

A SÖRGYÁRTÁS, MINT IPARI ÖRÖKSÉG TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSI LEHETŐSÉGEINEK ESÉLYEI MAGYARORSZÁGON – AZ ELSŐ LÉPÉSEK

Csapó János¹ – Pintér Réka² – Wetzl Viktor³

¹ Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar, csapoj@gamma.ttk.pte.hu

² Pécsi Tudományegyetem Földtudományok Doktori Iskola, reka1228@gamma.ttk.pte.hu

³ Pécsi Tudományegyetem Földtudományok Doktori Iskola, viktorwetzl@gmail.com

Absztrakt

A nemzetközi turisztikai trendek egyik markáns vonala a gasztronómia szerepének erősödése, az étel és italkultúra mind komolyabb mértékű megjelenése az utazási motivációk közt. Egy másik, bár mára már hagyományosabb trend a kulturális turizmus szerepének folyamatos erősödése, amin belül az ipari örökség iránti érdeklődés szintén növekvő tendenciákat mutat, igaz, inkább Nyugat-Európában és Észak-Amerikában. Felismerve a témakör hazai turisztikai folyamataiban is betöltött fontosságát, a kutatás egy, a közelmúltban felértékelődő és egyben újrapozícionálódó ital, a sör és annak gyártása és kultúrája köré felépíthető lehetséges turisztikai vonzatokat és lehetőségeket kívánja vizsgálni elsősorban a sörgyártás, mint ipari örökség turisztikai hasznosítási lehetőségei tekintetében. A véleményünk szerint hazánkban a turizmusföldrajzban eleddig még igen kevésbé kutatott területet publikáló tanulmányban feltárássra kerülnek a sör gyártásának hazai területi aspektusai, a sörkultúra kiépítésének fontossága és lehetőségei, illetve a sörgyártás, mint ipari örökség bemutatási lehetőségei is.

Kulcsszavak: sörgyártás, sörturizmus, ipari örökség, sörút, Magyarország

Abstract

Recognising the importance of the topic, this research intends to deal with the possible tourism relations of beer manufacturing as a form of industrial heritage in general and as a case study in Hungary. It was also an important reason of writing this paper that this area in Hungary is not yet researched adequately enough, especially concerning tourism geographical aspects. In order to do so we intend to demonstrate the spatial relations of beer manufacturing, the importance of the creation of beer culture and the exhibition possibilities of beer manufacturing as industrial heritage.

Keywords: beer manufacturing, beer tourism, industrial heritage, beer route, Hungary

Bevezetés

Kutatásunk fő célja felmérni és feltárni a sörgyártás kapcsán azonosítható ipari örökség turizmus szempontjából hasznosítható hazai potenciálját, azaz a sörgyártás ipari termelésének tárgyi-szellemi értékeit, amelyek, megfelelő termékfejlesztési stratégia és marketing mellett véleményünk szerint megfelelő potenciállal léphetnének be a hazai turisztikai folyamatokba. Az egyik fő kérdés és célkitűzés tehát annak felmérése, hogy mik lehetnek a sörgyártás, mint ipari örökség turisztikai vonzerői és azok milyen módon és formában lehetnek hasznosíthatók a turizmusfejlesztésben. Jelen tanulmány alaphipotézise, hogy hazánkban a sör is megjelenhet, mint tematikus termék a hazai turisztikai kínálatban.

A másik fontos tényező, hogy véleményünk szerint egyrészt nemcsak a világban, hanem már hazánkban is zajlik egyfajta sörforradalom, amivel párhuzamosan egyre komolyabb igény mutatkozik a sörkultúra kialakítására, melynek során a minőség és az értékek biztosítása mellett a tájékoztatás, a tanítás is fontos szerepet tölt be. Véleményünk szerint a sörfogyasztásnak hasonló rangú és pozíciójú kultúráját lehet kiépíteni hazánkban, mint ami a rendszerváltás utáni időkben ment végbe a bor és a pálinka kapcsán.

Mindezen hipotézisünket tehát egyrészt alátámasztja a hazai sörgyártás évszázados tradíciója (pl. Dreher Sörgyárak Zrt. 1854 óta, Pécsi Sörfőzde 1848 óta) és a nemzetközi trendeknek megfelelően a sör, mint ital átértékelődése (újrapozicionálás) is, hiszen nemcsak az ún. multisörök, hanem a kézműves sörök fogyasztása és a kisüzemi sörfőzdek tevékenysége is egyre növekvő népszerűségnek örvend (BUJDOSÓ – SZÜCS 2012a, 2012b). Fentiekben túl elvégeztünk egy 500 mintán alapuló kérdőíves primer kutatást is, amelyben szintén igazolni láttuk feltevéseinket immár a fogyasztó, vagy a leendő fogyasztó oldaláról is.

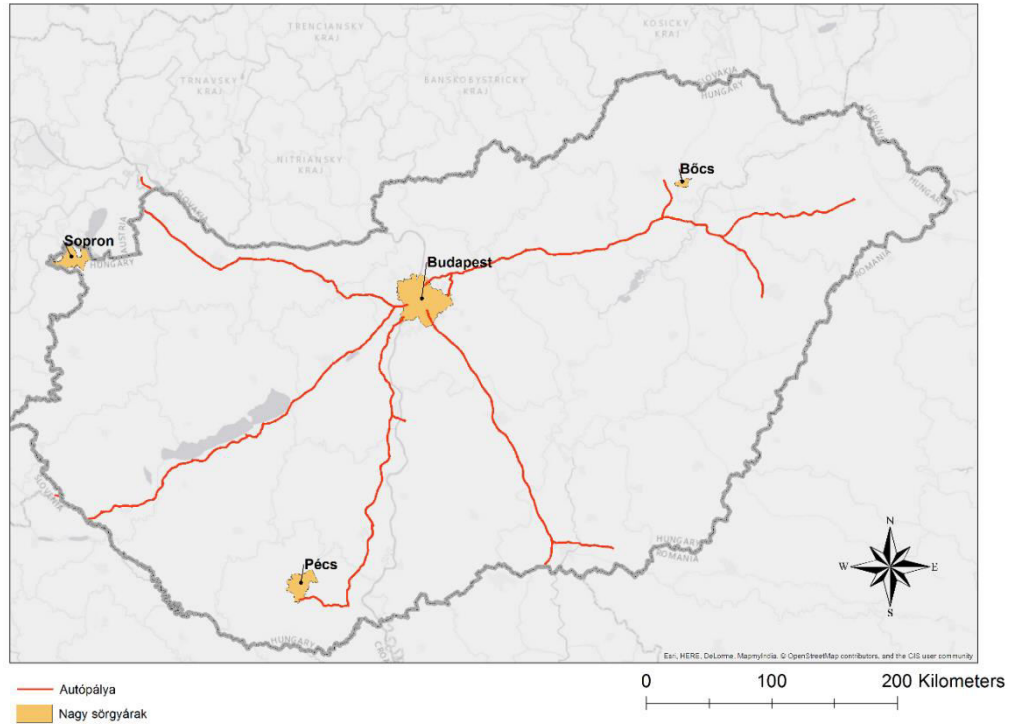
A kutatásban fontos szerepet tölt be továbbá a magyar sörgyártás térbeli aspektusainak a vizsgálata, a történelmi-kulturális gyökerek feltárása, továbbá a turisztikai hasznosítás módjainak és lehetőségeinek a meghatározása.

