

# SPRØD

Nr. 4 · 2016 · CBP Magasin for bager- og konditorbranchen

## BAGERNETVÆRK GIR' INSPIRATION

Seks jyske bagere mødtes  
til netværksmøde



SMAG PÅ DANMARK

# Klassiske opskrifter

MED ET TWIST AF HOLST & HEJNI

TEMA

\*\*\*  
*Klassisk bagværk  
fra øst til vest*

Vores passion, din succes...

# Kend os på kvaliteten

— EN MÅLSÆTNING DER FORPLIGTER

Velkommen til fjerde udgave af Sprød. Vi har igen samlet inspiration, viden og opskrifter til dig, så du får mentalt brændstof til at udvikle din bagerforretning.

Det er vores opgave at skabe værdi for dig. Vi har først succes, når du har det, og derfor gør vi os umage for at være en ægte totalleverandør, der bidrager med alt det, en moderne bagerforretning har brug for.

## Tak for besøget på SBF

Vi havde et par gode dage på Scandinavian Bakery Fair, hvor mange af jer besøgte vores stand. I CBP værdsætter vi altid anledningen til at mødes over en god faglig snak.

## Kvalitet er en mærkesag

Det bagværk, du sælger til dine kunder, er ikke bedre end de råvarer, du anvender. Som din leverandør er det vores ansvar, at sikre, at hver leverance til dig, har en høj og ensartet kvalitet. Dette er en vigtig prioriteret opgave hos os, og i vores kvalitetsafdeling arbejdes der dagligt med at teste og dobbelttjekke, at vores produkter lever op til de fastsatte krav. I denne udgave af Sprød kan du læse om, hvordan vi arbejder med kvalitetssikring.



Birgitte Fredslund  
Salg, Nonfood+



## Stor interesse for nonfood

Mange bagere benytter sig af vores brede sortiment inden for bl.a. emballager, pynt, etiketter, rengøring, beklædning mv. Den positive interesse bekræfter, at danske bagere lægger vægt på den rigtige emballering af deres produkter for at sikre den gode kundeoplevelse. Vi er klar til at hjælpe med kreative elementer fra vores standard program, samt specialudviklede løsninger.

I artiklen om mersalg kan du læse mere om muligheder og elementer, der kan få din butik til at emme af special butik og hjælpe dig med at fange forbrugerens opmærksomhed.

## Styrkelse af CBP Premium Pro

De første erfaringer er gjort med integration af CBP Premium Pro og POS-TOOL kassesystemet og vi kan allerede nu se, at løsningen gør hverdagen lettere i form af mindre svind, bedre planlægning og meget meget mere for flere bagere.

## Vores passion, din succes.

God fornøjelse med læsningen af Sprød!



Ruben Solsø  
Salg, Bageri





**BAG OM**  
Vores  
kvalitetssikring



## INDHOLD

- 04** **Netværk giver nye ideer**  
Tag med til erfa-møde i Hinnerup
- 12** **Kvaliteten har topprioritet**  
Sådan sikrer CBP kvaliteten af dine råvarer
- 16** **SMAG på Danmark**  
Tema om det bedste bagværk fra alle egne af landet
- 28** **Dragsbæk hæver overliggeren**  
Spændende nyt – med den rigtige smag af smør
- 30** **Skønne opskrifter – til dig fra Dragsbæk**  
Overrask dine kunder med disse nye lækkerier
- 36** **Taste is king**  
Opskrift på brødhapser – det store hit fra messerne
- 40** **Det er blevet meget nemmere at bestille varer**  
Kundernes oplevelse af CBP's opgraderede webshop
- 42** **Bliv lige så speciel, som du er**  
John Jønsson bager med succes
- 46** **Grib salget**  
Sådan får du dine kunder til at købe mere
- 50** **Mindre spildtid og bedre service**  
Få adgang til CBP Premium Pro via kassetterminalen
- 52** **Er du klar til 13. december 2016?**  
Næringsdeklaration på færdigpakkede varer
- 54** **En islænding kom forbi**  
Grib mulighederne, og skab ekstra omsætning
- 58** **Skal du have fat i en voksende kundegruppe?**  
Fuldkorn bliver mere og mere populært
- 60** **Distribution**  
Sidste del af CBP's avancerede logistiksystem
- 64** **Den gode sag gik som varmt brød**  
Over 160 bagere støttede Børnecancerfonden
- 66** **Forbrugertrends**  
Læs den spændende artikel om, hvad forbrugerne vil have

Der tages forbehold for eventuelle fejl i opskrifter, anvisninger mv. Fotos og artikler i SPRØD må ikke benyttes til salgsfremmende virksomhed uden forudgående aftale med redaktionen.

*Klassisk bagværk fra øst til vest*



**BRUG  
HINANDEN!**

**BAGERMESTRE KRYDSEK KLINGER**

# Netværk giver nye ideer

DER BLEV SNAKKET, GRINET OG PRØVESMAGT, DA SEKS  
JYSKE BAGERMESTRE MØDTE TIL NETVÆRKS MØDE I HINNERUP.  
VI VAR MED FOR AT OPLEVE, HVORDAN BAGERE KAN  
INSPIRERE HINANDEN TIL AT BLIVE BEDRE.





**K**lokken er 12.00, da Ruben fra CBP kan byde seks bagemestre velkommen til netværksmøde. Vi er hos Bagergården i Hinnerup, hvor bagemester Jørgen Pedersen har lagt lokaler til tre timers udveksling af erfaringer, opskrifter og røverhistorier i den erfa-gruppe, han er med i.

De fem udefrakommende bagemestre kommer fra nær og fjern, hvilket beviser at erfa-møder er noget bagerne gerne vil prioritere. Deltagerne er:

- **Carsten Strøm Jensen**  
Rådhusbageriet i Skagen
- **Poul Bjerg**  
Hune Bageri
- **Jesper Lumbye Thomsen**  
Bageriet i Nykøbing Mors

▪ **Jacob Overgaard**  
Mester Jacob i Hadsten

▪ **Jesper Sander**  
Bageriet Max i Holstebro

▪ **Jørgen Pedersen**  
Bagergården i Hinnerup

Dagens højdepunkt er en gennemgang af nye spændende brød og kager fra CBP's Holst & Hejini. De to fagkonsulenter har bagt og regeret i Bagergården i Hinnerup op til mødet, og nu er det store bord i bageriet fyldt med lækkert bagværk. Holst & Hejini går i gang med præsentationen.

Der er spændende grillbrød i mange variationer, focaccia med skinke, ost og grønt, frokostpastries med smøreost og forskellig topping – og mange andre kreationer fra konsulenternes arbejde i CBP's testbageri.

Ét for ét bliver produkterne gennemgået i alle detaljer. Der bliver spurgt, smagt og vurderet. Der bliver snuset til surdej, trykket krumme og udvekslet kommentarer.

#### **Værdien af at møde andre bagere**

Undervejs får vi tid til at snakke med gruppens medlemmer om, hvorfor de tager sig tid til at køre langt for at deltage i netværksmødet.

– Det giver rigtig meget at opleve, hvordan andre gør det. Det bliver lidt det samme og det samme, hvis man bare går derhjemme med snuden i dejen hver eneste dag, forklarer Jørgen Pedersen.

– Derfor bruger jeg en del tid på min netværksgruppe. Bare nogle timer sammen som i dag giver mig en masse, for man kan altid lære noget, også selvom man har været i gamet i mange år.

## ”DET GIVER RIGTIG MEGET AT OPLEVE, HVORDAN ANDRE GØR DET”

Carsten Strøm Jensen supplerer:

– Bare det at mødes med de andre banditter her giver en masse. At komme ud og se virkeligheden andre steder giver meget mere end at læse om det. Når vi så ovenikøbet kan få ekstra inspiration som i dag fra Holst & Hejni, er det helt perfekt.

– Vi rejser også ud sammen i vores lille netværk. Vi har blandt andet været i Norge for at møde succesfulde norske bagere, der inspirerede os til nye måder at bage og sælge på herhjemme. Dér fik jeg virkelig noget med hjem.

Poul Bjerg indskyder:

– Man skal ikke kopiere hinanden, men lade sig inspirere. Vores forretninger er vidt forskellige og opererer på meget varierende betingelser. Et par stykker af os ligger fx i turistområder, hvor sæsonudsvingene giver helt særlige udfordringer og muligheder. Og de andre har deres at kæmpe med. Men jeg får alligevel altid noget godt med hjem og bruger gerne tid på gruppens møder og rejser.



TRE TIMER  
MED FULDT  
UDBYTTE

## SKAL CBP BIDRAGE TIL DIN ERFA-GRUPPE?

Vi bidrager meget gerne til at styrke erfaringsudvekslingen mellem danske bagermestre. Når vi deltager i erfa-grupper, kan det fx være med:

- Prøvesmagning af nye opskrifter fra vores fagkonsulenter Holst & Hejni
- Inspiration til butiksudsmykning
- Tips og ideer til udvikling af jeres forretninger
- Dialog om jeres ønsker til os som partner

Hvis du er med i en netværksgruppe, er du velkommen til at kontakte din CBP distriktschef for at høre mere.





*Sprøde tips  
fra de jyske  
bagemestre*

## Få andre til at se på din butik

– Noget af det, jeg har lært som selvstændig bagemester, er, at jeg har brug for andres øjne på butikken. Man kan nemlig godt blive blind for detaljerne, når man selv går i forretningen hver dag.

Jeg har blandt andet brugt en mystery shopper. Dét var en interessant øvelse, der gav en masse nyttige input til, hvordan jeg kunne forbedre kundens oplevelse i butikken. Desuden bruger jeg eksterne specialister til butiksdesign, skiltning, markedsføring osv., for igen hér giver det en bedre kvalitet, når jeg kan sparre med nogen, der kommer med friske øjne udefra.

**JESPER SANDER**

Bageriet Max i Holstebro

## Personalet skal vide meget

– Det er vigtigt altid at huske på, at vi driver specialbutikker som bagere. Det stiller ekstra krav til os. Ikke kun til vores produkter, men også til vores service og ekspertise.

Kunderne interesserer sig meget for produkterne og processerne, og vi skal kunne svare på spørgsmålene, hvis vi vil have respekt som håndværksbagere.

Derfor er det vigtigt at udvælge og træne sit personale med omhu, så vi kan yde service på et højere niveau end i supermarkedets bagerafdeling.

**CARSTEN STRØM JENSEN**

Rådhusbageriet i Skagen





## Cafégæster køber mere

– Vores café er vokset, og vi har efterhånden plads til mere end 100 gæster. Vi har gjort meget ud af kvalitet i alle detaljer og har fx investeret i en ægte barista kaffemaskine, så også kaffen er fra øverste hylde.

Det handler om at give kunderne gode oplevelser. Efter en hyggelig stund hos os sidder tegnebogen lidt løsere, og mange af cafégæsterne skal lige have et brød eller to med hjem.

**POUL BJERG**  
Hune Bageri



## Når du gør det, så gør det 100%

– Som bager i 2016 er man nødt til at udfordre sin egen og kundernes opfattelse af, hvad en bagerbutik egentlig kan tilbyde. I Bagergården kan kunderne selvfølgelig få godt bagværk, men vi har også et caféafsnit og en separat afdeling med frokostretter og tapas, som er blevet et stort hit.

