

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM

**Kereskedelmi, Vendéglátóipari
és Idegenforgalmi Kar**

A magyar cukrászati termékek fejlődése a 18. századtól napjainkig

Konzulens:

Hidvégi Hedvig

Főiskolai tanársegéd

Készítette:

Ring Bence

Turizmus-vendéglátás szak

Vendéglátás és szálloda
szakirány

Nappali tagozat

2016

IGAZOLÁS

Szakdolgozati / projekt munka konzultációkról

Hallgató neve: RING BENCE

Tagozat, képzés, szak, specializáció/szakirány: NAPPALI, KVIK, TURIZMUS-VEJÉC-LÁTÁS, VENDEGLÁTÁS ÉS SZALLÓDA

Belső konzulens neve, beosztása: HEDVIGI HEDVIG, FŐISKOLAI TANÁRSÉGÉD

Szakdolgozat / projekt munka címe: A MAGYAR CUKRASZATI TERMÉKEK FEJLŐDÉSE
A 18. SZÁZADTÓL NAPJAINKIG

	Konzultáció időpontja	Konzultáció tartalma	Témavezető aláírása	Hallgató aláírása
1.	2016. 02.11.	A szakdolgozat felépítése, szakirodalmi kutatás.	Hedvig	Ring Bence
2.	2016. 03.03.	Kérdőív kérdései, első két fejezet értékelése.	Hedvig	Ring Bence
3.	2016. 04.12.	A dolgozat 90% -os értékelése	Hedvig	Ring Bence
4.				
5.				

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

Kelt: Budapest, 2016.05.02.

.....
Hedvig Hedvig
Belső konzulens aláírása

Budapesti Gazdasági Egyetem
Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Eredetiségi nyilatkozat a szakdolgozatról/projekt munkáról

Hallgató adatai	
Név, Neptun-kód	RING BENCE T I F D V 0
Elérhetőség	Telefonszám: 06-30-903-6061 E-mail cím: RING.BENCE@GMAIL.COM
Levelezési cím(ir. sz., város) (utca, házszám stb.)	21890 TATA DEAK FERENC ÚT 21.
Kar (rövidítve), tagozat, szak	K V I K NAPPALI TAGOZAT, TURIZMUS-VENDÉGLÁTÁS SZAK
Szakdolgozat/projekt munka adatai	
Szakdolgozat/projekt munka címe	A. MAGYAR CUKRASZATI TERMÉKEK FEJLŐDÉSE A. 18. SZÁZADTÓL NAPJAINKIG
Témavezető	
Beadási határidő	20160506 Oldalszám összesen 64

Alulírott RING BENCE nyilatkozom, hogy a csatoltan bírálatra és védésre beadott szakdolgozat/projekt munka teljes egészében a saját munkám. A felhasznált forrásokat az irodalomjegyzékben feltüntettem, a rájuk vonatkozó, szabályszerű hivatkozásokat a szövegben megtettem. A szakdolgozat/projekt 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/projekt munka érvénytelen, ezért elutasításra kerül.

Ring Bence
(alíírás)

Köszönetnyilvánítás

Szeretnék köszönetet mondani Hidvégi Hedvig konzulensemnek, aki végigvezetett a dolgozat elkészítéséhez vezető rögös úton, és tanácsokkal látott el, hogy a lehető legtöbbet hozzam ki a munkámból.

Szeretném továbbá megköszönni nővérem segítségét, aki könyvekkel és folyóiratokkal látott el a szakirodalmi áttekintés megírásához.

Végezetül köszönetet mondanék szüleimnek, akik mindvégig ösztönöztek a sikeres szakdolgozat elkészítéséhez.

Tartalomjegyzék

1. Bevezető	3
1.1. Hipotézisek	4
1.2. Kutatási módszerek	4
2. Szakirodalmi áttekintés	5
2.1. A magyar cukrászat története a 19. század első felében	5
2.1.1. A méz mint édesítőszer a 19. század előtt.....	5
2.1.2. A cukor megjelenése, a cukrászat kialakulása	5
2.1.3. A cukrászipar fellendülése	9
2.2. A 19. század második fele, a nagy magyar cukrászdinasztiák megjelenése	10
2.2.1. A Fisher cukrászda és a fagyaltkészítés	11
2.2.2. A Ruszwurm cukrászda.....	12
2.2.3. A Gerbeaud cukrászda.....	12
2.2.4. A Hauer cukrászda	14
2.2.5. Az August cukrászda	14
2.2.6. Az uzsonnázási szokás megjelenése Magyarországon, és annak termékei.....	16
2.2.7. A miskolci Megay cukrászda	19
2.2.8. A pécsi Caflish cukrászda	19
2.3. Híres magyar cukrásztermékek megjelenése – a Dobos-torta és a Rákóczi túrós lepény	22
2.4. A második világháború és a szocialista rendszer hatásainak bemutatása az August példáján keresztül.....	24
2.5. Gondolatok a cukrászati termékek jelenéről	27
2.5.1. Miért tűnnek el a hagyományos cukrásztermékek?	27
2.5.2. A termékkínálatot befolyásoló tényezők	30
2.6. A 21. század kihívásai	31
2.6.1. Fagyasztott cukrásztermékek	31
2.6.2. Mesterséges és természetes színezékek.....	32
3. Kutatási módszerek	34
4. Eredmények.....	35
5. Konklúziók, javaslatok.....	45
5.1. A hagyományörzésről szóló kérdések eredményei	45

5.2. A háztartásbeli szokásokhoz fűződő kérdések eredményei	46
5.3. A vevői oldalhoz fűződő kérdések eredményei	48
5.4. Az étkezési szokásokhoz kapcsolódó kérdések eredményei	51
5.5. A fagylaltválasztásról szóló kérdés eredményei	52
6. Összefoglalás.....	55
7. Mellékletek.....	57
8. Irodalomjegyzék.....	61

1. Bevezető

A vendéglátás az egyik legalapvetőbb funkciója a társadalmi életnek. Vendéglátásról már akkor is beszélhettünk, amikor még éppen hogy csak néppé formálódtunk; a vendég tiszteletben tartása, a magyar vendégszeretet már akkoriban is kiemelkedő fontossággal bírtak. A vendéglátás mint profittermelő szakma csak később jelent meg nálunk, a cukrászat pedig mindehhez képest már teljesen új keletű vállalkozási forma. Kétszázötven évvel ezelőtt a hazai cukrászszakma még igen csak gyerekcipőben járt, és csak a reformkorban, a „nyugatiasodás” idején indult el magyarországi sikerútján.

Az elmúlt kétszáz évben rengeteg változáson és fejlődésen ment keresztül a cukrászat, ami köszönhető egyrészt a történelmi viszontagságoknak (kiegyezések, háborúk, megszállások), másrészt az idő múlásával folyamatosan változó igényeknek. A lehetőségek békeidőben határtalanabbak, háborús időben szűkebbek voltak; az emberek ízlése pedig az újabb és újabb termékek megjelenésével együtt formálódott. Az évek folyamán az egyszerű cukorkák és drázsék készítésétől eljutottunk először a marcipánig, a grillázig és a csokoládéig, majd megjelentek Magyarországon is a lisztes termékek, később a különböző krémek, folyamatosan tanultuk el a technikákat és technológiákat a külföldi cukrásmesterektől, míg nem eljutottunk a mai modern megoldásokig.

A jelen szakdolgozat fő kérdése valójában egyszerű: mi maradt meg, és mi változott ezek közül? Szándékomban állt megvizsgálni, a megfelelő háttér-információk megszerzését követően, hogy hol tart manapság a hazai cukrászszakma, de nem a termelők, hanem a vásárlók szemszögéből.

2012-ben szert tettem egy barátira az Egyesült Államokból, akivel mindketten nagyon szeretünk különböző desszerteket készíteni. Amikor azonban rákérdezett, hogy milyen híres magyar sütemények léteznek, rá kellett jönnöm, hogy néhány alapvető példán túlmenően nem igazán tudtam kielégítő választ adni a kérdésére. Elgondolkodtam azon, hogy rajtam kívül vajon hányan vannak még Magyarországon, akik nincsenek tisztában országunk cukrászati örökségével. Eltöprengtem továbbá azon is, hogy milyen süteményeket és más desszerteket láthatunk manapság a cukrászdák pultjai mögött; mi az, amit mindenhol megtalálok, mi az, amit szinte sehol, mi az, amit az emberek keresnek, és mi az,

ami valószínűleg már teljesen kiment a köztudatból? Cukrászdák kirakatai előtt elsétálva azt is érdekesnek találtam megfigyelni, hogy melyek azok a termékek, amelyekkel az üzletek megpróbálják magukhoz csábítani a vevőket – tehát melyek azok, amelyek felkeltik a járókelők érdeklődését.

Némi utánajárás után arra is rá kellett jönnöm, hogy manapság a fent említett faktoroknál sokkal többön múlik, hogy valaki megvesz-e egy szelet süteményt, vagy sem. Szükségesnek éreztem, hogy közvélemény-kutatásokat végezzek olyan témákban is, mint az ételszínezékek használata, a mélyhűtés mint tartósítási technológia alkalmazása, valamint az instant élelmiszerek felhasználása.

Lényegében elmondható, hogy a magyar cukrászipar még mindig él és virágzik, csak most már teljesen más trendeknek és irányvonalaknak kénytelen eleget tenni, mint a reformkorban és az azt követő évtizedekben. Nehéz és szinte lehetetlen elmondani, hogy hova tartunk, viszont mindenképpen érdekes megfigyelni, hogy most hol állunk. A következő fejezetekben az olvasó egy áttekintést kaphat a magyarországi cukrászipar kezdeti lépéseiről, virágkoráról, hanyatlásáról és újraéledéséről. Ezután következik a jelenbeli állapotok elemzése.

1.1. Hipotézisek

A kutatásaim során a tradíció, a hagyományőrzés és a hagyományteremtés témakörét kívántam körüljárni. Az elméletem az volt, hogy a múltban az új technológiák bevezetésével párhuzamosan meglehetősen könnyű volt újszerű termékekkel előállni. Manapság viszont a globalizációnak hála minden nap születnek új termékek, ezért nehéz bármelyiket is kiemelni, mint hagyományteremtő újítást.

1.2. Kutatási módszerek

A szakirodalmi áttekintésben szekunder kutatást végeztem (könyvek és folyóiratok segítségével). Az önálló kutatáshoz internetes kérdőívet használtam.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A magyar cukrászat története a 19. század első felében

2.1.1. A méz mint édesítőszer a 19. század előtt

A mézet és a nádcukrot a 19-20. század legjelentősebb édesítőszereiként tartották számon. A kettő közül a méz használata régebbi gyökerekre nyúlik vissza. A méznek már a kezdetek kezdetén is nagy szerepe volt a babonák és a kuruzslás világában, később előszeretettel használták a gyógyászatban, és természetesen ételek ízesítésére is (Csapó K. és Éliás T. 2010). A cukor megjelenése előtt a méz számított az egyetlen tömény édesítőanyagnak, így az összes édes süteményt ennek a felhasználásával készítették (Dunszt K. 2009). Magyarországon a 17. század elején alakultak először mézeskalácsos céhek (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Mézeskalácsnak nevezzük a mézestésztából készült tartós süteményt. A mézeskalács-készítés két fő irányban fejlődött az évszázadok során. Az egyik ezek közül a mézesbábkészítés. A mézesbábok a ma is széles körben ismert, formázott, nagy műgonddal díszített sütemények. Általában vásárokon lehet/lehetett megvásárolni őket, legtöbb esetben darabáron. A mézesbábkészítés már a népi hagyományban is művészetté nőtte ki magát. Ma is kedvelt forma a mézeskalácsszív és annak tükrös változata, a mézeskalácsbaba, a mézeskalácshuszár, és a füzérré összefont mézeskalács-figurák. A fejlődés másik ágát a mézescsókok teszik ki. A mézescsók (vagy mézes puszedli) készítésénél a tésztából apró gömböket formáznak, majd miután megsültek, cukros-habos krémmel vonják be őket. A mézescsókokra kevésbé jellemző a díszítettség, többnyire súlyra értékesítik őket (Dunszt K. 2009).

2.1.2. A cukor megjelenése, a cukrászat kialakulása

A mézeskalácsos céheknek még évszázadokkal a 17. századi megjelenésük után is nagy szerepük volt. Ez igazán figyelemreméltó teljesítmény, tekintve, hogy már a 14-15. században megjelent Európában a nádcukor, hogy megkezdje hódító hadjáratát a kontinens édességkészítői felett. A nádcukor Indiából származik. Élelmiszeripari feldolgozása kezdetben a gyógyszerészek feladata volt (Csapó K. és Éliás T. 2010). A cukrot mint édesítőanyagot is ők ismertették meg

velünk. Többek között nekik köszönhető a drasztikus feltalálása is, melynek eredete az volt, hogy a gyógyszereket cukorral vonták be, hogy könnyebben fogyaszthatóak legyenek. Hasonló módon készültek el az első gyógycukorkák, itt a nehezen elfogyasztható gyógynövényeket cukormasszába gyúrták, és úgy adták a betegeknek (Dunszt K. 2009).

A cukrászat mint ipari ág magyarországi megjelenésére a 19. századig várni kellett, de annak előszele már évszázadokkal azelőtt elért minket: Hunyadi Mátyás, Beatrix királyné révén, gyakran bízta olasz cukrászmesterekre ünnepi lakomái elkészítését, melyekben olykor cukor alapú desszertek is helyet kaptak (Csapó K. és Éliás T. 2010). 1476-os lakodalmukon például pörkölt cukorból készült „kertet” fogyasztottak; a műalkotásban cukorfák, -gyümölcsök és –madarak kaptak helyet. Nem sokkal később egy újévi lakomán mandulatejből és cukorból készült, sakktabla formájú süteményt fogyasztottak. Ily módon ismerte meg az ország a marcipánt és a grillázst, melyeknek mind a cukor a fő alapanyaga (Borsody M. 1995).

Későbbi századokban a cukrászat egyre inkább különvált a gyógyszerészettől, ám nem szakmának, hanem művészeti ágnak tekintették. Ekkoriban a cukrázások még nem tömörültek céhekbe, hanem főurak háztartásaiban dolgoztak (Csapó K. és Éliás T. 2010). Érdekesség, hogy ezek a cukrázások nem kizárólag fogyasztásra szánt termékeket készítettek. A tragantszobrok cukorból és a csödfű nedvéből készült alkotások. Ezek emberi fogyasztásra alkalmatlanok voltak, azonban előszeretettel használták őket asztaldísznek. Ez is mutatja, mennyire kiterjedt művészetnek számított akkoriban a cukrászat (Draveczky B. 1999).

A cukrásztermékek fejlődésében erős visszaesést és egy teljesen új irányú fejlődést jelentett a török megszállás. Az eddigi cukros és mandulás termékek (ideiglenesen) eltűntek, helyettük a törökök újfajta édes ételeket és italokat „honosítottak meg” hazánkban. Az egyik ilyen fontosabb ital a sörbet volt, amelyet cukorból, mézből és friss gyümölcsökből készítettek, és hidegen fogyasztottak. A másik a melegen fogyasztott pekmez, amely szintén cukorból és mézből, valamint mazsolából készült. A harmadik és talán legfontosabb törökök által behozott áru a kávé volt, bár a magyarok körében ekkor az ital még

népszerűtlen volt; csak később, a 18. század végén, a nyugati mintára elterjedt kávézási szokással vált közkedveltté. Az édes ételek közül a legjelentősebb török hagyatékok közé tartozik a törökméz, a rahat-lókum és a halva-félék. Ezeket a környező országokban a mai napig készítik, hazánkban ma már kevésbé népszerűek (Borsódy M. 1995).

Az édességek gazdasági jellegű termelésére a 18. század végéig kellett várni, amikor a cukrászok már piaci eladásra készítették a cukorkákat, cukrozott gyümölcsöket, édes italokat, marcipánt. Ezzel beléptünk a 19. század cukrászatába, amely a cukrászat piaci megjelenésével kezdődött (Csapó K. és Éliás T. 2010). Persze fontos megjegyezni, hogy ekkor még csak „elméletben” beszélhetünk cukrászatról, ugyanis a „cukrász” kifejezés ekkoriban még nem létezett. Elsőként Széchenyi Hitel című munkájában találkozhatunk ezzel a kifejezéssel (Draveczky B. 1999).

Érdekesség, hogy a 19. század kezdetén a ma olyannyira népszerű lisztes termékek még nem léteztek – az egyetlen ilyen az angolszász származású „biscuit” (egyfajta édes teasütemény) volt. A lisztes termékeket a Svájcból érkező „mandoletti-sütők” hozták be Magyarországra, ahol a század folyamán tevékenységükkel fokozatosan egybeolvadtak a helyi cukrászatokkal (Csapó K. és Éliás T. 2010). Ezek az emberek magukkal hozták hazájuk kultúráját és vendéglátó szokásait. Hatásukra a magyar vendéglátás is ugrásszerű fejlődésnek indult, nőtt a színvonal, a felhasznált eszközök és felszerelési anyagok is változatosabbá váltak. A sikeresebb cukrászok az üzletvezetés mellett szakácskönyveket is írtak; ebből következik, hogy az akkori receptgyűjteményekben főként a francia és német behatás érződik. Érdekesség továbbá, hogy a receptek elnevezése is francia szokásból ered; addig az ételek neve főként az alapanyagokra, készítési módra vagy esetleg a készítőre utaltak, most viszont megjelentek az ezektől eltérő fantázianevek is (Draveczky B. 1999). A receptek elnevezése szintén alkalmat adott a „nagy emberek” előtt való tisztelegésre; gyakran fordult elő, hogy valamely híres emberről neveztek el egy süteményt, vagy azért, mert az adott személy kifejezetten szerette azt, vagy pusztán tiszteletből, annak ellenére, hogy a névadó talán nem is ismerte azt, vagy kifejezetten utálta (Draveczky B. 2007).

A mandoletti-sütők közül Bertha Bertalan volt az első, aki a 18. század végén iparüzési jogot kapott az országban, majd a 19. század elején a „cukrász” név használatára is engedélyt szerzett. 1805-ben az övén kívül már nyolc másik cukrászat üzemelt Pesten, Budán pedig négy. A fentiek alapján talán nem is meglepő, hogy e tizenhárom cukrászmester közül csak egy volt bizonyítottan magyar leszármazott (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Magyarországon az édességkészítés azok kezébe került át, akik nyugatról bevándorolva megismertették velünk a hazájuk fejlettebb technológiáit, valamint akik tőlük ezt a mesterséget eltanulták (Csapó K. és Éliás T. 2010). Addig a kávéházakat török stílusban rendezték be és üzemeltették, ugyanis maga a kávézás szokása is török közvetítéssel érkezett hazánkba (Draveczy B. 1999). Ezek az intézmények a reformkorban „nyugati” irányba fejlődtek. Hazánkban főként az olasz behatás érződött abban az időben, a cukrászda-kávéházakat is olasz mintára rendezték be, innen származik számos új édességünk (például a fagyalt – bár utóbbit Franciaországból kaptuk, de az eredeti feltalálója ennek is egy olasz mester volt)(Csapó K. és Éliás T. 2010). A cukrászdák népszerűségét segítette elő továbbá az is, hogy a gyarmatosítás hatására a kereskedők új, exotikus alapanyagokat hoztak be az országba. Ilyen volt a kávé, a vanília, a különböző déli gyümölcsök, a tea és a fahéj is. Ezzel olyan ízek kerültek be a magyar gasztronómiába, amelyek merőben eltértek az eddig ismertektől, és ezt a polgári réteg kíváncsisággal és lelkesedéssel fogadta (Márfi A. 2010).

