

SZAKDOLGOZAT

M. Bai Judit – Szakdolgozat

M. Bai Judit

2023

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet
Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan
Tanszék



Bonbon és történelem, avagy mi is szeretnénk évszázadok csokifalatjait?

M. Bai Judit

Budapest

2023

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet**

**Szak neve: Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szakmérnök / szaktanácsadó szakirányú
továbbképzési szak**

Szakedolgozat készítés helye: Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan Tanszék

Hallgató: M. Bai Judit

A szakedolgozat címe: Bonbon és történelem, avagy mi is szeretnénk évszázadok csokifalatjait?

Konzulens: Dr. Kasza Gyula
Külső konzulens esetén tanszéki felelős

Beadás dátuma: 2023. május 9.

Prof. Dr. Lakner Zoltán
szakedolgozat készítés helyének vezetője



Dr. Kasza Gyula
konzulens



Badakné dr. Kerti Katalin
szakfelelős

TARTALOM

1. BEVEZETÉS	5
2. A MUNKA CÉLJA	8
2.1. Problémafelvetés	9
3. IRODALMI ÁTTEKINTÉS.....	10
3.1. A bonbonok elődei a cukros édességek	11
3.2. A csokoládé útja.....	12
3.3. A bonbon szó eredete.....	14
3.4. Századok „édesség-pillanatai”	15
3.5. Bonbon-ihlető: Jean Francois L’Huillier	17
3.6. Bonbon-ihletők: Az Andrassy lányok	18
3.6.1. <i>Andrassy Ilona</i>	22
3.6.2. <i>Andrassy Borbála</i>	22
3.6.3. <i>Andrassy Katinka</i>	23
3.6.4. <i>Andrassy Klára</i>	24
4. KUTATÁSI MÓDSZEREK	26
4.1. SWOT-analízis.....	26
4.2. Kérdőív	28
4.3. Interjú.....	28
5. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELEÉSÜK.....	32
5.1. A kérdőív kiértékelése	32
5.2. Az Esterházy Györggyel készült interjú kivonata	43
5.3. Bonbon ihletők és kreatív bonbonjaik	47
5.3.1. <i>L’Huillier bonbon fantáziája</i>	48
5.3.2. <i>Az Andrassy lányok bonbon fantáziája</i>	49
5.3.3. <i>Esterházy György bonbon fantáziája</i>	51
6. ÖSSZEFOGLALÓ	53
7. FELHASZNÁLT IRODALOM	54
8. MELLÉKLETEK.....	57
KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS.....	61

1. BEVEZETÉS

Kastély és bonbon. Miért is a témaválasztás? Több mint egy évtizede dolgozom a kulturális örökségvédelemben, és abban a szerencsés helyzetben vagyok, hogy egy nagyívű fejlesztés kezdeteitől részese lehettem az Edelényi kastélysziget megújulásának és tartalommal való megtöltésének. Érdeklődésem régóta a 18-19. század életmódjára irányul, különös kíváncsiság vezet abban, hogy az egykori lakók mindennapjaival, hétköznapi történéseikkel foglalkoznak. Tanulmányaim mellett így született meg ennek a dolgozatnak a témája, ami egyrészt a hosszú évek alatt összegyűjtött tudásomon, másrészt a most megszerzett információk tovább gondolásán alapszik a gazdasági szempontokat is figyelembe véve.

A főúri kastélyokra manapság már úgy tekintünk, mint letűnt korok hagyatékára és elsősorban múzeumként, legfeljebb kastélyszállóként funkcionáló díszes épületekként gondolunk rájuk. Érdekes azonban mélyebbre ásunk történetükben, hiszen sokszor birtok központként, a politikai-gazdasági élet színhelyeként működtek, túlmutatva a hétköznapi élet előkelő lakhelyén. Ahhoz, hogy egy épület fenntartható legyen ésszerű gazdálkodásra, adónemekre, népes kiszolgáló személyzetre és nem utolsósorban tudásra is szükség volt. Ha ránézünk egy 18. századi uradalmi hierarchiára, könnyen felismerhetjük benne a mai vállalati-vállalkozói szervezeti struktúrát (1. sz. melléklet).

És hogy miért is az utalás? A magyar kastélysors meglehetősen sajátos, az 1945 utáni időszakot az állami tulajdonlás jellemezte és a mindenkori ideológiai elvárásoknak megfelelően funkciójuk a hadikórháztól kezdve a szociális intézményeken át a tanácsi lakásokig sok mindent felölelt. A rendszerváltozás után ezen épületek többsége rossz állapotban volt, gyakran forráshiányos és szakmai tudás nélküli önkormányzatok kezelésében. Részleges hasznosításuk a Műemlékek Állami Gondnoksága és jogutódai révén, valamint a Nemzeti és kastély-és Várprogramnak köszönhetően megoldódott. Nem elhanyagolható szempont, hogy az adottságoknak megfelelően az épített örökség esetében is törekedni kell a fenntartási költségek minimalizálására és olyan nem profil-idegen vállalkozási tevékenység ösztönzésére, amely hozzájárul a gazdasági stabilitáshoz. Hagyományosan a múzeumi belépők, a különböző típusú ingatlanbérletek valamint a rendezvények jelentik az egyik bevételi lábat, míg a másikat a turisztikai szektorhoz kapcsolódó kávézók, shopok és esetenként szálláshelyek.

Nem titkolt cél a vásárlásra ösztönzés, amihez a múzeumi bolt nélkülözhetetlen. Hosszú évtizedeken keresztül néhány tudományos jellegű, de kevésbé a nagyközönség igényeire alapozott kiadványt lehetett vásárolni a belépőjegy mellé, és jó esetben valamilyen képeslapot. Aztán a nagy múzeumi boom magával hozta az ajándéktárgyak megújulását is, ebben a hazai palettán elévülhetetlen érdemei vannak a Szépművészeti Múzeumnak.

A Nemzeti Örökségvédelmi Fejlesztési Nonprofit Kft portfóliójában megközelítően 100 műemlék van, romoktól az újra élettel teli kastélyokig. A működő létesítmények mindegyike rendelkezik szuvenír üzlettel saját működtetésben. Az Edelényi kastélyszigeten, amely az első volt a felújítások sorában, a következő alapelvek kerültek a fókuszba a kereskedelmi tevékenység kapcsán:

„Az ajándéktárgyakra vonatkozóan kiindulási pontként szükséges rögzíteni, hogy az ajándéktárgynak valóban ajándéktárgynak kell lennie, és fontos megkülönböztetni a marketing célból előállított „szóróajándéktól”. A saját külföldi utazási tapasztalataim azt mutatják, hogy átfogó kereskedelmi-művészeti szemlélet szükséges a shopok színvonalas kialakításához. Jó példaként említhető a párizsi operaház shopja, a bécsi Albertina múzeum kínálata vagy Barcelonában a Gaudi emlékének szentelt Casa Battló ajándéktárgyai.



1. sz. ábra: párizsi Operaház múzeum shopjának ajándéktárgyai, saját fotó 2022.

E gondolatsor mentén került megfogalmazásra valóban egyedi termék gyártása oly módon, hogy az kapcsolódik az épületek történetiségéhez, egykori tulajdonosaihoz.

Általános kontextusban szemlélve az élelmiszeripari innovációk elmaradnak az európaiktól hazánkban, bár a kézműves termékek piaca egyre inkább bővül, trendi lett az ilyen típusú készítményeket vásárolni, nincs ez másként a bonbonok esetében sem.

A piaci siker érdekében innovatív szemléletre van szükség, amely nem nélkülözi a marketing és a kutatás-fejlesztés elemeit sem (Hegyi, 2015).

Dolgozatomban a címben feltett kérdésre három század vonatkozásában keresek választ – 18. sz., 19-20. század fordulója, valamint a 20.-21. század fordulója.

Három arisztokrata család képviselőjét választottam az adott időszak vonatkozásában, akiknek az életútja mellett röviden kitérek az étkezési szokásokra is, majd a kettő elegyeként egy-egy bonbonfantázia készítésére teszek javaslatot.

2. A MUNKA CÉLJA

Számos magyar műhely nyer csokoládéival a nemzetközi szinten is, különleges kulináris eseményekké váltak a csokoládé-bor kóstolók. Ez a fajta felfokozott érdeklődés adta az ötletet egy „Kastély csokoládé-manufaktúra” létrehozására, és egy belső piacon, gyakorlatilag versenytárs nélküli potenciális gazdasági láb megteremtésére.

A reprezentatív ajándéktárgyként és shop termékként is funkcionáló édesség kapcsán arra keresem a választ, hogy van-e hajlandóság a látogatóban bonbont vásárolni, ha igen, milyen kiszerelésben, milyen volumenben hajlandó érte fizetni.

A cél az, hogy a kutatás megfelelő alapot szolgáltatson ahhoz, ami egy új üzletág indításához szükséges, és amelynek eredményei alapján megalapozott üzleti terv készíthető.

Az évek során szerzett utazási- és projekt tapasztalatom alapján a múzeumok shop kínálata négyféle termékcsoporthoz állhat össze:

- Központilag szállított ajándékok, amelyek minden helyszínen elérhetők, azonos áron, azonos arculattal, akár azonos bemutatási móddal, így karakteresen beazonosítható minden helyszínen, hogy ugyanazon céget képviseli. Ezek lehetnek könyvek, több kastélyt bemutató képeslap leporellók, jegyzetfüzetek, szezonálisan falinaptárak, stb.
- Egyedi, kizárólag az adott helyszín motívumait, jellegzetességeit, grafikai megoldásait alkalmazó ajándéktárgyak külső gyártótól megrendelve.
- Helyi termékek bizományosi értékesítése. Több egyesület védjegyzrendszert dolgozott ki – kiváló tájtermék, házi remek – amelynek kínálatából néhány termék megfelel a kastélyok által képviselt színvonalnak, így ezek az áruk részét képezhetik a kínálatnak. (Internet 1, Borsod-Torna-Gömör Egyesület)
- Saját előállítású termék, amelynek pénzügyi-értékesíthetőségi szabályait ki kell dolgozni. Edelőnyben az elmúlt évben ajándékozási céllal (interaktív tárlatvezetések játékaikhoz, partnereknek) volt kísérlet ilyesmivel – a szárított levendulát és rózsaszirmot, valamint korábban reprezentációs céllal készült naptárt „dolgozta fel a kastély” – illatszákokat és könyvjelzőket készítve. Alapanyag vonatkozásban ezeknek van költségük, de valódi helyi termékek. Tervezés alatt van egy gyógynövényes/fűszerkert létrehozását a kerti ház közelében, ezzel tovább bővíthető a kínálat.”¹

¹ Hasznosítási javaslat, Edelőnyi kastélysziget (2019) saját munka

2.1. Problémafelvetés

Szakedolgozatomban azokra a kutatási kérdésekre keresem a választ, hogy a látogatóknak van-e bonbon vásárlási hajlandóságuk, a kastélyok egykori tulajdonosaihoz és az adott korban ismert alapanyagokból kiinduló innovatív bonbon-kreálmányok vásárlásra ösztönzők-e, illetve a csomagoláson megjelenő arculati elemekre szükség van-e.

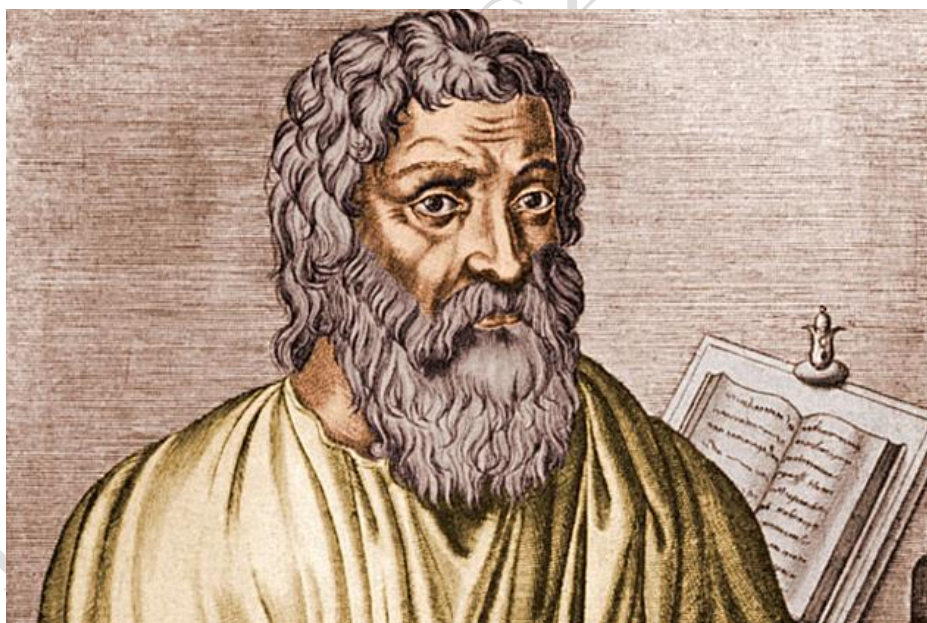
A válaszok befolyásolják azt, hogy üzleti szempontból értelmezhető-e új üzletágként az Edelényi kastélyszigeten egy csokoládé-manufaktúra létrehozása, amelynek a háttér infrastruktúra igénye már rendelkezésre áll, így elsősorban eszközbeszerzésekre fókuszál, valamint van-e létjogosultsága egyedi termékek fejlesztésének és előállításának.

Véletlenszerű internetes keresés alapján, a legjelentősebbeket kiemelve (Castle Howard (GB), Chateau Chambord (FR), Schloss Esterházy (A), Palacio de Monterrey (S), Schloss Lichtenstein (D)), Európa-szerte nem találtam olyan kastélyt, amelynek kiegészítő szolgáltatása, vagy üzletága lenne a saját csokoládégyártás. Gasztronómia területén az éttermek és a kávézók a jellemzőek.

3. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az édességek készítése és fogyasztása hosszú évszázadokra tekint vissza, bár a ma ismert bonbon eredete bizonytalan.

Martin és Sampeck (2015) szerint a csokoládé nemcsak az elmúlt életekről mondhat nekünk sokat, hanem arról is, hogy ma milyenek vagyunk. „*A mindenki által kedvelt édesség, a fagylalt már több ezer éve boldogít minket. A kedvelt desszert fő alapanyagát kezdetben a jég és a hó adta. Az ókori görögök a Kr. e. 5. században mézzel és gyümölcsökkel ízesített hóval frissítették fel magukat. A jeges gyönyört annak ellenére szerették Hellász fiai, hogy Hippokratész, a híres ókori görög orvos egészségtelennek tartotta a hó fogyasztását, és mindenkit arra biztatott, hogy kerülje el az ilyen jellegű édességek fogyasztását, azok ugyanis gyomorbántalmakat okozhatnak.*”²



1.sz. ábra: Hippokratész (Internet 2)

² Az ókori görögök még mézzel édesítették a fagylaltot, a 18. században már petrezselyemmel is (2020) <https://mult-kor.hu/az-okori-grgk-meg-mezzel-edesitettek-a-fagylaltot-a-18-szazadban-mar-petrezselyemmel-is-20200626?pIdx=1>

3.1. A bonbonok elődei a cukros édességek

Az ókori görögök nemcsak a fagylaltot, hanem a mézes süteményeket és a cukrozott gyümölcsöket is ismerték. Ezzel együtt az első, valószínűleg bonbonhoz hasonló termékek az ősi Kínában és Perzsiában jelenhettek meg. Kínában már az első évszázadban is gyártottak cukorkapasztillákat.

A ma ismert bonbonok őseinek mindenképp a cukros édességeket kell tekintenünk. A cukornád, amelyet évszázadok óta ismerünk, Új-Guineában volt honos, és igazi ingyencsésnek számított. A tiszta cukor előállítása Indiához köthető, a feldolgozás módszere mintegy 2500 évre tekint vissza. Európában viszonylag későn jelent meg, elsőként Görögországban, nem sokkal Nagy Sándor uralkodása után. A cukornád termesztése egyszerre volt áldás és átok, hiszen rabszolgák sokaságának életét keserítette, mindamellett használata, fogyasztása élvezeti értékkel is bír(t), nem véletlenül nevezik fehér halálnak is, mert addiktív tekintetben akár a kábítószerekhez is hasonlítható. (Laws, 2012).

Mindenesetre a 18. században is találunk számtalan olyan édességet, amely a cukor felhasználásával készült, ilyenek például a cukorvirágok, amelyek amellet, hogy az ünnepi asztalt díszítették, ehetőek is voltak. A gyümölcslevek és cukor elegyéből készült nyalánkságokat öntőformába tették, majd a megszilárdulás után süteménynek, torták ékessége lett. Nem voltak ritkák a szirupos gyümölcsladók sem, amelyekhez a gyümölcsöt puhára főzték a cukros vízben, majd száradás után finomított cukorba hempergették őket. A darabolt gyümölcsladót, amelyhez a gyümölcs, cukor kettőse mellett zselatint is tartalmaztak, a korabeli édességboltokban is árulták. Ugyancsak ismert volt már ebben a században a marcipán, a mandula és cukor elegye, amelyek különböző formákból kikerülve szintén a díszítés eszközei voltak. Itt fontos megjegyezni, hogy bár az alapanyagok számunkra is ismertek, az elkészítés eszközei és módjai jelentősen különböztek a ma megszokottól, úgyhogy ízeiben biztos egész más hatással találkozánk, ha ma kóstolnánk ezeket a készítményeket (Lőrinc, 2016).

Gasztronómiai vonatkozásban Heston Blumenthal angol séf televíziós sorozatát érdemes megemlíteni. A multi-szenzoros főzés, az ételpárosítás és az íz-kapszulázás úttörőjeként emlegetett televíziós személyiség korábbi századok szakácskönyveit vette elő, és a korabeli alapanyagok, leírások alapján egyedi megoldásokkal ötvözve reprodukálta egykori főúri lakomák ételsorát, az akkoriban szokásos tálalási móddal együtt.