Når man prøver nyt, er det vigtigt at gøre det 100%. Jeg har ansat en professionel kok til tapas og frokostretter, fordi mine kunder skal opleve den bedste kvalitet, uanset hvad de køber i min butik. Det må ikke blive venstrehåndsarbejde, for så kunne kunderne bare købe det i supermarkedet.

**JØRGEN PEDERSEN**  
Bagergården i Hinnerup



## Kom ud i lokalsamfundet

– Vi har valgt at arrangere et motionsløb, som vi kalder "Løb Med Bageriet". Det er blevet et af årets højdepunkter i byen, og i år havde vi mere end 1.000 deltagere!

Vi sørger naturligvis for god forplejning ude på ruten og i mål. Der er sundt og næringsrigt specialbrød, men også lækre kager, for sportsfolk skal jo også have hurtig energi.

På den måde kommer vi ud til vores kunder og får vist, hvad vi kan. Det giver masser af omtale og kunder i butikken, og er alle pengene og arbejdet værd.

**JESPER LUMBYE THOMSEN**  
Bageriet i Nykøbing Mors



## Hver måned ryger det dårligst sælgende ud

– Der skal hele tiden ske noget nyt i en bagerbutik. Hos os sorterer vi med hård hånd i sortimentet og kasserer hver måned de brød og kager, der klarer sig dårligst. Det giver plads til at eksperimentere med nye produkter.

Når man prøver så meget nyt, som vi gør, er der selvfølgelig fiaskoer imellem. Men vi rammer også guld ind imellem, og under alle omstændigheder er det altid spændende for kunderne at besøge vores butik.

**JACOB OVERGAARD**  
Mester Jacob i Hadsten

Ingredienslabels  
i flere farver  
– fra CBP  
Premium Pro!



# Sæt kulør på dine hylder

CBP Premium Pro ingredienslabels tilbydes i flere farver. Du kan tilpasse layoutet til posetop, æske eller standard. Iscenesæt dine produkter, så de tager sig bedst ud i butikken og samtidig opfylder mærkningsreglerne. Etiketlabels med dit logo, pris og produktets ingrediensliste med allergener m.m. opsættes i CBP Premium Pro og udskrives på din labelprinter. Har du ingen labelprinter kan den købes hos CBP.

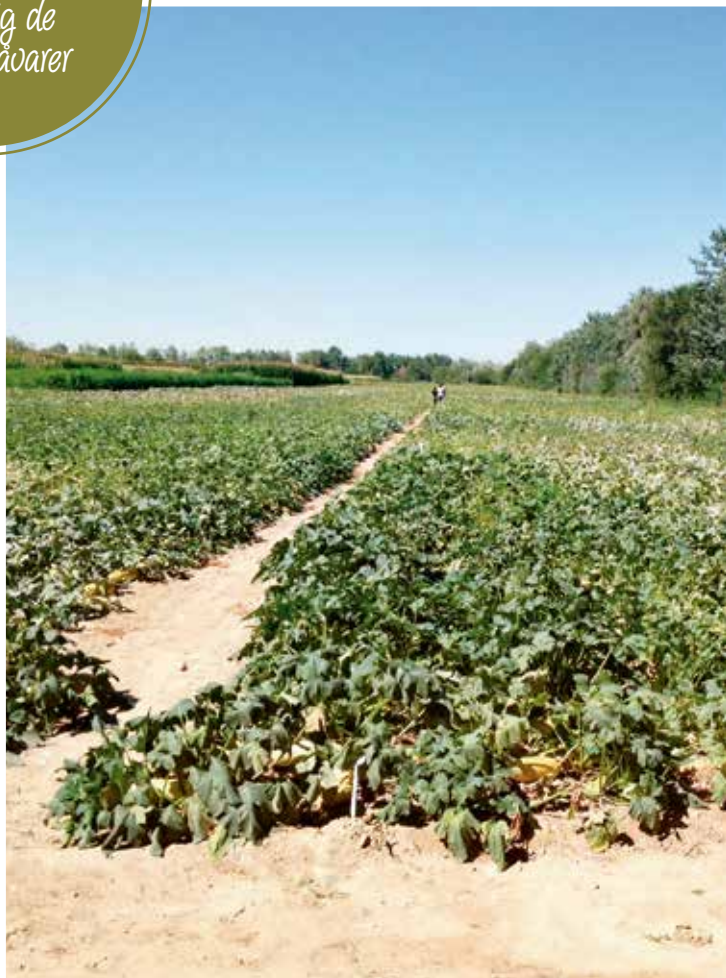


Detaljeret kvalitetskontrol.

CBP går grundigt til værks for at sikre dig de bedste råvarer



God kvalitetskontrol sikrer, at der ikke kommer sten m.m. i græskarsækkene.



# Kvaliteten har topprioritet

## TAG MED PÅ LEVERANDØRKONTROL I KINA

CBP HAR SIN EGEN KVALITETSAFDELING. DEN ARBEJDER HVER DAG FOR AT SIKRE, AT DINE RÅVARER ALTID ER AF BEDSTE KVALITET, UANSET HVORFRA DE KOMMER. I DENNE ARTIKEL FÅR DU ET INDBLIK I AFDELINGENS VIGTIGE ARBEJDE.

**D**e råvarer, du bruger i dit bageri, kommer fra hele verden. Du har måske tænkt over, om de nu også altid overholder de høje krav, som vi danskere stiller til vores fødevarer.

Hvis du er kunde hos CBP, behøver du ikke bekymre dig. Det er vores ansvar som leverandør at sikre, at hver leverance, vi sender afsted, har en høj og ensartet kvalitet.

Vi har vores egen kvalitetsafdeling, der bl.a. har til opgave at sikre, at kvaliteten altid er i orden på de råvarer, vi sender ud til kunderne.

Dette er en vigtig prioriteret opgave hos os, og i vores kvalitetsafdeling arbejdes der dagligt med at teste og dobbelttjekke, at vores produkter lever op til de fastsatte krav.

### Sådan valgte vi leverandører af græskarkerner

Hvordan foregår kvalitetskontrollen i praksis? Vi har talt med kvalitets- og miljøchef Per Martin Jensen og kategorichef Preben Søndergaard Pedersen fra CBP. For eksemplets skyld fortæller de historien om, hvordan de udvalgte og godkendte leverandører af græskarkerner fra Kina.

### GRUNDIG AUDITERING HOS LEVERANDØREN ER DIN GARANTI FOR HYGIEJNISK PRODUKTION

Først slår Preben fast:

– Græskarkerner indgår i en række produkter hos vores kunder. Kvaliteten skal være høj og ensartet, så bagerne altid ved, hvad de har med at gøre, og kunderne altid får en god oplevelse. Derfor gør vi os umage med

at udvælge de helt rigtige leverandører.

### Hvem skal i finalen?

– Første skridt var en forundersøgelse. Den foregik hjemme ved skrivebordet, hvor vi undersøgte, hvilke leverandører der var mulige og relevante at kigge dybere på, forklarer Per.

En grundig undersøgelse af leverandørernes certificeringer blev gennemført, og der blev sendt spørgeskemaer ud til virksomhederne, hvor de skulle svare på spørgsmål om en lang række forhold.

Forundersøgelsen endte med, at CBP udvalgte fire kinesiske leverandører, som umiddelbart så ud til at kunne opfylde kravene for at kunne blive leverandør af græskarkerner.



Shine skin græskarkerner

## FAKTA

Der findes to typer græskarkerner til dit bagværk, "Shine skin" og "Grown Without Shell" (GWS) – dvs. ikke den type græskar vi kender fra butikkerne. Shine skin bliver dyrket i en hvid skal. Kernen er lys grøn i farven og kan afskalles maskinelt. GWS dyrkes uden skal og har en mørk grøn farve.

GWS er større end Shine skin kerner, har et højere olieindhold og er stærkere i smag. Derfor har vi hos CBP valgt GWS som den foretrukne type. Græskarkerner kan være af kvaliteten A, AA og AAA, hvor AAA er det bedste. Kvaliteten afgøres ud fra en sortering på farve og størrelse. Ved A er der variation i farven og størrelse, mens AAA er ensartet i kvaliteten og derfor har en noget højere prissætning. AA og AAA græskarkerne anvendes primært til snack produkter grundet deres udseende.

Forsyningskæden for græskarkerner i Kina er meget lang, specielt set med europæiske øjne. De bliver traditionelt afskibet fra Tiajin eller Dalian mod Europa. Inden kernerne kan sejle verden rundt, er de blevet transporteret helt op til 4.000 km internt i Kina.



Papir er taknemmeligt, og spørgeskemaer fortæller nogle gange det, man gerne vil høre. Derfor er det vigtigt at få syn for sagen. Hos CBP foregår det ved en såkaldt leverandøraudit, hvor vi selv tager ud og kontrollerer, om alt i virkeligheden foregår, som leverandørerne oplyser på papiret – Det gør det sjældent.

### 45 sider spørgsmål

– Vi pakkede kufferterne og tog til Kina for at besøge de fire leverandører af græskarkerner. Hver audit tog cirka halvanden dag, for vi havde en liste på 45 sider med spørgsmål, vi skulle have afklaret efter rundgangen i produktionen, fortæller Preben.

– Vi skulle have konkrete beviser for, at leverandøren gør det, han siger. Vi kontrollerede naturligvis kernernes smag, størrelse, udseende mv., men derudover kom vi rundt om alle mulige forhold som fx produktionsforhold, hygiejne, miljøforhold og arbejdsmiljø – men i høj grad også dokumentation og analysecertifikater relateret til dyrkning og produktion, uddyber Per.

Alle sten blev vendt. Per forklarer:

– Det er en af CBP's styrker, at vi en del af Orkla. Det betyder nemlig, at der bliver lagt seriøse ressourcer i kvalitetssikringen, således at kunderne kan forvente et ensartet og højt kvalitets- og fødevarerikkerhedsniveau på leverancerne.

### Dumpet!

Af de fire mulige leverandører af græskarkerner blev én sorteret fra efter auditeringen. Her manglede der overensstemmelse mellem de fine papirer og de faktiske forhold i virksomheden.

– Vi var de første europæere, der auditerede virksomheden, og de var ikke forberedt på, hvad det indebar at have os på besøg, beretter Preben.

– Ret hurtigt kunne vi se, at standarden var langt under vores krav. Kernerne blev fx ikke håndteret på en fødevarerikker-

heds mæssig forsvarlig måde, så der var en klar risiko for, at de kunne blive forurenede. Der var ingen skadedyrssikring, metal-detektorer blev ikke anvendt og røntgenmaskinen, der skulle opdage og frasortere fremmedlegemer blandt kernerne, virkede ikke.

### Konstruktiv kritik

– Vi så mange brud på fødevarerikkerheden og kunne heller ikke få god dokumentation på de ting, der virkede, fortæller Per.

– Derfor var der ikke andet at gøre end at meddele virksomheden, at den ikke levede op til CBP's kvalitetskrav. Vi afleverede en udførlig rapport, som konstruktivt peger på forbedringsmulighederne, så leverandøren kan hæve sit niveau. Hvis de altså vil.

– Vi var de første europæere, der auditerede denne virksomhed. Det undrede os meget, da de er blandt de største eksportører af græskarkerner til Europa – græskarkerner, der også finder vej til det danske marked, siger Per.

**SKRIFTLIG DOKUMENTATION  
PASSEDE IKKE PÅ VIRKELIGHEDEN!!**



*Grown Without Shell (GWS) græskarkerner*

### Mange dygtige leverandører

– Heldigvis er der mange eksempler på gode og dygtige leverandører, der arbejder seriøst med fødevarer-sikkerhed, kvalitet, miljø, arbejdsmiljø mv. Flere af dem er helt på højde med de bedste virksomheder i Skandinavien og er af egen drift begyndt at arbejde med fx økologi og bæredygtig produktion, siger Preben.

