



Lauku
Ceļotājs
celotajs.lv

ROKASGRĀMATA TŪRISMA
UZŅĒMĒJIEM

KULINĀRAIS TŪRISMS

“LIVONIJAS GARŠA”




Interreg
Estonia-Latvia

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

A historical map of Livonia, showing various regions like HAREN, BETRAS, and Talsborg. The map is overlaid with a dark grey rectangle containing text. The text is in Latvian and discusses the culinary heritage of Livonia. The map background shows rivers, lakes, and various place names in Latin and German. There are also some decorative elements like small castles and trees.

Livonijas garša

Livonija, valstu savienība Baltijas jūras krastā, XIII–XVI gadsimtā Igauniju un Latviju vienoja ģeogrāfiski un ekonomiski, veidojot līdzīgu dzīvesstilus un tradīcijas. Kaut arī Livonijas robežas no kartēm sen izdzisušas, latviešu un igauņu tradicionālo ēdienkarti joprojām lielā mērā veido tie paši ēdieni, no kuriem pārtika mūsu senči. Mēs joprojām paši cepam maizi un brūvējam alu. Tāpat kā agrāk bagātīgi izmantojam dabas veltes - meža ogas, sēnes, zivis un medijumu. Izrādās, ka tieši Livonijas laikā pie mums sāka iepazīt piparus, ingveru, krustnagliņas un kanēli un pēc tā, cik daudz austrumzemju garšvielu bija ēdienā, noteica Hanzas pilsētu augstmaņu turību. Livonijas virtuve bija daudzveidīga. Vienlaikus pastāvēja latviešu, līvu un igauņu zemnieku un zvejnieku, klosteru mūku, pilsētu iedzīvotāju un augstmaņu virtuve. Daļa produktu bija atrodami uz visu sociālo slāņu iedzīvotāju galdiem. Pārtikā lietoja graudaugus, pākšaugus, piena produktus, dārzeņus un garšaugus, zivis, mājlopu, putnu un medijuma gaļu, atkarībā no rocības un sociālā statusa.

Sekojot kulinārajam ceļam “Livonijas garša”, tūristiem ir iespēja iepazīt Livonijas laika ietekmi uz mūsdienu latviešu un igauņu ēdieniem. Garšas pieredzi papildina stāsti par ēdienu izcelsmi un pagātni. “Livonijas garša” ir ceļojums, kurā mūsu vēsture skatāma tepat uz galda.

www.celotajs.lv/livonia
www.flavoursoflivonia.com

Šī rokasgrāmata tapusi projekta “Livonijas kulinārais ceļš” un finansēta “Interreg Estonia-Latvia” programmas ietvaros no Eiropas Reģionālā attīstības fonda.

Šī publikācija atspoguļo autora viedokli. Programmas vadošā iestāde neatbild par tajā ietvertās informācijas iespējamo izmantošanu.

Saturs

levads	3	2.2. Livonijas virtuves kulinārais mantojums	25
1. KULINĀRAIS TŪRISMS	4	Mielasta galdi lūzt	25
1.1. Kas ir kulinārais tūrisms?	5	Gaume, garša un garšvielas	26
1.2. Kulinārijas tūristu raksturojums	6	Latvijas šampanietis	26
1.3. Kulinārā tūrisma piedāvājuma veidošana	7	Uzturs bez...	26
Vietas un telpas izmantojums	7	Pirmatnējās picas	27
Īpaša notikuma organizēšana	9	Reibinošā eksotika	27
Īpaša piedāvājuma izveidošana	10	Izmantotie avoti	28
1.4. Kulinārā mantojuma izmantošana tūrismā	11		
1.5. Mārketinga loma piedāvājuma popularizēšanā	15		
2. LIVONIJAS GARŠA VĒSTURISKĀ UN MŪSDIENĪGĀ SKATĪJUMĀ	17		
2.1. Livonijas iedzīvotāju vēsturiskais uzturs	19		
Aizjūras gardumi	19		
Saldumi un dzērieni	20		
Alus	20		
Maize	21		
Medījums	21		
Viduslaiku garšas palete	22		
Viduslaiku mielasti	23		
Galda kultūra	24		



Ievads

Rokasgrāmata "Livonijas garša" ir adresēta kulinārā tūrisma uzņēmējiem, kas nodarbojas ar viesu ēdināšanu. Rokasgrāmatas mērķis ir palīdzēt kulinārā ceļa "Livonijas garša" uzņēmējiem savu esošo ēdināšanas piedāvājumu precīzāk pielāgot kulinārā tūrisma tendencēm un papildināt mārketinga aktivitātes ar kulinārijas tūristus interesējošiem elementiem. Šoreiz īpaši uzsvērts viens vietējās vēstures un kultūras aspekts – Livonijas virtuve, kas ietver latviešu, igauņu un vācbaltiešu kulināro mantojumu.

Rokasgrāmatas saturu veido divas daļas. Pirmā sniedz informāciju par kulināro tūrisma kopumā, par to, kā piedāvājuma veidošanā izmantot esošās iespējas un kā šo piedāvājumu popularizēt. Īpaši apskatīts, kā iespējams izmantot kulināro mantojumu. Rokasgrāmatas otrā daļa veltīta tieši Livonijas kulinārajam mantojumam. Sniegta vēsturiska informācija par konkrētiem produktiem un produktu grupām. To var izmantot, lai atjaunotu un papildinātu ēdienkarti. Tālāk apkopoti piemēri, kā dažus kulinārijas vēstures faktus var interpretēt un piemērot mūsdienīgam kulinārā tūrisma piedāvājumam.

Rokasgrāmatas nobeigumā piedāvāts literatūras saraksts. Tas rosina iepazīties tuvāk ar dažādiem Livonijas vēstures un kultūras aspektiem, lai piedāvājumu tūristiem varētu izveidot vēl pievilcīgāku un iepriecinātu arī visprasīgākos gardēžus!

Rokasgrāmata izveidota projekta „Livonijas kulinārais ceļš”, kas īstenots “Interreg Estonia-Latvia” programmas ietvaros no Eiropas Reģionālā attīstības fonda. Projekts stiprina Latvijas un Igaunijas kopīgā kulinārā mantojuma identitāti, pamatojot to uz Livonijas valsts vēsturisko nozīmi Igaunijas un Latvijas kopīgajā virtuvē un garšā šodien, un iesaista kopīgā tūrisma produktā 332 pārtikas ražotājus un ēdinātājus abās valstīs.





• 1 •

Kulinārais tūrisms

Latvijas lauku tūrisma piedāvājumā ir dažādas ar kulināriju saistītas aktivitātes, kaut arī ne vienmēr pasniegtas kā kulinārais tūrisms. Tomēr vietējo ēdienu patērēšana vairs nav tikai nepieciešamība ceļojuma laikā, garšas un kulināras pieredzes kļūst par patstāvīgu interešu objektu un var noteikt galamērķa izvēli. Kulinārais tūrisms ir strauji augošs tūrisma sektors.

