

---

# REKLÁMGAZDASÁG

---

Musch Rozina<sup>1</sup>

## A romkocsmá-kultusz, mint image-formáló elem<sup>2</sup>

### Város-image, város-márka

Hogy mi is pontosan az imázs, arra definíciók sorát lehetne idézni. Összegezve ezeket: az image tulajdonképpen a fogyasztók fejében megannyi parányi befolyásoló tényezőtől felépülő kép, elképzelés, a benyomások összessége, amely objektív tényekre alapozva, ám személyes tapasztalatok, érzelmi hatások, egyéni beállítódások által formálódik.

Az image megteremtését és alakítását az arculat-, illetve a márkatervezés szolgálja, feltéve, hogy az ennek keretében meghozott döntéseket (pl. küldetés, filozófia, magatartás, vagy márkaértékek, márkaszemélyiség) következetesen meg is valósítják, no meg kellő módon és intenzitással kommunikálják.

Az imázs különösen fontos szerephez jut az idegenforgalomban, amely – mint tudjuk – szolgáltatás, tehát a vásárlás pillanatában csak ígéret, megfoghatatlan remény, és ahol a globalizáció révén a fogadóterületek egyre erősödő versenyhelyzetben vannak egymással. A megfelelő image már ahhoz is szükséges, hogy a potenciális látogatók gondolataiban egyáltalán felmerüljön, mint lehetőség megjelenjen valamely ország, tájegység, város. Abban pedig, hogy több alternatíva közül végül is az adott desztináció mellett döntsenek (persze más tényezők mellett) az imázsnak még nagyobb szerepe van, hiszen az egymással küzdő úti célok közül az egyedi, markáns, a pozitív képpel rendelkezők kerülhetnek ki győztesen.

Egy város (mondjuk Budapest) megfelelő, megkülönböztetésre alkalmas, (legalább valamely szegmensek számára) vonzó imázsának kialakítása a márkázás (ez esetben: „city-branding”) feladata. Nagyjából ugyanúgy, ahogy a most következő idézet az ország márkázásával kapcsolatosan fogalmaz: „egy ország, egy nemzet tudatos ön- és tükörképének dinamikus és pozitív alakítása, egy átfogó, komplex marketing folyamaton belül, a márkázás részfolyamata segítségével.”<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> A szerző most januárban szerzett diplomát a BGF KVIK Kereskedelmi Kommunikáció szakirányán. Saját megfogalmazása szerint „imádja Budapestet”, és nem tartja elképzelhetetlennek, hogy valamikor majd ötvözze a főváros iránti rajongását a szakma magas színvonalú gyakorlásával.

<sup>2</sup> Cikkünk a szerző diplomamunkájának (konzulens: dr. Szántó Szilvia) egyik fejezetére épül, annak is erősen rövidített, szerkesztett változata.

<sup>3</sup> Szabó M. (2013) Országmarkázás: A be nem vetett „titkos fegyver?”, Múlt a jövőben tradíció és megújulás a turizmusban és vendéglátásban, BGF KVIK, 178 – 187. old.

A városmárkázás egy folyamat, mellyel célunk egyedivé, karakteressé, megkülönböztethetővé tenni városunkat, kiemelve bizonyos tulajdonságait, jellegzetességeit, értékeit<sup>4</sup>, azaz – Simon Anholt, nemrég Nobel-díjra javasolt marketing szakértő által használt fogalommal élve – a „versenyképes identitást”<sup>5</sup>. A megfelelő kommunikáció pedig segíthet mind-ezek tudatosításában. A helyes pozicionálás, a jó városmárka kialakítása, a hozzáillő kommunikáció elengedhetetlen a kedvező imázs kialakulásához, és ezen keresztül a versenyképességhez.

Az alábbiakban egy viszonylag új budapesti jelenséget, divatot mutatok be és vizsgálom meg, annak megválaszolása érdekében, hogy vajon ezek a megnyilvánulások nem lennének-e sikeresen beépíthetők a fővárosi márkákba, nem teremtenének-e (bizonyos szegmensekben) kedvező, vonzó image-et.

## Romkocsmakultusz

Mit lehet-kell értenünk az idegenforgalomban még kevésbé használt kifejezés az *underground turizmus* alatt? Maga az underground sok mindent jelenthet: szubkultúrát, életstílust, ideológiát, művészeti irányzatot, de mindenképp újszerűt, egyedit, szokatlant, a megszokottól eltérőt, a hagyományostól különbözőt. Ha tehát turisztikai kínálatot illetünk ezzel a jelzővel, akkor annak különböznie kell az átlagostól, a főáramlatoktól, a tömegestől. A budapesti romkocsmák tökéletesen megfelelnek mindezen kritériumoknak, ha bekerülnek-bekerülnének a főváros márkáértékei közé.

### **Ingtalan-panamáktól a romkocsmákig**

A romkocsmára kialakult és elfogadott pontos definíció nem létezik. Elnevezésük a II. világháború utáni romos épületekben, padlásokról vagy ócska piacokról összeszedett, bútorokkal berendezett szükségintézményektől eredeztethető. Ezekben az elhanyagolt épületekben és udvarokban többnyire beton vagy téglapadlón állnak a molyrágta öreg kanapék, az antik állólámpák, vagy éppen egy félbe vágott Trabantból kreált egyedi dizájn-elemek. Két egyforma formájú és színű széket, asztalt találni szinte nem is lehet bennük. De éppen ettől egyedi, alternatív, laza, fiatalos, művészies a design.

