

# Karadeniz'in en doğal ürünleri



2000 yılında üniversiteden mezun dört arkadaşın kurduğu Kahvaltı Dünyası bugün 120 başlıklı süt üretim tesisi, Trabzon ve Bayburt illerinde kurulan iki fabrika ve 15 araçlık bir lojistik filo beraberinde 100'ü aşkın çalışanıyla büyük bir başarı hikayesi oluşturdu.

Ana faaliyet alanı tereyağı ve peynir üzerine kurulu Kahvaltı Dünyası ürünleri sektördeki geleneksel üretimlerin yanı sıra Ar-Ge faaliyetleri sonucunda oluşturulan yeni tatlardan oluşan yeni ürünlerle de tüketicilerini buluşturuyor.

Kahvaltı Dünyası Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Tüysüz Karadeniz'in yöresel süt ürünlerine yatırım yaptık, en doğal, en katkısız ürünü tüketiciye ulaştırarak beğeni kazandıklarını söyledi.

Kahvaltı Dünyası ürünleri seçkin zincir marketler ve satış mağazalarının dışında günümüzün e -ticaret dünyasına da yatırım yaparak tüketicilere daha kolay ulaşan ticaret modellerini de geliştiriyor.



Kahvaltı Dünyası Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Tüysüz kuruluş öyküsünü Trabzon'un Markaları yazı çalışması için anlatıyor.

Kahvaltı Dünyası markasının iki bin yılında Trabzon'da kurulduğunu belirterek sözlerine başlayan Hüseyin Tüysüz, nasıl bir ortamda kuruluşu gerçekleştirdiklerini ve neden Trabzon'a yatırım yaptıklarını şu şekilde açıklıyor.

*“Üniversite mezunu dört genç kahvaltı dünyasına yatırım yaptık”*

“Kahvaltı Dünyası, 2000 yılında üniversiteden mezun olan dört girişimci genç tarafından kuruldu. Amacımız, yerel kalkınmaya destek olmak ve Karadeniz yöresinin köklü peynir ve süt ürünleri kültürünü koruyarak gelecek nesillere aktarmaktı. O dönemde, bu kültürün yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olması ve doğal ürünlerin tadının unutulmaya başlanması bizi bu sektöre adım atmaya motive etti. Trabzon'a yatırım yapmamızın sebebi ise, bölgenin zengin süt ve peynir kültürünü koruyarak, bu lezzetleri daha geniş kitlelere ulaştırmak istememizdi”

*“Sağlıklı ürünler için büyük özen gösteriyoruz”*

*“Süt çiftliğimizi kurduk, iki fabrikamızda devrede”*

Hüseyin Tüysüz sektöre sürekli yatırım yaparak adım adım büyüdüğünü ifade ederek daha sonraki yıllarda Kahvaltı Dünyası markasının gelişimini şöyle aktardı:

“2009 yılında Trabzon'un Sürmene ilçesinde bulunan Trabzon Sürmene Fabrikamıza taşındık. Fabrikamız 8 bin m2 alanın içinde yer almakta olup, 4 bin m2 kapalı alana sahiptir. Bu taşınma ile 100'ün üzerinde çalışanımızla birlikte burayı ana üretim merkezimiz haline getirdik.

2013 yılında Sürmene Küçükdere Süt Çiftliğimizi kurduk. Şu anda 120 büyükbaş hayvana sahip olan süt çiftliğimiz, bölgenin en büyük ve hastalıktan arı süt çiftliği unvanına sahiptir.

2014 yılında ise Bayburt fabrikamızı açtık. Fabrika, 2 bin m2 alanın içinde yer almakta olup, ihracat odaklı yöresel kurut ve lor peynir üretimine başlamıştır.

