



Katona Tamás válogatott vízilabdázóként nyert ösztöndíjat az Egyesült Államokban. Az egyetemen kiváló eredménnyel végzett, így könnyen el tudott helyezkedni a Wall Streeten. Néhány év múlva hazatért és egy ideig itthon is brókerkedett, aztán

A WALL

váratlan fordulatot vett az élete. Ma a Csepel Művek 100 éves, műemléki gyárterületén vezet egy kis céget, amely személyre szabott világítási megoldásaival egyre népszerűbb a megrendelők körében.

ÍRTA: TAKÁCS ZOLTÁN



EGÉSZ KIS KORBAN kezdtem vízilabdázni asztma miatt. A KSI-nek volt egy remek '75-'76-'77-es korosztálya, az én csapatomból három olimpiai bajnok is kikerült: Kásás Tamás, Vári Attila és Székely Bulcsú. Velük nőttem fel, tíz évig vízilab-

a vízilabdát. Közgazdasággal kezdtem és mellé jött a matek. Két diplomát csináltam meg kiváló eredménnyel. Közben kint el kellett tartanom magam, mert az ösztöndíj csak a tanulmányokat fedezte, a megélhetést nem. Az első két évben masszív voltam, aztán

STREETRŐL a csepeli gyártelepre

dáztunk együtt. Aztán volt egy térdszalagszakadásom, így kikerültem a válogatott keretből.

1995-ben közgazdaságtant akartam tanulni és a Közgáz-előkészítőre jártam. Nem nagyon tudtam, hogy mi ez, de be mentem a könyvtárba és azt láttam, hogy szinte minden angol fordítás. Ezért elkezdtem kutakodni, hogy hol van angol nyelvterületen olyan egyetem, ahol van közgazdaság tanszék és vízilabda. 122 ilyen helyet találtam Új-Zélandtól Kanadáig. 122 edzőnek írtam névre címzett levelet, és jöttek vissza a válaszok. Egy hely volt, ami teljes ösztöndíjat adott, a St. Francis College New Yorkban, így két év kihagyás után ott folytattam

**...122
edzőnek
írtam névre
címzett
levelet...**

bekerültem a New York-i tőzsde egyik leányvállalatához, majd a Morgan Stanley-hez, ahol az utolsó szemeszter alatt már teljes munkaidőben dolgoztam. Három év munka után felvettek a Harvard Business Schoolba, ahová két évig jártam.

Hogy ért véget ez az időszak?

Hét év New York és 2 év Boston után hazajöttem Magyarországra. Úgy gondoltam, hogy több itt a tennivaló és ritkább a Harvard Business Schoolban végzett, ilyen tapasztalattal rendelkező szakember. Nagynevű tanácsadó cégeknél kezdtem dolgozni. Ez nagyon jó volt, csak időben roppant megterhelő. Két év után egy katonai radar-

gyártóhoz kerültem, és azóta rendszeresen olyan cégnél dolgozom felső vezetőként, ami energetikai vagy mérnöki területen tevékenykedik. Ez jó, mert én is műszaki beállítottságú vagyok.

Hogyan jöttek a LED-ek?

A LED-bizniszbe úgy kerültem, hogy egy pár hónapos cégbe hívtak meg menedzsernek. Nem tudtam, hogy válságmenedzselésről lesz szó, de már az elején tapasztaltam, hogy nincs pénz arra, hogy fejlődni tudjunk, ezért behívtam édesapámat, hogy fél évre segítsen be a finanszírozásba. Mivel a tulajdonos helyzete nem változott, fél év után átvettük az egész csapatot műhelyekkel, gépekkel, így jött létre a Berton Világítástechnika Kft. Akkor három lámpatípusa volt a cégnek, ma már 36. Nagy büszkeséggel állíthatom, hogy úgy tudtunk növekedni, hogy nem fizetünk egy fillér kenőpénzt sem. Nyílt közbeszerzéseken indultunk, és az első a Vízművek székházának a felújítása volt, aztán következtek a Bombardier, Rába Futómű Kft. és más komoly cégek. Ezen a szinten erős verseny van, okos megrendelőkkel.

Egy hazai gyártó hogyan tud labdába rúgni a nagy gyártókkal szemben?