1. Eredmények

1.1. A hazai sörgyártás földrajzi-térbeli sajátosságai

Kutatásunk egyik célja volt megismerni a magyar sörgyártás térbeliségét. A sörgyártás történelme folyamán a nagy sörgyárak elsősorban a piaci igényeket próbálták kiszolgálni, így azok a fellépő kereslet adta helyeken jelentek meg (1. ábra), illetve minden esetben egy bő- és tisztavízű forrásra telepedtek.

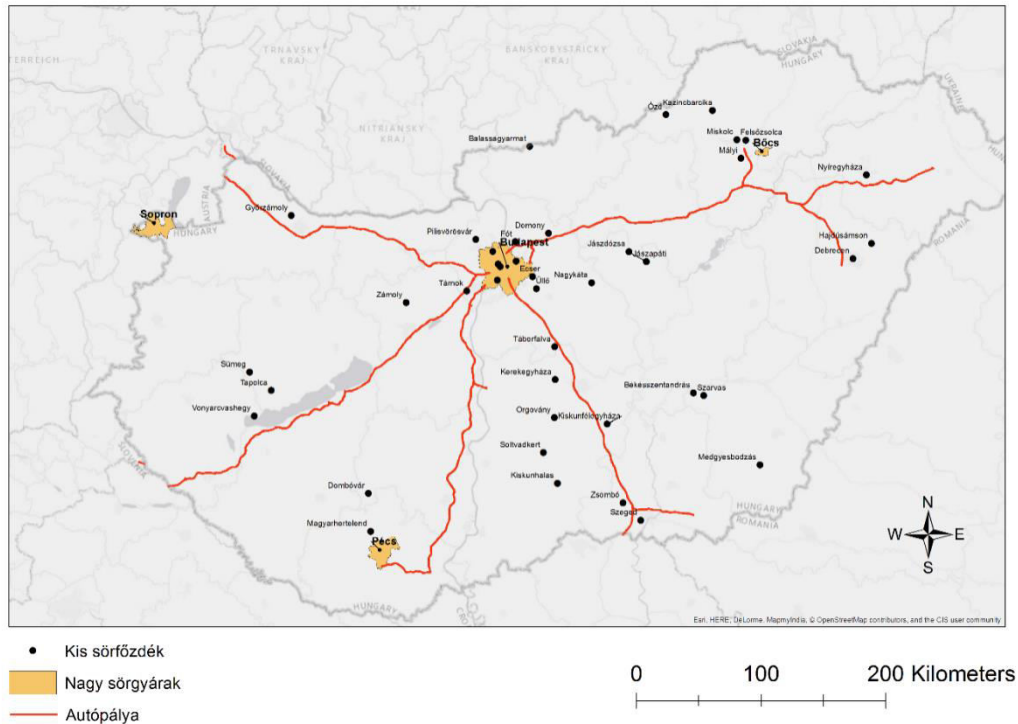
1. ábra: A nagy sörgyárak területi elhelyezkedése Magyarországon (2016)



Szerk. WETZL V. 2016

A kisüzemek kapcsán azonban már más helyzet körvonalazódott. A mélyinterjúk készítése során, a megkérdezett kisüzemi főző tulajdonosok válaszaiból egyértelműen kiderült, hogy a kisüzemek általában egyes mikrotérségek központjaiban jöttek létre, és onnan szállították az italt a térség kisebb településeibe. A korai városi piacokat a nagyüzemek ki tudták szolgálni, ezért az urbánus térség jobb piacot nem jelentett. A mai piaci trendek szerint Magyarországon egy igazán nagy piac van, Budapest, tehát a nagy gyárak mellé való berendezkedés jobb értékesítési potenciállal sem jár. A modern logisztika és szállítmányozási lehetőségek lehetővé teszik az alapanyagok eljutását Magyarország bármelyik szegletébe, tehát az alapanyagok beszerzése sem jelent problémát a kisüzemek számára (2. ábra).

2. ábra: Kisüzemi és nagyüzemi sörfőzdék Magyarországon 2016-ban



Szerk. WETZL V. 2016

Az M5-ös autópálya mentén felfedezhető térbeli sűrűsödésre nem találtunk egyértelmű magyarázatot, ezért felkerestük a Kisüzemi Sörfőzdék Egyesületének az elnökét Vaskó Györgyöt, aki válaszában azt hangsúlyozta, hogy az Alföldön a rendszerváltás után a kisebb vállalalkozási kedv, a nyugati határvidékhez képest kevesebb kitorési lehetőség volt jellemző, így a veszteségesé váló és nagy erőfeszítések árán működtethető sörfőzdéket megtartották a családok a jobb megélhetés reményében (2. ábra).

1.2. Az ipari örökség és a turizmus kapcsolata

Fentiekből kiindulva tehát a témaválasztás egyik fontos alapját az a felismerés adja, miszerint a kulturális turizmus az idegenforgalom napjaink egyik legnépszerűbb és legjobban fejlődő turisztikai termékcsoportja (CSAPÓ – MATESZ 2007, AUBERT – MARTON – RAFFAY Z. 2015, GONDA – BENCSIKNÉ AUBERT – PÁLFI 2016, MARTON 2009), melynek fontos szegmense az ipari örökség és annak turisztikai hasznosítása (CAMERON 2000, XIE 2015).

Ez a turisztikai hasznosítás Nyugat-Európában és Észak-Amerikában már több évtizedes múltra és sikeres gyakorlatokra vezethető vissza (LI – SOYEZ 2006, SCHMIDT 1988, COLE 2004), hazánkban azonban, annak ellenére, hogy véleményünk szerint megfelelő mennyiségű és minőségű ipari örökség áll itthon is rendelkezésünkre – néhány kísérletet leszámítva – a témának mind a kutatása, mind pedig a gyakorlati kiépülése hiányos és további lehetőségeket rejt magában.