*“Ana faaliyet alanımız tereyağı üretimidir”*

Kahvaltı Dünyası'nın ana faaliyet alanının tereyağı üretimi olduğunu belirten Hüseyin Tüysüz diğer ürünleri şu şekilde sıraladı:

“Bununla birlikte kolot peyniri, telli peynir, dil peyniri, kaşar peyniri, kurut (keş) peyniri, çeçil peyniri, varil peyniri gibi yöresel peynirlerin yanı sıra, yaptığımız AR-GE çalışmalarıyla yeni ürünler geliştirmekteyiz. Bu ürünlerin arasında özel bir teknikle ürettiğimiz Tullumi Sürmene Peyniri, tereyağı ve yöresel peynirlerin harmanlanmasıyla ortaya çıkan bir lezzet örneğidir”

*“Ürünlerimizi tescilliyoruz, e-ticareti önemsiyoruz”*

Hüseyin Tüysüz Kahvaltı Dünyası markası altında üretilen ürünlerin tescillenerek koruma altına alındığını aynı zamanda, zincir mağaza ve satış noktalarımıza ulaşmak için 15 araçlık bir lojistik filo kurduklarını ve tüketici ile e-ticaret üzerinden direkt temas kurduklarını kaydetti.

“Tescilli Markalar: Kahvaltı Diyarı, Kahvaltı Sofrası, Küçükdere Süt Çiftliği, İsim Tescilli Ürünler Ortahisar, Tullumi/(Sürmene Peyniri, Uzman Kebaplık Tereyağı, Croitter /Kruvasan Tereyağı, Piderella /Pide Peyniri, E-Ticaret:Yöresel Trabzon Ürünleri /yoreseltrabzonurunleri.com”



*“Doğal üretim için arge'ye önem verdik”*

Hüseyin Tüysüz yüksek bir güven gerektiren gıda sektöründe üretim ve gıda zincirine yatırım yapmanın çok zor olduğunu ifade ederek Türkiye'de ulusal bir marka oluş süreçlerini şöyle anlatıyor.

“Gıda sektörü, özellikle süt ürünleri gibi hassas bir alanda yatırım yapmak büyük bir sorumluluk gerektiriyor. Doğal ve kaliteli ürünler üretmek, tüketicilerin güvenini kazanmak için büyük özen gösterdik. Başarıya ulaşmak için, üretim sürecimizin her aşamasında kaliteyi ve doğallığı ön planda tuttuk. Yerel lezzetlerimizi koruyarak, yenilikçi ürünler geliştirmek ve bunları en iyi şekilde tanıtmak için çalıştık. Bu süreçte AR-GE faaliyetlerine büyük önem verdik ve sürekli olarak kendimizi geliştirdik. Ayrıca, güçlü bir pazarlama ve satış ağı kurarak ürünlerimizi tüm Türkiye'ye ulaştırmayı başardık”

*“Yöresel peynirimiz yurt dışından büyük ilgi görüyor”*

Hüseyin Tüysüz ilk etapta üretimi iç pazara yönelik olarak planladıklarını vurgu yaparak zamanla ürünlere

gösterilen taleple beraber yurt dışına ihracatında başladığını aktardı. “2007 yılında markamızı tescil ettikten sonra, yerel pazarda tanınmaya başladık. Ancak, kısa süre içinde ürünlerimizin

kalitesi ve doğallığı yurt dışında da ilgi gördü. 2014 yılında Bayburt fabrikamızı açarak ihracata yönelik üretim yapmaya başladık. Bu süreçte, özellikle yöresel peynirlerimizin yurtdışında büyük ilgi gördüğünü fark ettik ve ihracat kapasitemizi artırdık” dedi.

*“Üretimin yüzde 30'u ihracata gidiyor”*

Hüseyin Tüysüz, Kahvaltı Dünyası'nın şu anda üretimlerinin büyük bir kısmı iç pazara yönelik olsa da dış pazarda da önemli bir paya sahip olduklarını anımsatarak, “Ürünlerimizin yaklaşık yüzde 70'i iç pazara, yüzde 30'u ise dış pazara yöneliktir. Farklı ülkelerden gelen talep doğrultusunda ihracatımızı her geçen yıl artırmaktayız. Yurt dışındaki tüketicilerin yöresel

lezzetlerimize gösterdiği ilgi, bizi daha da motive ediyor.”