– Så de ér der, de gode leverandører. Vi skal blot gøre os umage for at finde dem og at sortere de dårlige væk undervejs.

### Arbejdet fortsætter

Nu er de bedste leverandører af græskarkerner fundet. Men det betyder ikke, at de kan slappe af. Der vil være en omfattende løbende kontrol, hvor der udtages prøver af hver leverance for at kontrollere produktene for fx indhold af tungmetaller og pesticider, samt at indholdet af bakterier er i overensstemmelse med lovgivningen.

### Next stop Afrika

En af de næste auditeringer skal foregå i Sydafrika, hvor CBP skal have fundet nye leverandører af rosiner, så vi har alternativer klar, hvis fx høsten i Californien svigter. Og snart kan også vietnamesiske kokosleverandører begynde at gøre sig klar til besøg af de danske fødevarer-sikkerheds- og kvalitetseksperter og deres 45 sider med spørgsmål.

## DERFOR GØR VI SÅ MEGET UD AF KVALITETEN

Kunne vi ikke spare de penge, vi bruger på kvalitets-sikring, og sænke priserne på råvarerne i stedet? Nej, for gjorde vi det, ville vi ikke være CBP. Vi ville blot være en almindelig leverandør, der ikke interesserer sig for bagernes succes.

Vi vil være en værdiskabende partner for danske bagere. Derfor opretholder vi en høj kvalitet og fødevarer-sikkerhed, således at du som kunde får:

- Råvarer af høj, ensartet kvalitet, du kan regne med
- Høj leveringssikkerhed, så du får de rette mængder til rette tid
- Sikkerhed for, at produktionen er foregået under ordentlige forhold

Vi gør os umage for udvælge de leverandører, der er bedst gearret til at opfylde vores krav. Derfor er det vigtigt at besøge dem og nøje undersøge, hvordan de sikrer et højt niveau. Besøget giver samtidig den vigtige gevinst, at det bliver nemmere at forhandle gode indkøbsaftaler hjem.

CBP samarbejder med de øvrige virksomheder i Orkla Food Ingredients for at opnå stordriftsfordele på tværs. Og vi udnytter naturligvis vores søstervirksomheders gode leverandøraftaler, når vi kan, for at spare ressourcer.

### Grundige leverandørtjek er en del af vores 2020-mål

Vi gennemfører grundige auditeringer af leverandører, fordi vi vil levere vores kunder sikre og ansvarligt behandlede råvarer af bedste kvalitet.

Arbejdet skal bidrage til at opfylde Orkla Food Ingredients' ambitiøse 2020-mål, der omfatter fire områder:

- Fødevarer-sikkerhed: Vi vil sikre fødevarer-sikkerheden gennem forsyningskæden
- Ansvarligt indkøb: Fokus på bæredygtige forsyningskæder
- Miljø: Vi vil minimere vores miljømæssige fodaftryk
- Næring & sundhed: Vi vil bidrage til en sund livsstil





TEMA



*Klassisk bagværk  
fra øst til vest*

# SMAG på Danmark

---

VI HAR VÆRET RUNDT I LANDET FOR AT GENOPDAGE DET BEDSTE BAGVÆRK FRA DE FORSKELLIGE EGNE. HER FÅR DU OPSKRIFTERNE PÅ OTTE DANSKE KLASSIKERE, DU KAN FRISTE DINE KUNDER MED.



## TEMA

♥♥♥  
Klassisk bagværk  
fra øst til vest

**M**an behøver ikke rejse til det store udland for at finde spændende nye ideer til sit bageri. En tur rundt i det danske land kan gøre det. Vi har nemlig masser af lækre og velsmagende specialiteter herhjemme.

Vores fagkonsulenter Holst & Hejini har haft otte ægte danske klassikere med i bageriet og giver her deres bedste bud på "den rigtige opskrift". Læs videre og lad dig inspirere.

### Danske klassikere er et must for dit bageri

Danskerne elsker at prøve nyt bagværk. Men de elsker også de gode gamle brød og kager, de er vokset op med, og som repræsenterer tryghed og kvalitet.

Derfor skal du have danske klassikere i dit sortiment. Gerne flere af dem og gerne i nye fortolkninger, der løfter dem fra standardniveauet. Det vil dine kunder sætte stor pris på.

### Prøv noget fra en anden egn

Du har sandsynligvis allerede et godt udvalg af sikre, danske hits. Helt sikkert

rugbrød og hindbærsmutter, men nok også nogle egnsbestemte specialiteter som tebirkes eller sutsko.

Hvad med at prøve noget fra den anden ende af landet? Hvem siger, at vestjyder ikke vil være vilde med sutsko? Og måske kan brødtorten slå igennem i København (der er trods alt en del eksilsønderjyder dér)?

### Sutsko

Denne klassiker har vi hentet i Nordjylland, selvom grundideen faktisk kommer fra Fyn. En sutsko er nemlig en brunsviger, serveret som portionskage. Ifølge bagermester Tommy Carlsen fra Sindal er det en traditionel og meget populær morgenkage i det nordjyske. I vores udgave af sutskoen er der tilføjet lidt marcipan, og så har vi brugt smør i stedet for margarine. Derudover er opskriften helt klassisk.

### Fanøkringle

Denne opskrift har vi fået af bagermester Jens Nordberg fra Fanø Bageri. Han fik opskriften af sin mor, som igen havde fået den af sin mor. Fanøkringlen er med andre ord en ægte "husmor-ting", som

Jens udtrykker det. Kringlen kan spises, som den er, men mange kan godt lide den i tynde skiver med koldt smør. Den bages som en stor krans og er således perfekt til kaffeselskaber. Vi har valgt at bruge smør i stedet for margarine i dejen. Men ellers er den originale opskrift intakt.

### Brødtorte

Så er vi i Sønderjylland. Brødtorten (eller rugbrødslagkagen) er en ægte sønderjysk klassiker, som fortjener større udbredelse. "Hemmeligheden" i lagkagen er daggammelt rugbrød, der smuldres i dejen, og som giver et godt bid og en intens smag.

Vi har valgt at udfordre den klassiske opskrift ved at bruge solbær i stedet for kirsebær. Måske får vi nogle sønderjyder på nakken nu, men vi vover pelsen. Og bortset fra det med bærrerne holder vi os til reglerne. Det lyder måske lidt skørt med rugbrød i en kage. Men det fungerer! De er altså ikke helt tossede, de sønderjyder.

### Softkernerugbrød

Rugbrødet er måske det mest danske bagværk overhovedet. Det er brødet, som mange udlændinge ikke forstår, og som



de fleste danskere hurtigt savner, når vi er ude i verden. Derfor skal rugbrødet naturligvis være med i denne kavalkade af danske klassikere. Vores softkernerugbrød er dejligt blødt med mange kerner. En lækker, nærende og mættende basisfødevarer til hverdagen og den festlige frokost. Vi har valgt at bage brødet i en speciel form, der giver et lidt fladere brød med en længere skive.

### Æblekage

På Fyn har vi fundet inspirationen til denne spændende og velsmagende æblekage. Fyn er jo én stor æblehave (lidt romantisk sagt, men noget er der om det). Hvis du spørger os, er æbler perfekte til bagværk. Sylrligheden i frugterne spiller godt op til den søde dej og giver en suveræn smagsoplevelse.

Vi har valgt en bagt æblekage, som består af revne æbler lagt i lag med crumble. Kagen er rigtig lækker, når den serveres med flødeskum, is eller creme fraiche.

### Hindbærssnitte

Danmarks nationalkage? Vi tror det. Alle bagere har den, men også tankstationer

og supermarkeder, så kvaliteten er stærkt svingende. Her er opskriften, hvis du vil gå all-in på hindbærssnittet og give din kunde en uventet god oplevelse.

Vi har bagt linsedejen med smør og peppet hindbærmarmeladen op med friske skovbær for at give karakter til smagen. Også glasuren har fået en anelse smør for at blive ekstra flot og blank. Prøv den! Og glæd dig til at se kunderne komme igen efter mere.

### Tebirkes

Så er vi i København. En tebirkes er en klassisk københavnsk morgenkage, som mange nyder efter rundstykket. Wienerbrødsdej med remonce og birkes – nam-nam. Tebirkes fås også vest for Storebælt, ofte under navnet "københavnner". En tebirkes nydes, som den er. Men der findes også tebirkes-nydere, der putter smør eller endda smøreost på.

Vores udgave af tebirkes er 100% autentisk, da vi har rullet dejen med smør.

### Gammeldags hvedebrød

Hjemme hos mormor igen. En skive hvidt franskbrød med smør og marmelade. Ingen kerner, kun knasende birkes. Dét er ren- dyrket, dansk nostalgi, så fuglene synger.

Nu kan du give dine kunder det gode klassiske hvedebrød. Vi har bagt brødet med mælk, så det bliver tungt og tæt i krummen. Brødet vejer omkring et kilo og føles derfor helt rigtigt for kunden, når det bæres hjem.

### SYNLIGHED I DIN BUTIK MED "KLASSISK" MARKEDSFØRINGS- SPAKKE

Sæt spot på danske klassikere i din butik. Dine kunder elsker historie og autenticitet, og du kan hjælpe salget på vej med vores nye markedsføringspakke med temaet "Danske Klassikere" der indeholder brødskilte, plakater til gaden, A4-skilt til butiksdisk og vinduesklæb.



## Fynsk Æblekage

4 stk. á 550 gram

### INGREDIENSER

#### DK Crumble

##### basisopskrift 1.360 g

1.000 g DK Drys basisopskrift  
300 g DK Rasp basisopskrift  
50 g Urtehave Kanel stødt  
10 g Salt uden jod

Ingredienserne blandes i en skål.

#### DK Drys basisopskrift

1.000 g Daggammelt Rugbrød uden kerner  
200 g Farin Brun

Riv/Hak/Smuldr rugbrødet. Bland med Brun Farin. Fordeles på en plade med papir og ristes i ovnen i 20-30 min. ved 160°C. Efter afkøling pakkes i tætslutende emballage.

#### DK Rasp basisopskrift

10 kg Hvedebrød uden kerner

Skær brødet i små stykker. Indsætningstemperatur: 100°C. Tørres ved eftervarmen, med åbent spjæld.

#### Øvrige ingredienser

1.200 g Ingrid Marie æbler  
500 g DK Crumble basisopskrift  
100 g Saltet smør  
400 g Debic Piskefløde 35%

Æblerne rives på rivejern. 25 g Crumble fordeles i bunden af formen. 150 g revet æble lægges ovenpå. Herefter 50 g Crumble og 150 g flere æbler inden sidste lag Crumble á 50 g. Til sidst smørklatter på toppen. Bages ca. 30 min. ved 160°C. Efter afbagning og afkøling pyntes kagen af med flødeskum/cremefraiche. Kan evt. pyntes med lidt knuste makroner. Formtype: Silikoneform 338 CBP varenr. 48200.

**Opskrift**

i CBP Premium Pro



## Gammeldags Hvedebrød

13 stk. á 1.000 gram

### INGREDIENSER

7.600 g CBP Hvedemel  
 800 g Usaltet smør  
 400 g Flydende surdej, hvede  
 160 g Credifrost Super  
 120 g Kronjäst orig gær  
 80 g Salt m/jod  
 4.700 g Sødsmælk

Alle ingredienser køres sammen.  
 Æltetid 10 min. + 1-2 min. hurtigt  
 (ikke for meget).

