Modern Geográfia
2015/IV. pp. 1-14. ISSN: 2062-1655

Csapó János – Wetzl Viktor

A sör és a sörút, mint turisztikai attrakció megjelenési lehetősége az idegenforgalomban Magyarországon – esélyek és lehetőségek

The possibility of the appearance of the beer and the beer route as a tourism attraction in Hungary – chances and opportunities

ABSZTRAKT

A kutatás egy, a közelmúltban felértékelődő és egyben újrapozícionálódó ital, a kézműves sör köré felépíthető lehetséges turisztikai vonzatokat és az erre alapuló tematikus út – sörút – kialakításának a lehetőségeit vizsgálja. A véleményünk szerint hazánkban a turizmusföldrajzban eleddig még igen kevéssé megkutatott területet publikáló tanulmányban a bajorországi sörutakat, mint jó gyakorlatokat alapul véve, egy egységes kritériumrendszer alapján feltárásra kerülnek Magyarország azon területei, ahol a sörgyártás és sörfogyasztás rejt magában turisztikai potenciált, és kiegészítheti a releváns térségi desztináció turisztikai termékpalettáját, így realizálhatóvá válhat a terület turisztikai kínálatának diverzifikálása.

ABSTRACT

This research analyses the possible tourism potential of a recently valorised and repositioned beverage, the craft beer, drawing attention on the chances of the creation of a new thematic route, the beer route in Hungary. We experienced that this area of tourism geography have not yet been researched thoroughly in the country, for which we make an attempt in this paper, using geographical and GIS methods, basically relying on the beer routes of Bavaria, Germany as good practices. We believe that those areas of Hungary where beer manufacturing and consumption possesses some potentials in tourism and can complement the already existing tourism supply, make the area's tourism supply more diverse and attractive for the visitors.

Kulcsszavak: sörturizmus, sörút, kézműves sör, tematikus utak, látványfőzde
Keywords: beer tourism, beer route, craft beer, thematic routes, experience brewery

BEVEZETÉS, CÉLKITŰZÉSEK

Napjaink turizmusában a helyi termékek iránti érdeklődés és a locavore mozgalom megjelenése és megerősödése egyre inkább tetten érhető, melyekkel párhuzamosan a tematikus utak népszerűsége is folyamatosan nő (Szabó G. 2013, Jónás-Berki M. – Csapó J. 2008, Csapó J. et al. 2010). Mint az már évtizedek óta közismert – a külföldi példákat alapul véve – hazánkban 1994 (Villány-Siklós borút) óta folyamatosan jönnek létre a főleg borra (Tokaj-Hegyalja Borút, Mohács-Bóly Fehérborút etc.), kisebb részben pedig a pálinkára alapozott gasztronómiai témájú tematikus utak (Békési Szilvapálinka Útja) (Csizmadia L. – Erdősi M. – Szabó G. 2012, Szabó G. 2013, Forman B. 2009).

Jelen tanulmány alaphipotézise, miszerint hazánkban nemcsak a fent említett italkultúrán alapuló gasztronómiai termékek, hanem a sör is megjelenhet, mint tematikus termék a hazai turisztikai kínálatban. Ki kell emelnünk, hogy a nemzetközi turizmusban már megjelent a sörút a tematikus turizmus kínálatában, természetesnek tűnően elsőként Németországban (Fränkische Bierstrasse, Bayerische Bierstrasse) (http://www.bierstrasse.de), Észak-Bajorországban.

Mindezen hipotézisünket egyrészt alátámasztja a hazai sörgyártás évszázados tradíciója (pl. Dreher Sörgyárak Zrt. 1854 óta, Pécsi Sörfőzde 1848 óta), másrészt pedig a nemzetközi trendeknek megfelelően a sör, mint ital átértékelődése (újrapozícionálás) is, hiszen a kézműves sörök fogyasztása és a kisüzemi sörfőzdék tevékenysége is egyre növekvő népszerűségnek örvend (Bujdosó Z. – Szűcs Cs. 2012a, 2012b).

Fentieknek köszönhetően a kutatás nem mellőzi a térbeliség aspektusait sem, hiszen munkánk a sörút, mint gasztronómiai alapú tematikus út, létrejövetelének a hazai feltételeit és lehetőségeit vizsgálja és javaslatokat tesz nemzetközi példák alapján hazai sörutak megteremtésére. Azt is szeretnénk kiemelni továbbá, hogy felmérésünk szerint hazánkban a sör turizmusba való bevezetésével foglalkozó turisztikai témájú tudományos munkák eddig még nem születtek, Bujdosó Z. és Szűcs Cs. (2012 a, b) munkái általánosságban mutatták be ezt a terméktípust, ezért a kutatás véleményünk szerint nóvumnak tekinthető.

Fentiek függvényében a következő célkitűzések kerültek meghatározásra:

1. Egy átlátható, országos kisüzemi sörfőzde-leltár felállítása.
2. A magyar kisüzemi sörgyártás földrajzi-térbeli sajátosságainak meghatározása, illetve alapvető földrajzi mintázatainak értelmezése.
3. Megismerni a kisüzemek és a nagyüzemek (esetleges) kapcsolatát, továbbá megvizsgálni a kisüzemi főzdék minősített ivókkal való kapcsolatrendszerét.
4. Turizmusföldrajzi megközelítéssel és módszerekkel kijelölni olyan térségeket, ahol létrehozhatók működtethető sörutak.

MÓDSZEREK

A kutatás során a Szerzők egyaránt alkalmaztak primer és szekunder kutatási módszereket. A szakirodalmi feldolgozás kapcsán szembetűnővé vált a sörgyártással, sörgyártás történetével, illetve a sör és a turizmus kapcsolatával foglalkozó hazai szakirodalom szegényes bázisa, illetve hiánya, ugyanakkor a tematikus utakkal, gasztroturizmussal foglalkozó szakirodalmi háttér természetesen már jóval szélesebb merítést kínált.

A primer kutatás egyik pillérét a megfelelő adatbázisok kiépítése adta, így országosan felmértük a kisüzemi sörfőzdéket, azok területi elhelyezkedését. A felmérés telefonos, és e-mailben történő megkeresésekkel zajlott. Meg kell jegyezzük azonban, hogy a válaszadási hajlandóság hiánya és a folyamatos összeolvadások és névváltoztatások miatt nagyon nehéz pontosan megmondani, mennyi a kisüzemek száma ma Magyarországon, azonban nagy közelítéssel meg tudtuk azt becsülni és a lehető legmegbízhatóbb adatbázist is elkészítettük.

A primer kutatás másik pillérét azok az interjúk és mélyinterjúk adták, melyeket 2014 tavaszától decemberéig folytattunk le. Így mélyinterjúk készültek kézműves sörfőzde ügyvezetőkkel (Késmárki Katalin (Magyarhertelend), Kiss László (Dombóvár), illetve interjút készítettünk számos kézműves sört is forgalmazó vendéglátóval főleg a Dél-Dunántúlon.