1.1. Kas ir kulinārais tūrisms?

Kulinārais tūrisms ir tāda tūrisma pieredze, kas ļauj iepazīt un novērtēt zināmas izcelsmes vietējos produktus un kulinārās tradīcijas. Tas nozīmē apzinātu un ieinteresētu kādas kultūras, ieskaitot savējo, iepazīšanu ar kulināras pieredzes palīdzību. Kulinārais tūrisms ietver gan tādu ceļojumu, kuru vada interese par kulināriju, gan tādu, kurā kulinārā pieredze nav galvenā motivācija, bet ir ceļojuma daļa.

Gandrīz 100% tūristu ceļojuma laikā izmanto sabiedrisko ēdināšanu. Izdevumi par pārtiku veido 1/3 daļu no kopējiem ceļojuma izdevumiem. Vismaz puse tūristu vienmēr grib zināt, kur un kādu tradicionālo vai vietējo ēdienu var nogaršot un kādi vietējie dzērieni ir populāri. Kopumā cilvēki ceļojumos tērē vairāk un gatavi maksāt dārgāk par vietējo pārtiku. Ja kulinārās aktivitātes jau ir tūrisma piedāvājuma daļa, kāpēc gan neizmanto šo potenciālu un neveidot īpašu kulinārā tūrisma piedāvājumu?

Kulinārā tūrisma tendences pasaulē rāda, ka daudz interesantāka par t.s. elitāro gastronomiju – izsmalcinātiem restorāniem un vīnu degustācijām – tūristiem šķiet vietējā, reģionālā virtuve, tās gatavotāji un ražotāji.



Kulinārā tūrisma tendences 2019

1. Kulinārās ekskursijas vietējo iedzīvotāju pavadībā

Šādā veidā kulinārā pieredze tiek savienota ar vēstures un kultūras informāciju un skaidrāk parāda saistību starp ēdienu un kultūru.

2. Mājas virtuve

Kopīga gatavošana un kopīga maltīte ar vietējiem iedzīvotājiem – gan pie kāda mājās, gan kopā ar kādu interešu grupu

3. Street food un tirdziņi

Tā kā piedalās apkaimes iedzīvotāji, ļauj iepazīt autentisku nevis īpaši tūristiem radītu vietējo kultūru

4. Kulinārijas kursi, meistarklases

Iespēja pavadīt laiku nepiespiestā atmosfērā, iepazīties ar vietējiem un citiem tūristiem, vienlaikus apgūstot kaut ko jaunu.



1.2. Kulinārijas tūristu raksturojums

Nav iespējams raksturot vienu noteiktu kulinārijas tūristu tipu, bet visu tūristu kopumu var segmentēt trijās grupas, ņemot vērā to attieksmi pret ēdienu:

• *Es ceļoju, lai iepazītu ēdienus.*

Viņiem kulinārā pieredze ceļojumā ir galvenais. Apzināti iepazīst galamērķa kultūru ar gastronomijas starpniecību, ir atvērti kulinārām aktivitātēm – kopīgai gatavošanai, muzeju apmeklējumiem, degustācijām un dažādiem notikumiem.



• *Man patīk izbaudīt gastronomiskas pieredzes ceļojuma laikā.*

Tie ir tūristi, kas interesējas par nacionālajiem un tradicionālajiem ēdieniem, labprāt tos nogaršo restorānos un tirdziņos, bet neinteresējas par īpašiem gastronomiskiem notikumiem.

• *Mani neinteresē kulinārijas aktivitātes ceļojuma laikā.*

Šī grupa var iesaistīties ar kulināriju saistītās aktivitātēs tikai tad, ja tas netraucē citiem ceļojuma plāniem. Galu galā – jāēd ir visiem.

Kulinārais tūrisms interesē ne tikai ārvalstu tūristus, bet arī vietējos, kuriem ir interese iepazīt kādu reģionu, nogaršojot tā tradicionālos ēdienus. Kaut arī Latvijā reģionālās atšķirības nav lielas, tomēr katram reģionam ir raksturīgi unikāli ēdieni, kas bieži nav viegli pieejami citur, piemēram, Kurzemes sklandrauši vai Carnikavas nēģi. Vietējā mērogā kulinārais

tūrisms piesaista arī pilsētniekus, kas vēlas atcerēties laukos pavadīto bērnību, pamēģināt kādus lauku darbus un parādīt šo vidi saviem bērniem. Tāpēc kulinārajā tūrismā liela loma ir nostalgiskām sajūtām, jo ēdiena garša un smarža var atsaukt atmiņā senus notikumus un piedzīvojumus, arī bērnību laukos pie omītes.



1.3. Kulinārā tūrisma piedāvājuma veidošana

Vietas un telpas izmantojums

Tūrisma objekta atrašanās vieta ir unikāla un veido tā identitāti, tāpēc dažādus vietas aspektus un priekšrocības var izmantot piedāvājuma veidošanā.

Kulinārijas tūristi ir piedzīvojumu meklētāji, kam patīk atklāt un uzdrošināties. Tajā pašā laikā viņi ir zinoši un pieredzējuši, spēj salīdzināt dažādus galamērķus un tur piedzīvoto, tāpēc sagaida pamatotu un pārbaudītu informāciju par produktiem un ēdieniem. Informācija, ko piedāvā tūristiem, var tikt pasniegta kā izdomāts stāsts, bet tā nedrīkst būt nepatiesa. Piemēram, var stāstīt leģendas, kas sakņojas noteiktā laika posmā, bet nevajadzētu pieminēt viduslaiku kartupeļu biežputras recepti, jo Latvijas teritorijā kartupeļu tad vēl nebija. Kulinārā tūrisma piedāvājuma veidošanā ir svarīgi apzināties un novērtēt esošos lielumus un spēt tos izmantot.



Ēkas ar vēsturisku nozīmi ir pievilcīgi objekti. Piemēram, Livonijas kulinārā ceļa objekti bieži saistīti ar vācbaltiešu kultūras un arhitektūras mantojumu, ko iespējams sasaistīt ar kulināro mantojumu. Ja tūrisma objekts atrodas muižā, daudz vienkāršāk un ticamāk būs stāstīt un rādīt muižas gastronomiskās tradīcijas;



ja zemnieku saimniecībā - tad daudz vieglāk runāt par tautas virtuvi.

Tūristiem šķiet interesantas konkrētos reģionos dzīvojošās kopienas un to dzīvesveids. Latvijā ir vairāki novadi, kuros

kopienām ir īpaši raksturīgas tradīcijas, tai skaitā kulinārās, piemēram, suiti vai lībieši. Šādu tradīciju demonstrēšana padara konkrētu reģionu interesantu un iepazīšanas vērtu.



**Piemērs:
SPĒLMAŅU KROGS**



“Spēlmaņu krogs” ir kafejnīca un viesu nams Kurzemē, Alsungā. Šo Alsungas novadu apdzīvo suiti - Kurzemes



rietumos dzīvojoša latviešu etniskā grupa ar savām īpašajām tradīcijām un arī ēdieniem. Spēlmaņu krogā ir iespēja nobaudīt tradicionālos suitu ēdienus un vasarās piedalīties to gatavošanas meistarklasēs. Tur tiek cepti sklandrauši pēc tradicionālām metodēm, kas marķēti ar ES kvalitātes zīmi GTĪ (Garantētas tradicionālās īpatnības). Īpašs viesu nama piedāvājums ir suitu sievu uzstāšanās ar dziesmām un stāstiem par tautastērpu, tradīcijām un novada vēsturi.

www.spelmankrogs.lv

Kulinārajā tūrismā reģiona atpazīstamību veido produkti, kas tur tiek audzēti vai ražoti. Tādēļ vēlams tūrisma informācijas materiālos uzsvērt, ka tūristiem būs iespēja nogaršot vietējos ēdienus vai arī sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumu ēdienkartē iekļaut norādes par vietējām izejvielām. Unikālu piedāvājumu iespējams veidot, uzsverot, ka noteikti produkti vai ēdieni pieejami tikai šajā reģionā vai arī aicināt tos nobaudīt tieši ražošanas vietā.



