

FUKSZ MÁRTA

# Informális gazdasági-társadalmi szervezetek a Szekszárdi borvidéken

## *A Szekszárdi Borvidék Kft. és a Szekszárdi Borászok Céhe*

### 1. „FELTENNI SZEKSZÁRDOT A VILÁG BORTÉRKÉPÉRE”<sup>1</sup>

A rendszerváltás óta eltelt harminc évben a családi vállalkozásokból, borászatokból kialakultak a borvidék mai képét meghatározó borászatok és borászati üzemek. Az elmúlt időszak erőfeszítéseinek eredményeként a Szekszárdi borvidék neve újra a minőségi bortermeléssel forrt össze. A Hegyközségek Nemzeti Tanácsának megbízásából végzett, 2017-ben készült reprezentatív felmérés<sup>2</sup> szerint Szekszárd a borvidékek közötti ismeretségi rangsorban a hetedik,<sup>3</sup> míg a borfogyasztás tekintetében az ötödik helyen<sup>4</sup> állt. Ennél előkelőbb helyen végzett a borvidék a Nagy Bor Teszt<sup>5</sup> eredménye szerint. 2016–2018 között a Szekszárdi borvidéket ismeretségben csak Villány, Eger és Tokaj előzte meg,<sup>6</sup> míg 2019-ben – megelőzve Tokajt – Szekszárd a harmadik helyen végzett.<sup>7</sup> A két felmérés közötti eltérés oka a mintaválasztásban rejlik. A Nagy Bor Tesztet főként olyan személyek töltötték ki 2016–2018 között, akik érdeklődtek a magyarországi borágazat és a borok iránt. Több-

<sup>1</sup> SZABÓ 2022.

<sup>2</sup> TOTTH – SZOLNOKI 2019. A felmérésben 18 év feletti „átlagembereket” kérdeztek meg alkoholfogyasztási szokásaikról. A mintavétel kiválasztásánál figyelmet fordítottak arra is, hogy a társadalom minden szegmense képviselve legyen. Végül 1500 személy bevonásával készült el a felmérés. TOTTH – SZOLNOKI 2019, 26.

<sup>3</sup> Szekszárdot – ebben a sorrendben – Tokaj, Eger, Villány, Badacsony, Sopron és a Balaton-felvidék előzte meg. TOTTH – SZOLNOKI 2019, 33.

<sup>4</sup> Szekszárdot – ebben a sorrendben – Eger, Tokaj, Villány, Sopron előzte meg. Badacsony csak ez után következett. TOTTH – SZOLNOKI 2019, 33–34.

<sup>5</sup> A Trineti Media Kft. által szervezett Nagy Bor Teszt az internetezők körében méri a borfogyasztási és borvásárlási szokásokat 2016 óta. A borvidékek tekintetében a felmérés csak a borvidékek népszerűségére, ismertségére koncentrált. A kérdőívet kitöltők száma – a rengeteg nyereménynek köszönhetően – nagyon magas volt. 2016–2018 között több mint 15.000-en vettek részt a felmérésben. <https://www.boraszportal.hu/borvilag/vegyel-reszt-te-is-a-nagy-bor-tesztben-7413> (Letöltés: 2021. 10. 30.)

<sup>6</sup> [https://nagyborteszt.hu/eredmenyek\\_2016.pdf](https://nagyborteszt.hu/eredmenyek_2016.pdf); <https://nagyborteszt.hu/nagyborteszt-eredmenyek-2017.pdf>; [https://nagyborteszt.hu/nagy%20bor%20teszt\\_2018\\_eredmenyek.pdf](https://nagyborteszt.hu/nagy%20bor%20teszt_2018_eredmenyek.pdf) (Letöltés: 2021. 10. 30.)

<sup>7</sup> <https://nagyborteszt.hu/nagyborteszt-eredmenyek-2019.pdf> (Letöltés: 2021. 10. 30.)

ségük rendszeresen követi a híreket és több internetes borászportálnak is tagja.<sup>8</sup> 2019-ben azonban a Nagy Bor Teszt csak azokat a válaszokat vette figyelembe, amelyeknél a kitöltők nem boros oldalról értesültek a tesztről. Tehát a korábbi évekkal ellentétben, ebben az évben az átlagos fogyasztók véleményét vizsgálták.<sup>9</sup> A helyezésektől függetlenül az utóbbi évek eredményei azt bizonyítják, hogy a Szekszárdi borvidék mind az átlagos, mind a szakma után érdeklődő fogyasztók megítélése szerint előkelő helyen áll az országos rangsorban.

A távlati célt azonban – „borvidékként felkerülni a világ bortérképére”<sup>10</sup> –, azaz a tartós nemzetközi ismeretség elérését már csak a borászok összefogása, a közös gondolkodás képes megvalósítani. Szerencsére az utóbbi másfél évtizedben a mindennapi, gazdasági jellegű problémákon túllépve a szekszárdi borásztársadalom minden rétegében megjelentek azok a szereplők, akik elindították a belső kommunikációt a borvidék érdekében. Egy olyan csoportról van szó, amely magába foglalja a közép- és nagyborászatok szinte száz százalékát, és a feltörekvő, a szőlészetből, borászatból megélni kívánó kistermelők egy részét is. Érdekvédelemért tevékenységüket három borvidéki szervezetten keresztül fejtik ki. A Szekszárdi borvidék hegyközségeiről – mint hivatalos szervezetekről – már volt szó, míg a gazdasági-társadalmi összefogás eredményeként létrejött másik két szervezettel, a Szekszárdi Borvidék Kft.-vel és a Szekszárdi Borászok Céhével pedig az alábbiakban foglalkozom. Fontos ugyanis megérteni utóbbiak jelentőségét is, mert e két szervezet együttműködése, a hivatalos szervekkel való viszonya nagyban befolyásolja a Szekszárdi borvidék életét, és meghatározza fejlődési irányát.

## 2. A SZEKSZÁRDI BORVIDÉK KFT. ÉS A SZEKSZÁRDI BORÁSZOK CÉHE

A borvidékről szóló egységes kommunikáció kialakítása érdekében a borászatok egy gazdasági háttérszervezetet hoztak létre 2003-ban, Szekszárd Borvidék Kht. néven.<sup>11</sup> A társaság legfontosabb feladata a borvidék közös céljaink megfogalmazása, illetve a borvidék népszerűsítése helyi, országos, és nemzetközi szinten. „A szervezetnek az volt a lényege, hogy egy közösségi marketinget hozzon létre. [...] Nem egyes borászatokat támogatunk, hanem a borvidéket, a szekszárdi bort.”<sup>12</sup> Mindez a gyakorlatban a pénzügyi források feltárását, a pályázatok koordinálását, másrészt a borászatokat és a lakosságot integráló közös programok létrehozását jelenti, amelyeken keresztül a minőségi és kulturált borkonsumpciót és a Szekszárdi borvidéket népszerűsítik. Nem titkolt céljuk, hogy az igényes borkultúra a mindennapi élet részévé váljon. „Célunkat elsősorban rendezvényeken keresztül érjük el. [...] Az emberi kapcsolatokon keresztül való prezentációra fókuszálunk. Például a borkóstolón mindig valami plusszal lépünk fel. Nemcsak a »Tölts a pohárba és igyál!« volt a jelszó, hanem adunk valami ismeretet a borászról, a borvidékről, a borfajtáról, ami az embereket érdekli. És ez a tendencia még mindig tart, hogy az embereket egyre jobban érdekli a minőségi bor.”<sup>13</sup>

Fontos kiemelni, hogy Szekszárd Város Önkormányzatát, a Városkörnyéki Önkormányzatok Területfejlesztési Társulását, illetve a Tolna Megyei Vállalkozásfejlesztési Alapítványt is bevonták a szervezetbe, ezzel növelve a térségben betöltött gazdasági jelentőségüket. Kezdetben az előbbi három szervezet törzstőkerésze elérte a 44%-ot, míg a 20 borászat 56%-ot birtokolt.

2009-ben – a törvényi előírásoknak megfelelően – a közhasznú társaságoknak nonprofit kft.-vé kellett átalakulniuk. A cégforma megváltozása<sup>14</sup> mellett kilenc új borász<sup>15</sup> taggal bővült a Borvidék

<sup>8</sup> TOTTH – SZOLNOKI 2019, 25–26.

<sup>9</sup> 2019-ben 3000 főre csökken a résztvevők száma. <https://nagyborteszt.hu/eredmenyek> (Letöltés: 2021. 10. 30.)

<sup>10</sup> Interjú egy magyar borakadémikussal. Innentől: BA.

<sup>11</sup> A társaság teljes neve 2003–2006 között: Szekszárd Borvidék Fejlesztési és Integrációs Közhasznú Társaság. Röviden: Borvidék Kht.

<sup>12</sup> Interjú egy marketinges szakemberrel. Innentől: MSZ

<sup>13</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>14</sup> A cég 2009 augusztusa óta Szekszárd Borvidék Fejlesztési és Integrációs Szolgáltató és Kereskedelmi Nonprofit Közhasznú Kft. néven működött tovább. Innentől röviden: Borvidék Kft.

<sup>15</sup> Nyolc borászatot és a Tolnai Borvidék Hegyközségi Tanácsát vette fel a Borvidék Kft. Interjú NB1-gyel.

Kft., ezzel 64%-ra nőtt a borászatok törzstőke-részesedése. A 2011-es civil törvény<sup>16</sup> szigorúan szabályozta a közhasznúsági munka kereteit, melynek teljesítése még szerteágazóbbá tette volna a cég tevékenységét, így ezekről a lehetőségről lemondtak.<sup>17</sup> A cégforma újabb átalakulása lehetőséget adott további hat tag<sup>18</sup> felvételére és a törzstőke emelésére is. Az új tagok felvételéről a taggyűlés hozott határozatot.

A tagok számának tekintetében 2016-ban volt az utolsó változás két új tag bekerülésével, és a törzstőke újabb emelésével. Ekkor szűnt meg a Városhörnyéki Önkormányzatok Területfejlesztési Társulása is, melynek üzletrészt Szekszárd Város Önkormányzata vette át, megerősítve ezzel pozícióját a társaságon belül. Ezzel a lépéssel az önkormányzatnak 18,8%, a Vállalkozásfejlesztési Alapítványnak 11,3%, míg a borászoknak (ebből egy pálinkaház, egy a Tolnai Borvidék Tanácsa) 69,8% lett az üzletrésze. Ugyancsak lényeges a szavazatok eloszlása. Az önkormányzatnak tíz, az alapítványnak hat, a Tolnai Hegyközségnek egy, a pálinkaháznak egy, míg a borászoknak (35 cégnek) 35 szavazata van, tehát a 39 tulajdonos 53 db szavazatot birtokol.<sup>19</sup> Valójában a szavazatok a döntéshozatalnál számítanak. „A borászatoknak csak egy tőkerésze lehet. Ez azért van, hogy a nagy borászatok ne tudják leszavazni, lenyelni a kisebbeket.”<sup>20</sup> Mivel a kft. nonprofit vállalkozásként működik, a nyereséget a tagok nem osztják fel maguk között, hanem a társaság vagyonát gyarapítják vele. A cég vezetése az anyagi forrásokat a kitűzött célokra – marketingtevékenységre, programszervezésre – fordítja, illetve ebből tartja fent infrastruktúráját (iroda, személyzet, stb.). A határozatokat a taggyűlés hozza, amit évente legalább egyszer össze kell hívni, illetve a szavazati joggal rendelkező jelenlévők egyszerű többsége már döntésképes.<sup>21</sup> Az új tagok felvételét is a közgyűlésen szavazzák meg, ahol 75%-os egyetértésre van szükség. Általában csak annak a vállalkozásnak a felvételét támogatják, akik a Borvidék Kft. rendezvényein már többször részt vettek, és vállalják, hogy a borvidék jövőjének az alakításában – pénzügyileg is – részt kívánnak venni. Ezzel bizonyítják, hogy vállalkozásuk és a borvidék fejlesztése érdekében anyagi áldozatokra is hajlandóak.<sup>22</sup>

A személyi változások terén a legfontosabb lépés Herrné Szabadi Judit ügyvezető igazgatóvá történt kinevezése volt 2006-ban,<sup>23</sup> aki a menedzsment és a rendezvényszervezés terén kiváló munkát végzett. Herrné Szabadi Judit főállásban a Babits Mihály Kulturális Központ menedzser munkatársa, de a két munkakör valójában kiegészíti egymást. A városi rendezésű programokon a borászatok is rendszerint részt vesznek, így ezek megszervezésében és lebonyolításában mind a kulturális központot, mind a kft.-t ő képviseli.

Kezdetben csak a Szüreti Napok és a borudvar boros programjainak a megszervezése tartozott a Borvidék Kft. hatáskörébe. Aztán „egyre másra jöttek egyéb feladatok és rendezvények. [...] A 2010-es években már látszott, hogy ezt egyedül nem lehet csinálni. Addigra már annyira felfejlődött a kft. tevékenysége, hogy konkrét igény volt rá, hogy a borvidék irodájában reggeltől délutánig ott üljön valaki. Tehát szükség volt egy ügyviteli, adminisztratív alkalmazottra is a vezető mellé. Ez most már

<sup>16</sup> 2011. évi CLXXV. törvény az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1100175.tv>

<sup>17</sup> 2011 után, a cégforma átalakulása közben a cég nevéből kikerült a közhasznú jelző, így az ezzel járó feladatkörökről és előnyökről is lemondtak.

<sup>18</sup> Öt borászat és egy Tolna megyei pálinkakészítő kft. került be a cégbe. Interjú NB5-tel.

<sup>19</sup> 2016 után jelentős változás már nem volt a kft. életében, tulajdonosi összetétele azóta változatlan. A kft. fennállása óta többször előfordult, hogy egy cég eladta tőkerésztét egy másik vállalkozásnak, ami egyébként ugyanannak a tulajdonosi körnek (pl. egy család tagjai) egy másik cége volt. Ilyen esetekben nem foglalkoztam a cég nevének a változásával. A kft. tagságának a növekedését csak akkor emeltem ki, ha új tulajdonost vettek fel maguk közé, amivel a törzstőke megemlése is együtt járt. Szintén nem foglalkoztam azzal a két esettel, mikor egy cég vagy társaság felszámolásra került, mert tulajdonrészüket mindkét alkalommal Szekszárd Város Önkormányzata vette át. Interjú MSZ-szel, NB1-gyel, további két nagyborással. Innentől: NB2 és NB3.

<sup>20</sup> Interjú egy alkalmazásban álló borással. Innentől: B1.

<sup>21</sup> A taggyűlés akkor határozatképes, ha a tagok több mint a fele plusz egy fő részt vesz a szavazáson. Interjú MSZ-szel, NB1-gyel, NB2-vel és NB3-mal.

<sup>22</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>23</sup> Azóta is ő tölti be ezt a tisztséget.

évek óta megvan. Most is ketten vannak”.<sup>24</sup> A cég létrehozása, vele együtt az iroda és két alkalmazott fenntartása mutatja, hogy a szekszárdi borászok közössége megérti és elismeri a borvidék érdekében tett marketingmunka jelentőségét.