A nyugatiak segítségével ismertük meg a csokoládét is, és annak sokrétű felhasználási lehetőségeit a cukrászatban. A csokoládé már a kezdeti behozatalkor népszerűvé vált különleges édes íze miatt, habár voltak olyanok (egyes püspökök vagy orvosok), akik ellenezték fogyasztását. Mindezek ellenére a csokoládé diadalt aratott Magyarországon és egész Európában is; kezdetben a cukrászatokat hódította meg, valamivel később a pékségekbe is bejutott, habár utóbbiban eleinte nem igazán használták romlandósága és „hagyományellenessége” miatt. A csokoládénak hála temérdek új európai sütemény jelent meg a piacon (Sacher torta, Fekete-erdő torta), amelyek Magyarországon is elhíresültek (Balla J. 1996). Így a korábbi török stílusú édességkészítést felváltotta a modern nyugat-európai stílus (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Ezzel el is értünk a reformkorhoz, amikor is az országunk hatalmas előrelépést tett a nyugati minták és életstílus meghonosításában. Ide tartozott a cukrászatok, mint vendéglátóhelyek megjelenése. A kávéházak mellett párhuzamosan alakultak meg a helyben fogyasztásra alkalmas cukrászboltok, melyek aztán a társasági élet fontos színhelyeivé fejlődtek ki magukat (Csapó K. és Éliás T. 2010).

A 19. század második felében már valódi igény volt arra, hogy a cukrászokat előírt szabályok szerint képezzék. A tanulásnak fontos része volt a szakmai képzés, valamint a vándorlás a különböző cukrászmesterek között tapasztalatszerzés céljából (Csapó K. és Éliás T. 2010).

2.1.3. A cukrászipar fellendülése

A cukrászipart illetően hatalmas előrelépést jelentett hazánknak, amikor az importált cukornád használatáról áttértünk a Magyarországon is termesztendő cukorrépa feldolgozására. Erre több okból is kiemelt szükség volt. Egyrészt Napóleon blokádja miatt erősen lecsökkent az országba behozható nádcukor mennyisége, másrészt a cukrásztermékek iránti ugrásszerűen megnövekedett kereslet megkövetelte, hogy nagy mennyiségű és olcsó cukrot használjanak a cukrászüzemekben. Magyarországon az első cukorrépa-feldolgozó üzem a mai Ercsi Cukorgyár területén épült, és az 1848-as szabadságharcig még 62 hasonló létesítményt nyitottak. Később a gyárak megjelenésével az eddigieknél is erősebb fellendülés kezdődött. 1869-re már 21 ilyen cukorgyár működött hazánkban (Borsódy M. 1995). Mivel a termelők az eddigi cukormennyiség sokszorosát voltak képesek előállítani, arányosan megnőtt a hazai cukrászatok száma is (Csapó K. és Éliás T. 2010).

A cukorgyártás magyarországi fellendülése és az ipari fejlődés lendületet adott a cukrásztermékek üzemi termelésének is. Az üzemi termelés azon édességek készítését vette magához, amelyek természetükből adódóan tömeggyártásra alkalmasak és hosszan eltarthatóak voltak. Ide tartoztak a különböző csokoládék, cukorkák és tartós lisztes termékek. Ezeket természetesen változó mértékben a cukrászdákban is elkészítették, bár az évtizedek múlásával már nem ez volt a jellemző tendencia. A cukrászdák ehelyett kifejezetten a

kézműves jellegű termékek készítésére és eladására szakosodtak, és vendéglátóhelyként működtek (Dunszt K. 2009).

Ugyanez a folyamat azonban hatalmas visszaesést jelentett a mézeskalácsosok számára, akik a 19. század második felében a cukorgyártás fellendülésével erős hanyatlásnak indultak. Ekkoriban már a cukrászatot és a mézeskalács-mesterséget is iparágként fogadták el (a céhesedés már a század elején megszűnőben volt), és az 1884-ben megalakult „Budapesti Sütő-, Cukrász- és Mézeskalácsos Ipartestület” által megkísérelték egy iparágként kezelni a kettőt (a sütőiparosokat ekkor már alapjaiban véve cukrásziparosoknak tekintették). Ez azonban folytonos vitákhoz, sztrájkokhoz vezetett, így a 20. század elején hivatalosan is különválasztották a két szakmát (Csapó K. és Éliás T. 2010).

2.2. A 19. század második fele, a nagy magyar cukrászdinasztiák megjelenése

Amilyen elterjedté vált a cukrászipar, olyan kicsi volt a cukrásztermékek skálája. A cukrászmesterek jellemzően a termékeik minden elemét maguk készítették el, beleértve azok csomagolásait is, például a szaloncukrok rojtozott papírját (Csapó K. és Éliás T. 2010). Mivel még nem volt lehetőségük arra, hogy nagytermelőktől szerezzék be az összes szükséges alapanyagot, ezért az olyan feldolgozott, itt alapanyagként szolgáló termékeket, mint a gyümölcsbefőtteket, -lekvárokat és -szörpöket maguk a cukrászok készítették el további felhasználás céljából. (Ez a tendencia még a 20. század első felében is tartott, utána azonban megkezdtek ezeknek a termékeknek a gyári termelését)(Dunszt K. 2009). Természetesen mindennek gyakorlati okai voltak; mivel abban az időben a méz és a cukor voltak az egyetlen tartósítószer, így magától értetődő, hogy ezek a tevékenységek a cukrászok és édességkészítők kezébe kerültek. Akik anyagi okok miatt nem engedhették meg maguknak, hogy cukrot vegyenek, egyéb alternatív módszerekkel próbálkoztak. Így született meg a borban, pálinkában, ecetben és alkoholban történő tartósítás, amelynek eredményessége a cukorral történő tartósítással vetekedett (Borsódy M. 1995).

Magyarországon ekkoriban már ismerték a fagylaltvelő-készítés fortélyait. A svájci mesterek által megismerték a lisztes termékeket, így a cukrászatok által kínált termékek között – többek között – megjelentek a különböző ostyák (Csapó K. és Éliás T. 2010).

A következő nagy áttörés a vajkrém elterjedése volt. Pesten először nem kisebb személyek, mint Gerbeaud Emil és Dobos C. József használták süteményeikben – máig tisztázatlan, hogy melyikük volt az első, így a történelem megosztott első helyet adott a két cukrászmesternek. Dobos a vajkrémet a máig híres remekművében, a Dobos-tortában használta először, melyet az 1885-ös Országos Kiállításra készített el. Európa-szinten ez egy rendkívül jelentős esemény volt, hiszen ennek hála kezdett el elterjedni a kontinensen a magyarországi cukrászati márkanevek híre (Csapó K. és Éliás T. 2010).

2.2.1. A Fisher cukrászda és a fagylaltkészítés

Bár a 19. század elején még nem kifejezetten használták a „fagylaltozó”, mint üzlettípus kifejezést, de már akadtak kifejezetten fagylaltgyártásra szakosodott (vagy inkább arról elhíresült) cukrászüzletek. Ezek közé tartozott Fischer Péter üzlete. A fagylaltkészítést Magyarországon az olasz mesterek munkásságai terjesztették el, az ízválaszték pedig az évek során egyre bővült. Fischer főként a gránátalmából készült fagylaltja miatt vált híressé, mely titkos recept alapján készült (Csapó K. és Éliás T. 2010). A reformkorban még kizárólag helyben fogyasztották a fagylaltot, ugyanis az utcán sétálva étkezni illetlenségnek számított. Ellenben a fagylalttölcsér már a sétálva fogyasztás (amerikai hatásra történő) elterjedése előtt is eljutott Magyarországra. A hazai cukrászmesterek a spanyoloktól tanulták el azt az ostyasütő technológiát, hogy az ostyát még melegen tölcser („stancicli”) alakra formázták (Draveczy B. 1999).

A fagylaltkészítés ekkoriban még a cukrászdák kiváltsága volt, de pusztán abból az okból kifolyólag, hogy a háztartásokban még nem terjedtek el a fagylaltgyártáshoz szükséges eszközök. A házi fagylalt készítése az erősebb mechanikával rendelkező háztartási mélyhűtő berendezések megjelenésével kezdődött; ezek képesek voltak akár -20 °C-ra lehűteni a belé helyezett ételeket. Természetesen ez előtt is sokan kísérleteztek az otthonukban fagylaltot készíteni, azonban a megfelelő berendezés nélkül az előkészítés meglehetősen hosszú ideig tartott, a kész fagylaltot pedig – a benne lévő romlandó alapanyagok miatt – szinte azonnal el kellett fogyasztani. Ellenben egy fagyasztószekrényben a kész termék akár hónapokig is elállt, változatlan minőség mellett. A házi fagylaltkészítést ugyancsak elősegítette a modern fagylaltgépek megjelenése. Ezeknek általános

funkciójuk, hogy a bennük lévő keverőlapátokkal a megfelelő hűtés mellett gondoskodjanak a készülő fagyalt habosításáról (Loósz V. 1994).

A fagyaltoknak két nagy válfaját ismerjük. Sajat kezűleg legegyszerűbben a sörbeteket lehet elkészíteni, melyeknek a fő alapanyaga lehet likőr, száraz bor vagy szirupba kevert gyümölcs. A különböző arányokban előállított keveréket megfelelő edénybe téve mélyhűtőbe helyezik, és időnként átkeverik, amíg végül meg nem szilárdul (Loósz V. 1994).

Ezzel szemben a krémfagyaltok fő alapanyaga – rendszerint – egyfajta főzött krém, amely tejszínből, tejből, cukorból és tojássárgájából készül. Ehhez keverik hozzá az ízesítésül szolgáló alapanyagokat, legyen az gyümölcs, csokoládé vagy bármilyen más hozzávaló. Bár a krémfagyaltok elkészíthetők hideg krémből (turmixolás segítségével), a klasszikus krémfagyaltok főzött krémből készülnek (Loósz V. 1994).

2.2.2. A Ruszwurm cukrászda

A Fischer-féle műhellyel egy időben alapította meg Schwabl Ferenc azt a cukrászdát, amely közel hatvan évvel később már a Ruszwurm nevet viselte. A Ruszwurm az előkelőségek cukrászdája volt, főurak, arisztokraták, királyok és királynék fogyasztották széles választékát. A termékei között megtalálhatóak voltak a díszes dobozokban árult cukorkák, a kuglófok, és a különleges ám mégis népszerű fodormenta-rudacskák, valamint olyan üdítő jellegű italok, mint a jegeskávé (Csapó K. és Éliás T. 2010).

2.2.3. A Gerbeaud cukrászda

Bizonyára mindenkinek ismerős a Kugler név, vagy ha az nem is, a Gerbeaud mindenképpen – sokan azonban nem tudják, hogy a két név bizonyos értelemben egy és ugyanazon cukrászdát jelöli. Az 1860-as évek elején az akkori Színház téren nyitott kávéházat Privorszky Ferenc (aki korábban a Pilvax kávéház tulajdonosa volt), ezt vásárolta meg 1870-ben Kugler Henrik, aki cukrászdát nyitott az épületben. Kugler egy soproni cukrászdinasztia leszármazottja volt, nevéhez pedig számos cukrásztermék és –sütemény fűződik, a leghíresebb talán mégis az általa meghonosított „kugler” sütemény volt, azaz a francia eredetű mignon. A Kugler-torták és mignonok az üzlet legkeresettebb termékeivé váltak.

Bár eredet szerint nem magyar süteményről van szó, Kugler cukrászdája volt az első, ahol a mignonokat papírtálcára csomagolva kínálták. Ezen kívül a cukrászda választéka bővelkedett különböző cukorbonbonokban, különleges likőrökben, csokoládés kávékészítményekben (Csapó K. és Éliás T. 2010). Kugler termékeinek népszerűsége persze nem volt véletlen; kemény munka eredménye volt, és hozzásegített az is, hogy a cukrászmester nem volt rest a legjobb alapanyagokat felhasználni, még ha a világ különböző pontjairól is kellett importálnia azokat: híres fűszerkeverékében például olasz zöld narancs, afrikai muskát-dió, indiai kardamom, mexikói vanília, kínai fahéj és persze magyar örölt keserűmandula volt (Niszkács M. 2008).

Kugler utódja a svájci származású Gerbeaud Emil lett, akiről hamar kiderült, hogy több mint rátermett a posztra. A már eddig is népszerű termékkínálatot számos új, saját készítésű cukrászkészítménnyel bővítette: több száz féle teasüteménnyel (például macskanyelv), csemegecukorkával, vajjas, párizsi és hasonló krémmel töltött süteményekkel, valamint az azóta megszerte elhíresült csokoládébonbonokkal, például a népszerű konyakos meggyel. Gerbeaud cukrászdájába járni egyszerre volt gasztronómiai élmény és közéleti szereplési lehetőség – a hely vonzotta a gazdagokat és előkelőket (Csapó K. és Éliás T. 2010). Gerbeaud Emil amellet, hogy a cukrászszakma mestere és utánozhatatlan művész volt, kiváló üzletemberré is nőtte ki magát: a növekvő kereslet nyomására új pavilonokat nyitott, új fióküzeteket vásárolt a fővárosban. Ezek közül a legsikeresebbé az Országos Kaszinó épületében nyitott fióküzet vált, de szintúgy fontos megemlíteni az Andrassy úton, Művész cukrászda néven nyitott üzletet is. A Vörösmarty téri cukrászda és annak berendezése ma már védett műemlék (Niszkács M. 2008). Gerbeaud Emil a térbeli terjeszkedés mellett odafigyelt dolgozói megfelelő szakmai motiválására is: alapítványt hozott létre az ígéretes cukrászok tanulmányainak támogatására (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Gerbeaud Emil feleségével, Ramseyer Eszterrel együtt vezette az üzletet – míg a férj a terjeszkedéssel és az üzleti életvitellel, addig a feleség magával az üzlethelyiséggel és a személyzet igazgatásával foglalkozott. Gerbeaud Emil halála után özvegye és két veje (Radocza Kálmán és Tibor) vették át a cukrászda vezetését, majd Ramseyer Eszter 1940-es halála után, a világháború

viszontagságainak köszönhetően, a Radocza testvérek kénytelenek voltak elérvezetni a Gerbeaud-hagyatékot (Niszkács M. 2008).

A háború után, a szocializmus idején a Gerbeaud is állami kézen volt, azonban az évtizedek folyamán a színvonal növekedésével újra virágzásnak indult az üzlet. Később a Gerbeaud nevet is visszakapta, ma pedig már újra aranykorát éri a cukrászda – az exportálás újraindult, a versenyeken sorozatosan első díjakat nyernek, és új vállalkozást nyitottak Onyx étterem néven, amely szinte azonnal kirobbanó sikert aratott (Niszkács M. 2008).

2.2.4. A Hauer cukrászda

Gerbeaud Emil tanítványai közül került ki többek között Hauer Rezső is, és mint az hamarosan kiderült, az egyik legnagyobb vetélytársává nőtte ki magát. Hauer először Kazilek Nándor cukrászdájában dolgozott, majd Kazilek halála után ő maga vette át az üzlet vezetését. A Hauer cukrászda a főváros talán legjobban iparosodott és leggyorsabban bővülő cukrászdája lett. Korszerű gépeket üzemeltetett, többek között nála épült meg az ország első gőzkemencéje. A boltot később bonbonüzemekkel, fagyalt- valamint parféfagyasztóval, modern habfúvókkal és még számos más modern csodával bővítette (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Hauer termékeit a fővárosba és vidékre egyaránt szállították. Kínálatába olyan cukrászkészítmények tartoztak, mint a Hauer-krémes, az igen népszerű ananász és marcipán ízesítésű tejszínes sütemény, a jegelt tejszíntorta és egyéb tartós desszertek. Fagyaltot és parfét télen-nyáron készítettek és árultak, és ezeket házhoz is szállították. A csokoládékészítés (bár az 1880-as években a nagyüzemi csokoládéipar fokozatosan elkezdte kiszorítani azt) továbbra is emblemikus szerepet töltött be a cukrászda termékkínálatában (Csapó K. és Éliás T. 2010).

2.2.5. Az Augustt cukrászda

Habár az Augustt cukrászda nem a legrégebben működő cukrászüzlet a fővárosban, az ő családjuk a legrégebbi olyan cukrászdinasztia, amely közel százötven éve folyamatosan cukrásztevékenységet folytat hazánkban. A történet 1870-ben kezdődött Augustt Elekkel és a Tabánban lévő első üzlettel, és még ma

is javában tart Budapest különböző pontjain, leszármazottainak köszönhetően (Augustz A. A. és Augustz O. 2007).

Elek fia, Augustz E. József tette meg a talán legfontosabb lépéseket a családi üzlet fellendülése érdekében. Ennek a folyamatnak az első lépése volt a teasütemények meghonosítása Magyarországon. A 19. és 20. század fordulóján cukrászdába járni még mindig a gazdagok, főurak kiváltságának számított. Ezek az emberek keresték a nyugaton népszerű árucikkeket, és hajlandóak voltak akár hónapokat is várni, mire az importált teasüteményük megérkezett a házukhoz. Ezt az igényt felismerve kezdte el Augustz E. József elsőként a teasütemények hazai gyártását. 1900-ban már javában folyt a termelés és árusítás, nem csak a családi cukrászdában, hanem számos fővárosi fűszerüzletben is. A teasütemények gyártása abból a szempontból is kedvező volt, hogy jól bírták a szállítást, és napokig is elállt, akár hűtés nélkül is (Augustz A. A. és Augustz O. 2007).

Már akkoriban is fontos üzleti fogásnak számított a különböző idénycikkek készítése a cukrászdákban, és ebből az Augustz cukrászat is kivette részét. Eladási szempontból a legfontosabb ünnepek a mikulásnap, a karácsony, az újév és a húsvét voltak. Ilyenkor az ünnepnek megfelelő formában készítettek csokoládét és más édességkompozíciókat: mikuláskor édességekkel teleaggatott virgácsot, karácsonykor különböző szaloncukrokat (akár a megrendelő által kért ízben is), újévkor csokoládémalacot és „szerencse-patkókat”, húsvétkor pedig csokoládékrémmel töltött, festett tyúktojást (Augustz A. A. és Augustz O. 2007).