**Piemērs:
CARNIKAVAS NĒĢI**





Kopš 2015. gada februāra Carnikavas nēģiem piešķirta Ģeogrāfiskas izcelsmes norādes zīme. Tas nozīmē, ka nosaukumu „Carnikavas nēģi” drīkst izmantot tikai Carnikavas novadā laikā no 1.augusta līdz 1.februārim ar murdiem Gaujas upes lejtecē pie iztekas zvejotiem svaigiem nēģiem un arī apstrādātiem nēģiem, ja to pārstrāde notikusi Carnikavas novadā atbilstoši specifikācijai. Šo zīmi patlaban izmanto astoņi nēģu zvejnieki un cepēji. Viens no pazīstamākajiem ir SIA “Krupis”, kas ne tikai piedāvā ceļotājiem nogaršot nēģus, bet arī iepazīstina ar Gaujas apkārtnes nēģu ķeršanas un gatavošanas tradīcijām. Nēģi kā tradicionāls ēdiens apkaimē zināms jau kopš 17. gadsimta, taču saimnieki piedāvā tos pagaršot arī mūsdienīgā veidā. Tāpēc bez jau iecienītajām receptēm – uz oglēm grilēti nēģi un nēģi želejā - pieejami arī divu veidu nēģu suši, ko īpaši iecienījusi jaunā paaudze. Liela nozīme produkta popularizēšanā ir ikgadējiem nēģu svētkiem Carnikavā, kas notiek jau kopš 1991. gada.

Svētkos var iepazīt dažādas ar nēģu zveju saistītas tradīcijas un nogaršot gan nēģu zupu no lielā katla, gan Gaujas malā mīloties ar nēģu maizītēm. Drosmīgākie var piedalīties nēģu ēšanas sacensībās. Svētkus iecienījuši gan vietējie, gan ārzemju tūristi.

www.celotajs.lv/lv/e/carnikavas_negi

Īpaša notikuma organizēšana

Tūristus, kas interesējas tieši par kulināriju, piesaista dažādi notikumi: kulināras tematikas festivāli, degustācijas, tirdziņi, atvērto durvju dienas ražotnē, *pop-up* kafējnīcas u.c. Tas interesē ceļotājus, kas vēlas autentisku pieredzi, tādu, kas nav organizēta īpaši tūristiem, bet kur piedalās vietējie iedzīvotāji.



Festivāli ir viens no plaša mēroga notikumiem, kas piesaista tūristus, atbalsta vietējos ražotājus un veido unikālu vietas identitāti. Pasaulē ēdienam veltīti festivāli strauji sāka veidoties 1990. gados. To organizēšana ļāva pagarināt tradicionālo tūrisma sezonu, tādēļ daudzi ēdiena festivāli notiek septembrī un oktobrī, kas turklāt ir ražas laiks. Festivāli var būt veltīti gan reģiona gastronomijai kopumā, gan kādam konkrētam vietējam produktam, piemēram, sieram, vīnam, ķiplokiem, zemenēm, sparģeļiem, zivīm vai austerēm.



**Piemērs:
ĶIPLOKU FESTIVĀLS
IGAUNIJĀ**



Igaunijā par Ķiploku festivālu saka, ka tajā tiek daudzīnāts ķiploks kā igauņu garšvielu karalis. Festivālā satiekas ķiploku audzētāji, salīdzina ķiploku šķirnes, novērtē ražu un nododas pieredzes apmaiņai. Apmeklētājiem tā ir iespēja iegādāties ķiplokus tieši no audzētāja. Tikām amatnieki piedāvā dažādus ķiploku tēmai veltītus priekšmetus – gan auskarus ķiploku formā, gan dažādus traukus, ar ķiplokiem apgleznotus galda un virtuves priekšmetus. Gadatirgu papildina kultūras programma.



Īpaša piedāvājuma izveidošana

Gan sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumi, gan viesmīlības pakalpojumu sniedzēji var izveidot īpašu piedāvājumu kulinārijas tūristiem. Tās var būt vakariņas sveču gaismā, kas piedāvā īpaši svinīgu atmosfēru, gan "brīvdienu restorāns" lauku saimniecībā, kur pasniedz ēdienus, kas nākuši tepat no dobes – šādas aktivitātes piesaista arī vietējos kulinārijas interesentus. Īpašs piedāvājums ir kulinārijas kursi vai meistarklases, kas ļauj iepazīt kāda produkta vēsturi un izcelsmi vai specifisku gatavošanas tradīciju. Kamēr citās valstīs iecienīta ir vīnu degustācija,



kāpēc neizmantojot Latvijas kā alus zemes slavu un nepiedāvāt nogaršot tik dažādās Latvijā brūvētās alus šķirnes? Tāpat kā vīni, arī dažādas alus šķirnes sader ar konkrētiem ēdieniem. Piemēram, Valmiermuižā piedāvā gardēžu vakariņas septiņās kārtās, kas demonstrē alus un ēdiena "precināšanu" - saderību.



**Piemērs:
"KOPLI" LAUKU ĶĒĶIS**



Brīvdienu māja "Kopli" piedāvā gan izbaudīt ēdienu no svaigiem, vietē-

jiem un gadalaikam raksturīgiem produktiem, gan pašam iejusties pavāra lomā un pagatavot maltīti. Vasarā Kopli darbojas kā brīvdienu restorāns. Viesi zina, no kurienes nāk viņu ēdiens, jo produkti tiek audzēti turpat dārzā vai siltumnīcā, vai arī ņemti no kaimiņu saimniecībām vai tuvējā meža. Maltīte tiek pagatavota uz vietas. "Kopli" cep paši savu maizi, brūvē dzērienus un taisa saldējumu.

www.koplitalu.ee

1.4. Kulinārā mantojuma izmantošana tūrismā

Tūrisma piedāvājuma veidošanā liela nozīme ir kulinārajam mantojumam. Tieši tradīcijas un vietējās prasmes padara kādu produktu unikālu un autentisku, tātad – interesantu tūristam, kurš grib iegūt tādu pieredzi, kas nav iespējama citur.

Kulinārais mantojums ietver gan ēdienu, gan priekšmetus tā pagatavošanai, pasniegšanai un patērēšanai, gan receptes, gan zināšanas un prasmes, ko var apgūt tikai darot. Tradīcijas saistās ar konkrētu vēstures periodu un tā materiālo kultūru, tomēr kulinārā mantojuma izmantošana tūrismā nenozīmē obligātu prasību nodrošināt ēdiena un vides vēsturisko rekonstrukciju. Drīzāk šāds piedāvājums uzskatāms par

interpretāciju – kā, izmantojot pieejamos resursus, viesiem saprotamā un interesantā veidā izstāstīt stāstu par mūsu kultūru un pagātni. Var mūsdienīgā vidē radīt stilizēti senatnīgu noskaņu, var ilustrēt tradīcijas, demonstrējot priekšmetus, attēlus vai video, var izmantot citus, radošus paņēmienus.