A kérdőíves felmérést 470 fő megkérdezésével végeztük el, itt természetesen a 18 évnél idősebb korosztály került be a megkérdezettek körébe. A kérdőívezés kapcsán semmiképp sem próbáltunk reprezentatív felmérést végezni, az online és papír alapú megkérdezések folyamán egy első benyomást szerettünk volna szerezni a kereslet oldaláról sörúti szolgáltatás esetleges igénybe vétele kapcsán.

Az interjúkat és mélyinterjúkat a pécsi kézműves sörivók tulajdonosaival, üzemeltetőivel és a kézműves söröket előállító manufaktúrákkal készítettük, így összesen 22 szakmabeli véleményét dolgoztuk fel munkánkban. A főbb témakörök: (1) a kézműves sörök definíciója, készítése, fogyasztási szokásai; (2) a sör(ök) megjelenési lehetőségei a turizmusban, nemcsak pusztán a vendéglátásban; (3) tematikus sörutak kiépítésének lehetőségei; (4) a sör és a sörutak bekapcsolásának módja, lehetősége a turizmus komplex egészébe.

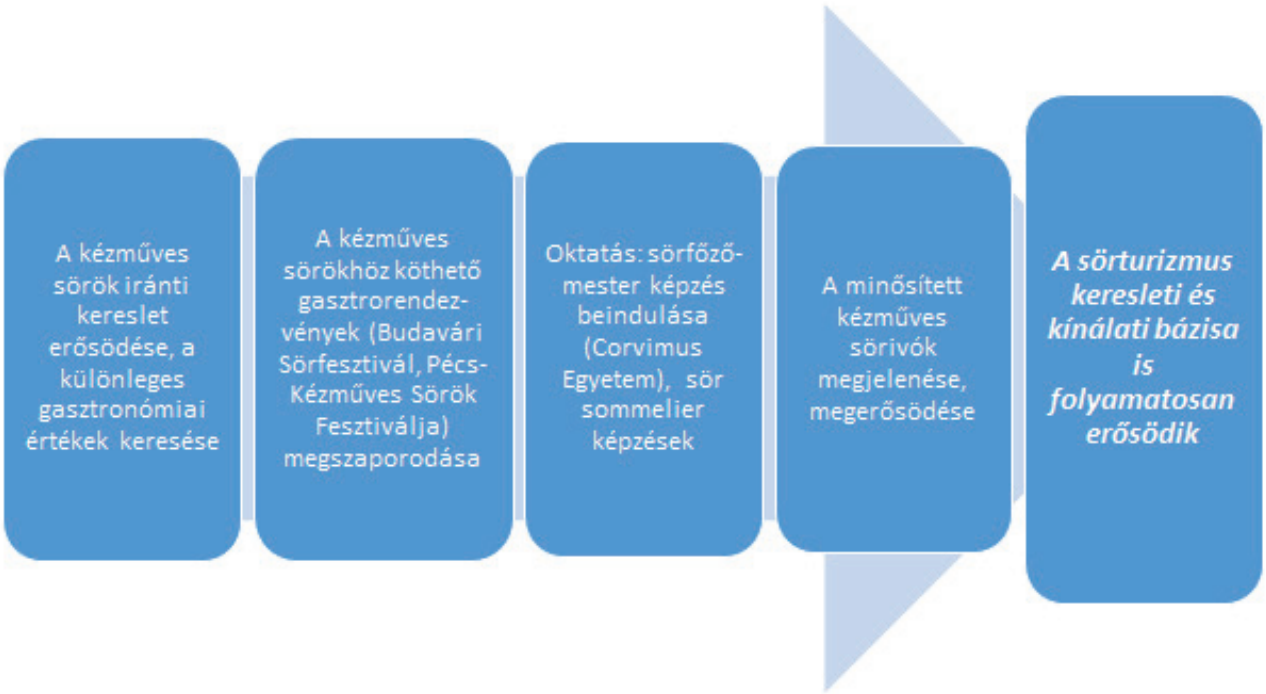
A kutatás következő fázisában összeállítottuk hazánk kisüzemi sörfőzdéinek leltárát, mely összesen 46 tételből áll. Ehhez több adatbázist vetettünk össze, illetve a személyes interjúk is segítségünkre voltak.

Ezek után felmértük a sörfogyasztással kapcsolatos hazai keresleti trendeket, melyek alapján azt szeretnénk kihangsúlyozni, hogy ha hazánkban a sörfogyasztás, sörkultúra olyan szintű történeti beágyazódása, mint a németek vagy belgák esetében hiányzik is, viszont a magyar sör történelme is több száz éves múltra tekint vissza, és a mai folyamatok is a sörfogyasztás hazai előretörését igazolják (1. ábra).

A keresleti trendek adatait a statista.de és a Wine Institute of California adatbázisai szolgáltatták. Azt is meg kell jegyeznünk azonban, hogy ezen bázisok csak a kereskedelmi forgalomban kapható söröket regisztrálják, tehát csak az ún. multisörök forgalmazásából lehet következtetni a fogyasztott mennyiségre. Az általunk megkérdezett szakértők szerint egyébként a kézműves sörök nem emelnék meg jelentős mértékben sem a hazai sem a nemzetközi sörfogyasztást (max. 3-5 liter/fő/év-vel), viszont középtávon már a bizalom erősödésével fokozatosan nagyobb piaci részesedést szakíthatnának maguknak, egyfajta termékdifferenciálást alakítva ki akár a bevásárlóközpontok polcain.

A sör, mint gasztronómiai termék tehát kiváló alternatíva a magyar gasztronómiai turizmus kínálatában, a sörfőzdék tevékenysége és terméke egy (újabb) komplex terméket nyújthat a turistának.

1. ábra: A sörturizmust megalapozó tényezők Magyarországon
Fig. 1: Factors establishing beer tourism in Hungary



A kutatás kiértékelő fázisában az elkészült kisüzemi sörfőző-leltár digitális térképészeti feldolgozására került sor, melyhez az ESRI ArcGIS térinformatikai szoftvercsomagját használtuk.

EREDMÉNYEK

Kutatási előzmények

A sörút a nemzetközi turizmusban nem számít újkeletű terméknek, viszont a magyar turizmus tematikus rendszerében nem találkozunk ilyen jellegű kutatási témákkal, ezért a szekunder elemzés is szinte kizárólag idegen nyelvű szakirodalmakból történt. A hazai források közül a tematikus utakkal általában foglalkozó irodalmak (Puczkó L. – Rátz T. 2011; Jónás-Berki et al. 2008; Aubert A. 2007; Dávid L. et al. 2011, Máté A. 2007; Máté A. 2011b) feldolgozása után a gasztronómiai témájú borutak és pálinkautak irodalmát dolgoztuk fel (Hanusz Á. 2008; Máté A. 2011b; Máté A. – Szabó G. 2012; Várhelyi T. 2012; Forman B. 2009).