A kft. bevétele főleg a pályázati pénzekből, a tagok hozzájárulásából és a programok után járó szervezési díjakból áll össze. „Régen nagyon jó pályázatok voltak, főleg Agrármarketing Centrumos<sup>25</sup> pályázatok, amik később beszűkültek, aztán teljesen megszűntek. [...] Mellette a tagok marketing hozzájárulást fizetnek minden évben, ami tulajdonképpen egyfajta tagdíj. Ezek területi alapon, bevétel arányosan kerültek kiszámításra.”<sup>26</sup> „Bármilyen rendezvényt szerveznek, azt bevétel-orientált-ra kell szervezniük. Ez egy elvi döntés. Tehát olyan rendezvényt nem csinálnak, ami nem nyereséges, mert ebből kell fenntartaniuk magukat.”<sup>27</sup>

A Borvidék Kft. alapvetően egy gazdasági szervezet, ahová korlátozottak a bejutási lehetőségek. Mivel a kft. tulajdonosain kívül más borászatok is részt kívántak venni a borvidék jövőjét érintő közös marketingmunkákban, a probléma áthidalására hozták létre 2006-ban a borászok társadalmi szervezetét – a Pannon Bormíves Céh<sup>28</sup> mintájára –, a Szekszárdi Borászok Céhét. „Valójában ez nem egy cég, ez egyfajta szakmai tömörülés, nincs semmilyen jogi alapja. Be sem jegyezték, még csak nem is egyesület.”<sup>29</sup> „Nem akarják bejegyeztetni, mert nem akarják, hogy ennek is legyen papírmunkája. Ez egy nem hivatalos, szakmai tömörülés, de ennek van a legnagyobb renoméja országos szinten is.”<sup>30</sup> A nyolc-kilenc emberrel megalapított szervezet tagjainak a száma 2021-ben meghaladta a 80 főt. Ehhez még hozzá kell számolni a tiszteletbeli tagok és a beléptetésre várók számát, ami további 10–20 főt jelent. „A borász [értsd: szakmai] tagok teljes jogú tagjai a céhnek. Van egy elnökség, aki a döntéseket hozza. Ezen kívül vannak úgynevezett pártoló tagok, akik nem rendelkeznek szőlőterülettel. Például ilyen a mindenkori polgármester. A pártoló tagok részvétele számunkra komoly tiszteletbeli értékkel bír, meghívásuk pedig egyfajta gesztus a mi részünkről. Szavazni azonban csak a rendes tagok szavazhatnak. [...] És van még egy rész, akik szintén borászok, de még nem teljes jogon tagjai a céhnek, csak szeretnék tagok lenni.”<sup>31</sup> „Őket úgy szokták nevezni, hogy »a céh előszobájában vannak«. Akiről látják, hogy minőségi borokat készítenek, azokat elkezdik meghívni a céh gyűléseire, programjaira. [...] Először is egy évig el kell járniuk a céh rendezvényeire. Gyakorlatilag be kell mutatkozniuk. Mindenbe belefolyhatnak, véleményt nyilváníthatnak, de még nem szavazhatnak.”<sup>32</sup> Bár a céh nem jogi személy, és a mai napig nem jegyezték be a cégbíróságon, a hivatalos szervezetek követelményeinek megfelelő belső szabályzattal rendelkezik. A tagok maguk szavazzák meg új társuk felvételét úgy, hogy a tagok minimum 75%-os részvétele mellett legalább kétharmados támogatás szükséges egy új tag felvételéhez.<sup>33</sup>

A kutatás szempontjából értékes eredményt hozott a két szervezet működésében szerepet játszó borászatok rétegvizsgálata. Tagadhatatlan, hogy a Borvidék Kft.-ben a nagyborászatok és pár

<sup>24</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>25</sup> Az Agrármarketing Centrumot 2008-ban alapította a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium. A szervezet megszűntése után Agrármarketing Centrum Nonprofit Kft. néven szervezték újjá a céget 2016-ban. <https://www.amc.hu/bemutakozas/> (Letöltés: 2021. 04. 20.) Ugyanebben az évben kezdte meg működését a Magyar Turisztikai Ügynökség is, ami a magyarországi turizmus fejlesztéséért és koordinálásáért felel. Napjainkban a borvidékek marketingtevékenységét, továbbá a magyar borok európai és a nemzetközi piacokon való népszerűsítését a két szervezet együtt intézi. <https://www.amc.hu/kampanyok/wines-of-hungary-personally/> (Letöltés: 2022. 01. 20.) és <https://bor.hu/rolunk> (Letöltés: 2022. 01. 20.).

<sup>26</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>27</sup> Interjú NB1-gyel.

<sup>28</sup> A 2000-ben alakult Pannon Bormíves Céhet tíz kiemelkedő családi borászat alapította. Az országos hatókörű szervezet legfőbb célkitűzése a minőségi magyar borok és a magyar borvidékek belföldi és nemzetközi promotálása volt. A 31 tagú (2021) szervezetben hét szekszárdi borász (Dúzi Tamás, Eszterbauer János, ifj. Heimann Zoltán, Sebestyén Csaba, Takler Ferenc, Vesztergombi Csaba, Vida Péter) képviseli a borvidéket. <https://pannonbormivesceh.hu/tagok/> (Letöltés: 2021. 03. 10.)

<sup>29</sup> Interjú NB2-vel.

<sup>30</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>31</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>32</sup> Interjú egy kistermelővel. Innentől: KT1.

<sup>33</sup> Interjú NB1-gyel.



középborászat (35 tag) birtokolja a borászati tőkerészt. A kft.-ben lévő borászatok – egy-két kivétellel<sup>34</sup> – mind tagjai a céheknek, tehát a két szervezet között szinte teljes az átfedés. A céhen belüli nagyobb létszám (több mint 80 fő) abból adódik, hogy egy borászatból (cégből) általában több tagot is felvesznek maguk közé, ugyanis oda tulajdonosként, de jó nevű szakemberként, alkalmazottként is be lehet kerülni. A tágabb körű tagság másik oka, hogy a céhekbe az arra érdemes közép- és feltörekvő, árutermelő kisborászatok is felvételt nyertek. A két szervezet hivatali munkáját megkönnyítendő, a kft. ügyvezető igazgatója, Herrné Szabadi Judit és az iroda munkatársa, Göttlinger Lilla<sup>35</sup> szervezik meg mind a kft., mind a céh programjait, amelyeken ők is részt vesznek, később pedig ők készítik el az események dokumentációját. Tehát a két szervezet nemcsak a tagság, de az adminisztráció tekintetében is egymásra támaszkodik.

Megalapításuk óta – munkájuknak köszönhetően – a Borvidék Kft. és a Borászok Céhe nagy befolyásra tett szert a Szekszárdi borvidéken. A két szervezet szoros együttműködését, összefonódását jól példázza a helyzetükből adódó munkamegosztás: a céh tagsága megfogalmazza a borvidék közös céljait, majd a szakmai döntések alapján a kft. megvalósítja a boros programokat. *„Minden szakmai stratégiát a Borászok Céhe állít fel, majd a kft. elvégzi a szervezési munkát, az előkészítést, a lebonyolítást, az utómunkálatokat. Tulajdonképpen ezzel összefogja a szekszárdi borász társadalmat.”*<sup>36</sup> *„A kft. szakmai döntést nem hoz. Ahhoz rendelik hozzá a tevékenységüket, amit a Borászok Céhe a szakmai döntéseiben meghatározott.”*<sup>37</sup> A két szervezet prosperáló együttműködését mi sem szemlélteti jobban, mint a Szekszárdi borvidék elmúlt években bekövetkezett fejlődése és pozíciójának megerősödése.

Szintén érdemes megnézni, hogy a két szervezet tagsága hány százalékát teszi ki a hegyközségi tagoknak. Az adatok összevetésével<sup>38</sup> kiszámítható, hogy a hegyközségi tagság 4,2%-a tagja a kft.-nek, míg körülbelül 10%-a tagja a céheknek. Természetesen két, „elitizáló”, zárt közösség nem okozhat sikert a borásztársadalom minden rétegében. Tevékenységük főleg a „kisebb” birtokkal rendelkezők között vált ki komoly ellenszenvet. Véleményük szerint a céh és a kft. kizárólag a tagok érdekeit tartja szem előtt, és olyan programokat szerveznek, amelyekben a kicsik nem tudnak részt venni, azaz a hegyközségi tagok nagy része a szervezetek valós közösségi céljaiban kételkedik.<sup>39</sup> Kritikájuk másik része a borvidék kistermelőinek alapproblémáját érinti. *„Egy vödör kavics mellé rengeteg homok elfér... Mindenkinek meg kéne találnia a helyét. Maga a borvidék nem egy termelőből áll, hanem lehet, hogy 2000 termelőből. De az is kellene, hogy létrehozzunk egy egységesen elfogadott minőségi kategóriát. Ehhez viszont az kell, hogy akinek nincs felszereltsége, annak lehetővé kéne tenni, hogy alapvizsgálatokat tudjon elvégezni, hogy stabil és iható bora legyen mindenkinek! De ezt elfogadható áron kellene megteremteni.”*<sup>40</sup> Véleményük szerint a legkisebbeket az alapszolgáltatások elérhetőségével és olcsóbbá tételével a minőség javítására kellene ösztönözni, tehát a borász közösség anyagi forrásait elsősorban erre a célra kellene fordítani, és csak ezt követően kellene a borvidéki marketingbe pénzt fektetni.

Ezzel szemben a céh tagjai úgy látják, hogy a minőség megteremtése az egyes borászatok, tulajdonképpen a kistermelők saját felelőssége. Problémáikat külön szervezet létrehozásával és állami segítséggel kellene orvosolni. Meglátásuk szerint a közép- és nagyborászatok *„nem ragadhatnak*

<sup>34</sup> Olyan termelőkről van szó, akik gazdasági potenciáljuknál fogva tőkerészt tudtak vásárolni a kft.-ben. Mivel nincs erős szekszárdi kötődésük, és gazdaságuk miatt más borvidéken élnek és dolgoznak, a szekszárdi borászok közösségi munkájában nem vesznek részt.

<sup>35</sup> Göttlinger Lilla 2017 szeptembere óta dolgozik a Borvidék Kft. alkalmazásában.

<sup>36</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>37</sup> Interjú NB1-gyel.

<sup>38</sup> Nem pontos, csak hozzávetőleges eredményt kaphatunk a szőlőbirtokok számát alapul véve (841 db 2019-ben) és azt feltételezve, hogy a birtokok száma megegyezik a tulajdonosok számával.

<sup>39</sup> Interjú B1-gyel, egy bátaszéki középborászzal (innenről: KB1) és egy bátaszéki kistermelővel (innenről: KT2).

<sup>40</sup> Interjú KT2-vel.

le<sup>41</sup> a kistermelők szintjén, nekik már térben és időben is távlatokban kell gondolkodniuk a közö-  
ség és a borvidék érdekében.<sup>42</sup> A tagok határozottan állítják, hogy lefelé nyitott és mobil rendszerről  
van szó, tehát elérve a szükséges minőségi kritériumot, mindenkinek lehetősége van csatlakozni  
hozzájuk. „Az alapvető kritérium a minőség, és hogy vegyen részt a szekszárdi borászok életében,  
legyen ott a borász-céh rendezvényein.”<sup>43</sup> „Elvileg a rendezvényeink nyitottak. [...] Igaz, hogy a kft. egy  
tulajdonosi kört képvisel, de mégiscsak egy borvidéki marketinget csinál. Ebből a kft. az egy kisebb  
kör tagságban. Aztán van a Borászok Céhe, az egy nagyobb kör, meg van egy még nagyobb kör, a  
Szekszárdi borvidék. Ami marketinget csinál a kft., abból profitál az is, aki csak a legkülső körhöz, a  
borászok köréhez tartozik. Hiszen a szekszárdi bornak már van híre, így ő is profitál abból.”<sup>44</sup> „Min-  
dig azt mondják a kicsik, hogy ők ebből semmit nem profitálnak, holott óriási nagyon profitálnak  
egy fillér befektetése nélkül. Ők semmi pénzt nem fizetnek, és mégis az előnyeit ugyanúgy élvezik.”<sup>45</sup>  
Azok a kisborászatok, akik be tudtak kerülni a céhbe, egyetértenek a minőségi követelmények és  
a felvételi eljárás szigorúságával.<sup>46</sup> Szemléletükben hasonló álláspontot képviselnek, mint a közép-  
és nagyborászatok, akik szerint a folyamatos, magas minőségű termelés és a palackos értékesítés  
biztosítja a borvidék és a borászatok jövőjét. Valójában az árutermelő közép- és nagyborászatok  
saját érdekeik képviselete és céljaik megvalósítása érdekében hozták létre gazdasági-társadalmi  
szervezeteiket, kikerülve ezzel a kistermelői réteget, akik alanyi jogon tagjai a hegyközségnek. A  
megkezdett munkát a céhtagok szerint mindenképp folytatni kell, akkor is, ha ez kiváltja a céhből  
kimaradó, nagyszámú kistermelő időnkénti nemtetszését. Viszonyuk eltérő gazdasági érdekeik mi-  
att sem problémamentes, de önálló szervezetbe tömörülésük tovább nehezíti a borvidék szereplői  
közötti kommunikációt.

A szervezetek bonyolult kapcsolatrendszerét vizsgálva érdemes figyelembe venni, hogy kik töl-  
tenek be fontos tisztségeket az egyes társaságokban. A pozíciók vizsgálata egy fontos változásra  
is felhívja a figyelmet: mindegyik szervezetben elkezdődött a generációváltás, azaz bizonyos ve-  
zető tisztségeket a fiatal generáció tagjai vették át. A borvidéket képviselő hegyközségi tanács ve-  
zetői tisztségviselőinek fiatalításáról már esett szó. A tagság alapján elmondható, hogy a tanács  
négy tisztségviselőjéből hárman mind a Borászok Céhében, mind a kft.-ben tagsággal rendelkeznek.  
Ez nemcsak az összefonódást mutatja, hanem azt is, hogy a formális szervezetnek számító, min-  
den termelőt összefogó hegyközségi közgyűlés – munkájuk elismeréseként – bizalmat szavazott  
számukra. A változások a Borvidék Kft.-t is érintették. A Felügyelő Bizottság elnökének a „fiatal”  
Vesztergombi Csabát választották meg 2018. novemberben.<sup>47</sup> A Borászok Céhének Szervezőbizott-  
sága is változáson esett át. Az első generációs cégvezetők<sup>48</sup> mellé 13 „fiatal” borászt és szakembert  
szavaztak be.<sup>49</sup> Ők a jelenlegi nagyborászatok második és a középborászatok első generációját, azaz  
a 30–40-es korosztályt képviselik.

Az idősebb korosztály képviselői szerint elérkezett az idő, hogy a fiatalok részben átvegyék, rész-  
ben folytassák az évtizedek óta megkezdett munkát. Az új generáció tagjai 2015-ben hozták létre  
közös szervezetüket – a Borászok Céhén belül – Bormarketing Műhely néven, ahol a fiatal, aktív  
tagok közösségi munkát végeznek. Tapasztalatuk szerint hatékonyabb kommunikációt folytatnak

<sup>41</sup> Interjú egy nagybirtokossal. Innentől: NB4.

<sup>42</sup> Interjú NB1-gyel, NB2-vel és NB4-gyel.

<sup>43</sup> Interjú NB2-vel.

<sup>44</sup> Interjú MSZ-szel.

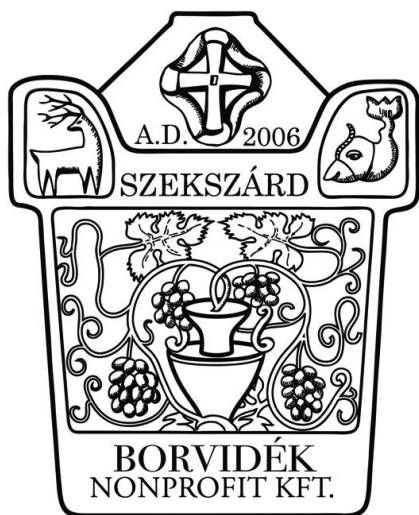
<sup>45</sup> Interjú NB4-gyel.

<sup>46</sup> Interjú KT1-gyel.

<sup>47</sup> Vesztergombi Csaba a családi borászatot alapító Vesztergombi Ferenc fia, azaz már a második, fiatalabb generációt képviseli. A bizottság többi tagja a borászatalapító első generáció képviselőiből áll: Bodri István, Eszterbauer János, Heimann Zoltán, valamint Szekszárd Város Önkormányzatának képviseletében Kővári László. Interjú NB1-gyel, NB2-vel és NB3-mal.

<sup>48</sup> Bodri István, Heimann Zoltán és Eszterbauer János.

<sup>49</sup> Bósz Adrián, ifj. Dúzsi Tamás, Eszterbauer Ildikó, Gál József, ifj. Heimann Zoltán, Mészáros Péter, Németh János, Posta Péter, Sebestyén Csaba, Sebestyén Csilla, Takler András, Vesztergombi Csaba, ifj. Vida Péter.



1–2. kép. A Szekszárdi borvidék régi (balra) és új logója

egymással, mint az idősebbek, ugyanis viszonyukat nem árnyékolják be régi sérelmek és ellenségeskedések.<sup>50</sup> Elsődleges feladatuk a Szekszárdi borvidék középtávú koncepciójának és gazdasági stratégiájának a megfogalmazása volt, de munkájukhoz tartozott minden marketingkommunikációs tevékenység is. A következő években a Bormarketing Műhely arculattervezési pályázatának<sup>51</sup> segítségével megújult a Szekszárdi borvidék logója<sup>52</sup> (1–2. kép), majd elkészült az új borvidéki honlap.<sup>53</sup> Továbbá az ő munkájukat dicséri a dűlőtérképek elkészítése és kihelyezése is.

Az új logó körül kirobbant vita azonban rámutat a borvidék hivatalos (hegyközség) és társadalmi szervezetei közötti kapcsolatok sérülékenységre. A borvidék régi címerének (1. kép) lecserélésével a termelők egy része nem értett egyet. *„Az új logó megosztotta a társaságot. Mi akkor szembesültünk vele, amikor a Szüreti Napokon mondták az emberek, hogy a régi logós poharakat nagyon szerették. Ez az új logó pedig nem nagyon tetszett, mert nem olyan mutatós. [...] A régi logót Baky Péter tervezte. A szarkofág rajzát alakította át, és ebből lett a borvidéki logó, amit mi is nagyon szeretünk.”*<sup>54</sup> A borvidéken talált római kori (Kr. u. 3. század) szarkofág oldalának jelképei kifejezik a szőlőtermesztés és a borkészítés több száz éves hagyományát, továbbá a pannon táj természeti értékeit (halászat, vadászat), amire napjaink komplex élményturizmusa (Gemenc, horgászat) is épül. Ezzel szemben az új logó (2. kép) korszerű, modern látványvilága a szekszárdi szőlődombokat, míg a korona a borvidék történelmi múltját szimbolizálja. A cserét praktikus indokkal is alátámasztották a kft. és a cég tagjai: a régi logó használata többször is nehézségekbe ütközött; aprólékos rajzolata, finom kidolgozottsága *„nem felelt meg a mai design-nak”*<sup>55</sup> Ezzel szemben az új embléma egyszerű grafikája megjeleníthető bármilyen felületen, tehát használhatósága megfelel mai, modern világunk technikai követelményeinek.