Attiecībā uz kulināro mantojumu daudz uzmanības tiek pievērsts receptēm un ēdieniem, to izcelsmei un senumam. Tomēr tūrismā nozīme ir arī ēdiena pasniegšanas apstākļiem, ko veido apkārtējā telpa, iekārtojums, mēbeles, trauki, pat apģērbs. Visi šie apstākļi ietekmē pieredzi, ko viesis gūst. Ja iecerēts panākt viduslaiku sajūtu, fonā skanošs radio traucēs to darīt. Atkarībā no ieceres, personāla apģērbiem nav jābūt autentiskiem, bet tiem nevajadzētu



Cēsu viduslaiku pils

Foto no Cēsu Tūrisma informācijas centra arhīva

būt uzkrītoši no cita laika, piemēram, džinsiem un krekliņam ar uzrakstiem angļu valodā. Labāk izvēlēties neitrālu un neuzkrītošu apģērbu. Tāpat iespaidu par muižas virtuvi var nozīmīgi sabojāt padomju laika trauki, kas pazīstami katrā mājā. Tādēļ, pat ja nav iecerēta vides rekonstrukcija, tomēr jāpadomā, lai apkārtējā vide būtu neitrāla, nevis traucējoša kulinārā mantojuma pieredzē.

Mūsdienu pieredzes ekonomika akcentē to, ka ne vienmēr tūristus piesaista iestudēta izrāde, kurā vietējie iedzīvotāji demonstrē mantojumu, piemēram, rāda tradicionālās dejas vai rotaļas, ģērbušies tautas tērpos. Šāda situācija apmeklētājam liek justies kā svešiniekam, turklāt mazina ticamību tam, ka šādas prakses ikdienā

tiešām pastāv. Demonstrācija ir efektīgāka, ja to apvieno ar skatītāju iesaistīšanu, piedalīšanos un sajūtamu pieredzi. Cits paņēmieni ir parādīt tradīciju pārnēsi – iepazīstināt gan ar senajām prasmēm, gan ar mūsdienu ražošanas procesu.





**Piemērs:
SENĀS MAIZES
CEPŠANA LAUKU
MĀJĀS "BĒRZIŅI"**



Zemnieku saimniecība Bērziņi ir sena lauku sēta Jūrkalnes pusē, Kurzemes piekrastē, kur saimnieki turpina kopt dzimtas tradīcijas un jau vairākās paaudzēs cep maizi. Saimniecība ir atvērta tūristiem, lai rādītu un stāstītu, kā ar roku darbu top īsta latviešu rupjmaize vai saldskābmaize. Saimnieks zina pastāstīt arī par apkāmes vēsturi vēl no 18. gadsimta, kad tika uzceltas Jūrkalnes dzirnavas un tām bija liela loma Jūrkalnes maizes cepšanas tradīcijās. Apmeklētāji Bērziņu mājās var iemācīties cept kviešu saldskābmaizi un rudzu maizi pēc senām dzimtas receptēm. Īpašo garšu un smaržu šeit ceptajai maizei dod vairāk nekā 70 gadus senā krāsns un maizes cepšanas rīki: gandrīz 200 gadus sena abra, lize un abrkasis.

**[www.celotajs.lv/lv/e/
lauku_maizes_cepsana](http://www.celotajs.lv/lv/e/lauku_maizes_cepsana)**

Ja tomēr kā tradīciju demonstrēšanas paņēmieni izvēlēta teatralizēta demonstrācija, tad būtu jāievēro autentiskums pat detaļās – jāskan gan telpai, gan rekvizītiem, gan ēdieniem un dzērieniem, arī apkārtējai atmosfērai. Piemēram, Skansen brīvdabas muzejā Stokholmā iespējams apmeklēt pilsētiņu, kurā ir dažādu funkciju ēkas no dažādiem laika periodiem. 18. gadsimta veikaliņš atrodas autentiskā ēkā, kurā saimnieko periodam atbilstoši ģērbusies pārdevēja. To, kā varēja justies pircējs, iegriežoties šajā veikalā pirms apmēram 300 gadiem, ļauj iztēloties gan mazajās atvilktnītēs sabērtās smaržīgās garšvielas, gan tas, ka slēgtos plauktos noglabātās sīkās preces iespējams aplūkot vienīgi sveču gaismā, jo tajā laikā elektrības vēl nebija. Šādu pieredzi paspīlgtina iespēja iesaistīties, piemēram, pašam pārģērbties kāda perioda tērībā, vai kaut tikai izmantot kādu aksesuāru vai izmēģināt darbarīku.

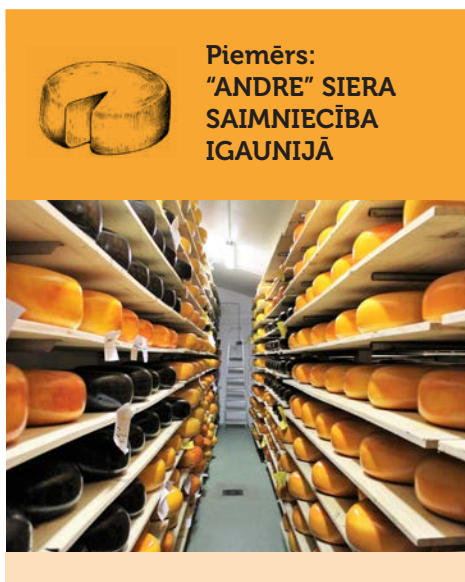


Foto: Pernille Toftle



Foto: Pernille Toftle

Piedzīvojuma radīšanā liela loma ir arī garšas pieredzei. No mārketinga viedokļa labi strādā formula – “pamēģini un tad nopērc”. Tas nozīmē, ka vispirms tūristam tiek izstāstīts stāsts par produktu, nodemonstrēta tā audzēšana vai ražošana, bijusi iespēja produktu pagaršot un tad pats produkts tiek piedāvāts kā suvenīrs līdzī nēšanai. Ja iepriekš radīta interese un pieredze, tad apmeklējuma nobeigumā tūrists visdrīzāk izdarīs pirkumu un, ja iespējams, var kļūt par regulāru šī produkta pircēju. Tā tiek radīta saite starp patērētāju un produktu, kas kļuvis pazīstams un saprotams.



