



**BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM**

**Kereskedelmi, Vendéglátóipari**

**és Idegenforgalmi Kar**

**Kávéházak kínálata régen és most**

**Konzulens:**

Gancsovné Rossi Krisztina

Gazdasági tanár

**Készítette:**

Heszler Ramóna

Turizmus és vendéglátás szak

Vendéglátás és szálloda

specializáció

Nappali tagozat

2018



## IGAZOLÁS

### Szakdolgozati / projekt munka konzultációkról

Hallgató neve: HESZLER RANÓVA

Tagozat, képzés, szak, specializáció/szakirány: MARRALI BA TURIZMUS- VENDEGLÁTÁS  
VENDEGLÁTÁS ÉS SZALLÓDA SZAKIRÁNY

Belső konzulens neve, beosztása: GANCSOVNÉ ROSSI KISZETINA GAZDASÁGI TANÁR

Szakdolgozat / projekt munka címe: A KÁVÉHAZAK KIVÁLATA RÉGEN ÉS MOST

Konzultáció időpontja	Konzultáció tartalma	Témavezető aláírása	Hallgató aláírása
1. 2018.02.01.	A dolgozat kiindulási áttekintése A primer és szekunder kutatás megismerése	Gancsovné Rossi Kiszetina	Heszler Ranóva
2. 2018.03.16.	A dolgozat eddigi elkészület részletei át- tekintése, javítása, kérdőív ellenőrzése	Gancsovné Rossi Kiszetina	Heszler Ranóva
3. 2018.04.26.	A teljes dolgozat áttekintőre kerülése	Gancsovné Rossi Kiszetina	Heszler Ranóva
4.			
5.			

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

Kelt: Budapest, 2018. 04. 26. ....

Gancsovné Rossi Kiszetina  
Belső konzulens aláírása





**Budapesti Gazdasági Egyetem**  
**Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar**

**Eredetiségi nyilatkozat a szakdolgozatról/projektműkéről**

Hallgató adatai			
Név, Neptun-kód	Heszler Ramóna		R7XL8D
Elérhetőség	Telefonszám:	06307232652	
	E-mail cím:	heszlerramona@hotmail.com	
Levelezési cím (ir. sz., város) (utca, házszám stb.)	2800	Tatabánya	
	Szent István utca 117.		
Kar (rövidítve), tagozat, szak	KVIK	nappal	turizmus-vendéglátás BA

Szakdolgozat/projektmű munka adatai			
Szakdolgozat/projektmű munka címe	A kávéházak kínálata régen és most		
Témavezető	Gancsovné Rossi Krisztina		
Beadási határidő	2018.05.07.	Oldalszám összesen:	82

Alulírott Heszler Ramóna..... nyilatkozom, hogy a csatoltan bírálatra és védésre beadott szakdolgozat/projektmű munka teljes egészében a saját munkám. A felhasznált forrásokat az irodalomjegyzékben feltüntettem, a rájuk vonatkozó, szabályszerű hivatkozásokat a szövegben megtettem. A szakdolgozat/projektmű munka más szakon vagy intézményben sem a saját nevemben, sem máséban nem került beadásra. Tudatában vagyok annak, hogy plágium (más munkájának sajátomként történő feltüntetése) esetén a szakdolgozat/projektmű munka érvénytelen, ezért elutasításra kerül.

.....  
(aláírás)



## Tartalomjegyzék

1. Bevezetés .....	2
1.2. Kutatási kérdések .....	3
2. Szakirodalmi áttekintés .....	4
2.1. A kávé mint alapanyag .....	4
2.2. A kávéházak bemutatása .....	6
2.2.1. Kialakulásuk, eredetük .....	6
2.2.2. Elterjedésük Magyarországon .....	6
2.2.3. A leghíresebb budapesti kávéházak rövid bemutatása .....	11
3. Alkalmazott kutatási módszerek .....	14
4. Kutatás .....	16
4.1. Kérdőíves kutatás .....	16
4.2. Interjúk .....	27
4.3 Szemlélyes megfigyelés napjaink kávézóiról .....	34
4.3.1. Az ébresztő .....	34
4.3.2. Cafe Frei .....	38
4.3.3. Kelet kávézó és galéria .....	41
5. Eredmények, javaslatok .....	43
6. Összefoglalás .....	47
7. Mellékletek .....	50
8. Felhasznált irodalom .....	53



## 1. Bevezetés

Szakedolgozatomban a mai kávézók helyzetét mutatom be, összehasonlítva a klasszikus 19-20. századi kávéházakéval, különös tekintettel a kínálatukra. Napjainkban reneszánszukat élik a kávézók/kávéházak, egyre inkább divatba jön újra, hogy itt töltsék szabadidejüket az átlagemberek is, viszont teljesen más értelmet nyertek, mint a régi idők irodalmi kávéházai. A mai kor emberei más céllal térnek be mint a 100 évvel ezelőttiek és más kínálattal találják szemben magukat, az ezek közti összefüggéseket vizsgálom. A vendégek motivációi, igényei és a piac ezekre adott válaszai érdekelnek igazán, emiatt esett erre a választásom.

Bemutatom röviden a kávé útját az ültetvényektől a csészéig, a kávéházak eredetét, elterjedésüket Magyarországon, hogy hogyan és miért váltak keresetté, mikor élték fénykorukat és mi okozta hanyatlásukat, kiemelve néhány jelentős kávéházat a múltból. Ezeket fogom szembeállítani napjaink újhullámos egyedi arculattal és különleges választékkal rendelkező kávézóival (speciality kávézó). Kiemelve a nagyon széles kínálatot, az egyre könnyebben elérhető újdonságokat, egzotikumokat, bemutatva korunk nagy divatját a latte artot, mivel szerintem ezek a témák elég szorosan összefüggnek.

A témaválasztásomat illetően abban az egyben voltam végig biztos a tanulmányaim alatt, hogy a kávéval kapcsolatos lesz. A lassan több mint négy és fél szakmában eltöltött évem alatt is ezzel kerültem a legközelebbi kapcsolatba. Vonz a gasztronómia világa, az ételek is, de mivel a pultban dolgoztam a vendéglátás ezen része távolabbi maradt számomra, az a csoda a tálalópulton túl történik, én gyakran csak a kész terméket látom, azt, hogy hogyan készül nem, viszont ami a kávéval történik az őrléstől a vendég asztaláig, azt nagyon is testközelből volt szerencsém tapasztalni. Az egyik fontos ok amiért ezt a témát választottam, az a kávé iránti érdeklődésem felül az, hogy szeretném jobban átlátni mi jár a vendégeim fejében, mi alapján választják ki a törzshelyüket, mit várnak el ma egy kávézótól, hogyan tudnánk a lehető legjobb, minden igényt kielégítő szolgáltatást nyújtani.

## 1.2. Kutatási kérdések

Az alábbi kérdéseket érintve, ezek mentén vizsgálva fogom a témát bemutatni:

- Honnan származik, ered maga a kávé, a kávézás szokása?
- Hogyan terjedtek el világszerte a kávéházak? Magyarországon, hogyan jelentek meg?
- A 19.-20. században mi jellemezte a magyar kávéházakat, mind megjelenésüket, vendégkörüket mind kínálatukat tekintve?
- Napjainkra hogyan változott ezek jellege, miben térnek el a mai kávézók elődjeiktől?
- Napjaink kávéfogyasztóinak milyen igényei, elvárásai vannak a kávézókkal szemben, és ez hogyan befolyásolja a kínálatukat?
- Sikeres kávézók hogyan működnek, milyen kínálatuk van, hogyan lehetne ezt utánuk csinálni?

Szakdolgozatom célja, hogy bemutatva a kávé mint termény eredetét, a kávézás szokásának kialakulását, megvizsgáljam, hogy Magyarországon, hogyan alakult ki és milyen változásokon ment át ez az üzlettípus.

Összehasonlítom a 19.-20.század kávéházainak és a mai modern kávézóknak a kínálatát. Vizsgálom mennyire van ezekre igény, a fogyasztók hogyan látják a mai helyzetet, mi alapján választanak kávézót. Néhány sikeres üzlet működését, inkább választékát bemutatva, személyes tapasztalatok megfigyelések alapján vizsgálva szeretném átlátni, mi szükséges ma ahhoz, hogy valaki sikeres lehessen a szakma ezen területén.

A témával kapcsolatos hipotéziseim:

- Korunk vendégigényei nagyban eltérnek a 100-200 évvel ezelőttiekétől.
- A mai újhullámos kávézók kínálata sokkal szélesebb mint a klasszikus kávéházaké volt.
- Napjaink kávézói más szerepet töltenek be vendégeik életében mint a 19.-20. században tették.
- Egyre inkább kezdenek vissza térni az üzletek a gyökerekhez, abból a szempontból, hogy egyre több melegkonyhával rendelkező kávézó is nyílik.

## 2. Szakirodalmi áttekintés

### 2.1. A kávé mint alapanyag

Első körben botanikai szempontból mutatom be a kávé magát, mint növényt. A kávécserje Etiópiából származik. Maga a növény 4-5 méter magasra is megnő, de az ültetvényeken a termesztés, szüretelés megkönnyítése érdekében körülbelül 2 méter magasra vágják őket. Gondos odafigyelést igényel, nagyon kényes növény. A legjobban a tengerszint felett 4-5.000 méteren, 20°C körüli hőmérsékleten, 1800-2500 milliméter csapadék mellett érzi jól magát, itt fejlődik leginkább.

Egy kávéfa évente háromszor is virágzik, de hamar elhervad, virágai fehérek, illatosak. A gyümölcse a kávécseresznye, ez pirosas barnás színű gyümölcshúsból, pergamenhéjből és magából a kávébabból áll. Egy ilyen gyümölcsben 2 babszem található. Egész évben hoz termést, általában évente háromszor szüretelik. Szüret alkalmával egy fáról 0,5 és 10 kilogramm közti mennyiségű termést lehet leszedni.

A cserjének több mint 90 fajtája van, de ezek közül kettő lett igazán híres, elterjedt az egész világon. A világ össztermelésének 70 százalékát a *Coffea arabica* adja, ami Etiópiából származik, a másik jelentős fajta a közép-afrikai *Coffea robusta*.

Kémiai összetételét, élettani hatásait is fontos áttekinteni. Mi a közös a kávébabban, a teában, a kakaóban, a kóladióban és a guaranabogyóban. Az, hogy mind tartalmaz egy bizonyos alkaloidot: az 1,3,7-trimetil-xantint, amit hétköznapi nevén koffeinnek hívnak. Egy csésze (1.5 dl) pörköt kávéból készült kávé (kb. 8 gramm őrölt kávéból készül), több koffeint tartalmaz, mint ugyanennyi instant megfelelőjéből készült párja, ezzel azonos mennyiségű tea vagy egy üveg kóla. Hogy hogyan hat a koffein az emberi szervezetre? Fenntartja az éberséget, sőt fokozza a testi erőlkifejtésre való képességünket is, mivel ez a vegyület blokkolja az agyunk és idegszöveink azon receptorait melyek a fáradtságot jelző vegyületekre reagálnának. Tágítja az agyi ereket, serkenti a szívműködést és légzést, növeli a vérkeringési sebességét. Szűkíti a bél ereit, serkenti az anyagcserét, vizelethajtó hatása van.

Honnan is érkezik a reggeli kávénk alapanyaga? Az északi szélesség 23. és a déli szélesség 25. foka közötti terület az úgynevezett kávéöv, itt a legmegfelelőbbek a természeti feltételek a kávétermesztéshez. Ezen a területen mintegy 80 trópusi és szubtrópusi ország található amelyben foglalkoznak termesztésével. A legnagyobb

kávétermelő országok: Brazília, Vietnám, Columbia, de jelentős még többek között India, Kenya, Costa Rica is.

A kávé iránti kereslet világszerte olyan szinten növekszik, hogy az olaj után a második legnagyobb értékben forgalmazott cikk lett. Egy zsák kávé körülbelül 60 kilogrammot nyom, ebből 135 milliót termeltek 2008-2009-ben, és ez a mennyiség azóta is nő.

A következő részben a kávé útját járjuk végig a cserjétől a csészéig. Évente 2-3 alkalommal szüretelik. A leszüretelt kávécseresznyéket egy ponyván elterítik és 2-3 hétig szárítják a napon.

Ezt követően a kávébabról leválasztják a gyümölcshúst és a pergamenhéjat. Erre többféle eljárás létezik, de a végeredmény mindnél ugyanaz: a csupasz babok. 100 kilogramm kávégyümölcsből 8,5 és 28 kilogramm mennyiségű kávébab nyerhető ki, ez fajtától, eljárástól, a termés minőségétől is függ.

Ezt követi a pörkölés, melynek a későbbi ízek, aromák kialakítása a célja. Mint az előző lépésnél, itt is többféle módszer létezik. Kávéfajtától és a kívánt végeredménytől függ melyik eljárást alkalmazzák, de mind során a következő folyamatok mennek végbe a pörkölés hatására: a zöld kávészemek megbarnulnak, víztartalmuk elveszik, de koffeintartalmuk nem, a víz eltűnése miatti tömegvesztéssel térfogat növekedés jár együtt. A művelet végére a kávészemek kiszáradnak, könnyen őrlhetőek lesznek, megfelelő koffein tartalommal rendelkeznek.

Ezt követi a kávé őrlése, ugyanis darálással válnak a kávészemek alkalmassá arra, hogy a bennük lévő íz, és aromaanyagokat a lehető leghatékonyabban kioldjuk belőlük. Kávédarálókból rengeteg fajta létezik, mind más elven működik. Fontos azonban, hogy a kávé magas olajtartalommal rendelkezik, így darálás után gyorsan avasodik, szóval a legjobb ha frissen darált kávé használunk.