Mivel a Szekszárdi borvidék arculattervi pályázatát a Marketing Műhely (Borászok Céhe) és a Borvidék Kft. hirdette meg, a projekt nem számított a hegyközség által elfogadott, hivatalos eseménynek. A nyertes logó egész borvidékre kiterjedő, érvényes használatához meg kellett volna szerezni a hegyközségi közgyűlés (szűkebben a választmány) és a borvidéki tanács támogatását is, ami

<sup>50</sup> Interjú KB1-gyel, három középborással (innentől: KB2, KB3, KB4), NB1-gyel, NB2-vel, NB4-gyel és egy szekszárdi nagyborással (innentől: NB5).

<sup>51</sup> [https://szekszard.hu/application/files/6715/2334/9537/szv\\_20161127.pdf](https://szekszard.hu/application/files/6715/2334/9537/szv_20161127.pdf) (Letöltés: 2021. 12. 20.)

<sup>52</sup> Az új logót Nagy Dániel és Lakosi Krisztián készítette el. A tanulmányban szereplő képek forrásai a szöveg végén található képjegyzékben kerültek elhelyezésre.

<sup>53</sup> <https://szekszardibor.com/> (Letöltés: 2021. 12. 20.)

<sup>54</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>55</sup> Interjú KT1-gyel.



# SZEKSZÁRD

## TÖBB MINT JÓ BOR

### 3. kép. Szekszárd város emblémája

nem járt sikerrel. „A céhben nem lehet megszavaztatni hivatalos dolgokat, sem a kft., sem a hegyközség ügyeit. Amit a hivatalos szervezet [értsd: hegyközségi közgyűlés és választmány] megszavaz, az lesz képviselve. Ha szeretnének elérni valamit, akkor a céhben szavazók vigyék be a választmányba és szavazzák meg ott is. Győzzék meg az ott lévőket, és ha a többség támogatja, akkor az lesz támogatva.”<sup>56</sup> Végül a bátaszéki és a szekszárdi hegyközségek választmányai nem engedték a régi logó lecserélését, így a szarkofágos címer maradt a borvidék hivatalos emblémája. „A régi logót az egész borvidéki tanács jóváhagyta. Ha országos kiadvány készül a borvidékekről, akkor a régi logót kell használni, mert az a legitim. Ezt az új logót a Borászok Céhe, meg a Borvidék Kft. használja, de a borvidék nem fogadta el egységesen, meg a hegyközségek sem.”<sup>57</sup> A hegyközségek ellenállásának nem csupán a szavazás törvényességének betartatása volt az oka. Szekszárd város önkormányzatának is megtetszett az új embléma, és szerették volna a város logójaként használni. „Mivel szekszárdi a borvidék, meg Szekszárd a város is, és a Szekszárd nevet így erősebben lehet képviselni, ezért engedte meg a kft. a városnak a használatot.”<sup>58</sup> Ez azonban újabb nemtetszést váltott ki a szekszárdi és kiváltképp más települések borászaiból, szakembereiből. Az ellenzők véleménye szerint a névazonosság nem képezhetette volna alapját az embléma átengedésének. A Szekszárd név használata borvidéki értelemben 15 településre terjed ki, míg a város használatában egy településre korlátozódik az értelmezése, ezért a borvidék településének borászatai elzárkóztak az önkormányzat kérése elől. A belső vita ellenére a kft. beleegyezett a címer közös használatába. Döntésükre egyrészt hatással volt, hogy a Borvidék Kft.-ben a szekszárdi önkormányzat is tag, és komoly tőkerésszel bír, másrészt a kft. tagságában a szekszárdi székhelyű borászatok száma felülreprezentált. A helyzetet tovább súlyosbította a város emblémához „ragasztott” szlogenje, ami eltorzította a logó eredeti jelentését: Szekszárd – több mint jó bor (3. kép). Nem véletlen, hogy a mottón több borász is felháborodott. „Pofátlanságnak tartom, hogy ilyen kontextusban használják a logónkat.”<sup>59</sup> „Nem az a baj, hogy használják, hanem az, amit mellé írtak.”<sup>60</sup>

A logó körüli vita végül eredmény és konszenzus nélkül magától elcsendesedett. Mind a város, mind a kft. és a céh továbbra is használja az emblémát a maga értelmezésében, míg a hegyközségben a személyi összefonódások ellenére sem tudták megszavaztatni a változtatást.

A logó esete jól tükrözi, hogy a törvény erejével védett formális szervezetek tagsága miként sem-

<sup>56</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>57</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>58</sup> Interjú egy szekszárdi középborással. Innentől: KB5.

<sup>59</sup> Interjú KB5-tel.

<sup>60</sup> Interjú B1-gyel.



misítheti meg a borvidék vezető borászatait tömörítő informális szervezetek akaratát, főleg akkor, ha az elitet képviselő szervezet tagjai között is véleménykülönbségek mutatkoznak. Tulajdonképpen ez a kontrol egy „szükséges rossz” a szervezetek kapcsolatában. Ez segíti a termelőket abban, hogy az érdekeiket sértő, új szabályozásokat ne lehessen keresztülvinni a rendszeren.

A logó körüli vita rámutat arra is, hogy a szervezetek közti egyensúlyi „játék” nem pusztán a kicsik és a nagyok közti konfliktusokról szól. Mivel a kft. és a céh tagjai hegyközségi tagok is egyben, a közép- és nagyborászatoknak – akár vezető pozícióban vannak, akár nem – a közgyűlésben meg kell győzniük a kistermelőket az általuk képviselt vélemény helyességéről. Így tehát az „elit” belső konfliktusai megjelenhetnek az egész borvidékre érvényes, legitimáló joggal bíró hegyközségek gyűlésein is. Ilyenkor a közép- és nagyborászatok különböző érdekeit csak a kistermelők bevonásával és támogatásuk elnyerésével lehet törvényesíteni. Tehát számos esetben nem a kicsik és a nagyok, hanem a vezető borászréteg belső konfliktusai „köszönnek vissza” a hegyközségi gyűlések vitáiban. Ez rávilágít arra, hogy a külső szemlélő számára egységesnek tűnő kft.-n és céhen belül is vannak olyan véleménykülönbségek, amit esetenként a nagyobb közösség bevonásával is megpróbálhat az egyik vagy másik fél orvosolni.

### 3. A SZEKSZÁRDI BORVIDÉK MÁRKÁSÍTÁSA – A BIKAVÉR-KADARKA-KÉKFRANKOS HÁRMAS<sup>61</sup> KIEMELÉSE

A Borvidék Kft. és a Borászok Céhe munkájának legnagyobb érdeme, hogy tagjai megpróbálták konszenzust teremteni a borvidék kiemelt fajtáinak tekintetében. Erre szükség is volt, mert a rendszerváltás után megalakult borászatok túl nagy választékát, portfólióját idővel szűkíteni kellett. Ebben az időben a bordeaux-i fajtákból (cabernet sauvignon és franc, merlot) és házasításaikból készült a legtöbb bor, de már érezhetően nőtt a szerepe a bikavérnek, a kadarkának és a kékfrankosnak is.<sup>62</sup> Utóbbi kettőt még nem önálló fajtaborként,<sup>63</sup> hanem főként a bikavér alkotórészeként használták fel. Idővel azonban ki kellett alakítani egy egyedi arculatot, meghatározott számú fajtaival és borral, amit az egyes vállalkozások röviden és érthetően meg tudtak fogalmazni a fogyasztóknak. Még jobb volt, ha a pincészetek imázsa az éppen aktuális piaci elvárásoknak is megfelelt.

A fejlődés következő szakaszában – a borászatok egyéni reprezentációján túl – meg kellett fogalmazni egy borvidéki arculatot, melyen keresztül a borászközösség önmagát és a borvidéket definiálta. *„Minden borvidék megpróbál kiemelni egy-egy bort, vagy kettőt. Tokajnak ott van a furmint, Somlónak a juhfark, Csopaknak az olaszrizlingje, Villányinak meg a cabernet franc-ja. Nálunk is felmerült, hogy emeljünk ki borokat, és próbáljuk meghatározni valahogy a prioritásokat.”*<sup>64</sup> *„Az összes bort nem lehet egyszerre menedzselni, ki kell választani bizonyos fajtaikat.”*<sup>65</sup> Azaz a borvidéki arculat kialakítása pár borfajta kiemelését és a borvidékkel történő szoros kapcsolatuk kialakítását jelenti. A márkásítás során el kell érni, hogy a világ borfogyasztói meghallva e borok vagy a Szekszárdi borvidék nevét, egymásra asszociáljanak. Az elmúlt tíz évben a Borvidék Kft.-ben és a Borászok Céhében a borfajtákról szóló diskurzus állt a belső kommunikáció középpontjában. Így a két szervezet legfontosabb szakmai kérdése a borvidéken termesztett fajták preferenciája, míg legfontosabb feladatuk ezek kommunikációja volt. Ebbe a munkába már a borászcsaládok második, fiatal generációja is bekapcsolódott. Egyelőre nem született konszenzus a borok tekintetében, így napjainkban két fő irányt követnek a borászatok.

A pincészetek jelentős többsége a bikavér-kadarka-kékfrankos hármast emelte ki a borok közül,

<sup>61</sup> A három bort szekszárdi hármasnak, szekszárdi hármasságnak is szokták nevezni.

<sup>62</sup> KOVÁCS 1998, 10.

<sup>63</sup> Kivétel volt pl. Dúzi Tamás, akinek már az 1990-es években az egyik legjelentősebb fajtája a kékfrankos volt, vagy Vesztergombi Ferenc, aki az elsők között palackozott Szekszárdon kadarkát a rendszerváltás után.

<sup>64</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>65</sup> Interjú BA-val.

melyből kettő fajtabor, egy pedig házassítás. A választás során figyelembe vették, hogy a Szekszárdi borvidék hazánk egy kis területű borvidéke, ezért – véleményük szerint – nem szabad közepszerű, jellegtelen borokat készíteni és olyan fajtával sem érdemes foglalkozni, amiből rengeteget termelnek a világ nagy borvidékei. *„Igen is ki kell emelni helyi fajtákat, mert a kis borvidékek nem tudnak a bordeaux-i fajtákkal kitűnni. Akkor a futottak még kategóriában leszünk mindig.”*<sup>66</sup> *„Olyan borok kellene, amik külföldön nem találhatóak. Londonba vinnél szekszárdi merlot-t, bordeaux-i cuvée-t? Kit érdekel? Tele van a világ jobbnál jobbakkal.”*<sup>67</sup> *„Ami eddig ment, hogy mi mindent tudunk [értsd: mindenfélét termelünk], az nem volt egy sikertörténet.”*<sup>68</sup> Az egyeztetések során meg kellett találni azokat a fajtákat, amelyek kitűnhetnek a világ egysíkú bortermeléséből, kuriozitásuk felkeltheti a fogyasztók figyelmét, és amelyekből nem melleleg kiváló minőségű bor készíthető. Tehát a szekszárdi boroknak mindenképp egyedinek, különlegesnek kellett lenniük, hogy el tudjanak határolódni más borvidéktől. *„A kadarka nagyon régi fajtánk. Más borvidéken is előfordul, például a Kunsági, a Villányi és az Egri borvidéken is nagy területű kadarkák vannak, de mindenképp a Kárpát-medencéhez köthető. [...] A kékfrankos jellegzetesen magyar fajta. Szerintünk Szekszárdon van a legjobb helye, földrajzilag, éghajlatilag, meg talaj szempontjából is. A másik még Sopron. Ezen kívül csak Ausztriában található meg. [...] Akkor ott van a világon a másik jellegzetesség, ami tényleg egyedülálló, a bikavér. Viszont a bikavér erre a kettőre épül, tehát ez a három borfajta szorosan összetartozik.”*<sup>69</sup> A fajták kiválasztásánál az is szerepet játszott, hogy történetük<sup>70</sup> összefonódott a borvidék múltjával, így a kadarka termesztésének és a bikavér készítésének pár száz éves hagyománya beépült a borvidék narratívájába. A fiatalabb kékfrankos szőlő szekszárdi jelenlétére a borvidék kitűnő földrajzi adottsága és az ebből adódó különleges, egyedi ízvilágú bor ad magyarázatot. A borok történetét, borvidékhez fűződő viszonyukat mind a leírásokban, mind a borvidék rendszeres programjaiban úgy közvetítik a fogyasztóknak, hogy ezek a tulajdonságok már a borimázs részét képezik.

A támogatott borok kiválasztása során meg kellett határozni a borvidék stílusát is. Az egyik irányt *„a könnyed, gyümölcsös, alacsonyabb alkoholtartalmú és kevesebb hordóhasználattal készült borok”*<sup>71</sup> képviselik (burgundiai stílus), míg a másikat *„a magas alkohollal, erős hordóhasználattal készült nagy vörösborok”*<sup>72</sup> jellemzik (bordói stílus). A két borstílushoz meg kell találni a megfelelő fajtákat. Vannak olyan szőlők, amelyek mindkét stílusban megállják a helyüket (pl. kékfrankos) és vannak olyanok, melyeknek a bordói (pl. cabernet-k, merlot) vagy a burgundi (pl. kadarka) stílus áll jobban.

A választás közben a borászoknak figyelembe kellett venniük azt is, hogy az elmúlt harminc évben a borfogyasztók ízlésében lassú, de érezhető változás következett be. Egyre népszerűbbé váltak az elegáns, gazdag ízvilágú, fűszeres-gyümölcsös borok. *„Azok az okok, ami miatt erre mozdult el a trend és az ízlésvilág, nem nagyon fognak megváltozni a közeljövőben. Ez pedig az egészségesebb életmód. Ahogy a fiatalok jönnek fölfelé, úgy szorulnak ki a régi borok. Ők már nem vonzódnak a túltolt borok iránt. Az a réteg, aki azt kereste, akik azt itták, kikopnak.”*<sup>73</sup> Támogatóik szerint ez a stílus jól illik a Szekszárdi borvidék adottságaihoz és jól illik a kiemelt bikavér-kadarka-kékfrankos fajtákhoz is. E három borfajta alkalmas arra, hogy megmutassa a borvidék egyedi arculatát, egyedi stílusát a fajtajellemzők mellett. Mi lenne Szekszárdnak a stílusa? Egy fűszeresebb, könnyedebb, lágyabb, elegáns bor, egyensúlyban lévő, kellemes savakkal és tanninokkal. Legalább is ezt az utat követik a „progresszív” borászatok és a fiatal borászgeneráció is, akik a borászok nagyobb részét jelentik.

<sup>66</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>67</sup> Interjú BA-val.

<sup>68</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>69</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>70</sup> A három bor rövid történetéről, a Bikavért alkotó fajták változásáról és a márkásítás folyamatáról lásd FUKSZ 2020, 461–482.

<sup>71</sup> Interjú BA-val.

<sup>72</sup> Interjú BA-val.

<sup>73</sup> Interjú BA-val.

