

Dominik Orłowski

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie

Magdalena Woźniczko

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie

Kuchnia narodowa w turystyce kulinarnej Niemiec

Streszczenie

Współczesne zainteresowanie turystów kuchnią narodową odwiedzanego przez nich państwa prowadzi do ożywienia wszelkiego rodzaju usług turystycznych, a tym samym stanowi istotny czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego. Kuchnia niemiecka przez swoją różnorodność przyciąga turystów z całego świata, a każdy region pozwala odkryć nowe potrawy różniące się nie tylko wyglądem, ale również smakiem, aromatem a przede wszystkim sposobem przyrządzania, co daje im oryginalność i niezwykłą siłę przyciągania turystów. Rozwijająca się przez lata turystyka kulinarna dziś stanowi podporę całej branży turystycznej, a Niemcy doskonale zdali sobie z tego sprawę i położyli duży nacisk na promocję swoich regionów za pomocą kuchni. Niepowtarzalny klimat niemieckich zakątków przyciąga turystów z innych krajów i pozwala na coraz to szerszą promocję turystyki kulinarnej za pomocą udziału w rozmaitych wydarzeniach gastronomicznych, przemierzając szlaki kulinarne promujące żywność i napoje czy zwiedzanie muzeów prezentujących wybrane elementy dziedzictwa kulinarnego Niemiec. Celem pracy jest ukazanie potencjału kuchni narodowej i jego wykorzystania w rozwoju turystyki kulinarnej Niemiec. Do przygotowania opracowania zastosowano badania nie-reaktywne (*no-reactive research*) – metodę analizy treści (*content analysis*), w których wykorzystano dane wtórne pochodzące z literatury przedmiotu i technikę obserwacji uczestniczącej podczas wizyty studyjnej na terenie Niemiec w 2016 r.

Słowa kluczowe: turystyka kulinarna, kuchnia narodowa, szlaki kulinarne, wydarzenia kulinarne, muzea kulinarne, Niemcy.

Kody JEL: Q18, Z32

Wstęp

Historia sztuki gotowania jest dziejami podróży i to podróży bardzo szeroko rozumianych, jako poszukiwanie terenów łowieckich, wędrówki ludów, odkrycia geograficzne, wojny, emigracja, a także turystyka. Historię tę ukształtowały: spotkania stron zaprzyjaźnionych lub zwaśnionych, towary wymieniane na inne oraz oferowane w prezencie za gościnę, oraz rynek i handel. Jeżeli jeszcze 30 000 lat temu plemiona trudniące się myślistwem i zbieractwem poszukiwały w lasach i gęstwinach wyłącznie żywności, to kupcy i handlarze byli już pierwszymi znanymi podróżnikami. Przemierzali oni świat, mając nadzieję na odkrycie nieznanych towarów, wejście w ich posiadanie oraz przywiezienie do swojego kraju, aby przy ich pomocy móc rozbudzać nowe potrzeby żywieniowe (Conti 1998).

Współczesne zainteresowanie turystów kuchnią narodową odwiedzanego przez nich państwa prowadzi do ożywienia wszelkiego rodzaju usług turystycznych, a tym samym stanowi istotny czynnik rozwoju lokalnego i regionalnego. Tradycje kulinarne oraz zwyczaje żywieniowe są nierozdzielnie związane z uwarunkowaniami kulturowymi występującymi na danym obszarze. Przez poznawanie tradycyjnej kuchni turyści stykają się również z inną kulturą, poznają jej historię, obserwują jej odmienność przez pryzmat nie tylko kulinarny, ale również między innymi uczestnicząc w imprezach kulturalnych lub zwiedzając obiekty muzealne. Do podnoszenia atrakcyjności turystycznej kraju, regionu czy miejscowości wykorzystuje się gastronomię. To właśnie kuchnia narodowa wraz z jej odmianami regionalnymi staje się najważniejszym składnikiem, decydującym o jej kolorycie, odrębności, wyjątkowości oraz atrakcyjności dla turystów kulinarnych (Orłowski, Woźniczko 2016a, s. 231-260).

W ostatnich latach na całym świecie obserwuje się wzrost zainteresowania turystyką kulinarną, w której możliwość doświadczenia specyfiki wybranej kuchni w ocenach turystów podnosi atrakcyjność całego wyjazdu. Podkreślając jego wyjątkowość, elitarność czy egzotykę, do programu wyjazdów turystycznych włącza się: posiłki w typowych lokalach gastronomicznych, udział w wydarzeniach kulinarnych, wizyty na targach żywności, pobieranie nauki na warsztatach kulinarnych, uczestniczenie w pokazach kulinarnych, wędrowanie szlakami kulinarnymi, zwiedzanie muzeów o tematyce gastronomicznej czy przemysłowych zakładów spożywczych itp. Wysoka atrakcyjność narodowej gastronomii dla turysty z nieukształtowanymi upodobaniami może stać się istotnym czynnikiem przy podejmowaniu decyzji o wyjeździe, natomiast dla *foodies* będzie podstawowym motywem do podjęcia podróży o charakterze kulinarnym (Dębniwski, Gałązka 2010, s. 472-496; Orłowski, Woźniczko 2016b, s. 60-100).

Na globalnym rynku turystycznym nowy trend wśród podróży tematycznych widać, chociażby po wzroście liczby biur podróży, które w swojej ofercie turystycznej proponują wyjazdy kulinarne na krótszy lub dłuższy okres. Turystyka kulinarna cieszy się największym zainteresowaniem: Francuzów, Włochów, Amerykanów, Brytyjczyków, Niemców, a także mieszkańców z krajów Beneluxu – Belgii, Holandii i Luksemburga oraz krajów skandynawskich – Szwecji, Norwegii oraz Danii. Bez wątplenia turystyka kulinarna staje się coraz bardziej popularna, a liczne już badania pokazują, że turyści coraz częściej przed wyborem miejsca wakacyjnej podróży, sprawdzają walory kulinarne danego kraju lub regionu (Woźniczko, Jędrzyak, Orłowski 2015, s. 121-142).

Niemiecka gastronomia tworzy element krajowego produktu turystycznego oraz ma duży wpływ na jego rozwój i wszelkiego rodzaju zmiany z nim związane. Dążenie do próbowania oryginalnych potraw na bazie mięsa, ryb, warzyw czy owoców, a także napojów alkoholowych i bezalkoholowych w szesnastu niemieckich *landach* jest coraz częściej przewodnim motywem, który skłania *foodies* do wyboru kierunku podróży kulinarnej do Niemiec (Orłowski, Woźniczko 2017b). Specyfika kuchni niemieckiej wiąże się z bardzo silnymi

tradycjami *deutsche Gemütlichkeit* – *deutsche Gastfreundlichkeit*, a więc gościnnością polegającą na oferowaniu podróżnym noclegu i posiłków. Odzwierciedla się to w niezliczonej liczbie małych i dużych hoteli oraz rozmaitych lokali gastronomicznych, jak np. *Weinstube* – winiarnia, *Wurstküchen* – lokal specjalizujący się w kuchni kielbasianej, *Rasthaus* – zajazd przydrożny, *Gasthaus* – karczma, oberża oraz *Gasthof* – zajazd, gospoda, które są doskonałą wizytówką niemieckiej gastronomii, gdzie można zjeść zarówno typowe potrawy narodowe, jak i regionalne (Hamułka, Ozimek 2001, s. 159-170).

Celem pracy jest ukazanie potencjału kuchni narodowej i jego wykorzystania w rozwoju turystyki kulinarnej Niemiec. Do przygotowania opracowania zastosowano badania niereaktywne (*no-reactive research*) – metodę analizy treści (*content analysis*), w których wykorzystano dane wtórne pochodzące z literatury przedmiotu i technikę obserwacji uczestniczącej podczas wizyty studyjnej na terenie Niemiec w 2016 r.

Niemieckie tradycje kulinarne w ujęciu regionalnym

W Niemczech jest szesnaście *landów*, gdzie każdy charakteryzuje się odrębnymi tradycjami kulinarnymi. Kultura poszczególnych *landów* jest bardzo bogata, kształtowała się bowiem w ciągu wieków, od momentu, gdy barbarzyńskie plemiona germańskie wyparły Rzymian za Alpy, a wkrótce potem podbiły Rzym, doprowadzając w V wieku do upadku zachodniego cesarstwa. Trudno sobie wyobrazić, by zwycięzcy nie ulegali przepychowi i wyrafinowanym obyczajom Rzymu. Zwłaszcza że na kulturze obalonego imperium oparł wkrótce swoje rządy Karol Wielki. Dalsze losy niemieckich *landów* wiążą się z wojnami i mariażami z sąsiadami, których tradycje wpłynęły na obyczaje stołu. Niemcy zostały zjednoczone dopiero pod koniec XIX wieku, a wcześniej poszczególne księstwa były szturmowane m.in. przez Francuzów, Szwedów i Hiszpanów, co naturalnie wpłynęło na niemiecką kuchnię (Hamułka, Ozimek 2001).

Mimo wielu przeobrażeń, które dokonały się w ostatnich latach w kuchni niemieckiej, do dziś zachował się jej podział na kuchnię północną, środkową oraz południową i wschodnią. Obecnie różnice te coraz bardziej zacierają się, jednak na każdym z tych obszarów zachowało się wiele odrębności i specjałów kulinarnych, będących odzwierciedleniem wcześniejszego rozdrobnienia państwa niemieckiego (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Podstawowym produktem spożywczym w Niemczech jest chleb, który zawsze spożywa się w postaci kanapek z niezbędnym dodatkiem w postaci masła. Na terenie kraju wypieka się 400 gatunków chleba i około 1200 gatunków różnego drobnego pieczywa. W Niemczech chleb najczęściej sporządza się z mieszaniny mąki żytniej i pszennej, ale na stoły trafiają też wypieki urozmaicone nasionami, orzechami, płatkami owsianymi, cebulą, czosnkiem, kminkiem, czarnuszką, sezamem i grubą solą (Römer 2004, s. 232-279). Pumpiernikiel to charakterystyczny wyrób piekarzy z Westfalii, a nazwą tą określano chleb

żołnierski lub pełnoziarnisty. Wyrabia się go tradycyjnie, bez drożdży czy zakwasu, dlatego nie wyrasta i nie mięknie. Ma charakterystyczny ciemny kolor i jest korzenny, wytrawny, ale lekko słodki w smaku. Pumpernikiel zagniata się z grubo mielonej mąki żytniej i bardzo długo piecze, a właściwie paruje. Podczas owego szczególnego wypieku następuje karmelizacja składników dająca barwę i smak. Najstarsza piekarnia wypiekająca ten specjał mieści się w Söst koło Dortmundu i od 1570 r. należy do tej samej rodziny (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Klasyczne drobne pieczywo to bułki pieczone z mąki pszennej np. ponacinane wzdłuż białe bułeczki z północnego wybrzeża, a także hamburskie obwarzanki o lśniącej skórce. Berliński odpowiedniki owych bułeczek to *Schrippen*, a w Bawarii zaś noszą nazwę *Semmeln*. Kajzerki są wypiekane z ciasta pszennego z dodatkiem mleka i można je poznać po typowych łukowatych nacięciach na wierzchu. Bułki wiejskie są okrągłe i często uformowane nieregularnie. Żytnie lub mieszane z domieszką mąki żytniej bułki to np. *Schusterjungen*, a ich ojczyzną jest Berlin. Do tej samej kategorii bułeczek należą także parki żytnie, które pochodzą z Nadrenii i mają ciemnobrązową skórkę. Preclle są specjalnością południa Niemiec, gdzie noszą nazwę *Brezen* i są robione z ciasta drożdżowego, a swoją chrupiącą skórkę, posypaną gruboziarnistą solą, uzyskują przez zanurzenie przed pieczeniem w słonym ługu (Römer 2004).

W kuchni niemieckiej duże znaczenie odgrywa mięso, głównie wieprzowe, ale także wołowina, cielęcina, baranina, dziczyzna, która chętnie sprowadzana jest z Polski, oraz drób przyrządzany na różne sposoby. Zdecydowanie jednak dominuje wieprzowina, z której wyrabia się niezliczoną liczbę potraw, zaczynając od sznycli, gulaszy, kotletów, pieczeni, rolad i klopsów, a skończywszy na pieczonych i gotowanych golonkach oraz duszonych ozorkach (Hamułka, Ozimek 2001). Peklowana i lekko wędzona wieprzowina nosi nazwę *Kassler*, natomiast marynowana, a później pieczona – *Sauerbraten*. Wędzone lub suszone, przerośnięte tłuszczem kawałki mięsa to popularny także w Austrii i włoskiej części Tyrolu – *Speck*. Zbliżone pod względem procedury produkcji, ale bez tłuszczu, wędzone mięso popularne w południowych *landach* Niemiec nazywa się *Schwarzgeräuchertes*. Przegląd popularnych potraw i wędlin wypada jednak zacząć od najszlachetniejszej części wieprza, czyli szynki. Bukowe i jesionowe drewno z lasów Schwarzwaldy od dawna wykorzystują masarze z Badenii-Wirtembergii, by przechowując mięso w wiórach, uzyskać produkt o niepowtarzalnym smaku jako *Ammerländer Schinken*. W Nadrenii-Palatynacie prym wiedzie *Pfälzer Saumagen*, czyli wieprzowy żołądek faszerowany kawałkami wieprzowego mięsa i ziemniakami z przyprawami. Specjalnością kulinarną Bawarii jest golonka podawana w obfitych porcjach i otoczona tłuszczem soczystej *Schweinshaxe*. Można ją spożyć w każdym lokalu gastronomicznym, zaś w menu ogródków i hal piwnych, tak rozpowszechnionych w podalpejskim *landzie*, zajmuje czołowe miejsce. Najwięcej golonki konsumują Bawarczycy podczas *Oktobefest*, do której wypijają obowiązkowo duże ilości piwa (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Pieczeń wieprzowa, najczęściej przyrządzana z zadniej szynki, w wielu regionach Niemiec jest potrawą podawaną w niedziele i święta. Każdy region przygotowuje ją na swój sposób, tak aby była krucha i chrupiąca, np. Bawarczycy nacierają ją piwem, a mieszkańcy Nadrenii czosnkiem (Römer 2004). Od wieprzowego standardu znacznie bardziej szlachetne jest mięso wołowe podawane z sosem chrzanowym, buraczkami i ziemniakami z Freiburga. Choć oczywiście i to miasto ma swoją wieprzową specjalność – *Schaufele*, czyli wędzoną łopatkę, którą serwuje się z kiszoną kapustą i skwarkami. Zresztą na terenie całej Badenii-Wirtembergii podawane są wędzone łopatki i karczki. W kuchni niemieckiej wykorzystuje się także świńskie ozorki – *Schweinzunge* i nóżki – *Schweinkeulen*, które podawane na zimno w galarecie jako świąteczne danie przywędrowały z Niemiec do Polski (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Kiełbasa odgrywa ważną rolę w niemieckich gospodarstwach domowych. Pokrojona w plasterki nadaje się doskonale na kanapki, a masarze prześcigają się w wymyślaniu wciąż nowych gatunków wędlin, nawet specjalnej kiełbasy dla dzieci, która jest ozdabiana motywami zwierzęcymi. We wszystkich *landach* produkuje się setki rodzajów kiełbas, które można podzielić na trzy duże grupy (Römer 2004):