Meghívott vendégei hol csodálva, hol elborzadva kóstolták végig az ennivalókat (Blumenthal, 2011).

3.2. A csokoládé útja

„Míg a növények 470 millió évvel ezelőtt hódították meg a szárazföldet, az emberiség története csupán a viszonylagos közelmúltat öleli fel. Ha ezt egy óra számlapja képviseli, és minden száz év egy percrek felel meg, a rómaiak húsz perccel ezelőtt hódították meg Európát, a kereszténység negyedórával ezelőtt jött létre, az első fehér ember annyi idővel ezelőtt vetette meg a lábát az amerikai kontinensen, mint ami alatt megfőzhetünk egy kellemes csésze kávé a Coffea arabica növény terméséből.”³

Ha a fenti példánál maradunk, akkor az italok története nem tekint vissza túl hosszú múltra. Mindegyikről elmondható, nemcsak az alkohol-tartalmúakról, hogy egyfajta izgatószer, a környezettől, vagy az ember önmagától való menekülésének eszköze, mentális állapotának befolyásolója akár így, akár úgy. Sok népcsoportnál, például az indiánoknál, a részegség, a transzállapot a természetfölöttivel való kapcsolódást is jelentette, tehát a hitvilág egyik tényezőjeként is tekinthetünk rájuk (Laws, 2012).



2. sz. ábra: A kakaófa gyümölcse (saját fotó 2023.)

³ Bill Laws: Ötven növény, amely megváltoztatta a történelmet, Kossuth Kiadó (2012)

Európa a tengerentúli országok révén ismerte meg a teát, a csokoládét és a kávé. A kávé etiópiai, a tea kínai, a csokoládé mexikói, elterjedésük az utazásokhoz, a gyarmatbirodalmakhoz és uralkodókhoz köthető.

Az élet minden területéről elmondható, legyen szó divatról, étkezési szokásokról, élvezeti cikkekről, hogy először mindig a jómódú réteg mindennapjaiban jelennek meg, majd ezek a bázisok – udvarok, egyházi központok, uradalmak – mintegy mintaadó központként funkcionálva, közvetítik ezeket az alacsonyabb néprétegek, a kevésbé tehetősek felé, ahol egyszerűbb, kevésbé nemes formában jelennek meg.

Mindhárom növény esetében igaz, hogy népszerűségüket, elterjedésüket akár egyetlen személy hatalmának és befolyásának köszönhetik. A csokoládé már az 1500-as évek elején Spanyolországba kerül Mexikóból. Egy anekdotából az derül ki, hogy Mária Terézia infánsnő, aki később XIV. Lajos felesége lesz, titokban issza, mert nem tud róla lemondani. Richelieu bíboros testvére volt az, aki Párizsban meghonosította, ezzel elindítva hódító útjára a csokoládét, amelyre először mint orvosságra tekintettek: *„Azt hallottam egyik szolgájától – számol be később róla egy szemtanú -, a bíboros azért itta, hogy így csökkentse a lépében keletkezett gőzőket, és hogy ezt a titkot spanyol apácáktól tanulta el, azok hozták magukkal Franciaországba.”*⁴ (Braudel, 1985).

A vélt, vagy valós hatások segítettek abban, hogy a csokoládé, mint forró ital egyre népszerűbbé vált és ez egyfajta technológiai forradalmat is elindított, a feldolgozás új módzatai többféle termék előállítását is lehetővé tették a kakaóbabból. Gazdasági értelemben mindenképp fejlődésről beszélhetünk, hiszen a fogyasztói szokások változása, a kereskedelmi forgalom élénkülése, egy széles spektrumú termékkínálat mindenképp segítette azt, hogy luxuscikkből egy sokak számára elérhető, hétköznapi fogyasztási cikk legyen a csokoládé és a kakaó. Emellett új közösségi színterek is létrejöttek, hiszen az ún. „csokoládé-házak” divatos helyek voltak, ahol a csokoládét mint sűrű, forró édességet fogyasztották (Juhász, 2013).

A csokoládégyárak megjelenése az 1800-as évek második felében a gyárakban dolgozók számára életmódváltozást is jelentett a pénzkereset mellett. Itt fontos beszélnünk George Cadburyról, aki a munkásainak a legjobbat akarta. Mai szemmel nézve is korszerű a felfogása, hiszen az elkötelezett, motivált dolgozó sokkal jobb teljesítményre ösztönözhető, akár plusz munkát is elvégez ugyanannyi jövedelemért, ha életkörülményei az átlagot meghaladók. Cadbury gyakorlatilag szolgálati bérlakásokat építtetett dolgozóinak, ahol a

⁴ Argonne Bonaventure: Mélanges d'histoire et de littérature 1725

házak nem épülhettek túl közel egymáshoz, mindegyikhez az alapterületét háromszorosan meghaladó kert tartozott, ahová hat gyümölcsfát ültettek és maradt elég hely a konyhakerti növények számára is, ami a napi élelmiszerszükségletet biztosította. Mielőtt azt gondolnánk, hogy a passzív házak a 20. század innovációi, Cadbury házai már az 1860-as években ezen elvek mentén épültek, így a bérleti díjai méltányosak voltak. Munkájának hatása megjelent termékei csomagolástechnikájában, vizualitásában és a mai értelemben vett marketingben is. Életfelfogását jól szemlélteti a következő idézet: *„A nagy gazdagság nemkívánatos, és az én élettapasztalatom szerint általában inkább átok, mint áldás.”* Miközben birodalmat épített, 11 gyermekét kitagadta, hogy saját erejükből éri el céljaikat. E csokoládétörténetből kiragadott kis etűd is jól szemlélteti, hogy karizmatikus személyek példája, gondolkodásmódja milyen sokrétűen befolyásolhat folyamatokat (Laws, 2012).

3.3. A bonbon szó eredete

A csokoládé történetét, európai elterjedését vizsgálva nagyon sokszor találkozunk olyan szereplőkkel, akik a történelemi tanulmányainkból is ismerős személyek. Maga a bonbon név megszületése is egy királyhoz köthető. A legenda szerint XIV. Lajos király szakácsa véletlenül ejtett egy gyümölcsaszalványt a forró csokoládéba, amelyet kihalászva gyorsan félretett. A gyümölcsön a csokoládé megkeményedett, amit a király meg is kóstolt. Első szava ez volt: bon, majd még egyszer megismételte, bon. A történelmi szóbeszéd ehhez köti a szó megjelenését, a bon franciául jót jelent.

A szó eredete vitatott, a fenti történet francia hatást mutat, de van olyan gondolat is, amely az olasz „boun” szóból eredezteti, amely jó, vagy finom jelentést hordoz, az olaszok ma is gyakran használják édességek dicséretére, legyen szó csokoládéről, vagy másfajta édességről. Ehhez kapcsolható akár a latin eredet is, amely a bonus szóból indul ki, jelentése szintén jó, vagy kedvező. A találgatások miatt arra a következtetésre juthatunk, hogy a szó kialakulásának többféle nyelvi, kulturális háttere lehet (McFadden és France, 2003).

A Pallasz nagy lexikonában ezt olvashatjuk: *„A bonbon francia elnevezése a cukor-szeleteknek, melyek csemege gyanánt szolgálnak s következőkép készülnek: A vizzel olvasztott cukrot bizonyos sűrűségig forralva, csokoládé, kávé, citrom, narancs v. más gyümölcsből készített kivonattal, esetleg illó olajokkal keverik és mandola-olajjal bekent*

*bádoglemezre öntik. E tömeget még melegén kocka-alakra darabolják mandola-olajjal kent késsel. - Bonbonnière, a cukorkákat tartalmazó dobozok elnevezése.*⁵

3.4. Századok „édesség-pillanatai”

Ma már természetesnek tekintjük, hogy a kávé mellé, vagy étkezések lezárásaként édességet, akár bonbont fogyasszunk. Arról már Platina is értekezik az első nyomtatásban megjelent szakácskönyvben (1474), hogy ügyelni kell az ételek sorrendjére, így első fogásként olyat kell fogyasztani, ami beindítja a bélrendszert, ez lehet gyümölcs, legfőképp körte, illetve nyalánkságok, amik fűszerekből és fenyőmagból készülnek mézzel, vagy cukorral. Az étkezési kultúra, vagy akár az asztalterítés azonban a 15.-16. században még különcségnak számított. Franciaországban például a királyi lakomák maradványát a versailles-i piacon értékesítették, az udvarban szolgálókkal egyezkedtek a szegényebbek, hogy hozzájussanak valamilyen eledelhez. A város negyede ezen élt, amit nem is szégyelltek bevallani.

A fényűzés az uralkodói házakban elképesztő méreteket öltött, a mives ezüstök, kifinomult abroszok, asztalkendők, a rafinált gyertyavilágítás sokak számára elérendő vágy volt, ezért aztán az 1500-as évek Párizsában szokás volt házakat bérelni egy-egy nagyvilági étkezésre. Ilyen alkalmakkor a vendéglősök házhoz szállították a fogásokat, és akik tehették így fogadták barátait. Sokszor előfordult, hogy a házak őrzésével megbízottak összejátszottak a bérlővel, aki nem is volt hajlandó elhagyni a házat, így kitúrva a tulajdonost (Braudel, 1985).

A csokoládé franciaországi sikerét Orleans-i Fülöp régensnek köszönhetette, akinél szokás volt reggelente „csokoládéra menni”, ami azt jelentette, hogy az illető jelen lehetett az uralkodónál rendszeresített tisztelegésen, vagyis az uralkodó kegyeibe fogadta. A csokoládé kevesek kiváltsága volt – ízesítették tejjel és különböző fűszerekkel is – de a nép körében nem terjedt el. Európa egyetlen országa Spanyolország volt, ahol minden rendű és rangú fogyasztotta az italt. Angliába a franciák révén került az 1650-es években.

Az édességek már a középkorban is ismertek voltak, de nem élvezeti, hanem gyógyászati céllal készítették őket, ezek elsősorban cukros termékek, vagy fűszeres, gyümölcsös italok voltak. Egészen a 17. századig kellett várni, amikor is elkülönült egymástól a gyógyszerészet és mai szóhasználatnál élve a cukrászat. A „tsemege-tsinálók” már önálló foglalkozás volt,

⁵ A Pallas nagy lexikona 1893-1897, szószeredat

és elsősorban a főurak szolgálatában álltak. Az edelényi kastélyban is külön cukrászat működött a kastély földszintjén. A barokk kor például már ismerte a réteseket, de az édes tésztákat és az édes töltelékkel készülő palacsintákat csak a 19. század hozta el (Krász és Kurucz, 2014).

A csokoládé jótékony hatása az egészségre ma már természetesnek tűnik, de útja meglehetősen kacsaringós volt. A tudományos vita a 18. században tetőzött, amikor a csokoládé egyes komponenseit is elkezdtek vizsgálni, hogy a legjobb kakaófőzetet kaphassa a beteg. Tekintettel arra, hogy a gyógyszerek kellemetlenül keserűk voltak, a csokoládé, mint azok hordozója terjedt el leginkább (Lippi, 2013).

Itáliai és svájci mesterek nyitották az első olyan üzleteket, ahol édességeket lehetett vásárolni. majd kialakult a helyben fogyasztás szokása is a reformkorban, Az édességfogyasztás térnyerését jelzi a 19. században az első cukorgyárak megjelenése is, Edelényben például a mai Magyarország területén a Coburgok építették az első cukorgyárat, és hogy energiaigényét kielégítsék, ők nyitották az első bányákat is a környéken (Krász és Kurucz, 2014).

A különleges édességek, csokoládék tekintetében ma is Franciaországot tekintjük a legkifinomultabb ízlés és technológia hazájának, nem véletlen, hogy a 19. század híres mesterei is elsősorban itt tanultak.

A 19. század a hazai cukrászatok szempontjából is fénykornak tekinthető, hiszen ekkor terjeszti el Kugler Henrik a mignont, és az ő hívására érkezik Pestre Gerbeaud Emil is, akiről később a Vörösmarty téri üzlet a nevét kapja. Máig ismert Ruszwurm Vilmos, vagy August József neve. A dobostorta az 1800-as évek végén Dobos C. József szakács kreativitásának köszönhető. Az volt a célja, hogy egy több napig elálló süteményt alkosson, ennek hatására születik meg az égetett cukor „fedlap”, és ő az első egyike, aki a krémet kakaóvajjal készítette (Lakatos, 2011).

E rövid összefoglalóból is kiderül, hogy azok az alapanyagok, amelyek a 18. századtól rendelkezésre álltak, a mai olvasó számára sem idegenek, így a címben feltett kérdésre nagy biztonsággal adhatunk igenlő választ.

Az a célom, hogy az elképzelt bonbonok tükrözzék azokat a karaktereket, akikről szólnak, mert ezzel teremthető meg az az értékesítést és marketinget is segítő, megalapozó, hitelesítő kommunikáció, amely valós alapokon nyugszik. A következőkben az egyes szereplők életének rövid összegzése olvasható.

3.5. Bonbon-ihlető: Jean Francois L’Huillier

Az Edelényi kastélyszigeten álló, az 1700-as évek elején épült barokk kastélyt egy Elszáz-Lotaringiából származó katonatisztnek köszönhetjük. Fivérével együtt egy nem túl gazdag nemesi családból származott, és úgy gondolta, hogy a Habsburgok hadserege lehet számára az a hely, ahol karriert is építhet és anyagi megbecsülésre is szert tehet. Mintegy negyvenéves szolgálata alatt végigjárta az előrelépési fokozatokat és közlegényből az egri vár kapitányaként halt meg. Katonai pályafutásáról gazdag információkkal rendelkezünk, ugyanakkor személyisége emberi vonulatát homály fedi. Semmilyen dokumentum nem áll rendelkezésre arról, hogy milyen társasági életet élhetett, kikkel barátkozott, hogyan ismerkedett meg feleségével, Saint-Croix Máriával, milyen gyermeknevelési elveket vallott. Fia és lánya született, fia egy törökökkel vívott csatában esett el, lánya révén leszármazottai 1820-ig birtokolták a kastélyt. Az utolsó főúri lakó, ifj. Dessewffy Ferenc törvényes örökös nélkül halt meg, ekkor az épület és az uradalom visszaszármazott a kincstárra, vagyis állami tulajdonba került.

A kastély eredetileg Rákóczi birtokon áll, II. Rákóczi Ferenc zálogosította el 5 000 rajnai forintért, mert a szabadságharc miatt készpénzre volt szüksége fegyverek vásárlására.

„Mi, felsővadászi Rákóczi Ferenc herceg (...) sürgős szükségétől hajtva, vitézlő és nemzeti Jean-Francois L’Huillier úrtól, ő szent császári és királyi felsége kapitányától kölcsönként felvesszünk és átveszünk ötezer rajnai forintot. Ennek zálogaként és tényleges fedezeteként az ő, valamint mindkét nembeli utódai és örökösei számára átengedtük és, és uralmuk alá ruháztuk egész Edelénynek nevezett községünket Borsod vármegyében (...)”⁶

Katonai pályafutása során szolgált az itáliai Lombardia és Piemont tartományokban, járt Nápolyban, Bécsben, Pozsonyban, Európa számos hadszínterén megfordult. III. Károly bárói rangot adományozott neki, mert a törökök elleni küzdelemben példásan harcolt. Több nyelven – francia, német, latin – beszélt, a magyar országgyűlés honosította, amit egy 1715-ből származó oklevél is tanúsít. A kastély homlokzatán található családi címerét két hajdú fogja közre, ami bizonyítéka annak, hogy integrálódni igyekezett a magyar viszonyokba.

Életének homályos pontjai – honnan volt pénze a kastély felépítésére, kémkedett-e a franciáknak, kapcsolatban volt-e a száműzetésben Rákóczival, volt-e a feleségén kívül szerelmi kapcsolata – erősítik azt a titokzatosságot és misztikumot, amely életének meghatározója volt (Bay, Gergely, Tóth 2013).

⁶ Edelényi kastélysziget kalauz Szerk.: Bay, Gergely, Tóth 2013.

Az étkezési szokások vonatkozásában L’Hiullier idejéből nem maradt fenn semmilyen leírás, egyetlen támpont veje halotti torának számadása, amiben említésre kerül néhány étel, illetve alapanyag beszerzés. Azt tudjuk, hogy a férfiak tehén, bárány és csirkehúst fogyasztottak, italként bor, sör és aszú került az asztalra. A „dámák és úri asszonyok” pulyka, gúnár, kappan, borjú, tehénhús, valamint pacal és káposzta közül választhattak. A cselédeknek szintén jutott tehén, borjú és csirkehús is a káposzta mellé, amit az uraság borával öblíthettek le (Bay, Gergely, Tóth 2013).

Édesség receptúrák közül az úri konyhákban például az alábbi volt népszerű:

„Mondola tortája tejből

Hét vagy nyoltz tojást, ugyan annyi mondola tejet habarj össze: végy hozzá nádméz és vizet: tsinálj téstát mondolából és nád mézből, s szalonnából: azután hadd süljön-meg: tégy reá írósvaját imitt amott s ha meg-sül trágyázd meg nád-mézzel.”⁷

3.6. Bonbon-ihletők: Az Andrássy lányok

Az Andrássy család neve mindannyiunk számára ismerősen cseng, hiszen a magyar társadalmi-politikai életben kimagaslóan fontos szerephez jutott id. Andrássy Gyula, aki a Kiegyezés után Magyarország miniszterelnöke, majd a Monarchia külügyminisztere volt. Legendáját különös sejtelmességgel szövi át, hogy vajon szerelmi szál fűzte-e Sissyhez, az osztrák császárnéhoz. Fiai, Andrássy Manó, Andrássy Tivadar és ifj. Andrássy Gyula szintén kiemelkedő jelentőségűek a gazdasági és a politikai életben is.

