 365 fő töltötte ki. A kitöltők 86%-a férfi, míg 14%-a nő. 72,2%-uk jár rendszeresen sörkertbe, sörpincébe vagy sörös vendéglőbe. Korosztályos megoszlás szerint a kitöltők legnagyobb része 21 és 30 év közötti volt, ami az összes kitöltő 46,3%-át érte el. A 31 és 40 év közöttiek a 27%-át, míg a 41 és 50 év közöttiek a 12,5%-át tették ki a felmérésben résztvevőknek. Az 51-60 évesek és a 20 év alattiak aránya hozzávetőlegesen azonos (6%), míg a 60 év felettiek létszáma igen csekély (2%).

## 4. A müncheni sörturizmus és a Hofbräuhaus helyzete a Covid19-járvány kitörésének első évében

### 4.1. A MÜNCHENI SÖRKULTÚRA ÉS TURIZMUS, AHOGY A SZAKEMBEREK LÁTJÁK

Ralf Zednik elmondta, hogy néhány éve készült egy felmérés arról, hogy mit jelent München a különböző célcsoportoknak: münchenieknek, bel- és külföldi turistáknak, vállalatoknak. A leggyakrabban előforduló kifejezések a müncheniek és a vállalatok esetében a sör, az Októberfeszt, a hagyó-



mány, a művészet és a kultúra voltak, míg a vendégek körében a sör és az Októberfeszt.

Brandt Mária szavait idézve: „Egyetlen olyan tartományt sem ismerek, ahol a hagyománytisztelet ekkora jelentőséggel bírna. Bár eredetileg borváros volt, mára mindenki a sörral azonosítja Műnchent, amire a helyiek nagyon büszkék”. A sör központi szerepet tölt be a bajoroknál. Nem alkohol vagy élvezeti ital, hanem az alap élelmiszerek egyike, így amikor a Süddeutsche Zeitung kantinjában bevezették az alkoholtilalmat, a teljes szerkesztőség sztrájkolni kezdett, hogy a sörnek maradnia kell, hisz sör nélkül elképzelhetetlen az ebéd.

Tobias Ranzinger is megerősítette, hogy „Ez a valahová tartozás, hozzá tartozás érzése mindenható begyűrűzik, a gasztronómia és a vendéglátás egészének része. Nézzük csak meg a faasztalokat a Hofbräu Schwemme részén. Ezeknél egyszerre tíz ember tud helyet foglalni – persze nem a mostani szabályok mellett – öt-öt fő mindkét oldalon. Itt nem lehet asztalt foglalni<sup>10</sup>. Ez szándékosan van így, ezáltal ennél az asztalnál idegenek foglalnak helyet. Bejössz a Hofbräuhausba, leülsz, sörözöl, eszel, szóba elegyedsz, ismerkedsz.” A hagyománytisztelet és a sör fontosságát mi sem mutatja hitelesebben, mint a Hofbräuhaus törzsvendégekkel kapcsolatos adatai, tapasztalatai: „A vendégek nagyobbik része helyiekből áll. 3500 regisztrált törzsvendégünk van, és ez csak az a szám, amiről tudunk, és bizonyára van jó pár olyan törzsvendég, akiről nem is tudjuk, hogy az. Legnagyobb részben München környékéről érkeznek látogatóink, őket követik a Németország egyéb részeiről érkezők, üzleti úton lévők és csak utánuk a külföldi turisták. Elsődlegesen Olaszországból és az Egyesült Államokból.”

A 2020-as év sokak számára nagy reményekkel indult Ralf Zednik szerint, és egészen más-ként alakult, mint bárki sejtette volna. A koronavírus-járvány megállította a világot. Münchenben hetekig volt kijárási korlátozás, ahol elsőként a vendéglátóipari egységeknek kellett bezárniuk, és a beutazókat érintették a legszigorúbb szabályok. Elmaradtak a kiállítások és a szakmai konferenciák, amik jelentős bevételkiesést jelentettek. Ezen kívül a meccsek nézők nélkül kerültek megrendezésre, és végül minden remény ellenére lefűjték az Októberfesztet. Az augusztusi adatok szerint 60%-kal volt kevesebb a vendégéjszakák száma 2020-ban, mint 2019-ben ugyanabban az időpont-

ban. Ez az új helyzet új kihívások elé állította a turizmusszektor. A korábbi, majd hogynem over-tourism időszaka elmúlt. A legfőbb célcsoport az egy napra érkező vendégek lettek, hiszen most erre van kereslet. Tehát azokra kell fókuszálni, akik München vonzáskörzetében élnek. Jöjjenek be a városba vásárolni, találkozni az ismerőseikkel, kávézni, enni, inni, sörözni.

