

Egy solymári péklány Baden-Badenbe indult

Ludwig Klára és a JÓkenyér



Ma már erős verseny dül a hazai pékségek piacán, sokan ragaszkodnak kedvenc üzletükhöz. Péknek lenni divatos foglalkozás lett, egy-egy lánc menedzsernek lenni pedig tekintélyes beosztás. **Ludwig Klára** a szakma kiválóságai közé tartozik, s az egyik legnépszerűbb pékség tulajdonosa.

Az élelmiszeripari szakközépiskola elvégzése után került Németországba, hogy a Magyarországon megszerzett tudást külföldi tapasztalatokkal bővítse. A solymári péklányt teljesen lenyűgözte a német kenyérkultúra gazdagsága és sokszínűsége, a változatos maghasználat, a rozskenyerek világa. Baden-Badenből már *Christiannal*, a férjével tért haza. Arra tették fel mindenünket, hogy elterjesszék Magyarországon a rozskenyér kultúráját, és adalékok és sütőszerek nélküli, sok teljes kiőrlésű liszttel, rozskovásszal készülő kenyereket, pékárukat készítsenek. Első rozskenyérüket 1995-ben, *Solymáron* sütötték. A családi kisvállalkozás időközben folyamatosan nőtt, „átköltözött” *Pilisszentivánra*. Ma már közel kétszáz főt foglalkoztatnak a csapatban. Egy valami az alapítás óta nem változott: a vágy arra, hogy táplálót, minőségit és egészségeset alkossanak – ez a *JÓkenyér* mindennapi motivációja.

– *A magyar nyelv furcsasága, hogy aki ezt a szakmát űzi, az pék vagy pékmester, de „péknő” nincs. Mennyire jellemző a nők jelenléte ebben az iparágban és milyen poszton: a kemencénél, az üzemben vagy inkább menedzseri, közönségkapcsolati területen?*

– Németországban, ahol a szakmát tanultam, valóban ritkaságszámba ment, ha egy nő pékként dolgozott. Emlékszem, eleinte csodálkoztak is rajtam. Itthon azért nem volt ez teljesen ismeretlen, főként a kenyérgyárakban, ahol a szakmai gyakorlatomat töltöttem középiskolás éveimben. Ott találkoztam női dolgozókkal, főleg a finompékáruknál. Engem szerencsére hamar befogadtak, látták, hogy tanulni akarok, és alázattal állok a kenyérhez. Bár csapatunkban a kemence mellett még mindig több a férfi, de ma már egyre több nő dolgozik az üzemben. Saját pékségeinkben túlnyomó részt női kiszolgáló személyzet szorgoskodik, de az adminisztrációban és a menedzsmentben is sok hölgy kollégám van.

– *Az utóbbi időben divatos lett ez a szakma, sokan más pályáról érkeztek ide.*

– Öröm látni, hogy az a kovászos kenyértrend, amit mi több mint huszonöt éve elindítottunk, ma már ilyen népszerű. A kézműves pékségek megjelenése is megerősíti az emberekben, hogy érdemes figyelni arra, milyen kenyér kerül az asztalra. A verseny hasznos, mert innovációt teremt és fejlődésre sarkall mindenkit. Ahogy a német mondja: *Konkurrenz belebt das Geschäft* (A konkurencia élte az üzletet). Nagyon szép, de kemény hivatás ez – ugyanakkor mi lehet annál csodálatosabb, mint a mindennapi kenyeret adni az emberek kezébe?

– *A gasztronómia fontos része lett Magyarországon is a finom pékáru, a pékségek pedig kávézóvá, bisztróvá alakultak. Hogyan látja a szakma jelenét és jövőjét?*

– A kenyér, a kifli vagy a kakaós csiga sosem megy ki a divatból, de a világ változik, és nekünk is alkalmazkodnunk kell. Ma már nemcsak kenyeret árulunk, hanem meleg reggelit, egy-egy fogást ebédre – természetesen alaptermékeinkhez illeszkedően. Ez segít kiegyenlíteni a

napi forgalmat, és többféle igényt is ki tudunk elégíteni. Az emberek szeretik, ha egy helyen minőséget, otthonosságot és élményt is kapnak.

– *A kenyér a magyarok életének nagyon fontos tartozéka.*

– Igen, alapélelmiszer, amit az emberek nap mint nap fogyasztanak, így a hagyományoknak és az ízlésnek gyakran nagyobb a súlya, mint az időszerű irányzatoknak. Amit mégis erősödő folyamatként érzékelünk, az a mind tudatosabb vásárlói döntés: egyre többen keresik a teljes kiőrlésű lisztből készült termékeket, igénylik a változatos gabonahasználatot. Az elmúlt évek pékiparát kétségkívül a kovász újrafelfedezése formálta leginkább. A finompékáruknál pedig a formák sokszínűsége, a szezonális töltelékek és gyümölcsök hozhatnak megújulást. Mi már harminc éve ebbe az irányba mutatunk utat, amikor a rozskenyerekkel és a teljes kiőrlésű, magos termékeinkkel beléptünk a búzakenyerek uralta piacra – és ezzel magunk is a trendalakítók közé kerültünk.

– *Éles-e a szakmai verseny? Milyen kihívásokkal küzd jelenleg a sütőipar?*

– A verseny egyre erősebb, de nem ez a legnagyobb kihívás. Az árérzékenység a pékáruk – főleg a kenyér esetében – komoly gond. Sokan még mindig az olcsóbb, de gyengébb minőségűt választják, ami hosszú távon nem tesz jót az egészségüknek. Nehéz valóban szakképzett munkaerőt találni is. A jó pék ritka, márpedig ez nem gépies munka – érzés, türelem és tapasztalat kell hozzá.

– *Ma már elvárás a társadalmi felelősségvállalás. Hogyan birkóznak meg a környezettudatosság és a fenntarthatóság kihívásaival?*

– Az élelmiszeriparnak – és ezen belül a sütőiparnak is – valóban van feladata a környezetvédelmi kérdésekben. Apró lépésekkel igyekszünk mi is minél többet tenni ezért: kemencéink hővisszanyerő rendszerrel működnek – ezzel fűtjük például a dolgozóink számára a zuhanyzók vizét. Logisztikánkat úgy építettük fel, hogy minél több üzletet tudjunk egy „körön” ellátni, de az is a tudatosság része, hogy hazai gabonát használunk, így nem utazik az alapanyag ezer kilométereket. A bolti túlsütéseket (esti maradék pékáru) nem dobjuk ki, hanem alapítványoknak adjuk, illetve csatlakoztunk a Munch-hoz (egy, a feleslegessé vált, lejáratközeli vagy szezonális termékeket kínáló hálózathoz – *a szerk.*) is. Ezzel szintén az élelmiszerpazarlás ellen próbálunk tenni. Emellett fontosnak tartjuk az edukációt is – igyekszünk megmutatni, hogyan lehet megőrizni a pékáru frissességét, miként lehet a maradékot jól felhasználni.

Elek Lenke



Előző lapszámunkban (2025/június), Flórizs Zsolt fotós készítette a felvételeket Tarjányi Pálné: Német egyesületek Bátaszéken című tanulmányban.