- *Rohwürste* (kiełbasy surowe) – około 550 gatunków na terenie Niemiec, które składają się z surowego mięsa, słoniny i przypraw. Składniki są rozdrabniane, solone, przyprawiane i wpychane do flaka. Pekluje się je i długo suszy albo wędzi, na skutek czego osiągają dojrzałość i nabierają charakterystycznego smaku. Należą do nich wszystkie kiełbasy o długim terminie przechowywania oraz suche np.: miękkie *Mettwurst* i *Teewurst*, a z twardych – *Salami*, *Landjäger* oraz *Zervelatwurst*;
- *Brühwürste* (kiełbasy parzone) – około 750 gatunków na terenie Niemiec, a do tej grupy zalicza się większość kiełbas. Sporządza się je z surowego mięsa wieprzowego albo wołowego i słoniny, składniki piecze się, dodając lód spożywczy, roztwór soli z saletrą i przyprawy. Po napełnieniu jelit masą parzy się kiełbasy w wodzie o temperaturze 75°C, niektóre gatunki na zakończenie lekko się podwędza. Najbardziej znane to: *Frankfurter*, *Wiener Würstchen* i *Leberkäse*;
- *Kochwürste* (kiełbasy gotowane) – około 350 gatunków na terenie Niemiec, które przyrządzane są z ugotowanego mięsa, podrobów i przypraw. Tylko w przypadku krwawych kiszek albo wątrobianek używa się w większości surowych składników. Po napełnieniu flaków gotuje się je ponownie lub są wędzone. Zaliczają się tutaj wszelkiego rodzaju salcesony – *Presskopf* i wątrobianki – *Leberwürst*.

Różnorodność sposobów przyrządzania kiełbas wynika z niezwyklej pomysłowości masarzy w różnych regionach. Wśród kiełbas smażonych, czyli dania spożywanego na jarmarkach i festynach oraz podawanego we wszystkich budkach z przekąskami, za szczególne smaczne uważane są kiełbaski z Turynii – *Thüringer Rotwurst*, przyprawiana czarnym pieprzem, cebulą i majerankiem oraz *Rostbratwurst* z dodatkiem czosnku. Natomiast w Norymbergii popularne są kiełbaski wielkości zaledwie palca, które grilluje się na węglu

bukowym – *Nürnberger Bratwürste*. W całym kraju rozpowszechnione są parówki, zwane z lekką ironią „wiedeńskie” – *Wiener Würstchen*. Efektem natomiast pomieszania tradycji ze współczesnymi trendami kreatywnej kuchni, czyli adoptowania międzynarodowych wzorów, jest *Currywurst* – kiełbasa w sosie curry. Wypromował ją berliński masarz w latach 30. XX wieku, a jest niczym innym, jak grubo pokrojoną kiełbasą, obficie posypaną curry i polaną sosem do szaszłyków lub na podobieństwo zapiekanek w ulicznych budkach podaje się ją z ketchupem. W Hesji można spotkać *Schwartenmagen*, a w Bawarii *Presssack* – w obu przypadkach białą i czarną. W Niemczech są też suche kiełbasy jak chociażby *Mettwurst* z Westfalii czy gruba i robiona jedynie z wieprzowego mięsa „frankońska” *Frankische Bratwurst*. Jedną z najbardziej rozpoznawalnych niemieckich wędlin jest *Weißwurst*, czyli parzona biała kiełbasa cielęca podawana obowiązkowo z musztardą oraz precelem posypanym solą (Römer 2004; Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Do potraw z mięs dodaje się często owoce, np.: jabłka, borówki, suszone śliwki, a także buliony, wino, piwo oraz sporo przypraw. Dużą uwagę zwraca się tam również na dobór odpowiednich dodatków do mięs, które mogą się składać tylko z jednego rodzaju warzyw, np.: kapusty, szparagów, groszku, jak również kilku odpowiednio zestawionych elementów, np.: jarzyn, grzanek, jaj sadzonych czy też odpowiednio przetworzonych ziemniaków. Szczególne miejsce w kuchni niemieckiej zajmują sosy, podawane do wszelkich mięs, ryb oraz różnego rodzaju klusek. Niemiecki makaron najprawdopodobniej pochodzi ze Szwabii, ale największą popularnością cieszy się w Badenii-Wirtembergii na południowym zachodzie kraju. W Niemczech makaron, czyli *Spätzle* – wyrabia się z dużej ilości jaj, dzięki temu jest niezwykle pożywny i miękki. Podawany jest jako dodatek do pieczonych mięs, ze zrumienioną cebulą, sosem grzybowym, pieczonymi kiełbaskami lub z dodatkiem świeżych ziół. W kuchni niemieckiej dominują sosy gęste, z dodatkiem śmietany, ostro przyprawione, a przede wszystkim o wyraźnym smaku, jak np.: cebulowy, czosnkowy, pieprzowy i pieczeniowy (Hamulka, Ozimek 2001).

Zupy niemieckie bywają gęste, zawiesiste, przecierane i często są doprawione dużą ilością śmietany. Do najpopularniejszych należy: grochówka – *Erbensuppe*, zupa piwna – *Biersuppe*, zupa ziemniaczana – *Kartoffelsuppe*, zupa z węgorza – *Aalsuppe* oraz bawarska – *Leberknödelsuppe*, czyli klarowna zupa z knedlami z wątroby wołowej, która jest popularna na południu Niemiec. Charakterystyczną cechą kuchni niemieckiej, która wynika z wielkiej oszczędności niemieckich gospodyń, jest tzw. danie z jednego garnka – *Eintopfgericht*. Ten rodzaj potrawy pochodzi z kuchni wiejskiej, gdzie mieszkańcy wsi od wieków byli zmuszeni warunkami ekonomicznymi do spożywania jednodaniowego, pożywnego posiłku, zastępującego obiad i kolację, podawanego często w porze wieczornej. Potrawy typu *Eintopf* prezentują bogactwo walorów smakowych, od najbardziej wyszukanych po popularne, a zarazem dobrze świadczą o niemieckiej gospodarności. Nie bez powodu uznaje się je za specyficzne dla kuchni niemieckiej. Jedno danie to np. *Pichelsteiner* czy *Würzfleisch*, przyrządzane z najlepszych mięs i wyszukanych przypraw oraz dania bardzo proste, jak np.

kiełbasa lub kaszanka smażona z cebulą i do tego ziemniaki, bądź też dania z podrobów. Potrawy jednodaniowe to także potrawy sporządzone z pozostałych z poprzedniego dnia resztek jedzenia np. mięsa, ziemniaków i jarzyn, które są odpowiednio doprawione oraz połączone (Hamułka, Ozimek 2001).

Morskie wybrzeże Bałtyku i Morza Północnego od wieków zaopatrują Niemcy w świeże ryby. Aby móc je spożywać w głębi kraju nauczono się je przechowywać w postaci solonej, wędzonej i marynowanej. Najwięcej ryb występuje na północy Niemiec w *landzie* Szlezwik-Holsztyn, który oblewany jest przez dwa zimne morza. Ostrygi, homary i mule żyją także w Morzu Północnym i są podstawą wielu słynnych niemieckich dań, jak chociażby holsztyńska zupa z małży czy homara. W Hamburgu znajduje się słynny targ rybny – *Fischmarkt* z tradycją sięgającą wielu setek lat, który znany jest również z dań rybnych sporządzanych z poławianego tam węgorza, doprawionego warzywami, suszonymi owocami, ziołami i dodatkiem kluseczek z mąki – *Aalsuppe*. Bogactwem Morza Północnego są płastugi – sole, turboty i flądry. Kolejną rybą specjalnością typowo niemiecką są śledzie np. marynowane w occie, oleju z cebulą, ziarnkami gorczycy i liśćmi laurowymi oraz przyprawami – *Bismarck Hering*. Bywają podawane także jako *rolmopsy*, czyli zwinięte w rulon i spięte wykałaczkami z korniszonem w środku. Bałtyckie śledzie są również smażone *sauté* lub w cieście piwnym, a także tradycyjnie wędzone – *pikling* (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Morską specjalnością są także „szproty kilońskie” – małe szprotki, głównie wędzone w dymie z buczyny i olszyny, które nabierają w trakcie tego procesu złotego koloru oraz są mięsiste i delikatne w smaku. W Niemczech bogata jest również tradycja spożywania ryb słodkowodnych np. na wschodnich terenach, znajdują się główne hodowle karpia. W ryby słodkowodne obfituje także jedna z największych niemieckich rzek Ren, krystalicznie czyste jeziora i liczne, choćby w Schwarzwaldzie, górskie potoki. Te ostatnie są królestwem pstrąga, który jest smażony w oleju, na koniec doprawiony masłem i podawany z cytryną. Na szczególną uwagę zasługuje specjalność z gór *Harz*, czyli smażony pstrąg potokowy – *Bachforelle*, gdyż jest on jedynym występującym tam naturalnie – pozostałe pochodzą ze sztucznego zarybiania. Podaje się go z masłem ziołowym lub podsuszonym jałowcem, kolendrą i zanurzonym w brandy (Römer 2004).

W kuchni niemieckiej występują prawie wszystkie warzywa, a w sezonie od kwietnia do czerwca bardzo popularne są szparagi. W przeciwieństwie do Francji i Włoch w Niemczech dużym uznaniem cieszą się szparagi białe, które jądane są po ugotowaniu z roztopionym masłem, z młodymi ziemniakami i szynką. Podawane są także z sosem holenderskim, jako dodatek do wędzonego łososia, *rostbefu* albo krótko smażonego mięsa (Römer 2004). Popularny jest także kalafior, brukselka, rzepa, oraz cebula, która obecna jest w wielu potrawach kuchni niemieckiej. Występuje duża liczba sałatek i surówek, sporządzanych z sałaty, ogórków, pomidorów, buraków, marchewki czy też korniszonów, które traktowane są często jako samodzielne przystawki. Jednak szczególne uznanie w kuchni niemieckiej zyskała so-

bie kapusta biała, dawniej uznawana za pożywienie biedoty, dziś goszcząca w eleganckich restauracjach. Odmianę białą marynuje się jako *Sauerkraut* i towarzyszy ona każdemu daniu mięsnemu, ale może również stanowić samodzielną potrawę. Kapusta ta jest zawsze doprawiona aromatycznymi ziołami w postaci: kminku, gorczycy, koperku, jałowca, które nadają jej specyficzny smak i aromat (Hamułka, Ozimek 2001).

Biała kapusta jest podstawą *Kerry Koolsla*, czyli zapiekanki z kapusty z dodatkiem czosnku, goździków, posypanej tartą bułką i słonymi orzeszkami ziemnymi. Powszechnym dodatkiem do dań mięsnych jest kapusta kiszona, a w bardziej wykwintnej wersji rodem z Badenii zawiera także cebulę, kwaśne jabłka, marchew, gęsi smalec, ziemniaki, dużo przypraw i *riesling*. Tak doprawioną kapustę podaje się np. ze sztuką pieczonego mięsa, golonką, nóżkami wieprzowymi i salcesonami. Obok białej kapusty w Niemczech chętnie jada się odmianę czerwoną, na południu kraju zwaną niebieską. Kapustę czerwoną z kolei przygotowuje się z jabłkami, co daje potrawę o nazwie *Apfelrotkohl*. Wielką popularnością cieszy się także jarmuż, który przyrządza się jak szpinak, a najlepiej smakuje po pierwszych przymrozkach (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Bardzo popularne są obok kapusty ziemniaki, które pojawiły się na terenie Niemiec już w XVI wieku. Ziemniaki zwykle się piecze, smaży oraz gotuje, natomiast rzadko robi się *purée*, które popularnie jest jedynie w rejonie Kolonii. Podróżując po *landach*, w każdej restauracji można zjeść sałatkę ziemniaczaną – *Kartoffelsalat*. Wielką popularnością cieszą się, znane także w Polsce, placki ziemniaczane, które doprawiane są gałką muszkatołową. W Bawarii nazywa się je *Reiberdatschi*, w Nadrenii – *Rievkooche*, a na północy kraju *Kartoffelpuffer*. Często podaje się z syropem jabłkowym lub mussem owocowym albo doprawione cebulą i pokrojonym w kostkę boczkiem. Jeszcze innym sposobem wykorzystania ziemniaków są knedle robione z dodatkiem mąki (Hamułka, Ozimek 2001).