Édes Balázs közgazdász egy vele készült interjúban<sup>6</sup> a budapesti romkocsmamodel kialakulását a városrombolásra vezeti vissza. Úgy véli, az erzsébetvárosi vezetésnek nem volt elegendő pénze, elképzelése és komoly szándéka a városnegyed felújítására, amit ezért az ingatlanfejlesztőkre szeretett volna bízni, annak minden problémájával. A helyi lakosság érdekei és a műemlékvédelmi szempontok teljesen a háttérbe szorultak, a nyereszkesedés vált a legfőbb céllá, az ingatlanokat áron alul értékesítették. Ennek köszönhetően a befektetők műemlékvédelem alatt álló épületek sorát bontották le a régi zsidónegyedben. Édes Balázs szerint ennek a káosznak köszönhetik létrejöttüket a romkocsmák: az ingatlanok ideiglenes hasznosítása megállította az épületek pusztulását. E helyek közül azonban jó pár ismertté (sőt: kultikussá) vált, s emiatt az önkormányzat kénytelen fontolóra venni (lebontás helyett) a felújítás lehetőségét.

<sup>4</sup> Papp-Váry Á.: [http://www.papp-vary.hu/varosmarkazas/Hogyan\\_lesz\\_telepulesbol\\_marka.pdf](http://www.papp-vary.hu/varosmarkazas/Hogyan_lesz_telepulesbol_marka.pdf)

<sup>5</sup> Papp-Váry Á.: Országmárkázástól a versenyképes identitásig (Marketing és Menedzsment, 2009/2..)

<sup>6</sup> Vincze B.: Romkocsmák Budapesten: <http://www.goethe.de/ins/hu/bud/kul/mag/arc/brl/bud/hu8891638.htm>

## A romkocsmák titka

Míg Budapest belső kerületeinek ódon utcáit, a vakolat híjas homlokzatok mögött meghúzódó, üresen álló, macskaköves, romantikus belső udvarokat nappal csöndes, nyugodt légkör jellemzi, addig este nyoma sincs ennek a szürke hangulatnak. Ekkor fiatal társaságok lepik el a környéket, a csacsogástól és a kacagástól újra élettel telik meg a pesti éjszaka.

A romkocsmák rendkívül népszerűek a külföldi és hazai közönség körében egyaránt. Vélhetően azért (is), mert itt egyszerre történik vendéglátás és (modern, alternatív, amatőr) kulturális tevékenység is. Háttérzenének vagy a tánctéren nem az aktuális rádióslágerek szólnak, túlnyomórészt underground lemezlovasok szerzeményeit hallhatók, a koncerttermekben pedig kevésbé ismert, sokszor inkább csak hobbi-szinten működő „garázs”-zenekarok lépnek fel. Egyre gyakoribb, hogy e helyek irodalmi eseményeket, filmesteket, színházi előadásokat is szerveznek. A kiállításokon gyakran tehetséges, de még nem befutott művészek munkáit mutatják be. A kulturális programok mellett persze fontos a gasztronómia (azon belül is elsősorban a bor, a fröccs és egyre inkább a kézműves sörök). Az igazi romkocsmá élményhez pedig napjainkban egyre inkább hozzátartozik a környezettudatos életmód, a fenntartható fejlődés szelleme is. Az újrahasznosítás jegyében készülő berendezések és dizájn-elemek mellett a romkocsmák támogatják Budapest biciklis kultúráját, igyekeznek megóvni a városban megbúvó zöld területeket, östermelői piacokat szerveznek. Harcolnak egy élvezhetőbb, élhetőbb városért.<sup>7</sup>

Bár számos nagyvárosban, így Berlinben is rengeteg hasonló, nagyméretű, szabadtéri kocsmát találhatunk, Budapesten egy földrajzilag könnyen körbehatárolható területen – a hatodik és a hetedik kerület – olyan mennyiségben fordulnak elő, ahogyan más európai városban sehol sem. Ráadásul – népszerűségüknek köszönhetően – újabb területeken is megjelentek: ötödik, nyolcadik, kilencedik kerület, Városliget környéke, Margit-sziget, budai oldal. A romkocsmá budapesti kuriózum, ehhez nem fér kétség.

Az igazi romkocsmá persze sokkal több, mint egy elnéptelenedett bérházban innen-onnan összeszedett bútorokkal, extravagáns dísz tárgyakkal berendezett vendéglátó egység<sup>8</sup>. Tíz évvel ezelőtt, a romkocsmák hajnalán csupán egy szűk városi réteg látogatta az elhagyott bérházakban berendezett bárakat, mára viszont ez a jelenség Budapest első számú „exportcikke” lett. Olyan emblematikus szimbólum, mely stílust, különleges vonzerőt ad a városnak. A cikkben idézett Saly Noémi muzeológus, a kávéházak történetének kutatója szerint „a romkocsmá a Budapesten egykor virágzó, majd az államszocializmus ideje alatt tudatosan elsorvasztott kávéházi kultúra újjászületése”. Hiszen ide is, akárcsak korábban a kávéházakba, nem csupán inni járnak az emberek, hanem megvitatni a világ dolgait. Igaz, amíg az Abbáziában vagy a New Yorkban a kor folyóiratainak cikkeiről folyt a társalgás, manapság az interneten olvasott hírekről. „A lényeg mégis ugyanaz: emberek gyűlnek össze egy jellegzetes formavilágú térben és véleményt cserélnek” – mondja a muzeológus. Aki egy másik párhuzamot is felvázol, mi szerint régen a fővárosba érkező külföldi látogatókat először a kávéházba vitték el cigányzenét hallgatni, manapság a romkocsmába viszik őket fröccsözni. Egy nagyváros stílusához ugyanis hozzátartozik a közösségi élet.