Tobias Ranzinger elmondta, hogy az 1896-os felújítást és az 1897-es átadást követően, tehát 123 éve, a Hofbräuhaus most először zárta be kapuit a koronavírus-járvány miatt. A sörház március közepétől május közepéig, vagyis két hónapig, nem nyithatott ki. A Hofbräuhaus konyhája akkora, hogy nem éri meg házhozszállítást vállalni. Az időszakot átépítésre, renoválásra használták fel. A törzsvendégek Zoomon keresztül tartották a kapcsolatot, amibe néha a pincérnők is becsatlakoztak, hiszen a törzsasztalhoz hozzá tartozik a kiszolgálás. A változás természetesen érezhető volt, már csak azért is mivel az interjú időpontjában csupán a teljes kapacitás fele üzemelt, ami nyilván a hangulatra is rányomta a bélyegét. Az Októberfeszt kiesése a Hofbräuhaus számára is nagy veszteség, mivel az Októberfeszt előtti péntek a legfontosabb és legteljesebb nap az egész évben. 2020-ban ez nem valósulhatott meg, ezért a Wirtshauswiesn-t rendezték meg. Az Októberfesztet a helyszíne okán, ami a Theresienwiese, a köznyelv Wiesn-nek is hívja. Eredetileg (1810-ben) nem szolgáltak fel sört a Theresienwiese-n, így a király a város éttermeiben vendéglátott meg a népet. Ez volt az első Wirtshauswiesn, vagyis az Éttermek Wiesn-je. A vissza az alapokhoz szellemében ez került megrendezésre, ahol az Októberfeszten felszolgált ételeket kínálta a ház, úgy mint a Julius tálat és az ökörsültet. Természetesen fesztivál sör is volt, rendszeren fahordóból csapolva, ahogyan azt illik. Nagyon jó visszajelzések jöttek ezzel kapcsolatban, így elképzelhető, hogy ez tradíció marad a járványhelyzet elmúltával is.

#### 4.2. A KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS LEGFONTOSABB EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA

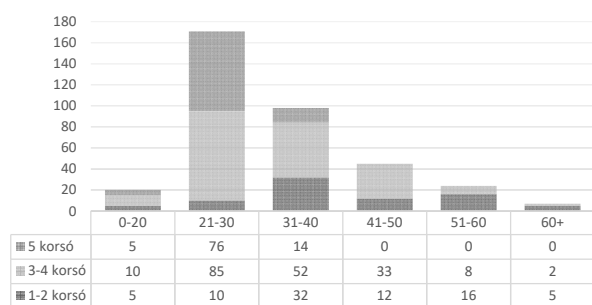
A kérdésre, miszerint milyen gyakran fogyasztanak sört, a válaszadók legmagasabb arányban a *hetente* opciót jelölték (65,0%), de a naponta sört fogyasztók aránya is 16,5%, ami nem kevés. A felmérés részeként rákérdeztünk a fogyasztott sör mennyiségére, ezúttal kimondottan a sörhá-

<sup>10</sup> Az interjút követően a vírushelyzet miatt ez megváltozott. Kisebb csoportoknak (két-három fő) változatlanul azt tanácsolják, hogy nyugodtan jöjjenek be az utcáról és üljenek le, ahová csak szeretnének, mert biztosan lesz hely, de nagyobb baráti társaságoknak már biztosítanak asztalfoglalási lehetőséget (Hofbräuhaus).

zas látogatások kapcsán, azonban nem definiáltuk az egy egységet<sup>11</sup>. A válaszadók több, mint fele 3-4 sört fogyaszt. A megkérdezettek másik, közel 50%-a közel azonos arányban oszlik meg az egy-két egységnyi sört fogyasztók (22,0%) és az ötnél több sört fogyasztók (26,2%) között. A mennyiség és életkor összefüggését vizsgálva megfigyelhetjük, hogy a 21-30 éves korosztály jelentős hányada akár 5 korsó sört is iszik alkalmanként (2. ábra). Mivel München hagyományos egyetemi város, ez talán nem annyira meglepő. Feltételezésünk szerint az eredményt befolyásolhatta, hogy a felmérésben ebből a korosztályból vettek részt a legtöbben. A 20-as éveikben járók talán kötetlenebbül mehetnek el szórakozni, illetve érzékenyebbek az idősebb generációknál<sup>12</sup>.