Tradycja uprawiania ogrodu warzywnego lub owocowego jest dziś w Niemczech równie popularna, jak przed wiekami. Na obszarze całego kraju, podobnie jak w Polsce, uprawia się: truskawki, maliny, porzeczki, agrest, jeżyny, a także jabłonie, grusze, śliwy, wiśnie i czereśnie oraz mniej u nas rozpowszechnione, bo wymagające słońca, sadzone na południu i południowym zachodzie Niemiec brzoskwinie oraz morele. W Bawarii z owoców przygotowuje się knedle ze wspomnianego wyżej ciasta ziemniaczanego, które nadziewane są śliwkami – *Zwestschgenknödel* i podaje się je z bułką zrumienioną na maśle. Obok nich na południu Niemiec znane są także *Germknödel* przyrządzane na wzór czeskich knedlików z ciasta drożdżowego, ze śliwkowymi powidłami, często podawane z sosem waniliowym i makiem. Na północy, w kręgu oddziaływań skandynawskich, znana jest potrawa – *Rote Grütze*, czyli czerwony grysik, który sporządza się z drobnej kaszy manny, gotowanej z czerwonym sokiem owocowym – porzeczkowym lub malinowym. Oryginalną potrawą owocową, która pochodzi ze słynącej wiśniami Hesji, jest *Kirschenmichel* – czerstwe pieczywo zalane mieszaniną mleka, masła i jajek, a następnie zapieczone z kwaskowatymi wiśniami lub słodkimi czereśniami. Podobną potrawą z południa Niemiec jest *Ofenschlupfer*,

tyłe że zapieka się go z jabłkami. Niemiecką specjalnością są ciasta pieczone w prostokątnych formach, gdzie do najbardziej lubianych należą właśnie owocowe. Od najwcześniejszych z rabarbarem, poprzez pojawiające się na początku lata truskawki, a następnie wiśnie i jabłka, po jesienne gruszki. Ulubionym ciastem owocowym Niemców jest ciasto śliwkowe – *Zwetschgenkuchen*, które podaje się na ciepło do herbaty lub lekkiego wina (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Niemiecki posiłek prawie zawsze kończy się słodkim deserem, który może być podawany w postaci gorącej, jak np.: omlety, budynie, suflety lub zimnej np.: galaretki, musy, sorbety i sałatki owocowe. Jednak najczęściej są to ciasta, ciasteczka i torty. Niemcy uwielbiają tarty owocowe szczególnie z jabłkami, jabłkową strucle – *Apfelstrudel*, a zwłaszcza torty np. tort z Czarnego Lasu, czyli *Schwarzwaldertorte* – ciasto czekoladowe, przekładane masą śmietanową, nasączone wiśniówką, udekorowane wiśniami namoczonymi w alkoholu, orzechami i czekoladą. Innym wypiekiem jest tort migdałowo-truskawkowy – *Mandeltorte* czy malinowy – *Himbeer-Baiser-Torte*, a latem *Apfeltorte mit Rum* – jabłkowy z kremem rumowym. Na szczególną uwagę zasługują pierniki wypiekane w Norymberdze – mocno korzenne i w Akwizgranie – z kandyzowaną skórą pomarańczową, cytrynową, anyżkiem w czekoladzie, a ich znakiem rozpoznawczym są drobinki nierozpuszczonego cukru kandyzowanego. Inną słodką specjalnością Niemiec jest „marcepan lubecki”, który sporządza się z migdałów, cukru i wody różnej (Römer 2004; Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Najbardziej popularnym i najczęściej spożywanym napojem alkoholowym jest piwo. Na terenie Niemiec, od Jeziora Bodeńskiego po wybrzeże Morza Północnego, znajduje się ponad 1200 browarów, w których warzy się 5000 gatunków piwa. Ośrodek produkcji piwa w Niemczech znajduje się tam, gdzie żyje najwięcej ludzi, czyli w Zagłębiu Ruhry. W Dortmundzie i sąsiadujących regionach: Siegerland, Sauerland i Eifel, oferujących najlepszą wodę, wytwarza się większą część niemieckiego piwa. Są to głównie pilznery klasy Premium, szlachetne piwa markowe, które rozsyłane są na cały kraj, z wyjątkiem „twierdzy piwnej”, Bawarii, gdzie niezmiennie prym wiodą tradycyjne piwa jasne – *Hellen*, a do tego duży asortyment piw specjalnych od *Weißbier*, poprzez *Bockbier*, *Maibockbier* i *Dunkelbockbier* aż do *Märzen*, podawanego na *Oktoberfest*.

Piwo odgrywa dominującą rolę jako napój, dlatego też powstają regionalne specjalności i tak np.: w Berlinie *Berliner Weiße* – piwo pszeniczne z beczki, o niewielkiej zawartości alkoholu, z dodatkiem syropu z marzanki wonnej lub z malin, które pije się przez słomkę. W Hanowerze popularne jest *Lüttje Lage* – specjalnym podwójnym chwytem jednej ręki podnosi się do ust jednocześnie kufel z piwem i kieliszek wódki, w ten sposób, że wódka najpierw spływa do znajdującego się pod nią piwa, a następnie oba napoje płyną razem do ust. W Düsseldorfie i nad dolnym Renem *Alt* – ciemne piwo korzenne, łagodnie gorzkie, które nalewa się z beczki i pije w pękatych kufiach. Kolonia jest miastem, które ma najwięcej browarów w Niemczech tzn. 12 w granicach miasta i 12 poza jego granicami. Pije się tam *Kölsch* – jasne piwo pełne o wyraźnym smaku chmielu, które podaje się w wysmu-

łych kieliszkach. Niezwykłe regionalne piwo produkuje się we frankońskim Bambergu tzw. *Bamberger Rauchbier* – jego smak dymu pochodzi z palonego drewna bukowego, nad którym suszy się zielony słód (Römer 2004).

Niemcy słyną z mającej 2000 lat tradycji winiarskiej i chociaż klimat tego kraju nie jest zbyt korzystny dla winorośli, to produkowane tam wina białe należą do najbardziej cenionych przez koneserów na świecie. We współczesnych Niemczech 100 000 hektarów ziemi przeznaczonych pod uprawę winorośli należy do 13 regionów – *Ahr*: Badenia – *Baden*, Frankonia – *Franken*, *Hessische Bergstrasse*, *Mittelrhein*, Mozela – *Mosel-Saar-Ruwer*, *Nahe*, *Rheingau*, Hesja Nadreńska – *Rheinhessen*, Palatynat – *Rheinpfalz*, *Saale-Unstrut*, Saksonia – *Sachsen* i Wirtembergia – *Württemberg*, w których produkuje się wino. W tej szerokości geograficznej możliwe jest to głównie dzięki dość łagodnemu klimatowi w dolinach Mozeli i Renu oraz ich dopływów, nad którymi położona jest większość niemieckich winnic. Stąd popularny podział win niemieckich na reńskie i mozelskie (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Wino jest drugim napojem najchętniej pijanym przez Niemców, zwłaszcza na zachodzie i południu kraju. Zasadniczo wina niemieckie zawierają mniej cukru niż wina francuskie i włoskie, są łagodniejsze, nie są więc tak mocne, ale zdaniem fachowców właśnie te cechy nadają im szczególną szlachetność. W Niemczech najczęściej produkowane są wina białe, wytrawne, o średniej mocy i stosunkowo niewielkiej kwasowości. Słynne na całym świecie są zwłaszcza wina stołowe z rejonu *Rheingau*, które są powszechnie nazywane *Riesling* od odmiany winogron. W latach o szczególnie korzystnych warunkach klimatycznych są wytwarzane wina deserowe – *Auslee*. Rejon *Rheinhessen* słynie z win – *Niersteiner*, *Bingen*, *Liebfrauenmilch*, natomiast rejon Mozeli – *Bernkasteler Doktor* oraz rejon *Nahe* – z wina z *Bad Kreuznach* i *Offenbach*. W przypadku odmian czerwonych największe znaczenie ma uprawa *Spätburgundera* i *Dornfeldera*, z których produkuje się czerwone wina wytrawne. W Niemczech produkowane są również wina musujące – *Schaumweine* oraz tzw. *Deutsche Sekt*. Chętnie pijanym napojem w zimowe dni jest *Glühwein*, czyli czerwone wino deserowe, podawane na gorąco, z dużą ilością przypraw korzennych. Innym napojem o niemałej zawartości alkoholu jest tradycyjny *grog*, przygotowywany z rumu z dodatkiem wody i cytryny, oraz poncz – *Punsch*, nieco łagodniejszy, z rumu lub wódki z dodatkiem herbaty, cukru, cytryny, przypraw, soków owocowych lub owoców (Hamułka, Ozimek 2001).

Niemcy chętnie piją też nieco mocniejsze alkohole w postaci wódek czystych i gatunkowych. Oryginalny niemiecki *Schnaps* jest rodzajem alkoholu białego i wytrawnego, także owocowego, ale bez dodatku cukru, nawet 40-procentowym. Pity jest po obfitym posiłku lub po prostu dla smaku i przyjemności. Wódki owocowe produkuje się głównie w południowej części kraju, gdzie w nadreńskich sadach dojrzewają soczyste jabłka, aromatyczne gruszki, brzoskwinie i morele, a także pełne smaku wiśnie i śliwki. Popularny jest *Kirsch*, czyli bezbarwny, palący likier produkowany ze sfermentowanego soku z małych, czarnych wisierek rodem ze Schwarzwald. Na wschodzie i północy destyluje się głównie zboże

i ziemniaki. W Niemczech, oprócz wytrawnych, bardzo popularne są wódki słodkie, rozmaite likiery i nalewki, przede wszystkim na bazie ziół. Wśród nich prym wiedzie słynny ziołowo-korzenny – *Jägermeister*, który swój charakterystyczny słodko-gorzki smak zawdzięcza macerowaniu przez pół roku w spirytusie 56 rodzajów ziół i przypraw korzennych. W wielu restauracjach można zamówić specjalność z dawnych Prus Wschodnich, czyli *Bärenfang* – likier miodowy znany w Polsce pod nazwą krupnik, albo gdański *Goldwasser*, czyli likier ziołowy z dodatkiem płatków złota, który produkuje się w Niemczech według oryginalnej, zastrzeżonej receptury opracowanej w końcu XVI wieku (Cieślewska, Kwapisz, Wroński 2008).

Wydarzenia promujące żywność i napoje jako element turystyki kulinarnej Niemiec

Kultura żywienia na świecie weszła na nowy poziom świadomości tego, co warto lub należy spożywać, gdyż jedzenie stało się wyjątkową przyjemnością, a społeczeństwo znacznie bardziej zwraca uwagę na to, co znajduje się na ich talerzach. Kuchnia niemiecka jest niezwykle zróżnicowana i każdy *land*, a czasami nawet miasto lub wręcz konkretna miejscowość mają do zaproponowania coś wyjątkowego, czego turysta kulinarny nie spróbuje w innym miejscu. Wydarzenia gastronomiczne to świetna okazja, aby zasmakować narodowej, regionalnej czy lokalnej kuchni, mieć możliwość zakupienia surowców i produktów żywnościowych od miejscowych producentów, a przede wszystkim jest idealną okazją, aby móc się dowiedzieć więcej o tradycjach kulinarnych odwiedzanego kraju poprzez osobiste „doświadczenia smakowe” w konkretnej przestrzeni turystycznej (Orłowski, Woźniczko 2017b). Przybierają one na ogół formę jedno, dwu lub kilkudniowych imprez, podczas których oprócz degustacji i zakupu charakterystycznych specjałów kulinarnych, istnieje możliwość aktywnego brania udziału w warsztatach kulinarnych czy spotkaniach z lokalnymi wytwórcami regionalnej, tradycyjnej oraz ekologicznej żywności. Wydarzeniom towarzyszą zwykle pokazy i konkursy gastronomiczne czy spotkania z autorami książek kulinarnych (Banasik, Fiszer 2016, s. 31-54).

Zdaniem wybitnej badaczki D. Światły-Trybek (2015, s. 124-143) wydarzenia o charakterze kulinarnym lub z kulinariami „w tle” przybierają wiele zróżnicowanych form. Wspomniana autorka wyróżniła przede wszystkim te wydarzenia, które w przestrzeni publicznej występują najczęściej. Ich mnogość i złożoność ma związek z miejscem ich odbywania, docelową grupą uczestników, panującymi wzorami konsumpcyjnymi, stylami żywieniowymi i wreszcie z funkcjami, jakie im przypisano. Według zaproponowanej przez D. Światłę-Trybek (2015) typologii można wyróżnić 6 grup wydarzeń o charakterze gastronomicznym na świecie:

- jarmarki produktów regionalnych i tradycyjnych;
- jarmarki świąteczne;

- festiwale smaku;
- tematyczne imprezy kulinarne;
- konkursy kulinarne;
- próby ustanowienia „żywieniowego” rekordu.

Doceniając znaczenie i występowanie licznych wydarzeń o charakterze gastronomicznym, jakie organizowane są co roku w przestrzeni turystycznej Polski, ale też w innych częściach świata – zwłaszcza Europy, gdzie ich tematyka jest bardzo zróżnicowana – innego podziału dokonał A. Stasiak (2015a, s. 77-90; 2015b, s. 119-150), który wskazał 7 grup wydarzeń gastronomicznych:

- festiwale ogólnogastronomiczne;
- święta potraw i produktów regionalnych;
- święta religijne i folklorystyczne ściśle związane z gastronomią;
- konkursy i turnieje gastronomiczne;
- jarmarki i targi żywności;
- warsztaty kucharskie;
- spotkania z szefami kuchni, uczestnikami programów kulinarnych, gotującymi celebrytami i kulinarnymi blogerami, tzw. „ludźmi gastronomi”.

Organizatorzy wydarzeń gastronomicznych przy ich planowaniu uwzględniają aktualne potrzeby potencjalnych odbiorców, którzy zainteresowani są różnymi aspektami dziedzictwa kulinarnego. Kreatorzy tych „eventów” skupiają uwagę zarówno na zbiorowości, jako całości np. grupie turystów, jak i na jednostce, czyli każdym turyście oddzielnie, dlatego też promują w zależności od wieku uczestników różnorodne formy udziału – czynne bądź bierne. Oczywiście jest również to, że o powodzeniu podejmowanych inicjatyw decyduje atrakcyjność programowa tychże wydarzeń, która pełni rolę magnesu przyciągającego turystów kulinarnych do przestrzeni konkretnego miasta lub miejscowości. Wpływa to na ich współuczestniczenie w tego typu przedsięwzięciach, które znakomicie promują i zachowują narodowe czy regionalne dziedzictwo kulinarne, a tym samym rozwijają tę formę podróżowania (Orłowski, Woźniczko, 2011, s. 125-146).