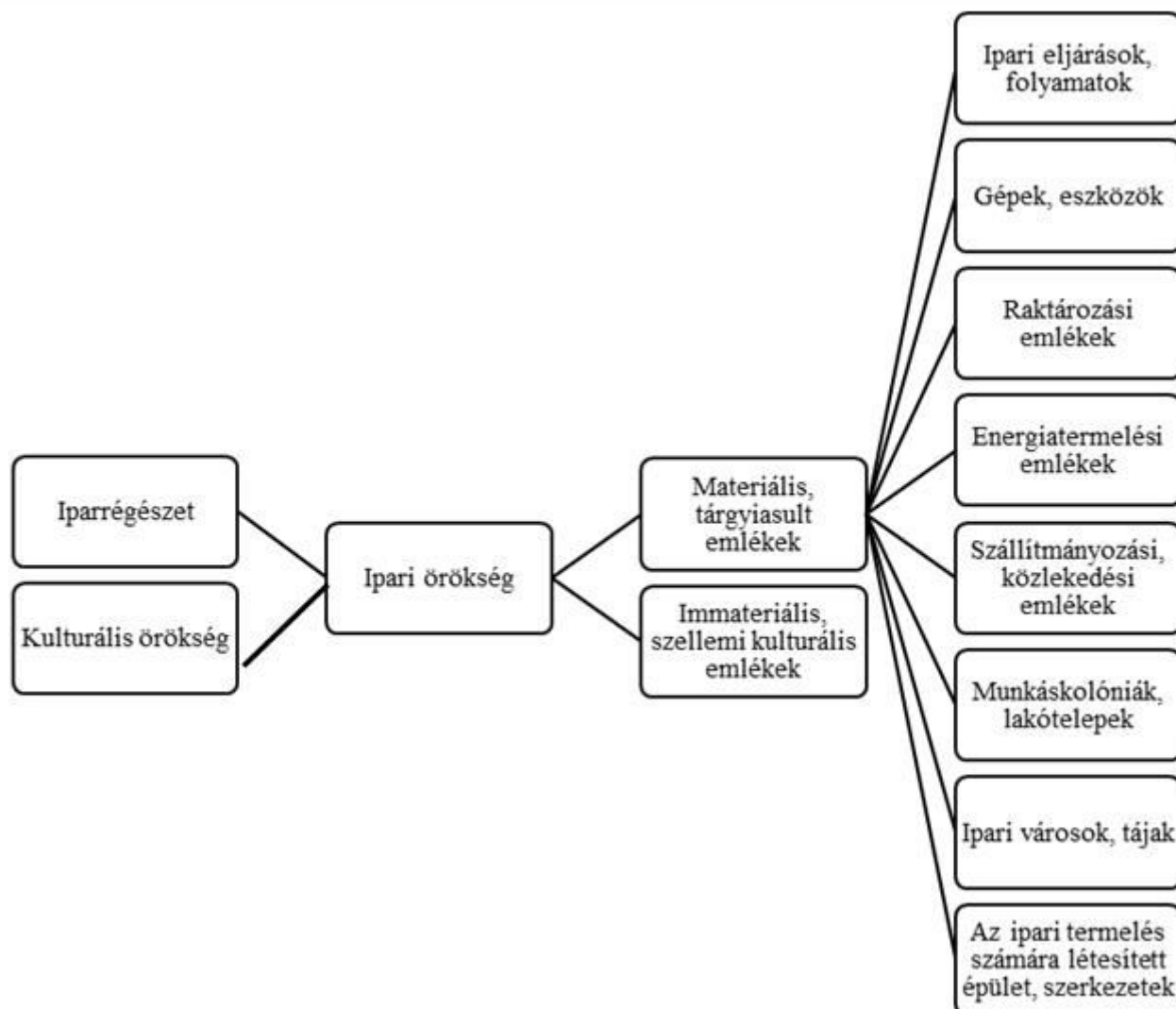
Hazai turizmusföldrajz kutatóink jobbára a nagyobb halmazt alkotó kulturális turizmus elméleti és gyakorlati megközelítéseivel foglalkoztak (ÁSVÁNYI 2014, JANCSIK 2014, BUJDOSÓ ET AL. 2013, CSAPÓ – PIRKHOFFER 2009, HUSZ 2007, RÁTZ 2008, BERKI – GONDA 2006), átfogó munka a hazai ipari örökség konkrét turisztikai hasznosítási lehetőségeiről eddig azonban nem született, hiszen az ipari örökséggel foglalkozó szakemberek jobbára Észak-Magyarország potenciálját és lehetőségeit mérték fel (FEKETE 2013, KOVARSZKI 2002, NÉMETH 2004, 2005, NAGY – PISKÓTI 2014, TÓTH ET AL. 2005).

Azonban mielőtt bemutatnánk, hogyan válhat az ipar, illetve annak örökségi elemei új turisztikai kínálati elemmé, fontos definiálni az ipari örökség fogalmát. A 2003-ban elfogadott Nyizsnyij Tagil Karta (<http://ticcih.org/about/charter/>) alapján, „az ipari örökség magában foglalja az ipari kultúra emlékeit, melyek történeti, műszaki, társadalmi és tudományos értékekkel bírnak. Az ipari örökség tárgykörébe az ipari épületek, gépek, műhelyek, malmok, gyárak, bányák, finomítók, raktárépületek, erőművek, közlekedési és infrastrukturális elemek tartoznak; valamint az egyéb, iparral kapcsolatos, társadalmi célokat szolgáló lakónegyedek, templomok és iskolák.” Ezen felül OTGAR et al. (2010) hangsúlyozza, hogy ipari turizmus alatt a különféle mezőgazdasági egységek látogatása is értendő.

A fenti meghatározásból tehát kitűnik, hogy az örökség fogalmához az általánosan társított múlt szó mellett a jelen időszíkjá is jelentős szereppel bír e téma-specifikus turizmusforma tárgyalásánál. Mindamellet ki kell emelnünk, hogy az örökség jellegéből adódóan, a turisztikai vonzerő vagy desztináció alapját olyan mesterséges, ember alkotta emlékek képezik, melyek a múltban nem turisztikai vagy rekreációs célból jöttek létre. Ellenben, az ipari emlékek megőrzése vagy átalakítása megjelenhet a turizmus keretei között, turistaérkezést kiváltva az adott turisztikai desztinációban. Mindemellet a Nyizsnyij Tagil Karta kitér arra a tényre, miszerint az ipari régészet, mint interdiszciplináris eljárás, tanulmányozza azokat a materiális és immateriális bizonyítékokat, melyek vagy az ipari folyamatok következtében jöttek létre, vagy azok érdekében alkották őket. Tehát az ipari örökség egyben a kulturális turizmus és az iparrégészet része is (NÉMETH 2005) (3. ábra).

Természetesen az interdiszciplináris jelleg sokrétű tudományos megközelítést – geográfia, történettudomány, régészet, építészet –, illetve kutatási eljárást von maga után, azonban a geográfiai vizsgálatok között érdemes kiemelni a turizmus (földrajz) településfejlesztési eszköztárát, megteremtve ezzel a kapcsolatot az ipari örökség és a turizmus között. A dezindusztrializáció és a terciálizáció térnyerésének következtében a múltban hátrahagyott, funkciót vesztett, jelenleg kihasználatlan ipari zárványterületek, valamint a ma is működő gyárak technológiai és termelési folyamatai a (poszt) ipari turizmus új, alternatív irányokat követő attrakcióivá léphetnek elő (MARTYIN ET AL. 2013), mely NÉMETH GY. (2005) alapján egy több lépcsős, revitalizációs és szelektálási folyamat eredménye (3. ábra).