Velük ellentétben a borászatok egy másik csoportja lassabban és óvatosabban hódolt be a világlés változásának. Portfóliójuk jelentős része bordeaux-i fajtákból áll, és a borvidék kommunikációjában nagyobb hangsúlyt fektetnek rájuk. „*Nem vagyok meggyőződve róla, hogy megfelelő irány a kadarka-kékfrankos-bikavér hármasnak a kizárólagos előtérbe helyezése. [...] A borvidéknek éppen az az erőssége, hogy sokszínű és minden fajta jól tud produkálni.*”<sup>74</sup> Elképzeléseik szerint először a világfajtákkal (cabernet-k és merlot) kellene megalapozni a borvidék hírnevét és utána kellene a közép-európai fajták borait megerősíteni. „*Nekünk fontosak a küvék, melyeket elsősorban a világfajtákkal képzelünk el.*”<sup>75</sup> Mivel a borfogyasztók jelentős része azt sem tudja, hol van Magyarország, nemhogy Szekszárd, „*ha már egy világfajtával kíváncsivá tettük őket, meg fogja kóstolni a kékfrankosunkat és a kadarkánkat is. Szerintem ez a járható út.*”<sup>76</sup> Véleményük szerint a szekszárdi borhármás minden egyes tagjával több probléma is van. „*Nem vagyok elkötelezett híve a kékfrankosnak. Szerintem igazán nagy bort önállóan ritkán ad. Ha a világ nagy borairól beszélünk, az mindig cabernet, merlot, shiraz, esetleg malbec, de a kékfrankosról nem szól a fáma.*”<sup>77</sup> [A kékfrankossal az a gond,] „*hogy, az alapkékfrankosokat nehéz eladni, prémium kategóriát pedig nem minden évben tudunk készíteni. Emellett nemcsak országon belül, de országon kívül is komoly konkurenciája van, hiszen Burgenland gyakorlatilag elhitette a világgal, hogy övék a fajta.*”<sup>78</sup> „*Önmagában a kékfrankos Magyarországon nem tud [eladási] mennyiséget produkálni. [...] Ha kékfrankos volt a neve, alig tudunk belőle hatezret [palackot] eladni. Ha más volt a címke, egy jó fantázianévvel 20 ezerrel többet elad az ember. [...] Egyszerűen a magyarok hozzászórtak, hogy a kékfrankos egy savanyú valami, amit a szocializmus alatt tönkretettek. Tetszik, nem tetszik, a kékfrankos Magyarországon nem elfogadott. A világban pedig mindenki Blaufränkisch-t<sup>79</sup> kér, ha már kékfrankost kér.*”<sup>80</sup>

„*Ami a kadarkát illeti – noha unikális –, azt gondolom, veszélyes egy olyan fajtára alapozni, aminek a természetbiztonsága rendkívül alacsony.*”<sup>81</sup> A kadarkával több termelőnek is problémája van. Szőlője nehezen művelhető, rothadásra hajlamos fajta. Az idősebb termelők szerint „*tíz évből háromban lehet jó bort készíteni a kadarkából.*”<sup>82</sup> „*A kadarka megbízhatatlan. Amikor jót lehet belőle csinálni, akkor nagyon jót kell belőle csinálni, de csak háromévente van belőle önálló bor. [...] Mellette sokat, nagyon olcsón adunk [a rossz évjáratokban]. Így nem lehet presztízmárkát csinálni a kadarkából.*”<sup>83</sup> A fajta további jellemzői, hogy „*igazi pirosborfajta, kevés színanyaggal, könnyed stílussal, alacsony alkoholtartalommal, fűszerekkel, gyümölcsös ízzel.*”<sup>84</sup> A kadarkának éppen ezek a tulajdonságok az erősségei és a gyengeségei is. Sosem fog tudni versenyezni a nagy testű vörösborokkal a nemzetközi porondon,<sup>85</sup> „*de a könnyed, pinot noir-hoz hasonló stílusát imádják [a vendégek]. Kadarkát én csak exportra termelnék, magyar és főleg külföldi éttermekbe vinnék.*”<sup>86</sup> Tehát a kadarkát, mint közép-európai fajtát a megfelelő helyre kell pozicionálni a borvidéki termékpalettán. Beszűkült piaci lehetősége miatt – a szkeptikusok szerint – kuriózumként, borkülönlegességként eladható, de egy borászat sorsát nem lehet erre alapozni.

A szekszárdi borászok között a kadarka stílusának a tekintetében szintén nincsen egyetértés. Vannak termelők, „*akik ragaszkodnak hozzá, hogy valamennyi időre hordóba tegyék, és abból is*

<sup>74</sup> SZABÓ 2019a.

<sup>75</sup> SZABÓ 2019a.

<sup>76</sup> SZABÓ 2019b.

<sup>77</sup> SZABÓ 2019b.

<sup>78</sup> SZABÓ 2019a.

<sup>79</sup> A kékfrankos bor osztrák neve.

<sup>80</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>81</sup> SZABÓ 2019a.

<sup>82</sup> GYÓRFFY 2020.

<sup>83</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>84</sup> Interjú BA-val.

<sup>85</sup> Interjú NB2-vel.

<sup>86</sup> Interjú BA-val.

ízeket, fűszereket és testet kapjon”<sup>87</sup> a bor, ezzel is hangsúlyozva vörösboros jellegét. A problémát tovább bonyolítja, hogy a 2000-es években újrainduló klónszelektációs kísérleteknek a rothadás csökkentése, a színmélység javítása, a zamat- és ízgazdagság fokozása volt a célja, aminek következtében több új kadarkaklónnal is bővült a fajtajegyzék.<sup>88</sup> Ráadásul maguk a termelők is keresik azokat a fajtákat, amelyek hasonlítanak a kadarkához – vélhetőleg a kadarka valamely kereszteződéséből alakultak ki –, de erősebb színezőképességgel és nagyobb tannintartalommal rendelkeznek.<sup>89</sup> Összességében ezeknek a fajtáknak a használata eltérő stílusúvá teszi a borvidék borait. Míg az egyik pincészet kadarkája elegáns, vékony, gyümölcsös, addig a másik pincészeté testesebb, fásabb. Tehát a fogyasztóknak nem elég „összekapcsolniuk” a kadarkát a borvidékkel, azt is tudniuk kellene, melyik pincészeté milyen stílust képvisel.

A kadarkaértékesítés további nehézsége, hogy a száz éve még fő fajtának számító szőlő termőterülete a telepítések és a klónszelekció ellenére alig éri el a borvidék területének 5%-át.<sup>90</sup> Mások azonban éppen a kis mennyisége miatt nem tartják akkora problémának a kadarkából készült eltérő stílusú borokat. *„Azt gondolom, ez csak a borvidéken belül okozta zavart, mert 110 hektár van az egész borvidéken. Ennek a java belekerül a bikavérbe. Tehát, ha összeszámolnánk, hány palack készül belőle, akkor rájövünk, hogy sokkal nagyobb luft kreálunk belőle. Nekünk ez egy fontos téma, és mindenki meg akarja győzni a másikat a saját igazáról. [...] Milyen is a jó kadarka? Mindenkinél az a jó, amit el tud adni, meg ahová helyezi a hangsúlyt. Van, aki a testesebb, sötétebb bort kedveli, valaki meg a világosabb, fűszeresebb kadarkát kedveli. Attól is függ, milyen klónokat használ, újakat vagy P. 9-eseket.”*<sup>91</sup> *„Ha valakinek van pár hektár kadarkája, az olyat fog készíteni, amit az a szőlő ad, nem fogja kivágni.”*<sup>92</sup> Összességében a kadarka körüli anomáliák még nem értek nyugvópontonra. A kadarka preferenciájában a többség egyetért, csak a bor stílusában nem. A szőlő nagyszámú fajtaváltozatai miatt a kadarkát – pincészetük arculatába illeszkedő – stílusban készítik a borászatok. A két stílus borvidéki portfólióba történő beillesztése és kommunikációja azonban kihívást jelent a borász közösség tagjainak. A borok megítélése és a stílusok közelítése érdekében a céh tagjai havonta tartanak fajtakóstolókat, ahol megpróbálják behatárolni az egyes fajták – főleg a borhármas – jellemzőinek a határait, és megpróbálják kiszűrni a borvidék stílusába már nem illeszthető italokat.<sup>93</sup>

A borhármas másik tagja a kékfrankos. A szkeptikusok mellett a borászok többsége támogatja borvidéki jelenlétét. Ez abból is látszik, hogy az utóbbi évtizedek legnagyobb területen termesztett szőlőjévé vált.<sup>94</sup> Éppen ezért fontos megtalálni a helyét a borvidék termékpaletáján. A kékfrankos szőlője élénk savú, közepes testű, gyümölcsös és fűszeres bort ad. Mivel megbízhatóan terem és felhasználási lehetősége is széleskörű, a borászok többsége kedveli. Készülhet belőle rozé, siller, egy-egy rossz évjáratban pedig mindennapi fogyasztásra szánt könnyű, gyümölcsös bor. Mivel a fajta

<sup>87</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>88</sup> A Pécsi Szőlészeti és Borászati Kutatóintézet munkatársai újabb kadarka klónszelekciót végeztek 2001–2015 között. A kutatásban több borvidék (Villányi, Egri, Hajós-Bajai, Balatonboglári) részt vett. Szekszárdon a kísérletek az Eszterbauer, a Heimann, a Mészáros, a Takler Pincéknél és Trieber Géza termelőnél zajlottak. Munkájuk eredményeképpen öt új kadarka klón (P. 111, P. 122, P. 124, P. 131, P. 147) is felkerült a Nemzeti Fajtajegyzékre 2016-ban. KOZMA – WERNER 2015.

<sup>89</sup> Ilyen kísérlet volt a Pécsi Szőlészeti és Borászati Kutatóintézet és a Mészáros Pincészet együttes munkája, melynek végén két új fajtát vettek fel a Nemzeti Fajtajegyzékre Mészikadar (2012) és Virághegyi (2016) néven. Mindkettő fajta erősebb színű és magasabb tannintartalmú (testesebb) bort ad, mint a hagyományos kadarkák bora. Az előbbiből a Mészáros Pincészet önálló fajtabor is készített (St. Grál). A kettő közül a Szekszárdi borvidék szabályai szerint (2016–2017, 2018) csak a mészikadar kerülhet bele a bikavérbe. Mivel a fajtákról a borászok közössége dönt a hegyközségi szabályozás szerint, a többségnek nem megfelelő fajtát a termékleírásán keresztül korlátozzák.

<sup>90</sup> 2008-ban a kadarka (Kadarka, Kadarka P. 9 és Báborkadarka) termőterülete 5%, míg 2018-ban 5,2% volt a Szekszárdi borvidéken. Szekszárdi hegyközség adatsora. Szőlőfajták 2007–2018. Szeretnék köszönetet mondani a Szekszárdi Hegyközség hegybírójának, Kelemen Erikának, a hegyközség titkárnak, Szikszai Péternek a hegyközségi adatsorok lekérésében és összeállításában nyújtott segítségükért.

<sup>91</sup> Interjú KB2-vel.

<sup>92</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>93</sup> A borvidéki fajtakóstolókról és jelentőségükről a 4. fejezetben részletesen lesz szó.

<sup>94</sup> A kékfrankos termőterülete a Szekszárdi borvidéken 2008-ban 34%, míg 2018-ban 30,1% volt. Bár valamelyest csökkent a területe, így is jelentősen nagyobb maradt, mint a világfajtáké külön-külön. Szekszárdi hegyközség adatsora. Szőlőfajták 2007–2018.



jól közvetíti a dűlő-, a talaj- és a területi adottságokat, terméskorlátozás mellett – akár hordóval is megtámogatva – komoly fajtabor készíthető belőle.<sup>95</sup> A borászok egy csoportja ezért is emelte be a szekszárdi hármasságot. Támogatói szerint a kékfrankos a borvidék legfontosabb bora, amit „mindenképp a középpontba kell helyezni. [...] A borvidéken a kékfrankost kell olyan szintűre felhozni, hogy az például a burgerlandival szembeállítható példa legyen.”<sup>96</sup> „Egyedi kékfrankost tudna csinálni Szekszárd, de marketinget kéne hozzátenni. Igen, Szekszárdi Kékfrankos, a világon az utolsó faluban is halljanak róla, hogy Szekszárd Kékfrankosa.”<sup>97</sup> Nem mellesleg, „mivel a bikavérnek is ez az alapja, így egyértelmű, hogy foglalkozni kell vele.”<sup>98</sup> A kékfrankos borok stílusának a meghatározása nem okozott akkora problémát a cétagoknak, mint a kadarkáé. „A kékfrankos fajtajellegéről könnyen meg tudtak egyezni a borászok. A kékfrankosnál nincs akkora szórás, mint a kadarkánál, mert egységesebb maga a szőlőfajta, kevés klón van belőle. Ott inkább azzal adnak egyéniséget a pincészetek, hogy van, aki reduktívan készíti, és van, aki fahordó használatával növeli a másságát. Az is számít, milyen hordóba teszi bele az ember és mennyi időre. Fontos, hogy ki milyen érettségi fokban szedi le. Így lesz frissebb, gyümölcsösebb, vagy kissé tanninosabb. De ez csak a pince jellegzetességét adja meg, a fajtajelleg nem változtat.”<sup>99</sup>

A szekszárdi termékcsalád harmadik pillére, a bikavér egységes stílusának a megtalálása 30 évet vett igénybe. Az utolsó szabályozásnál<sup>100</sup> a kadarka részarányát lecsökkentették 5%-ra, míg az egységes fajtajellegű kékfrankost megemelték 45%-ra. „Most már a bikavérrel sincsen probléma. A bikavér is billegett egy kicsit, hogy gyümölcsösebb vagy egy kicsit hordósabb legyen. [...] Oly módon, hogy le van szabályozva, hogy 50% kékfrankos és kadarka megy bele, ez megadja a vázát. Itt már nem lehet akkora a szórás. Az egyéb fajták, a burgundi vagy a bordeaux-i fajták csak a fűszerességet, a pikánságát adják hozzá, meg egy kicsit több tannint. [...] Ez adja a bikavér különbözőségét, hogy melyik borász melyiket teszi bele, meg az érlelési idő, meg a hordó. Ez a pincészetek egyediségét adja. Ezzel a szabályozással szűkültek a »től-ig« határok.”<sup>101</sup> A napjainkban készített bikavérek többé-kevésbé hasonló stílust képviselnek, azaz borvidéki szinten megszületett a kompromisszum, ahol a termelők közösen döntöttek el, hogyan is képzelik el a szekszárdi bikavért.

A szekszárdi hármasság vagy a bordeaux-i fajták elsőbbségét szem előtt tartó két végpont között a szekszárdi borászok harmadik csoportját a középen elhelyezkedők alkotják. Tulajdonképpen ez a legnépesebb tábor.<sup>102</sup> Az ő termépalettájukon többféle borfajta és stílus keveredik. „Kell a bordeaux-i fajta. Nem vagyunk olyan erősek még Szekszárdon, hogy csak kékfrankos, kadarka és bikavér legyen. Ha kisebb pincészetben gondolkodnék, akkor is kellenének a bordeaux-i fajták. Főleg, ha valaki vendéglátást akar csinálni és bemutatókat akar tartani. Magyarországon nem fogadják el, hogy például bemutatsz három évjárat kékfrankost, meg három évjárat kadarkát és kész. Én azt mondom, kell fehér bor, rozé, standard vörös, prémium vörös.”<sup>103</sup> Egyrészt számukra a bordeaux-i fajtákból készített borok értékesítése szükséges gazdasági lépés, ami összefüggésben van szőlőterületük nagyságával. Bizonyos birtokméret felett mindenképp reagálni kell a piac igényeire, ami nyitott ezekre a borokra. Mellette azonban a kisebb, 10–30 hektáros birtokok portfóliójában is fontos szerep jut a világfajtáknak. „Sokan ezekből a boraikból élnek meg, vagy ezeket a boraikat tudják drágábban eladni.”<sup>104</sup> „Ha megkérdezem X-et, ő például a világfajtákból adja el a legtöbbet. Y és Z

<sup>95</sup> Interjú egy szekszárdi nagyborással. Innentől: NB6. Szekszárdi borvidék 2018; MÉSZÁROS 2014; BAGLYAS 2011, 24.

<sup>96</sup> Interjú BA-val.

<sup>97</sup> Interjú NB4-gyel.

<sup>98</sup> Interjú BA-val.

<sup>99</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>100</sup> Szekszárd termékleírás 2016–2017. A Bikavér törvényi szabályozásáról lásd FUKSZ 2020, 461–482.

<sup>101</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>102</sup> Azonban nem húzható éles határ sem a két végpont, sem a középen állók közé. Ez nem egy merev, átléphetetlen határ, sőt, egy-egy borászati egyéni portfóliójában változatos képet mutathat a borfajták stílusbeli megjelenése.

<sup>103</sup> Interjú NB3-mal.

<sup>104</sup> Interjú BA-val.

is a világfajtákból adja el a legtöbbet. Ha X-t és Y összerakom, a borvidéken értékesített palackok felét majdnem kiteszik ők ketten. De ha mellé veszem még Z-t is, akkor több az az oldal, aki nem a szekszárdi hármásból él meg.”<sup>105</sup> Valójában ezek a borászatok egy mérsékeltebb, a piac és saját gazdasági igényeiket szem előtt tartó stratégiát követnek. Vagy szakmai meggyőződésből, vagy piaci kényszerből, de nem kötelezték el magukat egyik oldal mellett sem. Ez lehetséges és szükséges is, hiszen a szekszárdi hármás és a világfajták borai egyszerre, egymás mellett léteznek a piacon. „A nemzetközi bortérképre fölkerülhetünk a kékfrankossal, bikavérrel, kadarkával, de nagyon jó merlot-ink vannak, amit meg kell mutatni.”<sup>106</sup> Tehát fajtáik között megtalálható a kékfrankos és a kadarka, mellettük azonban – változó arányban – a világfajták is. Gazdasági stratégiájuk fontos eleme, hogy a bordeaux-i fajták maradjanak meg a pincészetek és a borvidék portfóliójában. Elmondásuk szerint mindenkinek jelentős bevétele van a bordeaux-i borokból, még a szekszárdi hármás támogatóinak is, ráadásul a bikavérhez is szükség van rájuk. A világfajták gazdasági okokból történő fenntartása mellett azonban abban is egyetértenek a borászatok, hogy „hosszú távon a Szekszárdi borvidék identitását a hármasság által kell megteremteni a világpiacon.”<sup>107</sup> „Azt kell látni, hogy a kékfrankosra és a bikavérre építkezünk. Ez mellett XY sem engedi el a merlot-t és a cabernet-ét. Senki nem mondja neki, hogy ne csinálja, és ő maga sem mondja, hogy ez legyen a zászlósbor, mert csinálja mellette a »szekszárdi hármás« történetet ugyanúgy.”<sup>108</sup> „Itt egy félreértés van. Nem arról van szó, hogy ide a borvidékre nem kellenek a bordói fajták. A legtöbb bevétel nekem is ezekből van, tehát semmiképpen nem hagynék fel a termesztésükkel. Itt arról van szó, hogy a világpiacon jelenléthez a borvidék imázsát a hármassággal kell megerősíteni. Erre kell felépíteni a hírnevet és nem a bordói fajtákra.”<sup>109</sup>

A Szekszárdi borvidék két nagy vitatémája közül az egyik, a termesztett fajták prioritása nyugvópontra látszik jutni. A termelők többsége – egy-két kivétellel – egyetért a bikavér-kékfrankos-kadarka hármás nemzetközi hírű erősítésével, míg a bordói fajtákat kedveltségük, jó értékesítési lehetőségeik miatt mindenki megtartja a borászat portfóliójában.

