

Katarzyna Duda-Gromada

Uniwersytet Warszawski
Wydział Geografii i Studiów Regionalnych
Zakład Geografii Turyzmu i Rekreacji
kduda@uw.edu.pl

BIROTURYSTYKA W POLSCE – CHARAKTERYSTYKA ZJAWISKA

Beer Tourism in Poland

Słowa kluczowe: biroturystyka, turystyka piwna, browary, muzea piwowarstwa, piwne szlaki turystyczne, festiwale piwne

Keywords: beer tourism, breweries, brewery museums, beer routes, beer festivals

WPROWADZENIE

We współczesnym świecie, w którym globalizacja oraz procesy ujednolicenia produktów nabrały dużego tempa, turyści coraz częściej poszukują autentyczności. Autentyczności związanej z szeroko pojętą kulturą, tradycją, tożsamością odwiedzanych miejsc i społeczności lokalnych. Jedną z form turystyki kulturowej mającą szczególnie silne związki z tradycjami regionu jest turystyka kulinarna (*culinary tourism*), czy szerzej turystyka żywności (*food tourism*). Regionalne produkty turystyczne związane z turystyką kulinarną mogą w znacznym stopniu podkreślać i promować tożsamość obszaru (Plummer i in. 2005). Z drugiej strony interesowanie się potrawami jest jednym z możliwych sposobów zajmowania się innymi kulturami (Wolf 2004, cyt. za Kowalczyk 2008). Szerszym pojęciem w stosunku do turystyki kulinarnej jest tzw. turystyka smakowania (*tasting tourism*), w której wyróżnić można także tzw. turystykę napojów (*beverage tourism, drink tourism*). W tym obszarze najczęściej podejmowana była tematyka związana z turystyką winiarską (*wine tourism*). W literaturze przedmiotu, zarówno polskiej, jak i zagranicznej, znaleźć można wiele opracowań poświęconych tej problematyce (np. Hall i in. 2000; Charters, Ali-Knight 2002; Kowalczyk 2003; Getz, Brown 2006). Obok wina, również inne napoje są obiektem zainteresowania turystów. Przykładem może być whisky w Szkocji, gdzie odwiedzanie miejsc produkcji tego trunku stało się bardzo popularne

(McBoyle 1996). Również miejsca uprawy i produkcji herbaty, np. w Wielkiej Brytanii, Indiach, Kanadzie, Sri Lance, Chinach czy Japonii cieszą się coraz większym zainteresowaniem (Joliffe 2003). Natomiast w Japonii w miejscowości Nada dużą atrakcją turystyczną jest sake i metody jej wytwarzania. Znajdują się tam muzea, wystawy i pokazy tradycyjnych metod produkcji sake oraz szlak turystyczny (Official Kobe Tourism Site Feel Kobe, strona internetowa). We wszystkich wyżej wspomnianych przypadkach podkreślany jest związek turystyki z kulturą i tradycją regionu. Wymiernym efektem jest aktywizacja lokalnej gospodarki oraz zaangażowanie społeczności.

Obok wina, whisky, sake czy herbaty, napojem, który w ostatnich latach cieszy się coraz większym zainteresowaniem turystów, jest piwo. W literaturze przedmiotu wyraźny jest deficyt opracowań dotyczących turystyki związanej z piwem, chociaż w ostatnich latach zauważono większe zainteresowanie tą tematyką wśród badaczy (np. Plummer i in. 2005; Pechlaner i in. 2009; Munar 2012 oraz Kosmaczewska 2008; Rogowski i in. 2012; Rogowski, Kuc 2013). Celem niniejszego artykułu jest charakterystyka zjawiska, jakim jest biroturystyka, oraz identyfikacja atrakcji z nią związanych. Rozważania zawężono do obszaru Polski. Jest to związane między innymi z faktem, iż Polska znajduje się w czołówce największych rynków spożycia piwa w Europie – na przeciętnego Polaka przypada ok. 98 litrów piwa rocznie (Rocznik Statystyczny Przemysłu 2012). W ostatniej dekadzie spożycie alkoholu w Polsce wzrosło o ok. 30%, z czego połowę spożywanych napojów alkoholowych stanowi właśnie piwo¹. Spowodowane jest to między innymi zmianą kultury picia alkoholu – Polacy coraz częściej wybierają napoje o mniejszej jego zawartości. Ponadto coraz częściej szukają nowych smaków, dzięki czemu polskie browary regionalne dość prędko się rozwijają.

BIROTURYSTYKA – WYBRANE ASPEKTY ZJAWISKA

Turystyka związana z zainteresowaniem różnymi napojami, takimi jak np. piwo, wino, whisky, sake, a nawet herbata, cechuje się wieloma podobieństwami. Dlatego R. Plummer i in. (2005) turystykę związaną z piwem definiują w oparciu o rozumienie bardziej zbadanego zjawiska jakim jest turystyka winiarska. Według cytowanych autorów biroturystyka (czyli turystyka piwna) obejmuje wyjazdy do browarów, udział w piwnych festiwalach i innych wydarzeniach związanych z piwowarstwem i piwem, podczas których smakowanie piwa i doświadczanie piwnej kultury regionu są najważniejszymi motywami podejmowanych

¹ Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat produkcja piwa w Polsce systematycznie wzrastała. W 2012 roku wynosiła 39,6 mln hl, natomiast w 2000 roku – 25,2 mln hl (Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2012).

podróży przez odwiedzających (Plummer i in. 2005, s. 449). W tym ujęciu można wskazać na dwa rodzaje turystów. Pierwszą grupę stanowią miłośnicy piwa celowo wybierający miejsce swej podróży. Natomiast drugą grupą są uczestnicy przypadkowi, którzy zwiedzają browar i podobne atrakcje niejako przy okazji, np. przejeżdżając niedaleko. M. Rogowski i M. Kuc (2013) wskazują na wiele motywów podróży związanych z piwem i jego produkcją, a przede wszystkim na chęć degustacji dobrej jakości piwa regionalnego, poznanie procesu produkcji piwa, zwiedzanie muzeum browarnictwa, uczestnictwo w festiwalach tradycji piwowskich, festiwalach kulinarnych i imprezach regionalnych, które oferują piwo. Na tej podstawie cytowani autorzy wyróżnili trzy formy turystyki piwnej (Rogowski, Kuc 2013, s. 204):

- podróże w celu smakowania dobrej jakości piwa, gdzie motywem przewodnim jest stworzenie własnego rankingu poszczególnych gatunków i marek;
- podróże w celu poznania historii browarnictwa, podczas których istotne jest poznanie tradycji i technologii produkcji oraz zastosowanie unikatowych składników i procedur podczas wytwarzania;
- podróże w celu uczestnictwa w festiwalach kulinarnych i imprezach regionalnych, których głównym motywem jest skosztowanie piwa jako składnika dziedzictwa kulinarnego regionu.