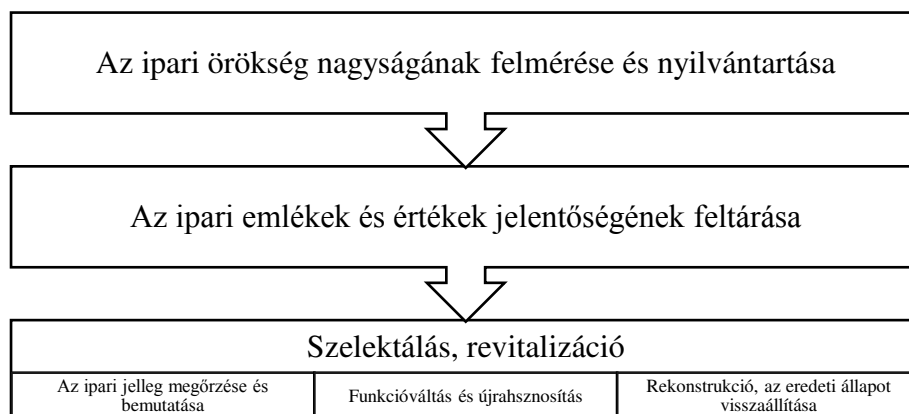
3. ábra: Az ipari örökség helye és felépítése



Forrás: NÉMETH GY. (2005) alapján szerkesztette PINTÉR R. (2016)

A téma létjogosultságát mutatják többek között azok az egyes nemzeti – *The Association for Industrial Archaeology*, *The Industrial Heritage Association of Ireland* –, valamint nemzetközi szervezetek – *The International Committee for the Conservation of the Industrial Heritage*, *European Route of Industrial Heritage* –, melyek az ipari örökség megőrzése, bemutatása és fenntartása érdekében jöttek létre. Ezen felül, az UNESCO világörökségi rangra emelte a legkiemelkedőbb attrakciókat, egyetemes megőrzésük érdekében. Ezen turisztikai vonzerők tehát olyan emberi alkotószellemi remekművek vagy tájak, melyekre jelentős mértékben hatott a technológia, átalakítva ezzel az adott táj képét. Jelenleg az UNESCO Világörökségi Listáján, a kulturális örökség kategóriában, 45 ipari örökségen alapuló attrakció található, mely a világörökségek 4%-át, a kulturális örökségeknek pedig 5,6%-át teszi ki.

4. ábra: Az ipari örökség megőrzésének folyamata



Forrás: NÉMETH GY. (2005) alapján szerkesztette PINTÉR R. (2016)

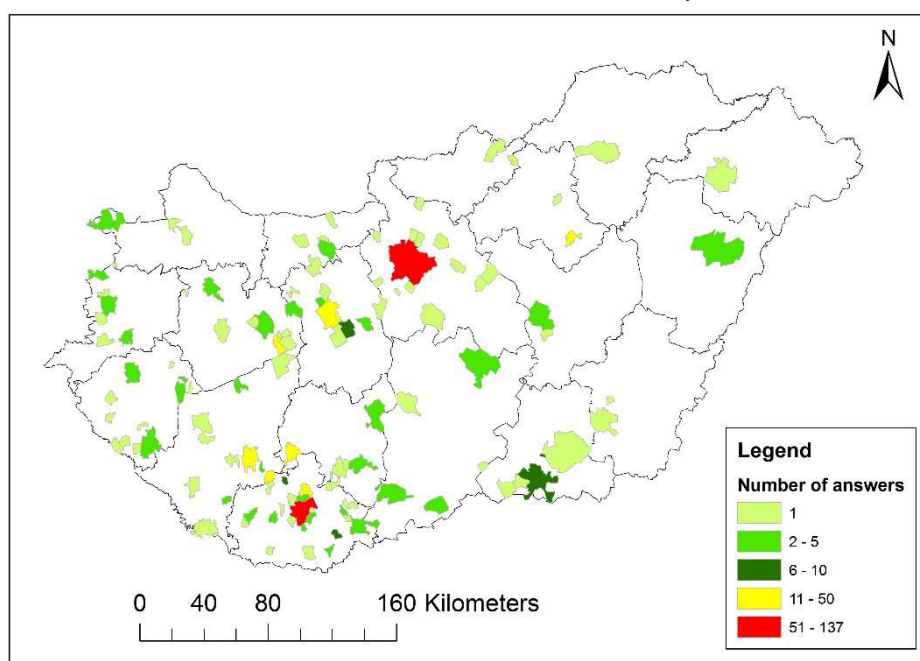
A nemzetközi turisztikai kínálati tendenciákra tekintve tehát, szembejön az ipari turizmus egyre markánsabb megjelenése, elsősorban a gazdag ipari múlttal rendelkező országokban (USA, Japán, Nagy-Britannia, Németország, Csehország, Lengyelország) (CHMIELEWSKA – LAMPARSKA 2012, SULIMOWSKA-OCIEPKA 2015, STASZEWSKA – ŻEMŁA 2013). Európában, felismerve a gazdasági szerkezetváltás következményeiben rejlő turisztikai lehetőségeket, élen jár Északnyugat-Anglia, a „Black-Country” vidék, a Ruhr-vidék, Saarland, Felső-Szilézia és Morvaország, ahol a pontszerűen elhelyezkedő attrakciók mellett, tematikus utak is – *Route der Industriekultur, Industrial Route of the Silesian Voivodeship* – hozzájárulnak a regionális településfejlesztéshez (CHMIELEWSKA – LAMPARSKA 2012).

A számos sikeres nemzetközi kezdeményezés mellett hazánkban az ipari örökség inkább együtt jár a „fejletlen térség, pusztulás, kihasználatlanság, rozsdá” asszociációkkal, mintsem a vonzó turisztikai vonzerővel (CSAPÓ ET AL. 2016). Többek között, kezdő lépésként 2009-ben létrejött a Műszaki Örökség Program, abból a célból, hogy népszerűsítse a technikatörténeti múzeumokat és alternatívát kínáljon a kulturális turizmuson belül. A projekt keretein belül látogatóbarát múzeumi terek kerültek kialakításra, illetve kiadásra került egy rendhagyó útikönyv (FEKETE – KOVÁCS 2013), mely elsősorban a technikatörténeti múzeumokat helyezi előtérbe. Ezek a turisztikai infrastrukturális elemek tehát a megőrzés és bemutatás célját szolgálva helyi, regionális vonzerőként jelenhetnek meg, legfőképp osztálykirándulások alkalmával. Ezen felül, civil kezdeményezésként létrejött a *Vaskultúra útja*, összefogva 12 magyar és 18 szlovák települést, azonban a nem megfelelő személyi és anyagi háttér hiányában, az 2015-ben végelszámolással megszűnt. Összességében a magyarországi ipari turizmus leginkább az élelmiszeriparban figyelhető meg – bor, pálinka, sör – (MARTYIN ET AL. 2013, CSAPÓ – WETZL 2015, SZABÓ 2012), s további kiaknázatlan lehetőségeket rejt magában.