Zsendovits Ábel a Szimpla Kert vezetője szerint érdemes végiggondolni, hogy hús, de akár tizenöt évvel ezelőtt hány olyan hely volt a fiatalok számára Budapesten, ahol gond nélkül szóba lehetett elegyedni egy vadidegennel? Egy romkocsmá tehát számos olyan dolgot ötvöz magában, amelyekből az évek során összeáll egy egész életstílusnyira való. Saly Noémi kutató szerint azért válhatott életstílussá, mert harmóniában van a várossal. Amikor egy fiatal

<sup>7</sup> Mihály E.: Kertkultúra a budapesti flaszteren

<http://www.asziv.hu/archivum/2012/november/szinter/kertkultura-budapesti-flaszteren>

<sup>8</sup> Horváth, A. D.: Romkocsmák: enyészet exportra [http://nol.hu/belfold/20120922-enyeszet\\_exportra?ref=sso](http://nol.hu/belfold/20120922-enyeszet_exportra?ref=sso)

belép egy ilyen helyre, ugyanazt a patinás enyészetet látja, mint amikor a Nagykörúton sétál; a romkocsmák eklektikus berendezése nem más, mint a város építészetének leképeződése. Ahogy a későbbiekben látható lesz, akárcsak a kávéházaknál, idővel a romkocsmák esetében is kialakult a különböző stílusok széles skálája.

### **Szimpla – a kezdet<sup>9</sup>**

A budapesti romkocsmák sikertörténete 2001-ben, a Kertész utcában megnyitott Szimplával kezdődött. Ezt 2002-ben a Szimpla Kert követte, ami 2004-ben a Király utcából átköltözött a Kazinczy utcába. A Szimpla Kert úttörő, igazi trend-diktáló romkocsmá. „Keresetlen stílusával, réteggkulturák iránti nyitottságával, és azzal, hogy nem a közvélekedésben élő tipikus vendéglátós arcok, hanem bölcsész fiatalok nyitották, új fejezetet nyílt Budapest urbánus kultúrájában” – nyilatkozták az alapítók a hely Facebook-profilján.

A programkínálat éppoly sokszínű és egyedi, mint a hangulat, mely a kortárs művészek alkotta elektromos kütyüktől, időszámításunk előttinek tűnő játékoktól, biciklitől és a talán legmarkánsabb elemétől a Trabantból kialakított asztaltól olyan nagyszerű. A Szimpla berkeiből nőtte ki magát többek között Budapest legnagyobb nemzetközi animációs fesztiválja (Anilogue), de található benne saját forgalmazású filmekkel működő kertmozi is. A filmfesztiválok és kiállítások békésen megférnek a biciklis, kézműves gasztró-, a legújabb design- vagy épp jótékonyági süteményvásárokkal. Vagy a megőrzésre, gyógyításra otthagyt szobanövényekkel. A Szimpla Információs Kifőzde pedig egyben találkozóhely, vitafórum, problémamegoldó központ, talált tárgyak osztálya, civil bázis, ajándékbolt. A társadalmi felelősségvállalás erősítését is célul tűzték ki, így például a környéken a zajártalom csökkentésére önkéntes ablakszigetelést végeznek. Itt működik a helyi Cseresznye Ifjúsági iroda, a Bringakonyha, Ceruzagyusza képregény rajzoló egyesület és a Rubik-kocka kör is.

Magyarán: egy igazi közösségi térről van szó.

### **Az „eredeti” romkocsmák<sup>10</sup>**

A Kőleves kert története is szépen reprezentálja a VII. kerület életében az elmúlt években lezajlott változásokat. Ahol korábban a Kiskacska Vendéglő volt, most a Kőleves Vendéglő fogadja a látogatókat, a mellette lévő háznak hűlt helyén tátongó foghíjtelek pedig a kerthelyiség ideális helyszíne lett. A földet vastagon szórt kavics fedi, a színesre festett székek és asztalok között hemzsegnak a fiatalok, a biciklitároló pedig minden este megtelik.

Szintén a Kazinczy utcában található az Ellátó kocsma és kert, melynek berendezése és hangulata épp olyan egyedi atmoszférát teremt, mint már említett régebbi szomszédjai. Nem messze, a Király utcában lelhető fel Budapest egyik legkedveltebb underground kuriózuma is, a korábbi autószerelő műhelyből kialakított Kuplung, amely koncertterem, kiállítótér és alkotóműhely is.

A Király utcából az Akácfa utcába fordulva rövid séta után következik a Fogasház, mely nem halspecialitásáról, hanem az egykori tulajdonos fogorvosi mesterségéről kapta a nevét. A házat olyan felülről lengedező tárgyak díszítik, mint egy régi kerékpár, vagy számtalan kínai lámpás. A színes székek és asztalok világát pedig belengi a spontaneitás. A Fogasház egyike azoknak a helyeknek, melyek igazán komolyan veszik a kulturális

<sup>9</sup> <http://romkocsmak.hu> anyagai alapján

<sup>10</sup> Boldog A.: Vége a romkocsmá-hangulatnak – átalakul a Corvin tető

[www.campusonline.hu/zene/3811-vege-a-romkocsmá-hangulatnak-atalakul-a-corvinteto.html#.UoOC3PkvS4Q](http://www.campusonline.hu/zene/3811-vege-a-romkocsmá-hangulatnak-atalakul-a-corvinteto.html#.UoOC3PkvS4Q)

befogadótér koncepciót, ami – többek szerint – talán itt hangsúlyosabban is jelenik meg, mint a kocsmafunkció. Nap, mint nap vannak különféle kiállítások, filmklubok, alternatív színházi előadások, koncertek, workshopok. A szomszédos macskaköves, fás udvaron lévő Fogas Kertben pedig a csillagos ég alatt kínálják a klasszikus házi limonádét.

