

## **A Kőbányai Polgári Serfőzde és a Szent István Tápszerművek R.t.**

A két háború között szinte nem volt olyan ember Magyarországon, aki nem ismerte a Szent István védjeggyel ellátott termékeket. A gyermekek kedvencei a „SZIT Lacika” márkajellel árusított pótkávé, cukorka és más termékek voltak, míg a felnőttek leginkább a Szent Istvánról elnevezett sört vásárolták. A márkanevet és a hangzatos „hazai” védjegyet adó cég története már a 19. század végén elkezdődött. A katalógusban bemutatott tárgyakat, dokumentumokat és reklámanyagokat a Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum gyűjteményeiből válogattuk. A színes, zömmel ismert iparművészek által tervezett reklám- és csomagolóanyagok az előállító cég tehetségére, ügyes marketing- és reklámstratégiájára valamint annak jeles múltjára hívja fel a figyelmet.

A történet 1892-ben kezdődött, amikor Tószeghy Freund Vilmos terménykereskedő megalapította a Kőbányai Polgári Serfőzdet. A Maglódi út 17. szám alatti mintegy 16 000 m<sup>2</sup>-es területen 1893-ban kezdtek építkezni és még ebben az évben beindult a malátagyár működése. Az épületeket Czigler Győző építész tervezte. A hatalmas pincékkel ellátott gyárépület a legkorszerűbb berendezéssel volt ellátva, s a termelési kapacitást akár háromszorosára is lehetett növelni. A gyárhoz saját iparvágány és elektromos hálózat is tartozott, melyet saját erőtelepen állítottak elő. 1894-ben helyezték üzembe a sörfőzdet. A gyár jelentős gyártói kapacitásával, hamar betört a hazai és a külföldi piacokra. Az 1896-os Milleneumi Kiállításon milleniumi díszoklevelet nyertek Ferenc József uralkodótól. A Szent István védjegyű és ábrázolású „kőbányai polgári” sörök pedig ezt követően hamar megjelentek a piacon. A söroket a hazai piac mellett a szomszédos országokban (Szerb Királyság, Montenegró, Olaszország) is forgalmazták. Mindemellett a világ számos részére (Török Birodalom, Egyiptom, Kréta, USA, Argentína stb.) exportálták az ismert márkákat: így a Szent István Dupla Malátát, a Barátot, a Porter sört, a Kiviteli Márciusi és Királyi sört. A cég a 20. század elejétől ott volt minden neves kereskedelmi és ipari vásáron, ahol a legjelesebb kitüntetések megszerzték. 1900-ban a Párizsi Világkiállításon nagydíjat kaptak, 1904-ben Firenzében, 1905-ben Palermóban és Nápolyban, 1906-ban Bécsben, 1908-ban Londonban, 1911-ben Torinóban szereztek rangos elismerést: rendszerint díszoklevelet és nagydíjat. Kőbánya sörnagyhatalommá vált. 1912-ben immár a hatodik kőbányai sörgyárat alapították meg. Ez volt a Fővárosi Serfőző R.t. A hatalmas ma is álló műemlék téglagyárépületet Zimmermann német építész tervezte. A Fővárosi Serfőző legelső és legismertebb terméke, amely egyben a gyár védjegyévé is vált: a Mátyás Király sör volt. Szent István után egy másik mindenki által ismert uralkodóról elnevezett sörrel hódította meg a konkurens vállalat a közönséget. Az ismert toposzok, meghozták a népszerűséget a termékeknek. Megjegyzendő, hogy ez a hagyomány folytatódott, hiszen az Első Magyar Részvényserfőzde saját töltésű (Szent) László sört hozott később forgalomba. Az ismert emberekkel való reklámozás nem volt új keletű dolog. Az ügyes kereskedők védjeggyel uralkodókat, híres embereket, politikai vagy történelmi személyeket esetleg színészeket választottak. S így

próbálták kelendőbbé tenni áruikat. A kereskedelmi és iparkamaráknál pedig az ilyen árukat megkülönböztető védjegyet be is jegyeztették.