Należy jeszcze zwrócić uwagę na motywy kolekcjonerskie, zatem podróże w celu powiększania i uzupełniania zbiorów rekwizytów, które związane są z piwem (etykiet, butelek, puszek, kapsli, szklanek, podkładek, itp.). Warto także zauważyć, iż poszczególne cele mogą być realizowane podczas jednej podróży. Wydaje się, że zaplanowany wyjazd powinien obejmować nie tylko degustację piwa, ale przede wszystkim poznawanie tradycji piwowskich regionu, zwiedzanie obiektów związanych z piwem, muzeów piwowarstwa, jeżeli znajdują się na danym terenie, itd. Zatem u podstaw bioturystyki stoi zainteresowanie piwem, jego rodzajami, sposobami produkcji i warzenia, itp. W bioturystyce nie chodzi tylko o spożywanie piwa w różnych miejscach podczas urlopu czy innego wyjazdu. Wówczas jest to po prostu jedna z wielu czynności wykonywanych podczas uprawiania innych form turystyki.

Należy również podkreślić, że w odróżnieniu od turystyki winiarskiej, która ściśle związana jest z winnicami, a więc z miejscami uprawy winorośli, czyli głównego składnika wina, bioturystyka związana jest przede wszystkim z miejscem produkcji piwa, a nie z uprawą jęczmienia, chmielu, słodu czy innych używanych surowców. Atrakcje związane z bioturystyką można podzielić na dwie kategorie: obiekty i wydarzenia (tabela 1).

Tabela 1. Klasyfikacja atrakcji związanych z biroturystyką
Table 1. Classification of attractions related to beer-tourism

Kategoria	Rodzaj	Przykłady
Obiekty	Obiekty, w których produkowane jest piwo	Browary (małe, średnie i duże)
	Obiekty restauracyjne, w których połączona jest funkcja produkcyjna z funkcją gastronomiczną	Browary restauracyjne
	Obiekty poświęcone tematyce piwnej i stworzone z myślą o turystach	Muzea piwowarstwa Wystawy
	Obiekty gastronomiczne, w których serwowane jest przede wszystkim piwo	Puby Piwne lokale Ogródki piwne Sławne piwiarnie
Wydarzenia	Wydarzenia poświęcone tematyce piwnej	Festiwale piwne Pokazy warzenia piwa Giełdy birofilistyczne
	Wydarzenia związane z turystyką kulinarną	Imprezy kulinarne i regionalne, podczas których serwowane jest również piwo (często regionalne)

Źródło: opracowanie własne.

W kategorii obiekty wyróżniono cztery ich rodzaje. Do podstawowych należą browary, w których dominuje funkcja produkcyjna. Ciekawym rodzajem są browary restauracyjne, gdzie połączono funkcję produkcyjną z funkcją gastronomiczną. Powstają również obiekty związane z tematyką piwną, których głównym celem funkcjonowania jest obsługa turystów i innych zwiedzających. Są to przede wszystkim muzea piwowarstwa. Ostatnim rodzajem wyróżnionych obiektów będących atrakcją w biroturystyce są miejsca serwowania piwa, takie jak np. puby. Należy zauważyć, że większość z tych elementów wchodzi jednocześnie w skład zagospodarowania turystycznego obszaru. Wspomnieć również warto o piwnych szlakach turystycznych, które łączą wybrane atrakcje związane z biroturystyką, a także o pakietach turystycznych oferowanych przez touroperatorów. Druga kategoria atrakcji w biroturystyce to wydarzenia, które podzielono na dwa rodzaje. Wyróżniono imprezy i festiwale poświęcone tematyce piwnej oraz w szerszym ujęciu – imprezy kulinarne i regionalne.

Współcześnie, w wielu krajach na całym świecie produkowane jest piwo. Jednak można wskazać kilka miejsc, zwłaszcza w Europie, gdzie tradycja piwowarska jest bogata, a związana z nią kultura kraju wyraźnie widoczna. Takimi

państwami są np. Czechy, Niemcy, Belgia czy Irlandia. Również w Polsce kultura picia piwa, wywodząca się z tradycji i uwarunkowań historycznych, jest głęboko zakorzeniona. Historia piwowarstwa w Polsce sięga średniowiecza. Wówczas nadawano miastom królewskie przywileje warzenia piwa, a przepisy warzelnicze były bardzo rygorystyczne, nastawione na jakość piwa (Rogowski, Kuc 2013). Niemal każde ówczesne miasto miało przynajmniej jeden browar, a w stolicy kraju, Krakowie, było ich 25 (Czubkowska, Otto 2012). Ponadto Polska jest krajem, który charakteryzuje się odpowiednimi warunkami przyrodniczymi, głównie glebowymi i klimatycznymi, do uprawy zbóż. Dzięki temu możliwa jest produkcja różnych rodzajów piwa.

Jak wspomniano we wstępie, w ostatnich latach obserwuje się w Polsce powrót do spożywania napojów o niższej zawartości alkoholu, w tym także do piwa. Dodatkowo, Polacy coraz chętniej interesują się sposobami warzenia piwa oraz poszukują nowych smaków. Właśnie te zainteresowania stoją u podstaw rozwoju bioturystyki w Polsce. Również producenci piwa zauważyli i zrozumieli, że otwarcie się na turystów powoduje wzrost popularności marki, a zatem wzrost sprzedaży. Jest to szczególnie ważne w przypadku mniejszych browarów regionalnych, które nie mają tak dużych środków finansowych na kampanie reklamowe jak najwięksi producenci piwa w kraju. Dlatego coraz więcej obiektów umożliwia zainteresowanym ich zwiedzanie. W dalszej części artykułu przedstawiono wybrane przykłady obiektów oraz wydarzeń związanych z bioturystyką w Polsce.

BROWARY

Jednymi z najbardziej charakterystycznych i najczęściej odwiedzanych miejsc w bioturystyce są browary. W Polsce szacuje się, że jest ich ok. 100 (Wikipedia: Browary w Polsce, strona internetowa). Browary można klasyfikować w różny sposób, jednak z uwagi na fakt, iż jest to po prostu zakład produkcyjny, w którym powstaje piwo, jeden z najczęściej spotykanych podziałów odnosi się do wielkości produkcji. W ten sposób browary można podzielić na małe, średnie i duże. Największymi producentami piwa w Polsce (ok. 90% rynku) są grupy piwowarskie, które tworzą Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie (Browary Polskie, strona internetowa). Są to: Carlsberg Polska, Kompania Piwowarska oraz Grupa Żywiec S.A. (tabela 2). Jest jeszcze czwarta grupa piwowarska, Van Pur (możliwości produkcyjne – 900 tysięcy hektolitrów piwa rocznie), w skład której wchodzi browary w Łomży, Koszalinie, Zabrze, Jędrzejowie oraz Rakszawie. Utworzenie kilku grup piwowarskich jest efektem konsolidacji rynku piwa w Polsce, która miała miejsce pod koniec XX wieku.