1.3. A kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása

Egy új turisztikai termék, vagy szolgáltatás bevezetésénél (is) alapvető tényező a kereslet felmérése, annak érdekében, hogy tisztában legyünk a tervezési folyamat legelején a kritikus tömeg hozzáállásával. Jelen kutatásban a potenciális kereslet felmérését online kérdőíves lekérdezéssel végeztük el. Az online kérdőív sokasága nem volt reprezentatív, de az elemszáma véleményünk szerint következtetések levonására mindenképp alkalmas. A kérdőívet 2015. októbertől és decembertől összesen 497 válaszadó töltötte ki, akiknek a területi eloszlását a következő ábra szemlélteti (5. ábra). Az ábrán jól látszik, hogy az ország valamennyi megyéjéből voltak tehát válaszadóink, ugyanakkor azt is megfigyelhetjük, hogy Pécs, illetve Budapest kiemelkedik ebben a területi eloszlásban.

5. ábra: A kérdőívre válaszolók térbeli elhelyezkedése

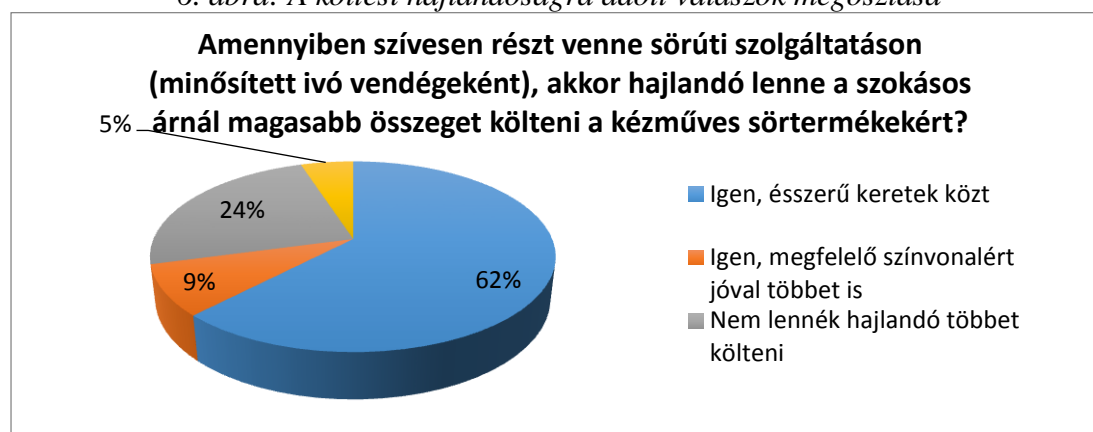


Szerk. WETZL V. 2016

A válaszadók életkor szerinti megoszlása tekintetében leszögezhető, hogy a kitöltési hajlandóság alapvetően a 18-35 év közötti korosztályt jellemezte, azonban mivel a 35-50 év közötti korosztály is 28%-kal képviselte magát és az 50-65 év közöttiek aránya is 13% volt, így megítélésünk szerint a potenciális célközönség megfelelő arányban került megkérdezésre. A feltett kérdésekből az is egyértelművé vált, hogy a válaszadók 97%-a mutat érdeklődést a kézműves sörök fogyasztása iránt, illetve a közel kétharmaduk már fogyasztott is kézműves sört.

A kézműves sörök, a sörturizmus és egy esetleges sörút értelmezése, mint új turisztikai termék kapcsán természetesen az árszínvonal oldaláról is szükséges vizsgálni a kérdéskört. A 6. ábra tanúsága szerint az árszínvonal tekintetében alapvetően nagyon érzékeny magyar piac kérdőíves sokaságának nagyobbik része, több, mint 70%-a, ésszerű keretek közt hajlandó lenne a szokásosnál többet fizetni a cikkben jellemzett szolgáltatásért, ugyanakkor érdemes azt is leszögeznünk, hogy a válaszadók közel negyede nem fizetne a magasabb színvonalú szolgáltatásért, az ismeretlen turisztikai termék kapcsán pedig mintegy 25 adatközlő nem tudta eldönteni a kérdésre adandó választ.

6. ábra: A költségi hajlandóságra adott válaszok megoszlása

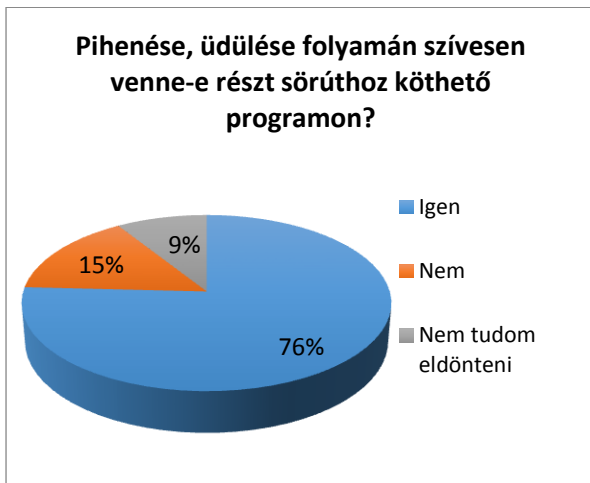


Szerk. WETZL V. 2016

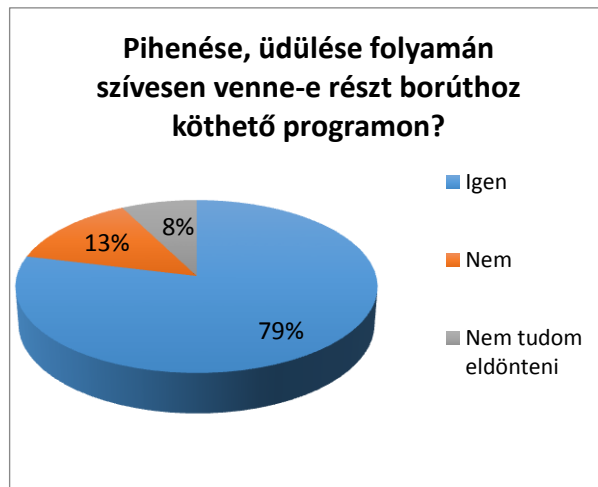
A megkérdezés során kitértünk az adatközlők vagyoni helyzetére is, ahol egy 1-10 skálán kellett értékelniük saját, és családjuk vagyoni helyzetét. Megvizsgáltuk, hogy van-e bármilyen összefüggés a nagyobb költségi hajlandóság és a jobb anyagi kondíciók közt, de az adatok egyszerű statisztikai elemzése után azt tapasztaltuk, hogy nincs releváns összefüggés.

A következő alapvető kérdés, melyet a tervezési folyamatban folyamatosan szem előtt kell tartani, hogy a magyar sörgyártás a kereslet szerint megfelelő alapot tud-e nyújtani sörutak létrehozásához. A megkérdezettek több, mint fele (54%) szerint hazánk sörgyártása megfelelő alapot tudna nyújtani sörutak létrehozásához, viszont majdnem egyharmada (28%) szerint ez a potenciál elégtelen lenne. A döntésképtelenek aránya is viszonylag magas, 18%, ami véleményünk szerint alapvetően a turisztikai termék alacsony ismertségének tudható be és annak is, hogy a megkérdezettek lényegében nincsenek tisztában a magyar kisüzemi sörfőzés mennyiségi és minőségi mutatóival, potenciáljával és differenciáltságával.