Ezután már csak egy lépés van, maga a kávéfőzés, melynek módját mindenki ízlésének megfelelően ki tudja választani és már kész is a több ezer kilométert megtett forró, serkentő italunk. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VAMOS É. 2010)

## 2.2. A kávéházak bemutatása

### 2.2.1. Kialakulásuk, eredetük

Az első kávéházak az 1550-es években nyíltak Konstantinápolyban és hamar egyre nagyobb népszerűségnek örvendtek. Idővel megérkeztek Európába is, a 17. században, majd száz évet késve 1624-ben nyitott az első Európai kávéház Velencében, de igazán a 19. században terjedtek el. A 20. század elejére csaknem 500 kávéház működött Budapesten is. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Eleinte csak férfiak látogatták őket, amint egyre nőtt a népszerűségük nők is elkezdtek járni. Ezzel szorosan összefügg, hogy a kezdetekben a berendezésnél a praktikum volt a fő szempont, később a nők megjelenésével együtt feltűntek a ma is működő fényűző, gyönyörűen berendezett kávéházak. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Ezek az üzletek sokkal többet jelentettek az emberek életében a helynél ahol gyorsan isznak egy kávé és futnak is tovább, sokkal inkább váltak a kikapcsolódás helyszínévé, kulturálódni, művelődni, szórakozni, vagy csak egy kellemes beszélgetni jártak ide, társadalmi intézmények voltak. Idővel nem pusztán vendéglátó ipari egységeknek voltak tekinthetők, gyorsan az irodalmi, művészeti élet központjaivá váltak. Közösségi terek voltak, írók, költők, újságírók második otthonai, sokféle ember megfordult bennük így koruk meghatározó eseményei gyakran innen indultak. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

### 2.2.2. Elterjedésük Magyarországon

A kávéházak Konstantinápolyból, a mai Isztambulból származnak, a magyarok is a törökök által ismerkedtek meg a kávéval, kávéházakkal. A törökök kiűzése után, ahogy kezdett világszerte is elterjedni ez a szokás, a magyar nép is kezdett megbarátkozni vele, kevesebb ellenérzésük volt ezzel kapcsolatban és az 1700-as évektől inkább már nyugati divatként tekintettek rá, de sokáig nem vesztett keleties jellegéből. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

A török megszállás ideje alatt, az általuk elfoglalt területeken több kávéház is működött, ám a magyarok nagyon idegenkedtek tőlük. Az 1700-as évek elejétől

kezdve egyre gyorsabban terjedt a kávéházak divatja Európában. Magyar arisztokraták, külföldön diákoskodó egyetemisták, katonatisztek akiknek volt lehetőségük rendszeresen Bécsbe, a környező országok nagyvárosaiba látogatni egyre több helyen találkoztak ezzel. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Magyarország már ekkor is, mint történelmünkben többször is, a nyugati és a keleti blokk határán állt, a magyar kávékultúrában egyesült a két világ. Az arisztokrácia hozta a szellemiséget nyugatról, a balkáni kereskedők magát a kávé, mint árut keletről. Akkoriban a magyarok nem tudták megengedni maguknak a külföldi pompát, eleganciát, de igyekeztek az ott látottakat lehetőségeikhez mértén rekonstruálni. Arany és ezüst helyett alpakka, porcelán helyett díszes keménycserép, selyemsabók helyett frakk, nyakkendő voltak jellemzőek. Ezekkel szemben, a másik oldalról érkezett keletről a kávé a kávékészítés keleties, törökös hagyományaival együtt. Ezek keveredéséből kialakult a Pest-Budára jellemző különleges török-arab-olasz-bécsi szabad kávéházi légkör, egy olyasfajta demokrácia, amely sokáig végigkövette a történelem során. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Magyarországi elterjedésük a fővárosban kezdődött. A kávéház szót először, magyarul 1709-ben írták le, ám mivel a magyar anyanyelvi szókincsnek ez nem része, sokan sokféleképpen próbálták már korábban is, ilyen volt Teleki Pál is, aki már 1697-ben egy londoni „Kofi házról” ír. Már abban a korban is belátták, hogy a kávépörkölés és főzés tudománya komoly szakértelmet igényel, így nem igazán készítették otthon. Mindenki máshol szerezte be a kész kávé, a pénztárcájától függően, az utcai kávésoktól, az elegáns kávéházakig rengeteg helyen lehetett hozzájutni. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Az első név szerint ismert pesti kávé Blasius Cavesieder, magyar nevén kávéfőző Balázs volt. (Bols Mixer Akadémia barista képzése, saját jegyzet, 2015) A fővárosi irattárban, eredetiben őriznek egy aktát, mely egy 1737. áprilisi ülésről szól, ezen tárgyaltak egy szokatlan ügyet: egy olasz kávéfőző ellen tettek panaszt versenytársai (Köztük Kávéfőző Balázs), mert túl olcsón árulta termékeit, ezzel rontva a másik 2 üzlet esélyeit. Ebből kiderül, hogy abban az időben 3 ezzel foglalkozó szakember már biztosan tevékenykedett a fővárosban. Mint nevük is

mutatja, kávéfőzők voltak, nem nyújtottak más szolgáltatást, csak megfőzték a vendégnek a kért italt, semmi más termékük nem volt ezen kívül. Utódjaik, a kávéházak voltak, ahol már érzékelték a kínálat bővülését, itt már járt a kávé mellé egy sütemény, lehetőség volt akár egy ebédet is elfogyasztani. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Az első kávéház a fővárosban 1724-ben a Régi Posta utcában nyílt. A régi Pest első nagy kávéháza nagyrészt német származású arisztokraták voltak, később lett közülük egyre több hazai származású. 1803-ban Pesten 21 „Café” található, 19 évvel későbbi krónikák 16 ilyen helyiséget jegyeznek csak Budán. A kávéházak elhelyezkedésüket tekintve a Duna partjához közel összpontosultak. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010) A kávéházak elterjedésével alakultak ezzel összefüggően különféle társaságok. Ilyen volt az 1796-ban alakult Pesti Polgári Kávéfőző Társaság is, akik összeállítottak egy 24 pontból álló szabályozást a kávéházak rendjével kapcsolatban. (Bols Mixer Akadémia barista képzése, saját jegyzet, 2015)

Idővel már nem csak kávé lehetett kapni ezekben az üzletekben. Az első reform a Fortunából indult, itt néhány újságot tartottak hazai, külföldi tudósításokkal, hírekkel. A kávéházakban lehetőségük volt informálódni, tájékozódni a politikai, gazdasági helyzetről, hírekről. Később rengeteg külföldi újságot is beszereztek, hogy a vendégeik az egész világ történéseivel is tisztában lehessenek. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

Egyre elterjedtebbé vált, hogy a kor luxus italait is felszolgálták a kávé mellé vagy akár a kávéba. A kínálat kávék terén nem volt igazán szélesnek mondható, egy fajta kávébabból elkészítve lehetett kérni rövid és hosszú kávé, de a választékot színesítve különféle szeszekkel ízesítették az italokat, gyakran rummal, likőrökkel. Ez a szokás nagyon sok ideig fennmaradt. (MARKOS G., *személyes beszélgetés*, 2018. április 2.)

Pest, Óbuda és Buda 1873-as egyesítése minden téren, így a vendéglátásban is fejlődést hozott. A kávéházak fénykorukat ez és a második világháború között éltek (1873-1914). Ebben az időben viszont az átlagemberek elég rossz körülmények között éltek. Rosszak voltak a lakásviszonyok és nagyon drága volt a fenntartásuk. Sokan azért jártak kávéházba mert így spórolni tudtak a rezsinnel. Gyakran egész

napokat is eltöltöttek ott egy látogatás alkalmával, mert ezek a kávéházak még emellett szépek is voltak, tágasak is, ellentétben a saját lakásaikkal. (KREISZ Á. A. 2017) 4-6-8 fős nagy márvány asztalokkal, kényelmes tonett székekkel voltak berendezve, ezzel is jelezve, ösztönözve az embereket arra, hogy csoportosan térjenek be az üzletekbe.

Az egyik legnagyobb különbség a mai kávézókkal szemben az egyéb szolgáltatásokban mutatkozik meg. Nagyon népszerűek voltak a különböző játékok, mint a sakk, a dominó, a kártya és főként a biliárd. Azok az üzletek mondhatták magukat kávéháznak, akik legalább két biliárd asztalt tartottak. (MARKOS G., *személyes beszélgetés*, 2018. április 2.)

Különbségek kezdtek kialakulni a fővárosban, a Duna két ellentétes partján, leginkább a vendégkör szempontjából. Budán csak este teltek meg a kávéházak, napközben elmaradtak a vendégek, akik nagyrészt átlag polgárok voltak, ezzel szemben a pesti oldalon az üzletemberek egész nap látogatták az üzleteket. (DR. FAZEKAS É., DR. KIMMEL J., SALY N., DR. VÁMOS É. 2010)

A kávéházak a polgári demokrácia egyik legalapvetőbb intézményévé váltak. Itt szabadon tudtak az emberek informálódni, hála az újságoknak, folyóiratoknak és azonnal meg is tudták ezt egymással osztani, de a hatalom számára ez teljesen ellenőrizhetetlen volt. Az ország akkori vezetése erre gyorsan rájött, felismerték, hogy ez komoly problémákat okozhat számukra a későbbiekben is, ezért rengeteg üzletet bezárattak.

A 20. század elejére nagyon megcsappant a számuk, próbáltak újdonságokat bevezetni, de ez egyáltalán nem segített a helyzetükön. Bevezették a melegkonyhákat, de emiatt viszály alakult ki köztük és a vendéglősök között, ez a konkurenciaharc több tíz évig eltartott. (MARKOS G., *személyes beszélgetés*, 2018. április 2.)

Az 1910-es évektől nők is látogathatták a kávéházakat, nagyobb üzletekben külön termeket is kialakítottak nekik, de eleinte nem örvendett túl nagy népszerűségnek a nők körében, ők inkább cukrászdákba jártak. Később már egy helységben tartózkodhattak a nők és a férfiak egyaránt. Nem csak vendégként



jelentek meg a hölgyek a kávéházakban, ez időben kezdtek női felszolgálókat is alkalmazni. (MARKOS G.,*személyes beszélgetés*, 2018.április 2.)

Az első világháború hanyatlást hozott a kávéházak világában is. Eleinte fellendült a forgalmuk, hiszen az emberek megszokták, hogy ott tudnak informálódni a világ híreiről, így ott várták a háború fejleményeit. A fokozatos elszegényedés miatt azonban a későbbiekben a kávé olyan luxuscikknek bizonyult, amit kevesen tudtak megengedni maguknak. A kisebb üzletek bezárásra kényszerültek, majd a nagyon patinásabb kávéházak forgalma is kritikusan alacsony szintre csökkent. (Bols Mixer Akadémia barista képzése, saját jegyzet, 2015)

A háború végeztével fellendülés következett, újraéledtek a kávéházak. Ez sajnos nem tartott sokáig, a harmincas évek újabb hanyatlást hoztak. A második világháború volt az utolsó csepp a pohárban. Rengeteg kávéház a szó szoros értelmében, fizikailag is megsemmisült a háború alatt. Ezt követően a még fennmaradó üzleteket államosították, így kikerültek az igazi szakemberek kezei közül. A kávéházi életforma, a haladó gondolkodásmód nemkívánatossá váltak, sok kávéházat közülük más típusú üzletté alakítottak át. Ennek a korszaknak az utolsó jelentős eseménye a New York 1954-es újraindítása volt. Ezt hosszú stagnálás, csend követte a kávéházi világban. (MARKOS G.,*személyes beszélgetés*, 2018.április 2.)

Az 1990-es évektől kezdett kialakulni a mai kávézóikultúra elődje, ekkor jelentek meg az első nagy márkák Magyarországon is, mint a Julius Meinl vagy a Segafredo. Azóta folyamatosan alakulnak át az üzletek, hogy az állandóan változó vendégigényeknek is megfelelően a lehető legtöbbet hozzák ki magukból. (MARKOS G.,*személyes beszélgetés*, 2018.április 2.)

### 2.2.3. A leghíresebb budapesti kávéházak rövid bemutatása

Ha én személy szerint meghallom a kávéház szót, az első ami eszembe jut a Pilvax, és szerintem a magyar emberek nagy része is így van ezzel. Viszont, hogy ne csak a saját általánosításomból induljak ki, a szakdolgozatomhoz készített kérdőívben feltettem egy erre vonatkozó kérdést is. A válaszadók 94,2%-a válaszolta, hogy hallott már a Pilvaxról, a másik kettő dobogós a Centrál (a kitöltők majdnem fele, 48,5%-a - ismeri), és a New York kávéház (39,8%-kal) lettek. Így a következő néhány oldalban ezeket fogom bemutatni.

**A Pilvax** 1838-ban nyitott Café Renaissance néven, később kapta a történelemkönyvekből is ismert nevét.

Ez az üzlet korántsem a kínálatáról lett a leghíresebb magyar kávéház, hanem a történelmi eseményektől, melyek itt zajlottak. Itt alakult a Petőfi Sándor és Jókai Mór által vezetett Tízek Társasága, 1848-ban Petőfi itt szavalta el először a Nemzeti dalt, itt fogadták el és fogalmazták meg a tizenkét pontot. A márciusi ifjak leszedték a cégért, így sokáig más néven ismerték, de 1870-ben visszakapta a Pilvax nevet. Az épület 1911-re sajnos annyira elöregedett, hogy le kellett bontani, de nem egész 20 éven belül, az eredeti helyétől nem messze újra nyitott. (TOSSENBERGER A., 2014)

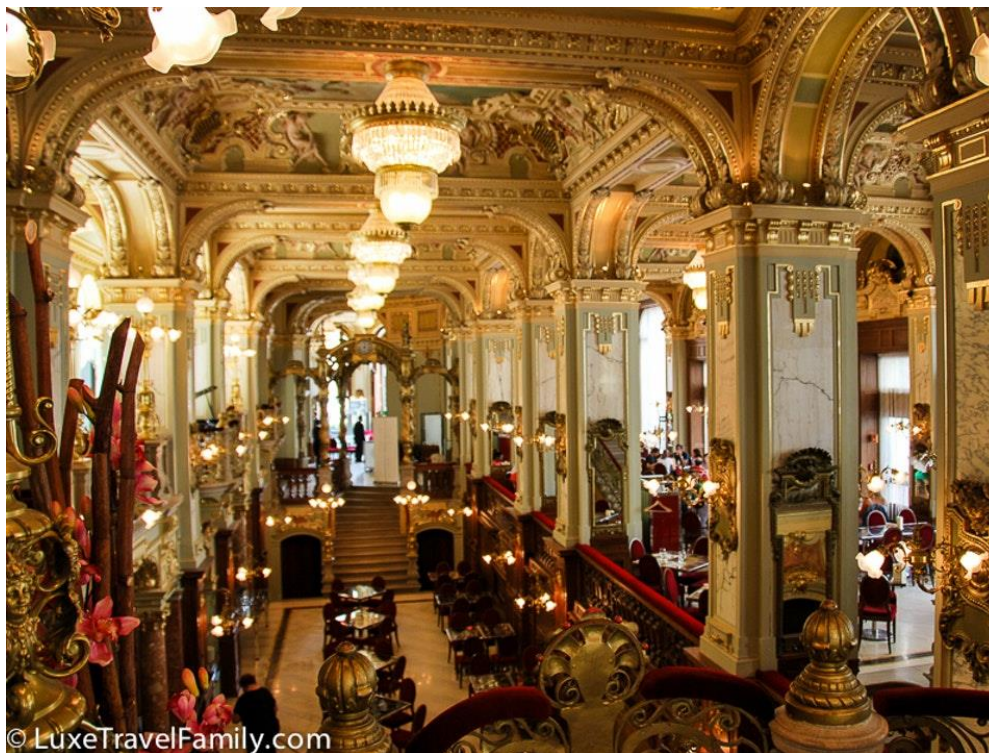
Napjainkra az étteremmé és sörözővé avanszált Pilvax, sajnos csak a nevében idézi a legendás kávéházat. Az üzlet kínálata, megjelenése, berendezése, profilja teljesen átalakult, kicsit sem idézi a múltbéli történelmi jelentőségű helyet, Petőfi a napjaink Pilvaxa mellett valószínűleg elsétált volna, eszébe sem jutott volna, hogy betérjen egy kávéra. (TOSSENBERGER A., 2014)