A gasztroturizmus témájának feldolgozása kapcsán (Aubert A. 2006a,b; Gross, S. 2011; Richards, G. 2003) realizáltuk, hogy a sörturizmus jellemzően a többi gasztroturisztikai termékkel ellentétben nem csak a vidéki, hanem a városi turizmus színtere is. Továbbra is szeretnénk kiemelni, hogy a hazai gasztroturisztikai szakkönyvek, cikkek nem foglalkoznak a sör potenciális turisztikai perspektívájával.

A hazai források mellett a német és angol szakirodalmak (Freyer, W. 2006; Steinecke, A. 2006; Richards, G. 2003) közvetlenül foglalkoznak a tematikus kínálaton belül a sörutakkal, sörtúrákkal. Itt szeretnénk megjegyezni, hogy a német kutatók külön kategóriába sorolják a sörutakat (a kulináris kultúrához kapcsolódó kategória), ami nem kizárólag gasztronómiai és nem kizárólag kulturális tárgykört fed le (Sven, G. 2011).

A sörút kialakításának kritériumrendszere

A sörút kialakításának kritériumrendszerénél a világ első sörútja, a Fränkische Bierstrasse követelményeit vettük alapul. Szeretnénk megjegyezni, hogy a német sörutat is alapul véve Európában és a világon számos más helyeken is hoztak már létre sikeresen működő sörutakat (Belgium, Egyesült Királyság, Csehország. USA), a mi választásunkat azonban, egyrészt a német tematikus út elsősége, másrészt évtizedek óta tartó sikeres működése támasztotta alá (2. ábra), illetve az is, hogy itt a hazai sörfőzési technikákhoz hasonlóan jellemzően az alsóerjesztésű sörök dominálnak.

2. ábra: A sörút kritériumrendszere
Fig. 2: The criteria system of the beer route

Forrás: Saját
Source: own

Németországban – természetesen a megfelelő társadalmi-gazdasági háttér jelenléte mellett – a sörút kínálta sörtúra teljesítéséhez minden fontos feltétel (turisztikai infra- és szuprastruktúra, közlekedési adottságok, fizetőképes kereslet, természeti és kulturális vonzerők, programok, rendezvények stb.) adott. A célállomások kialakításánál elsődleges cél volt, hogy azok 20-25 km távolságon belül és a tömegközlekedési eszközök mellett akár kerékpárral, vagy gyalog is megközelíthetőek legyenek.

Jelen tanulmány terjedelmi korlátai nem engedik részletesen bemutatni a Frank Sörút tematikáját, azt azonban szeretnénk leszögezni, hogy Felső-Frankföldön rekord számú, több, mint 200 sörfőzde található Bayreuth, Kulmbach, Lichtenfels, Bamberg és Forchheim városainak dominanciájával (http://www.bierland-oberfranken.de). A Frank Sörút mentén négy tematikus, a sörgyártáshoz köthető múzeum található, illetve egy ún. Weissenbrunn bei Kronach, ami nem más, mint egy kis főzde, ahol látogatókból álló csoport (min. 12 fő) a sörfőzés alapjait megtanulhatja és a végén egy sörfőződiplomával, Hobbybraudiplom-mal gazdagodhatnak a csoport tagjai (http://www.bierland-oberfranken.de).

A sörút mentén természetesen különleges söröket is kóstolhatnak a látogatók (pl. füstös sörök – Aecht Schlenkeria Rauchbier, vagy az ún. kősör – Steinbier, ami autentikus módon, faedényekben készül, melybe izzó köveket raknak a sörlé felhevítésére (www.bierland-oberfranken.de).

A kézműves sör és a minősített ivó definiálása

Fontos megjegyezni, hogy a mai piaci viszonyok között a *kézműves sörök*, melyek egytől-egyig a Bajor Tisztasági Törvény alapján készülnek, csak a lehető legmagasabb színvonalú termékként képesek eljutni a vásárlóhoz. A Bayerische Reinheitsgebot 1516-ban Ingolstadt-ban lefektetett törvénye szerint a sör négy fő alapanyagból állhat:

1. tiszta víz
2. maláta
3. komló
4. sörélesztő. (mélyinterjúk alapján)

A kézműves sörökben nincs tartósító, nincs bennük semmilyen adalékanyag, nem pasztörizálják őket, így ezek a sörök nem állnak el hosszú hónapokig és nem tárolhatóak 20-25 ^{0}C-on a boltok polcain. A kézműves sörök friss sörök, 5-10 ^{0}C-on tárolva 10-20 nap az eltarthatóságuk. A kézműves sörökben nincs élesztőenzim, igazi élesztőgombával erjesztik őket, nincs bennük kukoricagríz, amivel olcsóbbá lehetne tenni a sörök előállítását (saját gyűjtés, mélyinterjúk alapján).