A kerületben még kiemelésre méltó a Nagydiófa utcában található Grandio, amely egy évekig lakatlan és elhanyagolt körfolyosós ház udvarára települt. A sűrű, burjánzó növények között meghitt, szeparált zugokat alkotnak a lassan kötelező romkocsmaberendezési tárgyak; lepukkant, de átfestett színes kerti székek és asztalok.

A hetedik kerülettől csak kicsit távolabb a Pesti Broadwayként emlegetett VI. kerületi Nagymező utcában található az Instant elnevezésű romkocsmá, mely magát „elvarázsolt erdőként és kastélyként” kommunikálja. A két összenyitott egykori bérházépületben lévő egység az ifjú ipar- és képzőművészekből álló csapat ötleteinek alapján az egyik legegységesebb designnal rendelkező, formatervezett labirintussá változott. Az objektumban bolyongva nagy baglyokon és az éjjeli erdő vadjain túl olyan különös tárgyakra akadhatnak a látogatók, mint egy kiszuperált fogorvosi szék, vagy egy régről itt maradt flipper. Szürreális élmény, amit kiállítások és folyamatos zene egészítenek ki.

Józsefváros a romkocsmákat illetően lassan, de biztosan zárkózik fel. A Nagykörút mellett, a tényleg igen romos Vajdahunyad utcában van a Gondozó Kert, melynek neve a régebben a helyén működő szociális otthonból ered. A fényfestéssel díszített, borostyánnal befüttatott tűzfalak között filmklubbal, irodalmi, zenei és egyéb kulturális programokkal is várja a látogatókat.

A Gutenberg térről nyíló, impozánsan felújított, békebeli polgári miliőt árasztó Kőfaragó utcában található a Super8, mely az Itthon.hu szerint egyike Budapest öt legeredetibb romkocsmájának. A 2012-ben nyílt, családbarát romkocsmá a welovebudapest.com szerint tulajdonképpen az első „kultúrkocsmá gyerekeknek”: rengeteg gyerekközpontú tematikus programot kínál, sajátos dekoráció (például egy Superman jelmezben pózoló, életnagyságú zsiráf) keretei között.

A Dürer Kertet, mint a magyar underground zenei élet egyik legmeghatározóbb helyszínét és az udvaron parkoló kiszuperált Volán-busz különleges atmoszféráját sokan ismerik. Ám a kínált már a Városliget környékén is kibővült. Egyrészt a biciklis- és családbarát Kertemmel, aminek lampionokkal övezett területén, a kesze-kusza a balatoni büféket idéző szivárványszínű székei igen baráti hangulatot kölcsönöznek. No meg a Nyereggel, amely a tó mellett álló, borostyánnal borított – hajdan egy artézi fürdőként, később csendőr-örsként funkcionáló – épületben kapott helyet, és ahol tényleg a pultnál bakokra állított nyergeken ülve lehet tölteni az időt.

Igazi gyöngyszem a Ráday utcában található Púder is, amely hivatalos megnevezése szerint Bársház. A szürreális montázsok és szobrok, furcsán festett falak és a plafonról csüngő csillárok, túlméretezett dekorációs elemek, impozáns és bohém léggör Babos Zsili Bertalan kortárs képzőművész, romkocsmá-dekorátor és fiatal képzőművészekből álló csapatának műve (ahogy a budai oldalon található Szatyor Bár is). A kultúrtérben egybeolvad a képzőművészet, a zene, a stúdiószínház és az irodalom világa.

A Margit-szigeten működik a WNDRLND elnevezésű romkocsmá, amely – a Facebook-on közzétett filozófiája szerint – „egy kreatív sziget”, hiszen teret adva tehetséges, fiatal grafikus, designer, képzőművész alkotóknak, a helyszín hétről hétre új alakot ölt. Célja ötvözni a belvárosi romkocsmák lazaságát, a budapesti galériák vizuális gazdagságát és válogatott zenei kalandokat kínáló urbánus klubok hangulatát.

A budapesti romkocsmák felsorolása, bemutatása szinte vég nélkül lenne folytatható, hiszen itt van még a Jelen, a Most, a Rácskert, a Lokál, a Trapéz, a Sufni, a Filter Klub, a KisCsendes, az Élesztő, a Füge Udvar, az UdvarROM, az R33, a Bakelit és ki tudja, hogy hol nyílik a következő egység.

### „De-luxe” romkocsmák

Megfigyelhető, hogy egyre több üzemeltető szeretné a romkocsmák hangulatával, de magasabb minőségre pozicionálni egységét. Rozgonyi Zoltán a Corvin tető egyik tulajdonos-ötletgyárosa így magyarázta szándékát: „városszerte kedvet kaptak a vendéglátósok a romkocsmák műfajhoz, amik ezáltal egyre profibbak és tudatosabbak és egyre unalmasabbak.” Ezért szeretné a jövőben a Corvin tetőt egy kis átalakítással más stílusra pozicionálni, ám a „város feletti undergorund” szlogent mindenképpen megtartják<sup>11</sup>.