A legtöbb üzletben szintén idénycikknek számított a fagylalt, Augustz E. József azonban fontosnak tartotta, hogy ezt a terméket az üzletében egész évben árusítsák. Külön hírnevet jelentett számára, hogy amíg egy átlagos cukrászdában legfeljebb három vagy négy ízű fagylaltot árultak, addig az Augustz cukrászdában akár tíz féle íz közül is lehetett választani. Fagylaltot kifejezetten ülővendégek részére szolgáltak fel, a tölcséres változatot csak rövid ideig árulták (habár 1933-tól a fagylaltra szakosodó Márvány utcai fióközletben újra lehetett kapni tölcséres fagylaltot). A kehelyben felszolgált fagylalt csak az 1930-as években jelent meg Magyarországon, ekkor kezdték el árulni az olyan külföldi fagylaltkompozíciókat, mint a Coupe Jacques és a Peche Melba (Augustz A. A. és Augustz O. 2007).

A megrendelésre vagy elvitelre kért fagyalatra a parfé jelentett alternatívát, mely jellegéből adódóan lassabban olvadt el, és így jobban bírta a szállítást is (Landra, 2006, p.11). Az Auguszt cukrászdában parfét kizárólag megrendelésre készítettek, különböző artisztikus formákban. A legnépszerűbb ilyen forma a „bomba” volt, mely egy boglya alakú halmot jelentett, amelyben a különböző ízek rétegesen helyezkedtek el. Ezt aztán tejszínhabbal és cukrozott gyümölcsökkel díszítették. Szintén népszerű kompozíció volt a „kotlóstyúk” minta, amelyben először különböző ízű parfékból tojásmintákat készítettek, majd erre helyezték rá a tyúk-formában készített parfészobrot (Auguszt A. A. és Auguszt O. 2007).

2.2.6. Az uzsonnázási szokás megjelenése Magyarországon, és annak termékei

Az Auguszt család nevéhez nem csak rengeteg külföldi cukrásztermék meghonosítása köthető. Ők hozták be elsőként Magyarországra a cukrászdai uzsonnázás szokását, amellyel egy évszázadon átívelő divatot indítottak útjára (Csapó K. és Éliás T. 2010).

A kezdetek nem voltak könnyűek. Uzsonnát a cukrászdákban elsőként a délutánonként odajáró hölgyeknek próbálták meg felszolgálni, azonban az ötlet eleinte kevés sikert aratott. A nők körében sokkal divatosabbnak számított a különböző édes likőrök fogyasztása, süteményeket inkább elvitelre vásároltak. Az első sikerek akkor születtek, amikor a cukrászdákban elkezdtek kávé és különböző kávé- és kakaóalapú italokat is felszolgálni. A század végére már csaknem az összes nagyvárosi cukrászdában lehetett kávé fogyasztani, sőt, a sikerekből kiindulva egy idő után már kötelességük volt a cukrászdáknak a meleg kávé felszolgálása (Borsódy M. 1995).

Az uzsonnázást felfoghatjuk a 19-20. századi süteményfogyasztás egyik legnagyobb trendjének. A késő-délutáni órákban cukrászdákba járni, kávé, kakaót vagy teát inni és süteményeket fogyasztani akkoriban az előkelők kedvelt szórakozása volt, és közéleti fellépési lehetőséget is nyújtott. Erre az alkalomra a cukrászdák külön termékkínálattal készültek a vendégeknek. Az italok között minden cukrászdában népszerű volt a jegeskávé (később bécsi mintára fagyaltos kávé is készítettek), a habos kakaó és más csokoládéitalok, valamint a különböző kávéitalok és teák. Ami a süteményeket illeti, az uzsonnázás kialakulása külön

kategóriává fejlesztette a cukrásziparban az ilyenkor előszeretettel fogyasztott termékek listáját.

Ezek a sütemények azzal a közös tulajdonsággal rendelkeznek, hogy sülés után azonnal fogyaszthatóak (Dunszt K. 2009).

Az uzsonnasütemények jelentős hányadát teszik ki a gyúrt, kevert, hajtogatott és omlós élesztős tésztából készült sütemények. Gyúrt tésztából készül például a briós, a fonott kalács, a különleges formájú barhesz, a francia briós, a kürtöskalács, a Karlsbadi túrós (vagy vidéki nevén ökörszem), a cukrászsüteménynek nem igazán nevezhető, de annál gyakrabban készített bukta, valamint a cukrászatokban szintén ritkán készített diós és mákos kalács. A kuglóf, amely a 19. század uzsonnaőrületében talán a legnépszerűbb sütemény volt, kevert tésztából készül; szintúgy a farsangi fánk, amelyet mind mi magyarok, mind az osztrákok a saját süteményükként tartunk számon. Hajtogatott tésztából készül a croissant és annak számtalan változata, így azok a sütemények is, amelyeket a magyar pékségekből széles körben ismerhetünk. Ilyen a túrós táska, az ízes és vaníliás párna, valamint a sós és édes croissant kiflik. A pékségekben szintúgy népszerű és viszonylag olcsón előállítható sütemény, a pogácsa, omlós élesztős tésztából készül. Szintén ilyen tésztából készül a pozsonyi kifli, a bejgli különböző változatai, valamint a „kóser” kindli (zsidó nevén Purinra)(Dunszt K. 2009).

Az omlós tészták jelentős részét teszik ki a legtöbb cukrászat kínálatának. Elkészítésük egyszerre egyszerű és aránylag olcsó. Az uzsonnaszokás több omlós tésztából készült süteményt hozott Magyarországra. Ezek között találhatjuk a gyúrt omlós tésztából készült különböző teasüteményeket, valamint a lepényeket, például az almás és más gyümölcsös lepényeket. Ezeket gyakran tetszetősebbé teszik a sütemény tetejére még sülés előtt ráhelyezett tésztából készült rácsmintával. Hasonló rácsminta díszíti a lepényfajták gazdag választékából kikerülő Rákóczi túrós lepény tetejét is, csak ebben az esetben nem a sütemény saját tésztájából, hanem tojásfehérjehabból készítik a díszítést (lásd: lejjebb). A kevert omlós tészták a gyúrt tésztáknál jelentősen lazább szerkezetűek, kézzel formázni ezeket nem lehetséges, így nyomózsák segítségével formázzák őket.

Ebbe a kategóriába főként teasütemények tartoznak, de kevert omlós tésztából készíthető akár a gyümölcskenyér is (Dunszt K. 2009).

Vajas tésztából szintén rengeteg közkedvelt cukrászsüteményt készítenek. Vajas tésztából elkészíthető a fent már említett élesztős tésztából készült sütemények egy része, például a túros táska, a diós csiga vagy a tiroli rétes. A rétesek közül főleg a sós töltelékkel (például káposztával) készített réteseket készítik vajas tésztából, mivel az édes élesztős (blundel) tészta nem harmonizál a sós töltelékkel (Dunszt K. 2009). A rétes egyébiránt az „ősibb” süteményeink közé tartozik, már évszázadokkal ezelőtt is készítették, főleg ünnepi alkalmakkor volt igen népszerű: újévkor, farsangkor, lakodalmakkor. Több fajtáját készítik: a közismert vendéglői rétesrel szemben ismerjük még a paraszt rétest, amelyet általában még a sülés előtt tejföllel meglocsolnak. Egyes területeken a rétes nem is az általunk ismert leveles tésztából készített süteményt jelenti, hanem rétegesen töltött kalácsot. Egyébiránt a rétest szinte bármivel meg lehet tölteni: használnak hozzá túrot, mákot, diót, káposztát, gyümölcsöket; egyes vidékeken takarmányrépát is használnak, máshol (Sopronban) fehér babot; készítenek húsos réteseket is, például hurkásat, sonkásat, pörköltet, és még sorolhatnám. A rétesrel rokon sütemény a béles és a levelensült is, ezek régi hagyományőrző magyar ételek (Draveczky B. 2007).

A vajas tésztából készült édes sütemények közé tartozik még a búrkipli, a pálmalevél, az öznyelv és a gyümölcsös töltött piték (almás, cseresznyés, meggyes) Magyarországon közkedvelt változatai. Természetesen sós süteményeket is készíthetünk vajas tésztából, ilyen például a vajas pogácsa, a sajtos rúd, a sajtos roló és a különböző töltelékekkel készült hasé (Dunszt K. 2009).

A felvert tészták már a korszerű táplálkozás szülöttei. Szerkezetük jelentősen lazább, mint az élesztős, vajas és omlós tésztáknak, ezért könnyebben emészthetőek, és mennyiségileg kevesebb energiát tartalmaznak az ugyanakkora térfogatú, más tésztájú süteményeknél. A felvert tésztákból legtöbbször kikészített süteményeket (azaz sütés után még félkésznek minősülő süteményeket) készítenek, de néhány uzsonnasüteményt itt is megemlíthetünk, például a Rotschild-piskótát és a püspökkenyeret (Dunszt K. 2009).

Bár az étkezési szokások az elmúlt két évszázadban jelentősen változtak, hála a gyorsuló életritmusnak, ezeket a süteményeket a mai napig készítik, de már nem uzsonnaidőben fogyasztják őket, hanem jellemzően reggelire, büféételként vagy desszertként (Dunszt K. 2009).

2.2.7. A miskolci Megay cukrászda

Természetesen nem csak Buda és Pest bővelkedett híres cukrászdákban. A miskolci Megay cukrászdát a 19. század végén alapították, és a kor elvárásainak megfelelően grandiózus étlappal várta vendégeit. Talán leghíresebb süteménye az úgynevezett „Bohém torta”, amely akkora sikert aratott, hogy mások (természetesen) megkísérelték utánozni azt. A hamisítás részletei nem ismertek, ám az utáncat – a vevőközönség minőségi elvárásainak nem megfelelően – idővel kiszorult a piacról. A Bohém torta nagy sikert aratott mind a köznép, mind a főurak között (Csapó K. és Éliás T. 2010).

2.2.8. A pécsi Caflish cukrászda

Caflisch Kristóf az 1860-as évek végén alapított Pécsen cukrászdát. A cukrászmester anno már ifjúkorában is hosszabb időket töltött el Magyarországon; ő is a feljebb már említett, ideérkező graubündeniek közé tartozott, azok második-harmadik generációjába. Miután vándorlásai során Magyarországon is kitanulta a cukrászmesterség fortélyait (az itt élő családjánál), és több évig inasként dolgozott különböző városokban, végül eljutott odáig, hogy saját cukrászdát alapítson (Márfi A. 2010).

A lankadatlan szorgalom és munkakedv mellett az tette a Caflish cukrászdát már a kezdetekben is sikeressé, hogy a város legelőkelőbb és legforgalmasabb negyedében kapott helyet, a Fő utcában, így az esetek többségében meglehetősen nagy forgalommal bírhatott. Caflish Kristóf korai halála után özvegye, Caflisch Kristófné (akit akkoriban a „cukros ómama” néven ismertek) vette át az üzlet vezetését egészen a második világháború utánig. A cukrászdát sajátos hangulata miatt előszeretettel látogatták fiatalok, szerelmespárok, azonban a fiatalok erkölcsét védve Caflish Kristófné mindig az üzlethelyiségben tartózkodott, és újságolvasás közben szemmel tartotta a vendégeit (Márfi A. 2010).

A Caflishban kettős rendszerű kiszolgálás működött. Ez az önkiszolgálás és az asztali felszolgálás egy sajátos keveréke volt, amely a második világháború után szűnt meg. Ebben a rendszerben a vendég maga helyezte a tálcájára az édességes pultról a kiválasztott süteményt, majd az asztaloknál bemondásos alapon egyenlítették ki a számlát. A rendszer rendkívüli figyelmet kívánt meg a felszolgálóktól, ugyanis a visszaélésekkel mindig számolni kellett. A legtöbb bevétel azonban nem is az üzletbeni kiszolgálásból folyt be, hanem a megrendelésekből, házhozszállításokból. Különösen népszerűek voltak a különböző fagyalt- és parfékészítmények, de nagy számban keresték a tortákat, fánkokat, mignonokat is. Ünnepi alkalmakkor különösen sok rendelés érkezett a cukrászdába, így az ünnepnapokon és hétvégéken is szünnap nélkül nyitva tartott (Márfi A. 2010).

A kor megnövekedett igénye a cukrásztermékek iránt új trendet indított el a vállalkozók körében; egyre többen próbáltak meg vidéken cukrászdákat nyitni, saját különlegességeiket árulva. Ezek között sokan már rövid időn belül csődöt mondtak, azonban akadtak kiemelkedően jól menő üzletek, amelyek a Caflish vetélytársaivá nőttek ki magukat. Ilyen volt a híres Kis téri cukrászda Oroszy Sándor cukrászmester vezetésével, vagy a közeli Nemzeti Kaszinóban működő cukrászda is. Több sikeres vállalkozó a fővárosba vitte az üzletét még nagyobb sikerek reményében, Caflishék azonban nem tartoztak közéjük (Márfi A. 2010). A Caflisch cukrászda többek között úgy tudott a zivataros évtizedeken át is sikeres üzletként fennmaradni, hogy képes volt minden korszak divatjának és ízlésének megfelelni a kínálatával. Napra készített süteményei és tortái között olyanokat fedezhetünk fel, mint a Chambord-, Letitia-, Eszterházy-, Irma-, Nougat-, Pralineé-, Valiera-, Hungária-, Congo-, Tutti-Frutti-, Stephanie- és József főherceg-tortákat (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Természetesen már ekkoriban is léteztek olyan termékek, amelyeket a cukrászdák külső cégektől voltak kénytelenek megrendelni. Ilyenek voltak a különböző szeszes italok, esetleg csokoládékészítmények (ugyanis az előállításához szükséges felszerelés, valamint a kakaóvaj beszerzése drága volt). Ugyanígy hoztattak külső beszerzőktől közkedvelt cukorkákat, amelyek „filléres termékek” voltak. Azonban a mai helyzetnél sokkal jellemzőbb volt, hogy a cukrászok saját üzemet tartottak fenn az üzletük mellett, ahol maguk állították elő

a saját süteményeiket. Ez azért is volt kifejezetten fontos, mert így minden cukrászda sajátos ízvilággal, sajátos értékrenddel rendelkezhetett, amelyet a vevők kifejezetten értékelték. Habár az olyan süteményeket, mint a linzert vagy az islert, szinte mindenhol be lehetett szerezni, komoly viták alakulhattak ki afelől, hogy melyik cukrászdában lehetett igazán jó minőségűt kapni az adott süteményből. A Cafilish cukrászda ebben a tekintetben is az élvonalba tartozott a pécsi cukrászdaikörében. A „cukros ómama” jóváhagyása nélkül semmi nem kerülhetett a vendégasztalára; előtte mindent megkóstolt, így ellenőrizve a fenntartott minőséget és a magas fokú kiszolgálást. Mindeközben természetesen nagy figyelmet fordított a konkurenciára is, megfigyelte, tanulmányozta, és ahol a szükség megkívánta, lemásolta őket (Márfi A. 2010).

A nagypolgárság körében (a már említett parfékülönlegességek után) a jegeskávé volt a legkedveltebb termék az étlapon. Ez a frissítő jellegű ital a fagylalt és a kávé vagy cappuccino sajátos keveréke volt: az alapfagylaltot tojással keverték össze, erre öntötték a kávé, majd tejszínnel díszítették azt. Szintén népszerűek voltak a különböző torták. A korban szinte kötelező jelleggel szerepelt az étlapon az osztrák Sacher-torta és a magyar Dobos-torta, népszerű volt még a puncs-, füge- és egyéb gyümölcstorták is, és teljesen egyedi különlegességnek számított a Marienbadi Mühletorta, amely egy malomkerék méretű, habkarikákkal (bevirtekkel) és gyertyákkal díszített torta volt. Ezek a termékek inkább a gazdagabb társadalmi rétegeknek készültek, akik hajlandóak voltak megfizetni azokat; az elérhetőbb áron árult sütemények közé tartoztak a piték, rétesek, mignonok, kalácsok, süteményszeletek. A munkaebedek alkalmával maguk a cukrászdában dolgozók is inkább az egyszerű pitéket fogyasztották, ugyanis a tömény és gazdagon ízesített süteménykölteményektől már „csömörük” volt (Márfi A. 2010).

A korról tudni kell, hogy az édességek terén olyan ízvilággal dolgoztak, amelyet manapság az aromák és ízfokozók korában már nehezen tudunk elképzelni. Az elkövetkező évszázad történelmi viszontagságai és a technológiai fejlődés hatalmas kihívások elé állították a hagyományörző cukrászokat.

A második világháború és annak lezárása ugyanolyan degradáló hatást gyakorolt a Cafilish cukrászdára, mint bármelyik más kortárs cukrászüzletre. Az

alapanyagok hiánya, a drága termékek iránti igény átmeneti megszűnése és az így lecsökkent bevétel miatt kénytelenek voltak áttérni az egyszerűbb termékekre és technológiákra. Végül a Caflish cukrászdát is elérte az államosítás, ennek hatásáról a későbbiekben az Auguszt cukrászda kapcsán még említést teszek.

2.3. Híres magyar cukrásztermékek megjelenése

– a Dobos-torta és a Rákóczi túrós lepény

A Dobos-torta Magyarország talán első olyan tortája, amely nemzetközi sikert hozott alkotójának, Dobos C. Józsefnek.

A torta több szempontból is különlegesnek számított a maga nemében. Egyrészt egy egyszerű, kerek, nem emeletes, hengerszerű tortáról volt szó. Ez már alapjaiban véve ellentmondott a 19. század divatjának, ugyanis akkoriban a több emeletes, barokkosan díszített, gazdag torták voltak a jellemzőek, azok így hívták fel magukra a vásárlók figyelmét. Ezzel szemben a Dobos-torta egyszerű volt, és ahogy akkoriban mondták, legalább annyira nagyszerű is. A legnagyobb vonzerő a kakaóvajjal dúsított vajkrémbe rejlett, amely akkoriban még újdonságnak számított az országban. A konkurencia – akiktől a vevők csak az új Dobos-tortát követelték – mindent megtett, hogy leutánozza a nagy sikert aratott süteményt. Kevesen jártak sikerrel, ami meglepő, ugyanis technológiai oldalról nézve a torta nem sok újítást hozott; a grillázst már az évszázad elején is ismerték, a piskóta sem volt már újdonság (bár Dobos még azt is felfejlesztette olvasztott vaj hozzáadásával, amelytől a tészta omlósabb lett). A legtöbb cukrásznak a krémmel gyűlt meg a baja (Csapó K. és Éliás T. 2010).