W Niemczech na szczególną uwagę zasługują „Festyny wina”, które organizowane są od maja do listopada, gdyż w wielu niemieckich winnicach odbywają się święta wina. Tradycja ta zadomowiła się szczególnie nad Renem, Mozelą, w Badenii, Palatynacie i nad Menem, gdzie właściciele winnic i przedstawiciele instytucji związanych z produkcją wina ustawiają stoiska, na których prezentują swoje wyroby. Przy tej okazji także pobliskie lokale gastronomiczne oferują swoje regionalne specjalności kulinarne. Warto w tym miejscu wskazać, że tradycje i obyczaje związane m.in. z kultywowaniem specjałów kulinarnych, które związane są z życiem każdego Niemca, można podzielić na 3 główne kategorie (Żurawski 2007):

- zapusty i karnawał – na ulicach miast odbywają się kolorowe pochody, a ludzie przebierają się w śmieszne stroje oraz tradycyjne ubiory i maski, po czym idą się bawić na festynach i pochodach. Swoją zabawę kończą w miejscowych lokalach gastronomicznych, gdzie biesiadują przy tradycyjnych potrawach oraz regionalnych odmianach win lub piw;
- odpusty i jarmarki – w całych Niemczech, od wiosny do jesieni mają miejsce festyny ludowe, podczas których wszyscy mieszkańcy i turyści bawią się w centrach miast lub na specjalnie do tego przeznaczonych placach. Wachlarz usług jest bardzo szeroki, od strzelnic i budek z losami do wesołych miasteczek. W namiotach lub na scenach pod gołym niebem odbywają się koncerty na żywo. Punkty gastronomiczne oferują rozmaite przekąski i słodycze np. kiełbaski, golonkę, precle, kanapki ze śledziem, pierniki, marcepan itp.;
- jarmarki bożonarodzeniowe – na stoiskach można kupić bożonarodzeniowe ozdoby, świece, zabawki i wiele innych wyrobów rzemieślniczych wywodzących się ze sztuki ludowej. Drewniane budki oferują takie specjały jak: grzane wino, strucle świąteczne, lukrowane pierniki, batony i figurki marcepanowe, pieczone kasztany, prażone migdały itp.

Poniżej zaprezentowano cztery przykładowe wydarzenia gastronomiczne, które promują żywność i najoferę w ofercie turystyki kulinarnej na terenie Niemiec:

„Festiwal Strucli” (*Stollenfest*) w Dreźnie – odbywa się zawsze w sobotę przed drugą niedzielą adwentu, w trakcie jednego z najstarszych bożonarodzeniowych jarmarków drezdeńskich, który organizowany jest od 1434 r. Największą atrakcją jest gigantyczna strucla pieczona na uroczystą paradę *Stollenfest*. Drożdżowy placek zwany w średniowieczu *strizel*, którego nazwę zastąpiła w XVI wieku nazwa *stollen* ma ok. 4,35 metra długości, 1,78 metra szerokości i 75 centymetrów wysokości. Ciągnięty na wozie zaprzężonym w najpiękniejsze konie, prezentowany jest dziesiątkom tysięcy widzów, po czym na placu, któremu dał niegdyś nazwę – *Striezelmarkt* zostaje pokrojony ogromnym nożem. Podzielony na małe kawałki, sprzedawany jest na jarmarku aż do Bożego Narodzenia, a zebrane w ten sposób pieniądze przeznacza się na cele dobroczynne. Słynną na cały świat struclę mogą piec tylko cukiernicy z Drezna i okolic z Moritzburga, Coswig czy Wachau, nie stosując przy tym żadnych nowoczesnych technologii ani spożywczych „wspomagaczy”. Istnieje nawet Stowarzyszenie Ochrony Drezdeńskiego Ciasta Bożonarodzeniowego *Schutzverband Dresdner Stollen e.V.*, dbające o jakość świątecznego placka, które wydaje certyfikaty jego autentyczności, opatrzone pieczęcią ze „Złotym Jeźdźcem”. Wymaganymi dziś składnikami ciasta są: mąka pszenna typ 405 lub 550, mleko pełne lub mleko pełne w proszku, cukier kryształ, świeże masło lub masło topione, kandyzowana skórka pomarańczowa lub cytrynowa, rodzyнки sułtanki, słodkie i gorzkie migdały, sól, cukier puder oraz przyprawy. Historia tego przysmaku sięga średniowiecza. Kiedy w okresie Bożego Narodzenia obowiązywał kościelny zakaz spożywania masła czy mleka, był to zwykły postny placek. Dopiero w 1491 r. papież Innocenty VIII wydał tzw. maślany edykt, w którym zniósł zakaz używania masła do

wypieku drezdeńskiego bożonarodzeniowego ciasta. Od tego czasu placek zaczął przeobrażać się w coraz bogatszą struclę, którą każdy z piekarzy udoskonalał w tajemnicy, a przepis przechodził z pokolenia na pokolenie.

Upieczony placek ma przypominać Dzieciątka Jezus, owinięte w chusty. Ciasto powinno mieć regularny kształt, być ładnie przyrumienione, równomiernie posmarowane masłem i posypane cukrem, a bakalie powinny być regularnie rozłożone w pulchnym mięszu. Co roku, na całym świecie, sprzedaje się około dwóch milionów sztuk drezdeńskiej strucli. Przedświąteczny przemarsz z olbrzymim ciastem wiąże się z królem Augustem II Mocnym, który w okresie Bożego Narodzenia w 1730 r. wyprawił w Zeithain, 50 km od Drezna, potężną paradę wojskową, na którą sprosił ok. 24 000 gości, w tym wielu europejskich władców. Z tej okazji kazał upiec ważący niemal dwie tony placek i wykonać ogromny nóż do jego pokrojenia. Do tej historii nawiązali organizatorzy „Drezdeńskiego Festiwalu Strucli”, który odbył się po raz pierwszy w 1994 r. W sobotę przed drugim tygodniem adwentu, na staromiejskim *Striezelmarkt* „królewski nadworny mistrz piekarski” i „drezdeńska królowna” placek bożonarodzeniowego odprawiają ceremonię podzielenia ciasta. Trwa ona zwykle około trzech godzin, podczas których młodzi piekarze kroją placek mniejszymi nożami na poręczne porcje. Królowna placek jest wybierana co roku pod koniec października spośród adeptów piekarniczego i cukierniczego fachu. Turyści, w tym kulinarni, mają w trakcie tego wydarzenia również możliwość zakupu innych regionalnych oraz lokalnych produktów żywnościowych, a także wyrobów rękodzieła ludowego ([www1](#)).

„Festiwal Czekolady” (*Schokoladenfestival*) w Tybindze – jest to największy festiwal czekolady w Niemczech, który organizowany jest w pierwszej dekadzie grudnia. Na kilka dni do stacyjnej, uniwersyteckiej Tübingi zjeżdżają producenci z całego świata i ok. 300 000 zwiedzających. Program jest przygotowany z akcentem na wydarzenia artystyczne, ale także pomysłowo łączy świat słodczy z medycyną czy kosmetyką. Pośród niezliczonych atrakcji są m.in. kursy robienia pralinek, czekoladowe masaże, promocja czekoladowej diety, pokaz malowania kakao, wykłady na temat łączenia czekolady z alkoholem – z whisky, winem czy z piwem, warsztaty czekoladowe dla dzieci, przegląd filmów z czekoladą w roli głównej i nocne szaleństwo czekoladowych zakupów. Stare Miasto zamienia się w wielki, rozłożysty targ słodkości, a w miejscowych restauracjach pojawia się specjalne menu z czekoladą w roli głównej, m.in. klasyczne *wursty* w sosie z czekolady oraz curry, comber z dzika w panierce z kolendry i czekolady czy krewetki królewskie w kokosowym sosie z dodatkiem chili i białej czekolady ([www2](#)).

„Festiwal Piwa” (*Oktoberfest*) – z powodu długości trwania oraz chłodnej pogody w październiku, wydarzenie to od 1872 r. rozpoczyna się już we wrześniu i trwa przez kolejne dwa jesienne tygodnie. Monachium w tym czasie staje się piwną stolicą Europy i obowiązkowym miejscem dla biroturystów. Wydarzenie to jest najważniejszym, najbardziej popularnym i największym świętem piwa na świecie. *Oktoberfest* otwiera zawsze, jadąca na koniu, młoda dziewczyna w stroju bawarskim, za którą w powozie jadą

burmistrz miasta i gubernator. Dalej idą barwnie ubrani właściciele browarów, kelnerzy i kelnerki oraz orkiestry i zespoły muzyczne. Tradycja nakazuje, że w ostatnią wrześnieową sobotę, punktualnie o godzinie 12.00, burmistrz Monachium uderzając drewnianym młotkiem, wybija „szpunt” w wielkiej beczce piwa, z której wylatuje strumień legendarnego monachijskiego „złocistego” trunku *Märzenbier*. Na *Oktoberfest* obowiązują tradycyjne miejscowe ubrania, gdzie panowie wkładają bawarskie skórzane spodnie na szelkach, marynarki z zielonego sukna ze stójką i filcowe kapelusze, panie natomiast ubierają barwne spódnice z fartuszkami i dopasowaną górę w postaci białych bluzek z bufkami. Charakterystyczne i tradycyjne na *Oktoberfest* są litrowe kufle, które w każdym roku wyglądają inaczej. Bardzo często są one zabierane przez zagranicznych turystów na pamiątkę do domu (Orłowski, Woźniczko 2010, s. 75-88).

Tradycyjnie, co roku *Oktoberfest* organizowany jest w Monachium, w którym na wielkim placu Theresienwiese powstaje miasteczko wielkich namiotów – piwiarni, które mieszczą ok. 100 000 miejsc. Do wnętrza monachijskiej krainy piwa prowadzi zewsząd widoczna brama z wielkim napisem *Oktoberfest*. Podczas festiwalu każdy z browarów rozstawia swoje namioty. Mogą one pomieścić wiele tysięcy osób, które zasiadają przy drewnianych stołach. Obecnie jest 14 głównych namiotów na *Oktoberfest*, a konstrukcja ich jest specjalnie wykonana na czas trwania festiwalu.

Hipodrom jest jednym z mniejszych namiotów i pierwszym, który turyści widzą na festiwalu. Serwuje się tam piwo, a także wino musujące. Od 1895 r. w namiocie *Armbrustschützenzelt* odbywają się zawody *Crossbow Shooters*. Jeden z największych namiotów – *Hacker-Festzelt*, posiadający zespół rockowy, organizuje koncerty każdego wieczoru. Znany jest on także pod nazwą „Niebo Bawarii”. Namiot *Schottenhamel* – uznawany jest za najważniejszy na *Oktoberfest*, gdyż jest miejscem początku całego festiwalu piwa. W pierwszą sobotę imprezy zakazane jest serwowanie piwa, aż do momentu otwarcia pierwszej *kegi* przez burmistrza Monachium. Namiot *Winzerer Fähndl* – znany i widoczny jest ze względu na swoją dużą wieżę. Średniej wielkości namiot – *Schützen-Festhalle* usytuowany jest pod statuą bawarską i istnieje od 2004 r. Najmniejszy namiot na *Oktoberfest* – *Käfers Wiesen Schänke*, odwiedzany przez znane osoby, sławny z dobrego, typowego jedzenia bawarskiego. Jako jedyny otwarty jest do godziny 00.30, podczas gdy inne namioty zamykane są o godzinie 23.00. Ciężko jest dostać się do środka tego namiotu ze względu na tłumy piwoszy.

Namiot znany z win – *Weinzelt*, w którym udostępnia się około 15 jego rodzajów, serwuje także piwo. Nad wejściem do namiotu *Löwenbräu-Festhalle* widnieje wielki 4,5-metrowy lew pijący piwo. Namiot *Hofbräu – Festzelt* jest szczególnie popularny wśród Amerykanów, Australijczyków i Nowozelandczyków. Namiot *Bräurosl* (Hacker - Pschorr) został nazwany na cześć córki jednego z właścicieli browaru Pschorr. Przygrywa tam zespół dęty i „jodełkują” tzw. „jodlerzy”. Namiot *Augustiner – Festhalle* przez wielu lokalnych piwoszy uważany jest za najlepszy ze względu na fakt, iż sprzedaje wyroby lokalnego browaru, które leżakują

w drewnianych beczkach, podczas gdy w innych piwo lane jest z wykonanych ze stali nierdzewnej *keg*. W namiocie *Ochsenbraterei* serwowane są różnorodne bawarskie potrawy. Jeden z najmniejszych namiotów – *Fischer Vroni* oferuje bardzo duży wybór dań rybnych. Z okazji festiwalu, oprócz wystawiających się browarów, przygotowuje się również specjalny gatunek piwa o dużej zawartości alkoholu.

Podczas piwnej biesiady nie może obyć się bez regionalnych niemieckich piosenek, dlatego też w gigantycznych namiotach czołowe miejsce zajmuje zawsze orkiestra. Frywolne przyspiewki i regionalne pieśni mieszają się z hymnami browarów oraz melodiami do tańca. Uczestnicy wydarzenia mogą także przejechać się na karuzeli, spróbować swych sił w strzelaniu z wiatróvky lub obejrzyć się w krzywym zwierciadle. Obowiązkowym punktem programu są również pokazy sztucznych ogni, quizy na temat wiedzy o piwie oraz najbardziej charakterystyczny i prestiżowy dla kelnerek konkurs, w którym liczy się ilość przeniesionych jednorazowo, jednolitrowych kufli piwa. Rekordzistki mogą poszczycić się przeniesieniem ponad dziesięciu takich kufli.