Hasonlóképpen vélekedik a romkocsmak.hu interjújában az Anker't hely szervezője Vranik Krisztián is, aki a romkocsmák fölé helyezi az építészeti szempontból letisztultabb, naturális stílusban épült szórakozóhelyet. A Doboz vezetőinek (Vida Vera és Szendrő Péter) célja is „magasabbra pozicionált, trendi, véleményformáló, underground közösségi tér” létrehozása volt. Véleményük szerint ők „egy romos házban lévő nem romkocsmák”. Elsősorban azt a réteget célozzák meg, akik szeretik a romkocsmák miliójét, hangulatát, de „igényesebbek abban az értelemben, hogy nem szívesen ülnek be ütött, kopott, kiszuperált bútorokkal berendezett” helyekre.

Napjainkban tehát a „romos” kocsmák hangulata egyre több helyeken keveredik az elit klub légkörével, létrehozva így módon egy igazán érdekes egyveleget és egyben egy új kategóriát is.

Gát Anna a Szimpla egyik alapítója is megkülönbözteti az „igazi” romkocsmákat és a vendéglátásra szakosodott, poszt-romkocsmákat. Az utóbbi, „de-luxe” változatok vendégei többnyire már jobban kereső, de a romkocsmák hangulatát még nosztalgizáló, „poszt-romkocsmák” harmincasok. Ezek a helyek már nem lomtalanításokból származó bútorokat látni, és az árak is magasabbak. Tökéletes példája ezeknek az Ötkert, a Trafik, a Hello Baby bar, vagy az UriMuri is<sup>12</sup>.

E gondolatmenet révén született meg a romkocsmák 2.0. fogalma is, ami arra utal, hogy az alapötletet megtartva próbálják egyes vállalkozások a jelenséget kiemelni a „fapados létből”, mint a külföldiek által olyannyira kedvelt, Gozsdu Udvarban található Spíler kocsmák vagy a Kolor Bár esetén is<sup>13</sup>. Ezeknek a belváros elegánsabb részein levő helyeknek vendégköre azonban sok átfedést mutat a hagyományos romkocsmákéval<sup>14</sup>.

### Budapesti romkocsmák a külföldi sajtóban

Budapesten „romkocsmázni” stílusos hobbi lett, nem csak a belföldiek, hanem a nyugat-európaiak körében is. A Malév megszűnése és a fapados légitársaságok megjelenése után egy-

<sup>11</sup> Boldog A.: Vége a romkocsmák hangulatnak – átalakul a Corvin tető

[www.campusonline.hu/zene/3811-vege-a-romkocsmak-hangulatnak-atalakul-a-corvinteto.html#.UoOC3PkvS4Q](http://www.campusonline.hu/zene/3811-vege-a-romkocsmak-hangulatnak-atalakul-a-corvinteto.html#.UoOC3PkvS4Q)

<sup>12</sup> Szandtner V.: A tudományt is érdekli, miért merengenek a diplomások romkocsmákban

[http://hvg.hu/kultura/20120705\\_romkocsmak\\_budapest\\_szorakozas](http://hvg.hu/kultura/20120705_romkocsmak_budapest_szorakozas)

<sup>13</sup> Magyarósi Cs.: Spíler: romkocsmák 2.0. a belvárosban

[http://varosban.blog.hu/2012/09/24/spiler\\_romkocsmak\\_2\\_0\\_a\\_belvarosban](http://varosban.blog.hu/2012/09/24/spiler_romkocsmak_2_0_a_belvarosban)

<sup>14</sup> Szakonyi P.: Önálló üzletgár lett már a romkocsmák

[http://www.napi.hu/magyar\\_vallalatok/onallo\\_uzletgár lett\\_már\\_a\\_romkocsmak.556294.html](http://www.napi.hu/magyar_vallalatok/onallo_uzletgár lett_már_a_romkocsmak.556294.html)

re több külföldi fiatal választotta úti céljául a magyar fővárost, akik nem luxusszállodákat és -éttermeket, hanem pénztárca-barát hosteleket és szórakozóhelyeket keresnek. Az internetes portálokon kuriózumként írnak a budapesti klubéletről. Ha beütjük Budapest nevét bármely külföldi keresőbe, a Sziget-Fesztivál és a gyógyfürdők után a legtöbb találatot a romkocsmák adják Külföldi utazási irodák a hétvégi utakat már romkocsmatúrákkal kínálják.

Az elmúlt időszakban előszeretettel írnak külföldi újságírók is Budapest romkocsmáiról, „ruin-pub”-jairól. Nem csak tárgyilagosan bemutatják őket, de próbálják a mulatóhelyek különleges világát mélyebben megismerni. Az alaphangot Sonia Garcia, az El Pais riportere adja meg: „egy idő óta megváltozott a budapesti éjszakák légköre, valódi paradicsomává vált a hajnalig szórakozást keresőknek”<sup>15</sup>.

Egy chicagói újságíró a Washington Postban annak ellenére elismeréssel ír a Budapestről, hogy a Keleti pályaudvaron nem talált működő bank-automatát, majd megtapasztalta a taxis hiénák „vendégszeretetét”. Többek között ajánlja a romkocsmákat, mint a város jellegzetes vendéglátó egységeit, melyek „teljesen új, pezsgő életre keltik a területet, mind az ott élők, mind a turisták legnagyobb örömére”<sup>16</sup>.