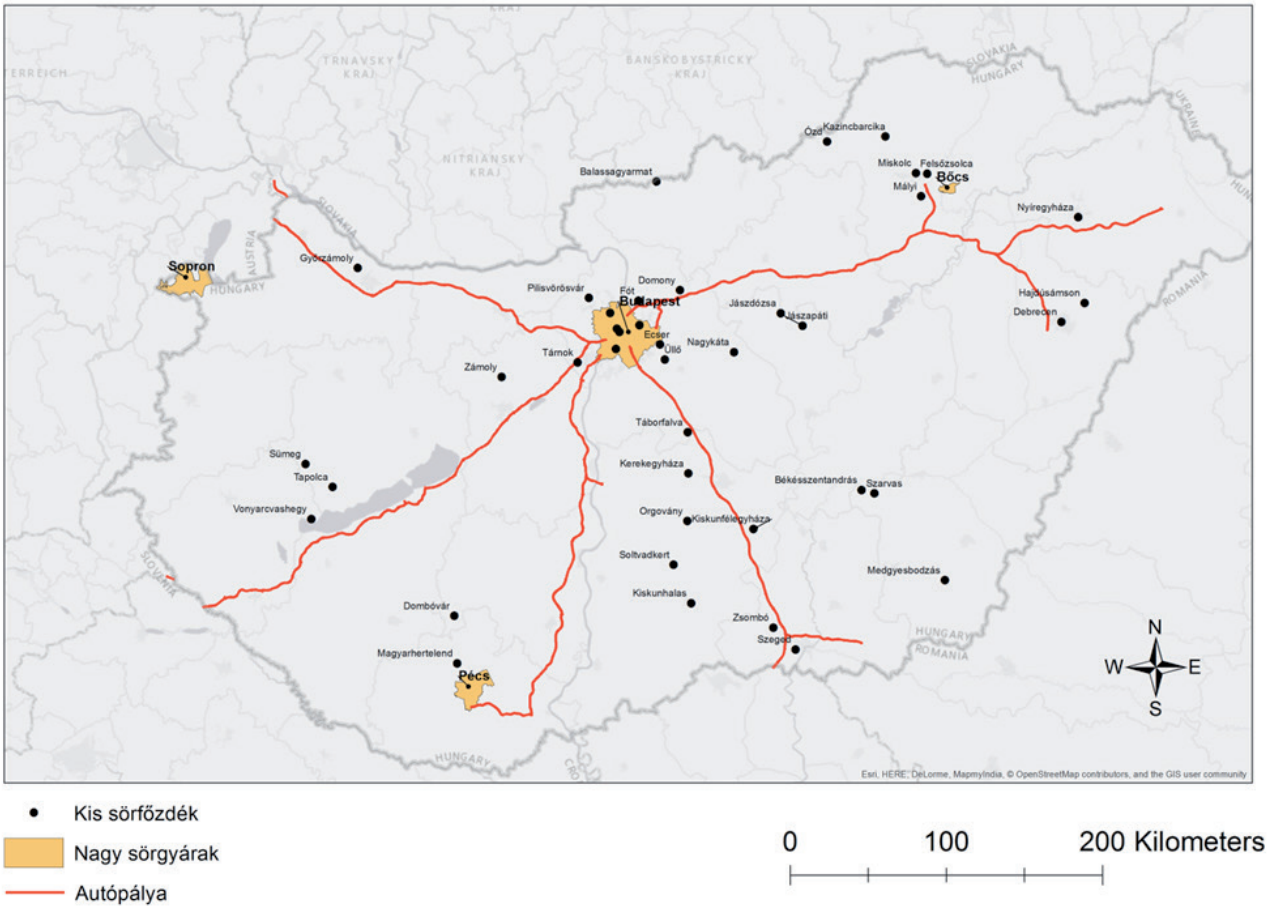
Az ún. *minősített kézműves sörivó* alatt azt értjük, mikor egy vendéglátóhely a multik kizárólagos kizárásával csak helyi (magyar) kézműves söröket és sörkülönlegességeket értékesít (saját gyűjtés, mélyinterjúk).

A HAZAI SÖRGYÁRTÁS FÖLDRAJZI-TÉRBELI SAJÁTOSSÁGAI, A SÖRUTAK KIJELÖLÉSÉNEK LEHETŐSÉGEI

Egy esetleges sörút létrehozásához az említett németországi példát vettük alapul. Eszerint egy sörút hossza 20-25 km lehet, a terület már eleve kell, hogy rendelkezzen turisztikai kereslettel és kínálattal, kell természetesen sörfőző üzem és olyan hely, ahol a sörgyártás folyamata bemutatásra kerülhet. Természetesen a hozzáadott értéket képezhetik továbbá a sörút mentén található gyalogos vagy kerékpáros túraútvonalak, természeti látnivalók, kulturális értékek, vízpart stb.

A kutatás következő fázisában már arra voltunk kíváncsiak, hogy lehetséges-e hazánkban a német mintán alapuló sörút kialakítása, így először a kis- és nagyüzemi sörfőzdék területi elhelyezkedését vizsgáltuk (3. ábra).

3. ábra: A kisüzemi és nagyüzemi sörfőzdék területi megjelenése Magyarországon (2014)
Fig. 3: The spatial appearance of the small scale and great scale breweries in Hungary

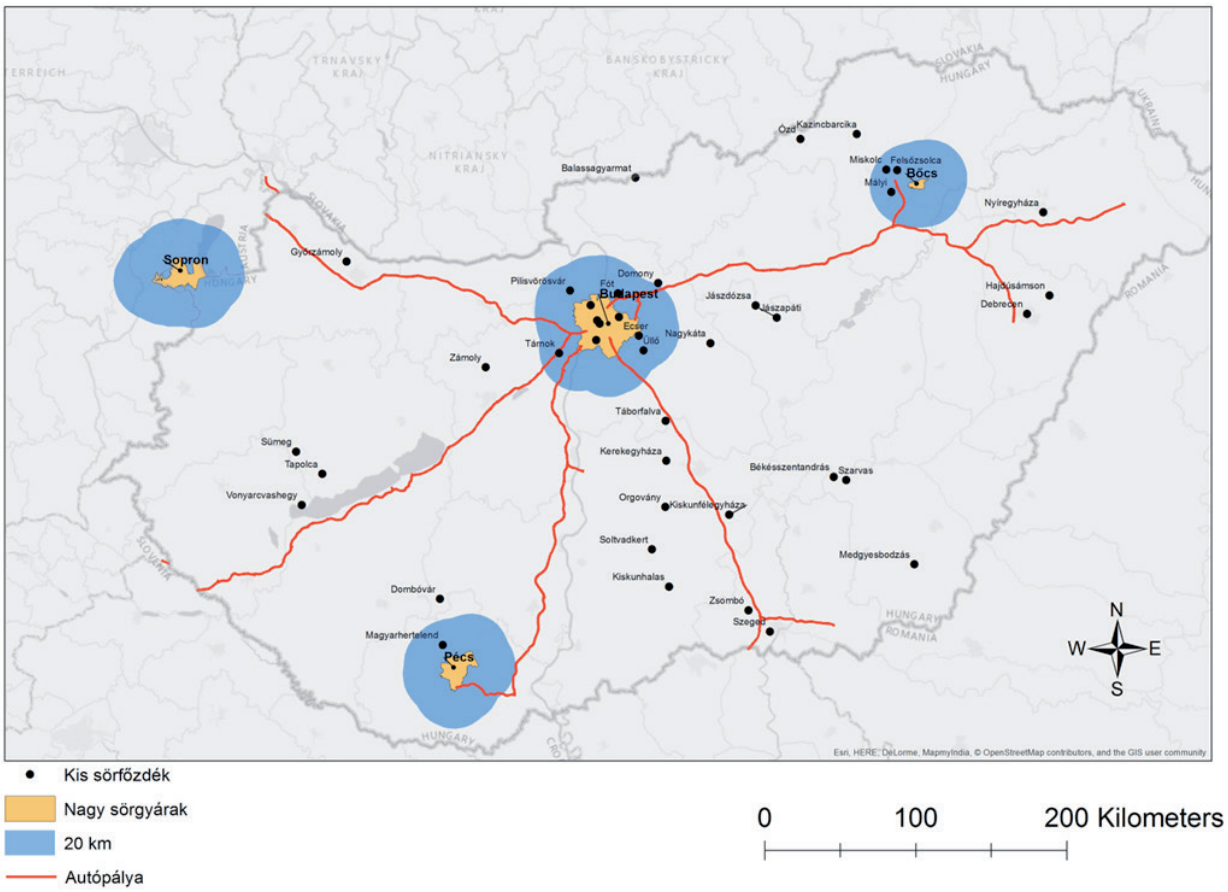


Forrás: saját
Source: own

A következő elképzelésünk az volt, hogy egy sörhöz köthető tematikus út létrehozása kapcsán szükséges lehet a tematikus út egyfajta központi helyeként funkcionáló ismert és elismert nagyüzemre is, így első körben a hazai nagyüzemek köré húztunk egy 20 km-es pufferzónát (4. ábra), melynek segítségével egyből világossá válnak a térképen a kis- és nagyüzemek csomósodási pontjai, gócterületei, melyek egy lehetséges sörút alapjait adhatják.