**A New York Kávéház** 1894. Októberében nyitották és napjainkban is működik még, tehát nagyon sok kort, rendszert, jelentős és egyben tragikus történelmi eseményt is túlélt. Sokan a világ legszebb kávéházának tartják. (GERSE L., 2013) Egy anekdota szerint a megnyitó napján Molnár Ferenc és néhány újságíró bedobta a kávéház kulcsát a Dunába, mondván éjjel-nappal nyitva kell tartsanak. (TOSSENBERGER A., 2014)

Eleinte csak a jómódú vendégeket szerette volna megnyerni a tulaj, de az első világháború után irodalmi és művészeti központtá vált. Írók, kritikusok, később a filmes világ nagyjai is rendszeres látogatóik voltak. A Kávéház megsínylette az I. és II. világháborút, minden értelemben. Budapestet és a kávéház épületét is nagyon

megviselték a harcok, a falait szétlőtték, kifosztották. Leghíresebb vendégeik Babits Mihály, Móricz Zsigmond, Weöres Sándor, Thomas Mann voltak. (TOSSENBERGER A., 2014)

Az üzlet 2006-ban, új olasz tulajának hála, nyílt újra, azóta is óriási sikerrel működik. A fő célcsoportjuk a külföldi turisták. A cégvezetés igyekszik visszatérni a gyökerekhez, amennyire lehet próbálják a régi idők kávéházi hangulatát visszahozni: bárzongorista játszik, a berendezést korhűen alakították ki, előkelő és klasszikus, mintha nem is a 2000-res években lennénk ha betérünk ide egy kávéra. Évek óta a világ legszebb kávéházának választják. 2013. márciusa óta pedig egy nagyon jó kezdeményezésből kiforrt Budapest egy nagyon népszerű kulturális rendezvénysorozata, melynek keretein belül több ilyen jellegű rendezvény házigazdája a New York kávéház, ezzel is erősítve a 19. századi kávéházak szellemét. (TOSSENBERGER A., 2014)



1.ábra – New York Kávéház (<https://www.afar.com/places/new-york-kavehaz-and-etterem-budapest>)

A **Centrál Kávéház**at mutatom be a legrészletesebben, mivel személyesen is jártam már itt többször. 1887-ben alapították, és szintén jelenleg is üzemel.

Az üzlet a jó elhelyezkedésének köszönhető nagyrészt, hogy olyan vendégek tértek be amilyenek, gondolok itt Mikszáth Kálmánra, Ady Endrére vagy Kosztolányi Dezsőre. A kávéház közelében volt több könyvtár, kiadó, egyetem, nyomda, így nem volt kérdés milyen lesz a vendégkör összetétele. Többek közt itt született a Nyugat, rendszeres összejöveteleit itt tartotta. 1949 nyarán viszont sajnos bezárta kapuit ez a sok mindent megélt épület. Helyén működött kultúrotthon, üzemi étkezdé, egyetemi klub is. (TOSSENBERGER A., 2014)

1999 óta viszont újra üzemel. Itt is próbálják újjáéleszteni azt a szellemiséget ami korábban is jellemezte a kávéházat, saját tapasztalataim szerint nagyon sikeresen. A belső tér szinte teljesen korhűre van kialakítva, a berendezés gyönyörű, rengeteg múltat idéző tárgy, kép van kiállítva, az ember kicsit egy múzeumban érzi magát. A személyzetet bármiről nyugodt szívvel kérdezhetjük, akár a kávékról, akár a történelemtől, ugyanis elvárás velük szemben, hogy ne csak szakmailag legyenek tökéletesen felkészültek, hanem a kávéház múltját tekintve is. Az üzlet hangulatához nagyban hozzájárul, hogy élőzene szól, lágy jazzes jellegű. Ez miatt a nyugalmat tükröző atmoszféra miatt a vendégek átlagosan több órát is eltöltenek itt. (MARKOS G., *személyes beszélgetés*, 2018. április 2.)

Az irodalmi kötődést, gyökereket igyekeznek megőrizni napjainkban is. Ezt mutatja az is, hogy a régen írók által látogatott úgynevezett „írói oldalt” megtartották, ma is leválasztva a vendégtér többi részétől. Látogatásom során nagyon sok jó és egyben praktikus ötlettel, kezdeményezéssel találkoztam. Személyes kedvencem a papírból készült tányér alátét, amin természetesen az üzlet logója, elérhetőségén felül egy József Attila verset találunk. Az alátét másik felén a „Legyen Ön is költő” felhívás és mellette egy fél oldalas üres helyet találunk, amit a vendégek által írt, saját verseknek alakítottak ki. Ha valakit nagyon magával ragad a régi idők hangulata, alkalma van papírra vetni gondolatait, amihez egy fa tartóban, szintén a régi időket idézve ceruzát is talál az asztalon. (*lásd: mellékletek, 10. ábra*)

Mindezen felül nagyon sok mindenben visszanyúlnak még a múlthoz, az étel és italkínálatot tekintve is. Az általam készített interjú ismertetése során - a dolgozatom következő fejezetében - ezekre külön ki fogok térni.

### 3. Alkalmazott kutatási módszerek

A kutatások fajtáit rengeteg féle szempont alapján lehet tipizálni, 2 szempontrendszerrel kiemelve: megkülönböztetünk primer és szekunder illetve kvalitatív és kvantitatív kutatásokat. (DR. SZŐKE A., 2017)

A primer kutatások során mindent magunk végzünk, konkrét céllal, így első kézből származó, speciális, számunka csak hasznos információkkal dolgozhatunk.

A szekunder kutatásoknál viszont ezzel szemben a szükséges adatokat más forrásokból nyerjük ki. A szekunder kutatás előnye, hogy gyorsan hozzá tudunk jutni a szükséges információkhoz, kevesebb költséggel jár mint a primer vizsgálatok, viszont szűrésiigényes, ugyanis itt nem csak számunka érdekes, speciális információkat találjuk illetve ezek a források gyakran lehetnek elavultak, megbízhatatlanok. (KARDOS G., 2013)

A kvalitatív kutatások célja általában megérteni egy adott helyzet, probléma okait, a motivációkat, segít a kiinduló probléma megértésében. A minta nem kell feltétlenül reprezentatív legyen, gyakran kicsi. Ahogy a neve is sugallja a vizsgálat az adott problémát minőségi szempontból szemléli, így az adatgyűjtés nem strukturált, az adatokat nem statisztikai módszerekkel értékelik ki.

A kvantitatív kutatás szinte minden tekintetben ennek ellenkezője, célja a mintából nyert adatok általánosítása, számszerűsítése, eredményeivel a probléma megoldására döntési javaslatok alkotása. Strukturált adatgyűjtéssel, nagy reprezentatív mintákat vizsgálnak, a kapott adatokat statisztikai módszerekkel elemzik. (DR. SZŐKE A., 2017)

Szekunder kutatásom során igénybe vettem a szakirodalmat, online szaksajtót, ez egy közkezdvelt témakör, így bőségesen találni forrásokat. Felhasználtam A Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum egy kiállításának anyagait is. Ezekon felül a saját jegyzeteimet is fel fogom használni. Forrásként bemutatom majd néhány ma működő üzlet konkrét étel- és itallapját.

A szekunder kutatáson felül primer kutatást is végeztem, hogy minél teljesebb képet kapjak több módszert is alkalmaztam: a kérdőíves kutatást, az interjú készítés és a személyes megfigyelést. Mindhárom módszer nagyon effektív de mégis eltérnek egymástól.

Véleményem szerint ahhoz, hogy teljes képet kapjunk egy helyzetről, nem szabad egyoldalúan megközelítenünk azt, minden lehetséges szemszögből meg kell vizsgáljuk az adott problémát, meg kell ismernünk azokat, így a kérdőívek kitöltésekor a fogyasztók, az interjúk készítésekor a szakemberek oldalát ismerhetjük meg, a megfigyelések pedig személyes tapasztalatokat adnak amik segítik a gyűjtött információk feldolgozását.

## 4. Kutatás

### 4.1. Kérdőíves kutatás

A kérdőíves kutatás egy kvantitatív módszer, előnye, hogy nagy mintán alkalmazható viszont csak meghatározott adattípusok gyűjtésére alkalmazható. A standardizált kérdéseknek köszönhetően homogénebb válaszokat kapunk mint például interjúk készítésekor. A kérdőív összeállításakor nagyon sok kérdéstípus közül tudunk választani, fontos jól dönteni, hogy az adott témához melyik fajta illik: skálás, ellenőrzőlistás, nyitott vagy zárt kérdés, egyválaszos vagy többválaszos, direkt vagy indirekt kérdés, ezek közül én is többet alkalmaztam. (DR. SZŐKE A., 2017)

Kérdőíves kutatást végeztem arról, hogy napjainkban a különböző korosztályok milyen gyakran látogatnak kávézókat, milyen szempontok alapján választanak, mi a véleményük a különleges szolgáltatásokat is nyújtó üzletekről. Ehhez internetes kérdőívet készítettem melyben kíváncsi vagyok a kávézókat látogatók korára és, hogy ezen vendégek milyen gyakran járnak ilyen profilú üzletekbe, milyen előnyeit és hátrányait ismerik, és mi a véleményük az ezzel kapcsolatosan felmerülő kérdésekről.

Kérdőívemben a kávéfogyasztók igényeit, motivációit kívántam felmérni. Online kérdőívet készítettem, mely a megosztások eredményeként több különböző célcsoporthoz is eljutott. Emellett az idősebb korosztállyal is próbálván kapcsolatba lépni, nem csak internetes, hanem nyomtatott formában is elkészítettem, igyekeztem ezzel ezt a korosztályt is bevonni, több kevesebb sikerrel. A több formában és helyen való megosztásnak köszönhetően, 100 fölötti válaszadást értem el. Felmérésem nem mondható reprezentatívnak, de úgy érzem a valós helyzethez közeli eredményeket tudok felmutatni.

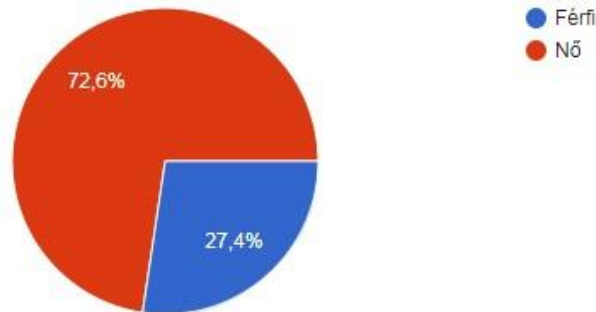
Kérdőívem több szakaszból áll, mind különböző területekre, kérdéskörökre koncentrálok.

Az első szakaszban általános, demográfiai adatokra vonatkozó kérdéseket tettem fel: a kitöltők nemére, életkorára, lakhelyére voltam kíváncsi. Számomra kissé

meglepő módon a kitöltők 72,4%-a nő volt, férfiak csak a válaszadók kevesebb, mint egy harmadát teszik ki.

### Neme:

106 válasz

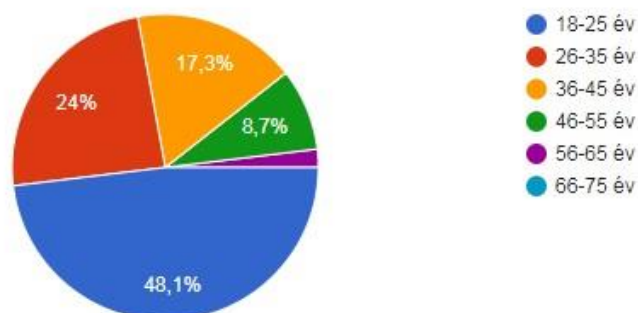


1. grafikon – A kérdőívet kitöltők nemi megoszlása (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Életkoruk szempontjából szintén elég nagy különbségekkel szembesülhetünk. Több korcsoportot adtam meg választási lehetőségnek: 18-25 éves, és inntől 10 éves periódusokban növekvő, egészen a 66-75 éves korosztályig. A kitöltők majdnem felét a 18 és 25 év közötti korosztály tette ki, másik felét a 25 év felettiiek. A 26-35 évesek a teljes létszám majdnem negyedét adták, a 36- 45 évesek a 17,5%-át, a 45 év felett (összesen) viszont csak a megkérdezettek nem egész 10%-a volt. Összességében elmondható, hogy a kitöltések nagy része a fiatalabb korosztálytól származik.

### Életkora:

104 válasz



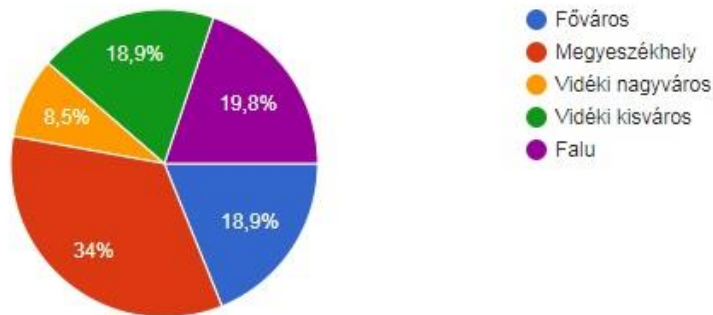
2. grafikon – A kérdőívet kitöltők életkor szerinti megoszlása (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)



Lakhelyüket tekintve egyenletesnek mondható az eloszlásuk. 19-20% körül mozgott mind a fővárosi, mind a falusi, mind a vidéki kisvárosi kitöltők száma. A válaszadók egyharmada megyeszékhelyen él, a fennmaradó körülbelül 9%-ot pedig a vidéki kisvárosi lakosok tették ki.

### Lakhelye:

106 válasz



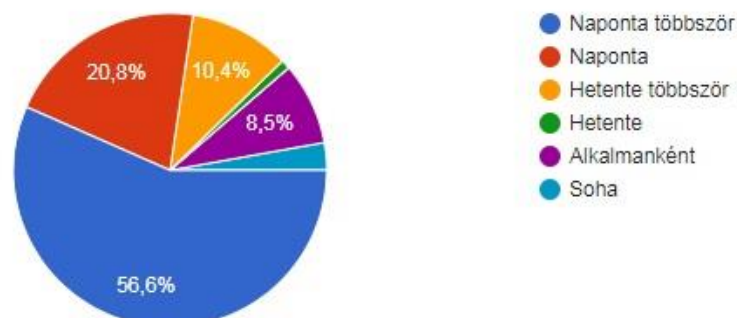
3. grafikon – A kérdőívet kitöltők lakhely szerinti megoszlása (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

A következő néhány kérdés a kitöltők kávéfogyasztási szokásaira vonatkozott, illetve arra, hogy mennyire látogatnak kávézókat és mi alapján választanak.