A másik megoldandó probléma a kiválasztott borok stílusának az egységesítése. A kékfrankos és a bikavér esetében a vita többé kevésbé szintén megoldottnak látszik, a problémát a kadarka különbözősége okozza. Miért fontos az egységes stílus? A szakemberek véleménye szerint egy borvidék zászlósborainak – függetlenül a készítő pincészetektől – hasonló stílusban kell megjeleníteniük a nemzetközi borpiacon. Ez az eljárás megegyezik a nagy történelmi borvidékek (pl. Bordeaux, Burgundia) módszerével. „Például Burgundiában csak egy-két szőlőfajtát használnak, és ugyanazokat a klónokat. Náluk az egyféle szőlőfajta hasonló bort eredményez. Nem is nagyon tud belőle másik stílusú bort csinálni.”<sup>110</sup> „A boroknak hasonlónak kell lennie. A termék egysíkú, pont ez a lényeg. Erről szól a világ. Ha bemegyek egy McDonald'sba, akkor mindenhol a világon ugyanazt akarom enni. Például a szekszárdi bikavérek közül sem lehet az egyik ilyen, a másik meg olyan. Ha egy sommeliernak bevisznek egy bikavért és tetszik neki, utána ugyanazt kell kapnia. Ha később másik bikavért kap, és nem olyan jó, akkor nem fog neki többet kelleni. [...] Ahhoz, hogy a szekszárdi kékfrankost megvegyék, egyformának kell lennie. Az nem lehet, hogy az XY-éba beleszeretek, de ZW-jét utálom. Annak mi értelme a borvidék szempontjából? Semmi. Burgundiában sincs minden család jóban, de ha kibontok egy chablis-t, akkor az ugyanolyan jó, bárkitől is vettem. Azt kell megérteni, hogy mi borvidék legyünk jók, és aztán mindenkinek jól fog menni. Ha beleszeretnek egy borvidékbe, és mindenki tudja

<sup>105</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>106</sup> Interjú NB3-mal.

<sup>107</sup> Interjú NB5-tel.

<sup>108</sup> Interjú BA-val.

<sup>109</sup> Interjú NB1-gyel.

<sup>110</sup> Interjú MSZ-szel. Burgundiában a Chardonnay és a Pinot Noir szőlőfajták termesztését engedi meg a szabályozás. Mivel mindkét szőlőfajtának kevés számú klónja van forgalomban és használatban, a borok egyediségét a pincészetek sajátos – de szigorúan szabályozott – készítése technikával érik el. PUCKETTE – HAMMACK 2017, 212–213.

produkálni a sztenderdet, akkor mindenkitől fognak vásárolni. [...] A szekszárdi pincészetek nem egymás ellen versenyeznek hosszú távon, hanem Villánnal és Egerrel. Ezt kell megérteni.”<sup>111</sup> Tehát egy borvidék tekintetében az egységesedés azt jelenti, hogy hasonló minőségben, hasonló fajtajelleggel készülnek el a borok. Ezen belül a borászatok – az elkészítés során – adhatnak a bornak egyedi karaktert, de a végeredménynek akkor is illeszkednie kell a borfajta borvidéki fajtajellegébe, stílusába.

Két-három évtized telt el, mire a szekszárdi termelők megfogalmazták a Szekszárdi borvidék hosszú távú stratégiáját. A közép-európai régió történelmében fontos szerepet játszó szekszárdi borhármass kiválasztásával, a fajtajelleg, a stílus tisztázásával és nemzetközi kommunikációjával a termelők egy egyéni, különleges alternatívát kínáltak és kínálnak a fogyasztóknak napjaink globális borvilágában. Innentől kezdve a progresszív árutermelő borászatok marketingkommunikációs tevékenységének középpontjába ez a borhármass került, azaz a borvidék márkásítására, definiálására tudatosan használják e termékeket. A céh és a kft. által támogatott programok többsége – ahol a borászatok közösen vesznek részt a borvidék képviselésében – szintén ezt a célt szolgálja. „A lényeg, hogy a Szekszárdi borvidék bizonyos fajták kiemeléseinek meg tud-e mutatkozni, mint egy közösség, vagy nem. Az összes többi másodlagos kérdés.”<sup>112</sup> Éppen ezért az összefogás és az egyetértés megteremtése kulcskérdés a borvidék jövője szempontjából. Ha ez a tendencia tartós marad hosszú távon, akkor a szekszárdi borvidék fejlődése is abba az irányba mozdulhat el, amire az ismert, európai borvidékek példaként szolgálnak.<sup>113</sup>

#### 4. A SZEKSZÁRDI BORVIDÉK KFT. ÉS A SZEKSZÁRDI BORÁSZOK CÉHÉNEK RENDEZVÉNYEI

Az egyre nagyobb számú borturisztikai program konceptualizálása és megvalósítása komoly csapatmunkát, „együtt gondolkodást” igényel. A szekszárdi borászceh találkozási alkalmat adnak a különféle ötletek megvitatására, konkrét formába öntésére, míg a Borvidék Kft., mint gazdasági vállalkozás, megszervezi és lebonyolítja a rendezvényeket.

| Rendezvény  | Borvidék Kft.<br>önálló/társszervező | Helyszín                                       |
|---|--------------------------------------|--|
| <i>Borászbál</i> (Alisca Borrenddel közösen)  | 2008 óta                             | Szekszárd                                      |
| <i>Kékfrankos Toros</i> – február (március)   | 2018 óta                             | Szekszárd                                      |
| <i>Eger-Szekszárd Bikavér Párba</i> –<br>február (március)                            | 2013 óta                             | Budapest                                       |
| <i>Fukszli projekt</i> (bemutató) – tavasz–nyár                                       | 2012 óta                             | Budapest, Debrecen,<br>Debrecen, Szeged, Pécs  |
| <i>Kadarka Kerekasztal Konferencia</i> – április                                      | 2013 óta                             | Szekszárd, Baja,<br>Soltvadkert, Arad, Villány |
| <i>Aranyos Kóstoló</i> – április, Szekszárdi<br>Borvidéki Borverseny aranyérmes borai | 2009 óta                             | Szekszárd                                      |

<sup>111</sup> Interjú BA-val.

<sup>112</sup> Interjú BA-val.

<sup>113</sup> Európában a termelők számos borvidéken meghatározták kiemelt boraikat, amik szinte összeforrtak egy-egy terület nevével. Ilyen például a Piemonti borvidéken a barolo (TÓTH 2012), a Toszkánai borvidéken a chianti, Burgundiában a pinot noir, a chardonnay (MÉSZÁROS – SÁNTA 2011), Bordeaux-ban a cabernet fajták és a merlot (TÓTH 2009), vagy a spanyol Rioja és Ribera del Duero borvidékek tempranilloja (VIZI 2009).

| Rendezvény  | Borvidék Kft.<br>önálló/társszervező | Helyszín  |
|---|--------------------------------------|-----------|
| <i>Borok és borászok Szekszárdról – 2008. április–május</i><br><i>Szekszárdi kulcs a szívedhez – 2014. május</i><br><i>Szekszárd koccint Budapesttel – 2016. május</i><br><i>VinCE Budapest – 2016. március–április</i><br><i>Aranyos Szekszárd – 2019. április</i> | 2008 óta                             | Budapest  |
| <i>Bikavér Borongoló – április–május (június)</i>   | 2017 óta                             | Szekszárd |
| <i>Szekszárdi Bortavas – Food Truck Show – május</i>  | 2018 óta                             | Szekszárd |
| <i>Pütkösdi Nyitott Pincék – május–június (pütkösdi hétvége) Borút Egyesület 2007–2012</i>  | 2013 óta                             | Szekszárd |
| <i>Iván-völgy kadarka túra – június</i>   | 2011 óta                             | Szekszárd |
| <i>Szekszárdi Pörkölt és Bor ünnepe és Nyitott pincék – június (Szent László-nap)</i>   | 2016 óta                             | Szekszárd |
| <i>Budavári Borfesztivál – szeptember</i>   | 2003 óta                             | Budapest  |
| <i>Szekszárdi Szüreti Napok – szeptember</i>  | 2003 óta                             | Szekszárd |

1. táblázat. A Borvidék Kft. évente megrendezésre kerülő legfontosabb eseményei<sup>114</sup>

Mára a tagság bejárattott forgatókönyvvel rendelkezik, ami szinte hónapról hónapra iránymutatást ad az elvégzendő feladatok és a lehetséges programok listájáról (1. táblázat).

Az elmúlt évtizedben a Borvidék Kft. kommunikációjában kétféle tematika tükröződött. Egyrészt nagy hangsúlyt fektettek a borvidék és a borászatok megismertetésére (pl. Szüreti Napok, Aranyos Kóstoló<sup>115</sup> Szekszárdon és Budapesten, Fukszli projekt), másrészt kiemelt cél volt a szekszárdi borhármas köztudatba emelése (pl. Bikavér Párhaj, VinCE Budapest, Budavári Borfesztivál). Mindezt helyi és országos rendezvények megszervezésével, vagy ezekhez való csatlakozással érték el a kft. munkatársai. Utóbbi esetben főként Budapesten vagy az ország más nagyvárosaiban – egy tematika mentén kiválasztott borsorral – mutatkozik be a borvidék a kiállító pincészeteken keresztül. Mivel a borászatok együtt, a borvidék képviselőiben jelennek meg, ez magában hordozza az üzenetet, hogy eredményeiket, sikereiket az összefogásnak köszönhetik.

A kft. által szervezett programok – a résztvevők tekintetében is – heterogén képet mutatnak. A cég tagjai maguk döntenek arról, hogy a borászatok által kitalált programokban mely pincészetekkel dolgoznak együtt, vagy hogy a részvételt lehetővé teszik-e a borvidék minden termelője számára. Természetesen bizonyos borászok vagy borászcsoporthoz kizárása újabb elégedetlenséget, konfliktusokat generál, azonban általánosságban elmondható, hogy a programokon az árutermelő, céhtagsággal rendelkező borászatok – egy-két speciális esemény kivételével – mind részt vehetnek. A konfliktus így főként a céhtagság kritériumait teljesíteni nem tudó, a csoporton kívül maradó kisborászatok és a céhen belül lévő borászatok között eszkalálódik. Ezzel párhuzamosan előfordul az is, hogy a céhtagsággal rendelkező borászati tudatosan nem vesz részt egy közös projektben. Ennek hátterében szakmai és/vagy személyi konfliktusok is húzódnak.

A borvidéket érintő programok kategorizálását kétféle szempont figyelembevételével végeztem el. Mind a csoportosításnál, mind a projektek elemzésénél figyelembe vettem a résztvevők számát

<sup>114</sup> Interjúk és internetes megjelenés alapján készített táblázat. Szerzői szerkesztés.

<sup>115</sup> A Szekszárdi borvidéki borverseny aranyérmes borainak kóstolója Szekszárdon és Budapesten.



és a megvalósulás helyszínét is. A bemutatás során nem elemeztem minden programot. A leírásoknál azokat – az általam legfontosabbnak vélt – eseményeket emeltem ki, amelyek segítségével a céh és a kft. koncepcióját és a borvidéket jövőjét érintő legfontosabb elképzeléseket be tudom mutatni.

#### 4.1. Borvidék Kft. által rendezett borvidéki<sup>116</sup> és céhes, helyi programok

A Szekszárdon és a borvidéken belül megvalósuló programok előnye, hogy a helyben értékesítés nagyobb profitot termel, mint a közvetve történő eladás (áruház, borszaküzlet), vagy a más helyszínekre (pl. fesztivál) történő kitelepülés. *„A helyben eladást kell szorgalmazni. Az így eladott borok a szekszárdi borászok szerint a legjobb bevételt jelentik, mint például a Szüreti Napok rendezvénye. Itt nem kell elutazni. Ha például elmegy Győrbe, Szegedre vagy Debrecenbe, ott szállást, túlórát kell fizetnie az alkalmazottnak. A Szegedi borfesztivál több hetes. Annyi bort nem lehet elvinni, ott tárolni. Állandóan utána kell szállítani.”*<sup>117</sup> A helyben értékesítésnek egyéb előnyei is vannak. A jól felépített programok célja, hogy a borturista megismerje a Szekszárdi borvidék tájait, pincészeit és az ott dolgozó borászokat. A személyes találkozás során kialakuló kapcsolatok és a pozitív élmények megerősítik a vendégek lokális kötődését és a helyben fizetés mellett már az is előnynek számít, ha továbbadja a pince és a borvidék jó hírét. A szekszárdi borászatoknak – a borvidék adottságai miatt – másfajta koncepcióban kellett gondolkodniuk, mint villányi társaiknak. *„Ott van egy utca, és minden borászat ott van. Jön a turista, végigmegy az utcán és elmondja, hogy 25 borászatban jártam egy nap alatt. Nálunk ezt nem lehet megcsinálni.”*<sup>118</sup> A borvidéken meg kellett teremteni annak a lehetőségét, hogy a vendégek egy időben (egy alkalom, vagy egy-két nap alatt) több borászattal is találkozni tudjanak. Erre kitűnő lehetőséget nyújt a „nyitott pincék program”, amit évente többször (Pünkösöd, Szent László nap) is meghirdet a Borvidék Kft. (1. táblázat). A programhoz bármelyik borvidéki pincészet csatlakozhat, amelyik biztosítja az adott napokra szóló nyitvatartást. Bár a rendezvénysorozat országos kezdeményezésű, a szekszárdi borvidéken a kft. és a céh munkatársai végzik az esemény koordinálását.

Szintén az egész borvidéket érintő program a Szekszárdi Borvidéki Borverseny, ahol a borbírálatot, a versenyt és a hivatalos díjátadót a hegyközség szervezi meg. Azonban a győztes borok kóstolója és a hozzá kapcsolódó ünnepélyes, nyilvános rendezvény megszervezése már a Borvidék Kft. feladata.<sup>119</sup> Így válik a minőség borgasztronómiai eseménnyé, ami tovább növeli a borvidék jó hírét, bevételt termelve a borászatoknak és a szervezőnek is. Az Aranyos Kóstoló helyi népszerűsége adta az ötletet az esemény Budapesten történő megvalósításához (Aranyos Szekszárd), ami 2019 óta részét képezi a kft. éves programtervezetének.

Szintén a helyi termékek bemutatását és a helyben történő értékesítést segíti az utóbbi évek legjelentősebb kezdeményezése, a borvidéki túra koncepciójának több körben történő megvalósítása. 2011-ben szervezték meg először az Iván-völgyi kadarka túrát (4. kép), ami azóta tízéves jubileumát ünnepelte. A túra az Iván-völgyben és közvetlen környékén, azaz a város déli részén található öt borászat<sup>120</sup> összefogásával szerveződött meg.

Az előbbieken sikeren felbuzdulva, hasonló koncepció mentén indult el a város északi részén található hét borászat<sup>121</sup> részvételével a Bikavér Borongoló (5. kép), majd egy év múlva, 2018-ban az eddig kimaradt pincészetek közül hárman megszervezték a Kékfrankos Toros (6. kép) téli túrát. A

<sup>116</sup> A borvidék minden termelőjére kiterjedő.

<sup>117</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>118</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>119</sup> A hegyközségek a törvények szigorodásával már nem szervezhetnek profitorientált, boros rendezvényeket.

<sup>120</sup> 2018-ig ugyanaz az öt pince szervezte meg minden évben a programot a kft. segítségével. Németh János Pincészet, Tüske Pince, Sebestyén Pince, Heimann Családi Birtok és Fekete Borpince. Utóbbi borászatot 2019-től a Vida Családi Birtok váltotta fel a szervezők között.

<sup>121</sup> Az Eszterbauer, Merfelsz, Mészáros, Sárosdi, Schiebert, Prantner, Vesztergombi pincészetek kezdeményezésére indult el a Bikavér Borongoló programja 2018-ban.