„Andre“ saimniecības apmeklējums sākas ar govju fermas apskati, apmeklētāji uzzina par govju turēšanas un slaukšanas apstākļiem, bērni un pieaugušie var paglaudīt teliņus un nofotografēties ar tiem. Tālāk notiek iepazīšanās ar siera ražošanas procesu un apskatītas siera nogatavināšanas telpas, kur redzamas dažādas „Andre“ ražotās siera šķirnes. Degustāciju telpā apmeklētāji var pagaršot dažādās šķirnes un uzzināt vairāk par tām. Apmeklējums noslēdzas saimniecības siera veikaliņā, kurā bez minētajiem sieriem iespējams iegādāties arī citus vietējos produktus un suvenīrus. Saimniecība iekopta dzimtas mājās un kā siera ražotne darbojas gandrīz 20 gadus.

www.andrefarm.ee

1.5. Mārketinga loma piedāvājuma popularizēšanā

Lai kulinārā tūrisma piedāvājums piesaistītu tūristus, to nepieciešams ne tikai rūpīgi izveidot, bet arī attiecīgi “iepakot” un popularizēt. Sniedzot informāciju, jāuzsver, ka tas ir kulinārā tūrisma piedāvājums – tas palīdzēs tūristiem gan vieglāk atrast informāciju, gan orientēties piedāvājumā un piesaistīs tos, kurus interesē tieši gastronomija. Informāciju

vajadzētu popularizēt dažādos veidos un dažādos kanālos, tai skaitā sadarbojoties ar vietējām un nacionālajām tūrisma organizācijām.

Kulināro piedāvājumu var popularizēt, uzrunājot arī tūristu kam interesē citas jomas. Piemēram, ja tūristi interesējas par vēsturi, viņiem var demonstrēt vēsturiskas maltītes, mielastus vai ēdiena pagatavošanas veidus, kas palīdz labāk saprast interesējošo laika periodu.

Kulinārijas mārketingā nepārvērtējama nozīme ir kvalitatīvām ēdiena fotogrāfijām, īpaši tāpēc, ka ēdiena fotogrāfija jau kļuvusi par atsevišķu fotogrāfijas žanru. Ja pašiem pietrūkst prasmes vai atbilstošas tehnikas kvalitatīvu fotogrāfiju izveidē, ir vērts apdomāt profesionāļa vai prasmīga entuziasta piesaistīšanu. Nekvalitatīvas fotogrāfijas var sabojāt iespaidu vēl pirms ēdiena baudīšanas. Pastāv noteikts patērētāju segments, kas maltītes vietu izvēlas, vadoties pēc internetā pieejamajām fotogrāfijām. Ņemot vērā mūsdienu aizraušanos ar ēdiena fotogrāfijām sociālajos tīklos, vērts piedomāt, lai ēdiens būtu fotogēnisks un apstākļi – fotografēšanai piemēroti, piemēram, būtu pietiekami daudz gaismas. Apmeklētāju veidotas fotogrāfijas sociālajos tīklos var kļūt par lielisku reklāmu.

Tikpat svarīgs ir ieguldījums digitālajā mārketingā – informācijai ir jābūt pieejamai internetā un jārēķinās, ka tās



**Piemērs:
MĀLPILS MUIŽAS
RESTORĀNS**

Būtiskākā informācija par Mālpils muižas restorānu atrodama mājas lapā: darba laiks, ēdienkarte, vēlo brokastu datumi, informācija par īpašajiem piedāvājumiem un meistarklasēm. Mājas lapas saturs pieejams arī angļu un krievu valodā. Mālpils muižas *Facebook* un *Instagram* konti galvenokārt uzsvēr muižā notiekošos pasākumus un kāzu svinības, tomēr ēdiens redzams kā atmosfēru veidojošs elements. Ceļojumu portālā *TripAdvisor*, kas atspoguļo lietotāju atsauksmes, par Mālpils muižas restorānu rodamas 17 atsauksmes, gandrīz visas daudzinošas. Informācija par restorānu iekļauta tūrisma portālos.

www.malpilsmuiza.lv



uzturēšana prasīs daudz laika, jo, lai šis kanāls būtu efektīvs, informācija jāatjauno regulāri. Jācenšas izmantot dažādas iespējas – ne tikai fotogrāfijas, bet arī video, pievienotas saites, sociālo mediju piedāvāto interaktivitāti – tiešu saziņu ar lietotājiem. Klātbūtne internetā neaprobežojas tikai ar mājas lapu vai *Facebook* profilu, vēlams iespējami plaša informācijas izvietošana tūristiem adresētās vietnēs. Jāatceras, ka informācija regulāri jāpārbauda un jāatjauno, vai jāizvēlas tāds informācijas pasniegšanas saturs un veids, kas acīmredzami nenoveco.

Ceļojumu un gastronomisko piedāvājumu fotogrāfijas ir ļoti populāras sociālajos tīklos. Pozitīvas citu lietotāju atsauksmes tiek uzskatītas par ļoti efektīgu reklāmas veidu.



Foto: Pernille Tofte

• 2 •

**Livonijas garša
vēsturiskā un mūsdienīgā
skatījumā**



“Livonijas kulinārais ceļš” ir mārketinga stratēģija, kas ļauj tūrisma uzņēmumiem Latvijā un Igaunijā pozicionēt savu piedāvājumu, izmantojot kopīgu vēsturi no-teiktā periodā. Lai šo stratēģiju sekmīgi izmantotu, ir vērts iedziļināties Livonijas kulinārā mantojuma savdabībā un izmantot to kā iedvesmas avotu saistošiem stāstiem, ko piedāvāt tūristiem. Muzejos atrodama informācija par Livonijas vēsturi un arī vidē apskatāmas daudzas vēsturiskas liecības. Tāpēc “Livonijas kulinārā ceļa” maršruts izceļ tieši kulināro mantojumu un ļauj sauso datu un faktu informāciju ietvert sadzīves kontekstā, piedzīvot ar ēdienu un dzērienu starpniecību. Tomēr, lai tā notiktu, nepieciešams izmantot saskaņotu informāciju, kas nenonāk pretrunā ar vēstures avotos pieejamo. Turpmāk atradīsiet faktu un stāstu apkopojumu, kas var palīdzēt izprast Livonijas laikam raksturīgo un veidot tūristiem interesantus stāstus.

Ne vienmēr nacionālo valstu robežas saskan ar kulināro “valstu” jeb reģionu robežām. Tā kā daļu Latvijas un Igaunijas teritorijas kādreiz vienoja nosaukums “Livonija”, vēl šobrīd varam saskatīt kopīgo abu valstu virtuvēs. To nosaka ne tikai līdzīgais klimats un ģeogrāfiskais novietojums, bet arī kopīgā vēsture, ko kopš 12. gadsimta iekrāso vācu kultūra. Pakāpeniski vācbaltiešu kulinārais mantojums savijies ar vietējām tradīcijām tā, ka šobrīd grūti nošķirt, kurš no senajiem ēdieniem ir īstens zemnieku un kuru laika gaitā esam patapinājuši no muižu virtuvēm. Turklāt kulinārās ietekmes nenāca tikai no Vācijas – jau kopš vidus-laikiem aristokrātu paradumi bija līdzīgi dažādās Eiropas valstīs. Ceļojumos un vizītēs noskatītās idejas augstmaņi centās īstenot pašu mājās un tā Eiropas karaļnamu paražu atblāzma nonāca līdz atālām provincēm, tai skaitā - Baltijai. Livonijas kulinārais mantojums ietver Rietumeiropas ēdiena gatavošanas un baudīšanas tradīcijas.