Podczas 16 dni trwania festiwalu, uczestnicy za punkt honoru stawiają sobie spróbować wszystkich gatunków piw oferowanych przez wystawiające się browary, ale także zjeść tradycyjne bawarskie potrawy regionalne. Stoły oprócz piwa pełne są golonek, kurczaków, prosiaków, białych kielbas, precli czy ryb pieczonych na patyku. Obsługa pracuje na najwyższych obrotach aż do godziny 22.45, o której to zgodnie ze zwyczajem gasną światła, a biesiadnicy powoli muszą opuścić namioty. Po kilku minutach gwarne i wesołe miejsce zasypia, aby następnego dnia mogło znowu otworzyć swoje drzwi dla biesiadników z całego świata.

Oktoberfest, jako największy na świecie festiwal piwa, przyciąga do Niemiec wielu turystów, m.in. z USA, Japonii, Australii, Nowej Zelandii i wielu innych krajów pozaeuropejskich. W samej Europie także cieszy się niesamowitym zainteresowaniem, gdyż w czasie jego trwania Monachium przeżywa oblężenie ze wszystkich kierunków. Z północnego zachodu przyjeżdżają piwosze z krajów Beneluksu, ze wschodu i południowego wschodu Polacy i Czesi, z zachodu Francuzi oraz turyści z dalszej zachodniej Europy, natomiast z południa i południowego zachodu Austriacy i Szwajcarzy. Na to największe na świecie święto piwa przyjeżdża co roku w sumie około 6 000 000 osób (Orłowski, Woźniczko 2010).

„Dni Cebuli” w Weimarze – na ponad 500 straganach można znaleźć dosłownie każdy rodzaj jedzenia jak: pieczywo, kielbasy, wytrawne ciasteczka, zapiekanki i zupy, a wszystko z cebulą w roli głównej. „Weimarska cebulowa impreza” ma też związek ze średniowiecznym targowiskiem. *Zwiebelmarkt* ma już ponad 360-letnią tradycję, gdyż odbywa się od 1653 r., trwa trzy dni i jest organizowany w pierwszy weekend po 2 października. Co roku występuje tam ponad stu ulicznych kuglarzy, aktorów i zespołów muzycznych. Jest to jeden z największych festiwali odbywających się na terenach Turyngii, odwiedza go ponad 300 000 osób (www3).

Szlaki kulinarne promujące żywność i napoje jako element turystyki kulinarnej Niemiec

Na ofertę turystyki kulinarnej składają się różnego rodzaju produkty turystyczne powiązane z tematyką żywności i napojów, gdzie szczególne miejsce zajmują tematyczne szlaki kulinarne. W swoich rozważaniach naukowych J. Tomczak (2013) stwierdza, że nie stanowią one same w sobie wartości kulturowej, lecz pełnią funkcję narzędzia ułatwiającego korzystanie z walorów dziedzictwa gastronomicznego oraz uatrakcyjnijają pobyt turyście kulinarnemu w danym regionie. Szlak tematyczny można zdefiniować jako zintegrowany i zarządzany linearnie system penetracji rekreacyjnej, składający się z obiektów reprezentujących dany temat w przestrzeni, łączącej je trasy oraz elementów oferty towarzyszącej, mogących mieć związek z tematem w różnych ujęciach – wydarzenia, postacie, historie (Duda-Seifert, Drozdowska 2015, s. 151-172).

Szlak kulinarny jest to gastronomiczny produkt turystyczny, który ma na celu promocję narodowych lub regionalnych tradycji żywieniowych oraz lokalnych surowców czy też produktów spożywczych. Daje on każdemu zainteresowanemu turyście, i to nie tylko kulinarnemu, okazję do bezpośredniego zdegustowania charakterystycznych potraw np. w lokalu gastronomicznym zlokalizowanym w przestrzeni miejskiej lub wiejskiej. Stwarza także możliwość udziału w produkcji lub obserwowaniu poszczególnych etapów wyrobu konkretnego produktu żywnościowego w miejscu jego autentycznego występowania np. w gospodarstwie agroturystycznym, w małej manufakturze typu serownia, masarnia, olejarnia lub w dużym zakładzie przemysłowym jak browar czy gorzelnia (Woźniczko, Orłowski 2011, s. 101-123; Orłowski, Woźniczko 2016b).

W tym zakresie, w zależności od charakterystyki regionu, w którym są zlokalizowane szlaki kulinarne, mogą spełniać dwa zadania (Tomczak 2013, s. 47-62):

- na korzyść turystów, czyli umożliwiać im odwiedzanie najcenniejszych miejsc turystyki kulinarnej, poprzez selekcję na obszarach nasyconych różnorodnymi atrakcjami dla turystyki kulinarnej lub też doprowadzenie turystów do niedostatecznie rozpropagowanych miejsc turystyki kulinarnej na obszarach, w których takie walory nie są wypromowane;
- na korzyść regionu, czyli zapobiegać dysfunkcjom turystyki, takim jak: przekroczenie limitów chłonności turystycznej danego obszaru, uszkodzenie środowiska naturalnego na obszarach szczególnie wrażliwych na intensywność i niewłaściwą lokalizację ruchu turystycznego.

Szlaki kulinarne, które stają się coraz bardziej popularne w przestrzeni turystycznej, są ważnym czynnikiem rozwoju lokalnego czy regionalnego. Podążanie określonymi szlakami ukierunkowanymi na gastronomię stanowi jeden z głównych powodów skłaniających turystów kulinarnych do udziału w tego rodzaju podróżach tematycznych. Wśród tych szlaków M. Woźniczko i D. Orłowski (2011) wyróżnili:

- szlaki prowadzące do tradycyjnych lub nowoczesnych lokali gastronomicznych;

- szlaki, których motywem przewodnim jest napój alkoholowy lub bezalkoholowy;
- szlaki promujące narodowe, regionalne, lokalne i tradycyjne surowce lub produkty żywnościowe;
- szlaki promujące potrawy wywodzące się z narodowej, regionalnej lub lokalnej kuchni.

Zdaniem A. Borowskiej (2014) cechą charakterystyczną, która wyróżnia szlaki kulinarne, jest przede wszystkim to, że w większości przypadków wyznaczane są one na terenach nieurbanizowanych, o niekorzystnych warunkach gospodarowania, które znane są z występowania specyficznych upraw roślin, hodowli rodzimych ras zwierząt czy oryginalnych produktów żywnościowych. Tematyczne szlaki kulinarne łączą punkty produkcji, przetwarzania oraz dystrybucji autentycznych i miejscowych specjałów, które należą do danej kuchni narodowej lub regionalnej. Związane są one z wieloletnią tradycją, metodami produkcji przekazywanymi z pokolenia na pokolenie oraz wysoką jakością żywności.

Szlaki kulinarne dają turystom, zwłaszcza pochodzących z dużych aglomeracji miejskich, możliwość zobaczenia jak rzeczywiście wyglądają poszczególne etapy wytwarzania specjałów kulinarnych, umożliwiają ich degustację oraz zakup jako kulinarnej pamiątki turystycznej. Turyści kulinarni poznają zwyczaje żywieniowe, nawiązują kontakt z miejscową ludnością, często należącą do konkretnej grupy etnograficznej lub etnicznej, a także uczestniczą w doświadczeniach gastronomicznych, które związane są z różnymi aspektami narodowego lub regionalnego dziedzictwa kulinarnego (Borowska 2014, s. 19-32; Orłowski, Woźniczko 2015).

Poniżej zaprezentowano 7 przykładowych szlaków kulinarnych, które promują żywność i napoje w ofercie turystyki kulinarnej na terenie Niemiec.

„Niemiecki Szlak Wina” (*Deutsche Weinstraße*) – powstał jako pierwszy szlak winny w Niemczech w najsuchszym i najcieplejszym regionie, tj. Palatynacie. Ma długość 85 km i wiedzie przez winnice i wioski między Bockenheim a Schweigen-Rechtenbach przy granicy z Francją. Na trasie bogatej w atrakcje turystyczne istnieje okazja, aby zobaczyć pozostałości rzymskich osad, zamki i ruiny twierdz. Można także zapoznać się z dawnymi metodami uprawy winorośli oraz zwiedzić muzea. W lokalach, otwartych altanach, bądź bezpośrednio u winiarzy można degustować różne gatunki wina oraz spróbować regionalnych specjałów kuchni z Palatynatu. W Bad Dürkheim co roku we wrześniu można wziąć udział w największym festiwalu wina znanym pod mylącą nazwą *Wurstmarkt* – „Targ Kielbasy”, z muzyką, karuzelami, pokazami fajerwerków i degustacją win. Znajduje się tam również *Dürkheimer Fass*, największa na świecie beczka na wino. Mogłaby pomieścić 1,7 miliona litrów, jednak naprawdę działa tam restauracja, która oferuje duże bogactwo potraw sporządzanych z lokalnych produktów żywnościowych i odpowiednio dobranych do nich regionalnych win (Nowak, Czarniecka-Skubina 2011, s. 213-232; Woźniczko, Jędrzyński, Orłowski 2015; Orłowski, Woźniczko 2017b).

„Szlak Winny wzdłuż Mozeli” (*Moselweinstrasse*) – trasa o długości 250 km przebiegająca przez wsie, winnice, winiarnie oraz zabytki kultury: zamki, twierdze, klasztory, obiekty z czasów rzymskich, rezydencje książąt – elektorów, pałace szlacheckie, budynki barokowe i secesyjne. Winnice nad Mozelą produkują jedno z najlepszych niemieckich *rieslingów*. Dla miłośników wina oraz smakoszy kuchni regionalnej są przewidziane: festiwale wina i winiarzy, święto wina oraz tygodnie Mozeli z licznymi imprezami towarzyszącymi. Lokale gastronomiczne funkcjonują w: starych wnętrzach piwnic, malowniczych folwarkach, wiejskich chatach winiarzy oraz miejscowych „gospodach bukietowych”, tzw. *Strausswirtschaften*, czyli gospodach przy winnicach, przyjmujących gości tylko w określonym czasie, co oznaczone jest bukietem. Poza winami są tam serwowane proste potrawy, np. placki ze słoniną czy ciasto cebulowe, które harmonizują z miejscowymi winami (Nowak, Czarniecka-Skubina 2011; Woźniczko, Jędrysiak, Orłowski 2015; Orłowski, Woźniczko 2017b).

„Saksoński Szlak Wina” (*Sächsische Weinstraße*) – trasa o długości 55 km, wiodąca wzdłuż saksońskich winnic. Do najsłynniejszych winnic w Saksonii należy *Schloss Proschwitz* i *Schloss Wackerbarth* – obie są dobrze przygotowane do przyjmowania gości. Turyści mogą także wziąć udział w zabawie podczas jesiennego święta winobrania, odwiedzić ponad 20 producentów wina lub spędzić miło czas w winiarni. Gospodarze w lokalach serwują miejscowe wina ze specjalnie przygotowanymi domowymi przekąskami (Nowak, Czarniecka-Skubina 2011; Woźniczko, Jędrysiak, Orłowski 2015; Orłowski, Woźniczko 2017b).

„Szlak Piwny wzdłuż Aisch” (*Aischgründer Bierstraße*) – to szlak turystyczny w Środkowej Frankonii, który przebiega między miastami Bad Windsheim z Zachodu i Uehlfeld na wschodzie, wzdłuż rzeki Aisch. Na wyznaczonej trasie znajduje się osiem małych i średnich browarów rzemieślniczych – najstarszy istnieje od 1639 r., w których piwo warzy się z naturalnych składników i za pomocą tradycyjnych metod produkcji. Każdy z browarów można zwiedzać, a następnie degustować jego wyroby. Na szlaku co roku odbywa się również duży festiwal piwa, który organizowany jest rotacyjnie między miastami Neustadt a.d. Aisch, Bad Windsheim, Uffenheim i Scheinfeld. W czasie jego trwania odbywają się seminaria branżowe, targi piwowskie, liczne pokazy warzenia piw oraz degustacje regionalnych potraw komponujących się z piwem (www4).

„Badeński Szlak Szparagowy” (*Badische Spargelstraße*) – istnieje od 1994 r., a jego trasa o długości prawie 136 km, łącznie z biegnącym równolegle szlakiem rowerowym, wiedzie od najsłynniejszego szparagowego miasta na świecie – Schwetzingen, gdzie na centralnym placu znajduje się pomnik zbieraczy szparagów – przez Reilingen, Karlsruhe, Rastatt – do Scherzheim. Szparagi zbiera się od połowy kwietnia do końca czerwca. W tym okresie turyści mogą obserwować hodowców szparagów podczas zbiorów, a czasem nawet im pomagać na polu. Po obu stronach szlaku odbywają się wówczas kulinarne festyny szparagowe, a gospodarze zapraszają do stołu i serwują lokalne specjały ze świeżych szparagów.

We wszystkich lokalach gastronomicznych, w czasie trwającego trzy miesiące sezonu na to delikatne warzywo, oferowane są rozmaite potrawy w postaci przekąsek, zup i dań zasadniczych. Tradycyjnie podaje się tam szparagi z wody, do tego różne sosy: holenderski, muślinowy oraz topione masło. Dodatkiem są ziemniaki, naleśniki oraz gotowana lub wędzona szynka. W karcie dań obowiązkowo jest zawsze krem ze szparagów, sałatki i dodatki, które goście sami mogą komponować wedle upodobań. Do wszystkich szparagowych dań znakomicie pasują białe, łagodne wina badeńskie albo dobrze schłodzone różowe, które pochodzą z regionalnych winnic. Po zbiorach, aż do jesieni, szparagowe pola można rozpoznać po zielonych roślinach z czerwonymi jagodami. Jedyny w swoim rodzaju krajobraz wzdłuż tej trasy tworzą także: kwitnące łąki, pięknie położone parki i ogrody, interesujące zabytki, jeziora oraz muzea i historyczne miejsca. Na turystów czeka nie tylko bogata oferta gastronomiczna, lecz także atrakcje kulturalne. Park wodny „Bellamar” w szparagowym mieście Schwetzingen to bogactwo kolorów, kwiatów i tryskających fontann, a także chwile relaksu w grocie z wodospadem. W Reilingen, w trakcie spaceru ścieżką edukacyjną, można wiele dowiedzieć się o uprawie szparagów i tytoniu. Miasto Bruchsal znane jest z odbywającego się tam największego targu szparagowego w Europie. Natomiast kto chce zobaczyć „królową szparagów” odwiedza w maju ulubiony przez „szparagożerców” festyn szparagowy w Neudorf – *Neudorfer Spargelfes*. W książęcej rezydencji Karlsruhe mieści się Badeńskie Muzeum Regionalne – *Badisches Landesmuseum* ze wspnianiałym ogrodem, za którym znajduje się manufaktura *majoliki* wraz z muzeum. Na obszarze całego szlaku, gdzie uprawia się szparagi, lokale gastronomiczne wyspecjalizowały się w przyrządzaniu tego produktu i rozwinęła się tam „turystyka szparagowa”, która zyskała uznanie wśród Niemców (www5).