4. kép. Az Iván-völgyi kadarka túra emblémája (2011)



5. kép. A Bikavér Borongoló emblémája (2017)



6. kép. A Kékfrankos Toros emblémája (2018)

februári időpont miatt csak olyan pincészetek<sup>122</sup> tudtak részt venni benne, akik meg tudták oldani a borturisták épületen belüli elhelyezését. Mindhárom program esetében a koncepció fontos része, hogy állomásonként egy-egy vendégpincét – a Kékfrankos Torosnál két-két pincét – fogadnak a tulajdonosok, így megnő a megismerhető borvidéki borászatok száma. Tehát a szervező pincék adottak, a „nyitottság” ebben az esetben a vendégpincéként történő csatlakozást jelenti. A túrák további lényeges eleme, hogy minden helyszínen egy ismert Tolna megyei vagy budapesti kézműves ételbár vagy foodtruck étkezde kínálatából választhatnak a vendégek, tehát a gasztronómiai élmény szintén részévé vált az eseménynek. Ráadásul a Bikavér Borongoló és az Iván-völgyi kadarka túra időpontja (április-június) lehetőséget ad a szabadban történő étkezésre, borkóstolásra is, ami fokozza az esemény hangulatát. A Kékfrankos Toroson – nevéből adódóan – disznóvágási ételek (hurka-kolbász, pecsenye, töltött káposzta) közül lehet választani, amit neves séfek készítenek el. A túra és a gasztróélmény csupán keretet teremt az események főszereplőjének: a bornak. A három program már nevében is tükrözi a borvidék legfontosabb koncepcióját, jelesen a három borfajta (kadarka, kékfrankos, bikavér) kiemelését. Mindegyik esemény borkínálatában az adott program nevében szereplő ital népszerűsítése a cél. A kóstolókon minden pincészet két-két borral jelenik meg, amiből az egyiknek kötelezően kadarkának, bikavérnek vagy kékfrankosnak kell lennie. A koncepció alapját az Iván-völgyi kadarka túránál dolgozták ki a részt vevő borászatok, ami mintaként szolgált a Bikavér Borongoló és a Kékfrankos Toros megrendezésénél is.

#### 4.2. Borvidék Kft. által rendezett céhes, helyi programok

A kft. és a céh zártkörű rendezvényei valójában azokat az összejöveleteket jelentik, ahol a borvidék jövőjét érintő szakmai tervek kidolgozásra kerülnek. Ezeknek a megbeszéléseknek az eredményeként született meg a konszenzus

a borhármas kiemeléséről és támogatásáról is. Együttműködésük másik legfontosabb eredménye a *Szekszárd palack* projekt megvalósítása volt (7–8. kép). Az üveg nyakán négyszer körbefutó *SZEKSZÁRD* felirattal és a város címerével ellátott, egyedi borospalack ötletét 2013-ban álmodta meg tíz pincészet.<sup>123</sup>

Az eredeti elképzelés szerint az üveget a kft. jelképe, a szarkofágos motívum díszítette volna. Mivel az ötlet technikai kivitelezése – reális áron – nem tudott megvalósulni, így a választás a város címerére (9. kép) esett, aminek használatát Szekszárd Város Önkormányzata engedélyezte. A projekt

<sup>122</sup> Bodri Birtok, Takler Borbirtok, Fritz Borház.

<sup>123</sup> A *Szekszárd* emblémás üveg létrehozására és használatára vonatkozó együttműködési megállapodást 2013 szeptemberében írta alá Eszterbauer János, a szekszárdi Borász Céh elnöke, Herrné Szabadi Judit, a Szekszárdi Borvidék Nonprofit Kft. ügyvezető igazgatója, Heimann Zoltán, a Szekszárdi Borvidék Hegyközségi Tanács elnöke, Kővári László, Szekszárd Város Önkormányzat Gazdasági és Pénzügyi Bizottság elnöke, valamint tíz borász (Bósz Adrián Borász, Eszterbauer Borász, Heimann Családi Borász, Héttényi Pince, Németh János Pincészet, Remete Bor, Sebestyén Pince, Takler Borbirtok, Vesztergombi Pince, Vida Családi Birtok).



7–8. kép. A szekszárdi palack *SZEKSZÁRD* felirattal és Szekszárd címerével

9. kép. Szekszárd város címere

tényleges megvalósulásához szükség volt még a Szekszárdi Borvidék Hegyközségi Tanácsácsának támogatására, valamint a Borvidék Kft. szervezői-koordinációs tevékenységére is.

A nemcsak gazdasági, de szimbolikus jelentőséggel is bír: a borvidék szereplőinek évek óta tartó közösségi munkáját jelképezi. A megállapodás szerint az üvegbe kizárólag a borvidék kiemelt borai, a bikavér, a kékfrankos és a kadarka tölthetőek, ezzel is erősítve a Szekszárd brand kiépülését. A minőség szempontjából komoly jelentőséggel bír, hogy egy szakemberekből álló bírálóbizottság vakkóstolás után dönt a palackba kerülés engedélyezéséről (lásd később). A palack használatával így vizuálisan is megkülönböztethetővé válnak a Szekszárdi borvidék kiemelt fajtaborai, másrészt az üveg garantálja a benne lévő termék minőségét, ami az egyik legfontosabb üzenet a fogyasztóknak.<sup>124</sup> Mivel egy borosüveg alakja sokat elárul a benne lévő ital stílusáról, a borászoknak már a palack kiválasztása előtt meg kellett állapodni a stílust illetően.<sup>125</sup> A szekszárdi borok eleganciáját, fűszeres, gyümölcsös jellegét hangsúlyozandó nem véletlenül esett a választás a burgundi palackra, pontosabban annak egy kissé módosított, magasabb, keskenyebb, elegánsabb formájára.<sup>126</sup>

A technológia fejlődésével párhuzamosan egyre több borászat tért át a dugós palackozás helyett a csavarzárás üvegek használatára.<sup>127</sup> Az igények kielégítése céljából 2019-ben megjelent a csavarzárás Szekszárd palack is.

Az üveg alakjában nem történt változás, azonban az átalakítás lehetőséget adott az új borvidéki logó használatára a szekszárdi címer helyett, aminek plasztikus megjelenítése nem ütközött technikai akadályokba (10–12. kép). Az üveg előállításához a Borvidék Kft. újabb szerződést kötött az olasz céggel. A szerződés értelmében a palack dugós változatán megmaradt a régi címer, míg a csavarzárás formációt az új borvidéki logóval készíti az üvegyár. Tulajdonképpen a régi üvegyomóforma addig használatban marad, amíg a mintázófej elkészítésének összegét a szerződésben foglalt éves palackmennyiség megvásárlásával nem törleszti a Borvidék Kft., továbbá ugyanez érvényes az új nyomóformára is. Ebből látszik, hogy a palack használata nemcsak lehetőség, hanem bizonyos szinten szükséges is, azaz a kft. és a borászközösség számára fontos, hogy minél többen részt vegyenek a projektben.<sup>128</sup>

<sup>124</sup> VINICZAI 2019.

<sup>125</sup> A világ legtöbb bortermelő országában a 0,75 literes palackok közül három típus terjedt el. Az elegáns, fűszeres vörösborokhoz a burgundi, a testesebb, tanninosabb italokhoz a bordói, míg a könnyed, édesebb fehérborokhoz a rajnai palackot választják általában a termelők. GERI 2021.

<sup>126</sup> JENEI 2014.

<sup>127</sup> A könnyed, gyümölcsös borok palackozásakor egyre többen választják a csavarzárás megoldást a parafa- vagy szintetikus dugó helyett. Kedvezőbb ára mellett a csavarzár használatával elkerülhetőek a dugóizből eredő borhibák, nyitása fogyasztóbarát megoldást kínál, szemben a dugóhúzó használatával, nem mellesleg a felbontott, csavarzárral védett borok tovább eltarthatóak a hűtőben. WINELOVERS 2018.

<sup>128</sup> Interjú NB1-gyel és NB2-vel.





10–12. kép. Szekszárd palack csavarzárás üvegei<sup>129</sup>

Saját palackot nem csak a Szekszárdi borvidéken használnak brand-építésre és az értékesítés növelésére. Először 2012-ben Mád<sup>130</sup> készült hasonló, egyedi borospalack, ami mára elfogadottá vált az egész Tokaji borvidéken (13–14. kép). Az üvegen a *TOKAJ* felirat segítségével a fogyasztó számára azonosíthatóvá válik a bor eredete.

Egerben 2019-ben kerültek saját tervezésű palackba a magas minőséget képviselő borok. A palack formáját egy 1930-as években, Egerben használt üveg ihlette, aminek az alakját napjaink technológiai elvárásaihoz igazították. A borok kiválasztása hasonló módon – bírálóbizottság segítségével és vakkóstolóval – történik, mint Szekszárdon, azzal a különbséggel, hogy kezdetben fehér- és vörösborok, fajtaborok és házasítások, valamint két kiemelt borvidéki márka, az egri csillag és az egri bikavér is beletölthetőek voltak.<sup>131</sup> A palackon az egri várvédők török elleni diadalának évszáma, 1552, valamint Eger neve (15–16. kép) tűnik fel, ami egyféle történelmi pátosszal, autentikus vonásokkal ruházza fel a terméket.

A palack megkétszerezésének egyik oka, hogy kitalálója, az Egri Bormarketing Műhely csak 2018-ban alakult meg.<sup>132</sup> Idővel a műhely tagjai tovább finomították a palack koncepcióját és 2022-től kizárólag egri bikavér tölthető bele. A superior és grand superior tételek automatikusan, míg a classicus tételek csak a vakkóstolás után kerülhetnek a palackba. Ezzel a lépéssel az egri termelők is a borvidék zászlósboraként számon tartott bikavér egyértelműbb kommunikálására törekedtek.<sup>133</sup>

Bár a borvidéki palack egy adott borász közösség sikertörténeteként, az összefogás eredményeként értékelhető, a körülötte zajló viták és a kompromisszumként meghozott döntések rámutatnak a tagok közötti ellentétekre is.<sup>134</sup> Szekszárdon a borászatok egy

<sup>129</sup> Fotók: Retkes Tamás. Köszönöm Retkes Tamásnak, a Wosinsky Mór Megyei Múzeum fotósának a segítségét a képek elkészítésében. A képek a fotós tulajdonában vannak.

<sup>130</sup> A Tokaji borvidéken 2012-ben debütált a száraz boroknak készült, 0,75 literes palack, a félliteres édes boroknak szánt üveg „nagy testvére”. A *TOKAJ* felirattal ellátott üveget Ipacs Géza tervezte, és kezdetben csak a Mád Hegyközség dűlőin termelt borokat lehetett beletenni. <https://madiborakademia.hu/hu/mad-eredet-megjeloles-feltetelei>. (Letöltés: 2022. 01. 30.) Később a palack használata elterjedt az egész borvidéken, majd az üveg formáját megtartva elkészült (2015) a 0,375 dl-es és magnum méretű tokaji üveg is. A kezdetben zöld színű palack üvegdugós, csavarzárás és parafadugós változatban is kapható, sőt megjelent fehér változata is 0,375 dl-es és félliteres kiserelésben. Interjú NB1-gyel és GERI 2021.

<sup>131</sup> DOMONKOS 2019.

<sup>132</sup> <https://www.egribormost.hu/egri-bormuhely/> (Letöltés: 2022. 01. 30.)

<sup>133</sup> <https://www.hnt.hu/egri-bikaver-egri-palackban/> (Letöltés: 2022. 01. 30.)

<sup>134</sup> A tokaji és az egri borvidék borászatainak saját borvidékük palackjához fűződő viszonyát és véleményét nem ismerem. Jelen dolgozatban csak a Szekszárdi borvidék borászatainak kifogásait, véleménykülönbségeit elemeztem. A problémák összetettsége miatt feltételezem, hogy más borvidékeken is jelentős vitákat váltott ki a palack megalkotása.





13–14. kép. A 75 cl-es, az 50 cl-es TOKAJ felirattal ellátott üvegek

része nem értett egyet a burgundi palackformával, sem a belekerülő bor stílusa, sem az üveg kinézete miatt. A burgundi típusú üvegek körülbelül 470–670 gramm súlyúak. A szekszárdi palackot 600 grammosra tervezték, de még így sem nyerte el mindenki tetszését. *„Azt mondták, hogy ebbe a minőségű üvegbe nem kérnek. Vastagabb falú, nehezebb üveget kértek a vásárlóink. [...] Mi nem teszünk bele [értsd: nincs benne a palackprojektben], mert a mi vevőink nem vennék meg a szekszárdi palackot. Nekik a szekszárdi palack nem megfelelő, nagyon drága, és más formájú, mint amilyen borokat mi csinálunk.”*<sup>135</sup> Azok a borászatok, akik testesebb, tanninosabb borokat készítenek (pl. kadarkából, bikavérből), a lehetőség ellenére sem használják a szekszárdi palackot. Gyakori kifogás volt a palack kinézete is. Volt olyan borász, amelyik egyedi üveget szeretett volna készíttetni, ahogy azt Tokajban tették. *„Az kell, hogy látványos legyen! Kell hozzá egy különleges, egyedi üveg, ahogy a tokajiak megcsinálták. Az nagyon jó, mert már messziről tudod, hogy az tokaji. [...] Mi meg nem hoztunk egyedi formát, hanem csak négyszer rátettük az apró feliratot és a címet. El sem lehet olvasni!”*<sup>136</sup> Természetesen az egyedi palack előállításának a költsége jóval magasabb lett volna a használatban lévő sztenderd formákkal szemben, amit végül leszavazott a szekszárdi borászok többsége. Hasonló okokkal magyarázható, hogy a felirat és a címer nem egy helyre, nagy felbontásban került rá a palack oldalára, hanem körkörös. Ennél a megoldásnál nem számít, hogy a borosüvegre kerülő címke hol helyezkedik el. Ellenkező esetben – az esztétikai hatás miatt –

<sup>135</sup> Interjú B1-gyel.

<sup>136</sup> Interjú NB3-mal. Tokajban egy borászati önállóan megfinanszírozta az egyedi, átlagostól eltérő TOKAJ palack tervezését, gyártását, így tulajdonképpen a borászatoknak, a későbbi használóknak nem volt beleszólása az üveg kinézetébe. Ezzel szemben a Szekszárdi borvidéken a gyártást elvállaló üvegyár megelőlegezte a költségeket (gyártófej előállítás), aminek összegét a – kft.-n keresztül – a projektben részt vevő borászatok a palackok vásárlásával törlesztik úgy, hogy a szerződésben rögzített, éves mennyiséget megrendelik. JENEI 2014.



15–16. kép. Az 1552 és EGER felirattal ellátott palackok



olyan palackozógépre lett volna szükség, ami automatikusan megfelelő állásba forgatja az üveget a címke felrakása előtt. Ennek egyéni, plusz költségét szintén nem vállalta a borászatok többsége.<sup>137</sup> *„Beruházás kéne, meg pénz. Ezt a franciáknál úgy csinálnák, hogy mindenki vesz pár millióért egy olyan palackozót, ami be tudja forgatni, és akkor fel lehetne azt az egy emblémát rakni, amitől látványos.”*<sup>138</sup> Többször szembesültem azzal a véleménnyel, hogy túl sok kompromisszumot kötöttek a palack megvalósulása érdekében. *„Maga az ötlet jó, csak tele van kompromisszumokkal.”*<sup>139</sup> *„A Szekszárdi Palack egy nem rossz palack, de nem tudod rá azt mondani, hogy ez egy egyedi palack, ez nem egy különleges palack. Ez egy kompromisszumokkal teletűzdelt palack. Mindenben kompromisszum kötött. [...] Amikor erről vitáztunk inkább szélsőségesen eltérő vélemények voltak és végül össze lett kombinálva.”*<sup>140</sup> A palackot elutasítók között vannak olyanok, akik egykor csatlakoztak az együttműködési megállapodáshoz, később mégsem éltek a használat lehetőségével. Volt, aki szerint borai értékesítése nem változott a palack használatával. Ebben az esetben a termelő végiggondolja, hogy valóban megéri-e kifizetni neki a szekszárdi palack magasabb árát.<sup>141</sup> Volt, aki bordói stílusú borait nem szerette volna burgundi formájú üvegbe tölteni,<sup>142</sup> és előfordult olyan eset is, hogy a vakkóstolás során nem került be egy-egy jelentkező bora.<sup>143</sup> Utóbbi esetben a bírálat miatt felszínre

<sup>137</sup> Interjú KB5-tel.

<sup>138</sup> Interjú NB3-mal.

<sup>139</sup> Interjú NB3-mal.

<sup>140</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>141</sup> Interjú KB1-gyel.

<sup>142</sup> Interjú B1-gyel.