A dolgozat szempontjából Andrássy Tivadar lányait – Andrássy Katinka, Andrássy Borbála, Andrássy Klára és Andrássy Ilona – emelem ki, azzal a céllal, hogy a 19. század világát egy nők ihletésére készült bonbon idézze majd. Először érdemes néhány gondolatot tudnunk arról, hogy a lányok milyen szellemiségben nevelkedtek. Erről a legtöbb információval Andrássy Katinka nyomtatásban is megjelent visszaemlékezése szolgál, kis etűdökön keresztül ismerhetjük meg a család mindennapi életét. A lányok szülei, Andrássy Tivadar és Zichy Eleonóra a magyar arisztokrácia nagy múltú nemesi családjai. Idősebb Andrássy Gyula művészet szeretetéről és pártolásáról is ismert volt. Anekdóták szerint egy társasági eseményen elmélyülten beszélgetett Munkácsy Mihállyal. A jelenlévők felrótták neki, hogy miért nem a megjelent diplomákkal foglalkozott inkább, minthogy egy piktorral

⁷ Úri és közönséges konyhákban meg-fordult Szakácskönyv. Pesten és Pozsonyban, 1801.

beszélgetett. A kérdésre kérdéssel válaszolt: Tudják-e, hogy Rembrandt korában ki volt Németalföld miniszterelnöke? Mivel semmilyen válasz nem érkezett, lakonikusan megjegyezte: Engem már réges-rég elfelejtenek, amikor Munkácsyról még mindig tudni fogják, hogy ki volt.

A művészet szeretetét a lányok édesapja is örökölte, 1905-ben bekövetkezett halála után festményeiből a Múcsarnokban kiállítást is rendeztek. A gyermekei nevelése kapcsán Kendeffy Katinka, az édesanyja az alábbi tanáccsal látta el fiát:

„Neked oly kedves gyermekeid vannak, csak neveld fel őket, mindenekelőtt legyenek emberek, ha leányok is, ismerjék a kötelesség érzést – és ne nevelj belőlük egoistákat, az a legnagyobb baj az asszonynál. Miért voltam én igazán boldog és miért szeretnek gyermekeim, mert mások boldogsága előttem több volt, mint tulajdon boldogságom – ez pedig asszonytól egyetlen egy mód igazán boldognak lenni.”⁸

Az édesanya, Zichy Eleonóra spártai nevelési elveket vallott, és időről időre hódolt az aktuális nevelési irányzatoknak. A lányok gyerekkorukban zsákvászonból készült egyszerű ruhát viseltek, és hosszú időn keresztül a tápióka volt az étük. (Károlyi Mihályné, 2011.)

Télen gyakorta mezítláb mentek a szabadba, mert anyjuk úgy gondolta ez jó tesz az immunrendszerüknek. Andrassy Katinka erről így ír: *„Később jó néhány elméletet sutba dobott, s így mi, fiatalabb gyermekei már nem szenvedtünk annyit kísérletező kedvétől. Egyik alapelve az volt, hogy a gyerekeket hozzá kell edzeni az időjárás viszontagságaihoz, tehát meg kell szokniuk a hideget. Legidősebb nővéremet, Ilonát, csikorgó fagyban is kitette a szabadba, könnyedén betakarva, sőt, ott tették tisztába is. A jelenlévők elszörnyedve nézték, hogyan kalimpál sötétpiros két lába a jeges levegőben. Aztán bizonyos ideig egy Kneipp nevű híres német professzor tanaira esküdött anyám, s minden reggel mezítláb kellett átgázolnunk azon a jéghideg vízü patakon, ami a közeli fenyvesben folydogált. Harisnyát és kesztyűt nem volt szabad viselnünk soha, még ha hóihar tombolt, akkor sem. Egyszer az egyik nagybácsink észrevette, hogy kezünk és arcunk egészen elkékült a hidegtől, s aggodalmaskodva megkérdezte tőlünk, nem fázunk-e nyári ruhánkban november végén. Máig is emlékszem, hogy tolakodónak éreztem a kérdést, Ilona nővérem pedig kihúzta magát, és méltóságteljesen, hamisítatlan spanyol büszkeséggel felelte: Nem vagyunk mi fázós gyerekek!”⁹*

Az étkezési szokások tekintetében meghatározó volt, hogy a gyerekek nem hagyhattak maradékot a tányérjukon, ha pedig kifejezésre juttatták, hogy valamelyik ételt jobban

⁸ Kovács Imre: Az Andrassy lányok 2021. Múzeum a Kultúrne centrum juzného Zemplina v Trebisove

⁹ Károlyi Mihályné: Együtt a forradalomban, pg. 25. – Európa Könyvkiadó 2011

kedvelik, esetleg a kedvencük, akkor az nevetlenségnek számított. Tizennégy éves korukig a gyerekszobában étkeztek, később már a család együtt ebédelt és vacsorázott. Vendégség esetén a gyerekek a tálalóban kaptak helyet, itt ehatték meg zárásként a desszertet, ami többnyire a maradék sütemény és fagylalt volt (Károlyi Mihályné, 2011).

Édességet nem fogadhattak el a lányok, anyjuk a cukorkát gondosan elzárva tartotta, napi két darabot ehattak, egyet ebéd, és egyet vacsora után, mert úgy gondolták, hogy nem tesz jót a gyerekeknek. *„Pedig milyen őrzítően kíváncsiak voltak azok a Kugler-Gerbeaud dobozok, bennük a tarkabarka papírba burkolt gyümölcsízű cukorkák, s azok között is a kedvencem, a „Borbolya” feliratú!”*¹⁰

A tiszadobi kastély a felhőtlen gyerekkori nyarakat jelentette a lányoknak, ahol lehetett fürdeni és csónakázni a Tisza holtágán, de tenispálya is volt a birtokon.

Híressé vált a tiszafákkal övezett puszpáng labirintus is, ami szintén játéktér volt, és a lovaglásról se feledkezzünk meg. Tiszadob közel van a Hortobágyhoz, így a nyarak meglehetősen tikkasztóak voltak, az eső szinte mannának számított, ezért nem csoda, hogy a gyümölcsök fontos szerepet kaptak az étkezésben, a legkedveltebb a szeder volt a visszaemlékezés szerint. A szeder a tiltott gyümölcsök közé soroltatott, ezért is volt ellenállhatatlanul vonzó. A legrészletesebb étkezési leírás is Andrassy Katinkától maradt ránk:

„No és persze ott voltak a végtelenbe nyúló ebédek és vacsorák. A hűvös, hosszúkás ebédlőben mindig sokan ültek az asztalnál. A szűkebb család tagjai, nagybácsik és nagynénik, nővéreim férjestül, Duci bácsi politikai hívei és művészek – s a vendégek heteket töltöttek nálunk. Máig is megoldhatatlan rejtély számomra, hogyan tudtunk akkoriban olyan rengeteget enni. ...

Tiszadobon a közönséges hétköznapi ebéd kiadás előétellel kezdődött, sajtos soufflé vagy rákmajonéz, majd tiszai hal következett, pompás, friss, nyílt tűzön ropogósra sült kecsge, utána jött a fő fogás, rendszerint marhasült, borjú vagy kacska három-négy különböző körettel és főzelékkel; a negyedik fogás külön zöldség volt, esetleg spárga; utána torta és fagylalt következett. Kedvenc süteményem a „Bombe a la Izet Pacha” volt; ennek receptjét Törökországból hozták szüleim, névadója, Izet pasa házában ették először. Utána lassan vége felé tartott az ebéd: már csak édes kukorica következett vajjal, meg sajt és száraz aprósütemény. Befejezésül pedig görögdinnye, nagyszerű, zamatos, bő levű, jégbe hűtött

¹⁰ Károlyi Mihályné: Együtt a forradalomban, pg. 26. – Európa Könyvkiadó 2011

dinnye, s persze minden más nyári gyümölcs, ami éppen érett. A remek magyar borokból, mi gyerekek, nem kaptunk.

Nem meglepő, ha az ilyen ebéd után a szó szoros értelmében felkelni is alig tudtunk, és nagy nehezen vánszorogtunk át a hűvös hallba, olyasformán mint az óriáskígyó, amely egy egész őzet nyelt le; leroskadtunk a puha kerevetre, a számtalan párna közé, és képtelenek voltunk moccanni is. A hallban ittuk meg az ebéd utáni török kávét.”¹¹

... és még ezután nem sokkal következett a délutáni tea is ...

Szokásként a tea valójában nem tea fogyasztását jelentette, mint például Angliában, hanem inkább uzsonnát, ahol a nyalánkságoké volt a főszerep, különleges fagylaltok, habos tejeskávé, kalács, többféle torta, köztük dobos, vajas kenyér, meleg teasütemények és gyümölcsök kerültek az asztalra. E lassú tempójú – ma azt mondanánk slow food – befejezése volt aztán a nap végén a vacsora este nyolc tájékán, ami szintén több fogásból állt. (Károlyi Mihályné, 2011)

Bár Zichy Eleonóra sajátos nevelési elveket követett, a lányok gyermekkoruk változatos környezetben egy intellektuális oázisban telt. A család évszakoktól függően változtatta lakhelyét, a vadászati szezon Dubrinban érte őket, a nyarakat Tiszadob jelentette a báli szezonban pedig Pest volt az otthon. A diplomáciai események, a politikai elittel való találkozás és a művészet iránti elköteleződés egy olyan elegyet alkotott, amely kevesek kiváltsága volt. Andrassy Tivadar és felesége például hosszú heteket töltött Olaszországban olykor gyermekeivel együtt, ahol a legjelentősebb elfoglaltságuk az volt, hogy régiségboltokat, galériákat fedeztek fel egy-egy értékes darab megtalálásának kedvéért. A boldog gyermekkor az apa halálával megbicsaklott, mindössze 47 évesen leukémiában halt meg. Bár tartottak tőle, nem jelentett rendkívüli eseményt, hogy az özvegyet a férj testvére, ifj. Andrassy Gyula vette feleségül két évvel Tivadar halála után. A Duci bácsiként emlegetett pótapáért rajongtak a gyerekek (Basics, 2005).

Itt fontos megemlíteni, hogy az étkezések fontos színtere volt az ún. Andrassy ebédlő, amelyet az első iparművészeti-belsőépítészeti remekként tartunk számon és tervezése egy festőművészhez, Rippl-Rónai Józsefhez köthető (Géger, 2014).

A derűs és élményekkel teli évek után a lányok mindegyikének tragédiák és megpróbálások nehezítették a felnőtt életet.

¹¹ Károlyi Mihályné: Együtt a forradalomban, pg. 120. – Európa Könyvkiadó 2011

3.6.1. Andrássy Ilona

Először Andrássy Ilona ment férjhez gróf Esterházy Pálhoz. A gróf bohém életet élt, adósságokat halmozott fel, a mendemonda szerint kapcsolatai is voltak, ennek ellenére felesége szenvedélyes szerelemmel szerette. Gyermeekáldás nem köszöntött az ifjú párra, mint később kiderült a gróf miatt, akit ez rettenetesen megtört. Az első világháború aztán tragikusan megváltoztatta életüket, a férj egy orosz golyó által hősi halált halt. Andrássy Ilona ápolónőnek állt, „Mindennek vége” című, könyvként is kiadott naplórészletei érzékletes képet festenek a kor mindennapjairól. Második házassága gróf Cziráky Józseffel a boldogság esélyét jelentette, gyermekeik is születtek. Ideje nagy részében írással és festéssel foglalkozott. Fia és édesanyja halála, majd kilakoltatás teszt próbára Andrássy Ilona életét. Életben maradt fiai többször próbálták rábeszélni, hogy költözzön hozzájuk Kanadába, de férjével együtt Magyarországot választotta.

A betegeskedő gróf 1960-ban halt meg. Ilona ezután ment el és egy peterboroughi idősotthonban élt meggyötört, beszámíthatatlan állapotban 1967-ben bekövetkezett haláláig (Andrássy, 2015).

3.6.2. Andrássy Borbála

Andrássy Borbála őrgrof Pallavicini Györggyel kötött házasságot, aki egy ősrégi főnemesi család sarja volt. Négy gyermekük született, György, Theodóra, Ede és Antal. A család mindennapi életéről keveset tudunk, mert az 1950-es években a grófnő elégette levelezéseiket és naplóit, hogy azok illetéktelen kezekbe kerülve ne érintsék hátrányosan a családot. Életüket alapjaiban határozta meg a hazafias érzület, ami aztán az I. világháború után ellentéteket szült a családban, a Habsburg pártiság mellett a legnagyobb és a legkisebb fiú már ellenzéki elveket vallott. A II. világháborút követően férje hosszú betegség után elhunyt, lánya és Ede fia pedig elhagyta Magyarországot. György fia hazatért ugyan Dachauból, később egy szibériai büntetőtáborban vesztette életét. Anyja csak 1957-ben értesült haláláról. Andrássy Borbálát 1951-ben megfosztották nemesi rangjától és a rendszer ellenségeként kitelepítették. 1956 tragikus volt életében. A forradalom Pesten érte, ekkor tudta meg, hogy Antal fia jelen volt Mindszenty házi őrizetből való kiszabadításakor. A forradalom leverése után bíróság elé állították és kivégezték. Borbála ezek után elhagyta Magyarországot, először Bécsbe, majd Olaszországba utazott, végül Kanada lett az otthona,

ahol 1968-ban meghalt. A naplóírás egész életében elkísérte, Montreálban visszatért a festészethez is, magyar ihletésű vízfestményei kedveltek voltak. Külföldi éve alatt végig gyötörte a honvágy, amit méltósággal viselt.

3.6.3. Andrassy Katinka

Az Andrassy lányok legismertebb alakja Andrassy Katinka, ami az életéről „A vörös grófnő” című Kovács András rendezte filmnek is köszönhető. Visszaemlékezéseit két kötetben jelentette meg, amelyek sajátos mikrotörténelemként bepillantást engednek egy arisztokrata család mindennapjaiba, az aktuális politikai környezet hétköznapi megélésébe.

Házassága Károlyi Mihállyal legendássá vált, a szerelmi kapcsolat az egykori beszámolók szerint a tiszadobi kastély erkélyén kezdődött, bár gyermekként Katinka először Pesten találkozott vele. Erről így ír: *„Károlyi Mihályt, azt a férfit, akit nekem rendelt a sors, Margit rakparti házunk kapujában láttam először. Alighanem a lóversenyről jött, mert cylinderben volt, egy nagyon félelmetes külsejű bulldogot vezetett pórázon. Én talán tizenkét éves lehettem. Éppen a mindennapi unalmas sétára indultam a rakparton nevelőnőm felügyelete alatt. Károlyi anyámhoz jött látogatóba. Később hallottam, hogy gratulált neki milyen csinos vagyok.”*¹² Házasságuk az Andrassy családdal való kapcsolatra is rányomta bélyegét, az eltérő politikai nézetek miatt a család megszakított vele minden kapcsolatot. Ilona nővére volt az, aki hosszú évekkel később mégis úgy gondolta, hogy a testvéri szeretet mindennél fontosabb, így olvadni kezdett a jég.

Férje az I. világháború idején megjárta a frontot; az 1910-es években három gyermekük született: Éva, Ádám és Judit. Katinka gyermekkorát a lázadás jellemezte, ami felnőttként a feminizmus felé terelte, a nők jogai, különösen a szavazati jog kérdése foglalkoztatta.

Károlyi Mihály a Magyar Népköztársaság első államfője volt, de végül a kommunisták megbuktatták. Ekkor családjával együtt elhagyta az országot. Eszméikben a szociáldemokráciához, majd a kommunizmushoz kötődtek, szinte szürreálisan hat, hogy Szovjetunióbeli körútjukon Katinka Lenin húgával is találkozott. Stabilizálódó életének tragikus eseménye, hogy Ádám fia, aki a légvédelemnél szolgált egy zuhanás után, amit túlélte, szerencsétlen módon a kiömlő üzemanyag lángra lobbanása miatt halt meg.

¹² Károlyi Mihályné: Együtt a forradalomban, Európa Könyvkiadó 2011

Katinka gyerekkorának meghatározó személyisége volt a rajongásig szeretett Duci bácsi. Élete egyik traumája, hogy a grófot már nem láthatta életében, temetésére sem tudott hazautazni, mert nem kapott vízumot.

A hol le, hol felívelő élet mellett a grófnő folyamatosan írt, férje emlékiratait annak halála után ő szerkesztette és adta ki. Károlyival való házasságában mindvégig hitt és kitartott a férfi mellett, annak lépéseit soha nem tudta kritikus szemmel nézni. Örök szerelem volt az övék, amit semmi nem homályosíthatott el. Károlyi Mihály hamvai titokban 1962-ben kerültek magyar földre, és bár Andrássy Katinka hazatelepült, Budapesten élt a belvárosi Károlyi-palotában, életét 93 évesen Franciaországban fejezte be. Kívánsága az volt, hogy Magyarországon temessék el, amit végakarata szerint teljesítettek is.

3.6.4. Andrássy Klára

A legkisebb Andrássy lány, Klára, az egész család kedvence volt. Ő örökölte leginkább édesanyjuk legendás szépségét. A sors keserű fintora, hogy fiatalon, mindössze 43 évesen hunyt el Dubrovnikban, ahová mindössze egyetlen olasz bombát dobtak le, ami a halálát okozta, épp akkor, amikor egy postahivatalból lépett ki, mert előtte sürgőnyt küldött haza, hogy szerencsésen megérkezett.

Jótekönykodás, aktív politikai szerepvállalás, fiatalos temperamentum, tenni akarás jellemezte életét. A társadalmi felelősségvállalás sokkal jobban kitöltötte életét, mint a szerelem, bár valószínűsíthetően gróf Wenckheim Antalhoz és Habsburg Frigyeshez is romantikus szálak fűzték, később herceg Odescalchi Károly mellett kötelezte el magát. Egyetlen gyermekük született, Pál, aki 2014-ben halt meg.

A házasság végül válással végződött, ami egyrészt lényegesen ritkább volt, mint manapság, másrészt nagyon megviselte a férfit.