Livonijas nosaukums lietots dažādās nozīmēs laika posmā no 12. gadsimta līdz pat 19. gadsimtam. Sākotnēji tā vācu krustneši nodēvēja baltu cilšu apdzīvoto teritoriju, ko tikoja kolonizēt. No 13. līdz 16. gadsimtam pastāvēja Livonijas konfederācija, kas vienoja sīkus valstiskus veidojumus ar garīgi – laicīgu pārvaldību. Pēc šīs savienības iziršanas no 16. līdz 19. gadsimtam ar Livonijas vārdu līdz pat 19.gs. tika apzīmēta vācu muižniecības pārvaldībā esošā Latvijas un Igaunijas teritorijas daļa. Turpmāk aplūkota vidus-laiku virtuve, taču attiecībā uz "Livonijas kulināro ceļu" šo laika robežu var pagarināt.



2.1. Livonijas iedzīvotāju vēsturiskais uzturs

Klimats un teritorijas ģeogrāfiskais novietojums ietekmēja gan muižnieku, gan zemnieku ēdienkartes, tomēr uzturs Latvijas teritorijā bija atšķirīgs gan multikulturālajās pilsētās, gan vāciskajās muižās, gan zemnieku virtuvēs. Tā pamatā bija graudaugi un piena produkti. Galveno atšķirību veidoja gaļas lietojums: muižnieki to patērēja pārāk daudz, savukārt zemniekiem gaļas trūka. Muižnieku virtuvi ietekmēja imports un iespēja ar dažādu mediju un ceļojumu palīdzību uzzināt, kā dzīvo aristokrāti citviet Eiropā, savukārt zemnieku ēdiens daudz neatšķīrās kā 15., tā 19. gadsimtā.

Aizjūras gardumi

Viduslaiku uzturā vēl nebija sastopami no Amerikas ienākušie produkti – kartupeļi, tomāti, kukurūza, paprika, čilli, parastās pupiņas, ķirbji, ananasi, vaniļa, kakao un tītari. Toties bija pieejamas citas importa preces. 13. gadsimtā Rīga kļuva par Hanzas savienības pilsētu, tur attīstījās tirdzniecība ne tikai ar Hanzas valstīm, bet arī ar Holandi un Angliju. No pārtikas produktiem tika importēts sāls, siļķes un vīni. No Austrumu tirdzniecības ceļiem ienāca eksotiskas garšvielas, kas kļuva par statusa simbolu aristokrātu uzturā. Piemēram, Livonijas laikā tirgotāji mēdza norēķināties nevis ar naudu, bet ar pipariem, tā bija dārga prece. Aprakstot Vatslāvju svinēšanu Melngalvju namā,

minēts, ka viesiem pasniedza kaltētu ingveru un muskatriekstus, kā arī Āfrikas piparus sudraba kausos. Raksturīga viduslaiku importa prece bija mandeļi. Ir nostāsts, ka marcipāns jeb mandeļu maize tikusi izgudrota Lībekā, kad maizes cepšanai trūka labības. Dažādi mandeļu ēdieni bija populāri viduslaikos, to receptes sastopamas arī vēlākās Baltijas pavārgrāmatās – piemēram mandeļu piens vai mandeļu siers. Uzskata, ka šādi ēdieni radušies gavēņa dēļ, kas dažos ordeņos paredzējis pat pilnīgu atteikšanos no dzīvnieku valsts produktiem.



Saldumi un dzērieni

Garšvielas un cukurs ilgu laiku bija pilsētas aptiekāru ziņā, tos uzskatīja par dziednieciskiem līdzekļiem. Luksus saldumi bija cukuroti augļi, cukurotas želejas konfektes, kurām pievienoja, piemēram, rožūdeni, fenheļa ūdeni, anīsu. Tomēr saldumi ne tikai uzskatīti par ārstnieciskiem, bet arī par statusa simboliem.



Nereti no marcipāna gatavoja greznas dāvanas dažādu figūru veidā.

Pilsētās daudz lietoja alu un vīnu, avotos minēts arī morss, ingvera dzēriens un medalus. Viduslaikos gatavoja garšvielu vīnu. Bija zināma degvīna pagatavošana, to uzskatīja par veselīgu un sauca par *Aqua Vitae* (dzīvības ūdeni). Degvīnam pievienoja garšaugus: anīsu, angeliku, kalmes, lakricu, ķīmenes, cukuru vai medu, muskatu, krustnagliņas, ingveru u.c. Degvīnu mēdza iekrāsot ar safrānu vai salviju.

Alus

Zemnieku mājās viduslaikos pazina raudzētu medu un alu. Vēstures avoti stāsta, ka Livonijas alus esot stiprs un gatavots ar nokaitētu akmeņu palīdzību no miežu iesala. Alus ticis izmantots dažādos rituālos, arī upurēšanā, to lejojot krūzēs vai kausos. Domājams, ka ar rituāliem saistāma podnieku cenšanās no māla veidot skaistas alus krūzes un mucinieku tradīcija – darināt ar

griezumiem, izdedzinājumiem, apstīpojumiem bagātīgi rotātus alus kausus. Tomēr alu brūvēja ne tikai zemnieku mājās. Viduslaiku Latvijā bīskapu un ordeņa pilis, klosteri un miesti pie tiem bija lielākie alus brūvēšanas centri.



Vēlāk muižās alus brūvēšana kļuva arī par nozīmīgu ienākumu avotu: to tirgoju alus brūžos un krogos.

Maize

Senākā maize bija miežu plāceņi, mieži bija arī galvenā alus izejviela. Viduslaikos visā Eiropā daudz vairāk lietoja rudzu



maizi, kas mūsdienās uzskatīta par Latvijas un Baltijas īpatnību. Pilsētās maizi cepa maiznieki – gan kviešu baltmaizi, gan rudzu rupjmaizi. Ūdenskliņģeris parādās kā maiznieku cunftes simbols daudzos viduslaiku attēlos. Maize ar sāltu sviestu uzskatīta par Hanzas reģionam raksturīgu iezīmi atšķirībā no Dienvideiropas.

Zemniekiem izplatītākā bija rudzu maize, tomēr arī tai ne vienmēr pietika graudu – gan klaušu nastas, gan neražas dēļ. Tad miltiem jauca klāt pelavas, praulus, sūnas, papardes un citus savvaļas augus. Tāpēc maize, kas cepta no tīriem rudzu miltiem, tika uzskatīta par gardumu. Zemnieku maizei bija raksturīgas iespiestas zīmes, kas norādīja uz reģionu.

Viduslaikos maize tika lietota arī ēdienu iebiezināšanai, piemēram, iedrupināta zupā. To varēja lietot kā šķīvi, lai uzliktu kaut ko no kopīgā trauka, piemēram, gaļas gabalu. Vēl šodien saglabājies paņēmiens pasniegt zupu izdabā maizes kukulītī.



Foto: Mārtiņš Taube, pēc apstrāde: Annija Ratniece

Medijums

Viduslaikos gaļas lietošana cieši saistīta ar gavēni, kad gaļu neēda. Apmēram trešdaļu gada bija gavēņa dienas. Tas veidoja noteiktu uztura ritmu: ar gaļu – bez gaļas.

Baltijā izplatītākā bija cūkgaļa, savukārt medijums tika uzskatīts par prestižu, tas bija raksturīgs muižnieku ēdiens tieši Baltijas provincēs, kas bija īpaši mežainas, salīdzinot ar Vācijas teritoriju. Zemnieku galdā medijums reti sastopams, gan tāpēc, ka medības aizņem pārāk daudz laika ar mazu produktivitāti, gan tāpēc, ka aizvien lielākā mērā zemniekiem tika aizliegts nēsāt ieročus.