A potenciális kereslet motivációja a hazai sörgyártás, sörkultúra megismerése kapcsán szintén kulcsfontosságú kérdése a kutatásnak. A 7. ábrán láthatjuk, hogy a megkérdezettek 76%-a szívesen részt venne sörúti szolgáltatáson és csak 15% zárkózik el a termék igénybevételétől. Érdekes összevetni az általunk megkérdezett csoportok motivációját a borúti szolgáltatásokkal kapcsolatban is (8. ábra). Azonnal feltűnik, hogy az általunk elért csoportok válaszai nem mutatnak releváns különbséget egyik gasztrotematikus út javára sem, ezt pedig a kutatás egyik fontos eredményeként könyvelhetjük el, miszerint nem feltétlenül csak a bor dominálhat a hazai gasztrotematikus utak tekintetében.



7. ábra: Motiváció a sörút szolgáltatásai iránt Szerk.: WETZL, V. 2016



8. ábra: Motiváció a borút szolgáltatásai iránt Szerk.: Wetzl, V. 2016

Egy újabb kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy a borutakat igénybe vevők kíváncsiak lennének-e sörúti szolgáltatásra és fordítva. A válaszok tekintetében elmondható, hogy a természetesen a sörkedvelők alapvetően nagyobb arányban vennének részt sörút szolgáltatásain, viszont fontos kiemelni, hogy a borkedvelők nagy arányban próbálnák ki a sörút szolgáltatásait is (9. ábra).

9. ábra: A borút és sörút kapcsolata a kereslet szempontjából



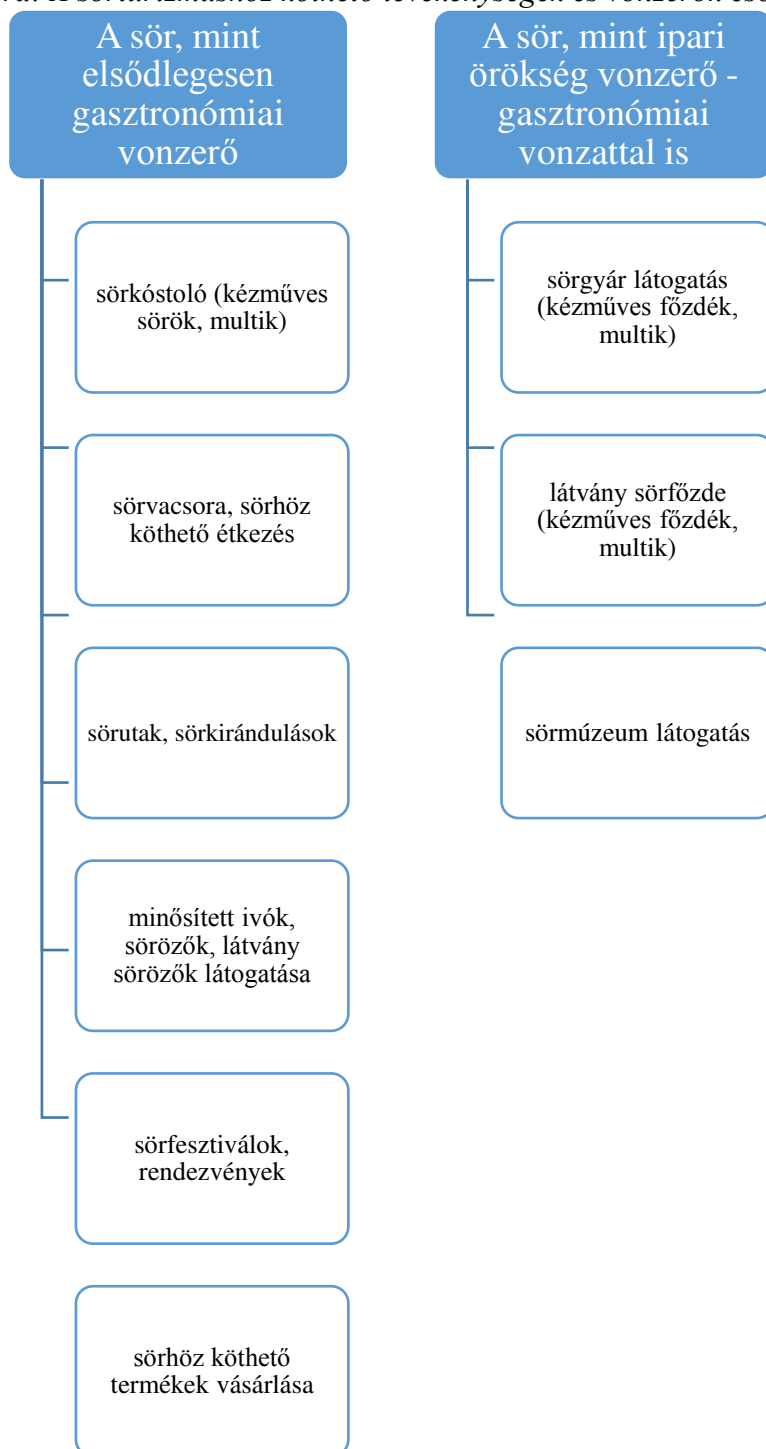
Szerk. WETZL, V. 2016

A kérdőíves felmérés megerősített minket abban, hogy egy esetleges sörút a magyar gasztro-tematikus turisztikai kínálatban abszolút hiánypótló, és kimutathatóan nagy érdeklődésre számottevő termék lehet a már meglévő magyar borutak és pálinkautak mellett. Érdeemes leszögezni azt is, hogy míg a bor-és pálinkautak szinte kizárólag a rurális terek és a vidéki turizmus termékei, addig a sörút a városi-kulturális-örökség turizmus termékévé is válhat, tehát a sörút a piacra alapvetően nem kompetitív, hanem kiegészítő termékként lépne be.

1.4. A sörgyártás, mint ipari örökség megjelenítési lehetőségei a turizmusban Magyarországon

A sör és a sörgyártás a turizmusban megjelenhet mint elsődleges és mint másodlagos motiváció is (BUJDOSÓ – SZŰCS 2012a,b). A termékhez köthető tipikus tevékenységek egyrészt a gasztronómia oldaláról, másrészt pedig az ipari örökség oldaláról közelíthető meg. Az egyes tevékenységeket és motivációkat az alábbi ábra szemlélteti (10. ábra).

