

Pap Kolbászműhely

Sikerének titka a technológiai trendek felismerése, követése, folyamatos innováció és a folyamatok digitalizációja

- *Smart Home*
- *Napenergia*
- *Egészségtudatosság*

Kifejezetten innovatív megoldások, passzív ház, napelem rendszer, hulladékhő felhasználás, csapadékvíz újrahasznosítás és környezetkímélő csomagolás.



Beszéljenek a számok: A 12 fővel működő vállalkozás 636nm-en üzemel, ebből 80 nm-t csak és kizárólag hűtésre használ, 110 nm-en darál, kever, tölt, 30 nm-en füstöl, 120 nm-en érlel, 40 nm-en csomagol, 100 nm-en gondolkodik, pihen.

Kolbászt és szalámit állít elő, különböző kivitelben és kaliberben, hagyományos eljárással sertés, szürkemarha és szarvas alapanyagból, minden kizárólag hazai beszerzésből: a fűszerpaprika szegedi eredetű, a fokhagyma Bács-Kiskun térségéből érkezik.

Cég filozófia

Hagyomány – amit otthonról hoztam, minden amiért büszke vagyok a szüleimre, és mindaz, amit tovább kell vinnem, amiért ők büszkék lehetnek rám!

Van egy recept, ami 14 évesen ízlik, 18 évesen feladat, 25 évesen csak úgy van, mert akkor minden úgy van, 33 évesen kötelesség, 41 évesen sokkal több, szinte minden!

Iskolák, szálloda, vendéglátás, catering, kereskedelem, és végre a Kolbász, ami mindenhol jelen volt, és ahhoz, hogy jó legyen, ennek így kellett lennie. Egyszerű mégis tökéletes, interaktív, kreatív, de legfőképpen finom, főleg ha azok csinálják, akik értenek hozzá. Aki Először elkészítette, aki Újratölti, aki Becsomagolja, aki Kiszámolja, aki Értékesíti, és akik azt mondják, hogy Ízlik.

A Műhely, mint emberi lépték, ahol a minőség nem csak azért mert marketing, hanem azért, mert mi így szeretjük, ahol tényleg húsból és tényleg fával, ahol vannak robotok, de csak kicsik.

Mi itthon vagyunk otthon, bízunk a táj adta lehetőségekben, a tapasztalatainkban, egymásban, ezért úgy döntöttünk töltünk, sőt újratöltünk!

Mitől innovatív a cég működése?

„Mi a piaci előnyt a modern technológiával és az épület kialakításával kívánjuk elérni. Ez egy „niche” szolgáltatói modell, úgy gondoljuk, hogy egy piaci rést tudunk megcélozni. Nyugaton sincs ilyen, van higiénia és automatizáció – de nincs ízválaszték és teljes környezetbarátság.”

(Pap Krisztián tulajdonos)

1) A két véglet ötvözése: A technika adja a ma közérthető formát, és a hagyomány adja a tartalmat. Ahogy a szlogen is mondja: Valami réginek történik meg az új köntösben való elővétele. (A hagyományos valójában önmagában is trend, ahogy az innováció is trend)

önmagában, de fontos tanulság, hogy a kettő együtt is az. Talán épp a közelebb hozásról, közérthetővé tételről van itt szó.) Az aktuális trendekre építeni az új márkát! A Pap Kolbászműhely erre hívja fel a figyelmet.

2) A CSR szintén napjaink komoly trendje, ám a többivel ellentétben a vállalatok esetében nem pusztán trend, hanem szinte kötelesség is. Ma már sokszor ferde szemmel néznek egy vállalatra, amely nem vállal tudatosan felelősséget a társadalomért, környezetért, és nyilván a vállalat méretétől, tevékenységétől függ, hogy milyen területen is kell tevékenykednie.

3) Az egészségtudatosság: csökkentett zsírtartalom, adalékanyag-, glutén-, laktóz mentesség. Számos innováció jelenik hasonló termékek körében, így egy-egy régi termék frissített formában való elkészítése bizonyosan érdeklődést kelt.



A digitalizált szolgáltatás a gyakorlatban

„Ez nem egy hagyományos kolbászüzem, melyet akár egy nagyobb garázsban be lehet rendezni.”

Tudatos innovációs beruházás: A Pap Kolbászműhely sikeres EU-s támogatást tudhat magáénak. (Egy 325 millió forintnyi értékű beruházásból több mint 103 millió forint megnyert

támogatási pénz volt.) Az abszolút siker ebben pedig az, hogy egy zöldmezős beruházásról beszélünk.

Modern (technikai) kultúra és a hagyományok / „retro” ötvözésének trendje: Az üzem a legmodernebb technológiákkal van felszerelve, miközben tudatosan hagyománykövetők, hagyományörzők is egyben: A termék családi recept alapján készül (fő termékfajtájuk (Original) a tulajdonos édesapjának receptje) és kizárólag magyar alapanyagokból (sertés, szarvas, szürke szarvasmarha), magyar fűszerekkel ízesítve (szegedi fűszerpaprika, Bátya térségéből való magyar fokhagyma).