Dejtemperatur: 27°C.

Dejen hviler 15 min. på bordet (tildækket). Vejes af på 1.000 g og virkes op og hviler 15 min. igen (tildækket).

Slås op og vendes i blå birkes. 5 stk. sættes i fedtet træramme, raskes 30 min. ved normal temperatur og fugtighed + tørraske under pose. Indsætningstemperatur: 240°C, damp 20 sek. og afbages i ca. 45-55 min. ved 190°C (kan med fordel sættes på køl natten over for bedre smag og skorpe).



Umm, saftigt og lækkert rugbrød.  
Bliover det mere dansk? Nemt at variere med  
fx forskellige kerner og forme.



## Softkerne Rugbrød

9 stk. á 1.100 gram

### INGREDIENSER

*Iblødsætning:*

1.200 g CBP Skåret rug  
600 g Solsikkefrø bakery  
550 g Mørk Brødmalt  
300 g Flydende surdej, rug  
300 g Høfrø 25 kg  
100 g Salt m/jod  
1.700 g Vand

2.100 g CBP Rugmel  
800 g CBP Hvedemel  
600 g Flydende surdej, rug  
70 g Kronjäst original gær  
2.100 g Vand

Iblødsætning foretages dagen før produktion og stilles tildækket i bageriet.

Øvrige ingredienser tilsættes.

Æltetid 15 min. i 1. gear.

Dejtemperatur 29°C. Liggetid 30 min.  
Rasketid: 50-60 min. Raske-temperatur: 36°C, Fugtighed 78%.  
Indsætningstemperatur: 250°C.  
Damp: 30 sek. normal damp. Afbagningstemperatur 180°C. Bages til kernetemperaturen er 96°C.  
På billedet er anvendt aluform m. silikone belægning – varenr. 48143 (skaffevare)

## Fanø Kringle

6 stk. á 400 gram

### INGREDIENSER

1.250 g CBP Hvedemel  
 125 g Stødt Melis  
 125 g Rosiner, Selected, Calif.  
 100 g Saltet smør  
 80 g Kronjäst original gær  
 75 g Citron Rasp  
 50 g Rom ekstrakt  
 50 g Sukat skåret 3x3 mm  
 25 g Vaniljesukker Extra  
 20 g Credifrost Super  
 10 g Kardemomme, Premium  
 10 g Salt uden jod  
 500 g Sødmælk

Dejen æltes skær, æltetid 8-10 min. Dejtemperatur 25°C. Hviler 15 min. som dej, vejes af, virkes op og hviler 15 min. Slåes op som flutes, langes ud og formes som en krans evt. flettet. Raskes 50-60 min. Rasketemperatur 36°C. Fugtighed 80%. Stryges med æggestrygelse, drysses med perlesukker. Indsætningstemperatur 230°C. Bages 10-12 min. ved 200°C.



Sprød og lækker Fanøkringle

## Nordjyske Sutsko

91 stk. á 80 gram

### INGREDIENSER

2.500 g CBP Hvedemel  
500 g Saltet smør  
250 g Æg L 63-73 g  
200 g Stødt Melis  
75 g Kronjäst sød gær  
25 g Salt uden jod  
1.000 g Vand  
910 g KåKå Vaniljecreme  
1.810 g DK Brun Remonce  
(basisopskrift)

### DK Brun Remonce med Kranse XX og smør (basisopskrift)

5.500 gram  
2.000 g Saltet smør  
2.000 g Farin Brun  
1.000 g OM Kranse XX  
500 g Canadisk Ahornsirup  
4 ltr. dunk

Ingrediense (undtagen det tempererede smør) æltes sammen. Smørret tilsættes og dejen æltes skær, æltetid: 8 min. langsom + hurtig. Dejtemperatur: 26°C. Liggetid: 2 x 15 min. Efter 1. liggetid vejes dejen af på 1.500 g og virkes op. Efter 2. liggetid laves dejen til boller, som rulles aflange. Stilles fritstående eller i alubakke. Hviler 10 min. inden der presses en fordybning i midten, hvori der sprøjtes creme og brun remonce. Rasketid: 50-60 min. Rasketemperatur: 36°C. Fugtighed 80%. Bages ved 220°C.

Opskrift

i CBP Premium Pro



Nordjyske Løkkørheder



## Københavnske Tebirkes

120 stk. á 90 gram

### INGREDIENSER

2.500 g CBP Hvedemel  
500 g Æg L 63-73 g  
250 g Flydende surdej, hvede  
150 g Stødt Melis  
100 g Kronjäst sød gær  
20 g Salt uden jod  
1.000 g Vand  
2.500 g Butter Pastry 100%  
3.500 g CBP Indlægsmasse 3  
Basisopskrift  
250 g Hvid Birkes

### CBP Indlægsmasse 3 basisopskrift 3.000 gram

1.000 g OM Bitter 00  
1.000 g Øko Rørsukker  
1.000 g Butter Cake 40%

Dejen køres med kolde ingredienser. Æltetid 3+1 min. Rulles 3x3 med smør/margarine. Hviler 30 min. på køl, inden nedrulning. Dejen rulles ned på 3,5 mm og rullebordets bredde. Deles i tre lange baner og indlægsmasse smøres på. Kanten stryges med vand og lægges ind over hinanden. Trykkes let med rullepind på samlingen. De tre deje vendes om og stryges med vand og hvid birkes drysses på. Skæres på 90 g, raskes ved 32°C og fugtighed 70%. Bages ved 220°C i ca. 12-14 min. Er velegnet til køl/frost.

Bitter 00 og melis røres sammen til en homogen masse. Det tempererede smør tilsættes lidt efter lidt. Røres kun lige sammen.



**TIP!**

Tilbyd "hindbærssnitte kagemand" til børnefødselsdagen – den hitter hos både børn og voksne!

## Klassiske Hindbærssnitte

36 stk. á 105 gram

**INGREDIENSER**

2.000 g DK Linsedej Basisopskrift  
1.000 g DK Hindbærmarmelade  
Basisopskrift  
750 g DK Hvid Glasur Basisopskrift  
50 g Nonpareilles Werner

**DK Linsedej basisopskrift  
6.180 gram**

3.000 g CBP Hvedemel  
2.000 g Butter Pastry 100%  
1.000 g Flormelis  
180 g Æg L 63-73 g

Ingredienserne æltes kun lige sammen.  
Gerne dagen før produktion.

**DK Hindbærmarmelade  
basisopskrift 6.250 gram**

5.000 g CBP Hindbær Lux 55%  
1.000 g Skovbærmix  
250 g Stødt Melis

Skovbærmix og melis koges op. Blandes med hindbærmarmeladen og afkøles.

**DK Hvid glasur basisopskrift  
5.800 gram**

5.000 g Flormelis  
750 g Vand  
50 g Saltet smør

Glasuren røres homogent med lunken vand.

Linsedejen rulles ned på 3 mm og lægges på 2 plader. Umiddelbart efter afbagning, smøres den ene plade med DK hindbærmarmelade. Den anden plade kommes ovenpå, glaseres og drysses med Nonpareilles. Udskæres 4 x 9.

## Opskrift

i CBP Premium Pro

## Sønderjysk Rugbrødstorte

13 stk. á 550 gram

### INGREDIENSER

1.200 g Æg L 63-73 g  
500 g CBP Koldcreme  
500 g Rugbrød (revet)  
400 g Stødt Melis  
400 g Farin Brun  
100 g Kakao 20/22% mørk  
40 g Orkide Bagepulver  
600 g Solbær frugtfyld  
3.000 g DK Brødtorte flødeskum  
Basisopskrift  
300 g OM Valnødder, hakkede  
300 g Chokolade 64% Block

### DK Brødtorte flødeskum basisopskrift 1.200 gram

1.000 g Piskefløde  
200 g OM Valnødder, hakkede

Æggene deles og blommerne piskes med melis/farin. Cremepulver, kakao og bagepulver sigtes og mænges i sammen med det revne rugbrød. De stift piskede æggehvider, vendes til sidst, forsigtigt i dejen. Vejes af på 250 g og smøres ud. Bages ca. 40 min. ved 160°C. Efter afkøling flækkes bunden. Lægges sammen med 50 g solbærmarmelade og 125 g flødeskum m/valnødder. Pyntes med flødeskum m/valnødder, 25 g hakkede valnødder og 25 g revet chokolade. Formtype: Silikoneform 338.



En klassiker fra det  
sønderjyske kaffeboard

### "DET HANDLER OM AT KOMME BACK TO BASIC"

– Vi gik i gang med at udvikle de nye smørprodukter, fordi mange bagere og deres kunder søger tilbage mod basale, traditionelle råvarer. Man stræber efter smag, sundhed og den gode historie.

– Vores ambition var at gøre smør let at arbejde med for bagerne. Det var ikke helt enkelt. Vi var igennem en lang og grundig proces, hvor vi testede adskillige ingredienser, sammensætninger og tilvirkningsmetoder, indtil vi fandt den helt rigtige opskrift. Resultatet er alle anstrengelser værd. Det er lykket at kombinere den gode smag af smør med margarinens nemme håndtering og gode bageegenskaber.

**Peter Wiborg**

Testbager hos Dragsbæk

**NYHED**

fri for E-numre

**MERE SMØR, BEDRE SMAG**

# Dragsbæk hæver overliggeren



NU KAN DU KOMME ENDNU TÆTTERE PÅ DEN ÆGTE SMØRSMAG OG DEN RIGTIGE MUNDFORNEMMELSE. LÆS HER OM DRAGSBÆKS SPÆNDENDE NYHEDER, SOM DU KAN BESTILLE HOS CBP.

**D**ragsbæk er et stykke dansk fødevarerhistorie. Danmarks største margarineproducent har sine rødder helt tilbage i 1923 og har altid været garant for produkter af ypperlig kvalitet. Derfor har vi naturligvis Dragsbæk på hylderne hos CBP.

Nu kan vi præsentere tre gode nyheder fra Dragsbæk. Det er professionelle bageriprodukter med et højt indhold af smør og helt uden e-numre.

**Butter Blend 40% Pastry**

Med 40% har denne blend mere smør end nogen anden bageriblanding på markedet. Det betyder, at smeltepunktet er lavere, at smagen er fantastisk, og at mundfornemmelsen er rigtig god.

Dragsbæk har, som noget unikt, formået at skabe dette blandingprodukt helt

uden emulgatorer, og derfor slipper du og dine kunder for E-numre! Velegnet til alle former for lamineret dej.

**Butter Pastry 100%**

Det perfekte valg, når du vil gå all-in på smør. Butter Pastry 100% er ren smør, som du kan anvende til alle former for laminering – wienerbrød, butterdej, croissanter mv.

Dette produkt har den store fordel frem for almindeligt smør, at det er nemt at håndtere.

**Butter Blend 40% Cake**

Til alle bageprodukter, hvor du normalt ville bruge en røremargarine, er dette nye produkt et godt valg. Smagsoplevelsen bliver langt bedre, og det lave smeltepunkt giver den samme gode mundfornemmelse som smør.

Heller ikke i dette produkt finder du et eneste E-nummer.