10. ábra: A sörturizmushoz köthető tevékenységek és vonzerők csoportosítása



Szerk. CSAPÓ J. 2016

A hazai sörgyártás felmérése kapcsán véleményünk szerint mind a földrajzi koncentráció, mind a kereslet jelenléte, mind pedig az ipari örökség jelenléte biztosíthatja egyes térségekben, vagy településeken a sörturizmus kialakulását. A kiépíthető sörturisztikai kínálat mennyiségi és minőségi mutatói természetesen nálunk nem érhetik el a nemzetközi porondon ismert és elismert legfontosabb desztinációkét (Németország, Belgium, USA, Csehország), viszont egy már meglévő turisztikai kínálat mellett megfelelő kiegészítő tevékenységként mindenképp gondolhatunk rá (CSAPÓ – WETZL 2015).

A sörturizmus, mint ipari örökség bemutatása a 10. ábra szerint elsősorban a sörgyárlátogatások, látványfőzdek látogatása és a sörmúzeumok kapcsán merülhet fel. Az említett vonzerők két fő vonal mentén kerülhetnének kialakításra, mégpedig a nagy multi gyárak és a kézműves sörfőzdek vonatkozásában egyaránt.

Sörgyár látogatást, sörtúrákat a hazai 4 nagy cég közül jelenleg – legalábbis szervezett formában – csak a Dreher tart, ami véleményünk szerint egy igen nagy hiátus a hazai potenciális sörturizmus kialakítása kapcsán, annál is inkább, hogyha figyelembe vesszük a külföldi példák (Guinness, Heineken) látogatóforgalmi adatait. Arról nem is beszélve, hogy egy ilyen kezdeményezés milyen marketing értékkel bír. Ezt azért is fontos kiemelni, mert az ipari örökség bemutatása itt jelenik meg a legmarkánsabban a sörtúrák folyamán, hiszen a turisták nemcsak a sör kóstolása miatt érkeznek, hanem kíváncsiak a sörkultúra keretein belül a gyártás mikéntjére és hogyanjaira és magára a helyre is, az épületre, amely otthont ad a sörgyártásnak. Ezek az épületek és a benne található gépek pedig természetesen a kulturális és ipari örökség fontos hordozói.

Az ipari termelés és egyben az ipari örökség másik fontos bázisa a látványsörfőzdek látogatása, ahova a turisták alapvetően ugyanolyan motivációval érkeznek az attrakcióhoz, mint a nagy multi sörgyárak tekintetében, itt azonban a kézműves sörfőzdek kapcsán egy kisebb, családiasabb, egyben barátságos hangulatban ismerhetik meg a sörfőzés helyi jellemzőit, kulisszatitkait.

Sörmúzeum Magyarországon már 1979 óta létezik (Dreher) (<http://dreherzrt.hu/sormuzeum/>), a legújabbat pedig 2016-ban Szolnokon hozták létre, Sörárium interaktív sörmúzeum és látvány söröző néven (<http://sorarium.hu/>). Mindeket kezdeményezés nagy hangsúlyt fektet az élményszerű bemutatásra és a sörkultúra népszerűsítésére, ami természetesen fontos szegmense a sörturizmus hazai megalapozásának.

Következtetések

A tanulmányban leírtak alapján véleményünk szerint joggal mondhatjuk, hogy ma Magyarországon (is) sörforradalom zajlik. A multik egyre inkább szélesedő kínálata mellett valamennyi kézműves főzde legalább 2-3 fajta sör típust gyárt, de nem ritka a 7-8 fajta sör előállítására sem egy gyártól, így a magyar kézműves sörpiacon ma már legalább 200-300 féle ital közül választhatunk. A rendezvények mellett pedig az értékesítésben is hatalmas szerepet vállalnak a minősített kézműves sör ivók. A nemzetközi sörversenyeken elért eredmények is népszerűsítik a kézműves söröket, valamint a Miskolci Nemzetközi Sörverseny is segít a nagyobb tömegekhez való eljutásban. A hazai sörkultúra piaci lehetőségeinek egyértelmű fejlődését jelenti továbbá, hogy nemrégiben a Budapesti Corvinus Egyetem sörfőző-mester képzést is indított, ami mellett országsszerte még sör-sommelier képzések is indulnak, de nem ritka az sem, hogy egy minősített kézműves ivó sörkóstolót, vagy sörismereti szemináriumot tartson.

Következtetésképpen azt szeretnénk kiemelni, hogy ha hazánkban a sörfogyasztás, sörkultúra olyan szintű történelmi beágyazódása, mint a németek vagy belgák esetében hiányzik is, de a magyar sörtörténelem

is több száz éves múltra tekint vissza, és a mai folyamatok is a sör hazai előretörését igazolják. Kutatásunk kérdőíves felmérése is igazolta, hogy a sör, mint gasztronómiai termék tehát kiváló alternatíva a magyar gasztronómiai turizmus kínálatában, a sörfőzdék tevékenysége és terméke pedig akár egy komplex terméket is nyújthat a turistának.

A tervezett kutatás legfőbb eredményének azt tartjuk, hogy a sörhöz köthető ipari örökség, mint turisztikai termék fejlesztésének lehetőségei feltárássra és bemutatásra kerültek. Véleményünk szerint hazánkban egy eddig még kiaknázatlan, de megfelelő potenciállal rendelkező szegmenst lehetne bevonni az idegenforgalomba többek közt a helyi lakosság, az örökségvédelem, a fenntartható gazdasági fejlődés és a kulturális sokszínűség elveit is figyelembe tartva.

Irodalomjegyzék

- AUBERT, A. – MARTON, G. – RAFFAY, Z. (2015): Impacts of the European capital of culture title of Pécs on the city's tourism. *Geographica Timisiensis* 2015:(1) pp. 31-42.
- ÁSVÁNYI, K. (2014): Kulturális turisztikai termékek, turisztikai attrakciók. In: Jászberényi Melinda (szerk.) *A kulturális turizmus sokszínűsége*. 380 p. Budapest: Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó Zrt., pp. 23-33.
- BERKI, M. – GONDA, T. (2006): A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozícionálása. *Földrajzi Értesítő* (1952-2008) LV.:(1-2.) pp. 127-140.
- BUJDOSÓ, Z. – SZÚCS, C. (2012a): A new way of gastronomic tourism: Beer tourism. *Acta Turistica Nova*, 6 (1), 5-20.
- BUJDOSÓ, Z. – SZÚCS, C. (2012b): Beer tourism from theory to practice. *Academica Turistica*, 5 (1), 103-111.
- BUJDOSÓ, Z. – DÁVID, L. – KOVÁCS, GY. – TÖZSÉR, A. – MAJOR-KATHI, V. (2013): A kulturális örökség, mint a turizmus és az élménygazdaság új eleme. In: Dávid Lóránt, Tözsér Anett, Bujdosó Zoltán (szerk.) *A kulturális turizmus új dimenziói*. 245 p. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola pp. 65-83. (Regionális Turizmuskutatás Monográfiák; 4.)
- CAMERON, C. M. (2000): Emergent Industrial Heritage: The Politics of Selection. *Museum Anthropology*, 23 (3), 58-73.
- CHMIELEWSKA, M. – LAMPARSKA, M. (2012): Post-industrial tourism as a Chance to Develop Cities in Traditional Regions in Europe. *Sociologie Românească*, vol. 10, Nr. 3, pp. 56-66.
- COLE, D. (2004): Exploring the Sustainability of Mining Heritage Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 12, 6, 480-494.
- CSAPÓ, J. – MATESZ, K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában. *Földrajzi Értesítő* (1952-2008) 56:(3-4) pp. 291-301.
- CSAPÓ, J. – PIRKHOFFER, E. (2009): A kulturális turizmus jelentősége és területi megjelenése Magyarországon. In: Aubert A, Berki M (szerk.) *Örökség és turizmus*. 380 p. Pécs: Pécsi Tudományegyetem TTK Földrajzi Intézet, pp. 187-195.
- CSAPÓ, J. – WETZL, V. (2015): A sör és a sörút, mint turisztikai attrakció megjelenési lehetősége az idegenforgalomban Magyarországon – esélyek és lehetőségek. *Modern Geográfia* 2015:(4) pp. 1-14.