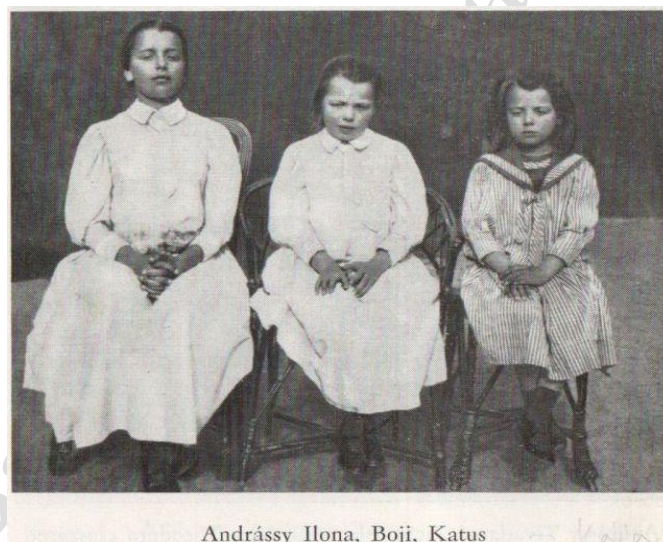
Klára viszont belevetette magát a közéletbe, első arisztokrata nőként többször is volt képviselőjelölt, és bár vagy alulmaradt, vagy visszalépett, ez sohasem törte meg és tántorította el a kihívásoktól.

Tevékeny életében karitatív gyűjtéseket szervezett a szegények megsegítésére, jótekonysági bálakat tartott és a politikai, diplomáciai elit képviselőit ültette egy asztalhoz.

„Apponyi Albertnének írt levelében Klára részletesen kifejti, miért döntött úgy, hogy lemond ügyvezető elnöki posztjáról. A levélben a fasizmus és a náciizmus veszélyeire is felhívja a figyelmet a legfiatalabb Andrássy lány. Ekkorra ugyanis már érezhető az a hitleri befolyás,

amely később magával rántja egész Magyarországot. Kája heves ellenszenvvel viszonyult mindazon tanok és eszmék iránt, amiket az akkori Németország és Olaszország képviselt.”¹³ Új kihívásként élte meg, hogy a Spanyol polgárháború eseményeiről tudósított, írásai az Ujság című lapban jelentek meg. Fordulatokban gazdag életében élt Párizsban is, politikai aktivitásáról soha nem mondott le. Szervezte az angol kapcsolatokat ellensúlyozva a német hatást. Teadélutánjai népszerűek voltak az angolbarát körökben. Lengyelország lerohanása után lengyel-magyar baráti társaságot hozott létre, amely nemcsak segélyszervezetekkel működött együtt, hanem lengyel tiszteket is segített menekülésük közben.

Az Andrássy lányok életének e rövid bemutatása is érzékelteti, hogy az arisztokrata lét nemcsak elegáns bállok csillogása, a szép ruhák bája, és a sokfogásos pezsgős vacsorák köré szerveződik. Mindannyiuk élete jól példázza az egyéni tragédiákat, a küzdés nehézségeit, a megpróbáltatások változatosságát. Egy álombeli gyermekkor után, a felnőtté válás drámái közepette, vajon milyen legyen az életük ihlette bonbon?



Andrássy Ilona, Boji, Katus

4. sz. ábra: Andrássy Ilona, Borbála, Katinka (Internet 6)

¹³ Kovács Imre: Az Andrássy lányok pg. 67. 2021. Múzeum a Kultúrne centrum juzného Zemplína v Trebisove

4. KUTATÁSI MÓDSZEREK

A kutatási módszerek tekintetében a primer információgyűjtést választottam, kvalitatív és kvantitatív módszert is alkalmaztam.

Kvantitatív módszer esetén háromféle eszközzel élhetünk, a megfigyeléssel, a megkérdezéssel és a kísérlettel. Dolgozatomban a kérdőíves módszert alkalmaztam, mely esetében gyakori kritika, hogy ilyenkor a válaszadók igyekeznek jól teljesíteni. Ezzel együtt előnye a nagyszámú elérés (Temesi és Kasza, 2014). A minta tekintetében a reprezentativitás került a középpontba, ezt determinálta, hogy a papíralapú kérdőívek eleve örökség helyszíneken voltak az ország különböző részein. Érdeklődés alapján célcsoport reprezentativitásáról is beszélhetünk, az online verzió feltételezte a téma iránti érdeklődést, a kérdőív címében is összekapcsolódott a kastély és bonbon kifejezés.

A kvalitatív kutatások, mint például az interjú, egyik gyengeségének számít, hogy a minta kisszámú. Esetemben az Esterházy család egy ma élő leszármazottjára esett a választás interjúkészítés céljából.

4.1. SWOT-analízis

A kutatás eredményeit felhasználva az a cél, hogy a kastélyok gazdasági fenntarthatóságát célozva, az egykori birtokszemlélet alkalmazásával egy olyan új üzletág jöjjön létre a szervezeten belül, amely szellemi értéket is közvetít és anyagi szempontból is értelmezhető. Ezért tartottam fontosnak egy SWOT-analízis elkészítését, amely átgondolásra kényszerít a megvalósíthatóság vonatkozásában.

A SWOT-ra alapozva hatékonyabb stratégiák alakíthatók ki. A mozaikszót alkotó erősségek (Strengths) és gyengeségek (Weaknesses) belső tényezőket vesznek számba, míg a külső tényezők a lehetőségek (Opportunities) és veszélyek (Threats) feltárásával foglalkoznak a szervezet működési környezetében. (Sammut-Bonnici, Galea, 2015.)

1. táblázat: Csokoládé manufaktúra létrehozásának és működésének SWOT-analízise

Forrás: saját szerkesztés, 2023

SWOT-analízis	SEGÍTIK a célok elérését (Pozitív)	GÁTOLJÁK a célok elérését (Negatív)
BELSO TENEYZEZO (szervezeti jellemzők)	EROSSEGEK (Strengths)	GYENGESSEGEK (Weaknesses)
	- versenytárs nélküli piaci pozíció - szaktudás - értékesítési tapasztalat - infrastrukturális háttér - élelmiszerértékesítésre vonatkozó működési engedély - külső késztermék beszállítóktól való függetlenség - egyediség, Magyarországon még nem létező működtetési forma	- dinamikus szervezeti változások miatti kitettség (vezető váltások) - előállításhoz szükséges eszközpark fejlesztésének elmaradása - belső szállítási problémák (előállítás helyszínéről az ország különböző részeibe való szállítás) - finanszírozási nehézségek - a termelési kapacitás/értékesítési lehetőség szezonalitása
KULSO TENEYZEZO (környezeti jellemzők)	LEHETOSEGEK (Opportunities)	VESZELYEK (Threats)
	- a manufaktúrára épülő egyéb szolgáltatások (workshopok, ajándékutalványok, mesterkurzusok) - együttműködés külső partnerekkel - formális oktatásba való bekapcsolódás gyakorlati helyszínként - csokoládé versenyeken való részvétel (marketing eszközként is értelmezhető) - kastélykávézók számára kávézó termék értékesítés	- bon-bon alapanyag hiány - csomagolóanyag hiány - alapanyag beszállításának veszélyei (pl. háborús helyzet) - élelmiszerekre vonatkozó jogszabályi változások - inflációs hatások miatti általános árrobbanás - alapanyagár drasztikus növekedése - szakképzett munkaerő hiánya

4.2. Kérdőív

A kérdőív 11 kérdést tartalmazott, struktúrájában az általánostól haladt a konkrét felé. Demográfiai adatként a kitöltő nemét, életkorát és iskolai végzettségét kértem. Az online kérdőívek 2022. december közepétől az év végéig voltak kitölthetők. A papíralapú lekérdezéshez az egyes helyszínekre elektronikusan küldtem el a kérdőíveket, amelyeket helyben nyomtattak ki. Ezeknek a kitöltésére 2023. január 15.-ig volt lehetőség. Összesen 447 érvényesen kitöltött kérdőív volt. Papíralapon 100 darab válasz érkezett be, amelyből 10 db volt érvénytelen. Az érvénytelenségnek oka volt, ha akár egyetlen kérdést is kihagyott a válaszadó. A papíralapú kérdőívek adatait az elektronikusan beérkezett válaszokkal összesítve excel táblázatban rögzítve összesítettem.

A kérdőív kérdéseinek összeállításakor az volt a cél, hogy kevés időráfordítással, egyértelmű kérdésekkel választ kapjak a vásárlási hajlandóságra, az egységnyi fizetési aktivitásra, a domináns ízvilágra, valamint a csomagolás mikéntjére, annak potenciális marketing vetületére is koncentrálni. A kérdőíveket egyrészt papíralapú formában az ország különböző részein található kastélyokba, várakba juttattam el, a helyi dolgozókat kérve arra, hogy az odalátogatókkal töltsék ki azokat. Így Sirokból, Ozoráról, Nádasdladányból, Füzesrádnyéből és Edelényből kaptam vissza teljeskörűen kitöltött íveket. A válaszadók nagyjából negyede élt ezzel a lehetőséggel. Nagyobb arányban az interneten közzétett és megosztott Google Formsot részesítették előnyben a válaszadók, így az összes értékelhető kérdőív háromnegyede volt köszönhető az internetes elérésnek. Az online verziót először a saját oldalamon osztottam meg, majd az ország különböző részein élő ismerőseim közreműködését kértem, így például budapesti, győri, debreceni, egri megosztások segítettek a munkámat (2. sz. melléklet).

4.3. Interjú

Az interjúkészítés során négy szemközt van lehetőségünk beszélgetni a téma szempontjából releváns személlyel. A kérdések megfogalmazásakor ebben az esetben is törekedtem arra, hogy a beszélgetés íve az általánostól haladjon a konkrét felé, tehát egy szűkítő technikát alkalmaztam, ugyanúgy, mint a kérdőív esetében. A kérdéseket előre összeállítottam,

ugyanakkor az interjú során figyeltem arra, hogy a beszélgetésnek legyen egyfajta folyamatossága, az interjúalany ne érezze azt, hogy egy iskolai felelés szereplője.

A felkéréshez személyes kapcsolatomat használtam, interjúalanyom nem igényelte azt, hogy a kérdéseket előre megkapja, így minden válasz spontán reakcióját tükrözte. A készítés időpontját előre egyeztettem telefonon, meghatározva azt is, hogy milyen időtartam áll rendelkezésemre. Előzetesen tíz kérdést rögzítettem, amelyekben nemcsak a termékorientációra, hanem a személyiségre is kíváncsi voltam. Az interjúkészítés során a jegyzetelés módszerét alkalmaztam. A dolgozatban szereplő interjúkivonatot interjúalanyom jóváhagyta, mindössze egyetlen szó változtatását kérte az utolsó mondatban.

A téma szempontjából az arisztokrata családok étkezési, ezen belül az édességfogyasztási szokások meghatározó jelentőségűek. A tradíció és jelenünk elvárásainak ötvözése alapvető a kreatív bonbonfejlesztés során, ezért elengedhetetlennek tartottam, hogy interjú készüljön egy olyan nemesi család leszármazottjával, akinek neve széles körben ismerősen cseng nemcsak történeti vonatkozásban, hanem akár a gasztronómia világából is (3. sz. melléklet). Ki ne ismerné az Esterházy tortát, vagy épp az Esterházy rostélyost? Gróf Esterházy György a magyar főnemesi család grófi ágának leszármazottja. A család élete szervesen kötődik a majki kastélyhoz. Esterházy György nagymamájáról dokumentumfilm is készült Esterházy Péter Harmoniae Celestis című műve nyomán „A 13-as cella lakója” címmel. A nagy múltú nemesi család különböző ágai képviselőiben találunk egyházi méltóságokat, politikusokat, katonai előjárókat, és a legismertebb Esterházyt, a hercegi ágból származó Esterházy „Fényes” Miklóst, aki a fertődi kastély építtetője, Haydn mecénása volt és Mária Teréziát is vendégül látta. Esterházy Péter leírása szerint (2000) a család a nevét az Esthajnalcsillagról nyerte.

E villanásnyi múlt is jelzi, hogy nagy megtiszteltetés számomra az Esterházy Györggyel történt beszélgetés.

A minőségi csokoládéfogyasztás reneszánszát éli, egyre többet hallunk arról, hogy a magyar kézműves termékek a nemzetközi szintén is megállják helyüket, számos díjat szereznek különböző versenyeken.

A Callebaut Csokoládégyár 2022-ben végzett felmérése szerint az európai fogyasztói igények átalakulóban vannak, és a csokoládéfogyasztás motivációi is eltérők az egyes generációk esetében.

-  Az európai fogyasztók 63%-a kedveli a többféle textúrájú csokoládét.
-  Az európai fogyasztók 59%-a különlegesebbnek tartja azokat a termékeket, amelyeknek egyedi történetük van arról, hogy honnan származnak, vagy hogyan készülnek.
-  Az európai fogyasztók 69%-a az új és izgalmas élményeket keresi a csokoládékban.
-  10-ből 7 európai akkor választ csokoládét, ha ünnepelni szeretne.

[Forrás: Barry Callebaut –
Qualtrics kutatás, 2022]

5. sz. ábra: Callebaut kutatási eredmények, 2022. (Internet 3)

Az európai kutatás eredményeire érdemes figyelni hazai vonatkozásban is. A fenti kutatás eredménye a dolgozat szempontjából kiemelkedő jelentőségű, mert épp a „termék-sztori” az a fontos tényező, amely a történelmi szereplők fókuszba állítását alátámasztja.

Kastélyok esetében adja magát a lehetőség, hogy a történetiségre alapozottan egyedi összeállítások készüljenek, és helyben értékesítésre kerüljenek. Ennek alátámasztására egy kérdőíves kutatást végeztem. Az volt a célom, hogy a vásárlási hajlandóságtól indulva, az ízkarakterisztikán át a csomagolás milyenségéig egy könnyen kitölthető, a kifejtős kérdéseket mellőző anyagot állítsak össze, melynek eredményei kiindulópontként szolgálnak a későbbi kreatív fejlesztéshez. A kérdőíves felmérésnek előnye, hogy a kapott adatok objektíven számszerűsíthetők, viszonylag rövid idő alatt jelentős mennyiség gyűjthető, amit az online lehetőség még inkább fokoz. Az adatmennyiségből olyan általános következtetések vonhatók le, amelyek a legalapvetőbb kérdésekre fókuszálnak.

A kérdőíveket online és papíralapú formában is kitölthették a válaszadók. A törekvés az volt, hogy lokációját tekintve ne csak egy szűk terület lehatárolása történjen meg, hanem az ország különböző részei is megjelenjenek. Szekunder kutatási anyagok – NÖF Nkft saját, belső használatra készült piackutatása – alapján egy-egy helyszín fő küldő területe az adott régió, így a kiválasztott létesítmények csaknem országos lefedettségként értelmezhetők. Az érvényesen kitöltött kérdőívek száma 447 darab volt, így a válaszok megfelelő alapot szolgáltatottak arra, hogy bonbonoknak lenne piacuk az adott helyszínen a vásárlók körében. A kérdőíves kutatást azért tekintettem elengedhetetlennek, mert tényszerű és a téma szempontjából olyan információbázist jelent, amelynek mentén egy-egy altéma specifikusan megközelíthető és mélyebb összefüggések feltárását is lehetővé teszi.

Kétségtől hátrány, hogy ebben a formában nincs lehetőség az egyéni vélemények és reflexiók megismerésére, és a csokoládéval kapcsolatos életérzés, hangulat, pszichikai jellemzők elemzésére.

A kérdések összeállításakor fő szempont volt, hogy az átfogó indítástól fokozatosan haladt a konkrét kérdések felé, egyértelmű megfogalmazással, ezzel is segítve a válaszadót.

A kitöltők célcsoportját egyrészt azok a válaszadók alkották, akik eleve már ellátogattak egy kastélyba, a másik vonulat pedig az volt, aki érdeklődik a téma iránt és hajlandóságot is mutat akár a látogatásra, akár a csokoládéfogyasztásra.

A demográfiai adatok vonatkozásában nem, születési év és iskolai végzettség szerepelt a kérdőívben. A célpiac vásárlói attitűdjének vizsgálatakor illetve az árképzésben ezeknek az információknak alapvető jelentőségük lehet, ezért ezekre tértem ki. Az adott szempontok miatt a lakóhely relevanciája nem volt meghatározó.

A kérdések megfogalmazásakor a tagadó és a sugalmazó mondat szerkesztést kerültem, mert ezek alkalmazása növeli a torzítási kockázatot. A munkámból adódó empirikus megfigyelésem, hogy az emberek figyelme szórt, fókusz-tartásuk rövid idejű, tevékenységüknek gyakori eleme a multitasking, így arra is koncentráltam, hogy a válaszadás ne vegyen igénybe túl hosszú időt, mert az csökkenti a kitöltési hajlandóságot. A kérdések egy dologra irányultak, nem alkalmaztam bennük „és” valamint „vagy” kötőszavakat, amelyek bizonytalanságot, értelmezési problémát okoztak volna, ezzel esetleg feladva a válaszoló szándékát a kitöltésre.

A beérkezett nagyszámú kérdőív azt mutatta, hogy a téma felkeltette az érdeklődést, a kastélyok eleganciára utaló asszociációja és a csokoládé kedveltsége, boldogság-hormon volta, ezzel együtt a kettő párosítása elérte azt az ingerküszöböt, ami hozzájárult a kutatás eredményességéhez.

A továbbiakban a kapott válaszok ismertetésére és szemléltetésére térek ki.

5. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

5.1. A kérdőív kiértékelése

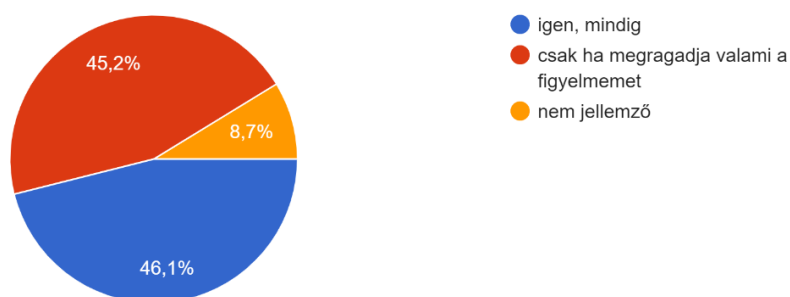
Az első kérdés arra vonatkozott, hogy a válaszadó milyen vásárlói szokással rendelkezik turisztikai utazásai során. Egy-egy kulturális intézmény, turisztikai attrakció ma már elképzelhetetlen kávézó és múzeumi shop nélkül.

Ezek egyrészt plusz bevételi forrást jelentenek a Magyarországon még jellemzően alacsony múzeumi belépőjegy árak mellett, másrészt teljessé teszik a látogatói élményt. Nem elhanyagolható a marketing szempont sem, hiszen az ajándékba adott termékek önmagukban is látogatásra készíthetnek, és ha ezekhez még élmény megosztás is társul, akkor a kommunikációs eszközök egyik sajátos csoportjának is tekinthetjük. (Puczkó és Rátz, 2011)

A válaszadók 46,1%-a egyértelmű igennel felelt a kérdésre, ez közel a felét jelenti a kitöltőknek és nagyon magas azoknak is az aránya, akik hajlandók költeni abban az esetben, ha valami megragadja a figyelmüket. A százalékos mutató 45,2%. Ez mindenképp pozitív tényező a vizsgálat szempontjából, mert a két adat 91,3%-os összege elsőprő erejű a mindössze 8,7%-os egyértelmű nemmel szemben.

Turisztikai utazásai során szokott-e ajándéktárgyakat vásárolni?

447 válasz



6. sz. ábra: Ajándékvásárlási hajlandóság (Google Forms feldolgozás saját adattal)

A következő kérdésnél termékcsoportokat jelöltem meg, és arra voltam kíváncsi mi a leginkább vásárlásra ösztönző áru. Ennél a résznél több lehetőséget is megjelölhetett a válaszadó. Az adatokból az derült ki, hogy a „helyi termék” gyűjtőnévvel ellátott csokoládé, vagy más édesség, illetve a méz és a bor a leginkább kedvelt halmaz, mert 347-en választották, ami több mint 77%-os arány. Ezt követi az „emléktárgyak” elnevezést kapott

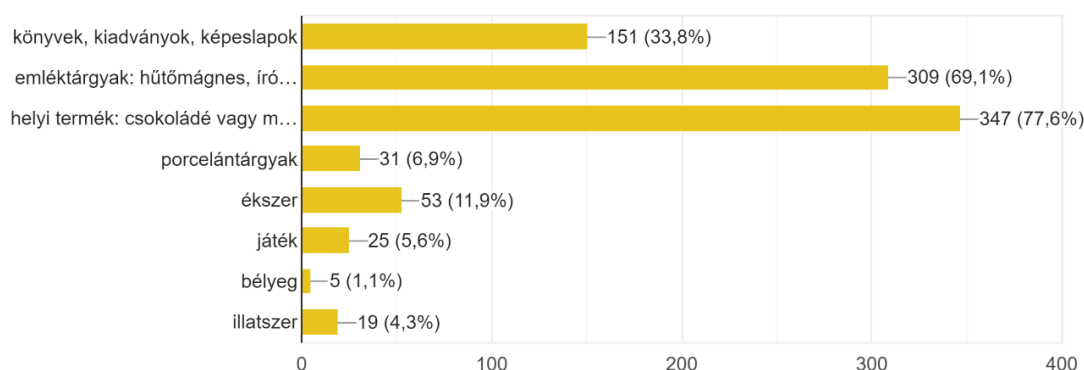
csoport, ami alatt a hűtőmágnest, az íróeszközöket, a bögrét és a jegyzetfüzetet jelöltem meg. A 309 említés, ami majdnem 70% szintén kimagasló. A képzeletbeli dobogó harmadik fokára a nyomtatott anyagok kerültek úgy, mint a könyvek, kiadványok és a képeslapok. A válaszadók 33,8%-a szívesebben választja ezeket utazásai során.

A további termékek jelentős lemaradással kerültek a vásárlási lista végére, így az ékszerek 11,9%, a porcelántárgyak 6,9%, a játékok 5,6%, az illatszerek pedig 4,3%-os eredménnyel zártak a megkérdezettek körében. A sereghajtó a bélyeg lett, mindössze 1,1%-kal.

Konkréten az Edelényi kastélyszigeten az eladási statisztikák részben alátámasztják a fentieket azzal, hogy a legkelendőbb termékek a képeslapok, hűtőmágnesek és a kastélyról készült kiadványok, mert ezek kínálata a legszélesebb spektrumú a shopban. A helyi termékek kínálata a település és térsége adottságaiból kifolyólag szerényebb – például nincs kiemelkedő borvidék a közelben – ugyanakkor a forgalmazott különleges mézek és mézalapú készítmények kedveltek a vásárlók körében.

Mely termékcsoportot részesíti előnyben? Többet is megjelölhet.

447 válasz



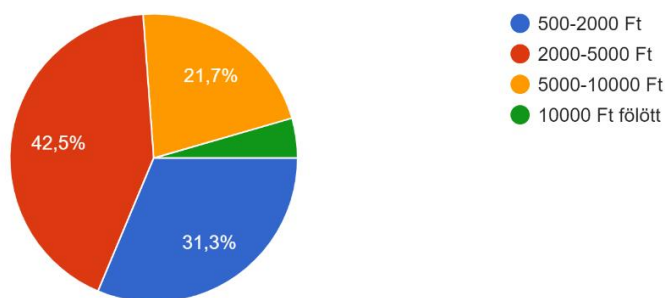
7. sz. ábra: Termékcsoportos vásárlási hajlandóság (Google Forms feldolgozás saját adattal)

A költési hajlandóság vizsgálata azért is fontos, mert az árképzéskor a bonbonok alapanyagára, a tervezés és a csomagolás minősége is szempont a ráfordított munkaóra és rezsiköltség mellett. Ha figyelembe vesszük a fenti adatot, miszerint a csokoládé akár vezető termék is lehet, az ár meghatározója, hogy milyen költési sávban mozognak a vásárlók. A válaszadók 42,5%-a a 2 000-5 000 forintos összeget jelölte meg, míg 31,3 százalékuk az alsó 500-2 000 forintos limitet. A 21,7%-ot mutató 5-10 000 forintos összeg egy prémiumtermék fejlesztésére is okot adhat. Mindössze 4,5% az, aki 10 000 Ft fölött is hajlandó költeni.

Mindezek mellett nem feledkezhetünk meg arról, hogy a kérdés nem konkrétan a csokoládéra fordított összeget vizsgálta, hanem összességében az ajándéktárgyakra költött kiadást, ez pedig azt jelenti, hogy a bonbon egyéb termékekkel is versenyben van.

Átlagosan mennyit költ emlék/ajándéktárgyra?

447 válasz

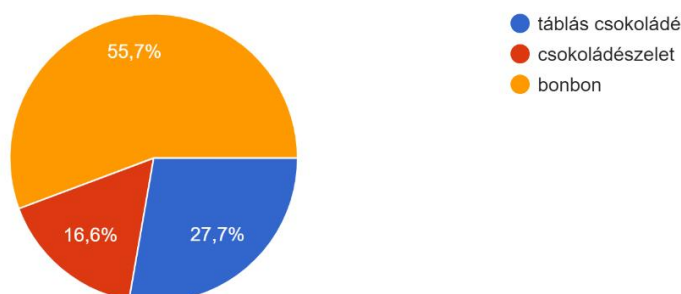


8. sz. ábra: Átlagos költés ajándéktárgyak esetén (Google Forms feldolgozás saját adattal)

A vizsgálat egyértelműen a bonbonokra irányult, azt feltételezve, hogy a vásárlók ezt keresik a leginkább. A kapott válaszok több mint fele, 55,7% ezt igazolni is látszik, ugyanakkor a táblás csokoládé 27,7%-os említése figyelemre méltó adat, és a csokoládészelet 16,6%-a sem elhanyagolható. A két utóbbi fajta összevont eredménye 44,3%, ami arra a következtetésre ad okot, hogy a bonbonok kommunikációjára, a termékre épített sztorinak erősnek kell lennie, illetve a termékfejlesztéskor egy későbbi fázisban a táblás termékek készítésének és eladásának lehetőségét is fel kell mérni.

A felsorolt édességek közül vásárlás esetén melyiket preferálná?

447 válasz

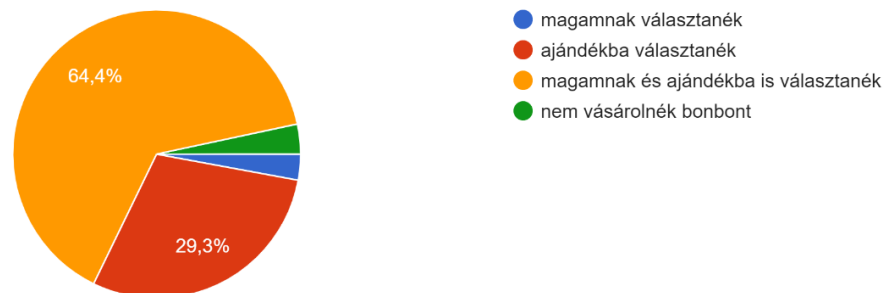


9. sz. ábra: Csokoládéfajta-preferencia (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Reklámokban nagyon gyakran halljuk a szlogent vásárlás ösztönzőként: Mert megérdemled... A kérdőívben feltett kérdésre, vagyis hogy kinek vásárolna bonbont, a kitöltők több mint fele – 64,4% - magának és ajándékba is venne, és nagyjából a válaszolók egyharmada, 29,3%, kizárólag az ajándékozási célt jelölte meg. A csak magának, illetve egyáltalán nem vásárló 6,3%-ot tesz ki. Az adatból arra az előzetes következtetésre juthatunk, hogy a csomagolás tervezésénél fontos tényező a design mellett a praktikus formaválasztás, amely a szállítás-tárolás összefüggésében is értelmezhető, hiszen például a szögletes formák könnyebben helyezhetők el női táskában, mint a kör alakú dobozok, vagy a merevséggel rendelkező tárolókban sértetlenebbek a bonbonok, mint celofán, vagy papírzacskókban. A következő kérdésben erre az aspektusra is választ kerestem.

Ha vásárolna bonbont, akkor saját magának, vagy ajándékba választaná?

447 válasz



10. sz. ábra: Vásárlási cél (Google Forms feldolgozás saját adattal)

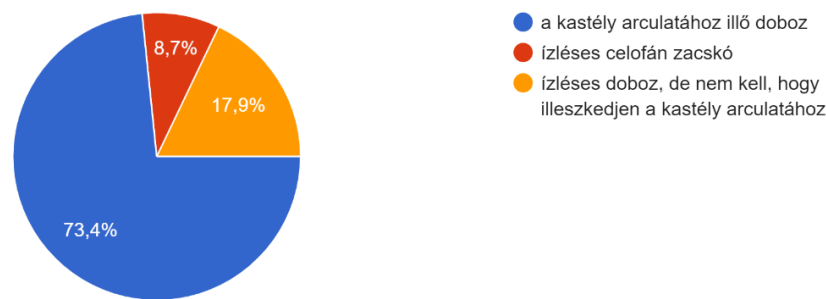
Összefüggésben az előző kérdés eredményével, a válaszadók 73,4%-a a kastély arculatához illeszkedő dobozban vásárolna szívesen bonbont. Ez alátámasztja azt, hogy turisztikai utazásaink ajándékvásárlásánál preferáljuk azt, ha az adott helyre utal a csomagolás, ezzel is erősítve az egyediséget. A felmérés nem reprezentatív, de a környezetemben megkérdezettek gyakran emlékként őrzik egy-egy tárgy csomagolását, akár dísz tárggyá lép elő vagy épp újrahasznosított funkcióval valaminek a tárolására szolgál.

A csomagolás a termék külső ruhája, ezzel találkozik először a vásárló, így annak milyensége alapvető a vásárlási szándék vonatkozásában. Ezt a tételt igazolja majd a későbbiekben a Gróf Esterházy Györggyel készített interjúm is, aki az ajándékba szánt csokoládé esetében egyértelműen kijelentette, hogy döntését az esztétikum, a számára szép csomagolás alapján hozza meg.

A celofános csomagolást a válaszadók mindössze 8,7%-a választotta, ugyanakkor az a 17,9%, aki a dobozt jelölte meg, de arculat nélkül nem elhanyagolható arányt jelez. Az már tervezési feladat, hogyan lehet a két elvárás közös nevezőre hozni, és jelen kutatás erre nem kereste a választ, ugyanakkor a manapság előtérbe kerülő környezettudatos megoldások szóba jöhetnek, például természetes pigmenteket tartalmazó pecsétek, vagy az öntapadó matricák alkalmazásával, amelyek több verzióban alkalmazhatók a látogató igényei szerint. A csomagolási trendek is folyamatos változásban vannak, így a szép, praktikus, ötletes, egyszerű, kreatív jelzők belső tartalma is dinamikában van, miközben kastélyainkban a tradíció és az állandóság ötvözetének is meg kell jelennie.

Bonbon vásárlásakor milyen csomagolást részesítene előnyben?

447 válasz



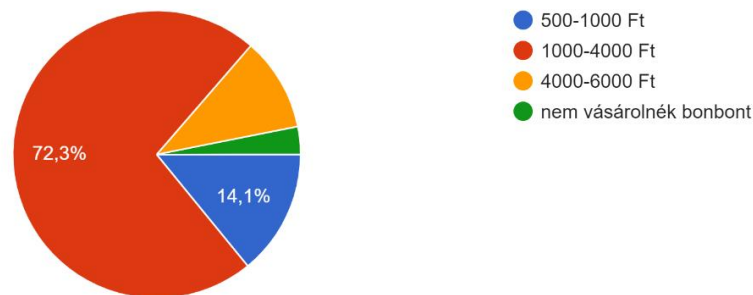
11. sz. ábra: Csomagolási preferencia (Google Form feldolgozás saját adattal)

Az előzőekben már vizsgálat tárgya volt a költési hajlandóság, a következő kérdéssel a bonbonokra szűkítettem a kört. Legnagyobb volumenben az 1 000 – 4 000 forint közötti összeget jelölték meg, ami a válaszadók 72,3%-a. A válaszok szinkronban vannak a korábban feltett kérdéssel, arányaiban nincs ellentmondás a válaszok között.

A válaszadók 14,1%-a a legalsó értéksávot, az 500 és 1 000 forint közötti összeget jelölte meg. Prémium kézműves csokoládék esetében ez 1-2 darab vásárlását feltételezi, táblás csokoládé ebben a szegmensben nincs a piacon.³¹ fő választotta a 4 000 – 6 000 forintos értéksávot, ami kevesebb mint 10%. Ők feltételezhetően azok a válaszadók, akik otthonosan mozognak a csokoládé világában és tisztában vannak a tömegtermelés, a kézműves termék és a bean to bar fogalmával, mert a nagyságrend és a téma vonatkozásában összekapcsolták válaszukban a jelenlegi piaci trendeket. A nem vásárolnék bonbont válaszadók vélhetően a táblás, vagy a szelet csokit részesítik előnyben.

Milyen nagyságrendben költene bonbonra?

447 válasz



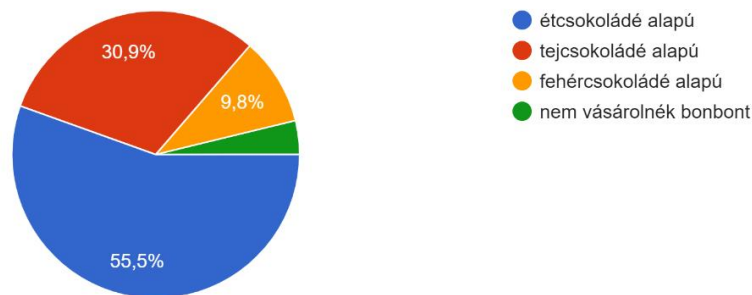
12. sz. ábra: Költsési hajlandóság (Google Forms feldolgozás saját adattal)

A következő kérdésnél arra kerestem a választ, hogy milyen legyen a bonbon korpusza, ami magába zárja a töltelékét. A csokoládé fogyasztási szokások átalakulóban vannak, a kínálat bősége, a bean to bar hazai megjelenése ugyanolyan változást idézett elő, mint a kávék esetében a specialty megjelenése. Ahogyan a borászatban terroárról beszélünk, úgy a csokik esetében is megjelentek a területszelektált változatok. Vélhetően ez is körejátszik abban, hogy a válaszadók 55,5%-a az étcsokoládét választotta. A tejsokoládé 30,9 és a fehércsokoládé 9,8%-a ugyanakkor jelzi, hogy a potenciális vásárlók közel fele az édesebb ízvilágra szavaz. Mivel a kérdés egyértelműen a bonbon vásárlásra vonatkozott, a nem vásárlók értelemszerűen válaszukban is ezt jelölték, összhangban az előzőekben feltett kérdéssel.

Itt jegyzendő meg, hogy Kiss és Kathy (2022) kutatásai szerint a nők többsége a tejsokoládét választja, elsősorban az íz alapján döntenek, és jóval lemaradva jelenik meg az ár, vagy a csokoládé egészségessége.

Milyen típusú bonbont vásárolna legszívesebben egy a kastélyban?