Tabela 2. Grupy Piwowsarskie należące do Związku Pracodawców Przemysłu Piwowsarskiego – Browary Polskie

Table 2. Beer making groups belonging to the Union of the Brewing Industry Employers – Polish Breweries

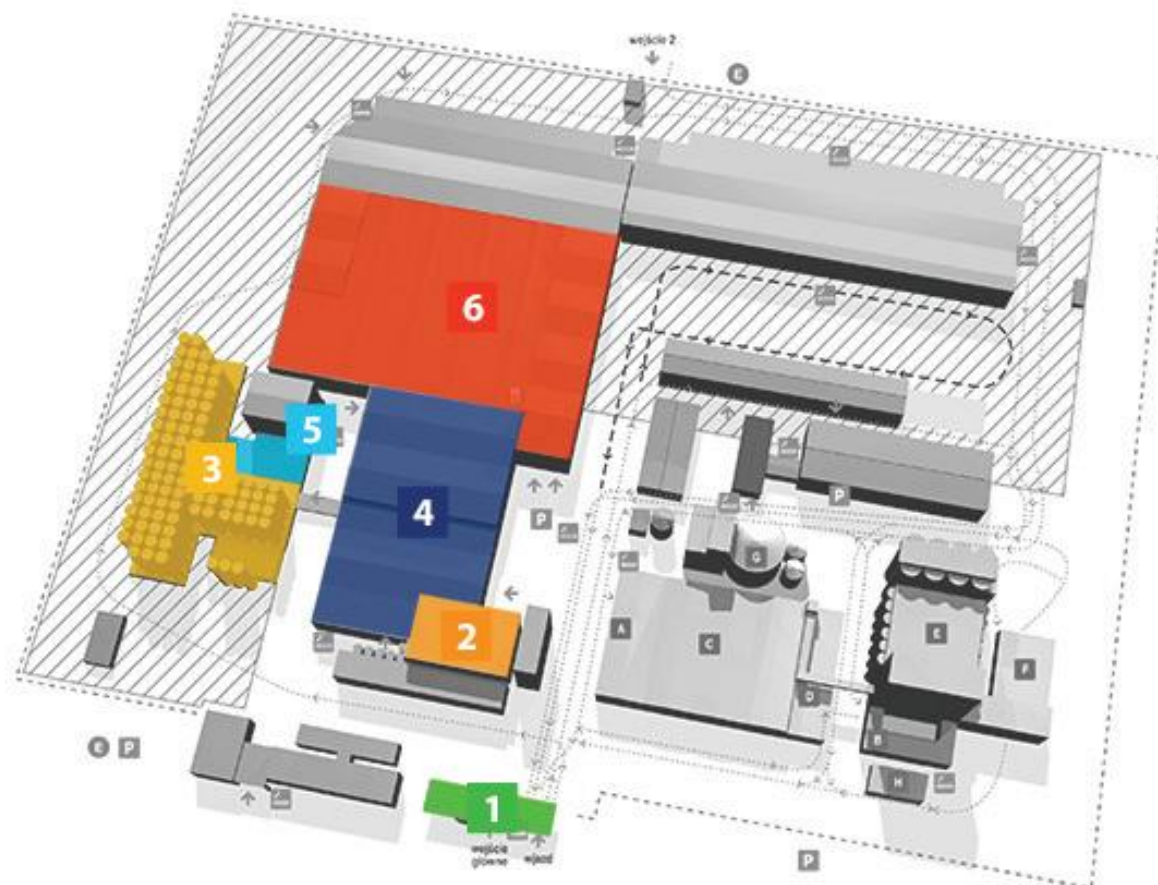
Grupa Piwowsarska	Browary	Podstawowe informacje
Carlsberg Polska	<ul style="list-style-type: none"> – Bosman w Szczecinie – Kasztelan w Sierpcu – Okocim w Brzesku 	<ul style="list-style-type: none"> – powstanie w 1996 roku – ok. 4 mln hl piwa rocznie – marki: Carlsberg, Okocim, Harnaś, Książ, Karmi, Kasztelan, Bosman, Piast, piwa sezonowe
Kompania Piwowsarska	<ul style="list-style-type: none"> – Dojlidy w Białymstoku – Książęcy w Tychach – Lech w Poznaniu 	<ul style="list-style-type: none"> – powstanie w 1999 roku – ok. 14 mln hl piwa rocznie – marki: Tyskie, Żubr, Lech, Dębowe Mocne, Pilsner Urquell, Redd`s, Grolsch, Miller Genuine Draft oraz Peroni Nastro Azzurro
Grupa Żywiec S.A.	<ul style="list-style-type: none"> – Bracki Browar Zamkowy w Cieszynie – Elbląg – Leżajsk – Warka – Arcyksiążęcy Browar w Żywcu 	<ul style="list-style-type: none"> – powstanie w 1998 roku – ok. 11 mln hl piwa rocznie – marki: Żywiec, Heineken, Warka, Tatra, Strong, Desperados, Brackie, Kujawiak, Królewskie, Leżajsk, Specjal, Paulaner, Murphy`s. Guinness oraz Kaper

Źródło: opracowanie własne na podstawie stron internetowych: www.browary-polskie.pl (22.10.2013), www.kp.pl (05.11.2013), www.grupazywiec.pl (05.11.2013), www.carlsbergpolska.pl (05.11.2013)

Niektóre browary umożliwiają zwiedzanie swoich obiektów w sposób w pełni zorganizowany. Wyznaczona jest trasa turystyczna, zapewniona odpowiednia infrastruktura i opieka wykwalifikowanego przewodnika. Inne browary często można obejrzeć, ale nie posiadają one przygotowanej oferty dla turystów. Obiekty, które można zwiedzić w sposób zorganizowany to przede wszystkim: Browar Książęcy w Tychach, Browar Lech w Poznaniu oraz Arcyksiążęcy Browar w Żywcu. Zwiedzanie browarów w Tychach oraz w Żywcu ściśle związane jest ze zwiedzaniem muzeów piwownictwa, dlatego opisane zostaną w dalszej części artykułu.

Browar w Poznaniu nie posiada muzeum, jednak dysponuje ofertą skierowaną do turystów. Stworzono w nim jednostkę organizacyjną, która odpowiedzialna jest przede wszystkim za obsługę turystów oraz osób zainteresowanych

zwiedzaniem browaru, ale również organizację spotkań towarzyskich w pubie. Centrum Wycieczkowe zostało otwarte w 2003 roku. Oferta zwiedzania przewidziana jest dla grup zorganizowanych, a osoby indywidualne dopisywane są do zgłoszonych już grup. Browar można zwiedzać w języku polskim, angielskim i niemieckim. Orowadzanie trwa do 2 godzin i obejmuje wejście do browaru i obserwację kolejnych etapów produkcji piwa. Pierwszym i ostatnim punktem wycieczki jest pub/centrum rozrywkowe (ryc. 1).



Objaśnienia: 1 – pub/centrum rozrywki; 2 – warzelnia; 3 – fermentownia; 4 – leżakownia; 5 – budynek filtracji; 6 – rozlewnia

Ryc. 1. Etapy zwiedzania browaru w Poznaniu (www.zwiedzaniebrowaru.pl; 05.11.2013)
Fig. 1. Phases of a visit to a brewery in Poznań (www.zwiedzaniebrowaru.pl; 05.11.2013)

Następnie zwiedzający prowadzeni są do poszczególnych pomieszczeń. Najpierw do warzelni, potem fermentowni i leżakowni. Kolejnym punktem jest budynek filtracji, gdzie piwo nadawana jest klarowność i trwałość. Następnie zwiedzana jest rozlewnia, w której piwo po uprzedniej filtracji rozlewane jest do butelek, puszek i beczek. Po powrocie do pubu zwiedzający mają możliwość degustacji zimnego piwa. Ponadto znajduje się tutaj multimedialne centrum rozrywki. Można zagrać w kapsle lub wysłać maila z puszek Lecha (Centrum

Wycieczkowe Lech, strona internetowa). Centrum oferuje również możliwość organizacji pokazów degustacji piwa, które prowadzone są przez doświadczonych i profesjonalnych piwoznawców. Pokaz taki obejmuje sztukę nalewania piwa, informacje o produkcji i stylach piwa, ale również o historii i kulturze piwnej oraz sztukę degustacji połączoną z treningiem zmysłów (Centrum Wycieczkowe Lech, strona internetowa). Centrum Wycieczkowe współpracuje z Poznańską Lokalną Organizacją Turystyczną, z biurami informacji turystycznej oraz biurami podróży z całej Polski.