<sup>143</sup> Interjú NB2-vel.

kerülő vélt vagy valós sérelmek tovább mélyítették a céhtagok közötti személyes konfliktusokat. Ennek hatására előfordult, hogy egy-egy borászat többet nem vett részt a palackprojektben.<sup>144</sup>

Szintén kényes kérdés volt a kóstolást lebonyolító tagok kiválasztása és a kóstolóbizottság felállítása, bár ezen a téren már megfelelő tapasztalattal rendelkezett a Borászok Céhe. A 2012 óta megrendezésre kerülő Fukszli projektre, és a 2013 óta megtartott Eger-Szekszárd Bikavér Párbajra történő kiválasztás alkalmat nyújtott a bírálói rendszer tökéletesítésére, amibe a vakkóstolós módszer és a zsűri felállításának kérdése is beletartozott. Természetesen az egyes rendezvények kóstolóbizottságának megszervezésekor egyedi szempontokat is figyelembe kell venni, de a céhen belül megalkotott szabályokat, irányelveket minden olyan eseményen alkalmazni tudják, ahol több borászat együtt képviseli a borvidéket. Ez igaz a szekszárdi palackba kerülő borok kiválasztása esetében is. Általános szempont, hogy csak olyan zsűritag kerülhet a bizottságba, aki maga is részt vesz az adott projektben, jelen esetben cége használja a szekszárdi palackot. A kóstolás előtt úgy állítják össze a bizottság tagjait, hogy egy borászattól csak egy ember ülhet a zsűriben, ezzel is csökkentve az esetleges előnyszerzés lehetőségét.<sup>145</sup> A vakkóstolás során minimum 66% támogatottságot el kell érnie a beadott tételnek, hogy a bor a szekszárdi palackba kerülhessen.<sup>146</sup>

Palackkóstolókat – szükség szerint – évente több alkalommal<sup>147</sup> rendez a Borvidék Kft. Statisztikájuk szerint növekedett a használók és a palackba töltött borok száma az elmúlt években. Az adatokból az is kiolvasható, hogy a leadott bormintáknak körülbelül a 75–80%-a átmegy az értékelésen, tehát megfelel a borászközösség által megfogalmazott és elvárt minőségi követelményeknek.<sup>148</sup> A kóstolás során „a palackba kerülésnek három alapszabálya van. Egy, a tételnek hibátlanak kell lennie, tehát technológiailag nem lehet borhibás. Kettő, tükröznie kell a fajtajelleget, és három, a bor jelenítse meg a termőhely karakterét.”<sup>149</sup> „Ez azért elég széles lehetőséget ad a borstílus kialakítására. Gyakorlatilag, amit túlzásnak tekintenek borászok a két szélső oldalon, azt már nem engedik bele. [...] Például, ha túl fás, akkor már nem engedik, vagy ha túl zöld íze van, akkor sem engedik beletenni a palackba, tehát vannak szélső értékek, amiket eleve kizárnak.”<sup>150</sup>

Mivel a palackprojekt a Borászok Céhének a szellemi terméke, az üveg használatára kizárólag a céhtagoknak van lehetősége. „Ez nem egy közös szekszárdi borvidéki dolog, hanem a szekszárdi Borászok Céhének a találmánya, tehát eleve a szekszárdi palackba csak az kerülhet be, aki a céh tagja is egyben. Ezért leszabályoztuk azt is, hogy a palackot honnan lehet beszerezni, mert a gyár csak a borászati kft-től fogad el megrendelést. Önállóan senki nem tud ilyen palackot venni. A tagoknak viszont szintén végig kell menni az előkóstoláson, így védjük a minőséget is.”<sup>151</sup>

A palack használata így kettős kényszerpályán mozog. Egyrészt számolni kell az üveggyár elvárásával, ami az éves palackmennyiség megvásárlására vonatkozik. Mivel csak a céh tagjai használhatják az egyedi palackot, közöttük kell megtalálni a potenciális vásárlókat. Másrészt a közösség által elfogadott szabályokat is be kell tartatni a minőségbiztosítás érdekében, hogy ne sérüljön az a „kép”, amit boraikkal közvetíteni szeretnének a borvidék termelői.

<sup>144</sup> Interjú KB1-gyel, NB1-gyel, NB2-vel és NB6-tal.

<sup>145</sup> A palackprojekt első évében a megállapodást aláíró alapítók közül kilenc tagú kóstolóbizottság látta el a bírálói feladatokat. A következő évtől 17 tagból álló bizottságot neveztek ki, akik közül kezdetben hét, majd kilenc személynek mindig jelen kellett lennie a bírálat során. 2019-ben újabb szakemberekkel bővült a bizottság, így 25-re emelkedett a közülük választható zsűritagok száma.

<sup>146</sup> Interjú KB1-gyel, MSZ-szel, NB1-gyel, NB2-vel, NB3-mal. Vitás helyzetek esetén a bizottság visszakérheti újrakóstolásra bármelyik tételt, és jegyzőkönyvben rögzítik az eset okát, eredményét.

<sup>147</sup> 2018–2019-ben kilenc, 2020-ban nyolc alkalommal ült össze a bizottság. Általában havonta egy kóstolót tartanak, alkalmanként pedig minimum hat bornak kell összejönnie. Ha ennél kevesebb a beadott tételek száma, akkor vásárlással kipótolják a borokat, és a vásárolt minta is bekerül a minősítendő tételek közé. Erre azért van szükség, mert körülbelül hat tétel szükséges ahhoz, hogy a névtelenség (vakkóstolás elve) biztosított maradjon. Interjú MSZ-szel, NB1-gyel és NB2-vel.

<sup>148</sup> 2015-ben 14 pincészet 27 bora, 2019-ben 20 pincészet 45 bora, míg 2020-ban 17 pincészet 48 bora került Szekszárdi palackba. A kimutatások szerint a legtöbb palack kékfrankosból, valamivel kevesebb a bikavérből és a legkevesebb a kadarkából került forgalomba. VINICZAI 2019.

<sup>149</sup> Interjú NB1-gyel.

<sup>150</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>151</sup> Interjú MSZ-szel.

A zártkörű céltalálkozók a borvidék árutermelőinek legfontosabb kommunikációs fórumai is egyben. A borvidék jövőjét és a közösség munkáját érintő megbeszélések közben a termelők megpróbálják megismerni és egymáshoz közelíteni sajátos álláspontjaikat. Erre a legjobb alkalmak az évente hétszer megrendezésre kerülő fajtakóstolók, amikor a részt vevő borászatok bemutatják elkészített, piacra szánt boraikat. A zártkörű, kollegiális hangulatú kóstolóknak nincs különösebb „tétje”, legfőbb céljuk egymás borainak megismerése, és a kritikákon keresztül történő ízlés- és stílusvilág alakítása. Egy-egy kóstoló alkalmával a borászatok azonos fajtaborokat hoznak, amit jelen lévő társaik (mind céhtagok) bírálnak el. Évek óta meghatározott rendszere van a borok kóstolási helyszínének (2. táblázat), aminek a gyakorlata az elmúlt tíz évben alakult ki. Kivételt képez ez alól a Márton-napi, ünnepi, évváró céhülés és az azt követő vacsora, amit minden évben – lehetőség szerint – más helyszínen rendeznek meg.

|          |                         |                            |
|----------|-------------------------|----------------------------|
| Január   | Fritz Borház            | Rozé                       |
| Február  | Takler Birtok           | Bikavér                    |
| Március  | Mészáros Borház         | Kadarka                    |
| Április  | Eszterbauer Borászat    | Cabernet                   |
| Május    | Heimann Családi Birtok  | Pinot Noir és Merlot       |
| Május    | Bodri Birtok            | Kékfrankos                 |
| Június   | Schieber Borászat       | Nagy Cuvée                 |
| November | Évente változó helyszín | Márton-napi ünnepi céhülés |

2. táblázat. Éves fajtakóstolók (2018–2021)<sup>152</sup>

A fajtakóstolók és a céhes összejövetelek egy része „továbbképzésként” is funkcionál. Évente egy-két alkalommal valamelyik nemzetközi hírű borszakértő,<sup>153</sup> vagy egy ismert borászati-vegyszeti szakember előadással (pl. borhibák megállapítása) egybekötött kóstolót tart a borászoknak, ami szakmai tudásukat, nemzetközi ismereteiket bővíti. A Borvidék Kft. több évet együtt dolgozott Mészáros Gabriellával, majd a Wineglass Communication munkatársával, Tóth Adriennel. Az utóbbi években több kóstolóra és előadásra pedig Fiáth Attilát kérték fel közreműködőnek. A programok megszervezését minden esetben a kft. végzi el, de a részt vevő borászatok – arányosan – hozzájárulást fizetnek a költségekhez. Általános szokás, hogy míg a fajtakóstolók zártakörűek, és csak a céhtagok kapnak meghívást, addig a továbbképzésekre bármelyik borvidéki termelő bejelentkezhet.<sup>154</sup>

### 4.3. Országos hatókörű borvidéki és céhes programok

A Borvidék Kft. a borhármás promotálása céljából számtalan programot szervezett az elmúlt években, amik ösztönzőleg hatottak a palack használatára is. Mára a borvidéken megrendezett, helyi programok mellett országos szintű eseményekbe is bekapcsolódtak szekszárdi borászatok. A *Borok és borászok Szekszárdról* elnevezésű (1. táblázat) 2008–2014 között a Károlyi-palotában<sup>155</sup> megtartott rendezvényen a borvidék termelői még bármilyen fajtájú borral megjelenhettek. 2016-tól a VinCE Budapest Wine Show-n a közösen bérelt három standon kizárólag kadarka, kékfrankos és bikavér borokkal jelenhettek meg a borászatok. Hasonló koncepció mentén szervezték meg 2016

<sup>152</sup> Interjú KT1-gyel, MSZ-szel, NB1-gyel, NB2-vel és NB3-mal. Szerzői szerkesztés.

<sup>153</sup> Borszakértőket a közös, borvidéket érintő rendezvények előtti bírálatok során is fel szokott kérni a Borászok Céhe. Interjú BA-val, KB1-gyel, KB2-vel, MSZ-szel, NB1-gyel, NB2-vel, NB3-mal.

<sup>154</sup> Interjú BA-val, KB1-gyel, KB2-vel, KB3-mal, MSZ-szel, NB1-gyel, NB2-vel, NB3-mal és NB5-tel.

<sup>155</sup> 2014-ig változatlan helyszínnel, azonos névvel tartották meg a rendezvényt, majd 2015–2016-ban már a Corinthia Hotelben, új címmel – *Szekszárdi – kulcs a szívedhez* – rendezték meg a borkóstolót.



után a szekszárdi borkóstolókat a KIOSK Budapest Bárban,<sup>156</sup> ahol a részt vevő borászatok a szekszárdi borhármásból kettőt, míg egyéb boraikból egy tételt mutathattak be. Az Eger-Szekszárd Bikavér Párbaj<sup>157</sup> résztvevői csak a két borvidékről és kizárólag bikavér borokkal nevezhetnek be a közös eseményre.

Az elmúlt években a céh és a kft. mindent megtett azért, hogy programjaikon keresztül a Szekszárdi borvidék három kiemelt bora országosan ismertté váljon. Mivel a borászok egy része – eltérő okokból – a borhármás palackozására nem a szekszárdi palackot használja, a rendezvények központjába nem a palack, hanem a borok kerültek. Így több kóstoló esetében (előző programok) csak a kiállítható borfajtákat határozták meg, de a szekszárdi palack használatát nem tették kötelezővé. Így – elviekben – bármelyik borvidéki borászatnak lehetősége van a részvételre, ha az előkóstolón beszavazzák a borát. *„A Bikavér Párbajra pedig bárki mehet. Nem kell hozzá sem céhtagnak lennie, sem szekszárdi palackot használnia. Ha valaki bead egy bikavért, leminősítik, és ha jó, az mehet a párbajra.”*<sup>158</sup> Ezzel szemben van olyan rendezvény, például a 2019-ben elinduló *Szekszárd palackban* program, ami a nevében hordozza a kóstoló lényegét. Itt csak a palackprojektben részt vevő borászatok – azaz csak céhtagok – mutatkozhatnak be. Tehát a programok között különbséget lehet tenni abban a tekintetben is, hogy kik jelentkezhettek rá. Megjegyzendő azonban, hogy a gyakorlatban a kistermelők a magas bérleti díjak miatt<sup>159</sup> nem képviseltetik magukat a számukra is „nyitott”, országos rendezvényeken. Mivel ezek a kóstolók nem az eladásról, hanem a borászat és a borvidék bemutatásáról szólnak, számukra ez a befektetés nem térül meg. Az országos hatókörű kóstolók rendezvényeire főleg azok a borászatok jelentkeznek, akik nem helyi és regionális eladási körzetben, hanem országos piacon gondolkodnak.

A Szekszárdi borvidék legnagyobb jelentőségű, országos rendezvénye a Szekszárdi Szüreti Napok. A program nemcsak a borvidék, hanem a turizmus és a vendéglátás szempontjából is az egyik legtöbb bevételt hozó programsorozatnak számít. Kiemelt rendezvény lévén, a helyi szervezetek mellett Szekszárd Város Önkormányzata szintén részt vesz a szervezésében. A boros programok kidolgozásáért, a borudvar megszervezéséért a Borvidék Kft. a felelős. *„2005-ben volt egy koncepcióváltás. A neve innentől Szekszárdi Szüreti Napok lett, és nem fesztivál. A koncepció az volt, hogy a Művelődési Ház csinálja a kulturális rendezvényeket, a Borvidék Kft. pedig a borudvart és minden egyéb boros rendezvényt.”*<sup>160</sup> 2006-tól kezdve csak a Szekszárdi borvidékről származó, palackos bort lehetett árulni a Szüreti Napokon. *„Mennyit bombáztak minket a többi borvidékről, hogy jönnének ide kiállítani. [...] Az ország fesztiváljainak a többsége olyan, hogy az ország bármely részéről jöhetnek. Nálunk nem, mert a szekszárdi borászok döntése értelmében itt csak a szekszárdi pincészetek állíthatnak ki. Olyan sok szekszárdi van, hogy megtöltik a standokat.”*<sup>161</sup> A szekszárdi kiállítók mellé a kft. és a céh állandó jelleggel meghívja a Tolnai borvidék négy pincészetét is.<sup>162</sup> Ennek a gesztusnak gyakorlati okai vannak. A Szekszárdi borvidék termelői főként vörösbort, kevés rozét és még kevesebb fehérbort készítenek. Bár ez a tendencia megváltozott az utóbbi években, a fehérborairól ismert Tolnai borvidék termékei változatosabbá tették/teszik a Szüreti Napok kínálatát. A Szüreti Napok lényegében egy, a város által támogatott közösségi rendezvény, ahol a bor, a gasztronómia és változó arányban a populáris és népművészeti jellegű kulturális tartalmak állnak a középpontban. Mivel a város mindig a Borvidék Kft.-t bízta meg a programok egy részének a megszervezésével –

<sup>156</sup> Az első borgasztronómiai programot 2016 májusában rendezte meg a kft. a KIOSK Budapest Bárral közösen.

<sup>157</sup> A Bikavér Párbaj részletes elemzését lásd FUKSZ 2020, 482–484.

<sup>158</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>159</sup> A borkóstolókon magas bérleti díjat kell fizetniük a részt vevő borászatoknak. Költségként merül fel a rendezést elvállaló szervezet díja, a szolgáltatások (asztalok, poharak, személyzet, borok hűtése) és a helyszín bérlése. A költségek csökkentése érdekében egy-egy borvidék közösen bérl az asztalokat, pavilonokat, melynek összegét a kiállító borászatok felosztják maguk között.

<sup>160</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>161</sup> Interjú MSZ-szel.

<sup>162</sup> A Danubiana (Bonyhád) és a Tüzkő Birtok (Mórág) minden évben a kiállítók között van, mint a Tolnai borvidék két legnagyobb borászata. Mellettük két, kisebb pincészet is megjelenhet a Tolnai borvidék képviselőjében.

ahol egyébként maga az önkormányzat is társtulajdonos –, a kft. szabadon dönthet a résztvevők és a boros programok tekintetében. Az adott év tematikáját (pl. borszeminárium, különleges vendég meghívása) mindig a céhhel közösen készítik el. Valójában a Szüreti Napokon kiállító szekszárdi pincészetek reprezentálják azt az árutermelő borászréteget, akik tagjai a céhnek és kevés kivétellel a kft.-nek is.<sup>163</sup> A kiállítók tekintetében majdnem ugyanaz a helyzet, mint a többi, országos hatókörű rendezvények esetében. Mivel a Szüreti Napokon nemcsak a kóstoltatás, hanem a borértékesítés is lehetséges, ráadásul helyi rendezvényről van szó, a kis pincészetek közül többen is képviseltetik magukat a nagyobb borászatok mellett. Ennek ellenére a magas bérleti díjak elriaszthatják a kevésbé ismert családi pincészeteket. A távolmaradás másik oka, hogy a Szüreti Napokon – „*a rendezvény minőségének és színvonalának a megtartása miatt*”,<sup>164</sup> – csak palackos borral lehet megjelenni, így a folyóbort értékesítők elméletileg is ki vannak zárva az eseményből.