*“Kaliteli ve doğal ürünlerle tüketimin güvenini kazandık”*

Hüseyin Tüysüz Kahvaltı Dünyası markasının Türkiye'de sektör içerisinde önemli bir konuma eriştiğini belirterek, “Kaliteli ve doğal ürünlerimizle tüketicilerin güvenini kazandık. Türkiye genelinde yaygın bir dağıtım ağı var ve birçok ulusal zincir markette ürünlerimiz bulunuyor. Ayrıca, yurtdışında da markamızı tanıtmayı başardık ve önemli bir ihracat hacmine ulaştık. Bu başarı, kaliteli üretim ve müşteri memnuniyeti odaklı çalışma prensibimizin bir sonucudur.”

*“Fuarlara katılarak müşterilerimizi çoğaltıyoruz”*

Hüseyin Tüysüz, Trabzon'dan tüm Türkiye'ye hitap ettiklerini belirterek kurdukları gıda zincirinin başarılarında büyük bir etkisi olduğunu kaydetti.

Sütü üretiyoruz, işliyoruz, paketliyoruz, lojistiğini yaptığımızı aktaran Tüysüz şöyle devam etti.

“Trabzon'da üretim yapmamıza rağmen, Türkiye genelinde geniş bir pazarlama ve satış ağı var. Ürünlerimizi, ulusal zincir marketler, yerel marketler ve online satış platformları aracılığıyla tüketicilere ulaştırıyoruz. Ayrıca, yurt içi ve yurt dışı fuarlara katılarak markamızı ve ürünlerimizi tanıtıyoruz. Müşteri



memnuniyetini ön planda tutarak, kaliteli ve güvenilir ürünlerimizi her zaman zamanında ve en iyi şekilde tüketicilere ulaştırmaya özen gösteriyoruz”

*“Bu kültürü koruyarak gelecek nesillere aktarıyoruz”*

Kahvaltı Dünyası markasını kurmadan önce sektörde profesyonel bir tecrübelerinin olmadığına vurgu yapan Hüseyin Tüysüz şöyle devam etti:

“Ancak, Karadeniz’in köklü peynir ve süt ürünleri kültürüne olan ilgimiz ve bu lezzetlerin korunması gerektiğine olan inancımız bizi bu alana yönlendirdi. Kahvaltı Dünyası’nı kurarken, doğal ve kaliteli ürünleri tüketicilere sunma misyonuyla yola çıktık. Amacımız, kahvaltı sofralarına en doğal ve lezzetli ürünleri getirmek ve bu kültürü gelecek nesillere aktarmaktı. Bu motivasyonla, büyük bir özveri ve tutkuyla çalışarak bugünlere geldik”

*“Karadeniz peynirini dünyaya tanıtmaya hayalimiz var”*

Hüseyin Tüysüz, Kahvaltı Dünyası markasının geleceği için en büyük hedeflerinin de ihracatı geliştirmek olduğunu kaydederek, “Bunun yanı sıra, yenilikçi ürünler geliştirmeye devam ederek hem iç hem de dış pazarda farklı tatlar sunmayı amaçlıyoruz. Markamızı global bir lider yapmak ve Türk peynir, Karadeniz’in süt ürünleri kültürünü dünyaya tanıtmak en büyük hayallerimizden biri. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve çevre dostu üretim yöntemlerine daha fazla yatırım yaparak, gelecek nesillere sağlıklı ve doğal ürünler sunmayı hedefliyoruz”

*“Tüketiciden gelen geri bildirimleri önemsiyoruz”*

Başarı için her aşamada kaliteye büyük önem verdiklerini söyleyen Hüseyin Tüysüz Kahvaltı Dünyasında üretim sürecinin her adımında hijyen, doğallık ve lezzeti ön planda tutmaya çalıştıklarını vurguladı.