A 106 kitöltőből csak 3 mondta azt, hogy nem fogyaszt soha kávé, a fennmaradó 103 eltérő gyakorisággal ugyan, de mind kávéfogyasztó. Több mint háromnegyedük naponta egyszer vagy akár többször is iszik kávé, 11,3%-uk heti rendszerességgel, hetente egyszer vagy többször, 8,5%-uk pedig csak alkalmanként hódol ennek a szenvedélynek.

### Milyen gyakran fogyaszt kávé?

106 válasz

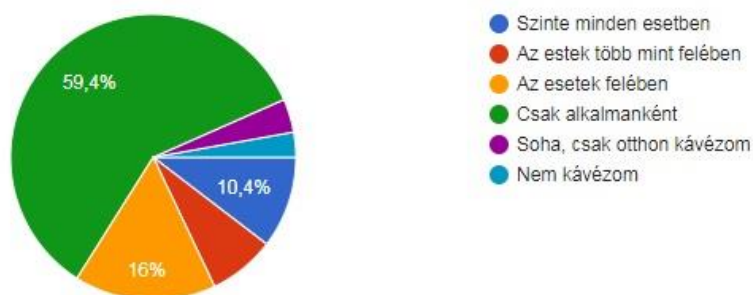


4. grafikon – Kávéfogyasztás gyakorisága a kitöltők körében (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

A következő kérdés a kávézók látogatására irányult. Ezt a kérdést igyekeztem úgy feltenni („Ha fogyaszt kávé, milyen gyakorisággal teszi ezt kávézóban/kávéházakban?”), hogy a fogyasztás gyakorisága ne befolyásolja a válaszadást. Így nem olyan válaszlehetőségeket adtam meg mint: „havonta/hetente/naponta”, hanem olyanokat mint: „szinte minden esetben/az esetek felében,/soha stb.”, amikkel a fogyasztás gyakoriságához viszonyítva, annak függvényében, arányosan kifejezhető ez az adat. Az én kutatásom szempontjából ennél a kérdésnél ugyanis, nem az számít, hogy például az adott kitöltő havi 1 alkalommal fogyaszt kávé, hanem az, hogy azt az 1 kávé hol fogyasztja el. 106-ból négyen azt mondták soha nem járnak kávézóba, csak otthon fogyasztanak kávé. A válaszadók körülbelül egyharmada (33,9%), az esetek több mint felében vagy annál gyakrabban kávézóba jár, ebből tizenegyen szinte minden alkalommal meglátogatnak egy üzletet, ha megkívánnak egy jó kávé, a megkérdezettek majdnem 60%-a (59,4%) viszont bevallása szerint csak alkalmanként teszi ezt meg.

Ha fogyaszt kávé, milyen gyakorisággal teszi ezt kávézóban/kávéházakban?

106 válasz



5. grafikon – A kávézók/kávéházak látogatottsága a kitöltők körében (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Kíváncsi voltam arra is, hogy mi alapján választanak kávézót, mik a vendégek számára a leglényegesebb aspektusok. Megadtam 8 szempontot, amiket egy 1-5 terjedő skálán (ahol 1= egyáltalán nem fontos, 2= inkább nem fontos, 3= közömbös, 4= inkább fontos, 5= nagyon fontos) kellett értékelniük. A 8 megadott szempont az ár, az üzlet megjelenése/stílusa, elhelyezkedés, a kiszolgálás

gyorsasága, minőség, a kínálat szélessége (kávék terén), a kínálat szélessége egyéb termékek terén (pl. ételek, reggelik stb.), az egyéb általuk nyújtott szolgáltatások (pl. irodalmi estek, zenés műsorok stb.) Az alábbi táblázatban összefoglalom, hogy az adott válaszok alapján milyen rangsort állítottak fel a kitöltők. Mivel ha pusztán azt veszem csak figyelembe, hogy melyik szempontot találták a legtöbben nagyon fontosnak, fals képet kapok, úgy döntöttem más módszerrel fogom kiértékelni. Az táblázat mutatja, szempontonként külön szedve, hogy melyik kategóriát (1-5, fontossági sorrend) hányan jelölték.

<b>Szempont/Fontosság</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Ár</b>	12	29	21	39	5
<b>Üzlet megjelenése/stílusa</b>	4	9	10	57	26
<b>Elhelyezkedés</b>	7	8	20	49	22
<b>A kiszolgálás gyorsasága</b>	1	14	15	59	17
<b>Minőség</b>	2	8	1	16	79
<b>Kínálat szélessége (kávék terén)</b>	4	11	21	44	26
<b>Kínálat szélessége egyéb termékek terén(pl. ételek, reggelik stb.)</b>	8	15	38	32	13
<b>Egyéb általuk nyújtott szolgáltatások (pl. irodalmi estek, zenés műsorok stb.)</b>	31	33	27	13	2

*1. táblázat – A kávézó választás szempontjainak fontossága a kitöltők körében (saját készítés)*

Ezt a mennyiséget felszorozva a skálán megadott értékkel (1-5), majd ezt summázva minden szemponthoz kapunk egy pontszámot, a legtöbb pontszámot elért szempont a legfontosabb, a legkevesebbet pedig a legkevésbé fontosnak talált követelmény.

Szempont/Fontosság	1	2	3	4	5	Pontszám
Ar	12	58	63	156	25	314
Üzlet megjelenése/stílusa	4	18	30	228	130	410
Elhelyezkedés	7	16	60	196	110	389
A kiszolgálás gyorsasága	1	28	45	236	85	395
Minőség	2	16	3	64	395	480
Kínálat szélessége (kávék terén)	4	22	63	176	130	395
Kínálat szélessége egyéb termékek terén(pl. ételek, reggelik stb.)	8	30	114	128	65	345
Egyéb általuk nyújtott szolgáltatások (pl. irodalmi estek, zenés műsorok stb.)	31	66	81	52	10	240

2. táblázat – a megadott szempontok fontossága, összesítve (saját készítés)

Az eredmények alapján felállt rangsor pedig a következő

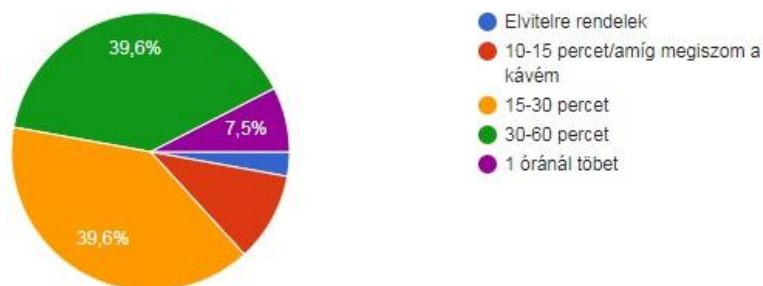
- A minőség (egyértelműen ezt találták a legfontosabb szempontnak)
- Az üzlet megjelenése
- A kiszolgálás gyorsasága és a kávékínálat szélessége
- Az üzlet elhelyezkedése
- A kínálat szélessége (ételek terén)
- Az ár
- Az egyéb szolgáltatások/műsorok

Ezek a szempontokat - néhányat különösképp kiemelve – a későbbiekben bővebben is vizsgálni fogom. Mivel szakdolgozatom témája a kínálat változása így a kávékínálat, az ételek, reggelik kínálata és ezzel összekapcsolódóan a minőség témaköre lesznek leginkább górcső alá véve.

Fontosnak tartottam a látogatások hosszának kérdését is, mivel a mai átlagos modern kávézók célja, hogy a kávézást élménnyé varázsolják a vendégek számára, ne csak rövid gyors látogatást tegyenek az üzletbe. Az eredmények szerencsére azt mutatják, hogy 106 kitöltőből csupán 3 mondta azt, hogy megrendeli a kávéját és megy is. A válaszadók majdnem fele (39,6% tölt 30-60 percet +7,5% tölt több mint egy órát = 47,1%) szán 30 percnél több időt egy kávézólátogatásra. 39,6%-uk a negyed és fél óra közti időintervallumot jelölte.

## Ha jár kávézóba, átlagosan mennyi időt tölt ott egy látogatás alkalmával?

106 válasz



7. grafikon – A kitöltők által egy kávézói látogatás alkalmával eltöltött átlagos idő (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Kíváncsi voltam mennyire nyitottak a kitöltők az újdonságokra, de nem szerettem volna kávé típusonként megadni a válaszlehetőségeket mint „latte macchiato/espresso/hosszú kávé” stb., inkább magától a kávé ital fajtájától elvonatkoztatva a „mindig ugyanazt, a szokásos kávémat/szeretek újdonságokat kipróbálni, mindig mást/valamilyen kávékülönlegességet, amire máshol nincs lehetőségem” opciókból lehetett választani. A válaszok megoszlása mondható egyenletesnek, bár a szokásoshoz ragaszkodó vendégek voltak többségben (38,7%), 34,9% szeret új dolgokat kipróbálni, kicsit több mint egynegyedük pedig nyitott a különlegességekre (26,4%).

## Ha kávézóban jár, általában mit rendel?

106 válasz



8. ábra – A rendelések összetétele a kitöltők körében (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

A következő szakaszban szerettem volna felmérni, hogy a kávézókat látogatók között mekkora népszerűségnek örvendenek a különböző kávékülönlegességek, mennyire van rájuk igény. Egyre inkább kezd elterjedni Magyarországon is, hogy a kávéfőzésre művészetként tekintünk, egyre több helyen kaphatunk pl. tejjel díszített kávékülönlegességeket, egzotikus országokból származó alapanyagokat. Ebben a szakaszban 1-1 az imént említett témakörhöz kapcsolódó kérdést tettem fel.

A kitöltők 15,1%-a nem hallott még a Latte artról, a fennmaradó 84,9% körében vegyes a vélemény. A kitöltők majdnem fele szereti, jó ötletnek tartja, akár többet is hajlandó egy díszített kávéért kifizetni, 35,8% viszont közömbös ezzel kapcsolatban. Mindössze 2 válaszadó találja teljesen haszontalannak, felesleges pénzkidobásnak az ilyesfajta italok vásárlását.

### Hallott Már a Latte art-ról? Ha igen mi róla a véleménye?

106 válasz

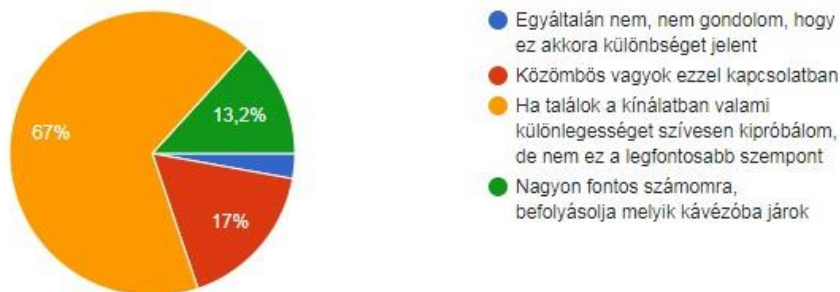


9. grafikon – A kitöltők latte artról alkotott véleménye (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Vizsgáltam, hogy mennyire fontos a vendégek számára a kínálat szélessége, az alapanyagok terén. Számomra nem okoztak meglepetést az erre a kérdésre adott válaszok. 2,8%-ot abszolút nem érdekli milyen alapanyagból készítik a kávéját, úgy gondolja ez nem eredményez akkora eltérést a kész termékben, viszont velük ellentétben 13,2% különösen fontosnak találja ezt, ez nagyban befolyásolja, hogy melyik üzletet látogatják. A kitöltők egy hatoda közömbös ezzel a kérdéssel kapcsolatban. A válaszadók túlnyomó többsége (67%) szívesen kipróbál valamilyen különlegességet ha van rá lehetősége, fellelhető a kínálatban, de ez nem mérvadó, nem ez a legfontosabb szempont számukra.

## Mennyire fontos Önnek, hogy milyen széles a kínálat, ALAPANYAGOK terén? (pl. számít-e milyen országból származik a kávébab)

106 válasz



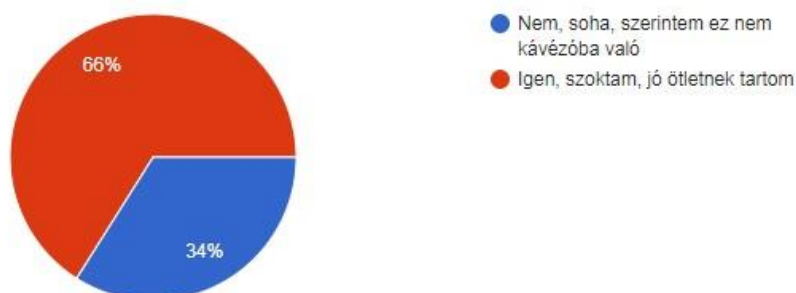
10. grafikon – A kávékínálat szélességének fontossága a kitöltők számára (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Kezd elterjedni, hogy a kávézók a reggeli kávénk mellé különféle reggeliket kínálnak (akár hideg, akár meleg ételeket), délidőben ebéd menüvel várnak bennünket. Itt a kávézók ételkínálatára vonatkozó kérdéseket tettem fel.

A kitöltőket megkérdeztem, hogy mi a véleményük a kávézók reggeli kínálatáról és szoktak-e ilyet fogyasztani. Kétharmaduk azt válaszolta jó ötletnek tartja ezt a lehetőséget, szokott is élni vele, 34%-uk viszont nem kávézóba illőnek találja az ételfogyasztás lehetőségét.

## Mi a véleménye a kávézók reggeli étel kínálatáról? Szokott ilyet fogyasztani?

106 válasz



11. grafikon – A kávézók reggeli kínálatának népszerűsége (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

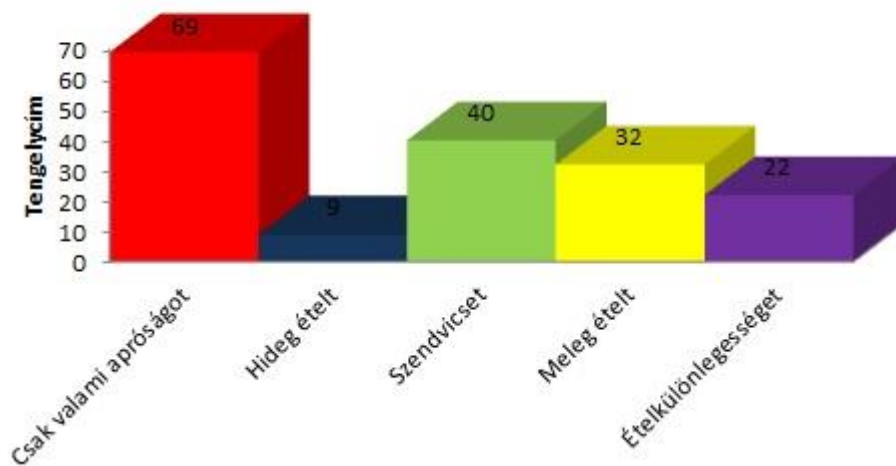
A következő kérdés leginkább az előbbi 66%-nak (vagyis 70 embernek) szólt, akik a „Szokott-e kávézóban reggelit fogyasztani” igennel válaszoltak. Igyekeztem

a teljes kínálatot lefedő ételcsoportokat létrehozni és arról kérdeztem a kitöltőket, hogy miket szoktak általában választani.