„Szlak Serowy Szlezwik-Holsztyn” (*Käsestraße Schleswig-Holstein*) – znajduje się w najbardziej wysuniętym na północy kraju *landzie* Niemiec, gdzie w całym okręgu Szlezwiku-Holsztynie funkcjonuje wiele mniejszych i większych mleczarni. Szlak łączy ze sobą serownie od okolic Lauenburga po Północną Fryzję i od Bałtyku po Morze Północne, w których wytwarza się ponad 120 różnych gatunków sera z mleka krowiego, owczego i koziego. Większość z nich produkuje się zarówno według tradycyjnych, jak i nowych receptur w rzemieślniczych zakładach serowarskich przy użyciu mleka z rodzimych ras zwierząt. Ponad 500-kilometrowy „Szlak Sera Szlezwik-Holsztyn” przecina cały region, łącząc wszystkie zakłady i wydarzenia związane z tym wybornym produktem z mleka, prowadząc również do wielu ciekawych atrakcji turystycznych i prezentując najpiękniejsze szlezwicko-holsztyńskie krajobrazy (www6).

„Dolnosaksoński Szlak Mleczny” (*Niedersächsische Milchstraße*) – istnieje od 2000 r., a jego trasa liczy w sumie 100 km i biegnie przez malownicze krajobrazy. Na szlaku hodowcy prezentują systemy udoju krów, a także wyjaśniają historię i zasady współczesnej produkcji mleka. W gospodarstwach rolnych można uczestniczyć w wiejskim życiu, obejrzeć zwierzęta, spróbować doić krowy i brać udział w sporządzaniu serów, wyrobie masła i pobieraniu śmietany. Wszystkie gospodarstwa położone wzdłuż trasy oferują wypoczynek

przy ich mlecznych stacjach, a także degustacje: sera, jogurtu, śmietany, kefiru i innych wyrobów mleczarskich oraz specjałów kulinarnych, do których wykorzystuje się tego rodzaju produkty spożywcze jak np. ciasta i desery (www7).

Dla turystów kulinarnych przemierzających szlak na szczególną uwagę zasługują bary mleczne, które w dialekcie fryzyjskim noszą nazwę „*Melkhuske*”. Znajdują się one na tzw. „Drodze Mlecznej”, która rozciąga się wzdłuż Międzynarodowego Szlaku Rowerowego „*Dollart Route*” w północno-zachodnich Niemczech, we wschodniej Fryzji – Ostfriesland, stanowiącej historyczną krainę Dolnej Saksonii. Pierwsze pomysły na tego typu działalność zrodziły się na początku XXI wieku, kiedy region przeżywał kryzys gospodarczy. Niewystarczająca liczba miejsc pracy, a także małe zainteresowanie turystów tą częścią Niemiec zmusiło mieszkańców do szukania nowych rozwiązań. Pierwszy bar „*Melkhuske*”, przy pomocy środków z Unii Europejskiej, otworzyła Pani Friedel Schumacher. Obecnie w regionie funkcjonuje 21 wiejskich barów mlecznych, natomiast 70 jest zlokalizowanych w całej Dolnej Saksonii.

Bary mleczne „*Melkhuske*” oferują turystom napoje oparte na mleku i jego przetworach. Stanowią one pewną propozycję żywieniową przeciwstawną do spotykanych wszędzie barów *fast-food*, wpływając niewątpliwie z jednej strony na wypracowanie prawidłowych nawyków żywieniowych u turystów, a z drugiej na atrakcyjność turystyczną w skali lokalnej czy regionalnej. Powodem powstania takiej działalności były potrzeby turystów przejeżdżających trasą rowerową, którzy wielokrotnie pytali miejscowych gospodarzy o możliwość wypicia szklanki mleka. Drugim powodem była konieczność rozbudowania na trasie infrastruktury gastronomicznej i sanitarnej. Najbardziej charakterystycznym typem baru mlecznego jest prosta w konstrukcji altana usytuowana w granicach gospodarstwa rolnego, najczęściej w ogrodzie lub przy drodze. Dodatkowe miejsca dla turystów znajdują się w otwartej przestrzeni, użytkowanej zwłaszcza w okresie letnim ze względu na korzystną pogodę. Ponadto przewidziano miejsca postojowe dla samochodów oraz rowerów, gdyż głównym odbiorcą usług są jednak rowerzyści (Jaszczak 2009a, s. 336-340; 2009b, s. 125-128).

Bary „*Melkhuske*” połączone są ze szlakami rowerowymi, co umożliwia odpoczynek turystom po pokonaniu określonego odcinka trasy. W obiektach „*Melkhuske*” obowiązują przepisy sanitarne dla punktów gastronomicznych w całych Niemczech. Wszelkie oferowane napoje muszą być przygotowane z mleka pasteryzowanego, mrożonych, pakowanych lodów i przetworzonych półproduktów. Natomiast dodatkowo serwowane ciasta czy torty mogą być wypiekane przez gospodynie. Na początku działalności w barach oferowano tylko mleko, jednak od 2004 r. zaczęto wzbogacać menu o kefir, jogurty, maślanekę, koktajle, kakao, ryż z mlekiem, pudding, chleb i bułki z rodzynekami, chleb pszenny z serem, różnego rodzaju ciasta i torty. W każdym fryzyjskim domu zwyczajem jest rytuał picia herbaty z kostką kandyzowanego cukru – w dialekcie *klunties* i śmietanką, dlatego też herbata podawana jest również w barach. Bary „*Melkhuske*” przyjmują turystów w sezonie wiosenno-

-letnim od początku maja do końca września, a z ich oferty w większości korzystają turyści zza granicy, zwłaszcza Holendrzy oraz z pozostałych regionów Niemiec – 60%, natomiast 40% stanowią turyści ze Wschodniej Fryzji. Wśród grup turystów przeważa młodzież szkolna, osoby starsze, a także rodziny z dziećmi, które korzystają z nowego rodzaju turystyki, jaką jest „turystyka mleczna”, będąca oryginalnym produktem turystyki kulinarnej Niemiec (Jaszczak 2009a; 2009b).

Muzea gastronomiczne promujące żywność i napoje jako element turystyki kulinarnej Niemiec

Gastronomiczne placówki muzealne są stosunkowo nową kategorią instytucji kultury, które występują na światowej mapie muzeów. Jednak zainteresowanie nimi z roku na rok wyraźnie rośnie, a dzieje się tak być może dlatego, że porządkują rzeczywistość wokół pewnego tematu przewodniego i w jednym miejscu dają możliwość zrozumienia, jak czasami odległe na pierwszy rzut oka dziedziny stają się interdyscyplinarne. Tego rodzaju obiekty muzealne są coraz częściej bardzo nowoczesne, interaktywne, oryginalne, wzbudzające emocje i dzięki temu stanowią atrakcję dla odwiedzających je turystów – niezależnie od wieku czy zainteresowań.

Muzea gastronomiczne są wyjątkowymi miejscami ze względu na prezentowane ekspozycje dawnych i współczesnych przedmiotów związanych z dziedzictwem kulinarnym, które mają szczególne znaczenie w historii, ale też i obecnie, gdyż kuchnia jest tematyką na tyle atrakcyjną i oczekiwaną przez zwiedzających, że nie można jej zamykać w określonych ramach czasowych. Obiekty prezentujące muzealia kulinarne są to wyjątkowe miejsca, które turyści bez względu na swój statut społeczny i materialny chcą zobaczyć dla wzbogacenia swojej wiedzy żywieniowej oraz doznania przeżyć estetycznych i emocjonalnych, które towarzyszą spożywaniu posiłków (Orłowski, Woźniczko 2017a, s. 179-201).

Poniżej zaprezentowano 17 przykładowych muzeów gastronomicznych, które promują żywność i napoje w ofercie turystyki kulinarnej na terenie Niemiec.

„Niemieckie Muzeum Kiełbasy Curry” (*Deutsches Currywurst Museum*) w Berlinie – powstało w 2009 r. i jest poświęcone kultowej niemieckiej przekąsce, tj. kiełbasie *curry*. W Niemczech rocznie sprzedaje się 800 milionów takich kiełbas, a w samym Berlinie 70 milionów. Muzeum jest podzielone na pięć części: „Snack-Bar” (można tam posłuchać „kiełbasianych” ciekawostek ze słuchawek w formie butelek ketchupu), „Przyprawy” (z ogromną sofą w kształcie kiełbasy otoczonej strumieniem musztardy i gigantycznymi frytkami), „Historia”, „Ekologia” i „Kino” (najlepsze sceny filmowe z kiełbasą *curry*). W muzeum jest rozpylany specjalny kiełbasiany zapach, a goście, jeśli zmęczą się zwiedzaniem, mogą odpoczywać na „kiełbasianych” sofach. Na koniec zwiedzania odbywa się degustacja kiełbasy *curry* w różnych odsłonach smaków (www8).

„Muzeum Smażonej Kielbasy” (*Bratwurst Museum*) w Holzhausen – powstało w 2006 r. i na powierzchni 100 metrów kwadratowych prezentuje wszystko to, co dotyczy historii, tradycji i kulturowego znaczenia słynnej na cały świat turyńskiej smażonej kielbasy (*Thüringer Bratwurst*). Zgromadzono ok. 400 najróżniejszych eksponatów, m.in. dotyczących chowu trzody chlewnej, uboju, aż po sprzęty do produkcji kielbasy. Najstarsze z nich pochodzą sprzed ponad 200 lat i służą do napełniania kiszki. W muzeum znajduje się także kolekcja przypraw, plakat z drzewem genealogicznym świń oraz różne dokumenty prezentujące rolę smażonej kielbasy w narodowej kulturze żywieniowej (www9).

„Muzeum Klusek Turyńskich” (*Thüringer Kloßmuseum*) w Heichelheim – prezentuje kolekcję dawnych sprzętów służących do przyrządzania tej narodowej potrawy. Na ekspozycji muzealnej jest prezentowana także historia ziemniaka, jako głównego składnika klusek. Podziwiać więc można zabytkowe prasy, dawne maszyny sortujące i inne sprzęty rolnicze wykorzystywane do uprawy kartofli. Muzeum dla wszystkich zainteresowanych smakoszy organizuje seminaria z zakresu sztuki gotowania klusek (www10).

„Muzeum Czekolady” (*Schokoladen Museum*) w Kolonii – zostało otwarte w 1993 r., co roku jest odwiedzane przez 5 milionów turystów. Jest ono położone w centrum miasta w ciekawym architektonicznie budynku łączącym starą sztukę budowlaną z nowoczesną architekturą. Przedstawiono w nim wszystko to, co jest związane z czekoladą – od sposobów uprawy i historii ziarna kakaowego aż po najróżniejsze warianty wyrobów czekoladowych. Zgromadzono w nim ponad dwa tysiące eksponatów. W muzeum wystawę nie tylko się ogląda, lecz także doświadcza zmysłami węchu, smaku i dotyku. Już po przekroczeniu progu obiektu muzealnego turyści wyczuwają ciepły, czekoladowy aromat. Na dwóch kondygnacjach tego wyjątkowego muzeum zwiedzający mogą się przyjrzeć sposobom produkcji tabliczek czekolady, truflii i figurek (www11).

„Muzeum Marcepanu” (*Marzipan-Museum*) w Lubece – niewielka placówka zlokalizowana w Marcepanowej Kamienicy słynnej na całym świecie firmy Niederegger, w której znajduje się także popularna kawiarnia, gdzie turyści mogą spróbować rozmaitych ciast z marcepanem. W czasie podróży przez cukierniczy świat odwiedzający mają okazję dowiedzieć się wszystkiego o marcepanie, z legendą opisującą powstanie marcepana i historią firmy włącznie. Największe wrażenie w muzeum robi 12, naturalnej wielkości, marcepanowych figur znanych mieszkańców Lubeki: od pisarzy H.J. Christoffela von Grimmelshausena i Th. Manna po W. Joopa, słynnego kreatora mody. Dla każdego miłośnika słodczy jest to obowiązkowy punkt na kulinarnej mapie Niemiec (www12).

„Muzeum Cukru” (*Zucker-Museum*) w Berlinie – jest to pierwsza na świecie stała ekspozycja na temat cukru w muzeach kulinarnych, która wykracza daleko poza prezentacją historii, produkcji i wykorzystania trzciny cukrowej oraz buraków cukrowych w codziennym życiu człowieka. Wystawa ukazuje zwiedzającym również dzieje kolonializmu i niewolnictwa w handlu cukrem, a także rolę i znaczenie cukru w wytwarzaniu produktów

żywnościowych oraz alkoholu. Ekspozyty prezentowane na wystawie muzealnej obejmują m.in. rozmaite opakowania cukru i słodyczy z całego świata, a także dobrze zachowane starożytne okazy trzciny cukrowej oraz buraków cukrowych. Na szczególną uwagę turystów kulinarnych zasługuje także liczna ekspozycja miedzianych alembików, czyli niezbędnych urządzeń wykorzystywanych do produkcji destylatów napojów alkoholowych w domach i przemyśle gorzelnicznym (www13).