2. ábra

A sörfogyasztás mennyisége korosztályonként (fő)



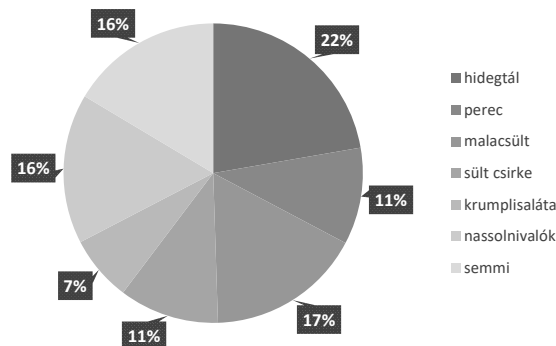
Forrás: saját szerkesztés

Kérdésünkre, miszerint mit fogyasztanak a sör mellé, a válaszadók több válaszlehetőséget is megjelölhettek. A legtöbben (195 fő) peracet esznek obazdával és egyéb szendvicskrémekkel. 147-en jelölték meg a sült csülköt, és hasonlóan magas volt a nassolnivalók, snackek aránya. 145 fő nyilatkozta, hogy semmit nem fogyaszt a sör mellé (3. ábra).

Érdekes eredményt hozott, amikor ugyanezt nemek szerinti bontásban vizsgáltuk. Meglepő, de a hölgyek közel azonos arányban fogyasztanak húsos fogást a sör mellé, csak a sertés helyett inkább a csirkét preferálják. A peracet lényegesen jobban kedvelik a nők, ellenben több férfi ül be úgy sörözni, hogy nem fogyaszt mellé ételt. Mindkét nem képviselői hasonló arányban szeretik a hidegtálat, a burgonyasalátát, illetve a nassolnivalókat (4. ábra).

3. ábra

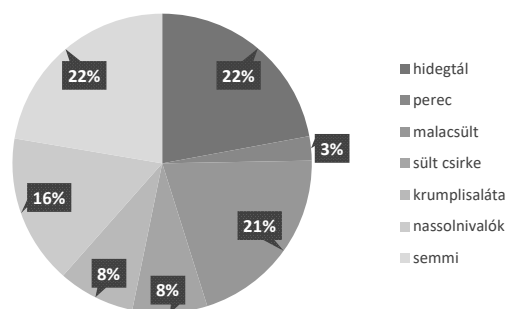
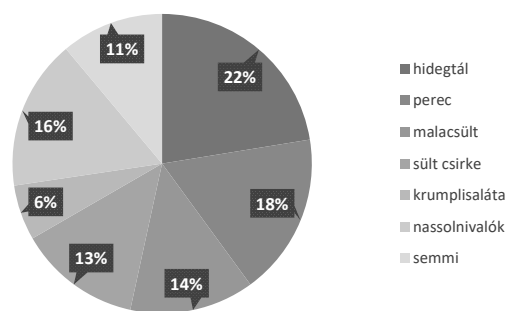
Ételek a sör mellé



Forrás: saját szerkesztés

4. ábra

Sör mellé fogyasztott ételek megoszlása a nőknél (első ábra) és a férfiaknál (második ábra)



Forrás: saját szerkesztés

A vizsgálat fontos és aktuális részét képezi a koronavírus-helyzet által okozott változások elemzése. A válaszadók 1-től 5-ig terjedő skálán értékelték személyes benyomásukat a témában. Arra a kérdésre, hogy „Hogyan élte meg Ön a sörkertek zárva tartását?” a skálán az 1-es jelölte azt a választ, hogy semmilyen befolyással nem volt a hét-

<sup>11</sup> Tapasztalataink alapján Németországban erre nem illik rákérdezni. A korábban bemutatott szokások alapján egy egységnyi sör a sörkertekben egy liter.

<sup>12</sup> A müncheni árak ismeretében, talán jobban megértheti literenként átlagosan 9-10 €-t kifizetni egy sörért, mint más alkoholos itallal próbálkozni.

köznapjaira, az 5-ös pedig annak lehetőségét, hogy nagyon hiányoztak ezek a helyek a válaszadónak. A legtöbben 4-esre értékelték a kérdést, ami összesen 123 válaszadót jelent, vagyis a megkérdezettek 33,7%-át. 95 fő számolt be jelentős változásról (26,0%), és csupán 21 fő értékelte a saját maga számára változatlanok a helyzetet.