447 válasz



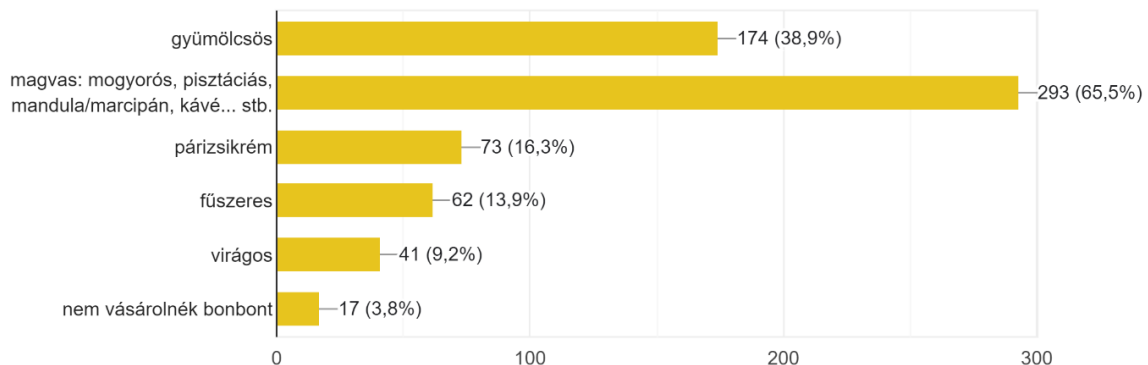
13. sz. ábra: Bonbontípusok (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Az ízvilágot tovább mélyítve – több válasz megjelölési lehetőségével – arra voltam kíváncsi, hogy mik a kedvelt ízek. A hagyományosnak mondható magvas verziók – mogyoró, pisztácia, mandula – egyértelmű elsőséget mutatnak, a válaszadók 65,5%-a ezekre szavazott. A második legtöbb említés a gyümölcsös jegyeket jelölte meg 38,9% arányban. A fenti két adat azt sugallja, hogy ebben a vonatkozásban egyfajta tradicionális, vagy hagyományos ízlés figyelhető meg. A hazai csokoládé piacon a szocializmus idején legendás termék volt a „Párizsi kocka”, egyfajta életérzés kifejezője is, ehhez képest a jelen kutatásban a 16,3%-os említése a párizsi krémnek nem látszik fajsúlyosnak. Sereghajtó lett a fűszeres – 13,9% - és a virágos – 9,2%.

Ezzel a kérdéssel összefüggésben a válaszadók a felsorolásban nem szereplő ízeket is ajánlhattak. A legtöbb említése a likőrös, alkoholos, karamellás, trüffelkrémes verziónak volt, de említésre került a tonkabab, a kókusz, a mák, a vanília, a banán és a menta is. Különleges megjelölésnek számított a tea, teavirág, a champagne és a gyógynövények említése.

Milyen ízvilágú bonbont választana?

447 válasz



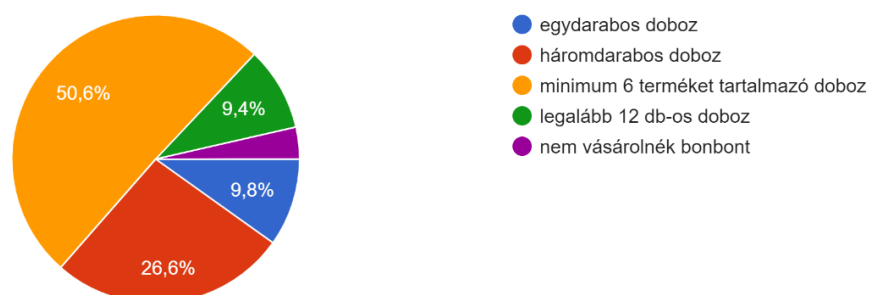
14. sz. ábra: Ízvilág választás (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Miután válaszokat kaptam a költségi hajlandóságra, az ízvilágra és a csomagolás mikéntjére, ezeket összekapcsolva a kiszerelés nagyságrendje érdekelt. A válaszadók fele, 50,6% legalább hatdarabos dobozt választana. Ha figyelembe vesszük, hogy a válaszolók jelentős része 1 – 4 000 forint között költene dobozba csomagolt bonbonra, akkor ez irányadó a felhasználandó alapanyagok minőségére vonatkozóan is. A háromdarabos doboz 26,6% esetében jelent meg. A két véglet, az egydarabos és a legalább 12 db-os közel azonos százalékot ért el, 9,8 illetve 9,4-et.

A kapott eredmények nem meglepők, visszaigazolják azt a feltételezést, ami a „középre igazított” kínálat kialakítását, tehát a 3-6 darabos verziót támasztják alá. A kínálatfejlesztés további szakaszában az utóbbi szegmensekkel is érdemes foglalkozni.

Milyen kiszerelésben vásárolna szívesen bonbont?

447 válasz



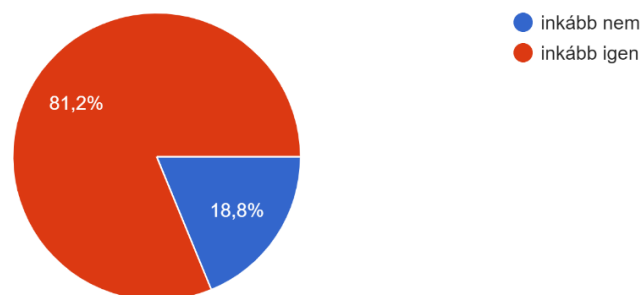
15. sz. ábra: Kiszerelésre vonatkozó jellemzők (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Egy-egy bonbonkreáció megalkotásánál a fantázián és a technológiai megvalósításon túlmenően szükség van arra az alapötletre, ihletre, aminek aztán eredménye a késztermék. Esetünkben a genius loci, vagyis a hely szelleme egyértelműen adja magát. Az épületek fénykora, egykori tulajdonosaik személyisége, közösségre gyakorolt hatása, intellektuális öröksége és nem utolsósorban az adott időszakban ismert alapanyagok ösztönzőleg hatottak a téma megszületésére, így végül azt kérdeztem a kitöltőktől, hogy vásárolnának-e olyan bonbont, ami az egykor ott lakott főurak inspirációjára készült.

A válaszadók 81,2%-a az inkább igen választ adta, ami döntő többség a vásárlásra ösztönzés tekintetében, így előzetes várakozásaimat visszaigazolta. Az inkább nem választ adók 18,8%-a ugyanakkor figyelmeztető, mert a válaszadók majd ötödét jelenti. Ezzel a ténnyel azért szükséges foglalkozni, mert ők azok, akiket más aspektus középpontba állításával kell elérni, ez lehet a csomagolás, az ár, a termék íz karaktere, de akár a látogatás során olyan story-board alkalmazása, amely rejtett módon, de mégiscsak az egykori lakók hatása felé tereli a vásárlót.

Vásárlásra ösztönözné-e, ha a kastély egykori tulajdonosi köréhez tartozó nemesi/történelmi családhoz kötődne a csokoládé receptje, íze?

447 válasz



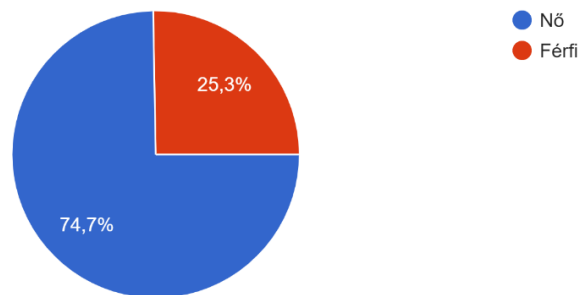
16. sz. ábra: Vásárlási motiváció (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Demográfiai vonatkozásban három adatot kértem a kitöltőktől, így nem, iskolai végzettség és életkor alapján lehet őket vizsgálni.

Sokszor olvasunk arról, hogy a nyaralási utazási döntéseket a nők hozzák meg, ezért a marketingeszközök alkalmazását is elsősorban az ő preferenciáikhoz igazítják a szakemberek. (Puczkó és Rátz, 2011) A turisztikai látnivalóknál való vásárlási szándék is a nőkre jellemző, a kérdőívet kitöltők között is ők voltak többen, arányuk 74,7%. A téma ugyanakkor a férfiakat is válaszadásra bírta, a 25,3%, tehát a kitöltők egynegyede vállalkozott a kitöltésre.

Az Ön neme:

447 válasz

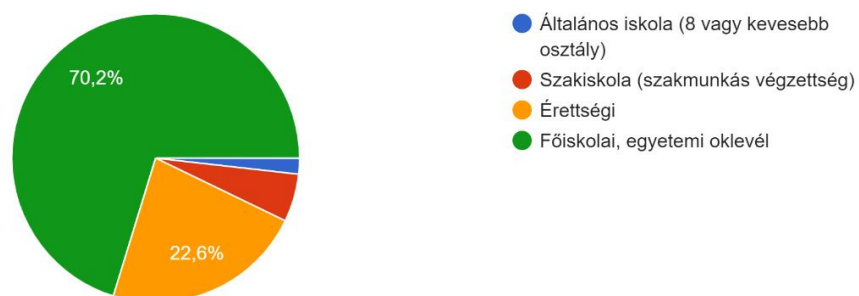


17. sz. ábra: Nemek aránya a kitöltők között (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Iskolai végzettséget tekintve a válaszadók jelentős többsége felsőfokú végzettséggel rendelkezik, 70,2% volt diplomás, őket követték az érettségizettek 22,6%-kal. Az eredmény annak is betudható, hogy a történelmi/kastély téma meglehetősen specifikus, akár előismeretet is megkíván, így inkább az iskolázottabb réteg jelenik meg ezeken a helyszíneken, aminek egyenes következménye, hogy a vásárlók közül is ők kerülnek ki többségében.

Az Ön befejezett legmagasabb iskolai végzettsége:

447 válasz



18. sz. ábra: Kitöltők iskolai végzettsége (Google Forms feldolgozás saját adattal)

Életkor vonatkozásában a születési évre kérdeztem rá, ez alapján három csoportot állítottam fel:

- 30 éves korig
- 31-50 között
- 51 fölött

A válaszadók 8%-a az első korcsoportba tartozott, 38%-uk képviselte a 31-50 év közötti korosztályt. Legnagyobb arányban, 54%, az 51 év felettiek töltötték ki a kérdőívet. A legfiatalabb válaszadó egy 13 éves lány, míg a legidősebb egy 84 éves hölgy volt. A kapott adatok szinkronban vannak azokkal a jegyeladási statisztikákkal, amelyek a látogatói összetételt is mutatják a NÖF saját belső rendszerében.

A kérdőíves kutatás eredményét összefoglalva megállapíthatjuk, hogy a válaszadók 46,1%-a egyértelmű igennel felelt arra a kérdésre, hogy vásárol-e utazásai során ajándéktárgyakat, ez közel a felét jelenti a kitöltőknek és nagyon magas azoknak is az aránya, akik hajlandók költeni abban az esetben, ha valami megragadja a figyelmüket. Az adatokból az derült ki, hogy a „helyi termék” gyűjtőnévvel ellátott csokoládé, vagy más édesség, illetve a méz és a bor a leginkább kedvelt halmaz, mert 347-en választották, ami több mint 77%-os arány. Költségi hajlandóság tekintetében a válaszadók 42,5%-a a 2 000-5 000 forintos összeget jelölte meg, míg 31,3 százalékuk az alsó 500-2 000 forintos limitet. A 21,7%-ot mutató 5-10 000 forintos összeg egy prémiumtermék fejlesztésére is okot adhat. A vizsgálat egyértelműen a bonbonokra irányult, azt feltételezve, hogy a vásárlók ezt keresik a leginkább. A kapott válaszok több mint fele, 55,7% ezt igazolni is látszik, ugyanakkor a táblás csokoládé 27,7%-os említése figyelemre méltó adat, és a csokoládészelet 16,6%-a sem elhanyagolható. A kérdőívben feltett kérdésre, vagyis hogy kinek vásárolna bonbont, a kitöltők több mint fele – 64,4% - magának és ajándékba is venne, és nagyjából a válaszolók egyharmada, 29,3%, kizárólag az ajándékozási célt jelölte meg. A válaszadók 73,4%-a a kastély arculatához, illeszkedő dobozban vásárolna szívesen bonbont. Legnagyobb volumenben az 1 000 – 4 000 forint közötti összeget jelölték meg, ami a válaszadók 72,3%-a. A bonbon korpuszában a válaszadók 55,5%-a az étcsokoládét választotta. A tejszokoládé 30,9 és a fehér csokoládé 9,8%-a ugyanakkor jelzi, hogy a potenciális vásárlók közel fele az édesebb ízvilágra szavaz. A hagyományosnak mondható magvas verziók – mogyoró, pisztácia, mandula – egyértelmű elsőséget mutatnak, a válaszadók 65,5%-a ezekre szavazott. A második legtöbb említés a gyümölcsös jegyeket jelölte meg 38,9% arányban. A válaszadók fele, 50,6% legalább hatdarabos dobozt választana, és vásárlásra csábítaná, ha az egykori lakók ihletésére készülnének el a bonbonok. A válaszadók háromnegyede nő volt, a kitöltők 70,2%-a diplomás.

5.2. Az Esterházy Györggyel készült interjú kivonata

Az Esterházy Györggyel készített interjú során arra törekedtem, hogy a csokoládéval kapcsolatos konkrét kérdéseken túlmenően a személyiség egy töredéke is megjelenjen, mert ez az aspektus is ihletforrás lehet egy egyedi csokoládé megálmodásakor. Az alábbiakban a beszélgetés kivonata olvasható.



19. sz. ábra: Az Esterházy testvérek: György, Márton, Mihály, Péter (Internet 8)

Az interjú készítésére egy reggel kilenc órás időpontot kaptam, így adta magát a kérdés, hogy korán szokott-e kelni, és fogyaszt-e kávét. Az évtizedekig „muzájból” korán kelő Esterházy György manapság már a későbbi felkelést választja, hiszen ahogy fogalmazott: „Utálok korán kelni.” A reggeli kávé odahaza kapszulás verzió a hosszabb fajtából, cukor nélküli tejszínhabbal ízesítve, olykor egy kis amaretto likőrrel megbolondítva. Utazásai alkalmával az eszpresszót választja, a tejes kávét pedig egyáltalán nem szereti.

Egy arisztokratával beszélgetve óhatatlanul az merül fel a kérdező fejében – elsősorban olvasmányélmények, vagy történelmi kosztümös filmek hatására – hogy a hétköznapi étkezéseknek ma is velejárója kötelező jelleggel a desszert, de erre interjúalanyom nagyon röviden rácăfolt, teljesen véletlenszerű az édesség nem csak az otthoni, hanem az éttermi látogatások alkalmával is.

A csokoládéra asszociálva öt szót kértem, ami a felsorolás sorrendjében a következő volt:

- tejcsoki
- szeretem
- Lindt golyó
- mogyorós
- töltött

A fejünkben élő sztereotípiák miatt elsőre meglepett a tejcsoki említése, mert a férfiakkal többnyire az étcsokoládé kapcsolódik össze. A sötét szín és a markáns ízvilág miatt ezt feltételezzük erőként, biztonságként és határozottságként. Ugyanakkor pontosan tudható, hogy nincs jó, vagy rossz válasz, hiszen az egyéni ízlés befolyásolja a preferenciákat. Az étcsokoládéval kapcsolatosan egy kedves családi anekdota is előkerült:

Esterházy György úgy fogalmazott, hogy nála „csak a tejcsoki jöhet szóba”, így hosszú időn át foglalkoztatta, hogy édesapja, akivel hasonló az ízlése, ugyanazokat az ételeket kedvelik, miért eszik étcsokoládét, hogyan lehet ebben ennyire eltérő a szokásuk. Egyszer egy családi összejövetel alkalmával aztán elhangzott a kérdés: hogy hogy a keserű? Mire a papa válasza nagyon egyszerű volt: „Nem szeretem, csak mindenkitől ezt kapok.” E rövidke történet kapcsán elhangzott az is, hogy valamikor egy újságban azt olvasta a keserű csokoládé nagyon egészséges, jótékony hatással van a szervezetre. Ez idő tájt jelent meg a boltok polcain a Lindt Csokoládégyár 90%-os kakaótartalmú táblás csokoládéja. Rendkívül drága volt, szép, esztétikus csomagolásban, elegáns, vékony táblában, így ahogyan fogalmazott „magát megajándékozva” vásárolt belőle. És ehhez kapcsolódik élete legrosszabb csokoládé élménye, mert megkóstolva kifejezetten kellemetlen íz volt számára, oly annyira, hogy el sem fogyasztotta. A világ számos pontján megfordulva mindig kóstolt az adott országban csokoládét, kevés olyan van, amit ne ízlelt volna meg, ennek ellenére csak a tejcsokoládé maradt a kedvenc, abból is a piros Lindt golyó. Ennél a résznél derűsen megjegyezte: lehet, hogy ez jellemhiba.

A csokoládéval kapcsolatosan előkerült még egy régi történet. Körülbelül 17-18 éves korában hosszabb időre Ausztriába utazott a rokonaihoz. Magyarországon abban az időben még ismeretlen volt a Süchard csokoládé, ezért úgy döntött, hogy ajándékként ezt hoz az itthoniaknak, nagyjából 10 kg-ot vásárolva érkezett haza, amit aztán az unokatestvérek, nagynénik között szét is osztott, de két táblát meghagyott magának, amit az éjjeliszekrényébe tett az ágya mellé.

Bár a beosztásban különösebben nem jeleskedik, ebben az esetben szigorú rendet állított fel magának, reggelente étkezéskor egy kocka volt az engedélyezett mennyiség. Már a vége felé tartott a készlet, amikor csak két kocka maradt. Az egyik reggel nem találta a szokott helyen a csokit... Édesanyja bevallotta, hogy azt az utolsó kettőt ő és az öccse megette.