Warto jeszcze wspomnieć, że przy browarze w Warce powstało Centrum Konferencyjne oferujące organizację konferencji, szkoleń, spotkań biznesowych, itp. Poza tym, po wcześniejszym uzgodnieniu, istnieje możliwość zwiedzania browaru w grupach zorganizowanych.

Obok browarów wchodzących w skład grup piwowskich w Polsce, w dosyć dynamiczny sposób rozwija się segment browarów regionalnych. Głównych przyczyn należy upatrywać przede wszystkim w zmieniających się gustach Polaków oraz pewnej modzie na poszukiwanie nowych smaków piwa wśród piwooszy. Powstało Stowarzyszenie Regionalnych Browarów Polskich, które zrzesza kilkunastu członków. Wśród browarów regionalnych wspomnieć można takie obiekty jak np.: Amber w okolicach Gdańska, Kormoran w Olsztynie, czy Browar Zamkowy w Raciborzu. Pierwszy z wymienionych zlokalizowany jest w BielkóWKu niedaleko Gdańska. Swoją działalność rozpoczął w 1994 roku, obecnie jego moce produkcyjne wynoszą 250 tysięcy hektolitrów rocznie (Browar Amber, strona internetowa). Browar jest organizatorem największej biesiady piwnej odbywającej się na Pomorzu – Koźlaków Bielkowskich – która odbywa się corocznie w połowie września. Browar Kormoran w Olsztynie powstał w 1993 roku. Wszystkie produkty powstają w nim zgodnie z tradycyjną sztuką browarniczą, według dawnych metod warzenia piwa, bez stosowania polepszaczy (Browar Kormoran, strona internetowa). Podkreślane jest przede wszystkim zamiłowanie do regionu i tradycji oraz to, że w miejscu tym powstają piwa głównie dla pasjonatów. Moce produkcyjne browaru to 50 tysięcy hektolitrów piwa rocznie. Browar Zamkowy w Raciborzu różni się od wyżej opisanych przede wszystkim tym, że ma długą historię. Oficjalnie za rok powstania browaru przyjmuje się 1567, z którego pochodzi pierwsza wzmianka o browarze książęcym przy zamku w Raciborzu. Zapewne browar istniał już wcześniej, gdyż wiadomo, że w 1559 roku powstała Karczma Zamkowa. W wieku XVIII browar dostarczał piwo karczmom ze Śląska i Czech. Kolejne stulecie to wielokrotne przebudowy i modernizacje browaru. W pierwszej połowie XX wieku losy przedsiębiorstwa toczyły się różnie, bywały przerwy w produkcji związane z I i II wojną światową. Jednak w 1945 roku produkcja została wznowiona, a piwo wróciło do sprzedaży. Niestety wielkość sprzedaży malała, dlatego kolejne lata nie były łatwe. Katastrofalna w skutkach, również dla browaru, okazała się powódź z 1997 roku,

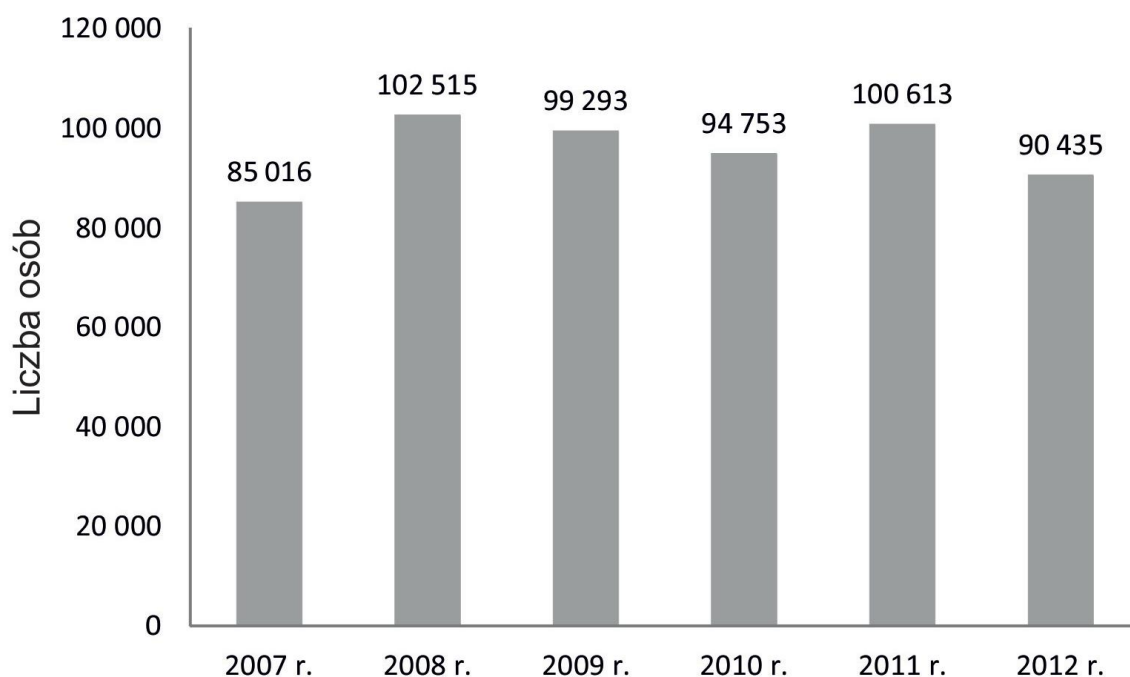
wszystkim na przeżywanie, a od wizyty w muzeum wymaga dostarczenia wielu emocji (Duda-Gromada 2013).

Najbardziej znanymi i popularnymi muzeami piwowarstwa w Polsce są Muzeum Browaru Żywiec oraz Tyskie Browarium². Obiekty te mają charakter multimedialny, a podczas zwiedzania turyści dowiadują się wielu informacji dotyczących między innymi historii piwowarstwa, historii zwiedzanego browaru, etapów produkcji oraz metod warzenia piwa stosowanych na przestrzeni lat. Informacje te podawane są w ciekawy sposób z wykorzystaniem technik multimedialnych. Oprócz zwiedzania muzeum, można również zwiedzić browar i zobaczyć wybrane etapy produkcji piwa we współcześnie działającym przedsiębiorstwie.