A vajkrémnek akkoriban számos „helyettesítője” létezett. A sütemények töltésére különböző főzött krémeket, cukorhabokat, gyümöleskocsonyákat (úgynevezett „sulcz”-okat), lekvárokat, befőtteket, magvakat és tejszót használtak. A „Dobos-kódot” végül egyetlen kortárs cukrásznak sikerült megfejtenie, név szerint az akkoriban már elismert Riedl Józsefnek, aki így nagy pénzügyi előnyhöz juttatta cukrászmesterét (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Az eredeti torta 1885-ben eljutott az először megrendezett Budapesti Országos Általános Kiállításra, ahol akkora sikert aratott, hogy maga Ferenc József és Erzsébet királyné is megkóstolta a művet. Dobos az utazásai során

később több európai nagyvárossal is megismertette a tortáját, miközben ő maga is tapasztalatokat gyűjtött a külföldi cukrászoktól (Csapó K. és Éliás T. 2010).

Természetesen a kezdeti sikertelenség nem állított meg egy cukrászmestert sem abban, hogy elkezdje árusítani a maga tökéletlen Dobos-torta utánzatát. Minekutána Dobos C. József nagy hagyományörző volt, és mesterművének rengeteg olcsó utánzata sebet ejtett az önbecsülésén, 1906-ban átadta az eredeti receptet a Cukrászok és Mézecskaalácsosok Ipartestületének, pénzügyi ellenjuttatás nélkül. Ennek ellenére ma már számtalan változatát készítik a tortának. A mester szerint azonban ezeket az új tortákat „Dobos jellegűnek” kell nevezni, és csak az eredeti recept szerint készült süteményt szabad Dobos-tortaként árulni (Csapó K. és Éliás T. 2010).

A Rákóczi túrós a lepényfélék kategóriájába sorolható cukrászsütemény. A töltelke túróból készült krém, tetejére gyakran baracklekvárt kennek. A sütemény különlegessége abban áll, hogy a tetején lévő dekoratív rácsminta nem süteménytészta, hanem tojásfehérjehabból készül. Ez újszerű ízt és élvezeti értéket adott a terméknek, amely meglehetősen népszerűvé tette hazai és nemzetközi körökben egyaránt (Béres Cs. 2003).

Megalkotójaként Rákóczi János mesterszakácsot tartjuk számon. Ő többek között a budapesti Nemzeti Kaszinóban, a Gellért szállóban, a Duna szállóban, valamint a fent már említett Hauer cukrászdában dolgozott, de tevékenykedett (a teljesség igénye nélkül) Párizsban is, nemzetközi kiállításokon aranyérmeket szerzett Bécsben, Berlinben, Frankfurtban. Munkásságának fontos részét képezte a magyar konyhaművészet nemzetközi elterjesztése. Rákóczi János mellett, hogy régi, elfeledett magyar recepteket elevenített fel, ő maga is megalkotott számos új receptet. Azt, hogy a Rákóczi túrós lepényt mikor alkotta meg, pontosan nem tudni. A sütemény receptjét 1937-ben tették közkinccsé a Magyar Szakács című lapban, azonban visszaemlékezések szerint már az 1930-as évek elején is lehetett kapni a cukrászdákban. Később a Rákóczi túrós lepény nemzetközi hírnévre is szert tett, amikor a magyaros tészták kategóriájában bemutatták a brüsszeli világkiállításon (Béres Cs. 2003).

A sütemény sülés után azonnal fogyasztható, így az uzsonnasütemények kategóriájába sorolható. És valóban, amikor a 20. század elején még divatját élte

az uzsonnázás a kávézóban és cukrászdákban, nagy előszeretettel fogyasztották a vendégek délutáni süteményként. Ezt a lepényt többnyire helyben fogyasztásra készítették, ugyanis jellegéből adódóan nehezen viselte a szállítást, mindemellett pedig élvezeti értékét tekintve frissen (akár még melegen) nyújtotta a legjobb ízhatást (Béres Cs. 2003).

Manapság, a leáldozóban lévő uzsonnaszokás idejében, a Rákóczi túrós egész nap keresett árucikknek minősül. Cukrászdákban és háztartásokban egyaránt készítik. Érdekes statisztikai adat, hogy a süteményből évente körülbelül 63-64 kilogramm készül el (ez körülbelül 900 ezer szeletnek felel meg), ebből régióban egy termelőre hozzávetőlegesen hatezer darab jut (Béres Cs. 2003).

2.4. A második világháború és a szocialista rendszer hatásainak bemutatása az August példáján keresztül

A cukrászszakma fejlődése a 20. század elején élte virágkorát Magyarországon, és egészen az első világháborúig tartott. A Trianoni békediktátum után határozottan gyengült a hazai cukrászipar, a második világháborút követő államosítások hatására pedig szinte teljesen összezuhant. A mesterséget az eszpresszók tartották életben, ahol olyan cukrászsüteményeket árultak, amelyeket államilag kialakított központi cukrásztermelőkhöz gyártottak. A rendszerváltás után, a privatizáció idején azonban ezeket a gyárat leállították vagy felvásárolták, az eszpresszók lassan megszűntek, és újra fejlődni kezdett a cukrászszakma a magánszektorban. Azóta egyre több cukrász-kisiparos nyit saját üzletet Magyarországon (Dunszt K. 2009).

A fent már említett August cukrászda példáján betekintést nyerhetünk abba, hogyan élte meg egy cukrászüzlet ezeket a viszontagságokat.

Az 1900-as évek első felében az August cukrászda termékkínálata még folyamatosan bővült, változott, újult. A háborús helyzetek azonban több tekintetben is ellehetetlenítették az ipar üzését. A második világháború alatt a legnagyobb problémát az anyagbeszerzési nehézségek jelentették. Rendkívül nehezen és csak korlátozott mennyiségben lehetett hozzájutni az olyan, cukrászdák számára alapvető élelmiszerekhez, mint a cukor, a liszt és a zsiradék. Ezeket csak kiutalásra lehetett beszerezni. Az olyan luxuscikkek, mint a lazac, a kaviár vagy a szardínia, hamar lekerültek minden vendéglátóhely étlapjáról, sőt,

egy idő után már a tej vendéglátóipari értékesítését is betiltották. Ez a hátrányos helyzet a cukrászdák termékkínálati skáláját is rendkívüli mértékben leszűkítette. A süteményekből csak keveset tudtak tovább árulni. A szendvicsek és péksütemények árusításakor az eladónak a vevőtől kenyérváltójegyet kellett kérnie, később a háború vége felé már kenyeret sem árultak, azt a szendvicsekben vastagabb ostyalapokkal helyettesítették. A tej hiánya főleg az italok árusítására hatott, az emberek áttértek az espresso kávé fogyasztására, bár August E. József kísérletet tett a mandulatej használatára az uzsonnakávék készítéséhez (August A. A. és August O. 2007).

A második világháború pusztításai után többek között az August cukrászda helyreállítására is kísérletet tettek. A hírnévhez méltó fényűzés és pompa visszahozatala azonban több okból kifolyólag is váratott magára. Egyrészt az épületet romjaiból kellett újra felépíteni. Másrészt a háború után a legtöbb ember vagy egyáltalán nem engedhette meg magának anyagilag, hogy cukrászdába járjon, vagy fontosabb dolgok kötötték le a figyelmüket (saját ház helyreállítása). A forgalomra nézve jelentős visszaesést okozott az, hogy a Lánchíd és az Erzsébet híd még restaurálás alatt állt, így a Pestről érkező vendégek száma erősen lecsökkent. Ebből kifolyólag az üzletet ekkor már társként vezető August Elemér kisebb „volumenű” termelésre rendezkedett be; megfizethető, a budai közönség számára vonzó termékeket készített cukrászdájában. Előnyben részesítette a sütőcukrászatot, uzsonnasüteményeket készített; újfent bevezette az uzsonnázási szokást az üzletben. A kínált termékek között nem szerepeltek a korábban népszerű csokoládéárúk, bonbonok, pralinék, drázsék (August A. A. és August O. 2007).

1951-ben több kortársával együtt az August cukrászdát is államosították. Az üzlet fenntartása érdekében az átvevő vállalat espressót nyitott az August helyén, a műhelyét pedig átalakították vendéglátóipari cukrásztermelő üzemmé. Évekkel később azonban (egy kitelepítést követően) magánszektorban újra megnyithatták az üzletüket, bár a régebbinél jóval szerényebb körülmények között. August Elemér az elkövetkező években számos új süteménnyel állt elő, amelyek még ma is etalonnak számítanak a modern süteménykészítésben. Többek között ő készítette el először a mákos és diós bejgli ma ismert formáját, és ő süttött először meggyes-mákos pitét. Ezen kívül a hasék különböző ízesítésű variációit

készítette el, és nála lehetett először rizsfagylaltot vásárolni. Elemér fia, József szintén szeretett a főzött fagylaltokkal kísérletezni. Az 1980-as években több új, addig csak külföldön ismert ízzel gazdagította a választékot, például a straciatellával, a pisztáciával és a gesztenyével. Sikeresek voltak ezen kívül magyaros jellegű fagylalt újításai is, például az aranygaluska és a mazsolás túró ízek. A későbbi években különböző kehely variációkkal kísérletezett a család, ilyen a rizsfagylaltból készült „Kínai Kehely”, vagy az epres „Augusztá Kehely”, Auguszt-Arató Augusztá neve után. Fagylalt volt az alapja az Auguszt-féle jegeskávé variációnak is: míg a hagyományos bécsi jegeskávében vaníliafagylaltra öntötték rá az espresso kávé, Augusztéknál tejszínes kávé ízű fagylalt adta az alapot (Auguszt A. A. és Auguszt O. 2007).

József unokahúga, Auguszt-Arató Flóra az üzlet életébe való belépésekor franciaországi tanulmányútja során gyűjtött süteményreceptekkel kísérletezett a családi cukrászdában. Ide tartozik például a Hantás Flóra (francia nevén „Floralies”), egy hozzávetőlegesen hat centiméter átmérőjű, henger alakú, piskóta alapú sütemény levendulával, őszibarackkal és citrom mousse-szal a tetején. A francia sütemények meghonosítását nehezítette, hogy egyes alapanyagokat nehéz volt Magyarországon beszerezni vagy helyettesíteni, és eleinte a hazánkban újszerű technológiának számító süteménykészítési módszerek behozatala is akadályt jelentett (Auguszt A. A. és Auguszt O. 2007).

Az Auguszt család hagyományának számított a családi ünnepek alkalmára készített torták sütése és értékesítése, ilyen volt például az Auguszt Elemér kilencvenedik születésnapjára készült konyakos csokoládé-mousse XC tortácska (hasonló népszerűségnek örvendett az „E-80-as”, nyolcvanadik születésnapjára készült torta is). Egyébiránt a cukrászdában kaphatóak voltak olyan hagyományos torták, mint a Dobos-torta, az Eszterházy-torta, valamint a Deák-torta, amely egy párizsi krémmel vastagon rétegelt, kissé kesernyés ízű sütemény (Auguszt A. A. és Auguszt O. 2007).

Manapság a hagyományok megtartása és teremtése mellett az Auguszt cukrászda is igyekszik haladni a kor étkezési divatjaival is. A túrós vagy joghurtos alapú, gyümölcsös torták ma már az étlap részei, és megtalálhatók rajta a különböző diabetikus sütemények is. Diós és mákos bejgli egész évben kapható az

üzletben, mely választék karácsonykor kiegészül gesztenyés, diabetikus és esetenként szilvás ízekkel is; ezeket megrendelésre külföldre is szállítják. A sós desszertek között külföldön is népszerű a hasé, és annak sonkás, gombás, spenótos, sajtos változata. Tortákat megrendelésre is készítenek, amely a vevő hóbortjától függően szinte bármilyen alakot és formát ölthet – ez a személyre szabhatóság népszerű manapság a vevők körében. Az Auguszt cukrászdában azonban a belső ugyanolyan fontos, mint a külcsín. Auguszt József szavait idézve: „A könnyű, sokszínű, levegős torták mutatósak, ám a külcsín, könnyű és gyors elkészítési mód, amit a manapság oly népszerű porok, adalékok lehetővé tesznek, gyakran becsapós, és ez könnyen a sütemény minőségének rovására mehet. A cukrász manapság szinte erőfeszítés nélkül előállíthat bármilyen, a szívárvány színeiben pompázó süteményválasztékot (...). A csodálatos külsőt viszont sajnálatos módon csak halovány belső követi...” (Auguszt A. A. és Auguszt O. 2007).

2.5. Gondolatok a cukrászati termékek jelenéről

2.5.1. Miért tűnnek el a hagyományos cukrásztermékek?

Tény, hogy az elmúlt két évszázadban megalkotott sütemények jelentős része mára már kiesett a köztudatból, vagy ha az nem is, de a széleskörű cukrászati terjesztésük szinte teljesen megszűnt. Joggal tehetjük fel a kérdést, hogy mi tesz egy süteményt a mai szemmel nézve felejthetővé. Ehhez meg kell vizsgálni, hogy miben másak a mai cukrászsütemények a száz évvel ezelőttiektől.

Kezdetnek figyelembe kell vennünk azt a tényt, hogy az emberek többsége igényli az újításokat, ezen kívül a hazai és nemzetközi versenyeken és kiállításokon ez az igény követelménnyé válik. Versenyeken nem lehetséges már létező, mai szemmel nézve „hagyományos” süteményekkel nyerni. A nemzetközi megmérettetések manapság elterjedt trend a „visszafogott elegancia”, azaz egy svájci tányérra visszafogott mennyiségű és mérsékelten hivalkodó süteményt halmoznak (Somogyi M. 2011). Ez a trend bemutatáskor elegáns és mutatós, cukrászdákban azonban nehezen alkalmazható stratégia, ugyanis a vendég szereti, ha (látszólag) a mennyiségben is megnyilvánul a megvásárolt érték. Tehát amennyiben ezek a sütemények eljutnak a cukrászdák étlapjainak kínálatába is,

növelni kényszerülnek az adagméretet, ez pedig magában rejti azt a veszélyt, hogy már nem találjuk vonzónak a kis mennyiségben még mutató fantáziasüteményt.

Márpedig az ország leghíresebb süteményei (Dobos torta, Rákóczi túrós lepény) majdnem mind ezeken a kiállításokon váltak híressé és épültek be a köztudatba. A kiállítások és versenyek ebben a szakmában komoly marketing lehetőséget nyújtanak a cukrászdai vállalkozóknak. A rendszerváltás óta számtalan kisebb cukrászda nyitotta meg kapuit a nagyobb, történelmi jelentőségű cukrászdák mellett (Somogyi M. 2011), így olyan mértékű versenyhelyzet alakult ki, hogy a kisvállalkozásban dolgozó cukrászmester nehezen tud új termékeivel kiemelkedni a tömegből megfelelő hírverés nélkül. Ez nagyban meggátolja a 21. századi „legendás” cukrászsütemények megszületését.

Joggal gondolhatnánk, hogy ezen a ponton a cukrászdák mégis csak visszanyúlnak a régi, jól bevált receptekhez, és valóban, a legtöbb cukrászda legalább részben ezt is teszi. Ezek a termékek, legalább is a hazai hírnévnek örvendő, valóban keresettek. Azonban a megfelelő versenyképesség megtartásához több dolgot is figyelembe kell venni. Egyrészt a cukrászdák a kínálatukat tekintve kénytelenek rugalmasak maradni, hogy a kor változó igényeit megfelelően ki tudják elégíteni. Ehhez szükséges, hogy a termékkínálatuknak legalább egy része kellően variálható legyen, és hogy ők maguk is időnként újdonságokkal álljanak elő. Másrészt fontos szempont számukra, hogy mi az, amit gazdaságos előállítani, és mi az, amit nem. Valószínűleg egyes termékeket a cukrászatok kénytelenek voltak eltávolítani az étlapjukról, mivel a csökkenő kereslet miatt már nem volt gazdaságos alapanyagot vásárolni hozzájuk.

De miért keresik a vásárlók kevésbé ezeket a termékeket? Mi változott meg az igényükben? Ezt is több okra vezethetjük vissza. Először is, egy olyan társadalmi helyzetben élünk, amelyben rendkívül nehéz szakmai titkot tartani. Az ismert receptek különböző variációt manapság bárki megtalálhatja könyvekben vagy az interneten, a „hagyományosnak” számító magyar sütemények receptjeit pedig már a saját korukban közkinccsé tették. Habár az átlagos vásárló nem készít el otthon minden süteményt, amelyre megéhezik, mégis felállít magának egy mércét, amely alatt nem biztos, hogy cukrászdában fog vásárolni. Ebből kifolyólag a nagyon egyszerű, puritán süteményeket nem valószínű, hogy keresni

fogják a mai piaci áron. Az olyan sütemények, mint a sarokház (közönséges csokoládétorta tejszínhabbal) vagy az indiáner egyre inkább kiszorulnak a kínálatból, teret engedve az ikonikusabb vagy díszesebb kreációknak (Somogyi M. 2011). Ugyanígy ma már kevés cukrászdában találkozhatunk olyan termékekkel, mint a Rigó Jancsi, a Kossuth-kifli, a Royal-szelet, az orleani szelet, a Rosalinda-torta, a pohárkrémek vagy a különböző parfék (Somogyi M. 2011). Több cukrászkészítmény átkerült inkább az éttermek desszertkínálatába. Jóval egyszerűbb volt a helyzet, amikor még a legegyszerűbb cukrászsütemények elkészítési módjai is komoly szakmai titoknak számítottak. Persze fontos megjegyezni, hogy az, hogy a magyar cukrászdák kínálatából eltűntek ezek az „egyszerűbb” sütemények, még nem jelenti azt, hogy a külföldi kínálatból is kiszorultak. Sok közép-európai országban árulnak reformkori magyar süteményeket. Ilyen sorsra jutott a Kossuth-kifli is, amely tulajdonképpen egy omlósabb, citromos piskóta cukorral és mandulával megszórva. Bár a hazai cukrászdákban már csak elvétve találkozhatunk vele, Németországban a mai napig árulják, és még mindig a híres kormányzó nevével hirdetik. Ugyanilyen sorsra jutott az EMKE-kocka, az Erdélyi Magyar Közművelő Egyletről elnevezett cukrászda találmánya. Ez valójában egy nagyon egyszerű sütemény, kétféle (sima és csokoládés) tésztából, gyümölcsziből és mandulából készült, mégis felkapott lett. Az 1930-as évek után Magyarországon lassan elfelejtették, azonban az Oetker-cég közvetítésével (akik sütőpor és margarin felhasználásával próbálták ki a süteményt) eljutott Németországba, és még az 1990-es évek végén is árulták azt (Draveczky B. 1999). A Dr. Oetker cég egyébiránt sok más magyar recept európai elterjesztésében is fontos szerepet játszott (Draveczky B. 2007).