Az ajándékozás kapcsán szóba került az is, hogy a családban a lányainak, és az unokáinak nem szokott csokoládét vásárolni, mert „mindenki kényeztesse a sajátját”, amikor vendégségbe megy, és virág helyett az édességet választja, akkor a külső esztétikum a döntő, azt vásárolja meg, aminek szép a csomagolása. Lehet, hogy ez sznobság? – tette fel a kérdést. A beszélgetés során eljátszottunk a gondolattal, hogy ha ő maga csokoládé lenne, akkor milyennek képzei magát. Az első szó, amit említett, a csokoládénak gyönyörűnek kell lennie. A korábbi utalásokat megerősítve csak a tejcsokoládé jut eszébe a „szeresd felebarátodat, mint tenmagadat” gondolat jegyében. A táblás formát választaná, mert a golyó okot ad a kövérségre való asszociációra. Fontosnak tartotta megjegyezni, hogy első ránézésre azonnal „megkívánják”, egy mámszerű érzés fogja el a vásárlót. Úgy érzi, hogy ha a mámor mást is megérint, az egy kitüntetés. A márkahűséget ebben a válaszban is felfedezni véltem, mert példaként a Lindt táblás csokoládéinak filigrán volta is elhangzott. Amikor a kedvenc ízekre terelődött a szó, akkor kiderült, hogy bár a vaníliát nem szereti, az egyik kedvence a madártej. Előnyben részesíti a különböző magvakat, mint a dió, mogyoró és a mandula, de „nem vagyok szotyolás”. A szeretett gyümölcsök közé tartozik a málna és az eper, a füge és a datolya, és az aszalványok sem állnak távol tőle. Itt felidézte azt a momentumot, amikor egyszer aszalt áfonyát tett a pálinkába, és annak nemcsak az íze, hanem a színe is nagyon tetszett neki. Ennél a résznél az Édesanyja főztjéről is elmondott pár gondolatot az ízek kapcsán. A mama könnyedebb franciás stílusban készítette az ételeket, nem francia konyha volt, de a hatása érződött. Az általa főzött gulyásleves évtizedekig megközelíthetetlen volt, majd egyszer, amikor otthon sikerült egy hasonló, az ünnepnek számított.

A családi sütés-főzés kapcsán mesélt keresztanyja ellenállhatatlan süteményéről is, amely egy dió-mandula alapú piskóta volt, amit egy rézedényben gőz fölött olvasztott csokoládéval töltött meg. Minden születésnapjára ezt kérte. A kedvenc sütik apropóján említésre került a „jó krémes” is. A „mi a jó” kérdésre egy Vörösvári úti cukrászdában kapható és a Ruswurm körülbelül öt évvel ezelőtti kínálata a válasz, és természetesen az Esterházy torta, de nem az, amelyet gyakorta fogyasztunk egy könnyedebb tésztával és krémmel, hanem az eredeti, amit a hercegi család cukrásza alkotott meg. Ez egy sokkal nehezebb, mondhatnánk „gejl” sütemény, amit nem is tortaszerűen, hanem kis kocka formájában szolgáltak fel – például a

herceg 90. születésnapján Bécsben – és nagyon kis mennyiség is telítettség érzést okozott. A sütemények kapcsán is említésre kerültek a gyümölcsös torták, mint az eper-és málnakrémes, és nem maradt le a sorból a citromfagyi sem.

A beszélgetés utolsó részében arra kerestem a választ, ha Esterházy György ihletne egy bonbont, akkor mit szeretne, milyen asszociációi legyenek a fogyasztónak, és mi az az öt alapanyag, amit jó lenne, ha felhasználna a csokoládé alkotója. Az interjú során többször felbukkanó szavak nyertek megerősítést, így a mámor, a mosoly, a derű, a remény, a tetszés, a szépség, az esztétikum és a „már nem vagyok álmos” gondolatot jegyezhettem le. Az alapanyagok vonatkozásában feladta a leckét, mert a tejsoki, a rumos meggy és a grillázs mellett a karamell és a mandulalikőr is a listára került.

Abban az esetben, ha készülne egy egyedi bonbon, az nem kaphatná az Esterházy nevet, mert Európa szerte a név jogi védelem alatt áll. Ahogy Esterházy György fogalmazott a „gróf Esterházy”, az nem való egy bonbon névnek, ki adna olyat, a teljes név használatát pedig nem tartja szerencsésnek.

5.3. Bonbon ihletők és kreatív bonbonjaik

A téma szempontjából három kastélyt annak meghatározó történeti alakjaival választottam ki, három különböző századot felölve. Edelény, Tiszadob és Majk, a 18. századtól a 19. századon át, a 20. századig, Jean-Francois L'Huillier (Hullier Jánosra magyarosított névvel), az Andrássy és az Esterházy család grófi ága került a fókuszba. Az életutak minden esetben inspirációforrások, így kiemeltem azt az öt kulcsszót, ami a bonbon-fantáziát megalapozza, illetve megjelölöm, hogy a leírtak alapján milyen csokoládé elkészítése illene az adott karakterhez és helyszínhez, figyelembe véve, hogy az adott korban már ismert alapanyagok napjaink fogyasztói szokásainak megfelelő, „fogyasztható” termék legyen a végeredmény.

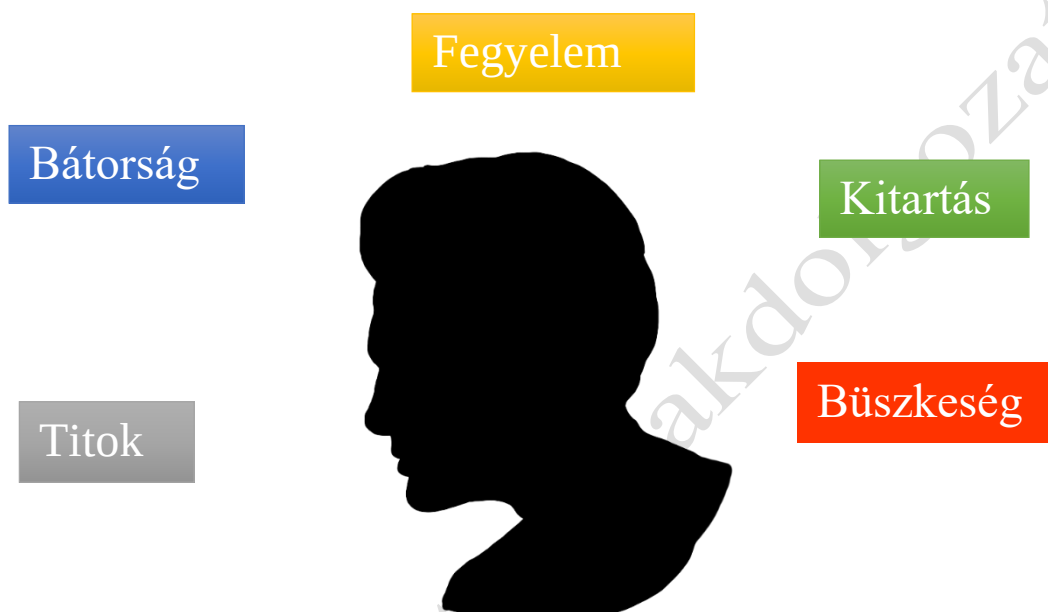
A bonbonfantáziák kitalálásakor figyelembe vettem, hogy az ízlelés mellett más érzékszerveink is szerepet kapnak, így a látvány, a tapintás, a roppanós hangzás egyaránt fontos tényező (Molnár, 2021).

Intődy Gábor szerint (2022) a csokoládékészítőknek számolni kell azzal, hogy a klímaváltozás miatt a termőterületek zsugorodnak, így egyre kevesebb alapanyag kerül a piacra. A bite-size méret felé tolódik el a fogyasztás, a kisebb kiszerelés már a gyártóknak is gazdaságos, így a kínálat e felé tolódik. Esetünkben a bonbonok mérete épp ezt a fogyasztói és egyben készítői igényt is kiszolgálja.

5.3.1. L'Huillier bonbon fantáziája

L'Huillier csokoládéjához inspirációs forrásként a Csokoládé bibliát használtam (Balázs, 2015.)

L'Huillier csokoládé fantáziájának kulcsszavaiként a következőket választottam:



20. sz. ábra: L'Huillier kulcsszavak, saját szerkesztés, 2023

Az emléket idéző bonbon alapja egy 66,1%-os mexikói, területszelektált csokoládé, amely a Forastero és a Criollo fajta keverékéből összeálló, enyhén fermentált csokoládé. Ízjegyében hosszú lecsengésű, a kezdeti gyümölcsös hatásból fás jellegre vált.

A kutatás eredményeit figyelembe véve és tekintettel arra, hogy a bonbon egy férfi alakját idézi meg, a töltelék egy piemonti mogyoróból készült mogyorókrém lenne enyhe tonkabab ízesítéssel, roppanós elemként pörkölt kakaóbab törettel keverve.

A korpusz fás zamata a mogyoró ízével és a pörkölt felhanggal adná azt az egyediséget, amely egyrészt igazodik a korban már ismert mogyoróhoz, ráadásul Piemontban meg is fordult L'Huillier, másrészt a tonkabab olyan ízhatás-csavart idézné elő, amely megkülönbözteti a bonbont más mogyorós csokoládéktól. A tonkabab íz- és illataromája összetett, egyszerre érezhető benne mandula, vanília, dohány, fahéj és szegfűszeg, amely karakterisztikájában a férfierőt sugallja, nem véletlen, hogy gyakran alkalmazzák férfi

parfümök összetevőjeként is. Mivel jól passzol a csokoládéhoz és a csonthéjasokhoz, az ízkreáció megfelelő kiegészítője.

Egy katona élete a sallangmentességről szól, ezért a bonbon formája letisztult kocka alak, amelynek tetején az öntőformából adódó dombornyomásként a címerben is megjelenő stilizált pelikán jelenne meg. A pelikán szimbolikájában utal az önfeláldozásra, a társadalmi felelősségvállalásra, és a leleményességre is, amely mind jellemzője volt L'Huillier életének.

5.3.2. Az Andrassy lányok bonbon fantáziája

Az Andrassy lányok kapcsán a következő kulcsszavakat határoztam meg:



21. sz. ábra: Andrassy lányok kulcsszavak, saját szerkesztés, 2023

Bonbonjuk ihletője a Ferrandi Paris alapján (2021) a következő: az alakjukat megidéző bonbon korpusza egy 65%-os, perui étcsokoládé, amely bio gazdálkodásból származik és Trinitario fajta. A csokoládé a Criollo és a Forastero keveréke, azok előnyös tulajdonságait ötvözve, a negatív környezeti hatások közepette is megfelelő hozamot produkál. A lányok élete szimbolikusan épp ezt fejezi ki, egy védett környezetből indulva, hogyan álltak helyt az élet viharában, viselték méltósággal szeretteik elvesztését, hogyan élték túl megpróbáltatásaikat.

A csokoládé ízjegyeiben dominánsan gyümölcsös jellegű, édesség, kivételesen hosszú lecsengés jellemzi. Ezek a tulajdonságok utalnak a gyermekkor gondtalanságára, valamint arra, hogy felnőtt életük nehézségeinek elviseléséhez valószínűleg ez adta azt az érzelmi alapot, amely a későbbiekben is biztonságot jelentett.

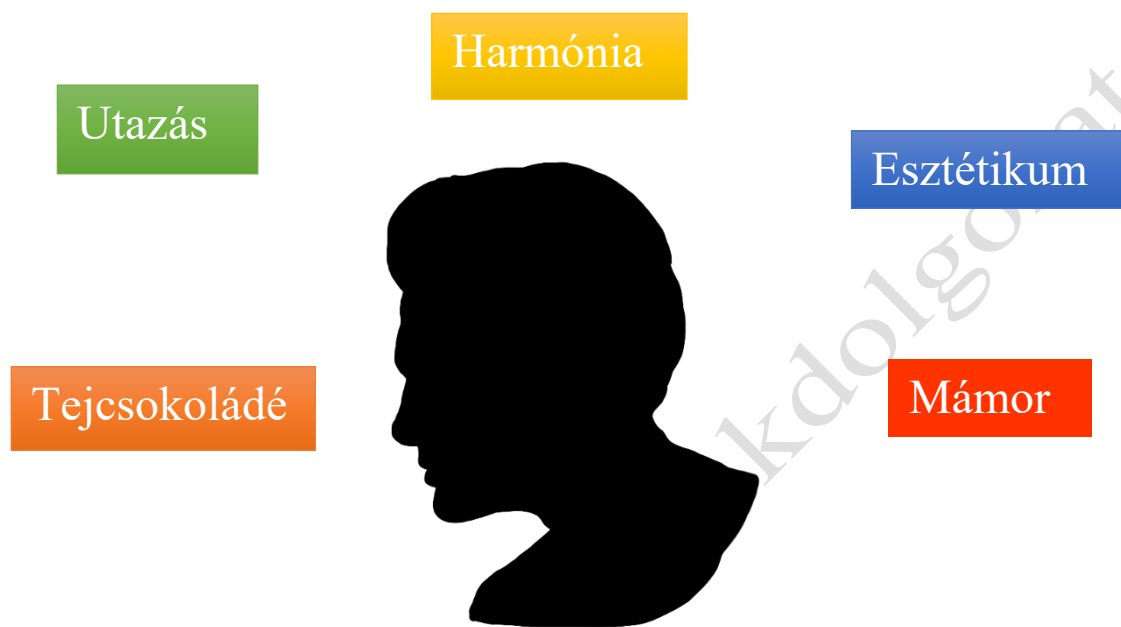
A csokoládé töltelékének tejszokoládéból készített ganachet választottam szeder ízesítéssel. A szeder, mint kedvelt gyümölcs a visszaemlékezésben is szóba kerül, a tejszokoládéval elegyítve enyhén pikáns jelleget ad a bonbonnak az édesség mellett. A bonbon homogenitását, simaságát „megtörve” – idézve életük traumatikus eseményeit – roppanás adalékként hántolt ostya töret kerülne a csokoládéba. Azért esett erre a választásom, mert Andrassy Gyula kedvenc édessége a mogyorókrém töltelikes ostya – nevezhetjük nápolyinak is – volt, étcsokoládéba mártva. Az ostya a családi kötelék jelképe lenne ebben az esetben.

A csokoládé alakja szívet formázna, utalva a szenvedélyes és gazdag érzelmi életre, valamint a hazaszeretetre. Ezt a formát öntudatlanul is a szeretettel, szerelemmel azonosítjuk. A legendák szerint a mai szimbólum a 15. században nyerte el most is használt formáját, aminek inspirációja a borostyán levele volt, mint a hűség megtestesítője. Először egy Francesco de Barberino nevű észak-olaszországi festő és költő ábrázolta a jelenleg is ismert alakot, ami először Franciaországban terjedt el, majd Európa szerte kedvelté vált. (Guillemot és Blumel 2009)

Az étcsokoládé sötét tónusát és keménységét a szív megformálás lágyítja. Tekintve, hogy a bonbon fantázia ihletői nők, a felületre enyhén szórt ehető aranyfüst az egykori arisztokrata lét báli csillogását, a női szépség finomságát, a visszafogott eleganciát hivatott érzékeltetni.

5.3.3. Esterházy György bonbon fantáziája

Esterházy György bonbonjának megalkotásához az inspirációt Lagorctól (2010) merítettem. Esterházy György kulcsszavai:



22. sz. ábra: Esterházy György kulcsszavak, saját szerkesztés, 2023

A beszélgetésből kiderült, hogy az édesség kizárólag tejsokoládéból készülhet. Jelen esetben eltekintettem a hagyományos bonbon formától és egy mártott verzióban gondolkodtam, amihez egy belga, 40,7%-os csokoládé-különlegességet választottam, amely ízjegyeiben ötvözi a markáns, határozott kakaó ízt, a tejsokoládé lágyásával.

A „töltelék” összetétele a külső burok egyértelműségével ellentétben nehezebb feladat, mert az interjúban felsorolt alapanyagok első olvasatra meglehetősen távol esnek egymástól. Milyen formában hozható közös nevezőre a rumos meggy, a karamell, a grillázs és a mandulalikőr?

A klasszikus grillázs helyett egy mandula-alapút választottam, amelynek készítésénél a mandula ízt erősítendő egy gondolatnyi mandula esszencia is kerül a keverékbe. Az elkészült grillázs így egyszerre hordozza a karamelles hatást és a mandula enyhén kesernyés aromáját, amelyet jól kiegészít a tejsokoládé édes karaktere. A gyümölcsös vonulatról nem megfeledkezve a mártott csokoládé tetejére rumba áztatott, kandírozott fél cseresznyét helyeznék, ami egyrészt díszítőelem, másrészt utal a rumos meggy kívánságra.

Az elkészítés jellegéből adódóan ebben az esetben mindenképp szögletes formában érdemes gondolkodni.

Mivel Esterházy György a táblás csokoládékat is kedveli, ezért a téglalap alakot választottam, ugyanakkor a tetején elhelyezett fél cseresznye révén a kerekiségre való utalás is megjelenik.

A grillázs készítésénél barna nádcukrot alkalmaznék, amely aromájában különleges jegyeket hordoz, és az apróra vágott mandulát enyhén pirítanám, hogy a pörkölt aroma is megjelenjen ne túl tolakodóan.

Esterházy György az interjú során többször is utalt az esztétikum fontosságára, ezért a darabok méretének meghatározásakor, valamint a vágás alkalmával kiemelt figyelmet kell fordítani a precizításra. A grillázs mártásánál a francia módszer alkalmazását tartom célszerűnek. A tejsokoládé lágy színét szépen kontúrozza a cseresznye bíbor árnyalata. Hagyományosan középre szokás helyezni a díszítőelemet, ebben az esetben azonban a téglalap forma felső egyharmadára kerülne.

6. ÖSSZEFOGLALÓ

Számos magyar műhely nyer csokoládéival a nemzetközi szintén is, különleges kulináris eseményekké váltak a csokoládé-bor kóstolók. Ez a fajta felfokozott érdeklődés adta az ötletet egy „Kastély csokoládé-manufaktúra” létrehozására, és egy belső piacon, gyakorlatilag versenytárs nélküli potenciális gazdasági láb megteremtésére.