Muzeum Browaru Żywiec powstało w 2006 roku i znajduje się w najstarszej, historycznej części browaru – w dawnych piwnicach leżakowych, które zostały wykute w litej skale. Muzeum składa się z kilkunastu sal, które odnoszą się do kolejnych etapów produkcji piwa lub do wybranego okresu w historii browaru w Żywcu. Łączna powierzchnia muzeum wynosi 1600 m². Dostępne są dwie możliwości zwiedzania. Pierwsza obejmuje zwiedzanie muzeum, pamiątkowy gadżet i degustację piwa (lub soku). Natomiast opcję drugą wzbogacono o zwiedzanie obecnie funkcjonującego browaru (Muzeum Browaru Żywiec, strona internetowa). Muzeum można zwiedzać w języku polskim, angielskim lub niemieckim z przewodnikiem w grupach zorganizowanych. Turyści indywidualni dopisywani są do istniejących grup. Muzeum cieszy się bardzo dużą popularnością wśród zwiedzających. We wszystkich latach funkcjonowania (2007-2012) frekwencja nie spadła poniżej 80 tysięcy osób, natomiast w roku 2008 oraz 2011 liczba odwiedzających przekroczyła 100 tysięcy (ryc. 2). Liczby te są dowodem na zapotrzebowanie na podobne placówki w Polsce.

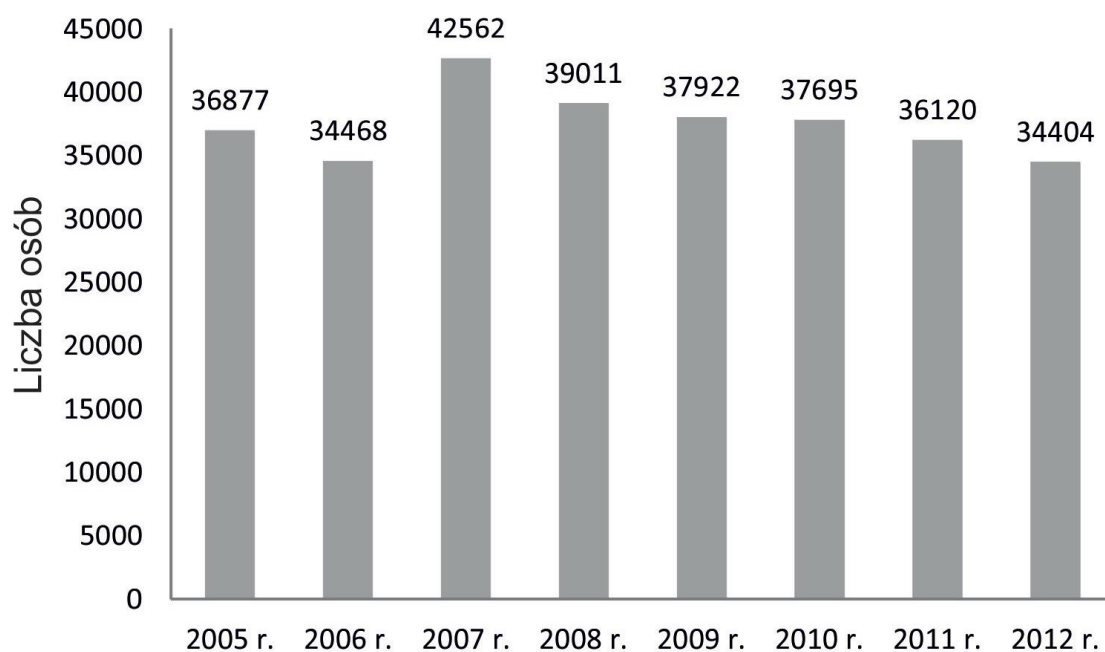
Tyskie Browarium zostało otwarte dla zwiedzających w grudniu 2004 roku. Zlokalizowano je w budynku dawnej kaplicy ewangelickiej, pochodzącym z 1902 roku. Program zwiedzania obejmuje trzy etapy. Etap pierwszy to zwiedzanie muzeum, obejrzenie seansu w technologii 3D, kolekcji piwnych eksponatów oraz korzystanie z atrakcji multimedialnych (np. kioski multimedialne z prezentacjami między innymi historii browaru oraz piwowarstwa, beczka e-mailowa, z której można wysłać wirtualną kartkę, interaktywna gra „Piwny ekspert”, która reaguje na ruch i inne). Etap drugi obejmuje zwiedzanie Tyskich Browarów Książęcych, natomiast etap trzeci to degustacja piwa Tyskie w pubie (Tyskie Browarium, strona internetowa). Zwiedzanie możliwe jest w wielu językach: polskim, angielskim, czeskim, francuskim, hiszpańskim, niemieckim, rosyjskim, włoskim oraz od 2009 roku w gwarze śląskiej. Tyskie Browarium

² Więcej informacji o muzeach multimedialnych oraz o Muzeum Browaru w Żywcu i Tyskim Browarium można znaleźć w opracowaniu K. Dudy-Gromady (2013).



Ryc. 2. Liczba zwiedzających Muzeum Browaru Żywiec w latach 2007-2012
(Duda-Gromada 2013, s. 245)

Fig. 2. Number of visitors to the Żywiec Brewery Museum in 2007-2012
(Duda-Gromada 2013, p. 245)



Ryc. 3. Liczba zwiedzających Tyskie Browarium w latach 2005-2012
(Duda-Gromada 2013, s. 250)

Fig. 3. Number of visitors to the Tychy Browarium in 2005-2012
(Duda-Gromada 2013, p. 250)

również cieszy się dużą popularnością. W okresie funkcjonowania, w latach 2005-2012, liczba odwiedzających utrzymywała się na stałym poziomie, w przedziale od 35 do 40 tysięcy osób rocznie (ryc. 3).

Warto również podkreślić, że Tyskie Browarium uczestniczy w życiu kulturalnym miasta poprzez organizację wielu imprez i wydarzeń, np. Tyskie Noce Muzealne organizowane we współpracy z Muzeum Miejskim w Tychach. Ponadto inicjowane są różne imprezy związane z piwem, np. cykl spotkań „Z Tyskim po piwnej Europie”, których celem było poznanie piwnej kultury wybranych krajów (Niemiec, Wielkiej Brytanii, Holandii, Irlandii).

Oprócz tych największych i najbardziej znanych muzeów piwowarstwa można w Polsce znaleźć obiekty o mniejszej renomie, ale również interesujące dla birofilów. Przykładem może być Muzeum Browarnictwa znajdujące się w najstarszym browarze w Polsce – Lwówek. Jest to jedyny taki obiekt na Dolnym Śląsku, w którym zgromadzonych zostało niespełna 400 eksponatów dokumentujących historię lwóweckiego browarnictwa (Browar Lwówek, strona internetowa). Można obejrzeć kolekcje butelek i zamknięć z 40 browarów, które niegdyś funkcjonowały w regionie, jak również urządzenia, które wykorzystywane były kiedyś do produkcji i przechowywania piwa. Jednymi z ciekawszych eksponatów jest oryginalna lodówka służąca do schładzania piwa, która datowana jest na 1905 rok, oraz beczka ze stali nierdzewnej z 1935 roku. Oprócz zwiedzania muzeum istnieje możliwość zwiedzenia warzelnii, leżakowni i rozlewni piwa we współczesnym browarze (Browar Lwówek, strona internetowa).

Wysoka frekwencja w omawianych placówkach muzealnych, utrzymująca się przez wszystkie lata funkcjonowania, jest dowodem na sukces muzeów piwowarstwa w Polsce. Świadczy również o tym, że są one atrakcją turystyczną i częstym punktem programu wycieczek.