**For alle de nye produkter gælder det:**

- Fri for emulgatorer, i modsætning til andre blandingprodukter
- God smørsmag
- Lettere at håndtere end smør, da de er mindre temperaturfølsomme
- Anvendelsestemperatur 14-18 grader

*Fra os til alle jer, der vil have mere smør og mindre E-numre.*



# Skønne opskrifter

– til dig fra Dragsbæk

HER ER NOGLE KNASENDE LÆKRE OPSKRIFTER PÅ BAGVÆRK, DINE KUNDER VIL ELSKE, OG SOM DU NEMT KAN BAGE MED DE NYE PRODUKTER FRA DRAGSBÆK.



## Englændere med frugt

76 stk. á 95 gram

### INGREDIENSER

#### Fordej:

500 g Hvedemel  
500 g Vand  
4 g Kronjäst original gær

#### Croissantdej:

2.000 g Hvedemel (koldt)  
100 g Stødt Melis  
45 g Havsalt uden jod, Fint  
45 g Kronjäst original gær  
1.000 g Vand (koldt)

1.100 g Butter Pastry 100%

#### Fyld:

750 g Bage Cremin Lux  
1.900 g Vand  
1.000 g OM Kranse XX

Alle ingredienser til fordejen mixes sammen til en dej og stilles ved rumtemperatur til næste dag. Fordejen æltes med de øvrige ingredienser til croissantdejen (undtagen Dragsbæk Butter Pastry 100%)

Dejen rulles med Dragsbæk Butter Pastry 100% - dejen rulles 1x4 + 1x4. Den færdigrullede dej hviler ca. 30 min. på køl før nedrulning. Rulles ned til 3 mm og skæres ud i str. 11,5 x 11,5 cm og udstikkes herefter med englænderudstikker. Kanten stryges med vand og stykket foldes.

Efter raskning i 45 min. ved max 30°C (75% fugtighed) sættes de i ovnen ved 230°C (damp i 15 sek.) og bages i ca. 14 min. ved 210°C.

Kranse XX iblandes den færdigrorte creme (cremen kommes i lidt efter lidt så cremen ikke klumper), den sprøjtes på kagen efter bagning (ca. 45 g pr kage), inden frugt eller anden pynt lægges på.

### Opskrift

Se flere Dragsbæk opskrifter i CBP Premium Pro



## Opskrift

Se flere Dragsbæk opskrifter i CBP Premium Pro



## Svenske 8'ere

110 stk. á 83 gram

### INGREDIENSER

#### Wienerbrødsdej:

2500 g CBP Hvedemel

1000 g Vand (koldt)

500 g Æg L 63-73gr.

175 g Stødt Melis

150 g Kronjäst orig gær

20 g Salt u/jod

2500 g Butter Pastry 40%

#### Fyld:

300 g Bage Cremin Lux

800 g Vand

1100 g CBP Hindbær Lux 55%

Hvedemel, koldt vand, æg, gær, sukker og salt blandes sammen og dejen køres skær, men må dog ikke køres for meget. Dejen skal være kold og have samme konsistens som Dragsbæk Butter pastry 40%. Dejen rulles 3x3 med Dragsbæk Butter Pastry 40%. Et stykke wienerdej rulles ned til 8 mm tykkelse og 35 cm bred. Skær af dejstykket strimler á 1 cm bredde. Dej formes som vist på fotoet til ottere. Bage Cremin Lux røres med koldt vand i 3 min. ved højeste hastighed. I den ene ende sprøjtes 10 g creme og i den anden 10 g hindbær. Raskes i min. 30 minutter ved max 30°C (fugtighed 75°C). Wienerbrødet sættes i ovnen ved 220°C og bages i 13-14 min. ved 210°C. Til sidst pyntes kagerne evt. af med hakkede mandler og glasur.

## Wienerbrød m. frugt

201 stk. á 69 gram

### INGREDIENSER

#### Wienerbrødsdej:

2500 g CBP Hvedemel

1000 g Vand

500 g Æg L 63-73gr.

175 g Stødt Melis

150 g Kronjäst original gær

20 g Salt u/jod

2500 g Butter Pastry 40%

#### Linsedej:

1500 g CBP Hvedemel

1000 g Butter Pastry 100%

500 g Flormelis

100 g Æg L 63-73gr.

#### Fyld:

850 g Bage Cremin Lux 25kg

2150 g Vand

1000 g OM Kranse XX 2 x 5 kg

**Linsedej:** Ingredienserne (flormelis, Dragsbæk Butter Pastry 100%, hvedemel og æg) røres sammen. **Wienerdej:** Ingredienserne (hvedemel, koldt vand, æg, gær, sukker og salt) blandes sammen og dejen køres skær, men må dog ikke køres for meget. Dejen skal være kold og have samme konsistens som Dragsbæk Butter pastry 40%. Dejen rulles 3x3 med Dragsbæk Butter Pastry 40%. Linsedejen rulles ned på 3 mm og udstikkes med en Ø9 cm udstikker og placeres i formen. Wienerdejen rulles til 25 cm i bredden og ned til 7 mm tykkelse. Skæres herefter i strimler á 1 cm, rulles som som blonder og placeres i formen. Raskes i ca. 45 min. ved max. 30°C og bages i 14-15 min. ved 200°C. Kranse XX iblandes den færdigrørte creme (cremen kommes i lidt efter lidt så den ikke klumper). Den sprøjtes på kagen efter bagning (ca. 20 g pr kage), inden frugt eller anden pynt lægges på.



## Danske Wienersnappere

15 stk. á 630 gram

### INGREDIENSER

#### Wienerbrødsdej:

2500 g CBP Hvedemel  
1000 g Vand  
500 g Æg L 63-73gr.  
175 g Stødt Melis  
150 g Kronjäst original gær  
20 g Salt u/jod

2500 g Butter Pastry 40%

#### Borgmestermasse:

400 g OM Bitter 00  
400 g Stødt Melis  
400 g Butter Cake 40%

#### Fyld:

1200 g CBP Hindbær Lux 55%

**Wienerdej:** Ingredienserne (hvedemel, koldt vand, æg, gær, sukker og salt) blandes sammen og dejen køres skær, men må dog ikke køres for meget. Dejen skal være kold og have samme konsistens som Dragsbæk Butter pastry 40%. Dejen rulles 3x3 med Dragsbæk Butter Pastry 40%.

**Borgmestermasse:** Bittermasse og stødt melis køres sammen. Herefter tilsættes Dragsbæk Butter Cake 40% lidt efter lidt. Et stykke wienerdej rulles ned 4.0 mm og skæres ud i firkanter á 10,5 cm x 10,5 cm. Midt på dejstykket sprøjtes borgmestermasse i. De 2 hjørner af dejstykket lukkes som vist på foto. Herefter placeres de i en aflang form som vist på foto. Raskes i ca. 45 min. ved max. 30°C (75% fugtighed). Herefter trykkes disse dejstykker i midten og der sprøjtes hindbær i. De sættes i ovnen ved 220°C og bages i ca. 17 min. ved 210°C.

*Tip: For ekstra flotte og luksuriøse Wiener-snapper kan hindbær undlades og efter afbagning pyntes med cremefyld og frisk frugt og bær (som foto)*

## Opskrift

Se flere Dragsbæk opskrifter i CBP Premium Pro



# DRAGSBÆK

since 1923

BUTTER BLEND 40%

PASTRY

DEDICATION.  
19  
23  
INNOVATION.



## Det perfekte valg!

Butter Blend 40% Pastry er det perfekte valg, når det gælder blandingsprodukt til laminering. Butter Blend 40% Pastry består af smør og en blanding af vegetabiliske olier. Den er fri for E-numre og kan anvendes til alle former for lamineret dej, såsom wienerbrød, butterdej og croissanter.

Anvendelsestemperatur 14 -16°C.

Rig på traditioner | **DANSK** PRODUCERET | Stolt håndværk

NYHED



Sælg dem i 20 gram  
stykker i cellokanpose, og  
sæt dem ved siden af dine  
rugbrødschips.



*Sprøde brødhapser med masser af smag fra rosmarin, citron, peber og høsten fra Naturmælk med små salte krystaller.*

**Opskrift**  
i CBP Premium Pro

# TASTE IS KING

Vores brødhapser var et stort hit på FoodExpo og Scandinavian Bakery Fair. Holst & Hejni kunne slet ikke følge med den store efterspørgsel på smagsprøver. Her får du opskriften (igen), så dine kunder også kan nyde de velsmagende lækkerbidder.

## Brødhaps m/høst & kartoffel

700 stk. á 21 gram

### INGREDIENSER

5.000 g Øko. Hvedemel "0" Manitoba  
2.500 g Basisopskrift CBP Økosurdej  
2.500 g Øko. Kartoffel børstede og forkogte  
500 g Øko. Høst fra Naturmælk  
130 g Salt uden jod  
125 g Ireks Øko. Frimat  
25 g Øko. Gær  
3.500 g Vand  
700 g Basisopskrift CBP Øko brødtopping

Basis opskrift på CBP Økosurdej og Økobrødtopping samt arbejdsbeskrivelsen ses på CBP app'en og i CBP Premium Pro.

# IREKS Seeds & Grains

Vegan

*Det perfekte mellemmåltid, godt og lækkert!*



## INGREDIENSER

1.200 g IREKS Seeds & Grains  
200 g IREKS Brot Maltz  
500 g Mandler splitter  
400 g Chokolade stykker  
400 g Kokos  
400 g Rørsukker  
450 g Vand (cirka)

## Seeds & Grains chokobar m/ kokos

88 stk. á 40 gram

Bland alle de tørre ingredienser sammen og tilsæt derefter IREKS Brot Maltz og vand. Det hele røres sammen i max. 1 min. Massen fordeles i kantrammen 20 x 60 cm og glattes ud (opskriften passer til to kantrammer). Bagetid ca. 25-30 min. ved 175°C, indsættes med damp. Skæres ud i 10 x 2,5 cm.

# DET RENE LUKSUS

## Skab blikfang og mersalg med flotte Tall Cakes

Udvid dit kagesortiment med en af de nyeste trends inden for kageverdenen – Tall Cakes. Inspirationen til de opsigtsvækkende kager kommer fra USA, hvor de skaber blikfang på cafeer og bagerier. Hele hemmeligheden ligger i højden, de flotte farver og nemt hjemmelavet pynt, der ligner en million. Perfekt som dessert eller til enhver festlig lejlighed.

Kontakt din CBP distriktschef eller Credin fagkonsulent for mere information.



# ” Det er blevet meget nemmere at bestille varer,”

## DET SIGER BAGERNE OM CBP'S OPGRADEREDE WEBSHOP

Vores webshop blev opgraderet i foråret med praktiske funktioner og nyt design. Formålet var at gøre det nemmere og mere overskueligt at bestille varer.

Nu er der gået nogle måneder med den opgraderede webshop, og den er blevet godt modtaget. De bagere, vi har snakket med, roser den intuitive betjening og de nye funktioner, der gør hverdagen lidt nemmere.

– Vi er meget glade for modtagelsen. Hele ideen var jo at hjælpe bagerne med en smartere måde at bestille varer på, fortæller Henning Limborg, ansvarlig for kundeservice og logistik hos CBP.

– Vi er i fuld gang med at gøre webshoppen endnu mere informativ og brugbar for kunderne. Der kommer flere billeder og varebeskrivelser på, så det bliver nemmere at vælge de helt rigtige produkter, fx kan man også klikke på en kaffekop og se, hvilket låg der passer til.