A Lonely Planet online utazási magazin újságírója: „Budapest VII. kerülete, a II. világháború előtt egy virágzó zsidó közösség otthona volt, majd évtizedekig csak sínylődött, mára viszont a legvonzóbb bár-negyed emelkedett ki belőle a Duna nyüzsgő pesti oldalán.”<sup>17</sup> Nagyjából hasonlóan fogalmaz az Atlantic Cities: „A romkocsmák kicsit több mint egy évtizede léteznek a város zsidó negyedében, amely a 1944-ig visszamenőleg szenved a szegénységtől és hanyatlástól, amikor is a náci katonák összegyűjtöttek és deportáltak több ezer, a területen élő magyar zsidót. Évtizedeken át az utcák és az épületek elhanyagoltak voltak. Ahol pedig a legtöbb ember a hanyatlást látja, a romkocsmák üzemeltetői a lehetőséget.”<sup>18</sup>

The Economist: „péntek esete a belvárosi Király utca járdái zsúfoltak az ultra-ortodox zsidók és trendi fiatal városiakok bájos egyvelegétől. (...) Az utóbbi néhány évben néhányak meglepetésére, ám legtöbbször öröme ez a megviselt belvárosi terület – melynek néhány része 1945 óta érintetlen volt – ma a város „leghippisebb” kerülete, tele bárokkal, kávézókkal és éttermekkel. (...) Budapest egyik legszegényebb területe buzgó kulturális csomóponttá változott.”<sup>19</sup>

A már idézett Mark Baker megállapítja, hogy „bár rongyolódik a homlokzat, omlik a vakolat, a háborús lövedékek okozta lyukak még mindig megvannak”, de az udvarok tarkák és nyüzsgőnek Majd pedig ezt írja: „olyan ez mintha kereszteznék a lezser berlini helyeket a kis müncheni sörkertekkel”. Ugyanakkor az Economist szerzőjét a „bohém légkör és a pezsgő energia a berlini Kreuzbergre emlékezteti”. A Guardian a „rejtett udvarokat” „művészkedőnek” és „undergroundnak” titulálja.<sup>20</sup> Adam Lebor úgy véli, hogy „vagány bárók és kávézók, a sörkertek, koncertterek és kultúrközpontok elegye”.

<sup>15</sup> T. S.: Így látja a budapesti romkocsmákat a spanyol El Pais

[http://hvg.hu/gasztronomia/20110501\\_budapesti\\_romkocsmak\\_el\\_pais](http://hvg.hu/gasztronomia/20110501_budapesti_romkocsmak_el_pais)

<sup>16</sup> Silver K.: In Budapest, ruin pubs, a cat cafe, thermal baths and a nightlife scene that hardly quits

[http://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/in-budapest-ruin-pubs-a-cat-cafe-thermal-baths-and-a-nightlife-scene-that-hardly-quits/2013/10/10/ce17da44-2221-11e3-966c-9c4293c47ebe\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/in-budapest-ruin-pubs-a-cat-cafe-thermal-baths-and-a-nightlife-scene-that-hardly-quits/2013/10/10/ce17da44-2221-11e3-966c-9c4293c47ebe_story.html)

<sup>17</sup> Baker M.: Exploring the 'ruin pubs' of Budapest's seventh district

<http://www.lonelyplanet.com/europe/travel-tips-and-articles/76771#ixzz2kXqsnU1B>

<sup>18</sup> Foran C.: What Will Happen to Budapest's 'Ruin Pubs' Once All the Ruin Is Removed?

<http://theatlanticcities.com/arts-and-lifestyle/2013/02/what-will-happen-budapests-ruin-pubs-if-all-ruin-removed/4579/>

<sup>19</sup> Lebor A.: Correspondent's diary: Drinking in Budapest's "ruin pubs"

[http://www.economist.com/blogs/easternapproaches/2010/06/summer\\_budapest](http://www.economist.com/blogs/easternapproaches/2010/06/summer_budapest)

<sup>20</sup> The Guardian: Summer holidays: 10 of the best trips for students

<http://www.theguardian.com/travel/2011/apr/26/summer-holiday-ideas-students-budget>

Egyediségüket mindemellett a bárók formatervezésében vélik felfedezni. Clare Foran szerint „ahelyett, hogy megpróbálnák eltakarni a bomlást ami körülveszi őket, reflektorfénybe helyezik, ünneplik azt.” Sonia Garcia úgy érzi, hogy az uralkodó design sok helyen a nagyszülők idejét idézi fel a retro bútorzattal és kiegészítő kellékekkel. A stílus tekintetében Mark Baker szerint „a romkocsmák mind egyedülállóak, de a közös pontok mindegyik esetében találhatóak. Az alap összetevő egy elhagyott épület vagy üres telek, megspékelve néhány piknikasztallal és sörcsappal, melyhez hozzácsapva egy kis egyedi dekorációt, egy kis „hipster” lazaságot, már kész is a romkocsmá.” Mary Novakovich, a CNN utazási rovatának írója szerint „a budapesti klasszikus romkocsmák elengedhetetlen kellékei a makacsul összeférhetetlen bútorok”.<sup>21</sup> Rick Steves úgy véli: „ezek az anti-klubok Budapest underground kulturális központjai”, „bolhapiaci bútorok, össze nem illő székek, kusza színek egyvelege. Eklektikusak, úgy tervezték őket, hogy ne legyenek tervezettek.”<sup>22</sup>

A legtöbb szerző elsőként említi a Budapesten legkorábban megnyílt, úttörő Szimpla Kertet. Adam Lebor szerint olyan „mintha egy titkos világba csöppentél volna”, ahol „legálább annyi angolt hallani, mint magyart”. A legtöbbben kedvenc design-elemként említik a pulttá alakított öreg Trabantot.