A válaszok a következőképpen alakultak:

- 45-en csak valamilyen apróságot fogyasztanak a reggeli kávéjuk mellé (croissant, apró péksütemény stb.)
- 26-an kicsit komolyabb ételleket, szendvicseket is megvásárolnak
- 21-en fogyasztanak meleg ételt pl. tojásrántotta, omlett, bundáskenyér
- ételek terén kevésbé kísérletező kedvűek a kitöltők mivel csak 14-en mondták, hogy szívesen próbálják ki az adott üzlet ételkülönlegességeit
- legkevésbé népszerűnek pedig a hideg ételek mint a tejberizsek, joghurtok, pudingok lettek, hozzájuk mindössze 9-en kapnak kedvet .

### Ha az előző kérdésre igennel válaszolt miket szokott rendelni?



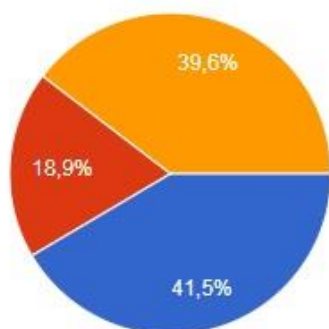
12. grafikon – A reggeli kínálat elemeinek népszerűsége (saját készítés)

Az ebédkínálatra vonatkozóan is tettem fel kérdést. Rendszeresen a kitöltők közül senki sem szokott kávézóban ebédelni. 18,9%-uknak nincs erre lehetősége, de ha lenne a közelükben ilyen üzlet akkor szívesen élnének vele. A fennmaradó válaszadók majdnem azonos számban választották a „nem soha, inkább étterembe megyek” és az „alkalmanként igen, ha épp megéhezem és ott vagyok, de nem ezzel a céllal szoktam látogatni az üzletet” opciót.



## Szokott kávézóban ebédelni?

106 válasz



- Nem soha, ha megéhezem inkább étterembe megyek
- Nem, de csak azért mert nincs a közelemben olyan üzlet ahol lehetőségem lenne rá, egyébként kiprobálnám
- Alkalmanként igen, ha épp megéhezem és ott vagyok, de nem ezzel a céllal szoktam látogatni az ü...
- Igen, rendszeresen

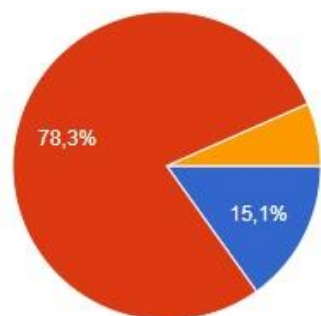
13. grafikon – a kávéházak ebéd kínálatának népszerűsége (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Sok helyen próbálnak egy plusz élményt adni a gasztronómiai mellett, pl. irodalmi estekkel, kiállításokkal, koncertekkel, próbálják az előző évszázadok kávéházainak kulturális jelentőségét „visszahozni”, újjá éleszteni. Azt szerettem volna felmérni mennyire van igény a hasonló szolgáltatásokra, melyek azok amikre leginkább kíváncsiak lennének a vendégek.

A válaszadók 15,2%-a feleslegesnek tartja a hasonló rendezvényeket. A fennmaradó 84,8% szerint viszont nagyon jó ötlet, tetszenek nekik a hasonló kezdeményezések, de ennek ellenére a kitöltők csak 6,7%-a látogat rendszeresen hasonló eseményeket. 78,1% azt mondta tetszik nekik az ötlet, de csak emiatt nem látogatna el egy kávézóba.

## Mi a véleménye a kávézóban tartott hasonló eseményekről?

106 válasz



- Feleslegesnek tartom őket
- Tetszik az ötlet, de csak emiatt nem látogatok el egy kávézóba
- Nagyon jó ötletnek tartom, rendszeresen részt veszek ilyeneken

14. grafikon – A kitöltők a kávézóban tartott rendezvényekről alkotott véleménye (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

Kíváncsi voltam arra is, hogy milyen típusú rendezvények vonzzák leginkább a vendégeket. A legvonzóbb programoknak a koncertek bizonyultak, a kitöltők majdnem háromnegyede választotta ezt, emellett a művészeti kiállítások is népszerűek, ugyanis 32,4% mondta azt, hogy szívesen látogatna el rájuk. Az irodalmi estek, kortárs írók és költők felolvasásai kevésbé kedveltek, ugyanis a válaszadók 21% illetve 16,2%-ának keltik fel érdeklődését.

### Milyen eseményen venne részt szívesen?

106 válasz



15. grafikon – Az egyes eseménytípusok népszerűsége a kitöltők körében (saját készítés, Google Űrlapok alkalmazásával)

## 4.2. Interjúk

Az interjú készítés egy kikérdezéses adatgyűjtési, kvalitatív vizsgálati típus. A szubjektív, nem számszerűsíthető információk összegyűjtésére a legalkalmasabb módszer, mivel az interjúalanyoknak van lehetősége a saját tapasztalatait is bemutatni az adott témával kapcsolatban. Nagyon sok szempont szerint csoportosíthatók az interjúk is, ezek közül a leggyakrabban alkalmazott tipizálási szempontok alapján megkülönböztetünk strukturált, félig strukturált, strukturálatlan típusokat, ez attól függ mennyire standardizált, formális, mennyire kontrollált a beszélgetés illetve a résztvevők számát tekintve létezik egyéni (1 kérdező és egy interjúalany) és csoportos (1 kérdező és több interjúalany) interjú. Ennek a módszernek az előnye és egyben hátránya is a szubjektivitás: előny, hogy a vizsgált jelenségek mélyebben, átfogóbban feltárhatóak, de alacsonyabb a megbízhatósága mint más módszereknek és nehezebb általánosítani a kapott eredményeket. (DR. SZŐKE A., 2017)

Készítettem több interjút is a szakmában dolgozó ismerőseimmel, akik vendéglátós létemnek köszönhetően rengetegen vannak, így mindegyik egyéni és strukturálatlan beszélgetés volt. 3 interjút készítettem, mindet valamilyen szempontból különleges üzlet dolgozóival. Az interjúalanyaim a következők voltak: egy újonnan nyitott Café Frei baristája, az Ébresztő szakmai vezetője és a Centrál Kávéház teremfőnöke.

A későbbiekben be fogok mutatni egy tatai újhullámos, speciality kávézót, az Ébresztőt. Nekem ez személyes kedvencem, mondhatni törzsvendég vagyok itt, hiszen rajongom ezért a kis ékszerdobozért, mivel szerintem kínálatban olyan egyedít tudtak alkotni amit kevesen rajtuk kívül. Részben emiatt, részben a szakmában elért irigylésre méltó eredményeiért az első interjú alanyom **Apró Franciska, az Ébresztők szakmai vezetője**, az Awaken Fine Coffe an Tea company pörkölő asszisztense, magyar bajnok barista volt. Az interjúban kérdeztem az alap koncepcióról, hogy mi alapján állítják össze étel- és itallapjukat, milyen visszajelzéseket kapnak a vendégektől.

Az üzlet alapítója, Dobos Ádám, mindenképpen valami egyedít szeretett volna alkotni, egy olyan kávézót ami kitűnik a tömegből.

A kávékínálatot tekintve elég széles választékról beszélünk: kétféle kávébabból tudják az itallapon szereplő majd húszféle kávést italt elkészíteni. Szerettek volna minden igénynek megfelelni, az egyre több ételallergiás vendégnek is a kedvére tenni így kérésre többféle laktóz mentes tej verzióból is elkészítik az italunkat.

Először melegkonyha nélkül működtek, de úgy gondolták lenne rá igény, ez hozhatná meg az áttörést, ezzel tudnának teljesen eltérni a versenytársaktól. Különböző koncepciókat követtek, először csak reggeli tojásételeket, szendvicseket árultak és édes péksüteményeket. Ez a kínálat egyre szélesedett, a szendvicsek mellett megjelentek a levesek, a tésztaételek, később meleg ételek, amik akár egy étterem étlapján is megállnák a helyüket.. A desszertek kínálatát tekintve az abszolút kedvencek a vendégek visszajelzései alapján a különböző ízben elkészített sajtorták. Természetesen itt is gondoltak az ételallergiás vendégeikre, rengeteg laktóz- és gluténmentes, paleo, cukormentes opció szerepel az étlapon.

A teljes kínálatot (akár az étel, az ital, a kávé tekintetében) úgy állították össze, hogy a fogyasztók kapjanak valami pluszt, minden étel egy kicsit újra gondolva készül el, a megszokott üdítők mellett sok különlegességet is árulnak, a kávék alapanyaga kiemelkedően jó minőségű, és az is ahogy elkészítik őket.

A különleges minőségi alapanyagokon kívül nagyon fontosnak tartják a személyzetet és azt, hogy ők megfelelő szinten szolgálják ki a vendégeket, úgy készítsenek el minden kávé, hogy ne lehessen bennük hibát találni. Minden a pultban dolgozó szakember barista. Képzésükre, fejlesztésükre különösen ügyelnek. Apró Franciska is szokott többek között a kollégáknak továbbképzéseket tartani.

A tavalyi évben nyitottak egy második, fővárosi, kávézót. Az alap elképzelések természetesen ugyanazok, de a kínálatban is és a megjelenésben is vannak eltérések, a vendégigényeknek megfelelően. Az én kérdéseim leginkább a vidéki, tatai, üzletre vonatkoztak.

Az első kávézóban, Tatán kialakult már egy elég nagy visszajáró vendégkör, rengeteg törzsvendégük van. Sokan vannak akik szinte minden nap ellátogatnak hozzájuk, így elengedhetetlen az állandó újítás, megújulás a kínálat terén, úgy gondolják így tudják fent tartani az állandó érdeklődést.

Támogatják az amatőr művészek ténykedését, ennek jegyében tavaszi és nyári napos vasárnap délelőttökön helyi zenészek, énekesek élő jazz „koncertjeivel” kedveskednek vendégeiknek. Az üzletben több helyi alkotók által készített kép van kiállítva.

Egyelőre nem terveznek további terjeszkedést, de természetesen a hosszabbtávú terveikben szerepel, hogy minél több emberhez eljuttathassák az „Ébresztő-élményt” és bővüljön az egyelőre elég kicsi franchise hálózat.

Készítettem egy interjút, az újonnan nyílt tatabányai **Cafe Frei baristájával, Detári Dorottyával**, kérdeztem a forgalomról, a vendégek nyitottságáról, a kínálatukról kapott visszajelzésekről. Tatabánya ugyan megyeszékhely, de nagyon nagy újdonságnak számít a kávézójuk, így kíváncsi voltam a fogadtatásukra.

Az első néhány hét dömpingje után kezdenek lenyugodni a kedélyek. Nyitáskor nyilván rengetegen voltak, mindenki ki szeretne volna legalább egyszer próbálni. Országszerte rengetegen ismerik és szeretik a láncot, de sokuknak eddig nem volt lehetősége csak alkalmanként hozzájuk látogatni, ha éppen olyan városban

jártak ahol már nyílt kávézójuk. Sokan már most törzsvendégnek mondhatók. Azóta a forgalmuk kezd beállni egy szintre, állandóan vannak vendégek az üzletben de pont annyian, hogy a túl nagyoknak nem mondható vendégtérben még helyet tudjanak foglalni.

Számomra nagy meglepetés volt, hogy a személyzet úgy gondolja, hogy a rengetegféle (majd 70) italt tartalmazó itallap (*lásd: mellékletek, 11. ábra*) nem jelent problémát, egyáltalán nem lassítja a munkát. Sok vendég viszont furcsállta, hogy nem az asztalnál van a kiszolgálás, hanem a pultnál leadott rendelés után, a kapott sorszámmal adják ki az italokat.

Az eddigi tapasztalatok alapján a tatabányai üzletben is nagyon keresik a különlegességeket, bátran próbálgatják az újdonságokat, de általában segítséget kérnek a személyzettől a választásban, mivel nem ismerik annyira a különbségeket az egyes kávéfajták között. A legnagyobb kedvenc itt például a nicaraguai dohánykávé és a tokió csokis málna. Rengetegen vannak akik érzékenyek, így nagyon sok laktóz mentes és alternatív tejből készült italt adnak el.

Reggeliük, ételkínálatuk nincsen, de édességek terén széles a választék. Reggelente sütnék frissen péksüteményeket, de nagyon keveset, mivel nem igazán fogy. Ezzel szemben viszont a süteményeket rengetegen keresik, fogyasztják. Természetesen ezekből sem a legegyszerűbb verziók kaphatóak, hanem különböző országok jellegzetes desszertjei, egzotikumok.

Az egész üzlet alapkonceptiója, hogy a hozzájuk látogatókat elkalauzolják egy világszerte túrára, hogy megismertessék velük más országok, más kultúrák szokásait és, hogy egy kis pikantériát tudjanak csempészni a vendégek mindennapjaiba.

A harmadik interjú során egy időutazáson vehettem részt a budapesti klasszikus kávéházak atmoszférájába. **Markos Gábor, a budapesti Centrál kávéház teremfőnöke** tartott egy idegenvezetést az óriási területű üzletben, a már-már múzeumba illő berendezéssel, történelem órán éreztem magam a látogatás során.

Fontosnak tartottam, hogy ne csak a modern vonulat képviselőit vizsgáljam meg részletesen, hanem a múlt legendáit is. Beszéltünk a 200 évvel ezelőtti berendezésről, kínálatról és arról is, hogy a még ma is működő üzletben hogyan próbálnak a múlt hagyományaiból minél többet megőrizni.

A kávéház rengeteg kort megélt, így nagyon sokat lehet a történelmi háttéréről is beszélni. Régen az emeleti galérián, volt található az étterem, ahol egész nap lehetőség volt ételfogyasztásra, reggelik, majd a későbbi órákban ebédmenük abban a korban szélesnek mondható választéka várta a vendégeket, elég hosszú 6-24 óráig tartó nyitva tartással. A földszinten pedig a csocsó és biliárd asztalok, ugyanis



abban a korban ezek voltak a legfontosabb kellékek. A földszint egy elkülönített részén volt található az írói oldal, ezt szó szerint kell venni, ez az üzlet földszintjének egy elkülönített oldala volt, ide jártak alkotni irodalmi nagyjaink.

*2.ábra – Centrál Kávéház, Írói oldal (saját készítés)*

A kávéház berendezését szinte teljesen korhűre sikerült alakítani, a bútorok, a teljes berendezés a 100-150 évvel ezelőtti idézi. Ma már az emeletet csak rendezvény helyszínnek használják, a biliárdasztalok helyét átvették a kávéházi asztalok. Nagyon sok régi fénykép található kitéve a falakra, nem csak róluk, hanem más fontos, híres kávéházakról is, amik a klasszikus kávéházi kultúrához szorosan kapcsolódnak. Rengeteg régi tárgy van itt kiállítva, többek között az első kávégépek egyike illetve az egykori tulajdonos, Mészáros Győző találmánya, egy tejköntő is megtalálható a vitrinjeikben.