PIWNE SZLAKI TURYSTYCZNE

Piwnie szlaki turystyczne są elementem zagospodarowania i łączą wybrane obiekty. Najczęściej spotykane są szlaki turystyczne, które łączą browary, oferujące możliwość zwiedzania. Dotyczy to przede wszystkim tych największych zakładów, które poprzez swoje działania zaznaczyły się w świadomości potencjalnych turystów oraz na mapie turystycznej Polski jako ciekawa atrakcja turystyczna. Przykładowo Biuro Turystyki Aktywnej Pravevica w swojej ofercie posiada trzydniową wycieczkę „Szlakiem browarów polskich”. Podczas wycieczki przewidziane jest zwiedzanie jednych z największych browarów w Polsce (Lech, Żywiec, Tyskie Browary Książęce) oraz Brackiego Browaru Zamkowego w Cieszynie, a także obejrzenie kilku minibrowarów oraz degustacja piwa regionalnego (Jan Olbracht w Toruniu, Spiż we Wrocławiu) (Biuro Turystyki

Aktywnej Prazevica, strona internetowa). Mniejsze browary regionalne również cieszą się zainteresowaniem i uznaniem oraz często stanowią atrakcję turystyczną danego regionu. Ale jak już wcześniej wspomniano ich celem nie jest trafić do masowego odbiorcy i turysty.

Kolejnym rodzajem piwnych szlaków turystycznych są szlaki łączące puby lub inne lokale gastronomiczne, które w swojej ofercie posiadają duży wybór różnorodnych piw. Takich inicjatyw jest coraz więcej i najczęściej dotyczą one dużych aglomeracji miejskich. Oferta ta skierowana jest przede wszystkim do mieszkańców miasta. Przykładem mogą być Poznańskie Szlaki Piwne lub Warszawski Szlak Piwny. W Poznaniu została wyznaczona trasa składająca się z pubów i innych lokali, których początkowo było 7, a obecnie jest ich 11 (ryc. 4).



Ryc. 4. Poznańskie Szlaki Piwne – broszura pokazująca lokalizację obiektów
(www.poznan.naszemiasto.pl; 04.12.2013)

Fig. 4. Poznań Beer Routes – a leaflet showing the localisation of establishments
(www.poznan.naszemiasto.pl; 04.12.2013)

W każdym z miejsc została przewidziana oferta rabatowa dla uczestników piwnego szlaku. Aby z niej skorzystać należy nabyć „Paszport Piwny”, w którym znajduje się mapa z wytyczonym szlakiem. Paszport wystawiany jest imiennie,

a barman odznacza w nim wypite piwa, co jest dowodem przebycia szlaku (Facebook: Poznańskie Szlaki Piwne, strona internetowa).

Warszawski Szlak Piwny zainaugurowano w czerwcu 2013 roku i wówczas obejmował on 7 pubów oferujących różnorodne gatunki piwa z Polski i świata. Tego dnia poszczególne lokale przygotowały dla uczestników specjalne atrakcje związane z piwem. Następnie Biuro Przewodników Skarby Warszawy wystąpiło z propozycją spacerów po szlaku z przewodnikiem, który opowiadałby o warszawskim browarnictwie, czy miejscach w stolicy, które słynęły z serwowania piwa. Spacerowały się we wrześniu i październiku 2013 roku (ryc. 5).



Ryc. 5. Warszawski Szlak Piwny – broszura pokazująca lokalizację obiektów (www.smaki-piwa.pl; 05.12.2013)

Fig. 5. Warsaw Beer Route – a leaflet showing the localisation of facilities (www.smaki-piwa.pl; 05.12.2013)

Do szlaku dołączyły kolejne lokale, ponadto podejmowanych jest w związku z nim wiele inicjatyw. Osoby zainteresowane informowane są na bieżąco na stronie jednego z portali społecznościowych (Facebook: Warszawski szlak piwny, strona internetowa).

FESTIWALE PIWNE

Obok możliwości zwiedzania miejsc związanych z produkcją czy degustacją piwa organizowanych jest wiele imprez, festiwali piwnych, wystaw, pokazów warzenia piwa i innych wydarzeń, podczas których można poznać tajniki produkcji piwa, degustować różne jego gatunki oraz kupić piwo produkowane w różnych miejscach w Polsce oraz na świecie. Imprezy te zróżnicowane są pod względem zasięgu i charakteru. Niektóre festiwale mają rangę międzynarodową i ściągają setki tysięcy turystów z całego świata. Są również festiwale o mniejszym zasięgu, krajowym czy regionalnym, a nawet lokalne imprezy związane z piwem. Jednym z najbardziej znanych festiwali piwnych na świecie jest Oktoberfest, który odbywa się corocznie od 1810 roku w Monachium. Jest to największy festiwal, który w ostatnich latach przyciągał ok. 6 milionów turystów rocznie. Jednak niezależnie od rangi i zasięgu festiwali, bez wątpienia są one dużą atrakcją turystyczną i cieszą się sporym zainteresowaniem wśród turystów, nie tylko biophilów³. Również w Polsce organizowanych jest wiele imprez piwnych (tabela 3).

Tabela 3. Wybrane festiwale piwne w Polsce

Table 3. Selected beer festivals in Poland

Festiwal	Miejsce	Miesiąc	Organizator
Lubiński Festiwal Piwa	Lubin	kwiecień	Ośrodek Kultury Wzgórze Zamkowe
Festiwal Piwa w Szreniawie	Szreniawa	kwiecień	Muzeum Narodowe Rolnictwa i Przemysłu Rolno-Spożywczego
Wrocławski Festiwal Dobrego Piwa	Wrocław	maj	Centrum Kultury Zamek
Lubuskie Święto Piwa	Witnica	maj	Browar Witnica
Festiwal Birofilia	Żywiec	czerwiec	Browar w Żywcu
Warmiński Festiwal Dziedzictwa Browarniczego	Braniewo Biskupiec Olsztyn	lipiec i sierpień	Starostwo Powiatowe w Olsztynie
Chmielaki Krasnostawskie	Krasnystaw	sierpień	Krasnostawski Dom Kultury
Beerfest	Chorzów	sierpień	Tyskie Browary Książęce

Źródło: opracowanie własne na podstawie www.beerpubs.pl (11.12.2013) oraz stron internetowych poszczególnych festiwali.

³ Interesującym opracowaniem dotyczącym festiwali piwnych na świecie jest tekst autorstwa H. Lyons i L. Sharples (2008).

Głównymi organizatorami festiwali są najczęściej browary lub jednostki organizacyjne, które można nazwać centrami kultury w regionie. Celami takich imprez jest przede wszystkim popularyzacja kultury piwnej oraz promocja regionu. Przykładami festiwali, które mają międzynarodowy charakter i są popularnymi imprezami wśród turystów, mogą być Festiwal Birofilia w Żywcu oraz Festiwal Dobrego Piwa we Wrocławiu.

Festiwal Birofilia jest największym w Polsce międzynarodowym festiwalem piwnym. Odbyna się w trzeci weekend czerwca na terenie browaru w Żywcu. Obejmuje Międzynarodową Giełdę Birofilów (ryc. 6, nr 11 – namiot kolekcjonerski), gdzie kolekcjonerzy mogą uzupełnić swoje zbiory i spotkać się z innymi miłośnikami piwa i gadżetów związanych z piwowarstwem.