A receptek terjedésének rohamos tendenciája egy másik veszélyt is tartogat magában, ez pedig a hungarikum sütemények „amortizációja”. Ez alatt az értendő, hogy a hagyományos receptekből annyi variációt készítenek (igénytelenség, másolási kényszer vagy az alapanyagok beszerezhetősége miatt), hogy az eredeti recept feledésbe merül (Somogyi M. 2011). Ebből kifolyólag fokozottan nagy esélye van annak, hogy az átlagos vásárló a silány minőségű cukrászsütemény megkóstolása után negatív reklámot gerjeszt a sütemény nevének, habár meglehet, hogy az eredeti recept alapján készült termék neki is ízlene. Erre a trendre kitűnő példa a Dobos torta, amelynek ma már közel száz

variációja létezik (Somogyi M. 2011). A helyzetet nehezíti az, hogy az internetre manapság bárki feltöltheti a saját változatát az egyes receptekből, amelyeket aztán szintűgy bárki megnézhet és továbbterjeszthet.

Összességében elmondható, hogy jelentősen könnyebb feladat volt újdonságokkal előhozakodni abban a korban, amikor még maga a cukrászat is újszerűnek számított Magyarországon. Manapság a megnövekedett versenyhelyzet miatt napi szinten találunk ki új variációkat a már ismert süteménytípusokra. Lehetséges, hogy ami a valódi hírnévhez hiányzik, az az új technológia – elvégre magát a Dobos tortát is az újszerűsége tette legendássá.

2.5.2. A termékkínálatot befolyásoló tényezők

Habár jelen dolgozat főként a cukrászati termékek témakörére koncentrálok, fontos megemlíteni, hogy a megfelelően elkészített terméket mindig alá kell támasztania a legalább annyira professzionális környezetnek és kiszolgálásnak. A mai felgyorsult társadalmi helyzetben bár nincs akkora „beülő” forgalom egy cukrászdában, mint száz vagy kétszáz évvel ezelőtt, gyér forgalom esetén is szükséges magas fokú szakmai színvonalat mutatnunk. Ez ugyanúgy igaz akkor is, ha egy elvitelre rendelést leadó vevővel foglalkozunk.

Amikor egy vevő belép egy cukrászdába, három fő dolgot keres: finom cukrászterméket, hangulatos környezetet és színvonalas kiszolgálást (Kosár, 2008, p.12-15). Az utóbbi két faktor színvonallemelő hatására azért van fokozott szükségünk, mert segítségükkel az üzletünkbe vonzhatjuk a számunkra megfelelő vendégkört. Egy barokkos pompával berendezett cukrászdába valószínűleg másféle társadalmi körökből származó vendégek fognak betérni, mint egy steril, termékeit csak elvitelre eladó cukrászboltba. Ez rendkívül fontos, ugyanis a megcélzott vendégkörből egyenes úton következik, hogy milyen jellegű cukrásztermékeket fogunk eladni nekik, milyen díszítést használunk, mekkora adagokat szolgálunk fel, és természetesen hogy milyen áron kínáljuk mindezt. A felszolgálóknak fontos szerepük van abban, hogy a környezettel és az ételekkel magunkhoz vonzott vevőket meg is tartsuk, és visszatérő vendégként számíthassunk rájuk.

Mindebből az következik, hogy nem elég a termékeinkkel potenciális igényeket kielégítenünk, sőt az sem elég, hogy a feltérképezett igényekhez alakítsuk ki a termékkínálatunkat. A kulcs ott rejtőzik, hogy azokat az igényeket elégítsük ki, amelyeket szeretnénk, és amelyekre a megfelelő előkészületek után számíthatunk.

2.6. A 21. század kihívásai

2.6.1. Fagyasztott cukrásztermékek

A mélyhűtött termékek használatára egy vendéglátóhelyen a vevők általában ferde szemmel néznek. A legtöbb esetben úgy vélik, hogy ami a mélyhűtőből származik, az valamilyen szempontból kevesebb vagy alacsonyabb minőségű, mint a frissen készült termékek.

Tény, hogy a 19. és a 20. század eleji cukrászdákban jóval nagyobb figyelmet fordítottak a frissen készült termékekre, mint manapság sok helyen. Minden eladott süteményt és édességet az eladással egyazon napon készítettek (itt természetesen már akkor is kivételt képeztek a tartós sütemények és édességek, például a cukorkák, csokoládék, száraz teasütemények, puszedlik, satöbbi)(Food Service Magyarország, 1999, 14,16,18.p). Akkoriban ez nem tisztán minőségi elvárás volt; a cukrászdák még nem rendelkeztek olyan széleskörű tartósítási eljárásokkal, mint amilyenek manapság a rendelkezésünkre állnak, vagy ha rendelkeztek ilyen technológiával (fagyasztás), azt nem tartósításra használták fel (fagylalt- és parfékészítés).

Manapság alig találni olyan vendéglátó üzletet, ahol ne alkalmaznák az élelmiszerfagyasztás valamilyen formáját. Azonban ez nem feltétlenül rossz dolog, sőt valójában ez egy korszerű és gazdaságos módja a tartósításnak. Egyrészt vendég- és termékbarát módszer, ugyanis idegen anyag (kémiai vegyszerek) felhasználása nélkül tartósíthatunk vele termékeket (Food Service Magyarország, 1999, 14,16,18.p). Másik oldalról időgazdaságos, ha egy előzőleg előállított terméket a felhasználás napján már csak felengednünk, hőkezelnünk és tálalnunk kell. Ez fokozottan igaz azokra a pékségekre vagy más vendéglátóhely-láncolatokra, ahol egy központi üzemben állítják elő a termékeket, majd gyorsfagyasztás után leszállítják azokat az egyes üzletekbe.

Valószínűleg pont ez az egyik oka annak, hogy egyes vevők nem nézik jó szemmel, ha mélyhűtőből származó étellel kínálják őket; arra következtetnek, hogy a cukrászda nem saját maga állítja elő a termékeit, és ezt összekötik az igénytelenség fogalmával. Cukrászdánként eltérő, hogy ezt milyen mértékben veszi magára a vendéglátóhely. Manapság gyakori, hogy egy sikeres, nagy forgalmú cukrászdában nincs idő és lehetőség minden egyes süteményt frissen elkészíteni; ehhez nagy mennyiségű pénz befektetésére lenne szükség a megnövekedett alapanyag-, munkagép- és munkaerő-használat miatt. Máshol, legyen akármilyen sikeres az adott vendéglátóhely, előnyben részesítik a kifogástalan kiszolgálást a kiszolgált mennyiségnél. Minden cukrászdának el kell döntenie, hogy hol kíván elhelyezkedni a minőségi-mennyiségi skálán; más lehetőség nincs, mivel a vendég elképzelését a mélyhűtött ételekről nincs lehetőségünk megváltoztatni.

2.6.2. Mesterséges és természetes színezékek

Szintén kihívást jelent minden élelmiszer-előállító vállalkozásra, így a cukrászatra nézve is, a különböző színezékekre vonatkozó tévhitek leküzdése. A 21. században megfigyelhetünk egy olyan trendet, amelyben az ember igyekszik „visszakerülni a természetbe”, azaz fogyasztóként keressük a természetbarát termékeket, a mesterséges adalékanyagokat nem tartalmazó ételeket, a biogazdaságokból származó élelmiszereket, satöbbi.

A színezékek fontos adalékanyagai a cukrászati termékeknek. Egyszerre érvényesül a dekoratív és figyelemfelhívó hatásuk. Egyes sütemények elkészítése elképzelhetetlen lenne ezen alkotóelemek nélkül.

A színezékeket két csoportra oszthatjuk: léteznek mesterséges és természetes színezékek. A mesterséges színezékek viszonylag új találmánynak számítanak, azonban természetes anyagokat már évszázadok óta alkalmaznak színezék gyanánt. Ide tartoznak például a különböző erősebb színű növényi kivonatok (kurkuma, paprika, répa). A mesterséges úton előállított színezőanyagok azzal az előnnyel rendelkeznek, hogy akár kisebb mennyiségben is sokkal intenzívebb színhatást lehetséges elérni velük, mint a természetes színezékekkel. Hátrányuk viszont, hogy számos negatív élettani hatással

rendelkeznek, károsak az emberi szervezetre, különösen a kisgyermekükére (Landra, 2010, p.26).

A mesterséges színezékek használatát ma már állami rendeletekkel szabályozzák. Minden színezék rendelkezik egy egyéni kóddal (ezek a fogyasztók által jól ismert E-betűvel kezdődő adalékanyagok), amelyet használat esetén az adott termék csomagolásán a gyártónak fel kell tüntetnie. Ebből kifolyólag a legtöbb termelő igyekszik visszatérni a természetes színezőanyagok használatához, alternatívákat találva a mesterséges színezékek helyére (például: a sárga E-102 tartazin helyett kurkuma vagy riboflavin). Érdemes megemlíteni, hogy egyes ilyen természetes színezőanyagok pozitív élettani hatásokkal is rendelkeznek – a β -Karotin például a szervezet számára fontos A-vitamin elővitaminja (Landra, 2010, p.26).

A probléma ott van, hogy a fogyasztókat még nem sikerült teljes mértékben meggyőznünk arról, hogy a színezékek nem feltétlenül számítanak negatívumnak egy termékben. A vevők meglehetősen nagy százaléka a „természetes színezőanyag” hallatán is káros adalékanyagokra gondol, tanulva a mesterséges színezékek hibáiból.

Felmerül a kérdés, hogy a fent említett problémakör milyen mértékben érinti a cukrászatot. Gyártói oldalról feltétlenül fontos tudnunk, hogy milyen eredetű színezőanyagokat alkalmazunk a sütemények és édességek készítésekor, ugyanis a természetes színezékek jóval érzékenyebbek a mesterségeseknél: kevesebb ideig eltarthatóak, máshogy reagálnak hő hatására, valamint más mennyiségben kell alkalmazni őket (Landra, 2010, p.26). Fogyasztói oldalról pedig felvethetjük, hogy vajon mennyire megbocsátóak a vevők a színezékekkel szemben a megfelelő dekoratív hatás elérése érdekében. Erről a későbbi fejezetekben még említést teszünk.

3. Kutatási módszerek

A kezdetekben a kutatásom egyik alapvető célja az volt, hogy felmérjem a megkérdezettek ismeretét a hagyományos magyar cukrász- és péksüteményekről. Főként azt akartam megvizsgálni, hogy a cukrászati tradícióink közül mi maradt meg a köztudatban, és mi veszett a feledés homályába.

Ez az ötlet aztán továbbfejlődött, miközben a megfelelő szakirodalmakat és a kapcsolódó folyóiratcikkeket tanulmányoztam. Arra jöttem rá, hogy mérföldekekkel konstruktívabb lenne, ha a jelennel foglalkoznák a múlt helyett. Ezért nagyobb hangsúlyt fektettem a vevők hozzáállására a cukrásztermékekhez és a cukrászdába/pékségekbe járáshoz, valamint a háztartásbeli süteménykészítési trendek vizsgálatára. Külön foglalkoztam a vevők fagylaltválasztási preferenciáival (egy fagylaltkiállításon tett látogatásom hatására), és természetesen meghagytam egy kérdést a tradicionális magyar cukrászsütemények ismeretével kapcsolatban is.

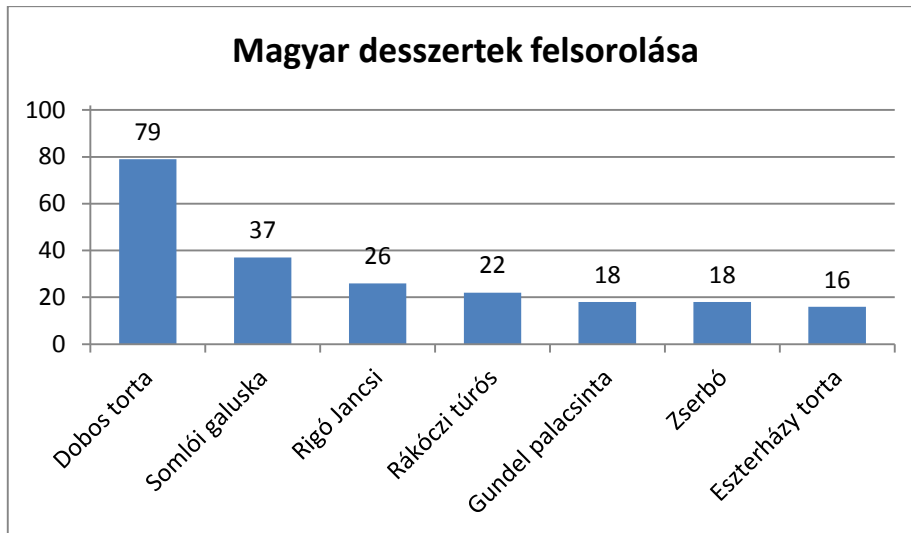
A primer kutatásaim fő eszköze az internetes kérdőív volt. Ezen belül főként egyszeri választásos és több válaszadási lehetséges kérdéseket alkalmaztam. A kérdőívet igyekeztem úgy összeállítani, hogy a minden téren felhasználóbarát legyen; bár a témakör akár több száz kérdést is felvethet, ezt megpróbáltam leszűkíteni a legalapvetőbb kérdésekre, és úgy építettem fel, hogy a megkérdezett lehetőleg ne unatkozzon a kérdőív kitöltése közben.

A kutatást nem kötöttem időkorláthoz; a procedúra addig tartott, amíg az adott szintéren sikerült legalább száz választ összegyűjtenem – ez végül százkető lett. Bár a minta mérete viszonylag kicsi, a válaszokból (véleményem szerint) releváns és feldolgozható következtetéseket vonhatunk le.

4. Eredmények

Az online kérdőív egy másolata a függelékben található, a szakdolgozat végén. Ebben a fejezetben kérdésenként végighaladok a kérdőíven, és részletezem a kapott eredményeket. Százkettő ember adott választ a feltett kérdéseimre, közülük 92 nő és 10 férfi. Ez feltehetőleg azért van, mert a kitöltők legnagyobb százaléka a Budapesti Gazdasági Egyetem hallgatói közül kerültek ki, ahol a nemek aránya inkább a nők felé dől el. Így viszont nem tartom szükségesnek, hogy a válaszok vizsgálatakor nemek szerinti csoportosítással foglalkozzak. Ugyanebből az okból kifolyólag a megkérdezettek döntő hányadának életkora 19 és 26 év közé esik, ezért a korcsoportokra való bontás is felesleges.

Az első kérdés keretei közt arra szólítottam fel a kitöltőt, hogy sorolja fel az első három magyar édességet, süteményt vagy desszertet, amely eszébe jut. A százkettő kitöltő közül 79 írta a Dobos tortát (77,45%), 37 a somlói galuskát (35,27%), 26 a Rigó Jancsit (25,49%), 22 a Rákóczi túróst (21,57%). Továbbá 18-18 említette a Gundel palacsintát valamint a zserbót (17,65%) és 16 írta az Eszterházy tortát (15,69%)(1. ábra). Ezen kívül fejenként 4-8 említést kaptak olyan sütemények és desszertek, mint a mákos guba, rétes, bejgli, képviselőfánk, házi krémes, lúdláb szelet, kürtős kalács és máglyarakás. Ennél kevesebb szavazatot kapott a madártej, aranygaluska, palacsinta, vargabéles, csörögefánk, isler, túrórudi, puncsszelet, és 1-1 említés erejéig helyet kaptak olyan ételek is, mint a szaloncukor, szilvás gombóc, Vörösmarty kocka, négercsók, bukta, mignon. Ezen a ponton szeretném megemlíteni, hogy a kérdés nem követelte meg, hogy a válaszoló alaposan utánanézzon, hogy az adott desszert valóban magyar eredetű-e. Erről a későbbiekben még említést teszek. Ezen felül szeretnék köszönetet mondani néhány válaszolónak, akik megismertettek engem olyan számomra eddig ismeretlen süteménnyel, mint a prósza vagy a pörkölt torta.



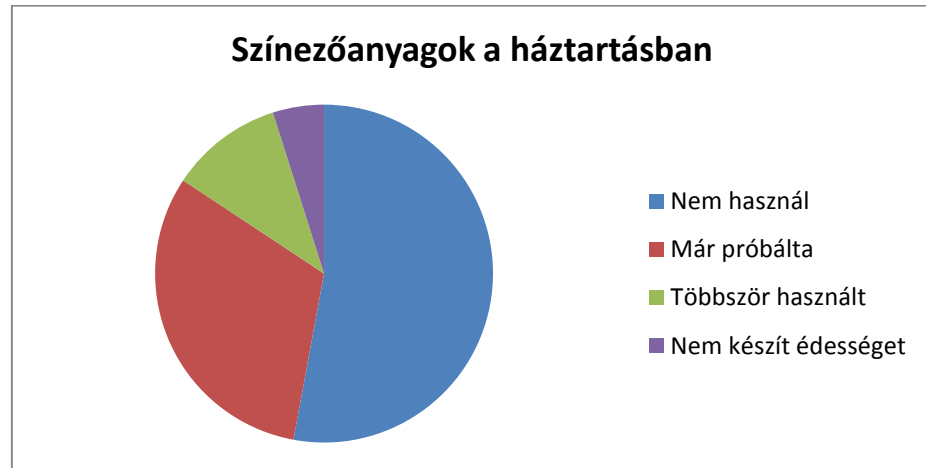
16. ábra

A kérdőívnek ezen túl már csak feleletválasztós kérdései voltak. A második kérdés az „instant porok” háztartási használatáról szólt, és több választ is meg lehetett jelölni. A válaszolók 9,8%-a nem használ ilyen készítményeket, de ezek 40%-a azért, mert egyáltalán nem készít házi süteményeket. 74,5% használ pudingport puding készítésére, 53,9% pedig sütemény alapanyagaként. 56,9% használ zselatinport, 7,8% sütemény alap-port, 11,8% tejszínhabport, 37,3% habfixáló port (2. ábra).



2. ábra

A harmadik kérdés a színezőanyagok háztartásbeli használatáról érdeklődött. A válaszolók 52,9%-a nem használ ilyen anyagokat a sütéshez, 31,4%-a egyszer már kipróbálta őket, 10,8%-a pedig rendszeresen használ színezékeket. 4,9% egyáltalán nem készít édességeket (3. ábra).



3. ábra

A negyedik kérdéstől kezdve már a válaszolók cukrászdai vásárlási szokásait vizsgáltam. Elsőként arra kérdeztem rá, hogy hajlandóak lennének-e megvásárolni egy cukrászdában egy süteményt, ha tudnák, hogy az hozzáadott természetes színezőanyagokat tartalmaz. A válaszolók 95,1%-a igennel, 4,9%-a nemmel válaszolt (4. ábra).



4. ábra

Az ötödik kérdés az volt, hogy a válaszoló vásárolt-e már személyre szabott, az ő elképzelése alapján elkészített tortát. 7,8% nem vásárolt, és nem is áll szándékában. 57,8% nem vásárolt, de nem zárkózik el az ötlettől. A maradék

34,3% vásárolt már ilyet (5. ábra), és tőlük külön megkérdeztem, hogy milyen alkalomra vették a tortájukat. Az igennel válaszolók 88,57%-a születésnap alkalmából vásárolta a tortát, a maradék 11,43% egyéb, főként családi okokra hivatkozott (évforduló, keresztelő, gratuláció).