3.ábra – Mészáros Győző által alkotott tejsziöntő (saját készítés)

Sok mindent megtartottak a régi étlapról, például a Barokk reggelit (4 személy részére plusz asztalt kell felteríteni, hogy elférjen a tetemes mennyiségű étel), megtalálhatóak még ma is nagyon régi módokon elkészített ételek, például a bélszín marshall módra. Étlapjuk most is nagyon széles, sokan fogyasztanak is róla a kávéjuk mellé. Amit Gábor külön kiemelt, az a desszert kínálat. Nagyon sokféle édességgel készülnek, modernekkal és hagyományosakkal is. Az abszolút kedvenc, amiért sok vendég Ausztriából érkezik ide, az pont a Sacher tortájuk amit az osztrák vendégek szerint itt készítenek a legfinomabban. A vendégek körülbelül 60% a kávé-sütemény kombinációt fogyasztja.

Amit még kiemelt, az egy különleges eljárással készült kávé: a szifon kávé. Ez az első kávéfőzőnek - amit a „kotyogós” elődjeként tartanak számon - újra gondolt, modernizált verziója, de az alapelve ugyanaz. Ez egy üvegből készült szerkezet, ami 3 részből áll. Az alsó üveggömbbe öntik a vizet, aminek alágújtanak, ahogy a víz felforr, a közepén elhelyezett szűrőn keresztül a nyomás hatására átjut a készülék felső részébe, amibe előre elhelyeznek 2 adagnyi, szigorúan frissen őrölt kávé. Folyamatos kevergetés közben, szépen lassan ahogy hűl egy kicsit, visszacsepeg a kész kávé ismét a szűrőn keresztül az alsó edénybe. Ezt a ritkaságot a vendég asztalánál készítik el, körülbelül 10 perc alatt, végig magyarázva, hogy éppen mi történik. A vendégek is és a személyzet körében is igazán kedvelt, a vendégek számára abszolút újdonság, a személyzetnek pedig alkalma nyílik jobban megismerni a vendégeket, közvetlenebb kapcsolatot kialakítani velük.



*4.ábra – Szifonkávészak készítéséhez használt eszköz (saját készítés)*

Ami számomra meglepő volt, az a vendégkör összetétele, ugyanis 99%-ban külföldiek járnak ide. Nyilván az elhelyezkedése is nagy szerepet játszik ebben – mivel rengeteg látnivaló, kedvelt turista útvonal van a környékén - de én a történelmi jelentőségét figyelembe véve arra számítottam, hogy sokkal több magyar vendég látogatja.

Egykor nagyon neves költőink törzsvendégek voltak itt, a már korábban említett írói oldalon láthatjuk kik voltak ők, szinte kivétel nélkül mindenkiről egy fényképpel emlékeznek meg. A Hét és a Nyugat első száma is a Centrálban található kiállítva.

A hangulatról egy cigányzenekar gondoskodik. Vezetőjük a méltán híres száztagú cigányzenekar oszlopos tagja, de úgy gondolták nem hagyományos roma zenével szórakoztatják a vendégeket - bár kérésre természetesen azt is magas színvonalon eljátsszák -, mivel az a környéken szinte az összes üzletben megtalálható.



### 4.3 Személyes megfigyelés napjaink kávézóiról

A személyes megfigyelés bizonyos jelenségek, személyek, tulajdonságok helyszínen, valódi körülmények között történő megfigyelését jelenti, a legismertebb és legelterjedtebb módja ennek a próbavásárlás (mystery shopping). Két fajtáját különböztetjük meg: a strukturáltat és a strukturálatlant. Az előbbi során konkrét ellenőrzőlista mentén haladva, kategóriákat, skálákat meghatározva vizsgáljuk az adott jelenséget, az utóbbinál pedig amit én is alkalmaztam jegyzeteket, naplót, feljegyzéseket készítenek melyeket később dolgoznak fel. (DR. SZŐKE A., 2017) A dolgozatomban bemutatásra kerülő üzletek nagy részében végeztem megfigyeléseket, konkrét szempontlista alapján.

Mint a régi idők kávéházai közül is kiemeltem néhányat, szeretnék napjaink üzleteiből is 2 kiemelkedő üzletet (személyes kedvenceimet) bemutatni: az egyik az Ébresztő a másik pedig a Frei kávézó. Mindkét üzlet különleges, az Ébresztő az étel és ital kínálatát tekintve egyaránt kiemelkedő, míg a Frei kávézóban lehetőségünk nyílik a világ minden területéről származó kávékülönlegességeket megkóstolni, itt inkább az italok széles választékán van a hangsúly.

#### 4.3.1. Az ébresztő

Az első Ébresztő 2015-ben nyílt, Budapesttől körülbelül 60 kilométerre, egy festői szépségű kisvárosban, Tatán, azóta az évek alatt franchise-á nőtte ki magát, és megnyitotta második, budapesti üzletét is. Az első kávézó Tata szívében található, a Tóparttól 2 perc sétára, de nem ez az egyetlen különlegessége.

Az alap koncepció egy újhullámos kávézó létrehozása volt, alapítóinak célja, hogy a kávézást különleges élménnyé tegyék vendégeik számára, ezt az egyedi berendezés, megjelenés mellett a versenytársakétól jelentősen eltérő ital és ételkínálattal igyekeznek elérni, mindkét területen egyaránt kiemelkedő minőséget képviselnek.

Ételeikkel egy különleges „brunch-élményt” szeretnének nyújtani az odalátogatóknak, állandó reggeli étlappal és minden héten megújuló ebédmenüvel. Szeretnének mindennemű vendégigénynek megfelelni és az egyediséget ételeikben is megjeleníteni mind a választékot mind a tálalást illetően, így házi készítésű sütemények, sajtorták, egészséges reggelik, tojásételek mellett megtalálhatóak náluk

vegán, gluténmentes, paleó opciók is. A budapesti és a tatai üzlet választékában vannak különbségek. (URL: <http://ebreszto.com/>, olvasva: 2018.03.30.)

Nyitáskor az Ébresztő kávézónak indult, konyha nélkül, így muszáj volt valamilyen különlegességet belevinniük a koncepcióba, amivel kitűnhettek a tömegből, ami kiemeli őket a többi kávézó közül. Részben emiatt, részben Ádám kávék iránti szenvedélye miatt mindenképpen igyekeztek eltérni az egyszerű versenytársaktól, ami sikerült is. Kávéik és teáik kizárólag az Awaken Fine Coffee and Tea company-től származnak, kínálatukban mindig megtalálható egy állandó és egy szezonálisan változó kávébab, melyből minden esetben, frissen őrölve készítik el az általunk megrendelt italt. (APRÓ F., *személyes beszélgetés*, 2018.04.01.)

A személyzet egytől-egyig tehetséges baristákból áll, mivel fontosnak tartják a minőségi kiszolgálást, itt nem egy sima tejhabos „ahogy éppen sikerül” cappuccinot kapunk, kizárólag gyönyörűen, latte arttal díszítve szolgálják fel a tejjel készült kávé italokat. A dolgozóknak külön képzéseket tartanak, ügyelnek a szakmai fejlődésükre, fontos, hogy mindenki közel azonos szinten dolgozzon, hiszen nem szabad, hogy a minőséget befolyásolja, hogy aznap éppen ki szolgálja ki a vendéget, mivel felépítettek egy bizonyos imázst elég nagy elvárásokkal érkeznek ide a látogatók, nem engedhetik meg maguknak, hogy hibázzanak. (APRÓ F., *személyes beszélgetés*, 2018.04.01.)



Kérdőívemből kiderült, hogy a magyar közönség nagy része már hallott erről, ismeri ezt az eljárást, sokan jó ötletnek tartják, szeretik de sokan közömbösek ezzel kapcsolatban. Az Ébresztő vendégköre nem mondható átlagosnak, így kivétel nélkül értékelik, hajlandóak ezért több pénzt is rászánni egy kávéra, nagyban befolyásolja azt, hogy ide látogatnak. A képeken egy kis ízelítő látható munkáikból.

5.ábra – Az Ébresztőben felszolgált kávék (URL: <https://www.instagram.com/ebreszto/>, olvasva: 2018.04.01.)

Kávékon felül megjelennek náluk Magyarországon ritka, kevés helyen fellelhető sörök és üdítők természetesen a Pepsi által forgalmazott megszokott italokon felül. Ezen a téren is a különlegességre helyezik a hangsúlyt, céljuk, hogy eltérjenek a megszokott szűk üdítőkínálattól.

Házi készítésű jeges teák nyaranta több ízben kaphatóak, gondolván a diétát tartó vendégekre édesítőszerrel készítve is, emellett készítenek több ízben limonádékat, az ezek iránti igény szintén a meleg idővel együtt érkezik.

Az ébresztőnek állandó, széles, főleg tojásételekből (omlett, tükörtojás stb.) és a megszokott otthon is fogyasztott meleg ételekből (pl. bundás kenyér) álló reggeli kínálata van, természetesen mind egy kicsit újra gondolva. A mai kor igényeihez alkalmazkodva, a vendégeknek van lehetőségük eldönteni mi kerüljön a tányérjukra, tojásételek esetében rengeteg feltét közül tudnak választani, tudják módosítani az étlapon szereplő ételleket, ha valaki ételallergiában szenved ő is talál alternatívákat. Rugalmasan kezelik ezt a kérdést, a vendégek igényeit szem előtt tartva, hogy a lehető legegészségesebb legyen aki ide látogat.

A megszokott reggeli szendvicsek, péksütemények is jelen vannak a kínálatban, mind frissen, helyben készítve.



Kaphatóak még az üzletben előre elkészített hideg, azonnal elvihető emblémás műanyag edénybe tálalt pudingok: chia magból és tápiókából, hozzáadott cukor nélkül, gyümölcsökkel díszítve.

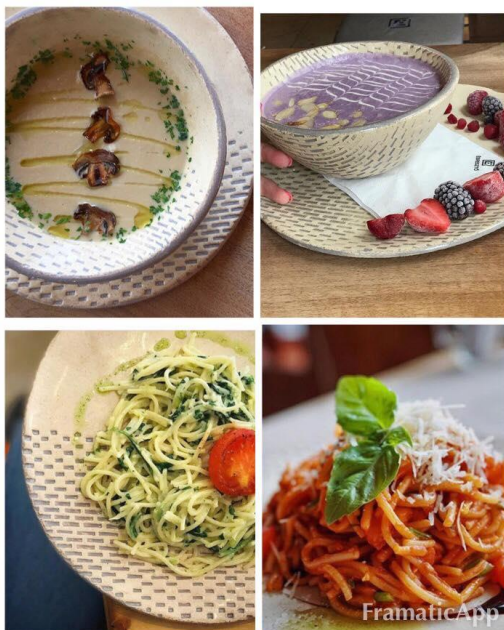
Az összes eddig felsorolt étel egész nap kapható, de a visszajelzések alapján a vendégek nagy része a reggeli órákban fogyasztja őket, de akadnak meglepően nagy számban akik a délutáni órákban is a reggeli kínálatból választanak.

6.ábra – Az Ébresztő reggeli kínálata

(URL: <https://www.instagram.com/ebreszto/>, olvasva: 2018.04.01.)

Az ébresztőben az egész nap kapható reggelik, tojásételek kínálatán felül van lehetőségünk ebédidőben meleg ételeket is elfogyasztani.

Kezdetekben különleges szendvicsek szerepeltek a kínálatban, hetente változó fajták.



Ezt követően minden héten megújuló étlapon, tészaételeket kínáltak ebédre. A sokszínűség nevében minden héten szerepelt egy olaszos és egy ázsiai jellegű tészaétel az étlapon, naponta eltérő levesekkel.

Mivel úgy gondolják az állandó újítások bevezetésével meg tudják tartani vendégkörüket, nem hagyják, hogy ellaposodjon és apadjon a vásárlókedv ezen is változtattak idővel.

7.ábra – Az Ébresztő melegételkínálata (URL: <https://www.instagram.com/ebresztzo/>, olvasva: 2018.04.01.)

Étlapjukon szezonálisan megjelenő elemek is találhatóak, a nyári melegben házi készítésű fagyalattal várják a vendégeiket. Nagyobb ünnepek alkalmával különleges, az adott ünnepre jellemző ételekből álló menüsorral készülnek (pl. Márton-nap).

A kínálat különösen kedvelt elemei a desszertek, amik nem mindig állandóak. Van egy fix 5-6 féle tételből álló tortakínálat (nutellás, oreos, erdei gyümölcsös, karamellás, mogyorókrémes, new york sajttorta). Naponta változik, hogy éppen melyik kapható, így nem unják meg a törzsvendégek sem, mindig van lehetőségük újat kipróbálni. A tortákat szeletre, előre leadott megrendelés alapján akár egészben is meg tudjuk vásárolni.



A desszert kínálat másik részét a pohárkrémek teszik ki, kapható ilyen formában tiramisu, somlói galuska, csokoládé mousse, ezek is állandóan változnak, részben a vezetőség és a személyzet érdeklődő, kísérletező kedvű hozzáállásának köszönhetően.

A reggelire kapható édes péksüteményeket inkább nem sorolnám ide, de az ezek mellett kapható különböző gyümölcsökkel elkészített morzsa süteményeket, pitéket viszont igen.

8.ábra – Az Ébresztő desszertkínálata (URL: <https://www.instagram.com/ebreszto/>, olvasva: 2018.04.01.

Az általam készített interjú során kitértünk arra, hogy mik a vendégek visszajelzései, mik a tapasztalatok ezzel a korántsem egyszerűnek mondható kávézóval kapcsolatban.

A tatai üzletben az évek alatt összeállt egy elég erős, széles törzsvendégekből álló vendégkör. Tata egy kisváros, de egyre kedveltebb célpontja a fővárosból vidékre költözni kívánók körében, így elég sokszínű a város lakóinak összetétele. A sokszínűség ellenére eleinte nehezen fogadták az újításokat, mint az ebédmenü, egész nap kapható reggelik, de viszonylag hamar nagyon kedvelté váltak.

Kávék tekintetében szeretik a különlegességeket, nyilván aki egy egyszerű eszpresszót szeretne inni, nem ide fog betérni. Amit szinte kivétel nélkül minden vendég kiemel kedvencként az a latte art, úgy gondolják ezzel a legegyszerűbb tejes kávé is különlegessé tudják tenni. A legkedveltebb termékeik viszont egyértelműen a sütemények, torták.