Meg kell jegyezzük azonban, hogy az általunk megkeresett kisüzemi főzdék tulajdonosai valamennyien elzárkóztak a nagy sörgyárakkal való együttműködéstől, mondván, hogy a nagyüzemi ún. multi-sörök nem azt a minőséget hozzák, mint a kézműves sörök és egy esetleges együttműködéssel a kézműves sörök értéke degradálódna le. Így a legtöbb kézműves sörfőzde tehát elzárkózott a nagy gyárakkal való együttműködéstől, melynek köszönhetően ezt a kutatási irányt elvetettük.

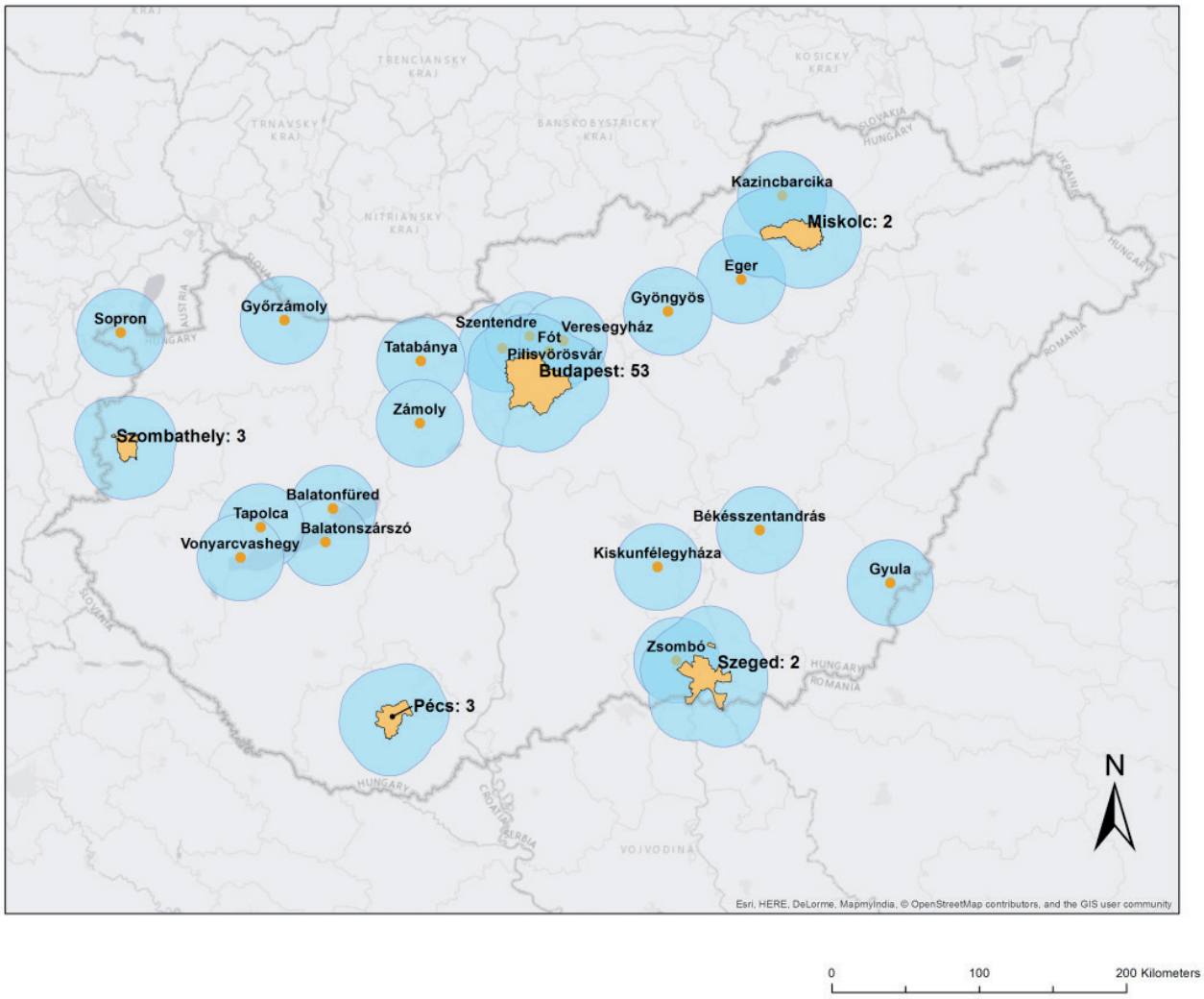
4. ábra: A nagyüzemek köré húzott 20 km-es pufferzóna és a lefedett kisüzemek
Fig. 4: The 20 km puffer zone around the great scale breweries and the covered small scale breweries



Forrás: saját
Source: own

Láthatjuk azonban, hogy a kézműves főzdék csak ritka esetszámban mutatnak megfelelő koncentrációt a földrajzi térben. A kutatás továbbá pontosan rávilágított egy hangsúlyos problémára a kisüzemi sörfőzdék szinte mindegyikénél: A kézműves sörfőzők csak ritkán rendelkeznek nagyobb tömeg befogadásra és kóstoltatásra alkalmas helyiséggel. Kézenfekvőnek tűnt tehát, hogy a minősített ivók komoly szerepet játszhatnak a sörút létrehozásának folyamatában (5. ábra).