Ryc. 6. Folder pokazujący teren Festiwalu Birofilia w 2013 roku (www.festiwal-birofilia.pl; 11.12.2013)

Fig. 6. Leaflet showing the area of the Birofilia Festival in 2013 (www.festiwal-birofilia.pl; 11.12.2013)

Rozstrzygane są liczne konkursy, między innymi Konkurs Piw Domowych, Konkurs Piw Rzemieślniczych. W tak zwanym namiocie festiwalowym (nr 6 na ryc. 6) znajdują się stoiska browarów domowych oraz rzemieślniczych, gdzie możliwa jest degustacja ich produktów. Organizowana jest również tzw. Aleja Piw Świata (nr 8), gdzie prezentowana jest szeroka oferta piw browarów przemysłowych z całego świata. Podczas festiwalu w 2013 roku zaprezentowano

ponad 500 piw między innymi ze Stanów Zjednoczonych, Tanzanii, Irlandii, Niemiec i Australii. Wydarzeniu towarzyszyły wykłady związane z tematyką piwną, prezentacje warzenia piwa, możliwość poznania tajników serwowania piwa, jak również zwiedzanie muzeum browaru oraz samego zakładu i wiele innych atrakcji. Festiwal cieszy się dużym zainteresowaniem, w 2013 roku zgromadził ponad 5 tysięcy gości (Festiwal Birofilia, strona internetowa).

We Wrocławiu natomiast, w maju, odbywa się Festiwal Dobrego Piwa. W 2013 roku miała miejsce jego IV edycja. Podczas spotkania swoje wyroby prezentuje kilkadziesiąt browarów zarówno z Polski, jak i z zagranicy (ryc. 7).



Ryc. 7. Folder pokazujący teren Festiwalu Dobrego Piwa w 2013 roku (www.festiwaldobregopiwa.pl; 11.12.2013)

Fig. 7. Leaflet showing the area of the Festival of Good Beer in 2013 (www.festiwaldobregopiwa.pl; 11.12.2013)

W Amfiteatrze odbywają się liczne koncerty, a także podawane są wyniki konkursów na najlepsze domowe piwo i etykiety oraz plebiscytu na najlepsze piwo roku. Na scenie kulinarnej odbywają się np. pokazy sadzenia ziół oraz warsztaty kulinarne. Organizowane są także pokazy warzenia piwa oraz wystawy i wernisaże. Ponadto festiwalowi towarzyszą Wrocławskie Warsztaty Piwowskie, które w 2013 roku odbyły się po raz dziesiąty. Warsztaty obejmują szkolenia (np. „Czy enzymy naprawdę istnieją?”, „Sekrety udanej fermentacji”), spotkanie piwowarów, podczas którego możliwa jest wymiana doświadczeń i degustacje oraz warzenie piwa (Wrocławskie Warsztaty Piwowskie, strona internetowa).

Uczestnictwo w festiwalach i wydarzeniach piwnych daje wiele możliwości. W jednym miejscu podczas kilkudniowej imprezy można zdobyć wiele cennych informacji, np. dotyczących piwa czy browarów, również regionalnych. Można także poznać nowe smaki piwa podczas degustacji różnych jego gatunków, często niszowych. Jest to też możliwość spotkania z osobami o podobnych zainteresowaniach i wymiana doświadczeń. Między innymi z tych powodów festiwale te cieszą się dużą popularnością i bez wątpienia są atrakcją turystyczną o charakterze regionalnym, krajowym, a nawet międzynarodowym.

PODSUMOWANIE

Bioturystyka w Polsce rozwija się przede wszystkim dzięki dużym nakładom finansowym, które przeznaczane są przez grupy piwowskie w celu tworzenia nowych atrakcji turystycznych. Są one magnesem przyciągającym wielu turystów i nastawione są raczej na turystę masowego. Natomiast oferta mniejszych browarów (regionalnych czy restauracyjnych) skierowana jest przede wszystkim do birofilów, czyli miłośników piwa. Wspomniana oferta dotyczy zarówno wytwarzanych produktów – niszowych rodzajów piwa – jak i zainteresowania historią piwowarstwa i kulturą piwną. Tworzone są szlaki turystyczne łączące ciekawe miejsca produkcji i konsumpcji omawianego trunku. A całość ze sobą spaja wspólne biesiadowanie, czyli organizacja różnego rodzaju festiwali, wydarzeń i pokazów. Należy również zaznaczyć, że działania te skierowane są zarówno do turystów, jak i mieszkańców danego miasta/miejscowości. Mieszkańcy, często przez dziesiątki lat żyjący w sąsiedztwie danego zakładu, dopiero dzięki tego typu inicjatywom mają szansę zwiedzić obiekt i dowiedzieć się wielu nowych informacji. Można powiedzieć, że stają się turystami w swoim własnym regionie (mieście, miejscowości). Ważnym celem wszystkich podejmowanych działań jest także promocja przedsiębiorstwa oraz wytwarzanych produktów. Konsekwencją tego jest większa rozpoznawalność marki w regionie, w kraju, a nawet poza jego granicami. Natomiast wymiernym efektem ma być wzrost sprzedaży.

Rozważania zawarte w artykule jednoznacznie wskazują na duży potencjał rozwoju biroturystyki w Polsce. Z jednej strony widać wyraźne zapotrzebowanie na tego typu atrakcje i usługi, które jest wynikiem wzrostu zainteresowania produkcją piwa i kulturą piwną. Z drugiej strony dużo jest różnorodnych miejsc, w których turyści zainteresowani piwem mogą zaspokoić swoje potrzeby i motywacje turystyczne. Ponadto miejsc tych z roku na rok powstaje coraz więcej, a istniejące zakłady produkcyjne coraz częściej otwierają się na turystów i miłośników piwa umożliwiając im zwiedzanie swoich obiektów. Jednak w dalszym ciągu jest wiele ciekawych miejsc, do których dostęp nie jest możliwy lub jest utrudniony, ponieważ nie zostały przystosowane do zwiedzania. Dlatego można stwierdzić, że potencjał rozwoju biroturystyki w Polsce nie został jeszcze w pełni wykorzystany. Biorąc pod uwagę wzrost spożycia piwa w Polsce oraz wzrost zainteresowania piwem (Polaków, ale również birofilów z innych krajów europejskich) oraz sukces dotychczas funkcjonujących atrakcji można spodziewać się, że kolejnych miejsc na mapie biroturystyki w Polsce powstanie jeszcze więcej. Niniejszy artykuł nie wyczerpuje tematu, gdyż opisywane zjawisko dynamicznie się rozwija i zmienia. Zwrócono uwagę na charakterystyczne cechy biroturystyki i zidentyfikowano rodzaje miejsc jej uprawiania w Polsce, które omówiono na wybranych przykładach.