A cég koncepciója, hogy egy adott helyen a teljes világítási rendszert szállítani tudjuk. A 3 wattos spottól a 420 wattos csarnokvilágításig. Nem a lakossági piacot céloztuk meg, ahol az olcsóság számít és nagyon sok szereplő van, főleg kereskedőcégek, alacsonyabb árfekvésű és minőségű kínai termékekkel. Mi egy olyan vonalat képviselünk, hogy nagyon magas műszaki tartalmat biztosítunk a lámpáinkban 3–5 év garanciával, amit extrém hőmérséklet mellett (–30 és +70 fok között) is teljesítenek. De vannak golyóálló lámpáink lőterre, ütésálló hokicsarnokba. A legtöbbet késztermékeket importálnak, mi fejlesztünk is. Minőségi alkatrészekből állítjuk össze és optimalizáljuk a világítótesteket egy-egy meghatározott területre. Van egy élelmiszer-

ipari algaövesztő projektünk, víz alatt működő, nagyon hosszú élettartamú lámpákat készítünk, amik a hatékonyság miatt csak meghatározott összetételű fényt bocsáthatnak ki, amelyre a növekedéshez szüksége van az algának. Igyekszünk személyre szabott megoldást kínálni. Például az egyik lámpánkat előszeretettel vásárolják az MLSZ kis focipályáira, mert bődületes fényereje van. A méretezés pedig arról szól, hogy a megfelelő optikával ellátott lámpatesteket úgy helyezzük el, hogy szinte teljesen homogén megvilágítást biztosítsanak a teljes futballpályán. Ezt nem tudja egy Kínában megvásárolt (akár jó minőségű) SMD-LED-es fényvető, mert az nem arra a pályára van optikázva. Nekünk itt van a versenyelőnyünk. Kimegyünk a helyszínre, és akár a meglévő oszlopokhoz alakítjuk a kültéren UV-álló, öntisztuló hűtéssel ellátott lámpáinkat.

Milyen a megtérülésük?

A nagy márkák árainál 30%-kal vagyunk lejjebb, a legolcsóbb webshopoknál meg természetesen drágábbak – de nem sokkal. Ár-érték arányban pedig nagyon jók vagyunk, a termékeink minősége eléri, de sokszor jócskán meg is haladja az ismert gyártókéit. Az árakban azt is érvényesíteni tudjuk, hogy nálunk nem kell egy nagy vízfejet eltartani, mint egy multinál.

Szempontra a hosszú élettartam?

Mindenképpen, ugyanis van –28 fokon üzemelő lámpánk sokkoló hűtőben, de +65 fokon működő is a Csepel Metall vasöntődében. A nagyobb gyártók láthatóan nyomják lefelé az élettartamot, már vannak 15 000 órás fényforrások is. Ezek olcsók, de hamar tönkre is mennek és a vevők várakozásait is lejjebb viszik. Visszaköszön az a gyakorlat, ami a hagyományos villanykörtéket jellemezte az 1-2 éves (ipari viszonylatban 2-3 hónapos) élettartammal. Mi ezzel szembe megyünk, nem csak a fényforrások, hanem a

meghajtó elektronika viszonylatában is. Magyarországra jellemzően a gyenge minőségű termékeket hozzák, mert ez egy nagyon érzékeny piac. De a fizikát nem lehet megkerülni. Ha nincsenek beépítve a megfelelő minőségű alkatrészek, egészen a kondenzátorokig bezárólag, akkor nem lesz tartós a termék.

Mint cég miben más, mint a többi?

Mi nagyon odafigyelünk a dolgozóinkra. Az a cél, hogy minden területen kiváló szakembereink legyenek, akár a fejlesztésben, akár az értékesítésben. Olyan kultúrát képviselünk, hogy szabad és el is kell néha bukni, de gyorsan fel kell állni, bevallani a hibákat,

mert egy innovatív, tanuló szervezet vagyunk. Ahol innováció van, ott akaratlanul is előfordulnak vakvágányok, vadhajtások, de a hibákból is sokat tudunk tanulni. Nagyon kollegiális kultúra jellemzi a céget.

Ez egy amerikai szemlélet?