Rick Steves szerint „ezekben a bárókban fellelhetjük a kommunista éra giccseit is. A fiatal, harmincas éveikben élők azért kedvelik ezt az atmoszférát, mert a kommunizmus utolsó éveiben még igen csak kicsi gyerekek voltak. Túl fiatalok, hogy igazán megértsék a kor mélységeit, de a relikviákról eszükbe jutnak a régi szép idők, amikor még lassabb volt az élet, a családi kötelékek pedig szorosabbak”. Úgy véli ennek „a nyugodt légkörnek köszönhetően ezek azok a helyek ahol a legkönnyebb a helyiekkel kapcsolatot teremteni”.

Mark Baker szerint Budapesten a hetedik kerület, a romkocsmáiról híres negyed a legjobb hely a szabadidő eltöltésére. Megjegyzi, hogy a legjobb romkocsmákban hétvégenként élő zenét, vagy dj-t is találunk, a programot pedig néha filmvetítéssel vagy képzőművészeti kiállításokkal tarkítják. Kiemeli, hogy néha a romkocsmák hostelekben működnek, így tökéletes célpontok fiataloknak egy kis nyári lazításra.

Mary Novakovich azt írja, hogy az „elhagyott épületek és üresen álló kertek átalakításból keltek életre ezek a pezsgő, szokatlan helyek, azoknak, akik szeretnének barátságos helyen iszogatni, kevés pénzből”.

Sonia Garcia ajánlójában a Szimpla Kert mellett még féltucatnyi undergroundnak nevezett szórakozóhelyet kínál látogatásra. Említi – ahogy a The Guardian és a CNN Travel is – a „szovjet-stílusú” áruház helyén létrejött Corvin-tetőt, ahonnan beláthatók a háztetők és a környező neonok. A Szóda Kávézó & Mulató kapcsán megjegyzi, hogy a szikvíz és a szódászfífon is magyar találmány. A Kuplungot látogatva megállapítja, hogy lepukkant autószerelő műhelyből is létrehozható trendi hely. A legekletikusabbnak és egyben egy igazi labirintusnak az Instantot titulálja, mely a lebegő állatdekorációkkal számára „giccscsállatkert”. A Fogasházzal zárja – ajánlja még a The Economist és a Lonely Planet is –, amely véleménye szerint a misszióját legkomolyabban vevő underground kulturális befogadótér. A Lonely Planet felhívja még a figyelmet a Kölevesre is, ahová vétek nem betérni, hiszen a magyar specialitások mellett a jellegzetes zsidó ételek is kipróbálhatóak.

A CNN Travel a Szimpla Kert mellett, a budapesti romkocsmá-kultusz megismerésére a parkolóból kialakított Rácskertet, a régi autószerelő műhelyben működő Kuplungot, a ját-

<sup>21</sup> Novakovich M.: Budapest's best 'ruin-bars' [http://travel.cnn.com/budapests-best-ruin-bars-051056?hpt=hp\\_c5](http://travel.cnn.com/budapests-best-ruin-bars-051056?hpt=hp_c5)

<sup>22</sup> Steves R.: Nightlife among the ruins in Budapest pubs [http://seattletimes.com/html/ricksteveseurope/2015076385\\_webstevens16.html](http://seattletimes.com/html/ricksteveseurope/2015076385_webstevens16.html)



szósarokkal bővített, hatalmas kertben megbújó Super8-at, az óriási szálló állatokkal furcsán díszített Instantot, a csodálatos kilátással rendelkező TipTop Bárt is ajánlja.

A Washington Post újságírója a különleges atmoszférájú romkocsmákra túl dicséri a Budáról megcsodált panorámát, a gyógyvizeinket és a Széchenyi fürdőt, a Terror Háza Múzeumot, a Kispiac Bisztrót, a Robinson Éttermet, Rosa Gelatot és a kávézók világából kiemeli a fantasztikusan egyedi Cat Cafét.

Rick Steves szerint „minél többet tudsz meg Budapestről, annál jobban szereted. Romkocsmával sosem fogsz találkozni a Champs-Elysees-n, de pont ez a lényeg, ha egyszer eljutsz Budapestre – még ha antialkoholista vagy is – meg kell tapasztalnod a romkocsmák világát.” A Lonely Planet szerint a romkocsmakultusz az európai fiatalok körében jelenleg a legsikeresebb „hungarikum”, a legerősebb budapesti márkaérték.

Arra a gondolatra, hogy a romkocsmák csak átmeneti jellegűek, és a recesszió elmúltával, a felújítások beindulásával szépen lassan eltűnnek a városból, az Atlantic Cities már idézett cikkében így reagál Alexandra Kowalski, a Central European University szociológusa: „Ezt a környéket már a romkocsmákkal azonosítják. Egyfajta márkává, marketingeszközzé váltak. Ezért jönnek Budapestre csoportosan a külföldiek. Mindezek okán eltűnésüktől nem kell tartani.”