#### 4.3.2. Cafe Frei

A kávézót Frei Tamás, közszereplő, tévés világutazó és Langár Tamás közgazdász, élelmiszeripari vállalkozó alapították, az első üzletük 2007-ben nyílt. Frei Tamás munkája miatt bejárta az egész világot, ellátogatott az összes jelentős kávétermelő országába. A céljuk az volt, hogy ezt az élményt tovább tudják adni vendégeiknek, a kávékon keresztül körül tudják utazni a világot, meg tudják kóstolni

különböző nemzetek tradicionális kávé italait. Ez egy teljesen egyedülálló és új kezdeményezés volt akkoriban Magyarországon. Mára franchise hálózattá alakult, majdnem 40 üzletük van Magyarországon. 2013-ban nemzetközi vizekre eveztek, először csak közép-európában terjeszkedtek, de azóta Angliától-Dubaiig, összesen 7 országban megnyitották kapuikat az üzleteik. (URL: <https://www.cafefrei.com/rolunk>, olvasva: 2018.03.28.)

Leginkább a kávék vannak náluk a középpontban, de ezek mellett egyéb, szintén házi készítésű itallal várják vendégeiket.

Véleményem szerint kávék terén itt találkozunk a legszélesebb kínálattal. Ízelítőt kapunk az olasz, a francia, a latin, az arab, az amerikai, a japán, az afrikai kávékonyha remekműveiből, összesen 66 féle kávé italból van lehetőségünk választani. Alapvetően kétféle alapból készülhetnek a kávék, van egy sötét és egy világosabb pörkölésű. A széles választék ellenére nagyon gyorsan ki tudják szolgálni a vendégeket, a nagy választék nem nehezíti a személyzet dolgát. Napjainkban rengeteg az ételallergiás ember, kávékkal kapcsolatban leginkább a laktóz érzékenység amivel meg kell birkózni, viszont ez itt nem jelent problémát, többféle laktóz mentes, alternatív tejjel is el tudják készíteni a rendeléseket. (DETÁRI D., *személyes beszélgetés*, 2018.03.28.)

A Frei kávézók kínálatában mindig megtalálható a „hónap kávéja”, ez kéthavonta változik. Ha a két hónap alatt elég nagy az érdeklődés irántuk akkor felkerülnek az állandó itallapra, ha nem akkor viszont csak abban a 8 hétben van lehetőség kóstolni őket. (DETÁRI D., *személyes beszélgetés*, 2018.03.28.)

Ezek mellett van lehetőségünk az üzletben kapható kávékat szemes formában is vásárolni, ha otthon szeretnénk a „Frei-élményt” átélni, részletes ismertetővel, az elkészítésre vonatkozó ajánlással juthatunk hozzájuk. Ha megosztjuk a személyzettel, hogy milyen kávéfőzőben szeretnénk elkészíteni, annak megfelelően le is darálják nekünk. (DETÁRI D., *személyes beszélgetés*, 2018.03.28.)

Megtalálhatók az itallapon shake-ek, jeges teák, limonádék, puncsok. Mindegyik italhoz Franciaországból származó tartósítószer- és cukormentes, 100% gyümölcstartalmú gyümölcspürék szolgálnak alapanyagul.(URL: <https://www.cafefrei.com/kinalatunk-drinkart>, olvasva: 2018.03.28.) Találunk még náluk a világ különböző országaiból származó forrócsokoládé variációkat, természetesen ebből is 9 félért. (URL: <https://www.cafefrei.com/kinalatunk->

csokolade, olvasva 2018.03.28.) Vásárolhatunk szálás teákat is, melegen elkészítve és magát az alapanyagot adagonként csomagolva elvitelre egyaránt.

A Cafe Frei-ben a kávékon van a hangsúly, és a sokszínűsége, ételkínálatuk elég szegényes, de úgy gondolják nem szükséges ezen bővíteni, hiszen nem ezzel szeretnék megnyerni vendégeiket, szükségtelen számukra és a profiljukba sem igazán illene bele egy éttermi étlapra hajazó széles választék.

15 féle édes sütemény közül tud választani aki betér hozzájuk, a desszert kínálatban is jellemző a náluk már megszokott nemzeti sokszínűség, minden egyes édesség más-más országból származik. Ezek mellett nyitásra, reggeli gyanánt, frissen sült péksütemények is kerülnek a pultba, de ezek iránt nem akkora a kereslet.

A kínálatuk másik részét a fagyaltok alkotják, ami nyilván nem a Magyarországon megszokott csoki-eper-vanília hármashból áll. Természetes alapanyagokból, autentikus, komplex receptek alapján készülnek. Igyekeznek egy új ízvilágot bemutatni a vendégeknek, így a dél-amerikai, ázsiai, arab fagyaltkultúra legnépszerűbb kombinációit kínálják. Néhány elem a kínálatukból: indiai mangó gyömbéres maracujával, libanoni kardamomos meggy, japán yuzu fekeribizlivel. (URL: <https://www.cafefrei.com/kinalatunk-gelato>, olvasva: 2018.03.28.)

Nyitáskor, az első 1-2 hétben óriási volt az érdeklődés, egymásnak adták a helyet a vendégek, viszont azóta kezd beállni a forgalmuk, már most van néhány törzsvendégük. (DETÁRI D., *személyes beszélgetés*, 2018.03.28.)

Nagyon sokan keresik a különleges kávékat, inkább azokat kóstolgatják, mivel egy egyszerű eszpresszót, capuccinot bárhol tudnak inni. A „hónap kávéi” iránt is nagyon nagy az érdeklődés. A vendégek számára gyakran túl széles a kínálat, gyakran bízzák magukat a személyzet szakértelmére, ők segítenek a választásban, de általában a minél édesebb, habosabb opciókat választják. (DETÁRI D., *személyes beszélgetés*, 2018.03.28.)

Alap koncepciójuk, a kínálat minden elemében megtalálható, ez a fő vezérvonal amit következetesen végigvittek a kávézók alakításakor. Ez az „etnikai” sokszínűség jellemzi minden téren, kávékban, ételekben, italokban. Fő céljuk, hogy megismertessék más kultúrák, nemzetek szokásait, kicsit közelebb hozzák a magyar közönséghez.

### 4.3.3. Kelet kávézó és galéria

Úgy gondoltam említést kell tennem még egy nem mindennapi, Budapesten a Bartók Béla úton található kávézóról, ahol próbáltak egy „kultutcat” létrehozni, egyre több sikerrel, így errefelé sétálva több hasonló üzletbe botlunk. A kávézó 2013. Októberében nyitott, két barát: egy földrajz tanár és egy szociológus, Tibi és Henrik álmodták meg. A berendezést tekintve nem akartak beállni a sorba, nem szerettek volna feltétlenül a mai trendeknek megfelelni, így sok a fafelület, a meleg fényű lámpa és az üzlet különlegességét adó könyvespolcok, amikről a későbbiekben bővebben fogok írni. (BAGIL., 2014)

Nevét több okból kapta. Egyrészt a régi „nyugatosoknak” a nem messze található Hadik volt a törzshelyük, másrészt török kávék, pikáns keleties konyha jellemzik az üzletet illetve keleti fekvésű is, ennek köszönhetően sokáig lehet élvezni a teraszon, vagy az ablak mellett ülve a napsugarakat. (BAGIL., 2014)

A kávézóra inkább a törökös kávék jellemzőek. A kávébabot a Casino Mocca szállítja nekik. (BAGIL., 2014) A Casino Mocca termőterületre és fajtára jellemző ízű kávékat (afrikai, brazil) forgalmaz melyeket Budapesten ők maguk pörkölnék, igazándiból ők Magyarország első és egyben legismertebb újhullámos kávépörkölői. (URL: <http://www.casinomocca.hu/>, olvasva: 22018.03.25.) A kiváló minőségű alapanyagokból az eszpresszó alapú kávékon kívül filterkávékat és török kávékat is készítenek. A tejes kávék a máriahalmi Hétforrás tehenészetből származó tejjel készülnek.

Az italkínálatban különlegesnek számítanak még a sörök, ezeket ugyanis két cseh kisüzemből szerzik be, de lehetőségünk van akár egy-egy pohár bort elfogyasztására is. (BAGIL.,2014)

Az ételkínálatban megtalálhatóak grill szendvicsek, keleti tálak, saláták, mártogatósok, reggelik, természetesen nem a megszokott sztenderd ételek. Ízeiket különös keletiesség jellemzi. Desszertjeik egy apró családi hangulatú cukrászdából, az Édes Sáriból érkeznek. (BAGIL., 2014)





9. ábra – Kelet kávézó és galéria kínálata (BALKÁNYI L., 2014)

A kávézó igazi különlegessége, a kávé- és ételkínálaton túl a már említett egyáltalán nem szokványos berendezéssel függ össze. első pillantásra inkább érezzük magunkat egy könyvtárban mint egy vendéglátóipari egységben.



10. ábra – Kelet kávézó és galéria (BALKÁNYI L., 2014)

Az alapvető elképzelés az volt, hogy egy nyugodt, a mai rohanó világba nem igazán illő helyet hozzanak létre, ami több mint egy kávézó. Így alakult ki ez a különleges, könyvtárak által is irigylésre méltó gyűjtemény. A könyvkínálat napról-napra változik, ugyanis aki visz magával egy „csere könyvet”, az hazavihet helyette egy másikat a polcról. (BAGIL., 2014)

## 5. Eredmények, javaslatok

A kérdőíves kutatás eredményeit tekintve a nemek megoszlása számomra nem okozott meglepetést. Ismeretségi köröm inkább nőkből tevődik össze illetve általában a nők aktívabbak ha ilyen jellegű kutatásokban kell részt venni.

A kitöltők nagy része a fiatal felnőtt korosztályból került ki. Internetes kérdőívet készítettem, nyomtatott formában próbáltam az idősebb korosztályhoz is eljutni, sajnos nem túl nagy sikerrel. Emiatt a fiatalabbakhoz jutott el a legkönnyebben a kérdőívem illetve az idősebb korosztály ugyan rendszeres kávéfogyasztó, de azt általában otthon teszi.

Nagyrészt vidéki városok, megyeszékhelyek lakói töltötték ki a kérdőívem. Ezt nagyban befolyásolja a lakóhelyem, hiszen az ismeretségi köröm nagy része földrajzilag is közeli hozzám, de a megosztásoknak köszönhetően nagyon sok helyre eljutott, így a kitöltők lakhely szerinti megoszlása egyenletesnek mondható.

A kitöltők háromnegyed része napi szinten fogyaszt kávé, ennek véleményem szerint több oka van, de mind egy jelenségre vezethető vissza, ami a mindennapos állandó rohanás, a stresszes életvitel. Az embereknek szükségük van valamiféle serkentő hatású dologra, hogy bírják az iramot és mivel egyre divatosabb az egészséges életmód, sokkal kedveltebbek a természetes eredetű stimuláló hatású élelmiszerek mint a kávé és a tea, így inkább választják ezt az emberek mint az energitalokat és egyéb szénsavas üdítőket.

A másik ok, hogy a kávézásra szánt idő alatt ki tudnak kapcsolni, kiszakadni kicsit a hétköznapi rohanásából, egy kis időt tudnak magukra szánni, kialakul egy megszokás, szertartás illetve sokkal kényelmesebb mint otthon/munkahelyen maguknak elkészíteni a kávéjukat.

Ezzel szorosan összefügg, hogy kitöltők nagy része, eltérő rendszerességgel ugyan, de jár kávézóba és az estek több mint felében legalább fél órát tölt egy kávézóban egy látogatás során, egy-egy ilyen alkalom gyakran egy baráti találkozó, akár üzleti tárgyalás is egyben. Az interjúk során is azokat az információkat kaptam, hogy a vendégek nagy része sok időt tölt az üzletben, vannak akik akár órákat is, mivel pihentető, megnyugtató érzést ad számukra. A 19.-20. században kialakult egy a szegényebb rétegből származó vendégkör akik „napközi” jelleggel ültek be akár

egész napokra is a kávéházakba. Ezt korunk emberei nem tudják megengedni maguknak a felgyorsult hétköznapok miatt.

A 19.-20. század kávéházaihoz képest társadalmi jelentőségük megváltozott, akkoriban nem volt lehetőségük az embereknek máshol informálódni, tájékozódni a világ eseményeiről, nem tudtak máshol összegyűlni, így sok történelmi jelentőségű esemény is a kávéházi asztalok mellől indult. Ma is a társadalmi élet szerves része a kávézók látogatása, de már csak baráti beszélgetések színhelyeiül szolgálnak a kávézók. A média, a technika fejlődése miatt már pár kattintással hozzá tudunk jutni bármilyen információhoz, a világ bármely részéről és a mobil eszközeink segítségével kapcsolatba tudunk lépni egyszerre rengeteg emberrel is akár, így nincs szükség egy olyan közösségi térre, mint amilyenek a kávéházak voltak régen.

A kérőív eredményei és személyes tapasztalatok alapján a minőség a legfontosabb szempont a kávézó kiválasztásakor, az árakat viszont sokkal kevésbé találták döntő kritériumnak a kitöltők. Ma rengeteg vendéglátóhely üzemel, köztük kávézó is és nagyon nehéz közülük kitűnni, sokan a minőséggel szeretnének. Adott például egy üzlet, ahol a kínálat nem túl széles, ők is rengeteg vendéget tudnak vonzani azzal, hogy szakszerűen, hozzáértő személyzet által, rendszeresen karbantartott, jó minőségű gépekkel készítik el a kávéikat. Egy adag őrölt kávébabból lehet nagyon jó és nagyon rossz eszpresszót is csinálni, és ez nem feltétlenül pénz kérdése, sokkal inkább múlik az elkészítés módján, minőségén.

Tapasztalatom szerint a kávézók vendégei nagyrészt a társadalom tehetősebb rétegeiből származnak, szemben a 19.-20. század kávéházainak látogatóival. A kezdetekben ugyan csak arisztokraták és férfiak engedhették meg maguknak, a nők például csak a 20. század eleje óta járhatnak ilyen jellegű üzletekbe, később a szegényebb réteg is felvette ezt a szokást, mivel olcsóbb volt kávéházba járni, mint egész nap fűteni, kivilágítani a saját lakásukat. Ma ilyen jellegű megkülönböztetéssel nem találkozunk, inkább csak a pénztárcánk szabja meg, hogy járunk-e és ha igen melyik kávézóba.

Ezzel összefügg, hogy a tehetősebb réteg, akiknek nem igazán számítanak az árak, szeretnék a legjobb minőséget kapni a pénzükért, hiszen képesek akár több pénzt is kiadni erre. Ezt mutatják a kérdőív eredményei is, hiszen a megkérdezettek majdnem fele mondta, hogy hajlandó egy latte arttal díszített italért mélyebbre nyúlni

a zsebében és a tapasztalatok, a vizsgált kávézók forgalmai, vendégeik visszajelzései is ezt mutatják.