Innovatív CSR-megoldások:

- Passzív ház, napelemrendszer, hulladékhő-felhasználás, csapadékvíz újrahasznosítás és környezetkímélő csomagolás
- Közeli termékek rendelése – logisztikára nem megy el sok idő, pénz és stratégiai tervezés és a hús sincsen sokáig utaztatva, ami szintén jót tesz a terméknek
- Példamutatás: minden nap végén fertőtlenítik az üzemet, a gépeket (nincs veszély a fogyasztóra nézve és így nincs veszély a gyártóra nézve sem)

Egészségtudatosság trendje:

- Minden termékük adalékanyag-, glutén-, laktóz- és szójamentes
- Van só- és zsírcsökkentett terméktípus (Optimal) és ugyancsak van bio alapanyagokból készült, vitamindús termékcsoport (Organic) a hagyományos alaprecept (Original) mellett.

Új márka a maga piacán: a hazai hagyományos ízek megidézésére, az új egészségtudatossági trendek követésére.



Erőforrások, ráfordítások, befektetett energia

„Abban a vállalatvezetésben hiszek, hogy legyen egy család és egy csapat”

A vállalkozást 2016-ban alapították, 12 fő dolgozik itt. Anyagi szempontból a Pap Kolbázműhely elindítása egy 325 millió forintos beruházást jelentett. (Ebben benne van a 636 nm-es épület tervezésének, felépítésének, a csapat összeállításának, kínálattervezésnek, tesztüzemeknek minden költsége.) Ebből az összegből 103 millió forint EU-s támogatás volt (Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap; Széchenyi 2020 program). A Kolbázműhely egy 2009 óta létező cég, a pomázi székhelyű K mint Kolbász Kft. része. Utóbbi ügyvezetője, Pap Krisztián, a Kolbázműhely tulajdonosa is egyben, valamint ő alapította a Magyar Ízek Alapítványt. (A K mint Kolbász Kft. nettó árbevétele 2018-ban 89.432.000 forint volt.)

Az Original termékek receptje a Műhely vezetőjének, Pap Krisztián édesapjának a receptje, így az alap termék már eleve létezett, a másik két termékfajta (az Optimal és az Organic) kívánta csak meg a fejlesztést. A csapat összeállításában fontos szerepet játszott a szakmai tapasztalat, a kínálat kialakítása egy évet vett igénybe, a 2018-as évet.

Képzés során példaként alkalmazható sikerek, hasznos tanulságok

A szigorúan vett digitalizációs transzformációt fókuszba helyezve elmondhatjuk, hogy az üzem valóban a legmodernebb eszközökkel van felszerelve, beleértve a CSR-ral kapcsolatos technológiákat is. Ezen kívül magukénak tudhatnak egy igen igényes és trendi weboldalt.

Milyen kontextusban működik a gyakorlat?

- Ételek, italok, egészségtudatosság – Régi ízek új módon való elkészítése, állandó trend a már ismert termékek egészséges formába öntése.
- CSR – Nem trend, hanem kötelesség. Fel kell mérni, mit tud tenni a vállalat, és azt meg kell tenni. Étel-ital esetében kifejezetten egészségtudatosság, autóiipar, építészet esetén biztonság, a környezet megóvása, telekommunikáció és egyéb területek esetén felelősségtudatosságra nevelés.
- A hagyományos tartalom-innovatív forma már általánosságban is működik. Bármilyen termék esetében, bármilyen új márka kommunikációjában.

- Márkakommunikáció tekintetében: érdemes figyelni, mik az aktuális trendek, és annak megfelelően kell elgondolkozni magáról a termékről. A szórakoztatóipari termékek, mozi, TV stb. például kell, hogy készüljenek a mai kor innovációs igényeire.
- A legmodernebb technológiával való felszereltség kontextustól függetlenül minden vállalatnak járhatna/jár, mert trendektől függetlenül is előnyös.

A gödöllői üzem 2019 szeptemberében nyitotta meg a kapuit, és már 2020-ra 550 millió forintos árbevételt tervez. (Ez 280 tonna késztermék eladását jelenti) Ma partnerei közt szerepel az NBM, a Magyar Ízek Alapítvány, a Kémence Mánia, a RAPS, a Szerip, a Rubin Paprika, a Kerres.

Interjú összefoglaló

Pap Krisztiánnal, a Pap Kolbászműhely alapító tulajdonosával beszélgettünk. Megtudtuk tőle, hogy 30 éves múltat tekint vissza a családban a kolbászkészítés, és újabb 20-30 évre terveznek.

Innovatív gyáruk Gödöllőn az Ipari Parkban 2019-ben készült el, mely nagy beruháznak számít a maga 325 millió forintjával. A családban egyébként már 5 cég működik: reklám, rendezvényszervezés, közétkeztetés, sportesemények kiszolgálása a profilok, a már korábban is meglévő K mint Kolbász Kft mellett.