Smart søgning i webshoppen:

### LEDER DU EFTER JORDBÆRSMAG?

Det er blevet endnu nemmere at finde det, du har brug for.

Du kan filtrere din søgning efter:

- Smag (få fx vist alle produkter med jordbærsmag)
- Symboler (fx økologi eller fuldkorn)
- Tilbud på produkter med kort holdbarhed
- Restsalg af produkter, som udgår af sortimentet





**Shady Hassania**  
Hjertebageren · Køge

– Webshoppen er blevet langt bedre og mere overskuelig. Det er blevet enklere at lægge produkter i kurven og afsende bestillingen, så vi sparer helt sikkert tid og besvær.

**Henrik Jonsbak**  
Det Franske Conditori · Frederiksberg

– En helt klar forbedring. Webshoppen er nem at gå til og finde rundt i. Vi har stor glæde af, at medarbejderne kan lave deres egne lister, som så samles i én ordre til CBP. Min konditor sørger fx for at indtaste sine egne ordrer, som således er klar, når jeg sender bestillingen.

**Marie-Louise Hvidberg**  
Rises Brød · Odense

– Da jeg så, at webshoppen var blevet ændret, tænkte jeg først "Åh gud!" Jeg nåede at tænke, at jeg skulle begynde helt forfra. Men det viste sig hurtigt at være meget nemmere at finde og bestille varer, så jeg kom hurtigt over min skepsis. Det er dejligt, at der er kommet billeder på varerne, og at det er blevet super nemt at bestille via smartphone.

## TIP!

### Ønsker du at fjerne produkter fra genbestillingslisten?

Hvis du lægger alle produkter fra genbestillingslisten i en favoritliste, og fremover kun bestiller fra denne favoritliste, så vil du på den måde have lavet din egen "genbestillingsliste". Den "gamle" genbestillingsliste vil så fremover fungere som dit katalog af produkter, som du kan tilføje til din egen "genbestillingsliste" – det betyder, at du har fuld kontrol over produkter, der skal til og fra genbestillingslisten.

### Lag flere favoritlister

Er dit lager delt op i forskellige områder, det kunne være de tunge råvarer (mel, sukker mm.), de lidt lettere (krydderier, pynt mm.) og evt. emballage, så kan det være en god ide at lave flere favoritlister. Måske er det også forskellige ansatte, som bestiller varer hjem til de enkelte områder – også her er det smart med flere favoritlister.

### Udskriv statusliste

Der skal laves status, og derfor skal du bruge en liste på alle de produkter, du har købt, samt dine kostpriser. Liste kan nemt trækkes fra CBP Webshop. Det eneste, du efterfølgende skal gøre, er at taste antallet ind i listen, så regner arket selv lagerværdien.

## SE VIDEO OM WEBSHOPPEN

På CBP's kanal på Youtube kan du se nogle korte videoer, der viser dig, hvordan du bruger webbshoppens nye, smarte funktioner.

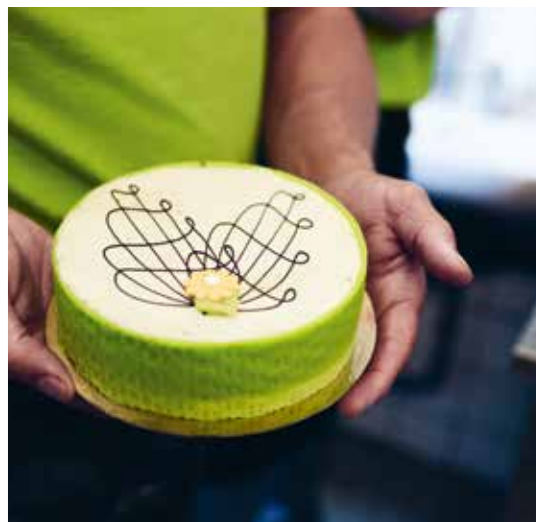


*Oldermanden i  
Københavns Konditorlaug  
deler ud af sine  
erfaringer*

HÅNDVÆRKSBAKER MED SUCCES

# Bliv lige så speciel, som du er

AT VÆRE EN STOR BAGERMESTER HÆNGER IKKE SAMMEN MED, HVOR MANGE M<sup>2</sup>, DU HAR. DET HANDLER, OM HVEM DU ER, OG HVAD DU VIL. HER ER HISTORIEN OM JOHNS KAGEHUS I KASTRUP.



**D**et er ikke plads, bagermester John Jønsson og hans personale har mest af. Blot 80 m<sup>2</sup>, hvoraf de 16 går til butikken.

De snævre rammer er dog ikke en spændetrøje for John, men snarere en dogmeregulering, der hjælper kreativiteten i gang. Det skal vi høre mere om.

Jeg kanter mig forbi bagersvende, ovne og røremaskiner og kommer ud til John i det bagerste rum, hvor han er i gang med at lægge sidste hånd på nogle kringler, der skal være klar til afhentning en halv time senere. Det bliver et stående interview. John har travlt, så jeg prøver at følge efter ham og få stillet nogle spørgsmål til hans forretningsfilosofi, mens han arbejder.

#### Kagerne i første række

Lad os lige få rammerne på plads. Johns Kagehus ligger på en hjørnegrund i et villakvarter i Kastrup og har siden 2001 været rammen for John og hustruen Mariannes bagerforretning. Måske skulle vi snarere kalde den for en kageforretning, for det er dét, der fokuseres på. Johns hjerte har altid

banket for konditorfaget, og da drømmen om egen butik endelig kunne realiseres, skulle kagerne naturligvis have topprioritet.

– Jeg har forklaret det for kunderne på den måde, at vi er ”en kagebutik, der også har brød” i modsætning til de fleste bagerforretninger, der er ”brødbutikker, der også har kager”, fortæller John.

John er oprindeligt bageruddannet, men supplerede sidenhen med konditoruddannelsen. Det skete, efter han var fyldt 40 og havde sin egen forretning. John er nemlig den type, der aldrig holder op med at uddanne sig, og selv i dag, hvor han er i halvtredserne, er han stadig i gang med at udvikle sig.

– Jeg har det i blodet hele tiden at udvikle mig, fortæller John. – Men jeg tror også på, at udvikling er helt nødvendig for at klare sig godt. Der sker så meget spændende derude i verden omkring os, ikke mindst hos kunderne, og vi bagere er nødt til holde os i gang.

#### Egen is og marmelade

Senest har John uddannet sig til ismester og lanceret sit eget ismærke under navnet Jønsson Is. Du kan også købe hans hjemmelavede marmelader i butikken. Alt dette plus et stort sortiment af brød og kager – undskyld, kager og brød – finder vi på de 16 m<sup>2</sup>, John nu engang har til rådighed i butikken.

De nye tiltag, John finder på, er ikke grebet ud af den blå luft. Han arbejder og tænker med udgangspunkt i konditorfaget, og derfor giver både is og marmelade fin mening.

#### Småt er godt

De snævre fysiske rammer passer John fremragende:

– Jeg har da drømt om at have en café inde i byen, og i det hele taget have en større butik. Men hver gang ender jeg med at konkludere, at livet er bedst og enklest, hvis vi bliver her og udvikler på det, vi har. – Hellere smile ud ad et lille vindue end græde ud ad et stort, som han siger.

John har uddannet sig til ismester og tilbyder nu kunderne frisklavet is



## BAGERMESTER MED HOLDNING – BRUGER ØKO MEL FRA CBP TIL ALLE MINE BRØD OG KAGER

### Lukket om søndagen? Skal du have tæsk?

– Vi har endda gjort livet endnu enklere for os selv ved at holde lukket om søndagen. Ja, det gav nogle sure kunder en overgang, og min kone blev faktisk truet med tæv. Hun er heldigvis en gæv amar pige, og vi holdt fast. Og vi har ikke fortrudt siden, for det har givet os tid til familien og til vores sommerhus. Den pris, vi har betalt i form af en mindre omsætningsnedgang, er det hele værd. På den måde er Johns tilgang til bagererhvervet og livet ganske forfriskende. "Mere og større" er ikke løsningen for alle her i vækstprædikanternes tidsalder. Der er masser af kvalitet i at satse på personlig og faglig udvikling fremfor blot flere penge. Deraf Johns motto om at smile ud ad det lille vindue.

### At blive sig selv

Nu er det tid til Johns centrale pointe. Den, han udtrykker i artiklens overskrift. For ham handler succes om at træde i karakter og at vise omverdenen, hvem man er, og hvad man står for. "Bliv lige så speciel, som du er". Det er ren Søren Kierkegaard, blot iklædt bagerforklæde.

Derfor må en bagemester kommunikere sine holdninger. Til medarbejderne og til kunderne. Og også gerne til kollegerne i branchen. John er aktiv i en række branchesammenhænge, bl.a. som bestyrelsesmedlem hos ZBC (uddannelsesinstitution med ungdoms- og erhvervslinjer) og som oldermand i Københavns Konditorlaug (ja, det er ligeså fint, som det lyder). Hvis man vil se forandring, må man træde ind i de cirkler, hvor man har muligheden for påvirke tingene i den rigtige retning. Det er Johns enkle filosofi. I øvrigt er han en mand med et godt snakketøj, og så ender man jo ofte i en bestyrelse eller to.

### John og CBP

For John handler leverandørsamarbejde om tillid, og det har han fundet som mangeårig Premium-kunde hos CBP.

– CBP har alle de rigtige produkter, og de er af samme høje kvalitet hver gang. Det er helt afgørende, at vi kan regne med råvarenes egenskaber fra gang til gang.

– Vi var blandt de første til at bruge CBP Premium Pro, og det er blevet en kæmpe hjælp i hverdagen! Vi har 100% styr på mærkningen med programmet, og vi kan printe vores egne labels med logo og det hele til de færdigpakkede produkter, vi sælger i butikken – fx brødblandinger til hjemmebag, marmelade, rugbrødschips mv.

Derudover har John gjort brug af flere af CBP's nonfood-tilbud: Logodesign (bl.a. til butikkens nye is-brand), påklædning, skiltning mv.

### Der er altid plads til at tænke stort

Da jeg har sagt farvel til John og kantet mig ud af bageriet, er optimismen den dominerende følelse. Tænk, at man kan have så meget virketrang og lyst til udvikling på så få kvadratmeter. Men igen, det hele foregår jo mellem ørerne. Alt det andet er blot praktikaliteter.



## 7 SPRØDE RÅD FRA JOHN

### Vis, at du har holdninger

Hvis du vil noget med bagerfaget, skal du fortælle om det. Dine kunder elsker fagfolk med holdninger, og når de kan mærke ilden i dig, er de klar til at betale ekstra for den kvalitet, du leverer.

### Brug tid på personalet

Instruér personalet grundigt, så kunderne ikke tror, at de handler i Silvan. Du har en specialbutik, og det kræver viden og servicevillighed hos personalet at leve op til forventningerne.

### Kom ud og kig på vinduer

Det er så vigtigt at få inspiration udefra. Tag rundt og se, hvad andre bagere og detailhandlere gør. Det behøver ikke være de vilde ideer – nogle gange kan en lille bitte detalje gøre en forskel hjemme hos dig.

### Deltag i alt, hvad du kan

Kagekonkurrencer er en genial måde at lade sig inspirere på. Det kan virke uoverskueligt i en travl hverdag, men efter min erfaring er konkurrencer noget af det mest udviklende,

jeg har oplevet. Det handler ikke om at vinde, men om at få en masse inspiration med hjem.