„Europejskie Muzeum Szparagów” (*Europäisches Spargelmuseum*) w Schrobenhausen – istnieje od 1985 r. i znajduje się w zabytkowej wieży dawnego więzienia w centrum regionu Bawarii, które słynie z upraw szparagów. Muzeum w całości poświęcone jest „królewskiemu warzyw” i zapoznaje zwiedzających z jego historią, pochodzeniem, zasadami uprawy, sprzętem wykorzystywanym przez rolników, a także żywieniowym wykorzystaniem surowca w kuchni. Turyści kulinarni na ekspozycji poznają m.in. tradycyjne receptury potraw ze szparagów, zawarte w starych i współczesnych książkach kucharskich oraz zabytkowe naczynia, które są przeznaczone do gotowania i podawania szparagów, jak również dowiadują się o możliwościach ich lokalnego przetwórstwa w kuchni (www14).

„Muzeum Kultury Chleba” (*Museum der Brotkultur*) w Ulm – placówka powstała w 1955 r. jako pierwsza tego typu na świecie i prezentuje wszystkie aspekty piekarnictwa. Mieści się w zabytkowym spichlerzu w centrum miasta. Na terenie muzeum została zgromadzona kolekcja 18 tysięcy eksponatów, która przedstawia historię chleba liczącą 6 tysięcy lat oraz jego znaczenie dla ludzkości. W muzeum ukazano historię tego podstawowego produktu żywnościowego na świecie, a przede wszystkim szczegółowo zostały przedstawione sprzęty i metody wypieku chleba. Na ekspozycji znajdują się historyczne artefakty, modele i filmy ilustrujące ewolucję metod mielenia zbóż, produkcji mąki i wyrobu ciasta, jak również sposoby pieczenia w piecu chlebowym od epoki kamienia do czasów współczesnych. Na wystawie muzealnej zaprezentowano także znaczenia chleba dla ludzkiej egzystencji, kultury, obrzędowości i cywilizacji jako symbolu życia. Z drugiej strony zwiedzający mogą zobaczyć, co oznaczał brak chleba w okresie, gdy występował głód – nieudane zbiory z powodu klimatu, toczące się wojny i zjawisko migracji. Ekspozycja muzealna ukazuje historię głodu z czasów starożytnego Egiptu, aż do faktycznego braku bezpieczeństwa żywnościowego na świecie. Kolejnym wymiarem jest wykorzystanie chleba w dziełach sztuki, poprzez prace takich artystów, jak np.: Georg Flegel, Franz Francken, Ernst Barlach, Max Beckmann, Pablo Picasso, Salvador Dali, Man Ray i Markus Lüpertz. W muzeum działa również specjalistyczna biblioteka licząca ok. 4 tysiące woluminów oraz archiwum piśmiennictwa poświęconego chlebowi (www15).

„Niemieckie Muzeum Chmielu” (*Deutsches Hopfenmuseum*) w Wolnzach – znajduje się w Hallertau, czyli obszarze środkowej Bawarii, który zlokalizowany jest na terenie dwóch rejencji: Górnej i Dolnej Bawarii. Szacuje się, że z tego obszaru pochodzi prawie 84% rocznej produkcji chmielu w Niemczech, która pokrywa 1/3 światowego zapotrzebowania na ten surowiec. Hallertau jest największym obszarem produkcji chmielu na świecie. Teren

wystawowy muzeum zajmuje obszar 1 km² i można się tam dowiedzieć wszystkiego o piwie, a ponadto dla zadeklarowanych biroturystów organizowane są tematyczne seminaria, na których mogą odkrywać nowe aspekty „chmielowego trunku”. W muzeum można dowiedzieć się wszystkiego o historii, uprawach chmielu oraz smaku piw. Wejście na ekspozycję przez największy chmielowy stożek świata daje możliwość poznania, jak wielkie znaczenie dla ludzi ma produkcja piwa. Model krajobrazu prowadzi zwiedzającego do czasu wędrówek ludów, gdy chmiel był dziko rosnącą rośliną leczniczą. Wszystko można podziwiać na interaktywnej mapie. Rozważając średniowieczną historię chmielu, najważniejsze są stare dokumenty opisujące zasady uprawy tej rośliny i czystość produkcji piwa. W bibliotece muzealnej można dowiedzieć się, w jaki sposób człowiek odkrywał oraz wykorzystywał chmiel jako gwarancję dobrobytu. Przełom w produkcji piwa nastąpił dzięki mechanizacji, dlatego też różnorodne maszyny wykorzystywane do tego celu można zobaczyć na wystawie muzealnej. W sklepie z upominkami dostępnych jest wiele produktów związanych z piwem, które są chętnie nabywane jako pamiątka turystyczna (www16).

„Muzeum Przypraw” (*Spicy's Gewürzmuseum*) w Hamburgu – mieści się w starej dzielnicy miasta, w zabytkowym magazynie portowym. Na powierzchni ok. 350 m² zgromadzono ponad 900 eksponatów z ostatnich 500 lat. W muzeum można zobaczyć, dotknąć, powąchać, a nawet spróbować aż 50 różnych przypraw. Turysta kulinarny może prześledzić cały cykl ich produkcji począwszy od uprawy, poprzez przetwarzanie, przechowywanie i użytkowanie, aż do sposobów ich przygotowania, czyli do produktu końcowego. Muzeum ukazuje nowoczesne urządzenia technologiczne a przede wszystkim stare narzędzia i maszyny niezbędne do uzyskiwania przypraw. Ponadto w muzeum jest bogaty zbiór olejków eterycznych w fiolkach, które zwiedzający natychmiast może wyczuć za pomocą węchu. Oddzielna wystawa poświęcona jest dwóm najdroższym przyprawom świata, którymi są szafran i wanilia. Na terenie muzeum wszystkie przyprawy są prezentowane w rozmaitych formach – od roślin rosnących w donicach, przez suszone i sproszkowane, aż po opakowania importowe (www17).

„Wschodnio-Fryzyjskie Muzeum Herbaty” (*Ostfriesisches Teemuseum Norden*) w Norden – zostało otwarte w 1995 r. jako pierwsza tego rodzaju placówka w Europie. Ukazuje ono herbatę w ujęciu ponadregionalnym, począwszy od uprawy krzewów herbacianych, poprzez zbiór i sposoby przetwarzania, aż po gotowy produkt handlowy. Prezentowanych jest też kilka cennych eksponatów srebrnej zastawy stołowej z Norden, wśród nich imbryk wyprodukowany ok. 1780 r. W specjalnej gablocie jest eksponowany cukier kandyzowany, charakterystyczny dla wschodnio-fryzyjskiej kultury picia herbaty oraz pojemniki na cukier i cukiernice. Prezentowane są także pozaeuropejskie eksponaty, np. model japońskiego pawilonu herbacianego, współczesne i zabytkowe japońskie ceramiczne serwisy do herbaty czy chińska porcelana wydobytą z wraków statków spoczywających na dnie mórz południowo-wschodniej Azji (www18).

W Niemczech na szczególną uwagę turystów kulinarnych zasługują muzea browarnictwa, które umożliwiają im nie tylko spróbowanie tego narodowego napoju alkoholowego,

jakim jest piwo, ale również obejrzenie wnętrza oraz eksponatów związanych z tradycyjnym piwowarstwem niemieckim, które było stosowane dawniej i obecnie. Niemieckie muzea prezentujące tradycje piwowarskie stanowią na mapie gastronomicznych atrakcji turystycznych świata doskonały motyw podróżowania wśród osób zainteresowanych turystyką kulinarną. Do przykładowych niemieckich muzeów piwowarstwa, można zaliczyć m.in. (Orłowski, Woźniczko 2010):

„Muzeum Bednarstwa i Browarnictwa Braci Maisel” (*Maisel's Brauerei und Büttnermuseum-Brauereiwesen*) w Bayreuth – znajduje się w pochodzącym z XIX wieku obiekcie, który ozdobiony jest blankami, czyli elementami architektonicznymi w postaci zdobienia murów obronnych i baszt, tzw. zębami. W swoim niepowtarzalnym wnętrzu mieści niespotykane na całym świecie, założone w 1974 r., ekspozycje muzealne. Miejsce to zostało wpisane do Księgi Rekordów Guinnessa, jako muzeum piwa o najbogatszych zbiorach na świecie. Wnętrze muzeum, dzięki bardzo nowoczesnemu i oryginalnemu systemowi rozprowadzania zapachów wewnątrz obiektu, daje możliwość przeniesienia się w dawne czasy browarnictwa. W muzeum funkcjonuje maszynownia, warzelnia i warsztat bednarski, a wszystko wygląda tak jakby pracownicy chwile wcześniej odeszli ze swoich stanowisk na przerwę. Zwiedzający mają unikalną okazję poznania sztuki warzenia piwa i to z bardzo bliskiej odległości. W dawnej leżakowni browaru Meisel podzielonej na 20 pomieszczeń, znajdującej się w charakterystycznym budynku przemysłowym, zorganizowana jest wystawa poświęcona kulturze piwa. Można tam zobaczyć ponad 3 tysiące różnego rodzaju kufli, szklanek i dzbanów do piwa, a także około 400 bardzo rzadkich szyldów różnych browarów oraz marek piwa. Interesujący zbiór eksponatów stanowią także ciekawie wyeksponowane podstawki do piwa. Całe wyposażenie, warzelnia z 1887 r. wraz z maszynami parowymi, przyrządami browarniczymi, chmielarnią, magazynem beczek i butelek oraz historyczne obiekty, które niegdyś tworzyły zakład browarniczy, doskonale wprowadzają wszystkich zainteresowanych tą tematyką biroturystów w świat piwa (www19).

„Bawarskie Muzeum Browarnictwa” (*Bayerisches Brauereimuseum Kulmbach*) w Kulmbach – obiekty muzeum usytuowane są w historycznym zespole budynków browaru Kulmbacher Mönchhofsbrauerei. Zajmują one powierzchnię około 3 tys. m², a wewnątrz przygotowano, dla turystów i pasjonatów piwa, kompletną dydaktyczną oraz profesjonalną prezentację dotyczącą wszystkiego, co wiąże się z piwem. Zwiedzanie tego niewielkiego obiektu pozwala przybliżyć metody i warunki pracy, jakie panowały w browarze przed laty. Całą historię browarnictwa bawarskiego uwidoczniają doskonale przygotowane i połączone z prezentacją multimedialną na temat warzenia piwa, oryginalne dokumenty, zdjęcia oraz eksponaty. Sercem muzeum jest „Szklany Browar” – *Gläserne Brauerei* z lśniącymi, miedzianymi pokrywami kadzi. Muzeum daje możliwość obserwacji pracy browarników w dni warzenia piwa, a następnie degustacji gotowego już produktu oraz jego zakupu jako kulinarnej pamiątki turystycznej (www20).

„Muzeum Browaru Becka” (*Becks Brauereimuseum Breme*) w Bremie – znajduje się w sercu miasta bezpośrednio nad rzeką Wezerą, gdzie turyści mogą zwiedzić historyczny browar i dowiedzieć się wszystkiego o piwach marek Beck’s i Haake Beck, produkowanych w tym browarze od 1879 r. Muzeum oferuje turystom bardzo dużo informacji dotyczących sztuki browarniczej od najdalszych jej początków, aż do dzisiaj. Turyści zwiedzający muzeum przechodzą bezpośrednio przez magazyny surowców używanych do produkcji piwa i warzelnię, a po drodze mijają silosy ze słodem oraz kadzie z fermentującym i leżakującym wyrobem, jakim jest piwo. Miejsce to daje możliwość uzyskania niezbędnych informacji na temat niemieckiego prawa czystości warzenia piwa, różnych gatunków piwa, leżakowania tego trunku oraz tajników produkcji piwa. Muzeum jako jedno z niewielu posiada swoje małe kino, w którym oferuje zwiedzającym prezentację krótkich filmów o tematyce browarniczej. Na zakończenie wycieczki jest możliwość degustacji produkowanego piwa, co spotyka się z dużym entuzjazmem wśród zwiedzających (www21).

„Muzeum Browaru Felsenkeller” (*Felsenkeller Brauerei-Museum Monschau*) w Monschau – muzeum, które znajduje się we wnętrzach historycznego browaru zlokalizowanego w paśmie gór Eifel, prezentuje turystom historię sztuki browarniczej. W zbiorach placówki muzealnej znajdują się kolekcje starych urządzeń i narzędzi browarniczych, bogaty zbiór puszek po piwie oraz butelek z całego świata, wyroby bednarskie, a także zdjęcia oraz dokumenty pochodzące z ostatnich 150 lat dziejów browarnictwa. Po muzeum oprowadza gości mistrz browarnictwa, który w trakcie wizyty w warzelnii oraz piwnicach, gdzie piwo fermentuje i leżakuje, zdradza gościom tajemnice związane z produkcją piwa oraz jego poszczególnymi gatunkami. Dodatkową atrakcją przyciągającą turystów jest zwiedzanie piwnicy skalnej, powstałej w 1830 r. po wysadzeniu w powietrze góry łupkowej, z której browar korzysta między innymi do leżakowania piwa w beczkach (www22).

„Saksońskie Muzeum Browarnictwa” (*Sächsisches Brauereimuseum Rechenberg*) w Rechenbergu – znajduje się na terenie Parku Narodowego Rudaw Erzgebirge. Jest to obszerny zespół budynków przemysłowych stojących za historycznymi murami przy zamkowej skale. Browar ten w niezwykle sposób prezentuje prawie 450-letnią historię samego browaru oraz tradycji warzenia piwa od pozyskiwania surowców do samego degustowania wyśmienicie smakującego trunku. Całość obiektu tworzy budynek warzelnii oraz głębokie piwnice, a do tego wszystkiego doskonale funkcjonująca instalacja techniczna. Uwieńczeniem wycieczki po jednym z najstarszych browarów Niemiec jest degustacja piwa w niezwykle dobrze zachowanej starej słodowni z robiącym duże wrażenie sklepieniem krzyżowym (www23).