Az újonnan átadott üzemben 12 fő dolgozik. A beszélgetésből egyértelműen érzékeljük, hogy tudatos stratégiával álltak fel: csak magyar – és lehetőleg üzemhez közletről származó - alapanyagot használnak minden termékükben, és a teljes folyamat gépesített: az érlelők, a klímák és a daráló is. Maximális a higiénia, naponta fertőtlenítnek mindenhol és a belépő személyeket is felöltöztetik és fertőtlenítik. A célpiacuk a családi kisboltok, hentesek, magyar boltlázatok, ezáltal a forgalom túlnyomó része hazai, de már külföldön is megindult a piacfelmérés.

A Pap Kolbászműhely rengeteg működésében számos innovatív technológiát alkalmaznak. A tulajdonos számára személyesen fontos a környezettudatos működés, mert látszik, hogy baj van a világban a szennyezés és a klímaváltozás terén. Mindez egyszerre hiteles üzenet a vásárlók irányába és tényleges gazdasági előnyei is vannak. Az üzemben 27 hűtőberendezés van, ezeknek a hulladékhőjét a komfort fűtés-hűtésre tudják használni. Gázt nem vezetnek be, inkább telepítettek egy 40 cellás napelemet, amely 25%-át fedezi a napi 83kW fogyasztásnak. Egy évet szánnak tesztidőszaknak, ha valós a tervezett termelés, akkor a napelem kapacitást

megduplázzák. Számukra ideális ez a megújuló energiaforrás, mert nincs szükség oda-vissza mérőre: mindig nagyobb az áramfogyasztás mint amennyit termel a napelem. A csapadékvizet és lecsapódó párát tárolják, és locsolásra, takarításra használják.

A kolbász előállításban alkalmaznak egyedi innovációt is. A folyamat legfontosabb része az ízek szempontjából a tartósító füstölés, amelynek két stílusa van: a tüzelés (aromás fűrészporral) és a füstgenerátor (folyadék és áram segítségével). Mint Krisztiántól megtudtuk, a Pap Kolbászműhely egy kerepesi tüzeléstechnikával foglalkozó céggel kifejlesztett egy egyedi módszert, amely a két stílus keveréke: kazánban eléget apró fa lamellákat, és a keletkező füstöt lehűtik a füstgenerátor géppel. Így beállítható a hőmérséklet és a páratartalom, amelyek miközben a fafajtától függő ízt vihetnek a kolbászba.

A hosszú távú tervezéssel összefügg, hogy a kolbászgár minden magyar húst és halat feldolgozásához szükséges engedéllyel és technológiával rendelkezik, még egy Balatonnál tenyésztett emu sem lehet akadály. Valamint a modern és diétás receptek gyártására is képes, mint amilyen a céklás vagy a zsírtalan termékek. Ez lehetővé teszi a folyamatos termékmegújítást, ezáltal az alkalmazkodást a változó ügyféligényekhez.

Miért innoválsz? – tettük fel ezen a ponton a kérdést Krisztiánnak. A válasz gyors és határozott: a piaci előnyt a modern technológiával és épülettel kívánják elérni. Ez egy „niche” szolgáltatói modell, egy piaci rést kívánnak betölteni. A tulajdonos tapasztalatai szerint nyugaton sincs ilyen: van ugyan higiénia és automatizáció, de nincs ízválaszték és teljes környezetbarátság. Azzal, hogy zölden működnek, nagyon jó piacokat tudnak elérni. Beszélgettünk kicsit a biotermékekről, melyeket inkább szűk és luxus piacként látnak és egyelőre nem terveznek betörni oda. Ugyanakkor az „Organic” elnevezésű termékcsaláddal megcélazzák a természetes, tiszta és veszélyes adalékanyagoktól mentes ételek iránt érdeklődőket.

A beszélgetés vége felé a húsipar távolabbi jövőjéről kérdeztük a tulajdonost. Lesz-e laboratóriumi „hústenyésztés”, szerepel-e a terveik között az élőállatok mellett a kémiai úton „növesztett” húsok feldolgozása? Talán az első – és egyetlen – alkalom volt, amikor sikerült kibillentenünk interjúalanyunkat a magabiztosságból, kimozdítani komfortzónájából. Végül arra jutott, hogy itt Európában olyan jól áll az állattenyésztés, hogy nincs szükség erre az alapanyag-innovációra, és talán ezért nincs is jele, hogy megjelenne a régió piacán. Kitekintés: a zöldségnél már most jelen van a földmentes technológia: bizonyos körülményeket sokkal könnyebb előállítani hidropóniával, mint hagyományos termesztéssel. A húsnál azonban az ízt és a beltartalmat nem látja, hogyan tudnák hozni olyan színvonalon mint a minőségi állattartás.

De az elkészítés során még elhangzott: ha lesz mesterségesen növesztett hús, akkor meg kell találni az alkalmazkodás módját, és a Pap Kolbászműhely azt is biztosan fel tudja majd dolgozni.