Vēlākajās muižas pavārgrāmatās vēroja-ma liela medijumu daudzveidība: stinvas, brieži

un aļņi, zaķi, lāči un meža cūkas, arī medņi, irbes, teteri un slokas, un katrai sugai ir savas raksturīgās receptes.

Viduslaiku garšas palete

Lai mūsdienās spētu iztēloties viduslaiku maltītes garšu, jāņem vērā, ka pagatavošanas principi bija atšķirīgi. Mūsdienās neparasti ir



tas, ka gaļas un dārzeņu ēdieni varētu būt ar saldu garšu, bet krusta karu laikā no arābiem tika pārņemta mode gatavot gaļu ar cukuru, garšvielām un augļiem, piemēram, vīgēm, safrānu, kanēli, krustnagliņām. Viduslaiku īpatnējo garšu noteica arī gatavošanas paņēmieni: mēdza visas sastāvdaļas salikt vienā katlā un pievienot daudz dažādu garšvielu, tādā veidā tika nomākta katra atsevišķa produkta garša.

Savukārt trūcīgās saimniecībās bargās un garās ziemas spieda sagatavot krājumus. Tāpēc īpaši zemnieku garšu paleti noteica arī produktu konservēšanas paņēmieni – sāļšana un skābēšana. Kopumā viduslaikos cieņā bija stipras garšas, pārsvarā skābs un vircots, ko tikai 17. un 18. gadsimtā nomaina dabiskākas un vieglākas garšas, pateicoties plašai garšaugu izmantošanai. Saldās un sāļās garšas viduslaikos tika kombinētas un nošķīrums starp tām veidojās pakāpeniski. Šobrīd noteiktas garšvielas uzskatām vairāk par desertiem piemērotām, piemēram, vaniļu vai kanēli bet viduslaikos šāds nošķīrums nepastāvēja. Līdzīgi ar mūsdienu pieņēmumu, ka desertu bauda maltītes beigās. Viduslaikos visi ēdieni atradās uz galda vienlaikus un arī vienlaikus tika ēsti, neievērojot nekādu secību.

Viduslaiku mielasti

Eiropas dižciltīgie viduslaikos gandrīz visur ēda vienādi – uz galda varēja būt lieli gaļas šķīvji, veseli putni, pasniegti cepti vai vārīti ar garšvielām bagātām mērcēm. Viduslaiku mielastu mērķis bija iespaidot ar kvantitāti

un pārsteigt ar šķietami neiespējamo. Piemēram, uz galda varēja būt tā saucamie “muzikālie pīrāgi”, kuros ievietoti dzīvi dziedātājsputni. Lielie putni, piemēram, gulbji, gārņi, pāvi, tika pasniegti veseli. To pagatavošanai bija nepieciešamas arī taksidermiskas prasmes – pirms pagatavošanas putnam tika novilkta āda ar visām spalvām un pagatavotā gaļa iepildīta atpakaļ. Tā tika panākts iespaids, ka uz galda atrodas nevis cepeši, bet dzīvi putni. Kā īpašs pārsteigums bija neesošu dzīvnieku izveidošana, piemēram, t.s. *cockentrice* – kopā sašūts piena sivēna augšgals un kapauna jeb kastrēta gaiļa apakšgals. Starp citu, pavārgrāmatas par kastrētu gaiļu lietošanu Baltijas muižnieku uzturā liecina vēl 19. gadsimta beigās. Bieži sastopamas pildītu cepešu receptes, kurās viena lopa vai zivs ādā iepildīta gaļa no cita. Tas darīts arī praktiskos nolūkos, jo vieglāk cept šādi sagatavotu cepeti, kam izņemti kauli un gaļai pievienots sāls un garšvielas, nekā izcepts uz iesma veselu lopu.

Pārsteiguma elementu ēdienā veidoja arī formas un krāsas. Ēdienu varēja veidot tikai



Foto: Uģis Brālēns

no vienas krāsas produktiem – piemēram, tikai no baltiem. Ēdieni tikuši arī krāsoti, izmantojot safrānu, pētersīļus, vijolītes, ķiršus u.c. dabiskas krāsvielas. Bija raksturīgs efektīgs ēdiena noformējums, piemēram, aizdedzināta cūkas galva vai apzeltīts laša cepetis.



Galda kultūra

Sabiedrības hierarhiju raksturoja šāds dalījums: “koka zemnieki”, kuri ēda no koka traukiem, “māla pilsētnieki”, kuriem uz galda bija keramikas izstrādājumi, un “metāla-stikla dižciltīgie”, kam piederēja



daudzveidīgi un grezni galda piederumi. Sākotnēji viduslaiku mielastos viesi lietoja kolektīvus galda piederumus, un tikai pakāpeniski par normu kļuva individuāls galda klājums. Bieži ēda no kopīga šķīvja un mērcēja gan maizi, gan pirkstus mērcē. Parasti katram pilsētniekam bija savs nazis, un daudziem līdzī arī sava karote, ko nēsāja līdzī, nereti piestiprinot pie jostas. Viduslaiku beigās pilsētnieki lietoja arī dakšiņu.

Baltijas zemnieku virtuvē kopīgi ēdiena trauki bija ierasta lieta līdz pat 19. gadsimtam – putra un biežputra lielās māla bļodās, biezpiens, mērce – mazākās, rūgušpiens vai cits dzeramais – lielās



krūzēs. Ēda ar koka karotēm no lielā trauka. Katram bija sava karote, ko varēja atšķirt pēc kātā iegrieztās zīmes. Tā laika uzturu var raksturot kā “karošu ēdienu” – zupas, putras, biezeņi, viss, ko var ēst ar karoti. Visi pēc kārtas padzērās no lielās krūzes. Gaļas gabalu katrs nogrieza ar savu nazi un uzlika uz maizes rikas. Dakšiņas un naži zemnieku mājās parādījās tikai 19. gadsimta beigās.

2.2. Livonijas virtuves kulinārais mantojums

Stāsti par Livonijas kulināriju var kalpot kā iedvesma kulinārā piedāvājuma izveidošanai. Livonijas kulinārais mantojums nebūt nenozīmē tikai viduslaiku virtuvi. Veidojot kulināro piedāvājumu tūristiem, ir vērts aktualizēt gan vēsturiskos ēdienus un stāstus par tiem, gan to Livonijas virtuves ietekmi, kas jūtama vēl šodien. Noteikti ēdieni vai dzērieni turpina viduslaiku tradīciju arī tad, ja radušies vēlāk. Piemēram, pirmā latviski sarakstītā pavārgrāmata 1795. gadā vēl glabā daudzas viduslaiku receptes. Tāpēc

sasaistot pagātņi ar mūsdienām, iespējams izveidot unikālu šī reģiona raksturojumu. Lūk, dažas idejas.

Mielasta galdi lūzt

Viduslaiku mantojums ir arī tāda mielasta forma, kas paredz bagātīgi klātus galdus, uz kuriem visi ēdieni tiek pasniegti vienlaikus. Šo tradīciju var izmantot, rīkojot maltītes kuplākam pulkam, un pārsteigt viesus ar lieliem cepešiem, varbūt pat ceptiem uz iesma, un ievērojama izmēra servējamiem traukiem.