- CSAPÓ, J. – PINTÉR, R. – AUBERT, A. (2016): Chances for Tourism Development and Function Change in the Rural Settlements with Brown fields of Hungary. *e-Review of Tourism Research (eRTR)*, vol. 13, no. 1/2, pp. 298-314.
- FEKETE, I. – KOVÁCS, I. (2013): *Műszaki és ipari örökség Magyarországon, rendhagyó útikönyv (I.)*, Magyar Műszaki és Közlekedési Múzeum, 80 p.
- FEKETE, N. (2013): A vaskohászati örökség hasznosíthatósága Ostravában és Diósgyőrben. *Átjáró*, Vol. 1., pp. 20-44.
- GONDA, T. – BENCSIKNÉ AUBERT, J. – PÁLFI, A. (2016): Tematikus utak jellemzői és azok szerepe a turisztikai termékfejlesztésben. *Tudásmenedzsment* 17:(1) pp. 228-241.
- HUSZ, M. (2007): A kulturális örökségek turisztikai menedzselésének kérdései. *Turizmus Bulletin* 11:(3)pp. 47-57.
- JANCSIK, A. 2014: Kultúra és versenyképesség a turizmusban. In: Jászberényi Melinda (szerk.) *A kulturális turizmus sokszínűsége*. 380 p. Budapest: Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó Zrt., pp. 46-64.
- KOVARSZKI, A. (2002): Örökségünk határai – az ipari örökség földrajzi vonatkozásai, In: Kovarszki Andrea – László Mária – Tóth József (szerk.): *Múlt, jelen, jövő – a településügy térben és időben*. Tiszteletkötet Kőszegfalvi György Professzor Úr 70. születésnapjára, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajz Intézet, Pécs, 304 p.
- LI, L. – SOYEZ, D. (2006): Industrial tourism destination management in Germany: A critical appraisal of representation practices. In: *Community Tourism and Border Tourism*, edited by BAO Jigang, XU Honggang and Alan Lew. Beijing: China Travel Publisher, pp. 408–29.
- MARTON, G. (2009): Az Ormánság kulturális örökségei. In: Aubert A. – Berki M. (szerk.) *Örökség és turizmus*. 380 p. Pécs: Pécsi Tudományegyetem TTK Földrajzi Intézet. pp. 259-266.
- MARTYIN, Z. – BOROS, L. – PÁL, V. (2013): Az ipar mint turisztikai vonzerő – Nemzetközi példák és hazai lehetőségek. In: Michalkó Gábor – Rátz Tamara (szerk.): *Jól(l)ét és turizmus: utazók, termékek és desztinációk a boldogság kontextusában*. Turizmus Akadémia, Kodolányi János Főiskola-MTA CSFK Földrajztudományi Intézet-Magyar Földrajzi Társaság, Székesfehérvár–Budapest, pp. 159-168.
- NAGY, K. – PISKÓTI, I. (2014): Az ipari örökség megjelenése a kulturális útvonalak között.: Innováció vagy "csupán" termékfejlesztés? In: Jászberényi Melinda (szerk.) *A kulturális turizmus sokszínűsége*. 380 p. Budapest: Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó Zrt. pp. 145-170.
- NÉMETH, GY. (2004): Ipari örökség és turizmus Észak-Magyarországon és Szlovákiában. *Műemlékvédelem*, Különszám. 33-35., Budapest
- NÉMETH, GY. (2005): Ipari örökség és városkép. *Régió*, Vol. 3., Budapest, pp. 27-46.
- OTGAR, A. H. J. – VAN DEN BERG, L. – BERGER, C. – XIANG FENG, R. (2010): *Industrial tourism. Opportunities for city and enterprise*. Ashgate, Farnham
- RÁTZ, T. (2008): A magyar Athén és a kálvinista Róma: Kulturális üzenetek megjelenése magyar városok észlelt imázsában. *Turizmus Bulletin* 12:(3) pp. 41-51.
- SCHMIDT, D. (1988): Industrie-Tourismus: Möglichkeiten und Grenzen einer Anwendung auf ausgewählte Gemeinden der Landkreise Coburg, Kronach und Lichtenfels, Bayreuth. *Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung*, no. 63.

- STASZEWSKA, A. – ŻEMŁA, M. (2013): The Industrial Monuments Route of the Silesian Voivodeship as an example of the regional tourism product enhancing tourism competitiveness of the region. *Czech Journal of Tourism*, vol. 2, pp. 37-53.
- SULIMOWSKA-OCIEPKA, A. (2015): Troublesome Heritage: A Burden or a Chance for Development, Case Study of Upper Silesian Agglomeration, Poland, In: Glavni Urednik (ed.) *Cultural Heritage – Possibilities for Spatial and Economic Development*. Proceedings, International Conference, University of Zagreb, Faculty of Architecture, Zagerb, pp. 508-513.
- SZABÓ, G. (2012): A vidéki turizmus evolúciója: a falusi turizmus és a borutak. In: Szalók Csilla, Remenyik Bulcsú, Zimányi Krisztina (szerk.) *Múlt a jövőben – Tradíció és megújulás a turizmusban és a vendéglátásban: tudományos kötet Dr. Csizmadia László 75. születésnapja alkalmából*. Budapest: BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, pp. 156-167.
- TÓTH, L. et al. (2005): *Megvalósíthatósági elő-tanulmány, Borsod-Abaúj-Zemplén megye gazdag ipari örökségének hasznosítására, az „Európai kulturális utak” programjába történő bekapcsolására*. Bay Zoltán Alkalmazott Kutatási Közalapítvány Logisztikai és Gyártástechnikai Intézet, 94 p.
- XIE, F. P. (2015): *Industrial Heritage Tourism*. Tourism and Culutral Change: 43, Channel View Publications.

Egyéb források:

<http://dreherzrt.hu/sormuzeum/>

<http://sorarium.hu/>

<http://industrial-archaeology.org/>

<http://ihai.ie/>

<http://ticcih.org/>

<http://erih.net/>

<http://whc.unesco.org/>

<http://www.route-industriekultur.ruhr/>

<http://www.zabytkitechniki.pl/>

<http://www.muszakiorokseg.hu/>

<http://www.vaskultura.hu/>