## Lehetnek-e, legyenek-e a romkocsmák Budapest márkaértékei?

Ahogy a cikk elején már leszögeztük, minden város, így Budapest esetén is fontos, hogy kialakítson egy egységes, versenyképes, pozitív márkát, amellyel megkülönböztethetővé, azonosíthatóvá válik a hazai és nemzetközi turisztikai piacokon, és amellyel növelni lehet a turisztikai vonzerejét<sup>23</sup>.

Jelen pillanatban a Budapest Turisztikai Desztinációs Menedzsment (BTDM) is elismeri, hogy bár fővárosunk turisztikai kínálata az elmúlt évtizedben sokat fejlődött, Budapest, mint márka megfogalmazása és alakítása elmaradt<sup>24</sup>. Budapestet „széttöredezett” imázs jellemzi. Nem homogén, nem egységes, megjelenése sem következetes. A kép – hiszen Budapest igen sokféle vonzerővel rendelkező város – nagyon sokrétű, ám ennek okán sajnos mármár zavaros. Az elmúlt időszakban a város grafikus, képi és szlogenszerű megjelenései – jobb híján – jó ár-érték arányú, sőt sajnos kifejezetten olcsó city break desztinációként próbálták Budapestet pozícionálni.

Bár Budapest „fun and party” oldalának kommunikációjára korábbi kampányokban már történt kísérlet, érezhető, hogy a főváros turisztikai propagandájáért felelős vezetők pillanatnyilag nem igazán akarják a hivatalos márkaértékek között tudni a romkocsmákat. Ennek ellenére már vannak ilyen irányú – egyelőre csak halvány – törekvések, hiszen a legfrissebb Think Hungary – More than expected (Magyarország – több, mint amit várt/ál) új szlogenhez kapcsolódóan megjelent imázs film utolsó 15 másodpercében „felejthetetlen arcok” címszó alatt megjelenik egy hangulatkép erejéig a Doboz pub és vele a romkocsmák életérzése is.

Nem hivatalos kezdeményezésként megjelent az interneten 2013 augusztusában egy hat perces klip is, amelyben – egy Budapesten élő amerikai fiú, Mike – biciklire pattan és angol nyelven végigkialauzol a városon, bemutatva, hogy miért Budapest az egyik legizgalma-

<sup>23</sup> ISM.: Szeretem Budapestet Mozgalom, Városmárka építés  
<http://szeretembudapestet.hu/hirek/2010/09/varosmarka-epites/>

<sup>24</sup> BTDM: Ugorjunk! Budapest stratégia  
[http://www.budapestinfo.hu/admin/data/file/1270\\_ugorjunk\\_-budapest\\_strategia2.pdf](http://www.budapestinfo.hu/admin/data/file/1270_ugorjunk_-budapest_strategia2.pdf)

sabb város, ahol valaha élt. A filmben a klasszikus látnivalókon túl (Parlament, Szent István Bazilika, Hősök tere, Széchenyi fürdő), igen komoly szerepet kap a Kazinczy utca, mint a budapesti romkocsmák és a szórakozás fellegvára, a Gozsdu udvar, a Szimpla Kert, a Corvin tető, a Wdrln. Az elsősorban külföldi fiatalokat célzó, Zagar-zenére vágott film teljesen egyedi, a romkocsmák által képviselt életérzést áraszt, ami pont olyan izgalmasnak mutatja Budapestet, mint a fiatalok körében napjainkban oly felkapott Berlint vagy Barcelonát.

Természetesen, ahogy az alternatív imázs-film ellentábora is felhívja a figyelmet, Budapest sokkal több, mint a végeláthatatlan romkocsmák sorozata. Ugyanakkor persze az is tény, hogy a belváros néhol viharvert bérházai sokszor többet árulnak el a városról és múltjáról, mint híres nevezetességei.

A budapesti romkocsmák egyre inkább szimbolikus értékekkel bírnak: az egyedi dizájn, az extrém installációk, az alternatív hangulat mellett a külföldiek számára az is növeli vonzerejüket, hogy ezeken a helyeken könnyű az itt élőkkel kapcsolatot teremteni, beleolvadni a helyi kultúrába, mindennapokba. A belföldiek számára pedig mint kulturális központok jelentenek kiemelkedő lehetőségeket. Mindezek a tulajdonságok adhatják tehát a romkocsmákkal kapcsolatos kommunikáció súlypontjait. Bár nyilván nem szabad túlzásokba esnünk, és Budapestet csupán a „pörgős éjszakák” helyszínékként pozicionálni (hiszen nem lehet célunk, hogy a turisták péntek este megérkezzenek, majd szombaton továbbutazzanak) de – főleg a fiatalabb generációk vonzására – a romkocsmakultusz remek eleme lehetne Budapest jövőbeni márkázásának, hiszen kiválóan megfelel a posztmodern turista egyedi szolgáltatások és élmények iránti igényeinek.

Ezzel párhuzamosan persze egy veszélyre is rá kell világítani: a romkocsmák sikere egyre több hasonló egység nyitására vezet. Egyelőre úgy tűnik, hogy ezek jól megférnek egymás mellett, de fennáll a veszélye, hogy a mennyiségi növekedés előbb-utóbb az egyediség rovására megy. Márpedig ha a budapesti romkocsmák elvesztik spontán egyediségüket, „dizájn nélküli dizájnjukat”, kommercializálódnak, „megcsinálttá” válnak, vagy – ahogy a deluxe romkocsmák esetében már érzékelhető – elvesztik alternatív hangulatukat, az Budapest márkázásában, imázsának építésében rejlő potenciális lehetőségeket jelentősen gyengítheti, akár tönkre is teheti.