Literatura

- BeerPubs*, www.beerpubs.pl (11.12.2013).
Bierhalle, www.bierhalle.pl (23.10.2013).
Biuro Turystyki Aktywnej Przevica, www.prazevica.net (04.12.2013).
Brovaria, www.brovaria.pl (22.10.2013).
Browar Amber, www.browar-amber.pl (30.10.2013).
Browar Kormoran, www.browarkormoran.pl (30.10.2013).
Browar Lwówek, www.browarlwowek.pl (30.10.2013).
Browar Racibórz, www.browar-raciborz.pl (30.10.2013).
Browarmia, www.browarmia.pl (23.10.2013).
Carlsberg Polska, www.carlsbergpolska.pl (05.11.2013).
Centrum Wycieczkowe Lech, www.zwiedzaniebrowaru.pl (05.11.2013).
Charters S., Ali-Knight J., 2002, Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23, 311-319.
Czubkowska S., Otto P., 2012, Podróż za jeden kufel, czyli turystyka śladami piwa, *Dziennik Gazeta Prawna*, www.serwisy.gazetaprawna.pl/turystyka/artykuly/627284,podroz_za_jeden_kufel_czyli_turystyka_sladami_piwa.html (05.11.2013).
Derek M., 2010, Turystyka przemysłowa, [w:] A. Kowalczyk (red.) *Turystyka zrównoważona*, Wyd. Nauk. PWN, Warszawa, 188-208.
Duda-Gromada K., 2013, Muzeum multimedialne jako miejsce spotkań – wybrane aspekty (na przykładzie muzeów piwownictwa), [w:] B. Krakowiak, A. Stasiak,

- B. Włodarczyk (red.), *Kultura i turystyka, miejsca spotkań*, Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego, Łódź, 237-253.
- Facebook: *Poznańskie Szlaki Piwne*, <https://www.facebook.com/PoznanskieSzlakiPiwne> (04.12.2013).
- Facebook: *Warszawski szlak piwny*, <https://pl-pl.facebook.com/warszawskiszlakpiwny> (04.12.2013).
- Festiwal Birofilia*, www.festiwal-birofilia.pl (11.12.2013).
- Festiwal Dobrego Piwa*, www.festiwaldobregopiwa.pl (11.12.2013).
- Getz D., Brown G., 2006, Critical success factors for wine tourism regions: a dem and analysis, *Tourism Management*, 27, 146-158.
- Grupa Żywiec S.A., www.grupazywiec.pl (05.11.2013).
- Hall C. M., Sharples L., Cambourne B., Macionis N., Mitchell R., Johnson G. (red.), 2000, *Wine tourism around the world: development, management and markets*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Joliffe L., 2003, The lure of tea: history, traditions and attractions, [w:] C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne (red.), *Food tourism around the world: development, managements and markets*, Butterworth Heinemann, Oxford, 121-136.
- Kompania Piwowarska*, www.kp.pl (05.11.2013).
- Kosmaczewska J., 2008, Turystyka piwna jako nowy przejaw aktywności turystycznej w Polsce, [w:] W. Siwiński, R. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.), *Współczesne tendencje w rekreacji i turystyce*, Wyd. Naukowe Bogucki, Poznań.
- Kowalczyk A., 2003, Szlaki wina – nowa forma aktywizacji turystycznej obszarów wiejskich, *Prace i Studia Geograficzne*, 32, 69-98.
- Kowalczyk A., 2008, Współczesna turystyka kulturowa – między tradycją a nowoczesnością, [w:] A. Kowalczyk (red.), *Turystyka kulturowa. Spojrzenie geograficzne*, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, Warszawa, 9-57.
- Lyons H., Sharples L., 2008, Beer festivals: a case study approach, [w:] C. M. Hall, L. Sharples (red.), *Food and wine festivals and events around the world: development, management and markets*, Butterworth Heinemann, Oxford, 166-177.
- McBoyle G., 1996, Green tourism and Scottish distilleries, *Tourism Management*, 17, 255-263.
- Munar A. M., 2012, Revealing the attractiveness of outrageous beer tourism, *CLCS Working Paper Series*, Copenhagen Business School, Kopenhaga.
- Muzeum Browaru Żywiec*, www.muzeumbrowaru.pl (17.06.2013).
- NaszeMiasto.pl: Poznań*, www.poznan.naszemiasto.pl (04.12.2013).
- Official Kobe Tourism Site Feel Kobe*, http://feel-kobe.jp/_en/model_course/012/index.html (10.10.2013).
- Pechlaner H., Raich F., Fischer E., 2009, The role of tourism organizations in location management: the case of beer tourism in Bavaria, *Tourism Review*, 64, 2, 28-40.
- Plummer R., Telfer D., Hashimoto A., Summers R., 2005, Beer tourism in Canada along the Waterloo-Wellington Ale Trail, *Tourism Management*, 26, 447-458.
- Rocznik Statystyczny Przemysłu 2012*, GUS, Warszawa.
- Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2012*, GUS, Warszawa.

- Rogowski M., Kuc M., 2013, *Możliwości rozwoju turystyki piwnej w oparciu o browary regionalne Wielkopolski, Dolnego Śląska i Ziemi Lubuskiej*, [w:] R. Wiluś, J. Wojciechowska (red.), *Nowe – stare formy turystyki w przestrzeni*, Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, 199-215.
- Rogowski M., Kuc M., Kuc M., 2012, *Możliwości rozwoju turystyki piwnej w oparciu o małe browary w Polsce*, [w:] W. Siwiński, R. Tauber, E. Mucha-Szajek (red.), *Społeczno-kulturowe studia z turystyki, rekreacji, hotelarstwa i żywienia*, Wyd. Wyższej Szkoły Hotelarstwa i Gastronomii, Poznań.
- Smaki Piwa*, www.smaki-piwa.pl (05.12.2013).
- Tyskie Browarium*, www.tyskiebrowarium.pl (17.06.2013).
- Wikipedia: Browary restauracyjne w Polsce*, www.pl.wikipedia.org/wiki/Browary_restauracyjne_w_Polsce (23.10.2013).
- Wikipedia: Browary w Polsce*, www.pl.wikipedia.org/wiki/Browary_w_Polsce (22.10.2013).
- Wrocławskie Warsztaty Piwowarskie*, www.wrowar.pl (05.12.2013).
- Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce Browary Polskie*, www.browary-polskie.pl (22.10.2013).

Summary

The present paper deals with conditions and opportunities for the development of beer tourism in Poland. The first part characterises the phenomenon. The definition of beer-related tourism can be based on a better-researched phenomenon, namely wine tourism. According to R. Plummer et al. (2005, 449), beer tourism includes excursions to breweries, participation in beer festivals and other beer-related events, during which beer tasting and experiencing the local beer culture are the most important motivation factors for the visitors. The author proposes a classification of beer tourism attractions consisting of two categories: facilities and events. Four types of facilities are distinguished. The fundamental type consists of production breweries, in which the production function dominates. An interesting type are brewpubs, which function both as breweries and as restaurants. Other facilities are being created, too, whose main function is serving the tourists and other visitors. These are mainly brewery museums. The last type of facilities are places where beer is being served, such as pubs. The second category consists of events, divided into two types: events and festivals devoted to beer and, more broadly, culinary and regional events.

The second part of the paper presents selected examples of facilities and event related to beer tourism in Poland. Described are breweries, brewpubs, brewery museums, beer routes and beer festivals. The author's discussion unambiguously indicates great potential for beer tourism in Poland. On the one hand, a distinct demand for this kind of attractions and services can be observed, which results from a growing interest in beer making and beer culture. On the other hand, many varied places exist where tourists interested in beer can satisfy their needs and motivations.