### Fokuser på butikken

Min gamle mester lærte mig, at man skulle sætte sin butik i første række. Hvis man begynder at levere en masse ud af huset, risikerer man at kannibalisere på den butik, som skal være det synlige flagskib over for de kunder, der besøger dig.

### Brug skolerne

Bager- og konditoruddannelserne er geniale steder at få viden og inspiration. Brug skolerne, deltag i undervisningen, se hvad lærlingene går og laver. Det er faktisk ret vildt, så dygtige de er.

### Hele sortimentet, hele dagen

Størstedelen af omsætningen ligger mellem kl. 7 og 9. Men det betyder ikke, at vi kun sælger morgenbrød der. Vi har et fuldt sortiment af kager fra morgenstunden, fordi det inspirerer mange af vores kunder til at snuppe noget godt med til eftermiddagskaffen. Mersalg!



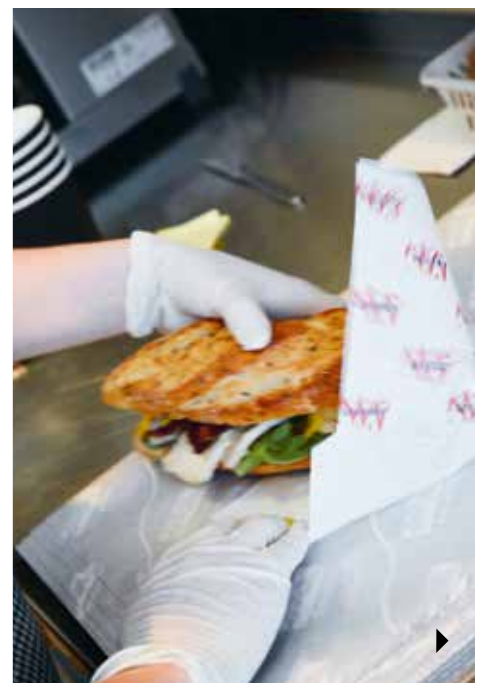
# Grib salget!

**DINE KUNDER ER KLAR TIL AT KØBE MERE**

KUNDEN ER I DIN BUTIK. HUN HAR DANKORTET I HÅNDEN OG ER INDSTILLET PÅ AT BRUGE DET. DU FÅR IKKE BEDRE CHANCE FOR AT SÆLGE MERE – GRIB DEN!



Som bager har du masser af muligheder for at sælge mere til dine kunder. CBP hjælper dig!





**M**ersalg behøver ikke være træls og pågående som på tankstationen, hvor man som kunde tvinges ud i svar som: "Nej, jeg skal ikke have tre franske hotdogs til en halvtredser".

Mersalg kan nemlig også foregå på en enkel og charmerende måde, hvor varerne sælger sig selv, og kunder føler sig beriget og ikke overfaldet.

Det hjælper CBP dig med. Her giver vi dig inspiration til, hvordan du let og elegant får mere ud af dine gode kunder.

### Isenesæt dine produkter i attraktive emballager

Kunden skal blive fristet til impuls køb af dine varer. Pak produkterne lækkert ind og placér dem synligt i butikken, så kunderne ikke kan undgå at se dem. Husk at fylde hylderne op løbende og placér emballagefronten fremad, så hele hylden ser indbydende ud. Smagsprøver giver ofte kunden lyst til impuls køb, samt det er en god måde at få salg i nye produktvarianter.

### Hvilke produkter giver "mersalg"?

Lækre, hjemmelavede produkter og bag selv-blandinger er hits rundt omkring i danske bagerbutikker.

#### MERSALGSPRODUKTERNE KUNNE VÆRE:

- Müsli
- Snacks
- Pølsebrød
- Pitabrød
- Småkager
- Pizzabunde
- Burgerboller
- Rugbrødschips
- Kammerjunkere
- Melblandinger
- Knækbrød

### Farvet ingredienslabels

Som noget nyt kan du nu printe på farvet label fra din ingredienslabel-printer. Det er let og ligetil. Når opskriften ligger i CBP Premium Pro, skal du blot vælge den farve label, du ønsker.

Inden du printer labelen, krydser du af, om den er til posetop, æske eller standard. Skal labelen f.eks. påsættes en posetop, vendes den øverste del af teksten automatisk 180 grader. Herved får din poseindpakning en flot finish med produkt navn og logo på fronten, samt den lovpligtige forbrugerinformation på bagsiden af emballagen.

Hvis du ikke har en label-printer, kan den købes hos CBP.

### Den rigtige emballage

CBP har et bredt udvalg af flotte og funktionelle poser, æsker, plastbakker, bånd, etiketter med mere. Og vi giver dig gerne gode råd og inspiration til iscenesættelse af dine mersalg produkter, så de får blikfang, der frister og giver dine kunder lyst til at købe mere i din butik.

Se hele sortimentet i CBP's Nonfood katalog.





### "VI GIVER KUNDERNE KVALITET OG EN NEM HVERDAG"

Bagergården i Hinnerup bugner af mersalgsvarer. Der er burgerboller, pitabrød, lagkagebunde, småkager og meget andet på hylderne, og i selvbetjeningsfryseren kan kunderne bl.a. finde pizzabunde og kransekage.

Bagermester Jørgen Pedersen fortæller, at mersalgsvarene gør en stor forskel for hans forretning:

– Vi har efterhånden et stort udvalg, fordi vi hele tiden arbejder med at udvikle butikken. Kunderne vil have kvalitetsprodukter, men de vil også gerne have en nem hverdag, og dét kan vi hjælpe dem med på mange måder. Hen over sommeren har vi især solgt mange madboller, burgerboller og pitabrød. Og i efteråret plejer fx brødchips at være en populær hyggesnack, når folk trækker indendøre igen. På den måde er årstiderne med til at bestemme udvalget. Kvaliteten af mersalgsvarene er helt afgørende. Kunderne skal bekræftes i, at det gør en forskel at handle hos os. Derfor besluttede vi for flere år siden at droppe de færdigsmurte sandwich og i stedet smøre dem, når kunden bestiller. Det kræver mere arbejdskraft, men det er det hele værd – kunden får en helt frisk sandwich og en langt bedre oplevelse af kvalitet, slutter Jørgen Pedersen.

### JOHNS MERSALGSHYLDE

I Johns Kagehus i Kastrup møder kunderne en reol med indbydende mersalgprodukter. Perfekt i øjenhøjde og fyldt med rugbrødchips, bag selv-blandinger, kammerjunkere, marmelade og andre lækre sager.

Alt sammen præsenteret i flot indpakning og med Johns egne labels.

– Jeg sælger rigtig meget fra min "mersalgshylde", som jeg kalder den, fortæller John.

– Når kunderne alligevel står og venter i kø, så vandrer øjnene, og hvis man så bliver præsenteret for nogle lækkerbiskner i øjenhøjde, er der ikke langt fra fristelse til dankort.



## FAKTA

60% af de unge forbrugere (18-34 år) ønsker gennemsigtighed og vil vide, hvad der er i de produkter de køber fx proteiner og kulhydrater – derfor stiller de krav til din deklaration (Kilde Retail Institute Scandinavia). Med integration af CBP Premium Pro og POS-TOOL kan du hurtigt slå det op og printe det ud på kundens bon.



# Mindre spildtid og bedre service

**CBP PREMIUM PRO GØR DIT KASSESYSTEM ENDNU KLOGERE**

---

FLERE BAGERE HAR NU FÅET INTEGRERET CBP PREMIUM PRO OG KASSESYSTEMET POS-TOOL BAKER. ERFARINGERNE ER, AT DET ER EN STOR HJÆLP I DEN TRAVLE HVERDAG.



### BAGERNE SIGER:

– Vi har flere afdelinger, og det er vigtigt for os, at vores butikspersonale altid har de helt rigtige oplysninger til rådighed. Derfor er det fantastisk rart, at ændringer i opskrifter øjeblikkeligt bliver opdateret i kassesystemet.

Vi slipper for tidskrævende vedligeholdelse af systemet, da det nu sker automatisk.

#### Morten Holm

*Holms Bageri, København*

– Vi er først lige kommet i gang, men jeg kan mærke, at det bliver en stor hjælp i hverdagen. Fx er det super smart, at vi kan printe næringsindholdet på en bon til kunden – og være sikker på, at oplysningerne er 100% opdateret. Jeg sætter også stor pris på, at systemet hele tiden bliver udviklet. Vi giver løbende feedback til systemleverandøren, som så arbejder videre med detaljerne. På den måde er vi selv med til at skræddersy den perfekte løsning hen ad vejen.

#### Henrik Bendtsen

*Langegade Bageri, Kerteminde*



Som vi omtalte i forrige nummer af Sprød, er det nu muligt at give dine kasseterminaler direkte adgang til CBP Premium Pro.

Det betyder, at fx nærings- og allergendeclarationer kan ses direkte på kasseterminalen, og at dine kunder således kan få øjeblikkelig besked, når de har spørgsmål.

Kasper Lindén fra POS-TOOL fortæller:

– Vi er i fuld gang med at hjælpe bagere i disse uger. Der er stor interesse for at få systemerne til at snakke sammen, så man altid har adgang til opdateret information.

– Den store fordel for bagerne er, at når opskrifterne først ligger i CBP Premium Pro, så kører det hele automatisk. Hvis der fx sker ændringer i sammensætningen af en råvare, bliver det opdateret i opskriften

og dermed i de deklamationer, personalet kan trække fra kasseterminalen. Uden at bageren skal løfte en finger.

– Det giver tryghed for bageren at vide, at alle medarbejdere altid har adgang til de rigtige oplysninger. Fødevarerstyrelsen har særligt fokus på, om man kan oplyse korrekt om allergener, og dér giver det stor værdi for bagerne at få integreret CBP Premium Pro med POS-TOOL Baker, understreger Kasper.

#### Dine fordele

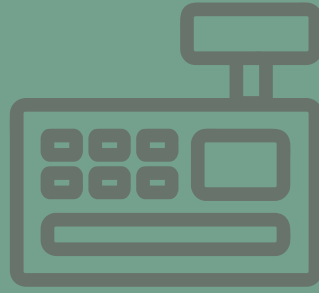
- Du og dine medarbejdere får adgang til alle data i CBP Premium Pro fra kasseterminalen.
- Kunderne kan få øjeblikkelig og korrekt besked om næringsindhold, allergener mv.

- Oplysningerne er altid opdateret.
- Oplysningerne kan udskrives på en bon eller sendes via sms til kunden.
- Terminalen kan udskrive en produktionskladde til næste dag, inkl. angivelse af nøjagtige råvaremængder.

Løsningen kræver kassesystemet POS-TOOL Baker og CBP Premium Pro. Sidstnævnte er gratis for alle CBP Premium-kunder.

#### Hør mere

Din CBP distriktschef kan fortælle dig mere om, hvordan samkøring af CBP Premium Pro og POS-TOOL kan gøre din hverdag nemmere og service bedre.



# Er du klar til 13. december?

## REGLERNE OM NÆRINGSDEKLARATION TRÆDER SNART I KRAFT

NU BLIVER DET OBLIGATORISK AT NÆRINGSDEKLARERE FÆRDIGPAKKEDE FØDEVARER. HELDIGVIS BEHØVER DET IKKE GIVE EKSTRA BESVÆR I HVERDAGEN – HVIS DU ALTSÅ BRUGER DET SMARTE BAGERPROGRAM CBP PREMIUM PRO.