Természetesen a Harvard Business Schoolon tanítanak olyanokat, hogy tanuló szervezetet kell építeni és az innovációnál egy nagyon széles spektrummal indulni, aztán lehámozni a felesleges dolgokat és így eljutni a prototípusig, majd a sorozatgyártásig, de ez személyes dolog is. Korábbi munkahelyeimen láttam, hogy amikor a tulajdonos „leparkolja” a mérnököket, akkor behúzzák fülüket-farkukat és csak ilyen silókban gondolkoznak, a szűk területükre koncentrálnak. De ekkor a különböző részlegek nem kommunikálnak és felesleges köröket futnak. Nálunk 2 hetente tart kiselőadást egymásnak a gyártás, fejlesztés, értékesítés. Itt például az értékesítők visszajelzést tudnak adni, be tudnak számolni a sikerekről, esetleges nehézségekről, igényekről. Nem csak lámpát adunk el, hanem megoldást is. Egyszer egy ügyfél mutatott rá ennek a szükségességére. Mutatott nekem egy csíkot a falon és azt mondta, hogy azért a fényért, ami oda megy, ő nem akar fizetni. Volt egy pici rés az optika mellett, ahol kiszűrődött egy kis fény, az látszott a falon. Azóta is figyelünk arra, hogy csak azt világítsuk meg, amire szükség van, például egy nyolcméteres falnál nem világítjuk meg a négy méter feletti részt.

A sport mennyire hatott a cég szemléletére?

Elég komplex dolog, amivel foglalkozunk. Mechanika, hőtan, fénytudás stb. Muszáj csapatban dolgoznunk, a gépésztől a villamosmérnökiig, hogy eredményt tudjunk elérni. Az is nagyon fontos a cégfilozófiában, hogy a nevelésben hiszünk. Nem szupersztár értékesítőkre van szükségem, aki millióért dolgozik, hanem inkább kinevelek munkatársakat, akiket aztán meg is becslök. Van olyan terület, ahol hosszú évek tapasztalatára van szükség, ezért minden további nélkül foglalkoztatunk idősebb embereket is. A Harvardon azt tanítják, hogy *fail often to succeed faster*, azaz bukjal gyakran, hogy gyorsabban célba éri! Ez a filozófia is jelen van a cégünkben. Nekem jó munkakörülményeket kell biztosítanom, ebben is folyamatosan fejlődünk. Ebben az évben várhatóan nyereségesek is leszünk.

Volt valamilyen mélypont a cég életében?

Sok mélypont volt... Pl. nem értettem a világítástechnikához. Most is csak egy szintig, de folyamatosan képezem magam. Nagyon nehéz volt, amíg nem tudtuk



megoldani a tulajdonosváltást és a finanszírozást. Sokat küzdöttünk a kóklér értékesítőkkal is. 10-11 embert próbáltunk ki, most van három, de ők beváltak.

A jó vezetőnek mindenhez érteni kell?

Muszáj tudni felismerni a kvalitásokat a jelentkezőkben. Nem csak a vezető, hanem a kollégák is egyre inkább értenek egymás munkaterületeihez, így hatékonyabb tud lenni az együttműködés. Ha valamit legyártunk, annak megbízhatóan működni kell. Ha egy menedzserben nincs meg a szakterület iránti, laikus szinten túli érdeklődés, nem tudja jól irányítani a dolgokat. Execution is everything, azaz a megvalósítás a minden – mondják, és nálunk ez a fő szempont. Nem tudok még egy cégről, akik próbálampákat biztosítanak a megrendelőnek, hogy a saját telephelyén tesztelhesse a százezer forintos terméket hetekig. Kimegyünk, fénymérünk, jegyzőkönyvezünk, ha kell, fogyasztásmérőt is adunk. Így zsákbamacskamentes lehet a döntés. Hiába vesz meg egy izzót a barkácsáruházban, ha azon a hőmérsékleten két hét után kiég. Az értékesítőink mindezzel nagyon is tisztában vannak. Mivel családi cég vagyunk, adjuk a nevünket is hozzá, presztízs kérdést csinálunk a vevői elégedettségéből. Nagyon büszke vagyok arra, hogy milyen komoly cégekhez tudtunk bejutni teljesen az „utcaról”, hideghívásokkal, miközben pár éve teljesen a nulláról indultunk. A felkészültségünk, a termékek minősége és az áraink versenyképesek, de nagyon kevés a nyílt közbeszerzés, úgyhogy nem erre alapozzuk a jövőnket. A termékeink megtérülése olyan jó (egyes esetekben 1-1,5 év), hogy piaci alapon is érdemes belevágni, nem csak pályázaton keresztül. Ma még sok cégnek magyarázni kell, hogy a világításon is sokat tud spórolni, pedig kevés olyan befektetés van, ami ilyen rövid idő alatt megtérül.