Gaume, garša un garšvielas

Fakts, ka viduslaikos plaši lietotas dažādas garšvielas, var palīdzēt veidot desertu un dzērienu piedāvājumu. Tajā iederēsies piparkūkas, karstvīns, marcipāna figūriņas, cukurotas mandeles, arī marmelāde un cepumiņi ar garšvielām vai ārstniecības augiem, medū vai cukurā grauzdētas ķimenes. Var eksperimentēt ar garšaugu un garšvielu pievienošanu dzērieniem. Viduslaiku gaumei atbildīs arī dekorēti un mākslīgi krāsoti ēdieni.

Latvijas šampanietis

Latviešu etnogrāfijas pētnieks Augusts Bilenšteins bērzu sulu nosaucis par trešo latviešu tautas nacionālo dzērienu aiz alus un miestiņa: “legūto bērza sulu vismaz astoņas dienas raudzē slēgtos traukos (muciņās) un tad dzer. Vietējie vācieši bērzu sulu uzreiz pilda pudelēs rūgšanas veicināšanai un garšas uzlabošanai katrā pudelē ieliek pa upeņu zariņam, citrona vai apelsīna šķēlītei, kā arī nedaudz cukura un dažas lielas rozīnes un karstajās vasaras

dienās dzer ar cukuru šo šampanietim līdzīgo putojošo dzērienu..”



Libertu bērzu vinadarītava

Uzturs bez...

Mūsdienās sabiedriskās ēdināšanas iestādes saskaras ar izaicinājumu, lai izveidotu piedāvājumu dažādiem ēdājiem – gan veģetāriešiem un vegāniem, gan tiem, kas nelieto glutēnu vai laktozi saturošus produktus. Arī šajos gadījumos iedvesmu iespējams gūt viduslaiku virtuvē: bija iecienīts gan mandeļu piens, gan zirņu un pupiņu milti un veģetāro ēdienu repertuārs atklājas gavēņa tradīcijās, kas vēlākos laikos paredzēja kaņepju produktu lietojumu uzturā.



Pirmatnējās picas

Mazie ceļotāji būs priecīgi uzzinot, ka kulinārais mantojums ietver arī picas. Maizes krāsni pēc maizes cepšanas mēdza ievietot mazus, plānus apaļus raušus vai

plāceņus ar sīki sagrieztas gaļas, asiņu, zivju, sēņu, kaņepju vai burkānu virsu. Šādi "picu" priekšteči raksturīgi daudzu tautu virtuvei, kas cep maizi krāsni.

Reibinošā eksotika

Mūsdienu cilvēkam reizēm daudz labāk ir zināmas kaņepju augu reibinošās īpašības un mazāk - fakts, ka noteiktas to šķirnes lietotas uzturā kā vērtīgs proteīna avots. Mūsu reģionā joprojām tūristus var pārsteigt ar uzaicinājumu izmēģināt kaņepes un izstāstīt par šī auga dažādajām lietošanas iespējām. Garšas ziņā gan kaņepju sviests, gan, piemēram, konfektes "Gotiņa" ar kaņepju sēklām ir izpelņījušies augstu novērtējumu.



Par Livonijas laiku, vēsturi, cilvēkiem, ēdieniem un svētkiem lasiet arī

www.celotajs.lv/livonia

Tur atrodamie teksti var tik izmantoti Livonijas kulinārā ceļā dalībnieku - ēdināšanas vai pārtikas produktu ražotāju piedāvājumā.

Izmantotie avoti

Tekstu sagatavoja Astra Spalvēna.

Fotogrāfijas no Lauku ceļotāja,
Astras Spalvēnas un Valda Ošiņa arhīva.

1. Adamson, Melitta Weiss.

Food in Medieval Times.

Westport: Greenwood Press, 2004.

2. Bīlenšteins, Augusts.

Latviešu koka iedzīves priekšmeti.

Rīga: Jumava, 2007.

3. Bleiere D., Butulis I., Feldmanis I., Stranga A.,

Zunda A. *Latvijas vēsture 20. gadsimts.*

Rīga: Jumava, 2005.

4. Dumpe, Linda.

*Latviešu tautas ēdieni. Latvijas vēstures
institūta etnogrāfisko ekspedīciju materiāli.*

Rīga: Zinātne, 2009.

5. Elias, Norbert.

The History of Manners.

New York: Pantheon Books, 1978.

6. Everet, Sally.

*Food and Drink Tourism. Principles
and Practice.* Los Angeles, London,
New Delhi: Sage, 2016.

7. Flandrin, Jean; Montanari, Massimo (eds.).

Food. A Culinary History.

New York: Columbia University Press, 1999.

8. *Global Data Consumer Survey*, 2018.

Pieejams: <https://www.globaldata.com/>

<https://www.globaldata.com>

9. *Global Report on Food Tourism.*

World Tourism Organization UNWTO, 2017.

10. Krastiņa, A., "Uzturs". Strods Heinrihs

(atb. red.) *Latviešu etnogrāfija.*

Rīga: Zinātne, 1969.

11. Mennel, Stephen.

*All Manners of Food. Eating and Taste in
England and France from the Middle Ages
to the Present.*

Urbana and Chicago: University of Illinois
Press, 1996.

12. *OECD Tourism Trends and Policies*, 2018

13. Plath, Ulrike.

*"Baltic Asparagus: Transnational Perspectives
on Gardening and Food Culture (17th - 19th cc.)."*

Paškevica, Beata (sast.). Tulkojums ar garšu.

Ēdiena valodnieciskie un starpkultūru aspekti.

Valmiera: Vidzemes Augstskola, 2012. 40.-64.

14. Spekke, Arnolds,

Latvieši un Livonija 16.gs.,

Rīga: Zinātne, 1995.

15. Stanley, John; Stanley, Linda.

*Food Tourism. A Practical Marketing
Guide.* Oxfordshire, CABI, 2015.

16. Stikāne, Vija.

Hanzas pilsētai raksturīgie ēdieni un tērpi:

Straupe 14.-16.gs.

Straupe, 2016.

Pieejams: <http://hansa.pargaujasnovads.lv>

17. Straubergs, Jānis.

Rīgas vēsture.

Bruklina: Grāmatu Draugs, 1954.



Projekta realizācijā sadarbojas 7 partneri - Latvijas lauku tūrisma asociācija "Lauku ceļotājs", Vidzemes plānošanas reģions, Igaunijas lauksaimniecības un tirdzniecības kamera, Igaunijas lauku tūrisma asociācija, Jõgeva pašvaldības attīstības un uzņēmējdarbības centrs, Tartu pašvaldības tūrisma organizācija un Valgas pašvaldības attīstības aģentūra.



Lauku Ceļotājs
www.celotajs.lv



Põllumajanduskoda
Estonian Chamber of Agriculture and Commerce






Lauku Ceļotājs

www.celotajs.lv

"LAUKU CEĻOTĀJS"
Kalnciema iela 40, Rīga
LV-1046, Latvija
+371 67617600
lauku@celotajs.lv
www.celotajs.lv

 facebook.com/laukucelotajs

 twitter.com/laukucelotajs