Kérdésünkre, miszerint „Lesz-e tartós következménye a sörkertek hangulatában beállt változásnak?“, hozzávetőlegesen azonos arányban képviseltették magukat a pozitív és a negatív vélemények. Egy szabadon kifejezhető kérdésről van szó, így a válaszok teljesen egyediek voltak. Többen csupán igennel vagy nemmel feleltek. Gyakori válasz volt, hogy mindez idő függvénye, és a koronavírus-járvány elhúzódásától függ. Valaki szerint: „Általánosságban jobb lesz a higiénia a sörkertekben, de az emberek is távolságtartóbbak lesznek”. Más szerint előbb-utóbb visszajön a korábbi lazaság: „Igazán tartósan? Egyáltalán nem. De el fog tartani egy ideig, amíg az emberek visszatérnek a megszokott kerékvágásba”. Sokan derűlátóan vélekednek a jövőről, és bíznak benne, hogy a bajorok szívének mélyén élő kultúra, ami a sörrrel, a vendégszeretettel és a vendéglátással kapcsolatos, olyan jelentős, hogy idővel minden éppen olyan lesz, mint a járványhelyzet előtt volt.

## 5. Következtetések

„Hopfen und Malz, Gott erhielt's!“ (DREISBACH 2016:44), azaz „A komlót és a malátát őrizze meg az Isten!“ tartja a német mondás. A bajorok életében a sör és a sörturizmus központi szerepet játszik. A Münchenbe látogatók is egyértelműen a sörrrel, a sörös rendezvényekkel, a jó ételekkel, tehát a hagyományos bajor gasztronómia remekeivel azonosítják a várost. A sörkertek látogatása a müncheniek számára egy teljesen hétköznapi program, mindennapos esemény, így megállapítható, hogy a sör és legfőképpen az, amit jelent és magában hord, kiemelten fontos mind a helyieknek, mind a látogatóknak.

A sörházaknak a sörfogyasztók életében betöltött szerepét egy konkrét példán, a Hofbräuhauson, keresztül vizsgáltuk meg, melynek legtöbb látogatója és törzsvendége helyiekből áll, így a turisták valóban a bajor attitűdöt ismerhetik meg, amikor ellátogatnak ide. A Hofbräu neve egybeforrta a bajor sörkultúrával, világszerte ismert márkáról van szó, amely nem csupán turistalátványosság, hanem egyben a helyiek egyik kedvenc tartózkodási helye is.

A szakemberekkel készített interjúk, illetve a müncheniek között végzett kérdőíves felmérés jól rávilágított arra, hogy a sör és a tradicionális ba-

zor ételek megkerülhetetlen szerepet játszanak a helyiek életében. A vendégek igénylik a rusztikus konyhát a finom sörök mellé, és nem csak a hagyománytisztelet miatt. A megkérdezettek kétharmada fogyasztja heti vagy napi szinten az italt, és jár el rendszeresen sörházba vagy sörkertbe, ahol elenyésző azok aránya, akik a sör mellé ne fogyasztanának valamilyen ételt. A Covid19-járvány sajnos ezt az idilli világot is érintette, itt sem zajlott le nyomtalanul a koronavírus-járvány első hulláma. Sajnálatos módon a vendéglátás volt az első, aminek be kellett zárnia, ami gazdaságilag nyilvánvalóan óriási kiesést jelent. A Hofbräuhaus fennállása óta most zárt be első alkalommal. Felújításokkal, új módszerek kidolgozásával próbálkoztak, ennek ellenére az első hullám végétől a második hullám kezdetéig tartó időszak alatt a szokásos kapacitásnak csupán a felével üzemeltek, ami a hangulatra is rányomta a bélyegét.

Összességében elmondható, hogy a sör és a klasszikus bajor fogások valóban jelentős szerepet töltenek be – még a Covid19-járvány okozta helyzetben is – a bajorok életében. A sör és mellé valamilyen tradicionális étel fogyasztása a mindennapjaik része, és ha tehetik, akkor barátokkal, családtaggal vagy akár idegenekkel is szívesen hódolnak a szabadidő-eltöltés ezen módjának a sörházakban és a sörkertekben, amit a pandémia most jelentős mértékben a negatív irányba befolyásol. Ennek ellenére a többség bizakodó a jövővel kapcsolatban, és reméli, hogy hamarosan minden olyan lesz, mint amilyen a járványhelyzet előtt volt.