5. ábra: A minősített ivók köré húzott 20 km-es pufferzónák
Fig. 5: The 20 km puffer zones around the qualified beer houses

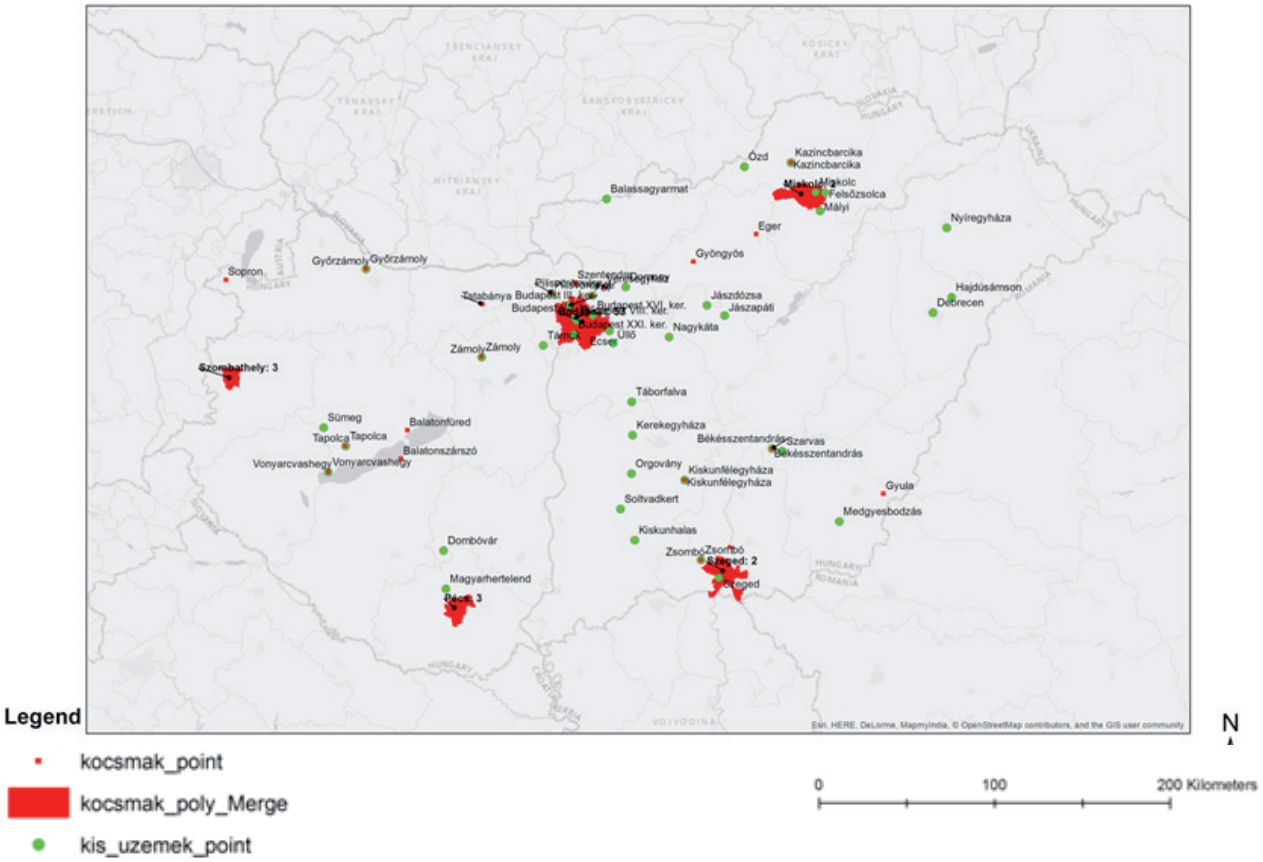


Forrás: saját
Source: own

A minősített ivók viszont egyedül nem képesek a sör gyártását komplex megközelítésben bemutatni. Megfelelő hellyel rendelkeznek, széles választékban képesek bemutatni a hazai kézműves söröket (is), be tudják mutatni egyes főzőmesterek söreit, söreinek stílusát, de a sörkedvelő nem kap komplex élményt a látogatás folyamán.

Így fontos alapvetése a munkának, hogy ha a minősített ivók és a kézműves főzdék együtt lépnek a turizmus színterére, akkor szinergiában, egymás hiányosságait pótolva képesek-e élménnyé alakítani az attrakciókat (6. ábra).

6. ábra: Minősített ivók és kézműves főzdék Magyarországon 2014-ben
Fig. 6: Qualified beer houses and craft breweries in Hungary in 2014

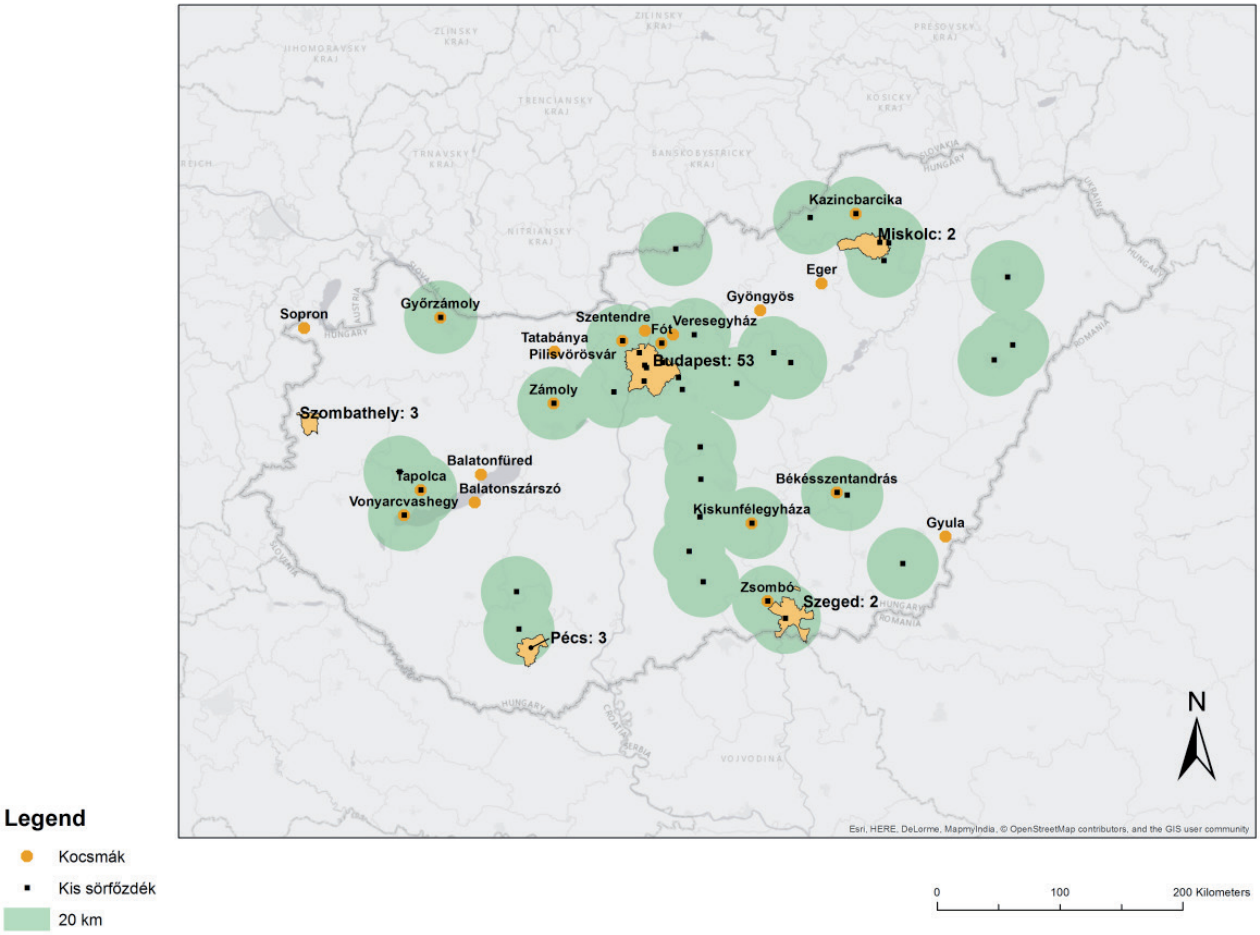


Forrás: saját
Source: own

A 6. ábrán jól látszik, hogy egyes településeken találunk kis főzdéket, másokon minősített ivókat, viszont csak néhány urbánus területen (és környezetében) van jelen mindkettő.