5. ábra

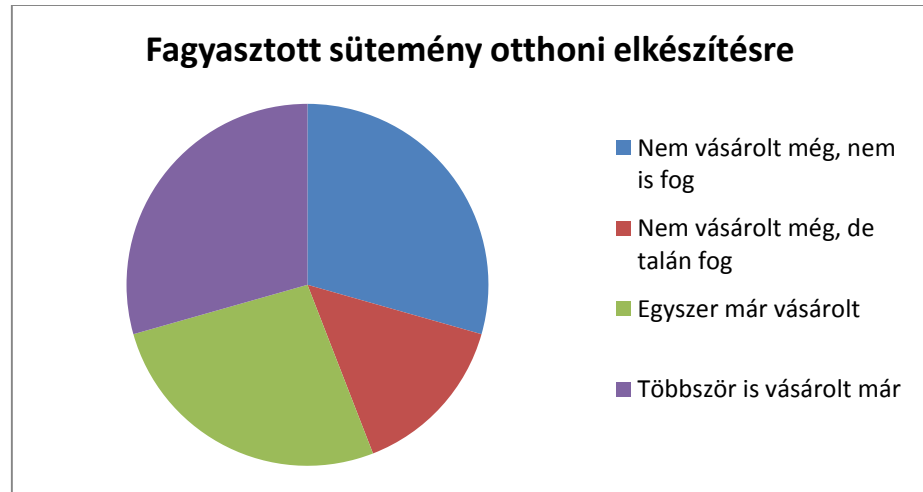
A hatodik kérdésben azt szándékoztam kideríteni, hogy mennyien vásároltak nem személyre szabott, egész (tehát nem szelet) tortát cukrászdában. 10,8% nem vásárolt, és a jövőben sem szeretne. 26,5% még nem vásárolt, de nem határolódik el az ötlettől, hogy a jövőben ilyet tegyen. 62,7% vásárolt már ilyen tortát (6. ábra). Az utóbbiak 81,25%-a születésnap alkalmából vette, a fennmaradó 18,75% pedig névnap, évforduló vagy egyéb családi/baráti összejövetelek végett.



6. ábra

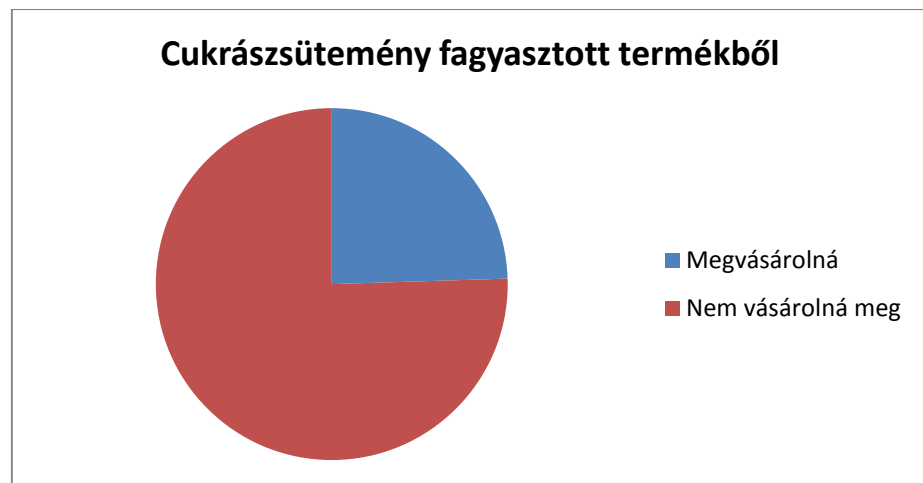
A hetedik, nyolcadik és kilencedik kérdésben a mirelit termékek használatáról érdeklődtem. Először arra voltam kíváncsi, hogy a válaszoló

vásárolt-e már mirelit pék- vagy cukrászsüteményt otthoni elkészítésre. 29,4% nem vásárolt, és később sem szeretne. 14,7% szintén nem vásárolt, de nem zárkózik el az ötlettől. 26,5% egy alkalommal vásárolt már ilyen terméket, a fennmaradó 29,4% pedig többször is vett már fagyasztott süteményt otthoni felhasználásra (7. ábra).



7. ábra

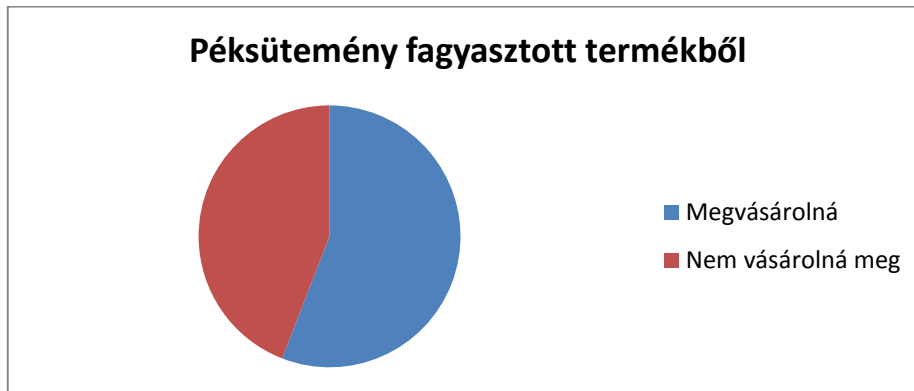
Az ezt követő kérdésben a vevők hajlandóságát vizsgáltam olyan termék megvételére egy cukrászdában, amelyről tudják, hogy fagyasztott termékből készült. 24,5% az információ ellenére is megvásárolná az adott cukrászsüteményt, 75,5% viszont elutasítaná azt (8. ábra).



8. ábra

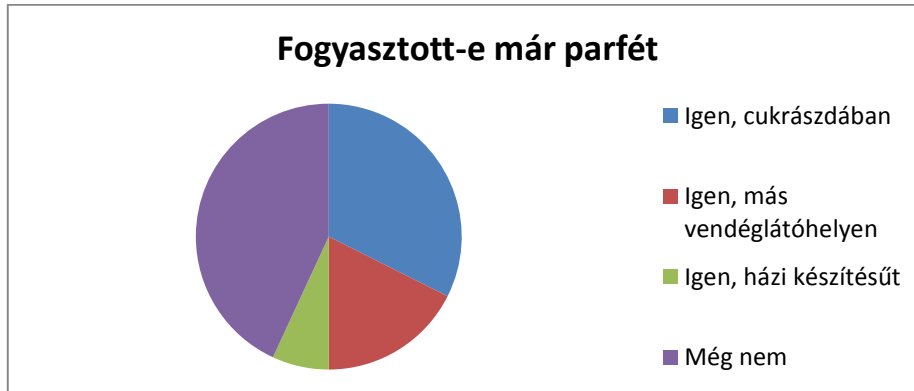
Ezután egy, az előzővel szinte azonos kérdés következett, csak ezúttal a cukrászda és cukrászsütemény szót kicseréltem pékségre és péksüteményre. A

válaszolók 55,9%-a megvásárolna egy pékségben egy adott péksüteményt annak ellenére is, hogy tudja, hogy fagyasztott termékből készítették. A fennmaradó 44,1% nem venné meg ennek tudatában a terméket (9. ábra).



9. ábra

A tizedik kérdés egyszerű volt: fogyasztott-e már a válaszoló parfét. 32,4% fogyasztott már cukrászdában készült parfét, 17,6% más vendéglátóhelyen próbálta ki azt, 6,9% pedig házilag készített parfét fogyasztott. 43,1% még soha nem evett parfét (10. ábra).



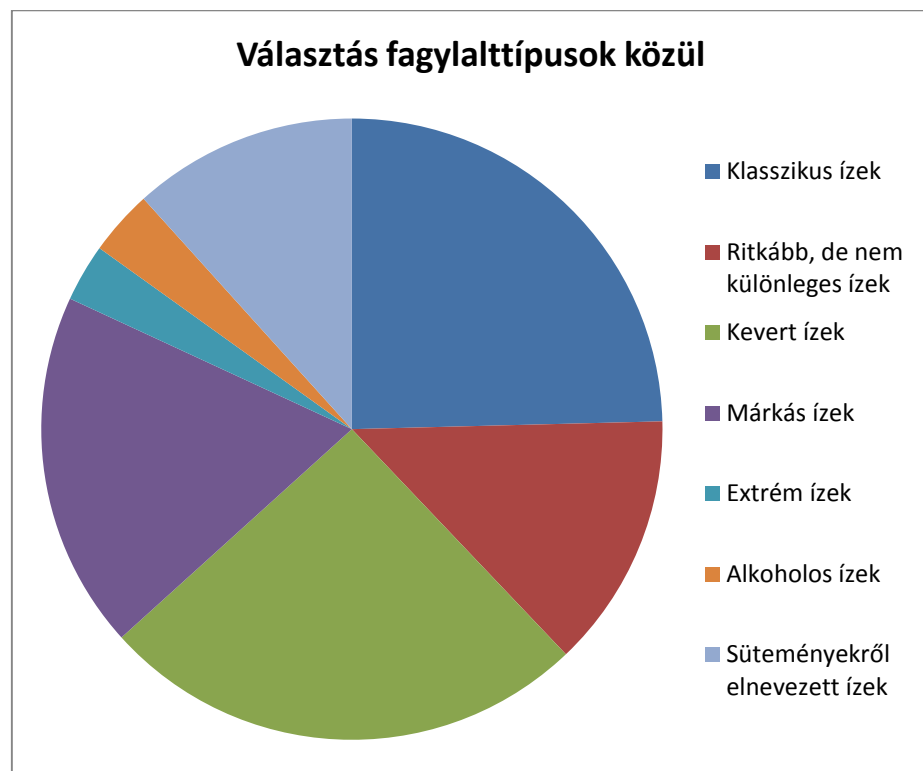
10. ábra

A következő két kérdésben arra próbáltam választ találni, hogy milyen jellegű fagyaltokat választanak szívesen a vevők egy széles kínálatú fagyaltzóban. Mindkét kérdésben ugyanaz a választék volt megadva; először az első gombóc fagyaltjukat kellett kiválasztaniuk, majd a másodikat. Összesen huszonhat különböző ízt adtam meg, melyeket a válaszolók tudta nélkül bizonyos kategóriákra osztottam. Az első négy íz alapvető, klasszikus íz volt (csokoládé, vanília, satöbbi). A következő négy valamivel ritkább, de még mindig köztudott íz volt (pl. pisztácia). Ezután négy „kevert” íz következett, ahol több alapanyag

kombinációja adta a fagyalt ízét (pl. rumos meggy). Ezt négy köztudott márkánévvel ellátott íz követte (pl. Milka). Utána felsoroltam négy szokatlan, extrém ízt, amelyekkel egy 2015-ös fagyaltkiállításon találkoztam (pl. uborkás joghurt). A következő két íz szeszes italokat tartalmazott (vörösbor, aszú). Végül négy olyan ízzel zártam, amelyek valamilyen híres süteményre utalnak (pl. Dobos torta).

Az eredményeket összegezve sajnos felfedeztem egy lehetséges hibát a két gombócra osztás módszerében, amelyről a későbbiekben még említést teszek. Az egyszerűség kedvéért ebben a fejezetben az első és második gombócra kapott százalékos értékek átlagát fogom megadni az egyes kategóriákon belül.

A klasszikus ízeket a válaszolók 24,6%-a választaná, a valamivel ritkább ízeket 13,3%, a kevert ízeket 25,4%, a márkás ízeket 18,6%, az extrém, nem mindennapi ízeket 3%, az alkoholos ízeket 3,4%, és a süteményekről elnevezett ízeket 11,7% (11. ábra).



11. ábra

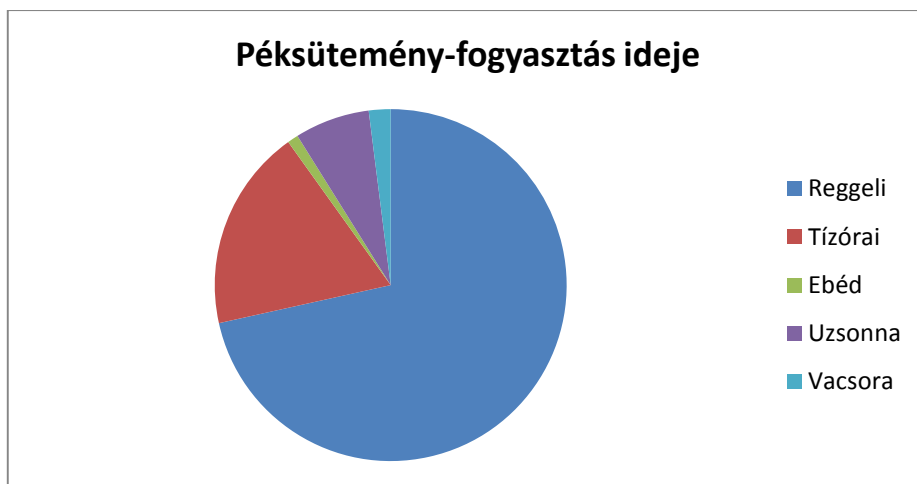
Az ezt követő, tizenharmadik kérdés arra irányult, hogy a válaszoló milyen gyakran jár cukrászdába. 2,9% heti rendszerességgel jár cukrászdába, 35,3%

havonta legalább egyszer, 39,2% két-háromhavonta, 14,7% csak ünnepi alkalmakkor, 7,8% pedig szinte soha.



12. ábra

A tizennegyedik és tizenötödik kérdésben arra kaptam választ, hogy a válaszolók a nap mely szakaszában fogyasztanak pék- illetve cukrászsüteményeket. Péksüteményt a válaszolók 71,6%-a fogyaszt reggelire, 18,6% ebéd előtt (tízóraiként), 1% ebédre, 6,9% délután (uzsonnaként), 2% vacsorára (13. ábra). Ezzel szemben cukrászsüteményeket a válaszolók 2%-a fogyaszt reggelire és további 2%-a ebéd előtt, 33%-a az ebéd részeként, 52,9%-a uzsonnaidőben, és 10,8%-a a vacsora részeként (14. ábra).

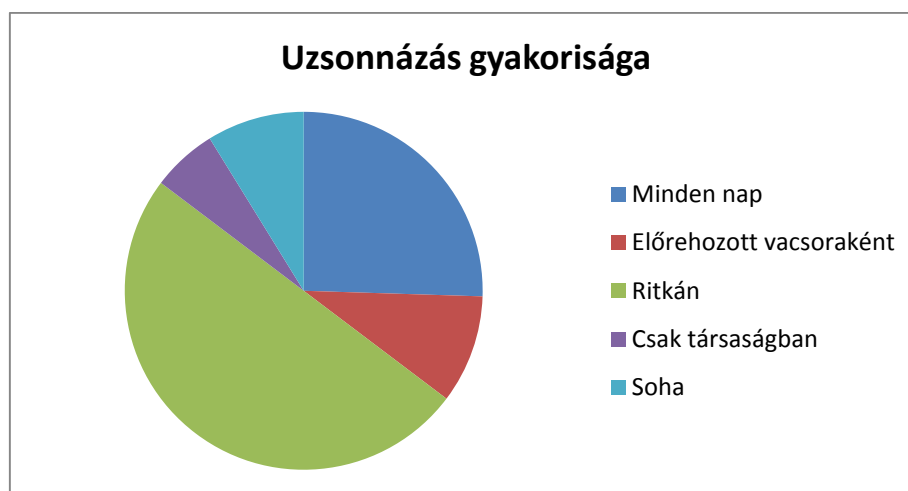


13. ábra



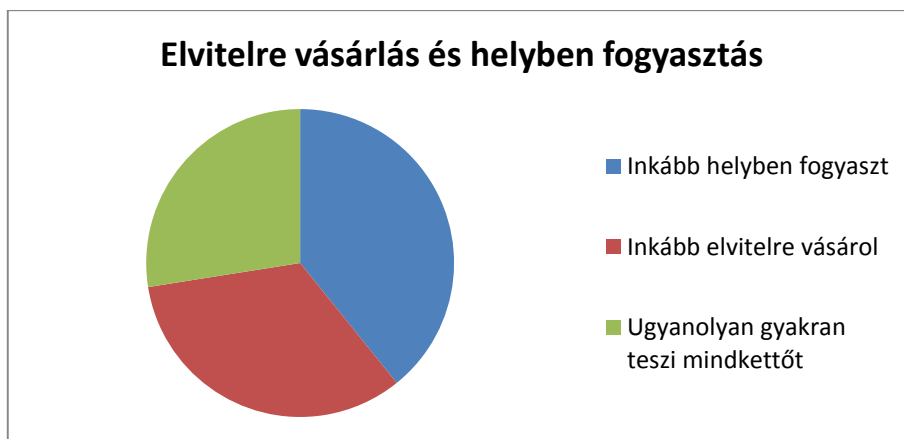
14. ábra

Ezen felül a tizenhatodik kérdésben külön rákérdeztem arra, hogy a válaszoló szokott-e uzsonnázni (visszaulva a szakirodalmi áttekintésben már tárgyalt uzsonnázási szokásra). A megkérdezettek 25,5%-a minden nap uzsonnázik, amikor lehetséges. További 9,8% uzsonnázik, de „előrehozott vacsoraként” tekint rá, ugyanis utána már nem eszik többet aznap. 50% ritkán uzsonnázik, 5,9% csak társaságban, és 8,8% egyáltalán nem uzsonnázik.



15. ábra

A tizenhetedik kérdésben felmértem, hogy a megkérdezettek jellemzően elvitelre vagy helyben fogyasztásra vásárolnak-e termékeket egy cukrászdában. 33,3% jellemzően elvitelre vásárol, 39,2% jellemzően helyben fogyasztásra, és 27,5% körülbelül egyenlő arányban teszi a kettőt (16. ábra).



16. ábra

5. Konklúziók, javaslatok

Ebben a fejezetben a fent felsorolt kutatási eredményeim alapján fogok következtetéseket levonni. Megvizsgálom, hogyan támasztják alá a kapott eredmények a szakirodalmi áttekintésben megismert trendeket, valamint hogy mi változott az elmúlt évszázadokhoz képest.

Meg kell említenem, hogy a kérdőív összeállításakor minden egyes kérdésnél volt egy elképzelésem, hogy milyen eredményeket fogok kapni. Ezek a hipotézisek többnyire saját személyes tapasztalataimból erednek. Legnagyobb meglepetésemre ezek az elméletek többnyire hamisnak bizonyultak.