## Felhasznált irodalom

- ADMAS, J. – BARRETT, M. (2010): *400 kulinarische Reisen, die Sie nie vergessen werden. Von der Auvergne bis zum Zuckerhut*. National Geographic Deutschland, Hamburg.
- ALONSO, A. D. – SAKELLARIOS, N. – BRESSAN, A. (2017): Stakeholders and Craft Beer Tourism Development. *Tourism Analysis*. 22(1). pp. 45–58. <https://doi.org/10.3727/108354217X14828625279690>
- BALÁZS É. (főszerk.) (2016): *Larousse gasztronómiai lexikon*. Geopen Könyvkiadó, Budapest.
- BENE ZS. – PISKÓTI I. (2019): A narancsborok nyújtotta lehetőségek a szlovén, a horvát és az olasz gasztronómiai turizmusban. *Turizmus Bulletin*. 19(4). pp. 23–31.
- BIER- UND OKTOBERFEST-MUSEUM (2020): *Kiállított tablók/ismertető/plakátok anyaga*.
- BUJDOSÓ Z. – KOVÁCS GY. – KERÉKESNÉ MAYER Á. (2016): A sörturizmus mint a gasztroturizmus új terméke. In: Rátz T. – Füreder B. (szerk.): *Gasztronómia és turizmus*.



- Válogatott tanulmányok. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. pp. 110–127.
- BUJDOSÓ Z. – SZŰCS C. (2012): A new way of gastronomic tourism: Beer tourism. *Acta Turistica Nova*. 6(1). pp. 5–20.
- CSAPÓ J. – WETZL V. (2015): A sör és a sörút, mint turisztikai attrakció megjelenési lehetősége az idegenforgalomban Magyarországon – esélyek és lehetőségek. *Modern Geográfia*. 4. pp. 1–14.
- CSAPÓ J. – PINTÉR R. – WETZL V. (2016): A sörgyártás, mint ipari örökség turisztikai hasznosítási lehetőségeinek esélyei Magyarországon – az első lépések. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 1(2). pp. 18–33.
- DOMINÉ, A. – RÖMER, J. – DITTER, M. (1999): *Culinaria. Europäische Spezialitäten*. Könemann, Köln.
- DREISBACH, J. (2016): *Craft Beer. Geschichte, Biersorten, Brauereien*. Komet Verlag GmbH, Köln.
- EVERETT, S. (2016): *Food and Drink Tourism: Principles and Practice*. SAGE Publications Ltd, London.
- FÜREDER B. – IRIMIÁS A. – MICHALKÓ G. (2011): Az ízek összehoznak: Szicília gasztroturizmusa. In: Michalkó G. – Rátz T. (szerk.): *A turizmus dimenziói: humánium, ökonómikum, politikum*. Turizmus Akadémia 5. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. pp. 97–107.
- FÜREDER B. – RÁTZ T. (2016): Helyek és ízek találkozása – A gasztronómia és a turizmus kapcsolatrendszer. In: Rátz T. – Füreder B. (szerk.): *Gasztronómia és turizmus. Válogatott tanulmányok*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. pp. 10–23.
- GONDA T. – KAPOSZ Z. – RAFFAY Z. – VARGA G. (2020): *A vendéglátás jövője*. PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, Pécs.
- HARRINGTON, R. J. – VON FREYBERG, B. – OTTENBACHER, M. C. – SCHMIDT, L. (2017): The different effects of dis-satisfier, satisfier and delighter attributes: Implications for Oktoberfest and beer festivals. *Tourism Management Perspectives*. 24. pp. 166–176. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.09.003>
- HEINZELMANN, U. (2016): *Was is(s)t Deutschland*. Tre Torri Verlag GmbH, Wiesbaden.
- HOFBRÄUHAUS IN STICHPUNKTEN (2020): *A Hofbräuhaus hivatalos sajtóanyaga, pdf*. Rendelkezésre bocsátotta: Tobias Ranzinger, Sajtóreferens Hofbräuhaus.
- HORN, E. (1980): *Bayern tafelt, Von Essen und trinken in Altbayern, Franken und Schwaben*. Prestel-Verlag, München.
- HÖLKER, W. (1982): *Bayerische Küchenschätze*. Verlag Wolfgang Hölker, Münster.
- IMBACH, J. (2018): *Als die Armen Austern aßen. Kurioses aus der Geschichte der Küche*. Marix Verlag, Wiesbaden.
- KOVÁCS G. – VÉTEK GY. (2008): *Sörtéka. Habos kalandozások a világ körül*. Aréna 200 Kiadó, Budapest.
- KÖNYVES E. – VARGÁNÉ CSOBÁN K. (2015): *Gasztronómia és turizmus*. Debreceni Egyetem, Debrecen.
- METZGER, C. (2009): *Culinaria Deutschland. Küche, Land, Menschen*. H. F. Ullmann, Köln.
- MEUTH, M. – NEUNER-DUTTENHOFER, B. (2006): *Bayern, Küche Land und Leute*. Weltbild GmbH, Augsburg.
- PETER, P. (2009): *Kulturgeschichte der deutschen Küche*. C. H. Beck, München.
- PILS, I. (2013): *Deutsche Biere: Biermarken, Sorten & Brautraditionen*. BuchVertrieb Blank, Vierkirchen.
- PECHLANER, H. – RAICH, F. – FISCHER, E. (2009): The role of tourism organizations in location management: the case of beer tourism in Bavaria. *Tourism Review*. 64(2). pp. 28–40. <https://doi.org/10.1108/16605370910963509>
- PEZZI, M. G. – FAGGIAN, A. – REID, N. (eds) (2020): *Agritourism, Wine Tourism, and Craft Beer Tourism: Local Responses to Peripherality Through Tourism Niches*. Routledge, London.
- PLUMMER, R. – TELFER, D. – HASHIMOTO, A. – SUMMERS, R. (2005): Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington ale trail. *Tourism Management*. 26(3). pp. 447–458. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.12.002>
- RÁTZ T. – KISS R. (2016): Élményteremtés a sörturizmusban – A Guinness Storehouse és a Heineken Experience látogatóközpontok összehasonlító elemzése. In: Rátz T. – Füreder B. (szerk.): *Gasztronómia és turizmus. Válogatott tanulmányok*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár. pp. 128–148.
- ROGERSON, C. M. – COLLINS, K. J. E. (2019): Entrepreneurs in Craft Beer and Tourism: Perspectives from South Africa. *Geojournal of Tourism and Geosites*. 27(4). pp. 1158–1172. <https://doi.org/10.30892/gtg.27404-423>
- SCHUHBECK, A. (2010): *Meine bayerische Küche*. Verlag Zabert Sandmann, München.
- STONE, M. J. – GARIBALDI, R. – POZZI, A. (2020): Motivation, Behaviors, and Travel Activities of Beer Tourists. *Tourism Review International*. 24(2-3). pp. 167–178. <https://doi.org/10.3727/154427220X15912253254437>
- SZABÓ E. – SZIGETI A. (1996): *Sörlexikon. Sörtörténelem*. Akadémiai Kiadó, Budapest.