Ha követjük a német sörút példáját és hozzávetőleg 20 km-es sörutakat próbálunk létrehozni, akkor egészen más képet kapunk. A minősített ivók kiegészítik az általunk elképzelt sörút hiányosságait, helyet biztosítva egyes sörök nagy(obb) közönséggel való kóstoltatására, a magyar sörgyártás, a sörfogyasztás kultúrájának megismertetésére. Ezt az elképzelést tovább erősíti, hogy a kézműves sörfőzdék és a minősített ivók – primer kutatásaink alapján is – jó kapcsolatot ápolnak egymással, és az is nagyon fontos, hogy az általunk megkérdezett felek pedig kivétel nélkül belemennének egy ilyen jellegű közös együttműködésbe.

7. ábra: Kézműves sörfőzdék köré húzott 20 km-es pufferzóna a minősített ivókkal 2014-ben
Fig. 7: The 20 km puffer zones around the craft breweries with the qualified beer houses in 2014



Forrás: saját
Source: own

A 7. ábrán a kézműves sörgyárak köré húztunk egy 20 km-es zónát és megjelenítettük a minősített ivókat is (a későbbiekben természetesen ezen zónákon belül vizsgálni kell az utak adta konkrét távolságokat is). Ebben a megközelítésben a kézműves főzdék játsszák a főszerepet (látványmanufaktúra), így viszont hosszabb túrák kerülnének kialakításra. Fontos szempont továbbá, hogy olyan területeket tudjunk kijelölni, ahol eleve jelen van turizmus.

A 7. ábrán ábrázoltak szerint öt helyen jelöltünk ki potenciális sörutat:

1. *Pécs-Mecsek*: A sörúthoz a dombóvári Kissler Sörfőzde és a magyarhertelendi Kapucínus Sörfőzde tartozik, valamint három pécsi kézműves ivó.
2. *Nyugat-Balaton*: A Nyugat-Balaton sörúthoz a tapolcai Stari Sörfőzde, a vonyarcvashegyi Blonder Sörház és a sümeg-nyírlaki Osterbrau Sörfőzde tartozik. A Nyugat-Balaton sörút szerencsés helyzetben van, mert a tapolcai és vonyarcvashegyi főzde rendelkezik nagyobb létszámú vendég fogadására alkalmas terekkel és ennek a két főzőnek van saját ivója is.
3. *Budapest és környéke*: A fővárosi sörúthoz a Lehmann, a Kaltenberg, a Mister, az Erpé, a Legenda, a Szebeni és a Rizmajer Sörfőzde tartozik Budapestről, de ide tartozik még a Fóti Kézműves Sörfőzde, az ecseri Brandecker Főzde, az üllői Franzberger és tárnoki Bázis Sörfőzde is. A főzők

mellett számos (53) minősített ivó mutathatja be az ország más területein készített kézműves söröket.

4. *Miskolc*: A Miskolc környéki sörúthoz a négy miskolci sörfőzde mellett (Baráthegy, Rauschberg, Gyertyános, Zip's) a Mályi Sörfőzde, a felsőzsolcai Serforrás és a HBH Bajor Sörház tartozik, illetve a két miskolci és az egy kazincbarcikai minősített ivó is.
5. *Szeged*: A Szegedi sörúthoz a Szögedi Sörfőzde és a zsombói Fenyves Sörház tartozik. A zsombói sörház egyben ivó is, de Szegeden találunk még két minősített ivót is.

Ezeken a területeken kétségkívül a kézműves sör fogyasztása előretörőben van, egyre növekvő kereslet van tehát a minőségi sörök fogyasztása iránt, jelen vannak a kézműves főzdék és a minősített ivók, a kézműves sörökhöz kapcsolódó rendezvények is itt koncentrálódnak, illetve nem utolsósorban megfelelő kereslet is található, mind a helyi lakosság, mind pedig a látogató, vagy a turistaforgalom kapcsán.

A sikeres működtetés tárgyalásakor fontos azt is kiemelni, hogy ezeken a területeken a már létező turisztikai kínálatot kooperatív módon egészíthetné ki a sörút, így az segíthetné a térségi turizmus jövőbeli megerősödését. Azt a tényt, miszerint egy sörút nem ütné egy közeli, vagy viszonylag közeli borút vagy pálinkaút üzleti érdekeit számos szakember alátámasztotta számunkra, így a tanulmány szerzői is azt vallják, hogy inkább kiegészítenék, mintsem kioltanák egymást (a kérdéskör primer lekutatása egyik további feladatunk).

A KUTATÁS TOVÁBBI IRÁNYAI

A tanulmányban bemutatott kutatás számos további kérdést és kutatási irányt vet fel mind az elmélet, mind pedig a gyakorlati megvalósíthatóság kapcsán.

A kínálati oldalon fontos cél lehet további sörfőzdék megkeresése és motivációik felmérése.

A sörtípusok területiségének vizsgálata, egyes sörfajták térbeli elrendeződésének kérdési ugyancsak izgalmas kutatási téma lehet.

Érdemes felmérni további szolgáltatók bevonásának lehetőségeit is a sörút működtetésébe, üzleteket, viszonteladókat keresni a kézműves sör és a létrehozott sörutak népszerűsítéséhez.

A kutatás legfontosabb folytatási iránya azonban egy valóban működtethető sörút kialakítása lesz, melyhez többek közt szükségesnek látjuk a kézműves sörök marketingjének erősítését, a gasztroutak támogatására irányuló elsősorban EU-s és hazai források felmérését, vagy a kézműves főzdék későbbi hálózatosodási esélyeinek (klaszteresedés) kutatását.

ÖSSZEFOGLALÁS, KÖVETKEZTETÉSEK

Hazánkban a sörrel, mint gasztroturisztikai kínálattal kapcsolatban még nem születtek tudományos írásművek, pedig a sörfogyasztás kultúrája egyre nagyobb teret nyer.