5.1. A hagyományőrzésről szóló kérdések eredményei

A legelső kérdés esetében, ahol három magyar süteményt kellett felsorolniuk a válaszolóknak, arra próbáltam rávilágítani, hogy melyek azok a hagyományos magyar desszertek, amelyek a leginkább megmaradtak a köztudatban. Az, hogy a Dobos tortát ilyen nagy százalékban említették, egyáltalán nem lepett meg. Az összes felsorolt desszert közül valószínűleg ezt támogatta meg leginkább a marketing; a feljebb már említett világkiállításon való debütálásával az első széles körben elterjesztett magyar desszert lett belőle, és olyan szinten nemzeti jelképpé vált, hogy még manapság is emlegetik a magyarországi „imázs” kisfilmekben.

A szakirodalmi áttekintésben pontosan e miatt az elmélet miatt tértem ki bővebben a Dobos torta történetére. Ugyanez volt az oka annak is, hogy a Rákóczi túróról is részletesebben írtam. Azzal azonban nem számoltam, hogy a Somlói galuska letaszítja őt a második helyről. Ez számomra azért érdekes, mert a Somlói galuska köztudottan azon étel, amelyet százféléképpen készítenek el, és valószínűleg már csak nagyon kevesen ismerik az eredeti receptet – az ilyen jellegű hagyományőrzésről a későbbiekben még részletesebben értekezem. Természetesen nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy az 1950-es években ez a sütemény is hasonlóan nagy publicitást kapott, mint anno a Dobos torta.

Az olvasónak valószínűleg feltűnhetett a kutatási eredmények olvasása közben, hogy a megkérdezettek által megadott sütemények között számos olyan található, amelyek egyáltalán nem magyar eredetűek. A madártej például francia eredetű desszert, a rétes pedig a Habsburg Birodalom szülöttje. Mint ahogy azt

már említettem, a megkérdezetteknek nem volt kötelességük utánajárni, hogy az adott desszertet valóban a magyarok készítették-e el elsőként. Ebből kifolyólag ezek a válaszok arra is rávilágítanak, hogy mi magyarok melyik süteményeket „tartjuk” a sajátunknak, azaz melyek azok, amelyeket az évek során magunkévá tettünk. A rétest például azért vallják sokan magyarnak, mert a felhasznált töltelékek már valóban magyar eredetre vezethetőek vissza: ilyen a mákos-meggyes rétes is.

Ebből ered az első fő gondolatom a kutatásaimmal kapcsolatban: a hagyományteremtés nem csak azt jelenti, hogy mi magunk létrehozunk valami teljesen újat, hanem azt is, hogy átveszünk technológiákat és recepteket más nemzetektől, és a lehetőségeinkhez és erőforrásainkhoz mérten a saját ízlésünkre formáljuk azokat. Ez talán egyszerűnek tűnik, de felettébb fontos. Ha ugyanis ragaszkodunk ahhoz, hogy csak a saját hagyományainkból „táplálkozzunk”, akkor megfoszthatjuk magunkat új és izgalmas élményektől. Ugyanakkor ha görcsösen ragaszkodunk az általunk kitalált receptek eredetiségéhez, azzal más országokat is megfoszthatunk attól, hogy magukévá tehessék a mi receptjeinket; mert lehet, hogy egy németországi kérdőívkitöltő németnek vallaná a Dobos tortát, mert csak a sütemény német változatával találkozott; a változtatások ellenére a torta nem lett kevesebb, csak lokalizálták az ottani alapanyagokhoz mérten. Véleményem szerint, ha mi magyar desszertnek valljuk a rétest vagy a madártejet, hipokrita hozzáállás lenne nem engedni más nemzeteknek, hogy a saját ízlésükre formálják a mi receptjeinket.

5.2. A háztartásbeli szokásokhoz fűződő kérdések eredményei

Mint ahogy azt már a szakirodalmi áttekintésben megemlítettem, a 19. században és a 20. század elején még nem terjedtek el a háztartásokban azok a technológiai eszközök, amelyekkel az átlagember is elkészíthette volna otthonában a cukrászatokban megismert süteményeket. Ez azonban napjainkra gyökeresen megváltozott, az internetnek és a globalizációnak hála a receptek és a technológiák hozzáférhetőbbek, mint valaha. Azonban mivel az átlagember nem cukrász, ezért minden lehetőséget megragad, hogy a lehető legegyszerűbb módszerekkel készíthesse el a recepteket. Ebben segítenek az instant alapanyagok is.

Aki valaha is süttött már otthon, azt biztosan nem lepték meg az instant porokkal kapcsolatos kérdésem eredményei. Legnagyobb arányban pudingport, zselatinport és habfixálót alkalmazunk a háztartásokban. Ezek közül talán a pudingpor használata veti fel a legtöbb kérdést, ugyanis a három példa közül a puding az, amelyet egyszerű alapanyagokból a legkönnyebben el lehet készíteni házilag is, feltehetően jobb minőségben is. A kérdésben külön rákérdeztem arra is, hogy a válaszolók használnak-e pudingporokat sütemények töltelékének készítésére, és meglehetősen nagy arányban erre is igenleges válaszokat kaptam. Ebből kétféle következtetést vonhatunk le: a vevő vagy hajlandó minőségbeli csökkenést „fizetni” az egyszerűbb elkészítés érdekében, vagy nem érez nagy különbséget a házi krém és a pudingporból készült krém minősége között. Én ezekből az elsőnek adok igazat, mégpedig azért, mert a vevőt talán nem ismertették meg eléggé a főzött krém és a pudingporból készült krém közötti különbségekkel. A hagyományörzésnek egy igen szép formája lenne, ha a cukrászdákban az alapanyagok és az elkészítési módok marketingjére nagyobb hangsúlyt fektetnének. Természetesen ez akkor működik, ha a vevők többet járnak cukrászdákba; erről még később lesz szó.

A színezőanyagok használatáról szóló kérdés esetében a válaszolók több mint fele nem használ színezékeket otthoni sütéshez. Ez véleményem szerint két okra vezethető vissza. Egyrészt a Magyarországon népszerű sütemények és egyéb desszertek között kevés olyan található, amely megköveteli a színezékek használatát. A másik ok talán az, hogy egy háztartásban készült süteménynek kevésbé kell dekoratívnak és figyelemfelhívónak lennie, mint egy cukrászdában kiállított süteménynek. Ugyanakkor a további válaszokból kiderül, hogy ha szükséges, nem zárkozunk el a színezékek használatától.

Az ezt követő kérdést inkább szántam szociális kísérletnek, mint komoly kérdésnek. „Megvásárolna cukrászdában egy süteményt, ha tudja, hogy hozzáadott természetes színezőanyagokat tartalmaz?” Itt arra próbáltam rájönni, hogy a válaszolók mennyire előítéletesek, ha meghallják a „hozzáadott színezőanyag” kifejezést, annak ellenére, hogy természetes színezőanyagokról van szó. A válaszok alapján a megkérdezettek vagy alaposan elolvasták a kérdést, és megtalálták benne a „természetes” kulcsszót, vagy általánosságban a színezékekkel nincsen semmi problémájuk. Persze feltehettem volna ezután még

egy kérdést, ahol a mesterséges színezőanyagokra kérdezek rá, de úgy éreztem, hogy a megkérdezettek ezen a ponton már biztosan odafigyelnének, látván a két kérdés hasonlóságát, és túlnyomó többségben nemleges válaszokat kaptam volna. Természetesen ez csak hipotézis, de ez is csak azt bizonyítja, hogy a vevők ma már tájékozottabbak az egészséges táplálkozás terén, mint a magyar cukrászat első két évszázadában, és előszeretettel néznek utána, hogy mit tartalmaz az elfogyasztott ételük.

További egy kérdés szólt még a háztartásbeli süteménykészítésről, ez pedig a fagyasztott sütemények vásárlásáról szólt. A kapott válaszok megosztóak voltak; körülbelül egyenlő arányban voltak azok, akik egyáltalán nem vásárolnak ilyen terméket, akik már kipróbálták őket, és akik rendszeresen veszik azokat. Egy bizonyos szinten érthető ez a megosztottság. A boltban kapható fagyasztott sütemények általában meglehetősen szűk választékra korlátozódnak; főleg péksüteményeket árulnak ilyen formában, azokból is csak bizonyos változatokat, és ezeket az adott vevő vagy szereti, vagy nem. A cukrászsütemények fagyasztva árulása nem kifejezetten elterjedt tevékenység, és ez érthető, mivel a jelek szerint az átlagos vásárló tartózkodik tőlük – erről a következő fejezetben még említést teszek.

5.3. A vevői oldalhoz fűződő kérdések eredményei

Két kérdést tettem fel az egész (tehát nem szeletként árult) torta vásárlásával kapcsolatban. Egyrészt kíváncsi voltam rá, hogy mennyien élnek ezzel a lehetőséggel, háttérbe szorítva a házilag készített tortákat, másrészt érdekelt, hogy milyen arányban használják ki a személyre szabhatóság lehetőségét.

Mint kiderült, a válaszolók majdnem kétharmada vásárolt már nem személyre szabott tortát cukrászdában, és csak 10% zárkózik el teljes mértékben a vásárlástól. Ez azt mutatja, hogy a bizalom és az igény még mindig megvan a cukrászdák irányában az ilyen jellegű termékek szakszerű elkészítésére, ami több okból is pozitívumként fogható fel. Egyrészt a cukrászdáknak jelentős bevételük származhat az efféle megrendelésekből. Másrészt igényt mutat arra, hogy komolyabb műgonddal elkészített tortákat vegyenek a vevők a boltokban kapható, tömeggyártott, silányabb minőségű torták helyett. Harmadik, és talán

legfontosabb ok, hogy a cukrászdák kiemelkedő szerepet játszanak úgy a hagyományőrzésben, ahogy a hagyományteremtésben is. Az általuk elkészített sütemények nem csak fogyasztási cikkek, hanem nemzeti/nemzetközi értékek is.

A személyre szabható torták valamivel szerényebb népszerűségnek örvendenek, bár a jelek szerint a válaszolók nagy része ebben az esetben sem zárkózik el attól, hogy a jövőben éljen ennek a szolgáltatásnak a lehetőségével. Mindez talán annak tudható be, hogy ha valaki személyesebb jellegű tortát kíván adni egy hozzátartozójának vagy ismerősének, inkább saját maga készíti el azt. A cukrászdában vásárolt személyre szabott tortáknak azonban megvan azon előnyük, hogy sokszor olyan alapanyagokkal és technológiákkal is dolgozhatnak, amelyekkel a háztartásokban ritkán találkozhat az ember.

A következő két kérdésben a vevők vásárlási hajlandóságát mértem, ha azzal az információval vannak ellátva, hogy a vásárolt terméket előzőleg lefagyasztották. Itt nem is inkább a konkrét számbeli arányokra voltam kíváncsi, hanem arra, hogy melyik esetben engedékenyebbek a vásárlók: a cukrászsütemények vagy a péksütemények esetében? Az eredmény az lett, hogy a megkérdezettek háromnegyede elutasítana egy előzőleg lefagyasztott cukrászsüteményt, viszont több mint ötven százalékuknak ugyanez nem jelent problémát a péksütemények esetében.

Ez egy rendkívül elgondolkodtató eredmény. Arra enged következtetni, hogy amikor egy ember cukrászdában vásárol, megköveteli az igényességet, ami teljes mértékben érthető. Ha gyorsfagyasztott majd felengedett süteményt vásárol, abból egyértelműen arra következtethet, hogy az adott étel nem friss, nem aznap lett elkészítve. Azonban ha ez így van, akkor miért vagyunk elengedőbbek a péksüteményekkel szemben?

Az én véleményem az, hogy a péksütemények gyorsfagyasztása egy olyan trend, amely mára már eredményesen beivódott a köztudatba. A legtöbb ember tudja, hogy a nagyobb, pékárut értékesítő láncok központi üzemekből kapják a termékeiket, amelyeket aztán helyben olvasztanak ki és sütnek meg. Valószínűleg az történt, hogy lehetőségünk volt megkóstolni és megszeretni ezeket a termékeket még az előtt, hogy a gyorsfagyasztással kapcsolatos előítéletek teret hódítottak volna. Továbbá a pékségek az esetek legnagyobb százalékában nem

helyben fogyasztásra, hanem elvitelre árulják a süteményeket, a cukrászdákban viszont gyakori a helyben fogyasztás lehetősége, ezért vevőként nagyobb színvonalbeli elvárásokat támasztunk feléjük. Vállalkozói oldalról a gyorsfagyasztás nem csak gazdaságos, hanem természet- és fogyasztóbarát eljárás is. Ahogy azt már a szakirodalmi áttekintésben említettem, a fagyasztás azért vált népszerűvé, mert lehetővé tette a hozzáadott anyagok nélküli tartósítást. Sajnos azonban ha van valami, amit vállalkozóként a legnehezebben tudunk befolyásolni, az a fogyasztók hozzáállása és gondolkodásmódja. Emiatt kénytelenek leszünk a jövőben is arra törekedni, hogy a cukrászdákban friss, naprakész termékeket szolgáljunk fel.

A cukrászdákat illetően rákérdeztem még, hogy a kitöltők milyen gyakran járnak cukrászdába, és amikor ott vannak, elvitelre vagy helyben fogyasztásra vásárolnak-e jellemzően. A kiindulási pont az volt, hogy a magyar cukrászat első fellendülésekor a cukrászdába járás mindennapos tevékenységnek számított, ugyanis nem csak nagy népszerűségnek örvendett, de társadalmi fellépési lehetőséget is adott a kor befolyásos embereinek.

Mára természetesen ez részben megváltozott, a közéleti szereplés ma már más médiumokon keresztül történik. Ezzel szemben a cukrászati termékek vásárlása sokkal megfizethetőbbé vált (régente ez még a gazdagok kiváltságának számított). Ugyanakkor a kérdőív eredményeiből azt láthatjuk, hogy a fogyasztóknak már nem számít mindennapi tevékenységnek a cukrászdák látogatása; a legtöbben havonta vagy két-háromhavonta látogatják őket. Csak nagyon kevesen járnak heti rendszerességgel ilyen helyre, viszont majdnem ugyanilyen kevesen vannak azok, akik egyáltalán nem járnak cukrászdába. Ezt fontos kiemelni, ugyanis arra utalhatunk belőle, hogy az emberek még mindig nyitottak a színvonalas cukrászati termékek iránt, még ha csak pár havonta vagy ünnepi alkalmakkor vásárolnak is ilyeneket. Ez megerősít minket abban, hogy érdemes energiát fektetnünk a hagyományörzésbe, az innovációba és az újabb és újabb igények kielégítésére.

Ami a helyben fogyasztást és az elvitelre történő vásárlást illeti, a kérdőív eredményei szerint nincsen lényegi különbség a két trend között. Egyik szolgáltatásra se mondhatjuk, hogy hanyatlásban van a másikhoz képest. Éppen

ezért a cukrászdáknak továbbra is oda kell figyelniük mindkét szolgáltatási forma színvonalas elvégzésére: a vendéggel való megfelelő kommunikációra és a színvonalas kiszolgálásra egyaránt.

5.4. Az étkezési szokásokhoz kapcsolódó kérdések eredményei

Az uzsonnázási szokás a 20. század elején a tehetősek között még feltörekvő trendnek számított, ez azonban mára hanyatlani látszik. A kérdőívre válaszolóknak csak negyede illeszt be egy extra étkezést az ebéd és a vacsora közé (a lehetőségeihez mérten), míg több mint fele csak nagyon ritkán uzsonnázik. Ennek a szokásnak a hanyatlása azért lehetett fontos egy időben, mert az emberek régen főleg az uzsonna alkalmával fogyasztottak péksüteményeket. Viszont az eddigi eredmények alapján egyértelműen láthatjuk, hogy a pék- és cukrászsütemények egyáltalán nem vesztek népszerűségükből, ezért feltehetjük a kérdést, hogy manapság melyik napszakban fogyasztják a legtöbb ilyen terméket.

A péksüteményeket – egyáltalán nem meglepő módon – főleg reggelire vagy tízóráira fogyasztják a vevők. Ez érthető, több okból kifolyólag is. Egyrészt a péksütemények túlnyomó többségének árusítását a cukrászdák helyett átvették a pékségek, amelyek jellemzően elvitelre árulják őket. Emiatt a pékségek látogatása előnyös választás azoknak, akik például munkába vagy iskolába igyekeznek reggelente. Más vendéglátóhelyekkel szemben a pékségeknek a gyors kiszolgálás mellett előnye még, hogy reggel (közvetlenül nyitás után) friss termékeket árulnak, mely növeli a népszerűségüket. Így érthető, hogy a péksüteményeket a vevők főleg a reggeli órákban fogyasztják.

A cukrászsütemények esetében éppen az ellenkezőjét tapasztalhatjuk annak, amit a péksütemények esetében tapasztaltunk. Ezeket az emberek főleg a délutáni órákban vagy ebédre fogyasztják. Ez megint nem meglepő, és valószínűleg nem változott az elmúlt évszázadokhoz képest sem. A cukrászsütemények természetükből adódóan nehezebb ételnek számítanak, kisebb adagokban árulják őket, és kevésbé állják meg a helyüket az étkezés egyedüli részeként. Ezért reggelire nem ideálisak, és inkább egy több ételből álló ételsor utolsó összetevőjeként (például ebéd) fogyasztják őket. Engem személy szerint meglepett, hogy vacsorára milyen kevesen fogyasztják őket, de természetesen

számításba kell vennünk, hogy Magyarországon az ebéd a főétkezés, nem a vacsora.

A parféfogyasztással kapcsolatos kérdésem inkább érdeklődő jellegű volt, mint sem informatív. Kíváncsi voltam rá, hogy a fagyalt mint „street food” térhódítása mellett mennyire maradt meg a köztudatban a parfé, amelyet manapság egyre kevesebb cukrászdában találhatunk meg. Pontosán ezért kérdeztem rá arra is, hogy a kérdőívet kitöltők cukrászdában vagy esetleg más vendéglátóhelyen találkoztak-e ezzel az édességgel.

Az eredmény alapján a megkérdezettek közel fele még soha nem fogyasztott parfét, akik viszont igen, azoknak több mint kétharmada cukrászdában vásárolta azt. Ez megerősíti azt az elvet, hogy ha valakik fenn tudják tartani a parfékészítés hagyományát Magyarországon, azok a cukrászdák, viszont a fagyalt és annak színes választékának térhódítása megnehezíti a parfé újbóli előretörését. Az eredmények alapján nagyon kevesen vannak olyanok, akik otthon kísérelnek meg parfét készíteni, habár tapasztalataim alapján házi fagyaltot sem készítenek túl sokan.

5.5. A fagyaltválasztásról szóló kérdés eredményei

Ezt a kérdést külön ki szeretném emelni a többi közül, ugyanis a fagyaltkészítés az a terület a cukrászaton belül, amelyhez személy szerint a legjobban kötődöm.