## 5. ÖSSZEFOGLALÁS

Az elmúlt másfél évtizedben példaértékű (gazdasági-stratégiai) összefogás bontakozott ki a szekszárdi borásztársadalmon belül. Idővel a változást felgyorsítani szándékozó borászatok hivatalos gazdasági szervezetté formáltak a közösségüket Borvidék Kft. néven. A kft elnyerte Szekszárd város támogatását, ugyanis az önkormányzat is tulajdonos a szervezetben. Ezzel a lépéssel a borászok szerencsésen megerősítették pozíciójukat a térség gazdasági rendszerében. A szakmai együttműködés érdekében újabb szervezetet hoztak létre Borászok Céhe néven, ami az elmúlt években – munkájuknak köszönhetően – országos hírű szakmai tekintélyre tett szert. Valójában mindkét szervezet egy alulról építkező, önálló társaság, ami tagjai egyetértésével irányítja a Szekszárdi borvidék fejlődési irányát és biztosítja a projektek pénzügyi hátterét. Munkájuk annak ellenére sikeres, hogy közvetlenül nem részei a szőlő- és borágazat hivatalos, állami rendszerének. Eredményességüket azonban befolyásolja a helyi szervekhez való viszonyuk. A hegyközséggel, mint az állam helyi, hivatalos képviselőjével, jól működő kapcsolatot építettek ki. Az aktuális konfliktusok tehát nem a formális és informális rendszerek között termelődnek, hanem a két borvidéki szervezet csoportjainak belső nézeteltéréseiből, illetve a szervezetből kimaradók elégedetlenségéből fakadnak, amiket időnként a formális rendszeren keresztül, a jog segítségével oldanak meg.

A belső feszültségek ellenére az összefogás következtében elért szekszárdi sikerek több másik borvidéken is a belső kommunikáció javítására ösztönözték a borászokat (pl. Egri Borműhely megszületése, egyedi palack), míg más borvidékek sikeres ötletei megjelentek a szekszárdi borászok kommunikációjában is (pl. borhármás kiemelése). Végző soron tehát az összefogás, a belső párbeszéd oda-visszaható folyamatként működik, ami ösztönzőleg hat a borvidékek fejlődésére.

<sup>163</sup> 2010 után 30 felettire ugrott a kiállító szekszárdi borászatok száma. 2017-ben 44 kiállító volt, akik közül 38-an a Szekszárdi, négyen a Tolnai borvidékről érkeztek. A borudvar két végén két Tolna megyei pálinkaház (Brill Pálinka és Savanya Pálinka) foglalt helyet. Ők ketten szintén a Szüreti Napok résztvevői már több mint másfél évtizede.

<sup>164</sup> Interjú NB1-gyel.

## IRODALOMJEGYZÉK

- BAGLYAS 2011 BAGLYAS Ferenc, *A Kadarka szőlőfajta termesztése számokban*. Kertgazdaság 3 (2011) 2. sz. 22–32.
- DOMONKOS 2019 DOMONKOS Erika, *Egyforma palackba töltik a minőségi egri borokat*. Napi.hu 2019. 07. 04. <https://www.napi.hu/magyar-vallalatok/egri-borvidek-palack-uveg.685488.html> (Letöltés: 2020. 10. 15.)
- FUKSZ 2020 FUKSZ Márta, *A bikavér múltja és jelene (A bikavér, a kadarka és a kékfrankos szerepe a Szekszárdi borvidéken)*. WMMÉ XLII (2020) 461–493.
- GERI 2021 GERI Ádám, *Legkisebbtől a legnagyobbig, tokajitól az egriig*. Magyar Bor 2021. 06. 30. <https://bor.hu/magazin/legkisebbtol-a-legnagyobbig-a-tokajitol-az-egriig> (Letöltés: 2020. 10. 15.)
- GYŐRFFY 2020 GYŐRFFY Zoltán, *Kékfrankosban, kadarkában Szekszárd. Interjú: ifj. Heimann Zoltán*. Pécsi Borozó 2020. 04. 30. <http://www.pecsiborozo.hu/blog/kekfrankosban-kadarkaban-szekszard?calendarMonth=2021-02> (Letöltés: 2021. 01. 02.)
- JENEI 2014 JENEI Balázs, *Bemutatták a Szekszárd-palackot! Interjú Heimann Zoltánnal*. Mandiner 2014. 09. 19. [https://bor.mandiner.hu/cikk/20140919\\_bemutattak\\_a\\_szekszard\\_palackot\\_interju\\_heimann\\_zoltannal](https://bor.mandiner.hu/cikk/20140919_bemutattak_a_szekszard_palackot_interju_heimann_zoltannal) (Letöltés: 2020. 10. 15.)
- KOVÁCS 1998 KOVÁCS András István, *Borkultúra. Interjú Vesztergombi Ferencsel, Dúzsi Tamással, Takler Ferencsel és Vida Péterrel*. Világgazdaság 1998. nov. 25. (XXX. évf. 227. sz.) 10.
- KOZMA – WERNER 2015 KOZMA Pál – WERNER János, *Kadarka klónszelekció a Pannon borrégióban*. <https://docplayer.hu/7734203-Kadarka-klonszelekcio-a-pannon-borregioban.html> (Letöltés: 2021. 03. 15.)
- MÉSZÁROS 2014 MÉSZÁROS Gabriella, *Szekszárdi borkalauz*. 2014. <http://szekszardiborut.hu/oldal/38/szekszardi+borkalauz.html> (Letöltés: 2015. 07. 20.)
- MÉSZÁROS – SÁNTA 2011 MÉSZÁROS Gabriella – SÁNTA Zoltán, *Bortankönyv I. A világ borai*. Budapest 2011.
- PUCKETTE –HAMMACK 2017 PUCKETTE, Madeline – HAMMACK, Justin, *Wine Folly. A bor nagykönyve*. Budapest 2017.
- SZABÓ 2019a SZABÓ Berni, *Hiszek a világfajtákban*. Palackbuké 2019. 01. 05. <http://palackbuke.hu/hiszek-a-vilagfajtakban/> (Letöltés: 2020. 02. 05.)
- SZABÓ 2019b SZABÓ Edit, *Néha fel kell kavarni az állóvizet*. Borsmenta 2019. 05. 18. <https://www.borsmenta.hu/beszelgetunk/nehafelkellkavarniazallovizet> (Letöltés: 2020. 02. 05.)
- SZABÓ 2022 SZABÓ Edit, *Igyekszem beleadni apait-anyait – Beszélgetés Sebestyén Csillával*. Magyar bor 2022. 01. 28. <https://bor.hu/magazin/igyekszem-beleadni-apait-anyait-beszelgetes-sebestyen-csillaval> (Letöltés: 2022. 01. 29.)
- Szekszárd termékleírás 2016–2017 *Szekszárd oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása. A 2016–2017-es évvjáratokban alkalmazandó dokumentum*. <https://boraszat.kormany.hu/szekszard> (Letöltés: 2019. 10. 15.)

|   |   |
|---|---|
| Szekszárd termékleírás 2018                           | <i>Szekszárd oltalom alatt álló eredetmegjelölés termékleírása. A 2018-as évjárártól alkalmazandó dokumentum.</i> <a href="https://boraszat.kormany.hu/szekszard">https://boraszat.kormany.hu/szekszard</a> (Letöltés: 2019. 10. 15.)   |
| Szekszárdi borvidék 2018                              | <i>A szekszárdi kékfrankos.</i> 2018. <a href="https://szekszardibor.com/szekszardi-kekfrankos/">https://szekszardibor.com/szekszardi-kekfrankos/</a> (Letöltés: 2021. 03. 05.)   |
| Szekszárdi hegyközség adatsora. Szőlőfajták 2007–2018 | <i>Szekszárdi hegyközség adatsora. Szőlőfajták. 2007–2018.</i> Szerk. Szikszai Péter 2020. Szerzői tulajdon.  |
| TOTTH – SZOLNOKI 2019                                 | TOTTH Gedeon – SZOLNOKI Gergely, <i>A magyarországi borfogyasztói szokások és a borpiac elemzése.</i> <i>Gazdálkodás</i> 63 (2019) 1. sz. 22–39.  |
| TÓTH 2009   | TÓTH Adrienn, <i>Bevezető Bordeaux logikájának megértéséhez.</i> <i>Vinoport</i> 2009. 09. 01. <a href="https://vinoport.hu/aktualis/bevezeto-bordeaux-logikajanak-megertesehez/711">https://vinoport.hu/aktualis/bevezeto-bordeaux-logikajanak-megertesehez/711</a> (Letöltés: 2022. 04. 02.)          |
| TÓTH 2012   | TÓTH Adrienn, <i>Tíz tudnivaló a Barolóról.</i> <i>Vinoport</i> 2012. 10. 03. <a href="https://vinoport.hu/eleterzes/tiz-tudnivalo-a-barolorol/17099">https://vinoport.hu/eleterzes/tiz-tudnivalo-a-barolorol/17099</a> (Letöltés: 2022. 04. 02.)   |
| TÓTH 2013   | TÓTH Adrienn, <i>Egységes szekszárdi palack. Kadarka, kékfrankos és bikavér kerülhet bele.</i> <i>Vinoport</i> 2013. 11. 06. <a href="https://vinoport.hu/aktualis/egyseges-szekszardi-palack/2048">https://vinoport.hu/aktualis/egyseges-szekszardi-palack/2048</a> (Letöltés: 2020. 10. 15.)          |
| VINICZAI 2019   | VINICZAI Sándor, <i>Szekszárdi bor Szekszárdi Palackban.</i> <i>Magyar Mezőgazdaság</i> 2019. 10. 09. <a href="https://magyarmezogazdasag.hu/2019/10/09/szekszardi-bor-szekszardi-palackban">https://magyarmezogazdasag.hu/2019/10/09/szekszardi-bor-szekszardi-palackban</a> (Letöltés: 2020. 10. 15.) |
| VIZI 2009   | VIZI Csenge, <i>Spanyolország gyöngyszeme itthon is? A tempranillóról.</i> <i>Vinoport</i> 2009. 12. 03. <a href="https://vinoport.hu/eleterzes/spanyolorszag-gyongyszeme-itthon-is/759">https://vinoport.hu/eleterzes/spanyolorszag-gyongyszeme-itthon-is/759</a> (Letöltés: 2022. 04. 02.)            |
| WINELOVERS 2018                                       | WINELOVERS, <i>Ne félj a csavarzártól! Nem csak akkor jó a bor, ha parafadugós.</i> <i>Winelovers</i> 2018. 04. 25. <a href="https://winelovers.blog.hu/2018/04/25/ne_felj_a_csavarzartol">https://winelovers.blog.hu/2018/04/25/ne_felj_a_csavarzartol</a> (Letöltés: 2022. 02. 10.)                   |

## TÖRVÉNYEK

|                  |   |
|------------------|---|
| 2011. CLXXV. tv. | 2011. évi CLXXV. törvény az egyesülési jogról, a közhasznú jogállásról, valamint a civil szervezetek működéséről és támogatásáról |
|------------------|---|

## INTERJÚK<sup>165</sup>

|                  |   |
|------------------|---|
| Interjú BA-val   | Interjú egy borakadémikussal. 2019. 05. 27.         |
| Interjú B1-gyel  | Interjú egy bátaszéki borással. 2019. 04. 11.       |
| Interjú KB1-gyel | Interjú egy bátaszéki középborással. 2019. 06. 12.  |
| Interjú KB2-vel  | Interjú egy szekszárdi középborással. 2019. 11. 25. |

165 A felvételek és az interjúszövegek a szerző tulajdonában vannak.



|                  |   |
|------------------|---|
| Interjú KB3-mal  | Interjú egy szekszárdi középborással. 2015. 04. 01., 2015. 04. 24. és 2018. 08. 18.               |
| Interjú KB4-gyel | Interjú egy szekszárdi középborással. 2015. 01. 20.   |
| Interjú KB5-tel  | Interjú egy szekszárdi középborással. 2019. 06. 19.   |
| Interjú KT1-gyel | Interjú egy szekszárdi kistermelővel. 2019. 06. 07.   |
| Interjú KT2-vel  | Interjú egy bátaszéki kistermelővel. 2019. 05. 07.  |
| Interjú MSZ-szel | Interjú egy marketing szakemberrel. 2019. 07. 03.   |
| Interjú NB1-gyel | Interjú egy szekszárdi nagyborással. 2014. 09. 07., 2015. 02. 24., 2018. 08. 10. és 2019. 09. 05. |
| Interjú NB2-vel  | Interjú egy szekszárdi nagyborással. 2014. 08. 24.  |
| Interjú NB3-mal  | Interjú egy szekszárdi nagyborással. 2019. 07. 01.  |
| Interjú NB4-gyel | Interjú egy bátaszéki nagyborással. 2019. 05. 23.   |
| Interjú NB5-tel  | Interjú egy szekszárdi nagyborással. 2014. 08. 24.  |
| Interjú NB6-tal  | Interjú egy szekszárdi nagyborással. 2020. 06. 25.  |

## RÖVIDÍTÉSEK

WMMÉ A Wosinsky Mór Múzeum Évkönyve, Szekszárd

## KÉPJEGYZÉK

1–2. kép. A Szekszárdi borvidék régi és új logója (1. kép forrása: <https://ihatobb.hu/milyen-legyen-az-uj-arculata-szekszardi-borvideknek/>; 2. kép forrása: <https://ihatobb.hu/egy-21-szazadi-borvideki-arculat-szekszard-uj-kulsovel/>)

3. kép. Szekszárd város emblémája (Forrás: <http://koronavirus.szekszard.hu/index.php/2021/02-16/691/>) (Letöltés: 2022. 02. 04.)

4. kép. Az Iván-völgyi kadarka túra emblémája (2011) (Forrás: <https://www.facebook.com/ivan-volgy>)

5. kép. A Bikavér Borongoló emblémája (2017) (Forrás: <https://bikaverborongolo.hu/>)

6. kép. A Kékfrankos Toros emblémája (2018) (Forrás: <https://kekfrankostoros.hu/>)

7–8. kép. A szekszárdi palack SZEKSZÁRD felirattal és Szekszárd címerével (Forrás: <https://bor.hu/magazin/legkisebbtol-a-legnagyobbig-a-tokajitol-az-egriig>; <https://kadarka.net/cimke/szekszardi-palack>)

9. kép. Szekszárd város címere (Forrás: <http://www.nemzetijelkepek.hu/onkormanyzat-szekszard.shtml>)

10–12. kép. Szekszárd palack csavarzárás üvegei (Fotók: Retkes Tamás)

13–14. kép. A 75 cl-es, az 50 cl-es TOKAJ felirattal ellátott üvegek (Forrás: <http://landmarktokaj.hu/palack.html>)

15–16. kép. Az 1552 és EGER felirattal ellátott palackok (15. kép forrása: <https://magyarmezogazdasag.hu/2019/08/23/egri-borunnep-budapest-borfesztivalon>, fotó: Talabér Géza; 16. kép forrása: <https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/ebbe-a-palackba-csak-egri-bikaver-kerulhet-1178420>; fotó: Busák Attila)

## **Organisationen der Szekszarder Weingegend aus den neuesten Zeiten II.**

*(Die Szekszárder Weingegend GmbH. und die Zunft der Szekszarder Winzer)*

Neben der historischen Forschung der Szekszarder Weingegend ist genauso wichtig die wirtschaftliche und sozialgeschichtliche Analyse der Weingegend nach der politischen Wende. In den letzten 20 Jahren haben die Weinbauer der Weingegend zum Ziel gesetzt – neben der ständigen Besserung der Qualität – das Vertrauen der ungarischen Kunden zurückzugewinnen. Als Ergebnis ihrer Leistung stieg die Weingegend wieder zur Spitzenklasse des Landes auf. Eine weitere Entwicklung, die Eroberung des internationalen Weinmarktes läßt sich jedoch nur durch die Zusammenfassung und fortschrittliche Gesinnung verwirklichen. In allen Gruppen der Szekszarder Winzer sind neulich die leitenden Personen erschienen, die über die wirtschaftlichen Probleme hinaus eine innere Kommunikation im Sinne der Weingegend eingeleitet haben. Es geht um eine Gruppe, welche beinahe alle mittelgroße und große Winzereien, sowie ein Teil der neuaufstrebenden und ihr Aufkommen vom Weinbau zu findenden Kleinwinzer einbegreift. Sie gruppieren sich in drei Weinverbänden, in denen sie ihre Tätigkeiten ausüben und versuchen ihr gemeinsames Interesse zur Geltung zu bringen. Die Geschichte der Weinberggemeinschaften der Szekszarder Weingegend wurde bereits früher schriftlich veröffentlicht (Jahrbuch XLI des Komitatsmuseums Mór Wosinsky), über die anderen beiden, durch die wirtschaftliche-gesellschaftliche Zusammenfassung gegründeten Organisationen, die Szekszárder Weingegend GmbH und die Zunft der Szekszarder Winzer wird in dieser Studie berichtet. Als Ziel dieser beiden neueren „Vereinigungen“ wurde die Gestaltung einer langfristigen Wirtschaftskonzeption und die Fassung eines Zukunftsbildes gesetzt, wozu auch die Erfassung eines modernen Designs gehörte. Die Darstellung der beiden Organisationen erfasst einerseits auch ihre Arbeitsverteilung, wonach die berufliche Führung durch die Zunft der Szekszarder Winzer, sowie die operative Aufgaben durch die Szekszárder Weingegend GmbH durchgeführt werden. Alles daneben wird auch das Verhältnis der beiden Organisationen zu den öffentlichen Behörden und Institutionen geprüft. Durch die Arbeit der Mitglieder und Aufbau der formellen und informellen Organisationen der Weingegend läßt sich die gegenwärtige und zukünftige Lage der Szekszarder Weingegend begreifen, was auch als wichtigstes Ziel dieser Forschung gesetzt wird.