„Muzeum Piwa i Festiwalu Oktoberfest” (*Bier - und Oktoberfestmuseum*) – znajduje się w jednej z najstarszych kamienic w Monachium, która pochodzi z XIV wieku. Zwiedzający muzeum mogą uzyskać wiele informacji o historii piwa i monachijskim festiwalu piwnym *Oktoberfest*. Historia złocistego napoju przedstawiona została szczegółowo i interesująco na przykładzie licznych eksponatów: dotyczą one pierwszych wskazówek o warzeniu piwa

w Mezopotamii, piwa Egipcjan, Celtów i Germanów, a także normy czystości *Reinheitsgebot* oraz piwa monachijskiego. Na wyższych piętrach turysta może uzyskać wszystkie wartości poznania informacji na temat największego na świecie święta piwa (www24).

Podsumowanie

Narodowe, regionalne i lokalne tradycje kulinarne są w coraz większym stopniu doceniane przez miłośników autentycznej kuchni. Od dawna bez ograniczeń możemy podróżować po całym świecie, a wraz z poznawaniem obyczajów oraz smaków, z bliskich i dalekich zakątków kuli ziemskiej, rosną nasze wymagania jako konsumentów – turystów. Wzrasta przy tym świadomość kulinarna, wśród osób podróżujących w celach poznawania rozmaitych aspektów gastronomii, jakim skarbem są istniejące zwyczaje żywieniowe własnego kraju. Odkrywanie nowych regionów ściśle wiąże się z poznawaniem miejscowych potraw oraz składników, które są niezbędne do ich przygotowania.

Turystyka kulinarna to nowe i oryginalne zjawisko, które coraz silniej wpływa na turystykę międzynarodową. Każdy, kto współcześnie podróżuje, na pewno potrafi wybrać swój odpowiedni walor danej kuchni, gdzie kieruje się własnymi preferencjami żywieniowymi. „Smakując świat”, poznaje się zwyczaje i różnorodność kulinarną, która występuje w różnych zakątkach ziemi, przez co wprowadzane są nowe smaki i aromaty do domowej kuchni. Gastronomia bez wątpienia wpisała się w światową turystykę jako jeden z kluczowych elementów każdego wyjazdu krótko lub długoterminowego. Produkty regionalne oraz lokalne potrafią przyciągnąć turystów nawet z odległych zakątków kuli ziemskiej i to tylko po to, aby mogli oni poczuć smak tradycyjnej potrawy. Wykorzystywanie kuchni narodowej do promocji turystycznej stało się bardzo popularne, a przede wszystkim skuteczne, gdyż prawidłowo „skonsumowany” produkt turystyki kulinarnej przynosi korzyści nie tylko dla regionalnej gastronomii, ale również dla całego kraju.

Europejskie biura podróży kładą coraz większy nacisk na turystykę kulinarną, zwłaszcza że nie jest możliwe poznanie miejscowej kultury bez „zasmakowania” narodowej i regionalnej gastronomii. Również instytucje odpowiadające za promocję turystyczną regionów dbają o prezentację walorów kulinarnych miejsc odwiedzanych przez turystów i to nie tylko *foodies*. Liczba wyjazdów związanych z gastronomią z roku na rok wzrasta, a wraz z nią różnorodność ofert biur podróży. Dlatego też coraz częściej oferują one swoim klientom tematyczne wyprawy, które mają za zadanie spełnić wszelkie, w tym nawet najbardziej nietypowe oczekiwania, jakie są pokładane w wyjeździe turystycznym ukierunkowanym na gastronomię.

W każdym kraju można znaleźć charakterystyczne specjały dla danej kuchni, co świadczy, że kulinaria są bardzo ważne w wielu częściach świata, w tym także w Niemczech. Poszczególne *landy* charakteryzują się swoją kuchnią regionalną, która obfituje w oryginal-

ne potrawy, do których przygotowania wykorzystuje się typowe składniki, np. ziemniaki, szparagi, kapustę, wędliny (kiełbasy) i różnego rodzaju mięsa podawane w wyśmienitych sosach, a popularnym napojem jest tam piwo.

Kuchnia niemiecka przez swoją różnorodność przyciąga turystów z całego świata, a każdy region pozwala odkryć nowe potrawy różniące się nie tylko wyglądem, ale również smakiem i aromatem, a przede wszystkim sposobem przyrządzania, co daje im wspomnianą oryginalność i niezwykłą siłę przyciągania turystów. Turystyka kulinarna rozwijająca się przez ostatnie lata, dziś stanowi podporę branży turystycznej. Niemcy doskonale zdali sobie z tego sprawę i położyli duży nacisk na promocję swoich regionów za pomocą kuchni. Wiele osób słyszało o bawarskim piwie czy kiełbasce serwowanych na największym na świecie festiwalu piwa *Oktoberfest*. Dzięki takiej promocji z roku na rok wzrasta liczba turystów odwiedzających *landy* naszych sąsiadów. Niepowtarzalny klimat niemieckich zakątków przyciąga turystów z innych krajów i pozwala na coraz szerszą promocję turystyki kulinarnej poprzez wydarzenia gastronomiczne, szlaki kulinarne promujące żywność i napoje oraz muzea prezentujące wybrane elementy dziedzictwa kulinarnego Niemiec.

Bibliografia

- Banasik W., Fiszer D. (2016), *Kulinarne produkty turystyczne Polski*, (w:) Makala H. (red.), *Trendy żywieniowe w turystyce. Tradycje i dziedzictwo kulinarne*, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych, Warszawa.
- Borowska A. (2014), *Zróżnicowanie terytorialne regionalnego produktu turystycznego na przykładzie szlaków kulinarnych w Polsce*, „Turystyka i Rozwój Regionalny” nr 1.
- Cieślewska J., Kwapisz A., Wroński P. (2008), *Kuchnia niemiecka. Podróże kulinarne – tradycje, smaki, potrawy*, New Media Concept, Warszawa.
- Conti L. (1998), *Kulinarna podróż dookoła świata*, Oficyna Wydawnicza MAK, Wrocław.
- Dębniński B., Gałązka M. (2010), *Kuchnia włoska, francuska, węgierska i japońska jako walor turystyczny*, (w:) Dolatowski Z., Kołożyn-Krajewska D. (red.), *Gastronomia w ofercie turystycznej regionu*, Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Turystyki w Częstochowie, Częstochowa.
- Duda-Seifert M., Drozdowska M. (2015), *Kulinarne produkty turystyczne Polski – analiza przestrzenna i ocena dynamiki rozwoju*, (w:) Krakowiak B., Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka – wokół wspólnego stołu*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego oraz Instytut Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Hamułka J., Ozimek I. (2001), *Kuchnia niemiecka*, (w:) Berndt-Kostyrzewska J. (red.), *Kuchnie różnych narodów*, Wydawnictwo Format-AB, Warszawa.
- Jaszczak A. (2009a), „*Melkhuske*” – droga mleczna? *O produkcie turystycznym w regionie Ostfriesland*, (w:) Palich P. (red.), *Marka wiejskiego produktu turystycznego*, Wydawnictwo Akademii Morskiej w Gdyni, Gdynia.
- Jaszczak A. (2009b), *Pijanie mleka „Melkhuske”*, (w:) Kmita-Dziasek E. (red.), *Marka wiejskiego produktu turystycznego – inicjatywy i inspiracje*, Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie. Oddział w Krakowie, Kraków.

- Nowak D., Czarniecka-Skubina E. (2011), *Tradycje winiarstwa w Europie jako produkt turystyczny*, (w:) Puchnarewicz E. (red.), *Dziedzictwo kulturowe regionów świata i jego znaczenie w turystyce*, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Orłowski D., Woźniczko M. (2010), *Piwowarskie tradycje w ofercie turystycznej Niemiec*, „Zeszyty Naukowe Turystyka i Rekreacja” t. 5, nr 1.
- Orłowski D., Woźniczko M. (2011), *Komercyjne wydarzenia promocyjne na rzecz zachowania dziedzictwa kulinarnego w turystyce wiejskiej*, (w:) Jastrzębski C. (red.), *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, Wyższa Szkoła Ekonomii i Prawa w Kielcach, Kielce.
- Orłowski D., Woźniczko M. (2015), *Turystyka kulinarna na wiejskim rynku turystycznym*, (w:) Kamińska W. (red.), *Innowacyjność w turystyce wiejskiej a nowe możliwości zatrudnienia na obszarach wiejskich*, „Studia”, t. CLXIII.
- Orłowski D., Woźniczko M. (2016a), *Różnorodność kuchni narodowej jako atrakcja turystyczna Szwecji*, (w:) Makala H. (red.), *Trendy żywieniowe w turystyce. Tradycje i dziedzictwo kulinarne*, Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie, Warszawa.
- Orłowski D., Woźniczko M. (2016b), *Turystyka kulinarna w Polsce – wstępne badania nad fenomenem zjawiska*, „Turystyka Kulturowa” nr 5, <http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/issue/view/100> [dostęp: 25.03.2017].
- Orłowski D., Woźniczko M. (2017a), *Europejskie muzea produktów żywnościowych i ich znaczenie w turystyce kulinarnej*, „Zeszyty Naukowe Uczelni Vistula”, nr 54(3).
- Orłowski D., Woźniczko M. (2017b), *Turystyka kulinarna na świecie* (materiały niepublikowane).
- Römer J. (2004), *Niemcy*, (w:) Dominé A., Römer J., Ditter M. (red.), *Culinaria. Kuchnie Europy*, Wydawnictwo Könemann, Köln.
- Stasiak A. (2015a), *Gastronomia jako atrakcja turystyczna Łodzi*, „Turyzm”, nr 25/2.
- Stasiak A. (2015b), *Rozwój turystyki kulinarnej w Polsce*, (w:) Krakowiak B., Stasiak A. (red.), *Kultura i turystyka – wokół wspólnego stołu*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego oraz Instytut Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Światała-Trybek D. (2015), *Tasty Events. On Culinary Events in the Silesian Voivodeship*, „Łódzkie Studia Etnograficzne”, t. 54.
- Tomczak J. (2013), *Szlak kulinarny jako przykład szlaku tematycznego*, „Prace i Studia Geograficzne”, nr 52.
- Woźniczko M., Jędrzyński T., Orłowski D. (2015), *Turystyka kulinarna*, PWE, Warszawa.
- Woźniczko M., Orłowski D. (2011), *Szlaki kulinarne komponentem wiejskiego produktu turystycznego*, (w:) Jastrzębski C. (red.), *Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji*, Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych im. prof. Edwarda Lipińskiego w Kielcach, Kielce.
- Żurawski S. (2007), *Obyczaje, języki, ludy świata*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- (www1) <http://www.dresdnerstollenfest.de> [dostęp: 27.03.2017].
- (www2) <http://www.chocolart.de> [dostęp: 27.03.2017].
- (www3) <http://www.weimar.de/zwiebelmarkt> [dostęp: 27.03.2017].
- (www4) <http://www.bierstrasse.de>, 28.03.2017.
- (www5) <http://www.badische-spagelstrasse.com> [dostęp: 28.03.2017].
- (www6) <http://www.kaesestrasse.eformation.de> [dostęp: 28.03.2017].
- (www7) <http://www.niedersaechsische-milchstrasse.de> [dostęp: 28.03.2017].
- (www8) <http://www.currywurstmuseum.com> [dostęp: 03.04.2017].
- (www9) <http://www.bratwurstmuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].

- (www10) <http://www.klossmuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www11) <https://www.schokoladenmuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www12) <https://www.niederegger.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www13) <http://www.sdtb.de/Zucker-Museum.6.0.html> [dostęp: 03.04.2017].
- (www14) <http://www.museen-schrobenhausen.byseum.de/de/spargelmuseum> [dostęp: 03.04.2017].
- (www15) <http://www.brotmuseum-ulm.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www16) <http://www.hopfenmuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www17) <http://www.spicys.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www18) <http://www.teemuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www19) <http://www.maisel.com> [dostęp: 03.04.2017].
- (www20) <http://www.bayerisches-brauereimuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www21) <http://www.becks.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www22) <http://www.brauerei-museum.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www23) <http://www.museumsbrauerei.de> [dostęp: 03.04.2017].
- (www24) <http://www.bier-und-oktoberfestmuseum.de> [dostęp: 03.04.2017].

National Cuisine in German Culinary Tourism

Summary

Contemporary tourists' interest in national cuisine of visited country leads to the revival of all kinds of tourist services and at the same time constitutes a vital factor of local and regional development. German cuisine, due to its variety attracts tourists from all over the world and every region enables to explore new dishes which differ not only because of their appurtenance but also because of their taste, aroma and above all due to their methods of preparation, which generates their originality and extraordinary power of attracting tourists.

Developing over the years culinary tourism now constitutes support for the whole tourism and Germany realized this fact very well putting the emphasis on promotion of their regions by means of cuisine. Unique climate of German spots attracts tourists from other countries and enables a wider promotion of culinary tourism through participation in various culinary events, compassing culinary trails promoting food and beverage or visiting museums presenting selected elements of German culinary heritage.

The aim of this work is to show the potential so national cuisine and its usage in the development of culinary tourism of Germany. In order to prepare the elaboration the author used non-reactive research, the method of content analysis in which were used secondary data coming from literature of the subject and the technique of observation while participating in study visit in Germany in 2016.

Key words: culinary tourism, national cuisine, culinary trails, culinary events, culinary museums, Germany.

JEL codes: Q18, Z32

Artykuł zaakceptowany do druku w kwietniu 2018 r.

© All rights reserved

Afilacje:

dr Dominik Orłowski

Wyższa Szkoła Turystyki i Języków Obcych w Warszawie

Al. Prymasa Tysiąclecia 38

01-242 Warszawa

e-mail: orlowskidominik@wp.pl

dr Magdalena Woźniczko

Wyższa Szkoła Ekologii i Zarządzania w Warszawie

ul. Olszewska 12

00-792 Warszawa

e-mail: mwozniczko@poczta.onet.pl