Feljebb már említettem, hogy e kérdés előkészítésekor hibát követtem el, és most kifejtem, miért. A kérdés kitalálásakor nem tartottam ésszerűnek, hogy csak egy féle ízt választhasson a kitöltő, ugyanis ez a valóságban sem életszerű (nagyon gyakran választanak többféle ízt a vevők egy fagyaltzóban). A több íz választása nem csak arra ad lehetőséget, hogy a válaszolónak ne kelljen dönteni két kedvenc íz között, hanem arra is, hogy felmérjem, milyen ízeket választanak a vevők elsődlegesen, és melyet választanak másodlagosan. Mint ahogy arra felhívták a figyelmem, ennek az elméletnek pontosan az a hibája, hogy az emberek egy része pont a preferált ízt választja másodiknak, mivel egy tölcsérben mindig az van legfelül. Ezen kívül a kérdőív eredményeit elemezve azt láttam, hogy az első és második íz eredményei között nincsen lényegi különbség. Ezért végül úgy döntöttem, hogy a két kérdésre kapott eredményeket átlagolom.

A 2015-ös budapesti fagyaltfesztiválon tett látogatásomon három trendet figyeltem meg. Először is, a kiállítók nagy része az innováció eszközével élt; olyan ízekkel hozakodtak elő, amelyek nem feltétlenül extrémek vagy elképzelhetetlenek egy fagyalt esetében, viszont nem is találkozok velük minden nap az ember. A második trend az ízek olyan jellegű keverése, amellyel a cukrász egy adott süteményt vagy édességet próbál lemásolni fagyalt formájában. Nekem személy szerint nem tetszik ez az irányvonal, ugyanis tapasztalataim alapján a cukrászok ritkán fektetnek annyi energiát egy ilyen fagyalt elkészítésébe, hogy az íz hatás tényleg az adott süteményre emlékeztessen (például: csoki, vanília és tejszín ízek keverékéből Somlói galuska íz készítése). A harmadik trend a klasszikus ízek újragondolása volt. Ezt általában a vanília fagyalt esetében tapasztaltam. Mivel egy ilyen alapszintű íz kínálatában hatalmas a konkurencia, ezért nagy kihívást jelent a cukrászokra nézve, hogy ezzel az ízzel tűnjenek ki a többi eladó közül. Találkoztam például olyan kiállítóval, aki kék algából nyert színezőanyaggal színezte be a vaníliafagyaltot.

Ezek után kíváncsian vártam, hogy a kérdőívemet kitöltők melyik íz csoportot fogják a leginkább választani. Az eredmény azt mutatja, hogy a klasszikus ízek és a kevert ízek a legnépszerűbbek. Nem véletlen, hogy az alap csokoládé és vanília íz minden fagyaltozó kínálatában megtalálható, hiszen tényleg ezeket keresik a legtöbben; és ahogy azt már említettem, ezeknél az ízeknél a legnagyobb a konkurencia, ezért a cukrászoknak külön kihívást jelent, ha ezekkel a termékekkel szeretnének kitűnni a tömegeből.

A kevert ízeknél olyan kombinációkat soroltam fel, amelyek közismerten illenek egymáshoz (például fahéjas szilva). Úgy tűnik, hogy a klasszikus ízek mellett ezek örvendenek a legnagyobb népszerűségnek. Ezt párhuzamba állíthatjuk a legkevésbé népszerű kategóriával, az extrém ízekkel (cékla, uborkás joghurt), beleértve az alkoholos ízeket. Itt is helyet kaptak olyan ízek, amelyek két alapanyag kombinációjából állíthatók össze, viszont ezek egyelőre nem épültek be a köztudatba, a legtöbb ember soha nem kóstolta meg őket, ezért a bizarr koncepció miatt inkább távol maradnak tőlük. Az eddigiek alapján minden jel arra mutat, hogy a fagyalt készítésénél és értékesítésénél a legjobb taktika a hagyományos ízek megőrzése, és azok megújítása. Ugyanakkor az innovációt

támogatni kell, mert előbb-utóbb a cukrászok ráakadhatnak egy olyan ízre, amely ugyanannyira felkapottá válik, mint a ma népszerű ízek.

Kiemelném továbbá a márkanevekkel ellátott ízeket. Ezek is kiemelkedő népszerűségnek örvendenek (a kutatásaimban csupán hat százalékkal maradtak le a klasszikus ízek mögött), és feltehetnénk a kérdést, hogy miért, amikor többnyire megegyeznek a klasszikus ízek egyik-másik fajtájával. A válasz természetesen egyszerű, ugyanarról van szó itt is, mint a ruhák vagy háztartási cikkek vásárlásakor. A vevő azért választja a márkás terméket, mert az garanciát jelent a minőségre; fagyaltok esetében pedig a vevő a megvásárolandó ízt egy olyan termékhez kötheti, amellyel korábban már pozitív tapasztalatai voltak (ugyanaz elmondható egyébként a híres süteményekről elnevezett ízekről is). Az, hogy ez egy jó irányvonal-e vagy sem, megkérdőjelezhető. A globalizáció korszakában elengedhetetlen, hogy a márkák a marketing kelléktárának egyik legfőbb eszközét jelentsék, és természetesen nem szabad megfélekezni a márkanév felhasználási jogának megszerzésének az előnyeiről sem. Azonban véleményem szerint ez elveszi a lehetőséget a valóban újító szándékú, innovatív ízek elterjedésétől, és a valódi változatos kínálat megteremtésétől.

Szeretném megjegyezni, hogy ez a kérdés sokkal pontosabb eredményeket hozhatott volna, ha ennél is több ízt sorolok fel (legalább kétszer-háromszor ennyit). Ez azonban a kérdőív kitöltőinek türelmére negatív hatással lett volna, így értelemszerűen nem tettem meg. Ezzel a témával a jövőben érdemes lesz külön, a többi cukrászati termék közül kiemelve foglalkozni.

6. Összefoglalás

A cukrászat mint szakma és művészeti ág jelentős utat tett meg az elmúlt két évszázadban, és a fejlődés a mai napig folyamatosan tart. A gyógyszerészek gyógycukorkáitól a vajkrémmel töltött Dobos tortán át az uborkás-joghurtos fagylaltig egy megállíthatatlan és a maga nemében egyedi trendfejlődésnek lehettünk szemtanúi. A szakma mesterei kifogyhatatlan fantáziával és innovációval mindvégig azon dolgoztak, hogy valami újat és maradandót adjanak a világnak.

Ha nem kezeljük tényként, hogy a cukrászat mint művészet egy folyamatosan bővülő és a kor igényei szerint megújuló dolog, azaz ha görcsösen ragaszkodunk ahhoz, hogy csak a „régiben” van érték, akkor egy helyben állunk, és soha nem leszünk képesek előre lépni.

Sokan gondolhatják azt, hogy manapság már nem készülnek olyan kaliberű értékek, mint száz vagy kétszáz évvel ezelőtt. Pedig valójában csak arról van szó, hogy amikor még a ma közismert technológiák és alapanyagok újak és egyedinek számítottak, még könnyebb volt valami teljesen újszerűt alkotni, és természetesen mindenből az első épül be leginkább a köztudatba.

Ha jobban belegondolunk, ahhoz, hogy kincsekre leljünk, nem muszáj cukrászati témájú kiállításokra ellátogatnunk vagy körbeutaznunk a világot. Elég körbenézni az interneten, ahová az átlagember tölti fel a saját receptjeit és innovációit.

Az alapján, amit eddig írtam, úgy tűnhet, mintha nem tisztelném a hagyományokat, és pusztán a jövővel foglalkoznék, de ez nem így van. Fontosnak tartom, hogy a régi értékek ne vesszenek ki a köztudatból, és ahogy azt említettem, a cukrászdák ebben nagyon nagy szerepet játszanak. Ők őrzik a tradicionális sütemények eredeti receptjeit, és kínálják azokat üzleteikben.

Jómagam a hagyományörzésnek azt a formáját nem támogatom, ahol teljes mértékben elutasítják az eredeti recepteken történő bármiféle módosítást. Ahogy azt már a konklúziókban említettem, nem szabad megfosztanunk embertársainkat attól, hogy egy süteményt a magukévá tegyenek, még ha ezzel kénytelenek is megváltoztatniuk az alapformulát. Egyrészt nem mindenki születik

cukrászmesternek, másrészt a hozzávalók elérhetősége ellehetetlenítheti a recept tökéletes követését. Harmadrészt pedig, és talán ez a legfontosabb, ezzel a hozzáállással kizárnánk annak a lehetőségét, hogy az ezer süteménysütő között felfedezzük azt az egyet, aki valami olyat ad hozzá az eredeti recepthez, amitől az a szó szoros értelmében jobb lesz.

Arrogáns hozzáállás lenne azt vallani, hogy ami eredeti, az tökéletes úgy, ahogy van; főleg, ha azt nézzük, hogy nagyon kevés olyan recept vagy technológia van, amelynek minden eleme Magyarországon született. Hovatovább megkísérlem kijelenteni, hogy nagyon kevés az olyan recept, amelynek minden elkészítési technológiája és alapanyaga egyetlen országból származik. A történelem során számos újítást vettünk át különböző helyekről, így a cukrászat egy kultúrákon átívelő művészeti ággá válhatott.

Ami a jövőbeli kutatásokat illeti, véleményem szerint csaknem minden cukrászati termék, technológia és alapanyag megérdemli, hogy külön-külön foglalkozzunk vele. Személy szerint én a jövőben a fagyaltkészítés alapanyagairól, technológiáiról, trendjeiről és vállalkozási kihívásairól szeretnék minél többet megtudni, és ha lehetőségem lesz rá, ezek a témák a jövőbeli dolgozataim szerves részét fogják majd képezni.

7. Mellékletek

Az alábbiakban a szakdolgozatban felhasznált kérdőívem egy mintáját láthatják.

Hazai cukrászati termékek

A következőkben az Ön süteményfogyasztási és süteményvásárlási szokásairól fogok feltenni néhány kérdést. Kitérünk majd olyan témákra is, mint a hagyományos magyar sütemények, vagy az alkalmazott adalékanyagok a desszertekben.

A kitöltés nem tart tovább 5-10 percnél, szöveges válaszadásra szinte nem is lesz szükség, és garantálom, hogy a végére meg fog éhezni (a jó értelemben).

Egyes kérdéseknél találkozhatnak az „Other” vagy „Egyéb” választási lehetőséggel. A kérdés szövege alatt mindig megmagyarázom, mit jelent ez az opció.

A válaszokat természetesen névtelenül kapom meg, az összegyűjtött információkat kizárólag a szakdolgozatom megírásához fogom felhasználni. Előre is köszönöm a segítséget!

1. Kezdjük is a „legnehezebbel”. Kérem, soroljon fel fejből legfeljebb három MAGYAR süteményt vagy desszertet!
2. Használ édességkészítésnél instant porokat? Ha igen, melyeket? (Több válasz is lehetséges!)
 - a. Nem használok ilyen termékeket, mert sosem készítek édességeket.
 - b. Nem, soha nem használok ilyen termékeket, amikor édességeket készítek.
 - c. Igen, pudingport (pudding készítésére).
 - d. Igen, pudingport (sütemények, más desszertek alapanyagaként).
 - e. Igen, zselatinport.
 - f. Igen, sütemény alap-port.
 - g. Igen, tejszínhabport.
 - h. Igen, habfixáló port.
 - i. Igen, a következő instant porokat...
3. Használ édességkészítéskor hozzáadott színezőanyagokat?
 - a. Soha, mert sosem készítek édességeket.

- b. Soha, ezek nélkül készítek édességeket.
 - c. Igen, egyszer már kipróbáltam.
 - d. Igen, többször is használtam már.
4. Megvásárolna cukrászdában egy süteményt, ha tudja, hogy hozzáadott természetes színezőanyagokat tartalmaz?
- a. Igen.
 - b. Nem.
5. Ön vásárolt már cukrászdában az Ön elképzelése alapján elkészített (személyre szabott) tortát?
- a. Nem, és a jövőben sem áll szándékomban.
 - b. Nem, de nem zárkózom el előre, hogy a jövőben ilyet vegyek.
 - c. Igen, a következő alkalomból...
6. Vásárolt már cukrászdában az étlapon szereplő (tehát nem személyre szabott) egész (tehát nem szelet) tortát?
- a. Nem, és a jövőben sem áll szándékomban.
 - b. Nem, de nem zárkózom el előre, hogy a jövőben ilyet vegyek.
 - c. Igen, a következő alkalomból...
7. Vásárolt már mirelit péksüteményt vagy cukrászsüteményt OTTHONI elkészítésre?
- a. Nem, és a jövőben sem tervezek ilyet venni.
 - b. Nem, de nem zárkózom el az ötlettől, hogy a jövőben ilyet vegyek.
 - c. Igen, egyszer már kipróbáltam.
 - d. Igen, többször is vásároltam már mirelit pék-/cukrászsüteményt.
8. Megvásárolna egy süteményt egy CUKRÁSZDÁBAN, ha tudja, hogy fagyasztott termékből készült?
- a. Igen.
 - b. Nem.
9. Megvásárolna egy péksüteményt PÉKSÉGBEN, ha tudja, hogy fagyasztott termékből készült?
- a. Igen.
 - b. Nem.
10. Fogyasztott már valaha parfét?
- a. Igen, cukrászdában készítettet.
 - b. Igen, más vendéglátóhelyen készítettet.

- c. Igen, házi készítésűt.
 - d. Nem, még soha.
11. Egy fagyizóba belépve kétgombócos fagyaltot szeretne vásárolni. Az alábbi választékból melyik ízt választaná először? (A helytakarékosság miatt ezeket kategóriánként sorolom fel, de az eredeti kérdőívben nem voltak kategóriákra osztva az ízek.)
- a. Csokoládé, vanília, eper, citrom,
 - b. kókusz, pisztácia, mák, dió,
 - c. túró-málna, rumos meggy, fahéjas szilva, mentás csokoládé,
 - d. Oreo, Kinder csoki, Coca Cola, Milka,
 - e. uborkás joghurt, paprikás málna, cékla sorbet, sütőtök,
 - f. Tokaji aszú, vörösbor,
 - g. amerikai fánk, Dobos torta, rizsfelfújt, aranygaluska.
12. Melyik lenne a második gombóc, amit kiválasztana?
- a. Csokoládé, vanília, eper, citrom,
 - b. kókusz, pisztácia, mák, dió,
 - c. túró-málna, rumos meggy, fahéjas szilva, mentás csokoládé,
 - d. Oreo, Kinder csoki, Coca Cola, Milka,
 - e. uborkás joghurt, paprikás málna, cékla sorbet, sütőtök,
 - f. Tokaji aszú, vörösbor,
 - g. amerikai fánk, Dobos torta, rizsfelfújt, aranygaluska.
13. Ön milyen gyakran jár cukrászdába?
- a. Hetente legalább egyszer.
 - b. Havonta legalább egyszer.
 - c. Úgy két-háromhavonta.
 - d. Csak ünnepi alkalmakkor.
 - e. Szinte soha.
14. A nap melyik szakában fogyaszt jellemzően PÉKSÜTEMÉNYEKET?
- a. Reggelire, a reggeli részeként.
 - b. Ebéd előtt, tízórára.
 - c. Ebédre, az ebéd részeként.
 - d. Délután, uzsonnaidőben.
 - e. Vacsorára, a vacsora részeként.

15. A nap melyik szakában fogyaszt jellemzően CUKRÁSZTERMÉKEKET, DESSZERTEKET?

- a. Reggelire, a reggeli részeként.
- b. Ebéd előtt, tízóráira.
- c. Ebédre, az ebéd részeként.
- d. Délután, uzsonnaidőben.
- e. Vacsorára, a vacsora részeként.

16. Szokott Ön uzsonnázni?

- a. Igen, minden nap, amikor lehetséges, még vacsora előtt.
- b. Igen, de inkább előrehozott vacsorának hívnám (utána már nem vacsorázom).
- c. Igen, de csak ritkán.
- d. Igen, de csak társaságban (barátokkal, stb).
- e. Egyáltalán nem.

17. Amikor cukrászdába megy, jellemzően elvitelre vagy helyben fogyasztásra vásárol?

- a. Jellemzően elvitelre.
- b. Jellemzően helyben fogyasztásra.
- c. Elvitelre és helyben fogyasztásra is ugyanannyiszor.

18. Kérem, adja meg a nemét!

- a. Nő.
- b. Férfi.

19. Kérem, adja meg a korát!

Nagyon köszönöm a kitöltést! Válaszaival elősegített engem a szakdolgozatom sikeres megírásában.

8. Irodalomjegyzék

Könyvek

AUGUSZT A. A. ÉS AUGUSZT O. (2007). *Auguszt cukrászda: Egy cukrászdinasztia története 1870-2006*, Grafit Public Kiadó, Budapest

BALLA J. (FORD.) (1997). *Nagy csokoládé könyv: kakaó, csokoládé, cukrászat, bonbonkészítés, desszertek, italok*, Aréna 2000 - Fraktura, Budapest

BORSÓDY M. (1995). *Az édességkészítés története*, Magyar Élelmiszeripari Tudományos Egyesület, Budapest

CSAPÓ K. ÉS ÉLIÁS T. (2010). *Dobos és a 19. század cukrászata Magyarországon*, Magyar Keresk. és Vendéglátóipari Múz., Budapest

DRAVECZKY B. (1999). *Történetek terített asztalokról és környékükről*, Pallas Stúdió, Budapest

DRAVECZKY B. (2007). *Híres ételek krónikái*, Magánkiad., Budapest

DUNSZT K. (2009). *Cukrászati technológia*, 6. változatlan utánn., FVM VKSZI, Budapest

KEMÉNYFFI G. ÉS TÓTH I. (1958). *Cukrászkönyv*, Műszaki K., Budapest

LOÓSZ V. (1994). *Fagylaltok könyve*, Új Esély K., Budapest

MÁRFI A. (2010). *Caflish: A legendás cukrászda története*, Házmaster 98 Kft., Pécs

NISZKÁCS M. (2008). *A Gerbeaud 150*, Gerbeaud Gasztronómia Kft., Budapest

Folyóiratcikk

BÉRES CS. (2003). A Rákóczi túrós története, *Sütőiparosok, Pékek*, 2003. 50. 4., 9-10.p.

A Gerbeaud-ban a legjobb a zserbó? (2008). *Kosár*, 2008. 5. 12., 12-15.p.

Mélyhűtött frissesség (1999). *Food Service Magyarország*, 8. 1999. 5., 14,16,18.p.

Parfé variációk (2006). *Landra*, 2006. 11. 4., 11.p.

SOMOGYI M. (2011). Elfelejtett sütemények, *Vendég & Hotel*, 2011. 5. 4., 18.p.

Természetes színezékek - a cukrászipar múltja és jövője (2010). *Landra*, 2010. 15. 9., 26.p.