Az első világháború és következményei megnehezítették a söripari termelést. A gyártás évről évre csökkent és az alapanyaghiány miatt szinte megbénult. A söripar alapanyagait a búzát, kenyérgabonát, árpat, kukoricát stb. az állam ellátási célokra fordította így pótszerekből cirok, muhar, melasz, lóbab, cukorrépa vagy más anyagokból voltak kénytelenek sört főzni. Az így készült sörök egy része a fronton szolgáló katonák ellátását is szolgálta. A háború utáni területi veszteségek súlyosan érintették a söripart. A megszakadó piacok, a Monarchia széthullása, a termelő terület és a lakosság számának csökkenése új helyzetet teremtett. A háború utáni infláció és a gazdasági világválság sem könnyítette a söripar helyzetét. A kisebb vidéki sörgyárak bezártak, a kőbányai sörgyárak leszereltek, vagy nem a kapacitásuknak megfelelően termeltek. A kőbányai sörgyárak 1923-tól ezért összefogva konszernbe tömörültek.

1922-ben a Kőbányai Polgári Serfőzde magába olvasztotta a vele szemközt a Maglódi úton működő még a háború éveiben 1916-ben megalakult Szent István Tápszerműveket. A vállalat profilja egyébként az állati és növényi eredetű tápszerek gyártása és a söripar melléktermékeink feldolgozása vagy egyéb hasznosítása volt. Emellett hasznos szőrmés és szárnyas vadaknak a feldolgozása és forgalomba hozatalát is végezték a közlelmezés ellátására. 1916 szeptemberében a cég magába olvasztotta a Vadértékesítő Rt.-t. Legfőbb gyártási ága a maláta- és pótkávégyártás lett, amely a háború alatt nagy népszerűségnek örvendett. Ezen a téren komoly vetélytársnak bizonyult a Franck Henrik és Fiai cég magyarországi leányvállalata, amelynek termékeivel szemben elég nehezen tört be a SZIT kávé a piacra. A két vállalat közötti vetélkedés nemegyszer kimerítette a tisztességtelen verseny fogalmát, mindkét fél részéről. Végül is a kávé helyet kapott a piacon, de a verseny nem szűnt meg, sőt később egyre fokozódott. A Szent István Tápszerművek Rt. 1922-ben beolvadt az alapító vállalatba, és létrejött a Kőbányai Polgári Serfőző és Szent István Tápszerművek R.t.

A termelés csökkentésével egy időben a vállalkozás profilt váltott és más keresett termékek gyártásába és forgalmazásába kezdett. Elsősorban a söripari melléktermékeket és más akkor népszerű élelmszeripari árukat kezdtek gyártani. Az 1922-es védjegyértékesítőben találkozhatunk a Szent István márkanévvel ellátott saját márkás termékekkel. Egyúttal megismerkedhetünk a cég által forgalmazott más termékekkel is. A védjegyértékesítő a következő termékek előállításáról tesz említést: karamell-, maláta-, kávékészítmények, kivonatok, pótkávé, pörkölt kávé, tápszerek, takarmányszerek, száraz valamint hús-, gyümölcskonzervek, főzelékek, kivonatok, szörpök-szirupok, lekvárok, lisztek, tejporok, ásványvizek, aszalt gyümölcsök, csokoládé, cukrozott sütemények, kekszek, szeszes italok, vajak és margarinok, halkészítmények, konzervipari termékek, gyógykészítmények, gyarmatárúk és fűszerek, szappan, mosószer, kozmetikai és háztartási cikkek.

Az üresen álló termelési épületeket átalakították élelmi és vegyipari termeléshez szükséges gyárrá, sőt az üresen álló söröspincékben még élelmiszerek (hús, vad, tojás) tárolására alkalmas raktárakat is kialakítottak. A tápszergyárban készültek a *Szitmaltin*, a *Maltosit* és a *Demaltos* nevű gyermektápszerek. A szikvízgyárban szódat készítettek. A kávé- és pótkávé részleg kedvelt márkái a *Szent István malátakávé*, a *Szent István Cikória* valamint a *Családi kávé* keverékei voltak. Jelentős beruházással vegyipari üzemet, szappangyárat is létesítettek, ahol mosó- és pipere szappanokat gyártottak. A cég kedvelt márkái voltak: a *Lanolin*, a *Baby* és az *Ólevendula* szappan. Később mosópor gyártásával is foglalkoztak. A szappangyártás melléktermékeit is felhasználták. A cég olaj és margarinüzemet is létesített, itt ipari és élelmiszeripari termékeket állítottak elő.