A tapasztalatok alapján a vendégek nagy része kísérletező kedvű, a kérdőívet kitöltők kevesebb mint fele mondta azt, hogy mindig a megszokott kávéját rendeli, a fennmaradó részük valamilyen kávékülönlegességet rendel, szeret újdonságokat kipróbálni. Sokan vállalkozó kedvűek, de kevesen választanak célirányosan például egy adott különleges kávé alapanyag miatt kávézót, de ha megtetszik nekik a kínálatból egy különlegesség akkor azt szívesen kipróbálják. Véleményem szerint ezt nagyban befolyásolja az, hogy nagyrészt fiatalok látogatják az üzleteket illetve az szimpla kávé italokhoz a rengeteg üzlet mindegyikében van lehetőségük hozzájutni, akár egy pékségben is ihatnak egy eszpresszót vagy egy cappuccinot, így ha már kávézóba mennek nem ezek mellett döntenek. A különleges kreációkkal együtt pedig előtérbe kerülnek a különleges alapanyagok is, hiszen egy-egy kész ital egy bizonyos alapanyagból készítve a legfinomabb (vannak italok amik világos és vannak amik sötét pörkölésű kávébabból készülnek).

Az ételkínálatot tekintve sokkal népszerűbbek a reggelik, mint az ebédek. A reggeliket a válaszadók kétharmada nagyon jó ötletnek tartja, de nagy részük csak valamilyen apróságot fogyaszt a kávéja mellé, kevésbé népszerűek a meleg ételek, ha ebédről van szó a kitöltők majdnem fele pedig inkább étterembe megy. Ez összefügg azzal, hogy ugyan a 19.-20.században ugyan nagyon nagy népszerűségnek örvendtek a melegkonyhás kávéházak, a második világháború után az üzletek nagy része megszűnt és hosszú ideig nem igazán nyíltak újra, a gazdasági és politikai helyzet miatt sem. Ahogy újra virágozni kezdtek a kávézók, egyre több új üzlet nyílt de ez az elem teljesen kiesett a kínálatukból. Az emberek így hozzászórtak, hogy a kávézóban csak kávé kapható, meleg ételért inkább az éttermekbe mennek, de tapasztalataim szerint ez kezd változni, egyre többen fedezik fel a kávézók különlegességeit, így egyre vonzóbbakká válnak.

A mai kávézóban tartott különleges művészeti rendezvények iránt egyelőre nem túl nagy az érdeklődés, ezt mutatja az is, hogy a kitöltők túlnyomó többsége azt válaszolta, hogy jó ötletnek tartja ugyan ezeket, de csak miattuk látogat el egy kávézóba. A legnépszerűbbek a koncertek, zenés események voltak. Az interjúk készítése során szerzett információk közül nagyon jó ötletnek tartom a Centrál

Kávéház és az Ébresztő kezdeményezéseit, hiszen náluk nem külön rendezvényként, eseményként hirdetik meg az élőzenés műsorokat, kiállításokat, hanem bele vannak építve a mindennapi nyitva tartásba, kínálatba, megjelenésbe egy kis „plusszként”. A törzsvendégek már megszokták, nekik ez a természetes, rádió helyett élőzene szól az üzletben vagy, hogy mindig változó képekkel, alkotásokkal találkoznak az üzlet falain. Ilyen módon sokkal közelebb tudják hozni ezeket a művészeti ágakat a nagyközönséghez, mintha 1-1 alkalommal tartanának egy koncertet vagy egy ünnepélyes kiállítás megnyitót.

## 6. Összefoglalás

A dolgozatom elején megfogalmazott hipotéziseim mentén vizsgáltam ezt a témát. A vendégigények és az üzletek kínálata szorosan összefüggenek. A következő bekezdésekben a fő szempontokat érintve a legfontosabb hasonlóságokat és különbségeket kiemelve fogom összegezni a konklúzióimat.

A klasszikus kávéházak megjelenésüket tekintve különösen fényűzőek voltak, néhol túldíszítettek, az átlagemberek számára ez volt maga a luxus. A ma is működő üzleteket igyekeznek korhűen berendezni, idézni a fénykorukat. Napjaink újhullámos kávézóira jellemző a minimalista berendezés, az egyszerűség mellett a praktikum is fontos szempont.

Nagy különbség, hogy manapság egyre több franchise rendszerben működő üzlet nyílik, minden területen így a vendéglátásban, a kávézók között is. Az általam bemutatott kávézók között is található ilyen: a Café Frei. Ez a működési forma a 19.20. században teljesen ismeretlen volt, csak önálló kávéházak nyitottak. Ez annyiban befolyásolja a piacot, hogy a törzsvendégek például az ország különböző pontjain kimondottan a kedvenc hálózatuk üzleteit keresik fel, mivel tudják, hogy ugyanazzal a kínálattal, a megszokott minőséggel találkoznak.

Nyitva tartásukban is eltérnek egymástól: a klasszikus kávéházak kora reggeltől késő estig nyitva álltak, a mai üzletek legnagyobb része viszont kora reggel nyitnak de késő délután zárnak, természetesen vannak kivételek, de az átlagról elmondhatjuk, hogy a régiéknél rövidebb nyitva tartás jellemzi őket.

A 19.20. század kávéházairól még az általános iskolai történelem és irodalomórákon is szó esik, mivel sok szempontból érdekes vendégkörrel rendelkeztek. Az adott kor irodalmi, művészi világának fontos képviselői mind törzsvendégek voltak történelmi kávéházaink egyikében. Azok az üzletek nem csak az irodalmi hanem a társadalmi élet központjaivá is váltak, az átlagemberek számára is fontosak voltak, az elérhető luxus volt ez az életükben. A mai kávézók vendégköre elég sokszínű, nagyrészt fiatalok látogatják őket. Ezek csak kedvelt találkozóhelyek, különösebb jelentőséggel nem bírnak az emberek életében.

Korunk emberei a különlegességeket, az egzotikumokat keresik, így aki szeretné tartani a lépést a vendégigényekkel, annak állandóan fejlődnie kell, egyre szélesebb kínálatot kell nyújtania, különben elveszik a rengetek üzlet között.

Az ételkínálatra vonatkozó hipotézisem beigazolódott. A klasszikus kávéházak nagy része rendelkezett melegkonyhával, nem csak reggelik szerepeltek a kínálatban, egész nap lehetőség volt főtt ételt is fogyasztani. A kávéházak étlapjai, megállták volna a helyüket egy átlagos étteremben is. Egyre több újhullámos kávézó kezd visszatérni ehhez az elgondoláshoz és üzemeltetnek melegkonyhát is. A választékokat összehasonlítva napjainkban a különleges gourmet ételek állnak a középpontban, mindenki úgy gondolja kell valami plusz az étlapjukra, hogy kitűnjenek a többiek közül. A klasszikus kávéházak kínálata is széles volt, de ők inkább az egyszerű ételeket részesítették előnyben.

A legnagyobb különbségeket az italkínálatban találjuk. A klasszikus kávéházakban nagyon szűk volt a választék minden szempontból: alapanyagként egyféle kávébab szolgált, és ezekből mindössze 2-3 féle kávéitalt készítettek. A kínálatot a szeszesitalok színesítették. (lásd: mellékletek, 12. ábra) Napjainkban egyre nagyobb divatja a különleges helyről származó alapanyagoknak, egy kis vidéki kávézóban is legalább kétféle kávébabból választhatunk (általában 1 világos és 1 sötét pörkölésű). Emellett rengetegféleképpen készítik el ezekből az italokat, nagyon fontos lett a szakképzett személyzet, az italok szakszerű elkészítése. Ma a szeszesitalokat felváltották az üdítők, teák, házi készítésű frissítők.

Az újhullámos kávézók mind próbálnak kialakítani maguknak egy imázst és abba beleillő programokkal, rendezvényekkel színesítik a vendégeik mindennapjait, mint az élőzene, művészeti kiállítások, egyéb kulturális programok. Régen a recept szinte ugyanaz volt mindenhol, biliárdasztalok, csocsó és kártya. Ezek mindenhol elérhetőek voltak, az átlag vendégek beérték ezekkel a megszokott szórakozási lehetőségekkel.

Összességében elmondhatjuk, hogy a kávéházak, kávézók, maga a kávézás szokása óriásit változtak a kezdetektől napjainkig, de ez egy természetes folyamat, hiszen az idő előrehaladtával minden formálódik. Véleményem szerint ez a változás

előnyére vált a szakmának és óriási fejlődésen ment keresztül, remélem ez ilyen irányban folytatódik a jövőben is.



7. Mellékletek

**★ CENTRAL ★**  
**CAFÉ & RESTAURANT**  
 1887

A MAGYAR SZÖVEG A MÁSÍK OLDALON

---

**Attila JÓZSEF:**  
**WITHOUT KNOCKING**

If I get to love you, you can visit me any time  
 without knocking  
 but think it well over,  
 I'll make your bed on my straw-mattress,  
 the rustling straw sighs dust.

I'll pour fresh water in the jug for you,  
 I'll wipe off your shoes before you leave,  
 nobody will disturb us here,  
 hunched up you can mend our clothes quietly.  
Silence is so heavy, I'll also talk to you,  
 if you're tired, I'll offer you my only chair.  
 If it's hot, you may take off the and tight collar,  
 if hungry, you'll get clean ragged to eat from,  
 and when there's something else, that too,  
 but then, please, leave a little for me, too,  
 I, too, feel forever and ever hungry.

if I get to love you, you can visit me any time  
 without knocking,  
 but think it well over,  
 it would grieve me, if you didn't come too long.

Translator: Katalin N. Ulrich

[www.centrahavahaz.hu](http://www.centrahavahaz.hu)



**BE A POET!**

Here in this cozy café - once a favourite haunt of famous Hungarian poets - write a poem to your love or share it with your friends!

Use these words from Attila József's poem:  
 KNOCKING / FRESH WATER / SILENCE  
 HUNGRY / PAPER / TO VISIT

WRITE A POEM HERE

SHARE YOUR POEM

**★ CENTRAL ★**  
 CAFÉ & RESTAURANT  
 1887

#CENTRALCAFÉ

10.ábra - Centrál Kávéház tányér alátétje (saját készítés)

## TELJES VÁLASZTÉK



11. ábra – A Café Frei itallapja (Café Frei Tatabánya Facebook oldala – URL: <https://www.facebook.com/cafefrei.tatabanya/photos/a.563614163998756.1073741829.549396738753832/575585339468305/?type=3&theater>, olvasva: 2018.03.15.)

FEHÉR ASZTALI ÉS PECSÉNYEBOROK WEISSE TISCH U. BRÄTENWEINE VINS BLANC EN BOUTEILLES		
	07. ltr.	0.35 ltr.
Állampusztai	3.-	1.80
Lednyka	3.80	2.-
Ringató (édeskés)	3.20	2.-
Csopaki	4.20	2.40
Szemelt rizling	4.-	2.20
Badacsonyi kéknyelű	4.20	
Szentgyörgyhegyi	4.20	
Édes furmint	4.50	2.60
Debrői hárslevelű	3.80	2.20
Badacsonyi szürke barát	5.-	2.80
Bánoryosi (Pannonhalmi bor)	—	—
VÖRÖS ASZTALI ÉS PECSÉNYEBOROK ROTE TISCH U. BRÄTENWEINE VINS ROUGES EN BOUTEILLES		
	07. ltr.	0.35 ltr.
Burgundi	3.80	2.40
Nemes kádor	3.80	2.40
Egri bikavér	4.-	2.40
Egri vörös	4.-	—
TOKAJI BOROK TOKAJER WEINE VINS FINS DE TOKAJ		
	1 üveg	
Szomorodni Édes	5.-	
" száraz	4.60	
3 puttonyos aszú	6.50	
5 puttonyos aszú	4.-	
MAGYAR PÁLINKÁK UNGARISCHE BRANNTWEINE EAU DE VIE HONGROIS		
		Poharaként
Dreher-Brandy	—	70
Keglevich	—	70
Kecskeméti barack	—	60
Szerémi szilviorum	—	60
Barócska	—	60
Maggal főtt cseresznye	—	60
KÜLFÖLDI KONYAKOK ÉS PÁLINKÁK AUSLÄNDISCHE BRANNTWEINE EAU DE VIE ÉTRANGER		
		Poharaként
Henesey-cognac	—	—
Whisky (Black & White)	—	—
Gin	—	—
WERMOUTH		
		Poharaként
Cinsano (olasz)	—	1.80
Zwack (magyar)	—	1.20
SÖRÖK BIÈRE BIÈRES		
1 üveg	{ Szent János világos	—
	{ Szent János családi	—
Dreher	{ Bak sör barna	—
ÁSVÁNYVIZEK MINERALWASSER EAUX MINÉRALES		
Harmatvíz	1/3 liter	—
Szódavíz	1/3 "	—
Szódavíz	2/10 "	—
Parádi víz	—	—
Salvator	—	—
Gieshübler	—	—
Mohai Ágnes	—	—

12.ábra – A Centrál Kávéház régi itallapjának egy része (saját készítés)

## 8. Felhasznált irodalom

DR. FAZEKAS ÉVA, DR. KIMMEL JÓZSEF, SALLY NOÉMI, DR. VÁMOS ÉVA - 2010 - *A fekete leves – A kávéfőzés története* – Oktatási és kulturális minisztérium - Budapest

GERSE LÁSZLÓ – 2013 – *Híres cukrászdák és kávéházak-A gasztornómia édes asztala* – Szaktudás Kiadóház Zrt. – Budapest

Bols Mixerakadémia barista képzésén készült saját jegyzetek

TOSSENBERGER ADÉL – *Mivé lettek Budapest irodalmi kávéházai? Megnéztük* – 2014  
- HVG [on-line] - URL:  
[http://hvg.hu/kultura/20140120\\_irodalmi\\_kavehazak\\_budapesten](http://hvg.hu/kultura/20140120_irodalmi_kavehazak_budapesten) - olvasva:  
2018.03.28.

Az Ébresztő weboldala - URL: <http://ebreszto.com/> - olvasva 2018.03.30.

Az ébresztő instagram oldala - URL: : <https://www.instagram.com/ebreszto/> -  
olvasva: 2018.04.01.

A Café Frei Weboldala - URL: <https://www.cafefrei.com/rolunk> - olvasva:  
2018.03.28.

A Café Frei Weboldala - <https://www.cafefrei.com/kinalatunk-drinkart> - olvasva:  
2018.03.28

A Café Frei Weboldala - <https://www.cafefrei.com/kinalatunk-csokolade> - olvasva  
2018.03.28.

A Café frei Weboldala - <https://www.cafefrei.com/kinalatunk-gelato> - olvasva:  
2018.03.28

A Café Frei Tatabánya Facebook oldala – URL:  
<HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/CAFEFREI.TATABANYA/PHOTOS/A.563614163998756.1073741829.549396738753832/575585339468305/?TYPE=3&THEATER> – OLVASVA:  
2018.03.15.

BAGI LÁSZLÓ – *Ahol a nap felkel – Kelet kávézó és galéria* - URL: <https://welovebudapest.com/2014/09/26/ahol-a-nap-felkel-kelet-kavezo-es-galeria/> - olvasva: 2018.03.28.

A Casino Mocca Weboldala - URL: <http://www.casinomocca.hu/> - olvasva: 2018.03.25.

DR. SZŐKE ANDREA – *Kutatásmódszertan órai előadásanyagai* - 2017