A kutatás egyértelműen rávilágít arra, hogy ma Magyarországon a kézműves sörök fejlődési pályára álltak mind a kínálat, mind pedig a kereslet oldaláról. Közel félszáz kisüzem, több száz fajta sörét kínálja a fogyasztóknak, ellenben a termék meglehetősen nehézkes módon jut el a végső

fogyasztókig, sörkedvelőkig, ezért véleményünk szerint a kézműves sört értékesítő vendéglátóhelyek és üzletek számát mindenképpen növelni kellene.

Az általunk kijelölt potenciális sörutak jól mutatják, hogy vannak olyan területek, ahol a kézműves sör fogyasztásának térbeli sűrűsödési gócai mutathatóak ki, megfelelő alapot szolgáltatva a sörön alapuló tematikus turizmus kialakításának. A térbeli sűrűsödés alapja a kereslet oldaláról indokolható, hiszen a kézműves sörök nem olcsó termékek, így az amúgy rendkívül árérzékeny magyar piacon csak azokon a területeken érdemes/lehet minősített ivót, illetve olyan vendéglátóhelyet nyitni, ahol van fizetőképes vendégkör, ahol szívesen fogyasztanának és – anyagi helyzetükből adódóan – tudnak fogyasztani magasabb minőségű, de drágább sört is. Ezek a helyek hazánkban megítélésünk szerint leginkább a nagyobb városokban, üdülőterületeken jöhetnek létre a piaci jelenlét alapján.

Fontos továbbá megjegyeznünk, hogy megítélésünk szerint sörutakat csak olyan területeken lehet sikeresen létrehozni, ahol a terület eleve rendelkezik turistaforgalommal, a kínálat diverzifikálása pedig jó hívó szó lehet a potenciális turisták számára. A sörút kialakításánál további fontos feltétel, hogy olyan területeket jelöljünk ki, ahol a helyi termékek iránti kereslet élénk.

Ha a fentieket figyelembe véve alakítjuk a hazai kézműves sörök jövőjét, akkor véleményünk szerint a sör képes lesz a hazai tematikus gasztronómiai kínálatot tovább differenciálni és gazdagítani.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Aubert A. (szerk.) (2006a): Desztináció – építés és – menedzsment. Dél-dunántúli Turizmus Kiskönyvek. Bocz Nyomda, Pécs, 119 p.

Aubert A. (szerk.) (2006b): Magyarország idegenforgalma – Szakkönyv és atlasz. Cartographia Tankönyvkiadó, Budapest, 64 p.

Aubert A. (szerk.) (2007): A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei. PTE-TTK-Földrajzi Intézet, Pécs, 391 p.

Bujdosó Z. – Szűcs Cs. (2012a): A new way of gastronomic tourism: Beer tourism. Acta Turistica Nova, 6 (1) pp. 5-20.

Bujdosó Z. – Szűcs Cs. (2012b): Beer tourism – from theory to practice. Academica Turistica, 5 (1) pp. 103-111.

Csapó, J. – Jónás – Berki, M. – Gelányi, N. – Marton, G. (2010): The Apperance and Role of Ethnic Groups in the Economy of South Transdanubia on the Example of Wine Tourism. The role of the tourism in the territorial development 3: (3) pp. 1-8.

Csizmadia L. – Erdősi M. – Szabó G. in: Erdősi M. – Szabó G. (szerk.) 2012: Borturizmus-marketing: Gyakorlati ismeretek. Magyar Borutak Kft., Budapest, 166 p.

Dávid L. – Kerekesné Mayer Á. – Remenyik B. – Bujdosó Z. (2011) A versenyképes gasztroturisztikai termékfejlesztés lehetőségei. In: Liebmann Lajos, Marosvölgyi Béla, Solymos Rezső (szerk.) Innováció a Károly Róbert Főiskolán. Konferencia helye, ideje: Atkár, Magyarország, 2011.02.17 Gyöngyös:Károly Róbert Főiskola, pp. 47-52.

Forman B. (2009): Borturizmus és vidékfejlesztés. A Falu 24 (4) pp. 91-92.

Freyer, W. (2006): Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Oldenbourg, 568 p.

Gross, S. (2011): Tourismus und Verkehr. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Oldenbourg, 442 p.

Hanusz Á. (2008): Pálinka klaszter: „Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei pálinka út". In: Tiszteletkötet Dr. Göőz Lajos professzor 80. születésnapjára / szerk. Hanusz Árpád. – Nyíregyháza: Nyíregyházi Főiskola Természettudományi Főiskolai Kar Turizmus- és Földrajztudományi Intézete, pp. 117-125.

Jónás – Berki, M. – Csapó, J. (2008): The Geographical Basis for the Development of Thematic Routes. Geographica Pannonia Nova 3: (1) pp. 161-173

Máté A. (2007): A „Pannon borrégió" borútjainak összehasonlító értékelése. MODERN GEOGRÁFIA 4: pp. 1-15.

Máté A. (2011): Wine routes in the South Transdanubian Tourism Region. In: Nagy Janka Teodóra, Raffay Zoltán, Béres István, Kurucz Rózsa, Jász Krisztina (szerk.) Acta Szekszardiensium. Universitas Quinqueecclesiensis, Facultas de Illyés Gyula Nominata. Tom. XIII: Scientific Publications XIII. PTE IGYK. Szekszárd: Pécsi Tudományegyetem Illyés Gyula Kar, pp. 59-72.

Máté A. – Szabó G. (2012): A borturizmus Magyarországon in: Aubert A. (szerk.) Magyarország idegenforgalmi földrajza – Szakkönyv és Atlasz. Cartographia Tankönyvkiadó, Budapest, pp. 42-45.

Puczkó L. – Rátz T. (2011): Az attrakciótól az élményig. Akadémiai Kiadó, Budapest, 342 p.

Richards, G. (szerk.) (2003): Tourism and gastronomy. Routledge, London, 235 p.

Steinecke, A. (2007): Kulturtourismus. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Oldenbourg, 362 p.

Sven, G. (2011): Tourismus und Verkehr: Grundlagen, Marktanalyse und Strategien von Verkehrsunternehmen. Oldenbourg Wissenschaftsverlag, Oldenbourg, 464 p.

Szabó G. 2013: Helyi termékek és terroir termékek, mint attrakciók a turizmusban. In: Gonda Tibor (szerk.) Domaći okusi – Domaće vrijednosti: gastrokulturno nasljeđe Baranje: Helyi ízek - helyi értékek: gasztrokulturális hagyományok a határ mentén. Local tastes – local values: Gastrocultural traditions along the border. 136 p. Knezevi Vinogradi: Horvátországi Magyar Vállalkozók Szövetsége, pp. 1-18.

Várhelyi T. (2012): Borturizmus. EKF Líceum Kiadó, Eger, 149 p.

http://www.bierstrasse.de

http://www.bierland-oberfranken.de