A vállalkozás sokszínű tevékenységének köszönhetően fejlődött. Budapesten a Népszínház utca 22. szám alatt állították fel a központi sörlerakatot, de raktárakat vidéken (Szeged, Székesfehérvár, Siófok, Balatonlelle, Veszprém, Miskolc és külföldön Lembergben) is létesítettek. A cukorka és más élelmiszerek valamint a tápszerek és pótkávégyártmányok népszerűsítése érdekében Budapesten hat vidéken, Szegeden pedig egy mintaüzletet nyitottak. A fiókhálózatos üzletek kialakításának nagy divatja volt akkoriban, a konkurens cégek, úgy mint a Meinl vagy a Stühmer cég hasonló egyen boltokat létesített Budapesten és vidéken. A SZIT üzletei azonban nem tudták felvenni a versenyt az igen erős, már fogyasztói bázissal rendelkező konkurenciával. A Kőbányai Polgári Serfőző és Szent István Tápszerművek R.t. mindezek ellenére jelentős szakmabeli vállalatoknál szerzett érdekeltséget, amely elsősorban a Sörpiari Konzern létrehozásának volt köszönhető. Tulajdonosa volt a Soproni és Kőszegi Polgári Serfőzdeinek és Malátagyárnak, érdekeltsége volt a pécsi Pannonia Serfőző R.t.-ben. A Fővárosi Serfőző R.t. üzleti lehetőségeit fokozatosan szorította ki a cég. Budafokon a pincéiről ismert Pátia Bor- és Sörkereskedelmi R.t. tartozott hozzá, de profiljának megfelelően a Palatinus és a Szent-Margit Szigeti Ásványvízüzem R.t. is a cég kezében volt. 1941-ben a belvárosban a Klotild palotát, illetve az azt üzemeltető Fővárosi Bérpalota R.t.-t is megvásárolták.

A hatalmas vállalatot a második világháború után szétdarabolták, s kezdetben termelési ág szerinti nemzeti vállalatokat és több gyáregységet hoztak létre üzeméből és részvénytársaságaiból (pl: Kőbányai Cukorkagyár Nemzeti Vállalat, Kőbányai Sörgyárak Nemzeti Vállalat, Szappangyár Nemzeti Vállalat, Borforgalmi Nemzeti Vállalat, Növényolajipari és Mosószergyártó Vállalat stb.) A szocializmusban már nem volt illendő egy Szentről (még akkor is, ha államalapító Szent István királyunkról van szó!) gyárat és termékeket elnevezni. A kialakult állami, gazdasági struktúra sem tette lehetővé az ilyen és ehhez hasonló márkanevek továbbélését. A cég utódvállalatait államosították és a különböző termelési- és iparágaknak megfelelően átszervezték azokat.

A cég legismertebb és legnépszerűbb termékei a két háború között a gyermektápszerek, édességek és pótkávék voltak. Ezeket egy kedves, megrajzolt kávé ivó gyermek védjegyével a már

említett „SZIT Lacikával” reklámozták. Az ismert védjegyet Bottlik József (1897-1984) grafikus tervezte 1922-ben. A cég ügyes reklámstratégiát folytatott termékei forgalmazásakor, neves grafikusokkal és tervezőkkel dolgozott. Elsősorban a termékkínálatához illeszkedő célcsoportokat szólította meg. Színes tervezett reklámlapjaival, számológéduáival, prospektusaival jelentős forgalomnövekedést ért el a cég. A reklám és a reklámajándék széles változatát használták az aktuális idényjellegű propaganda bevezetésekor. A gyermekek fogyasztóvá nevelésének számos példáját mutatjuk be itt a katalógusban. Az ilyen színes, de egyben nevelő és oktató, ugyanakkor a fogyasztást serkentő és arra ránevelő reklámajándékok már a 19. században megjelentek. A cég hangzatos és látványos „Szent István” védjegyével nagy népszerűségnek örvendett, bár nagy volt a verseny mégis minden élelmiszerbolt polcain ott voltak termékei. Az akkori társadalom jellegzetes alakjai is megjelentek a céges reklámokon. A gyermekek mellett a városi polgárság és a vidéki élet jellegzetes szereplőit is megszólították. Az úgynevezett árukapcsolással és a különböző a fogyasztóknak átadott, vagy épp a termékbe rejtett reklámajándék kampánnyal és frappáns reklámszövegekkel is próbálkoztak. Ezt megtehették, hiszen a széles profilnak köszönhetően rengeteg terméket állítottak elő. Az 1930-as években ajándékként nevelő és oktató célzatú számológéjátékot, társasjátékot, különféle hazafias, történelmi-, és irodalmi matricagyűjtő albumot adtak ki. Természetesen a cél a fogyasztásra nevelés volt: *„Ha édesanyátok háztartásában nem fogy annyi Szent István cikória, hogy ebből hamarosan be lehetne gyűjteni az albumot, forduljatok a rokonsághoz és kérjétek meg őket, hogy vásároljanak a boltban Szent István cikóriát és adják a képeket nektek.”*