Szakdolgozatomban azokra a kutatási kérdésekre keresem a választ, hogy a látogatóknak van-e bonbon vásárlási hajlandóságuk, a kastélyok egykori tulajdonosaihoz és az adott korban ismert alapanyagokból kiinduló innovatív bonbon-kreálmányok vásárlásra ösztönzők-e, illetve a csomagoláson megjelenő arculati elemekre szükség van-e.

A kérdőíves kutatás mellett interjút készítettem Esterházy Györggyel, a jól ismert arisztokrata család leszármazottjával.

A bonbon korpuszában a válaszadók 55,5%-a az étcsokoládét választotta. A tejszokoládé 30,9 és a fehér csokoládé 9,8%-a ugyanakkor jelzi, hogy a potenciális vásárlók közel fele az édesebb ízvilágra szavaz. A hagyományosnak mondható magvas verziók – mogyoró, pisztácia, mandula – egyértelmű elsőséget mutatnak, a válaszadók 65,5%-a ezekre szavazott. A második legtöbb említés a gyümölcsös jegyeket jelölte meg 38,9% arányban. A válaszadók fele, 50,6% legalább hatdarabos dobozt választana, és vásárlásra csábítaná, ha az egykori lakók ihletésére készülnének el a bonbonok. A válaszadók háromnegyede nő volt, a kitöltők 70,2%-a diplomás.

A téma szempontjából három kastélyt annak meghatározó történeti alakjaival választottam ki, három különböző századot felölelve. Edelény, Tiszadob és Majk, a 18. századtól a 19. századon át, a 20. századig, Jean-Francois L’Huillier (Huillier Jánosra magyarosított névvel), az Andrássy és az Esterházy család grófi ága került a fókuszba. Az életutak minden esetben inspirációforrások, így egy-egy bemutatás után kiemelem azt az öt kulcsszót, ami a bonbon-fantáziát megalapozza, illetve megjelölöm, hogy a leírtak alapján milyen csokoládé elkészítése illene az adott karakterhez és helyszínhez, figyelembe véve, hogy az adott korban már ismert alapanyagok napjaink fogyasztói szokásainak megfelelő, „fogyasztható” termék legyen a végeredmény.

A munka gyakorlati haszna, hogy a projekt valóban megvalósítható, további lépésben szükséges a bonbonok elkészítése, egy reprezentatív érzékszervi vizsgálat, majd a termékek bevezetéséhez marketingterv készítése, amely az értékesítést erősíti.

7. FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1] A Pallas nagy lexikona (1893-1897)
- [2] Balázs É. (ed.) (2021) Le Cordon Bleu Csokoládé biblia, Geopen Könyvkiadó ISBN:978 963 516 076 1
- [3] Basics B. (2005): Betlér és Krasznahorka az Andrássyak világa, Rubicon-Könyvek ISBN: 963 86721 2 9
- [4] Bay J.(2019): Az Edelényi kastélysziget hasznosítási javaslata, háttéranyag
- [5] Bonaventure A- (1725): Mélanges d’historieet de littérature
- [6] Braudel, F. (1985): Anyagi kultúra, gazdaság és kapitalizmus XV-XVIII. század, Gondolat Kiadó ISBN: 963 281 615 3
- [7] Braun T. (2011): Empíriától a tudományig, Molekuláris és szupramolekuláris gasztronómia MKL. 2011. április
- [8] Carla D. Martin D.C. , Sampeck E. K. (2015) The bitter and sweet of chocolate in Europe3 DoI: 10.18030/socio.hu.en.37
- [9] Esterházy P.(2000): Harmonia Caelestesis, Magvető Kiadó ISBN: 963 14 2193 7
- [10] Géger M. (ed.) (2014), „Szépíteni kívánta a világot...” Rippl-Rónai József iparművészeti munkássága, Kaposvár Város Önkormányzata
- [10] Gergely Zs., Tóth Á., Bay J.(ed) (2014) Edelényi kastélysziget, Forster Központ.
- [11] Guillemot M., Blumel B. (ed) (2009): Petit Larousse Des Symboles, ISBN: 2 03 505571 7
- [12] Hegyi A. (2015): A marketing és kutatás fejlesztés integrációja a termék sikerességének meghatározására, doktori értekezés, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola
- [13] Juhász M.(2013) Az élvezeti növények szerepe az ember életében, *A biológia tanítása, módszertani folyóirat* 2013/1
- [14] Laws, B. (2012): Ötven növény, amely megváltoztatta a történelmet, Kossuth Kiadó ISBN: 9 789630 96664 1
- [15] Lippi, D. (2013): Chocolate in History: Food, Medicine, Medi-Food <https://doi.org/10.3390/nu5051573>
- [16] Emmanuel Ohene Afoakwa (2016): Chocolate Science and Technology, Wiley Blackwell

- [17] Kiss M., Kathy F.: A magyar nők csokoládéfogyasztási szokásai és a cukormentes csokoládéval kapcsolatos fogyasztói magatartásuk, *Táplálkozásmarketing IX. évfolyam*, 2022/2. szám
- [18] Kovács I.(2021): Az Andrássy lányok, Múzeum a Kultúrne centrum juzného Zemplina v Trebisove ISBN: 978 80 973267 5 3
- [19] Kovács, L. (ed) (2015): Mindennek vége! Andrássy Ilona grófnő első világháborús naplója, Európa Könyvkiadó ISBN 987-963-07-9932-4
- [20] Kurucz Gy. ,Krász L. (2014): Edelényi hétköznapiak, Forster Központ
- [21] Lagorce, S. (2010): Csokoládé ízek és desszertek, Geopen Könyvkiadó ISBN: 978 963 9973 20 8
- [22] Lakatos H. (2011): Budapesti neves cukrászcsaládok <https://docplayer.hu/1828513-Alapszakos-szakdolgozat.html>
- [23] Lőrinc L. (2016): Életmódtörténet – Anyagi kultúra 1500-tól napjainkig, Akadémiai Kiadó ISBN: 978 963 05 9729 6
- [24] McFadden, C., France, C. (2003): Nagy csokoládé enciklopédia, József Műhely Kiadó ISBN: 963 91 3452 X
- [25] Molnár I. (2021): Callebaut 811 és Norte Eurocao Haya étcsokoládé összehasonlítás, szakdolgozat MATE 2021, Konzulens: Badakné Dr. Kerti Katalin
- [26] Platina, B. (2022) reneszánsz receptjei: Az első nyomtatott szakácskönyv, Helikon Kiadó ISBN: 9 789634 768743
- [27] Puczkó L., Rátz T. (2011): Az attrakciótól az élményig, Akadémiai Kiadó, ISBN:978 963 05 8984 0
- [28] Ozier, C., Forcinal C. (ed) (2021): Chocolat, Alexandra Könyvkiadó ISBN:978-963-582-170-9
- [29] Sandra M. Hannum-John W. Erdman Jr (2004).: Emerging Health Benefits from *Cocoa and Chocolate*, *Journal of Medicinal Food*
- [30] Sammut-Bonnici T., Galea D. (2015): SWOT Analysis - Sammut-Bonnici - Major Reference Works - Wiley Online Library
- [31] Temesi Á., Kasza Gy. (2014) Marketing alapismeretek, egyetemi jegyzet

Internetes hivatkozások

[Internet 1] www.btg.hu Utolsó elérés: 2023. május 2.

[Internet 2] Az ókori görögök még mézzel édesítették a fagyaltot, a 18. században már petrezselyemmel is (2020) <https://mult-kor.hu/az-okori-grgk-meg-mezzel-edesitettek-a-fagyaltot-a-18-szazadban-mar-petrezselyemmel-is-20200626?pIdx=1>

Utolsó elérés: 2023. május. 2.

[Internet 3] Hippokratész, <https://cultura.hu/wp-content/uploads/2017/07/hippocrates-illustration.jpg> Utolsó elérés: 2023. május 2.

[Internet 4] Heston Blumenthal zseniális lakomái: Viktoriánus lakoma, <https://www.youtube.com/watch?v=LcZlcsXD04I> Utolsó elérés: 2023. május 2.

[Internet 5] Andrassy lányok fotó, <andrc3a1ssy-ilona-borbc3a1la-katalin.jpg> (640×541) ([wordpress.com](https://www.wordpress.com)) Utolsó elérés: 2023. május 2.

[Internet 6] <https://termekmix.hu/magazin/kutatas/7472-igy-alakulnak-a-csokoladetredek-iden-europaban> Utolsó elérés: 2023. május 3.

[Internet 7] <https://www.napi.hu/tozsdek-piacok/intody-gabor-csokolade-kakaobab-edesipar-cukor-klimavaltozas.748327.html> Utolsó elérés: 2023. május 3.

[Internet 8] Esterházy fiúk fotó, <1920> (1920×1080) ([fidelio.hu](https://www.fidelio.hu))

Utolsó elérés: 2023. május 2.

8. MELLÉKLETEK

1. Tisztviselők, alkalmazottak és szolgálattevők az edelényi uradalomban¹⁴

FUNKCIÓ MEGNEVEZÉSE	TEVÉKENYSÉGI TERÜLET
Esterházy)	
jószágigazgató (<i>praefectus</i> [lat.])	általános birtokirányítás
felügyelő (<i>inspector</i> [lat.]/ <i>Inspektor</i> [ném.]))	általános birtokirányítás
számvevő (<i>exactor</i> [lat.]/ <i>Buchhalter</i> [ném.])	pénzügyi irányítás
tiszttartó (<i>provisor</i> [lat.]/ <i>Verwalter</i> [ném.])	általános birtokirányítás
kulcsár (<i>claviger</i> [lat.]/ <i>Schaffner</i> [ném.])	általános birtokirányítás
ügyész (<i>fiscalis</i> [lat.])	szaktisztviselőként jogügyletek kezelése
titkár (<i>secretarius</i> [lat.])	szaktisztviselőként az udvar és birtok ügykezelésének adminisztrációja
ALKALMAZOTTAK (<i>oeconomici</i> [lat.])	
ispán	gazdasági munkák közvetlen irányítása
majoros	gazdasági munkák közvetlen irányítása
SZOLGÁLATTEVŐK (<i>servitores</i> [lat.])	
udvarmester (<i>Hofmeister</i> [ném.])	udvartartás irányítása
vadász, lovászmester, kocsis, kertész, inas, szolga, komornyik, szobalány, szakács, mosóné, pék, cukrász, kéményseprő, fűtő, söprögető, kapus, huszár, hajdúk, kovács, molnár, kőműves, stb.	udvartartás szolgálata a kastélyon belül, a kastély körül rendészeti, állattartással és iparos munkákkal kapcsolatos feladatok ellátása

¹⁴ Kurucz-Krász: Edelényi hétköznapiak – kézirat (2012)

2. Kutatási kérdőív

Kedves Látogatónk!

Kérjük, hogy az alábbi kérdőív kitöltésével segítse munkánkat!

1. Turisztikai utazásai során szokott-e ajándéktárgyakat vásárolni?

- a. igen, mindig
- b. csak, ha megragadja valami a figyelmemet
- c. nem jellemző

2. Mely termékcsoporthoz részesíti előnyben? Többet is megjelölhet.

- a. könyvek, kiadványok, képeslap
- b. emléktárgyak: hűtőmágnes, íróeszköz, bögre, jegyzetfüzet, szemüvegtörlő...stb
- c. helyi termék: csokoládé vagy más édesség, méz, bor
- d. porcelántárgyak
- e. ékszer
- f. játék
- g. bélyeg
- h. illatszer

3. Átlagosan mennyit költ emléktárgyra?

- a. 500-2000
- b. 2000-5000
- c. 5000-10000
- d. 10000 fölött

4. A felsorolt édességek közül vásárlás esetén melyiket preferálná?

- a. táblás csokoládé
- b. csokoládészelet
- c. bonbon

5. Ha vásárolna bonbont, akkor saját magának, vagy ajándékba választaná?

- a. Magamnak választanék
- b. Ajándékba választanék
- c. Magamnak és ajándékba is választanék
- d. Nem vásárolnék bonbont

- 6. Bonbon vásárlásakor milyen csomagolást részesítene előnyben?**
- a. a kastély arculatához illő doboz
 - b. ízléses celofán zacskó
 - c. ízléses doboz, de nem kell, hogy illeszkedjen a kastély arculatához
- 7. Milyen nagyságrendben költene bonbonra?**
- a. 500-1000 Ft
 - b. 1000-4000 Ft
 - c. 4000-6000 Ft
 - d. nem vásárolnék bonbont
- 8. Milyen típusú bonbont vásárolna legszívesebben ebben a kastélyban?**
- a. étcsokoládé alapú
 - b. tejszokoládé alapú
 - c. fehércsokoládé alapú
 - d. nem vásárolnék bonbont
- 9. Milyen ízvilágú bonbont választana?**
- a. gyümölcsös
 - b. magvas: mogyoró, pisztácia, mandula/marzipán, kávé, stb.
 - c. párizsikrém
 - d. fűszeres
 - e. virágos
 - f. egyéb: _____
 - g. nem vásárolnék bonbont
- 10. Milyen kiszereleésben vásárolna szívesen bonbont?**
- a. egydarabos doboz
 - b. háromdarabos doboz
 - c. minimum 6 terméket tartalmazó doboz
 - d. legalább 12 db-os doboz
 - e. nem vásárolnék bonbont
- 11. Vásárlásra ösztönözné-e, ha a kastély egykori tulajdonosi köréhez tartozó nemesi/történelmi családhoz kötődne a csokoládé receptje, íze?**
- inkább igen - inkább nem

DEMOGRÁFIA

A kutatási eredmények feldolgozása érdekében kérjük, válaszoljon az alábbi, az Ön személyével kapcsolatos kérdéseinkre – a kutatás **név nélküli** és a feldolgozás módja garantálja, hogy az **Ön személye nem azonosítható be** a felmérésben.

Neme: ☐ Nő ☐ Férfi

Születési évszám: _ _ _ _

Az Ön befejezett legmagasabb iskolai végzettsége:

- ☐ Általános iskola (8 vagy kevesebb osztály)
- ☐ Szakiskola (szakmunkás végzettség)
- ☐ Érettségi
- ☐ Főiskolai, egyetemi oklevél

3. Interjú kérdései

- Családi étkezéskor milyen szerepe van az édességnek?
- Soroljon föl 5 szót, ami a csokoládéről eszébe jut!
- Van-e a csokoládéval kapcsolatosan meghatározó emléke, fogyasztását köti-e valamilyen alkalomhoz?
- Milyen típusú csokoládét fogyaszt szívesen?
- Van-e kedvenc csokoládémárkája?
- Milyen szempontok szerint választ csokoládét, ha azt ajándéknak szánja?
- Ha azt a játékot játsszuk, hogy Ön egy csokoládé, akkor milyennek képzelel el magát?
- Mi a kedvenc ízvilága?
- Ha készül egy olyan bonbon, amit Ön ihlet, akkor mi az az 5 fogalom, ami szeretné, hogy felmerüljön a fogyasztóban, amikor a terméket megvásárolja és megeszi?
- Adná-e a nevét egy olyan bonbonhoz, ami egyedileg, az Ön inspirációjára alkottak meg?

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Köszönöm konzulensemnek, Dr. Kasza Gyulának, hogy vállalta e rendhagyó téma konzulensi feladatát, és útmutatásaival, biztatásával segítette munkám megvalósulását.

Köszönöm Esterházy Györgynek, hogy vállalkozott az interjú elkészítésére és megosztotta velem a témával kapcsolatos gondolatait, betekintést engedve egy nagy múltú arisztokrata család életébe.

Köszönöm Izsó Alexandra kolléganőmnek, aki munkahelyi feladataim egy részének átvállalásával volt segítségemre, hogy a szakdolgozatra koncentrálhassak.

Köszönöm Édesanyámnak, aki végtelen türelemmel teremtette meg azt a hátteret, amelynek révén a dolgozatom elkészülhetett.

KONZULTÁCIÓS NYILATKOZAT

Mészárosné Bai Judit (hallgató Neptun azonosítója: AS5KPW) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A szakdolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*2}

Kelt: Budapest, 2023. május 3.



Belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendó.

² A megfelelő aláhúzendó.

Szerzői nyilatkozat

Alulírott M. Bai Judit, Csokoládé-, kávé-, teakészítő mester szakmérnök / szaktanácsadó szakirányú továbbképzési szak hallgatója kijelentem, hogy a Bonbon és történelem, avagy mi is szeretnénk évszázadok csokifalatjait? című szakdolgozat a saját munkám eredménye.

Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítást tettem, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

Budapest, 2021. 05. 04.



a hallgató aláírása

**A nem kívánt rész törölendő
Az adatokat kérjük géppel kitölteni!*

NYILATKOZAT

a szakdolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A szerző neve: M. Bai Judit

A dolgozat címe: Bonbon és történelem, avagy mi is szeretnénk évszázadok csokifalatjait?

A megjelenés éve: 2023.

A tanszék neve: Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom.

A leadott dolgozat, mely védett, a szerző nevének vízjelével ellátott pdf dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a MATE Budai Campus Igazgatóság Entz Ferenc Könyvtár és Levéltár szakdolgozat archívumába.

A dolgozat bibliográfiai leírása az Entz Ferenc Könyvtár és Levéltár elektronikus katalógusából érhető el: <http://opac.mate.hu/entzferenc/>. A teljes szöveg kizárólag a Budai Campus számítógépeiről tekinthető meg.

Tudomásul veszem, hogy a vízjel nélkül leadott dokumentum szerzői jogai sérülhetnek.

A Nyilatkozat a dolgozat adatainak megadásával érvényes, melyet az elektronikus hordozóval együtt leadok.

Budapest, 2024. 05.04.,.....


a szerző aláírása

**Az adatokat kérjük géppel kitölteni!*

***Megfelelő aláhúzendó vagy géppel való kitöltés esetén törölhető!*