Hüseyin Tüysüz, “Gıda mühendislerimiz ve usta peynircilerimiz, ürünlerimizin en yüksek kalitede olmasını sağlıyor. Ayrıca, müşteri memnuniyeti bizim için çok önemli. Tüketicilerimizden gelen geri bildirimleri dikkatle değerlendiriyor ve sürekli olarak kendimizi geliştiriyoruz. Pazarlama ve satış ağımızın etkinliği de başarımızın bir diğer önemli unsuru. Tüketicilerimize en iyi hizmeti sunmak için sürekli olarak yenilikçi stratejiler geliştiriyoruz”

*“Sağlıklı ürünler için büyük özen gösteriyoruz”*

Hüseyin Tüysüz Kahvaltı Dünyası için insan sağlığının öncelikleri olduğunu, bu nedenle ürünlerin en doğal ve sağlıklı şekilde üretmek için büyük özen gösterdiklerine dikkat çekti.ve “Kendi yetiştirdiğimiz hayvanlardan elde ettiğimiz sütü, hijyenik koşullarda işleyerek ürünlerimizi üretiyoruz. Bu işte olmak, büyük bir sorumluluk ve aynı zamanda büyük bir gurur kaynağı. Tüketicilerimizin sağlıklı ve lezzetli ürünlere ulaşmasını sağlamak, onlara güvenilir gıdalar sunmak bizim için çok değerli. Bu sorumluluğu en iyi şekilde yerine getirmek için sürekli olarak çalışıyoruz” şeklinde konuştu.

*“İlk peynir üretimimiz bizi çok gururlandırmıştı”*

Kahvaltı Dünyası markasının kuruluşundan bugünlere gelirken büyük emek verdiklerini anımsatan Hüseyin Tüysüz güzel birçok anı da biriktirdiklerini kaydetti. “Fabrikamızı kurduğumuz yıllar, büyük bir heyecan ve zorluklarla doluydu. Her gün yeni bir şeyler öğreniyor, yeni hedefler



belirliyorduk. İlk üretim tesisimizde sabahlara kadar çalıştığımız günleri unutmak mümkün değil. Özellikle ilk peynir üretimimizi gerçekleştirdiğimiz günü hala hatırlıyorum; büyük bir gurur ve mutluluk hissetmiştik. O yıllarda yaşadığımız zorluklar, bugün geldiğimiz noktayı daha da değerli kılıyor. Her başarımızın arkasında o yıllardaki emek ve özveri var.”

*“Kadın çalışanlarımız başarımızın temel taşları”*

“Trabzon, bizim için sadece bir üretim yeri değil, aynı zamanda köklerimiz ve kültürümüzün bir parçası. Bu bölgenin zengin süt ve peynir kültürünü korumak ve gelecek nesillere aktarmak bizim için çok önemli. Fabrikamızda

çalışan kadınlarımız, başarımızın temel taşlarından biri. Onların gelişimi için sürekli eğitim programları düzenliyor, mesleki ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunuyoruz. Kadın çalışanlarımızın iş gücüne katılımını desteklemek, onların yeteneklerini ve potansiyellerini en iyi şekilde kullanmalarına olanak tanımak bizim için büyük bir gurur kaynağı.”

*“İnanmadığımız işte pes etmemesiniz girişimci olursunuz”*

Kahvaltı Dünyası Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Tüysüz genç girişimcilere bugüne kadar edindiği tecrübeler ışığında önemli önerilerde bulunuyor, Girişimcilik yolculuğu, büyük bir tutku ve özveri gerektirdiğini belirterek, “ Genç girişimcilere en önemli tavsiyem, inandıkları işe gönülden bağlı olmaları ve pes etmemeleridir. Her zaman kaliteye ve müşteri memnuniyetine odaklanmak, uzun vadede başarı getirir. Ayrıca, sürekli olarak yenilikçi düşünmek ve kendilerini geliştirmek de çok önemli. AR-GE çalışmalarına önem vermek, pazarın ihtiyaçlarını iyi analiz etmek ve doğru stratejilerle hareket etmek başarıyı getirir. Ve en önemlisi, yerel değerlere ve kültüre saygı göstererek, global pazarda fark yaratacak işler yapmalarını”