A képes történelmi albumokban illetve a cég által forgalomba hozott termékek csomagolásain a cég nevét adó államalapító Szent István alakja emelkedik ki. A szakállas, szent koronával ábrázolt Szent István védjegy a cég minden megjelenési formáján (árudoboz, reklám, hirdetés, levélpapír, reklámajándék stb.) hirdette a vállalkozás nagyságát és elsőbbségét. Az 1930-as években az olykor már erőszakosnak tűnő reklámkampányával gyakran perekbe keveredett a Szent István Tápszerművek. Legnagyobb vetély-, és „perestársa” a Frank Henrik és fiai R.t. valamint a Meinel Gyula cég volt. 1933-ban a bíróság arra kötelezte őket, hogy hagyjanak fel az ajándékozással egybekötött tisztességtelen versenybe ütköző cselekménnyel. A Szent István Tápszerművek ugyanis a pótkávékhoz ekkor ajándék tejkrémellát, kakaót, csokoládét, gyöngysort és kaleidoszkópot adott. A cég négy különböző színű szappanbárcát is kiadott „SZIT Lacika” ábrázolásával. A műanyag érmeiket összegyűjtve és beváltva 10 darabért  $\frac{1}{2}$  vagy  $\frac{1}{4}$  kg-os terpentinszappant lehetett kapni. Az ilyen és ehhez hasonló kampányok joggal bosszantották a konkurenciát. Később azért perelték a céget mert propagandájába bekapcsolta a tanulóifjúságnak szóló hazafias jelszavakat és színes történelmi képecskék gyűjtésére ösztönözte az ifjúságot. Sőt a legtöbb képet összegyűjtő gyermeket „Szent István őrszemévé” avatták, s Balaton melletti ingyen nyaralásban részesítették őket. Akik a

Szent István gyártmányok érdekében legtevékenyebbek voltak, ingyen nyaraltatásban részesültek Balatonkáptalanfüreden. 12 napi turnusokban érkeztek ide a gyerekek. A per végén a Királyi Ítéltábla eltiltotta a céget az efféle propagandáról, a táboroztatás kérdésében pedig arra az álláspontra jutottak, hogy burkolt jótékonyági akció keretében próbáltak üzleti propagandát elérni. Ezek az albumok szerepelnek a katalógus tételei között. A cég ilyen irányú reklámtevékenysége nem tekinthető újszerűnek vetélytársai hasonló stratégiát folytattak azonos eszközökkel. A perek eredményeként őket is eltiltották hasonló cselekedeteikről.

A katalógusban szereplő dokumentumok tehát ennek a korszaknak a kézzel fogható emlékei. A bemutatott források, megidéznek az említett kor hangulatát és a reklámművészeti hagyományokat. A művészeti értéken túl a bemutatott tárgyaknak és dokumentumoknak a fentiek szerint jelentős társadalom-, kultúr és gazdaságtörténeti forrásértéke van. A színes források reklámtörténeti szempontból is kiemelhetők. A bemutatott tételek a két háború közti fogyasztási szokásokról, az ipari és gazdasági versenyről és annak változásairól tesznek tanúbizonyságot.

Dr. Török Róbert

Források:

Kozmáné Oláh Júlia: Jubileumi Évkönyv – Sörről híres Kőbánya. Dréher Sörgyárak. Budapest, 2004.

Demeter Zsuzsanna: Szent István és a malátakávé. In: História. 1988. 4. sz.

Sipos Antalné: Az államosítás előtt működő élelmiszeripari vállalatok repertórium. A Magyar Országos Levéltár segédletei 24. Magyar Országos Levéltár. Budapest, 2006. 114-152. p.

Török Róbert: Adalékok a Franck Henrik és Fiai R.t. történetéhez. In: Agrártörténeti Szemle. 2011. 1-4. 206-207. p.

Központi Védjegyértékesítő. Budapest, 1922.