- TORDAI R. (2014): Hagyomány és turizmus: A sör mint az idegenforgalom része Csehországban. In: Katona Cs. – Tordai R. (szerk.): „Iszom a sört, szívem mámorban fürdik.” *Epizódok a sörgyártás és sörfogyasztás történetéből*. Kisüzemi Sörfőzdek Egyesülete, Miskolc. pp. 57–61.
- TÓTH B. – HEGEDŰS G. – PUSZTAI B. (2020): A falusi gasztrfesztiválok iránti kereslet és kínálat vizsgálata dél-alföldi példák alapján. *Turizmus Bulletin*. 20(3). pp. 24–33. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n3.3>
- TÖRÖK, Á. – SZERLETICS, Á. – JANTYIK, L. (2020): Factors Influencing Competitiveness in the Global Beer Trade. *Sustainability*. 12(15). 5957. <https://doi.org/10.3390/su12155957>
- VÁRHELYI T. (2012): *Borturizmus*. Líceum Kiadó, Eger.

## Internetes források

- BAJOR SÖRÚT: <http://www.bayrische-bierstrasse.de/>, Letöltve: 2021. október 12.
- EINFACH MÜNCHEN (2021): *Münchner Rikscha Gschichtn 3: Biergarten-Abstands-Tutorial*. <https://www.youtube.com/watch?v=I07x1H6Br1E>, Letöltve: 2021. október 12.
- FRANK SÖRÚT: <https://www.bierland-franken.de/>, Letöltve: 2021. október 12.
- HOFBRÄUHAUS: <https://www.hofbraeuhaus.de/de/raeumlichkeiten.html>, Letöltve: 2021. október 12.
- WIRTSCHAFTS WOCHEN (2021): *Wie verlief der erste Lockdown in Deutschland?* <https://amp2.wiwo.de/erfolg/trends/corona-lockdown-wie-verlief-der-erste-lockdown/26853384.html>, Letöltve: 2021. október 12.