**F**lere bagere har nu fået integreret CBP Premium Pro og kassesystemet POS-TOOL Baker. Erfaringerne er, at det er en stor hjælp i den travle hverdag.

EU-reglerne om fødevarerinformation til forbrugere stiller store krav til håndværksbagerne. I 2014 gjaldt det deklaration af allergenerne, og nu gælder det så næringsindholdet. De nye regler betyder, at alle færdigpakkede fødevarer skal være påført næringsdeklaration med oplysning om energiindhold, mængden af fedt, mættede fedtsyrer, kulhydrat, sukkerarter, protein og salt senest den 13.12.2016.

Det er nærliggende at tro, at kontrollanterne fra Fødevarestyrelsen vil kigge særligt godt efter netop deklarationerne, når de kommer rundt efter skæringsdatoen.

### Overhold loven med CBP Premium Pro

Hvis du bruger bagerprogrammet CBP Premium Pro, får du ingen problemer med at overholde de nye regler. Hvis dine opskrifter ellers er opdateret, skal du blot trykke "print" for at få udskrevet labels med korrekte deklarationer.

Så nemt er det!

### Alt i ét program

CBP Premium Pro er en stor hjælp i hverdagen i et professionelt bageri.

### På basis af indtastede opskrifter og data fra vores leverandører kan du nemt få:

- Beregning af næringsindhold
- Ingrediensliste med allergener fremhævet
- Beregning af fuldkorn og kumarinindhold
- QUID-beregning
- Print af labels i flere farver
- Beregning af kostpris og avance
- Opskrifter fra leverandørerne til inspiration

### Har du ikke CBP Premium Pro?

Vi tilbyder programmet gratis til alle CBP Premium-kunder. Hvis du er interesseret i en hverdag med mindre administrativt bøv, skulle du tage en snak med din CBP distriktschef.



## FREMTIDEN I DIT BAGERI

### Individuelt værdikoncept

Et nyt spændende samarbejde mellem IBA Erhvervsakademi Kolding og IREKS har resulteret i et træningsforløb for bagere der vil mere. Forløbet udmønter sig i et værdikoncept, der er skræddersyet til at udvikle den enkelte virksomhed.

„På baggrund af nogle meget spændende workshops, som vi afholdte i dec. 2015 med en række af markedets innovative bagere og med et hold forbrugere, har vi kunnet stykke et forløb sammen, der på flere fronter favner de udfordringer, som branchen og ikke mindst den enkelte bager står overfor.“ siger René Kristoffersen, Salgschef hos IREKS.

Erik Gamrath, Chefkonsulent hos IBA, fortæller, at der i udviklingen af værdikonceptet vil blive fokuseret på kvalitet, salg og markedsføring, beliggenhed og personlig planlægning i den enkelte virksomhed.

### Et halvt års fokuseret arbejde

Træningsforløbet starter i løbet af efteråret 2016, og det vil være muligt at tilmelde sig enten i Kolding eller Ishøj. Det varer 9 dage fordelt over et halvt år. Undervejs og efter forløbet er der tilbud om rådgivning og coaching.

Det koster 17.250 kr. at deltage - med mulighed for at søge SVU-tilskud, der kan dække udgiften.

Kontakt IREKS eller IBA for mere information.

**Opskriften er enkel – fremtiden skaber du selv**  
Hvis du vil vinde kunderne, skal du selv på banen

Er der forretningsmuligheder,  
der venter på dig i dit lokalområde?





**H.C. ANDERSEN**

sandwich · brød · kager

# En islænding kom forbi

## SUCCES MED LUKSUSBOLLER TIL LOKALE BURGERBARER

CONDITORI & CAFÉ H.C. ANDERSEN I KØBENHAVN HAR FÅET  
EN LUKRATIV EKSTRA FORRETNING SOM LEVERANDØR AF  
BURGERBOLLER TIL TOMMIS BURGER JOINT.

**E**n rigtig islænding i stor sweater kom en dag ind i butikken. Han stak os en ingrediensliste og spurgte, om vi kunne bage gode burgerboller til hans nye burgerbar i København, forklarer bagemester Morten Søgaard om det første møde med Tommi fra den internationale kæde Tommis Burger Joint.

– Ja, det kunne vi da nok finde ud af. Tommi vidste, hvordan bollen skulle være, og hvilke ingredienser der skulle i, men samtidig var han åben for forbedringer.

Morten kastede sig over den spændende udfordring, og i tæt samarbejde med burgerkæden fik han gjort opskriften helt skarp.

– Vi fik justeret lidt på fremstillingsmetoden, og så var den der. Den helt rigtige, luftige og let juicy Tommis-burgerbolle.

### En god forretning

– Det var en sjov faglig udfordring, men det er også blevet en god forretning, så vi leverer nu rigtig mange burgerboller hver dag til Tommis burgerbarer i København og Lyngby. Kunden sætter stor pris på, at vi er stabile leverandører, de kan regne med. Det har faktisk betydet, at vi også har fået opgaven at lave vegetar bøffer til dem – men det er en helt anden historie, smiler Morten.

– Nu hjælper vi også Tommis med at introducere nye bagere i recept og fremstillingsmetode, når kæden åbner i andre

byer, selv på den anden side af sundet. Vi er lige kommet hjem fra Århus, hvor Tommis netop har åbnet, og hvor kunderne skal have den samme gode smagsoplevelse som i resten af kæden. Samtidig er vi også begyndt at sælge burgerboller i vores butik – ikke Tommis opskrift, den er deres, men vores egen, der også er god!

Morten driver Conditori & Café H.C. Andersen sammen med sin mor Mette Søgaard, og de har ansat ekstra arbejdskraft for at kunne servicere den nye kunde. En opløftende historie om, at godt håndværk også er god forretning.



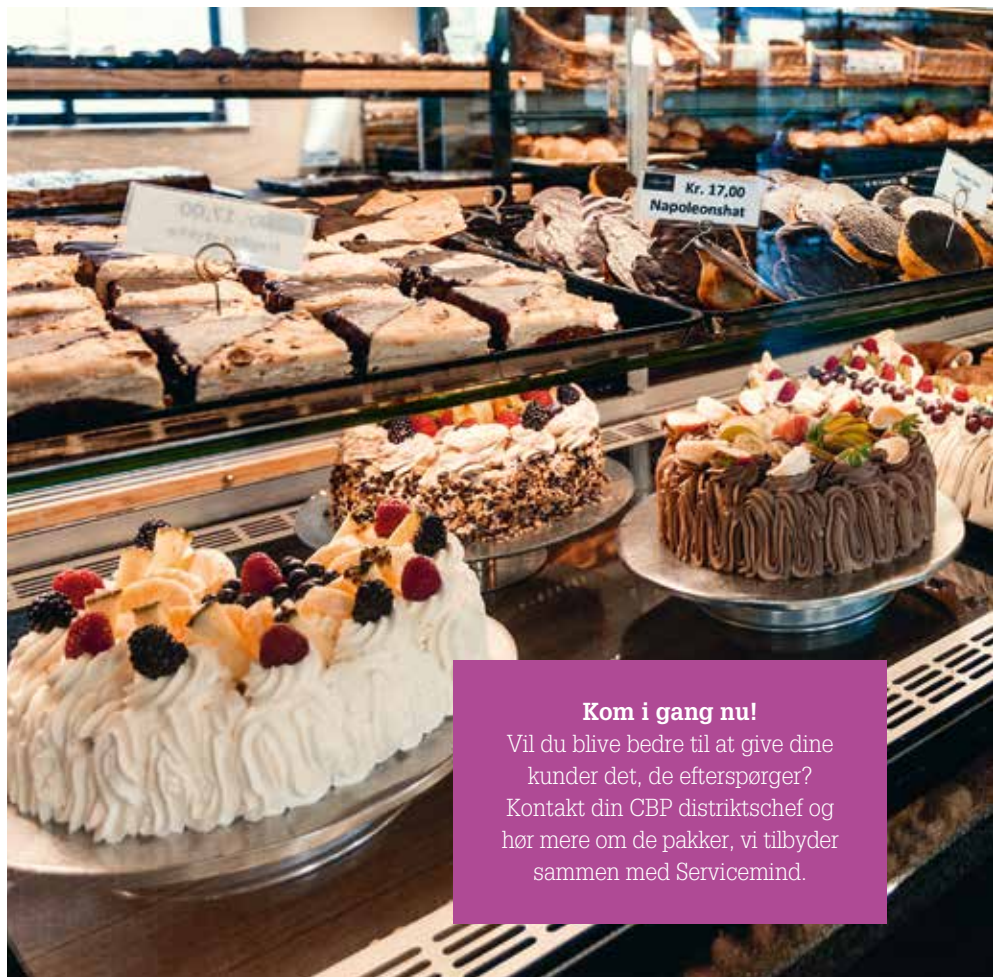
# Viden er vejen til succes

## HVORDAN OPLEVER KUNDERNE DIN BUTIK?

---

HOS CBP GÅR VI MEGET OP I AT HJÆLPE DANSKE BAGERBUTIKKER TIL FREMGANG. DERFOR HAR VI INDGÅET ET SAMARBEJDE MED SERVICEMIND, DER TILBYDER AT UDFØRE MYSTERY SHOPPING OG KUNDEINTERVIEWS, SÅ DU BLIVER KLOGERE PÅ DINE KUNDER.





### Kom i gang nu!

Vil du blive bedre til at give dine kunder det, de efterspørger? Kontakt din CBP distriktschef og hør mere om de pakker, vi tilbyder sammen med Servicemind.

**H**ar du et præcist billede af, hvordan din bagerbutik fremstår i kundernes øjne? Er der detaljer, du har vænnet dig til, som måske i virkeligheden forhindrer dig i at få endnu mere omsætning?

Nu hjælper CBP dig med at se din forretning udefra. I samarbejde med service-specialisterne fra Servicemind tilbyder vi mystery shopping og kundeinterviews. Servicemind er eksperter på området og har 20 års erfaring med målinger hos store og små detailkæder i Danmark og udlandet.

#### Det handler om at få flere loyale kunder

– Vi har gode erfaringer med at hjælpe bagerforretninger til bedre kundebetjening, varespejl og butiksinretning, fortæller Søren Lybye, indehaver af Servicemind.

– Sagen er, at tilfredse kunder ikke er nok. Loyale kunder er meget mere værd. En loyal kunde lægger mange flere omsætningskroner og anbefaler ofte butikken til andre. Dét er mange penge værd og kan som regel opnås med overraskende enkle midler.

– Tag fx en detalje, som at ekspedienten kigger op og får øjenkontakt med kunden, når hun kommer ind i butikken, selvom der er travlt. Så føler kunden sig set og godt tilpas. Det er de fine detaljer, der gør forskellen på kundens oplevelse, og som vi hjælper bagerne med at spotte, uddyber Søren Lybye.

#### Mystery shopping

Hvis du indgår en aftale om mystery shopping, får din butik fire besøg fordelt over maks. et år. Din butik og service bliver vurderet på en række punkter, som du er med til at udforme, så du får svar på præcis de spørgsmål, du har.

#### Dit udbytte er:

- friske, eksterne øjne på din forretning
- en objektiv vurdering af butik, varespejl og betjening
- et konkret udgangspunkt for optimering og træning

– Mystery shopperen besøger butikken fire gange, fordelt over årstider og tidspunkter på dagen. Dvs. at det samlede indtryk ikke afhænger af, hvordan butikken lige fremstod på ét bestemt tidspunkt, fremhæver

distriktschef Andy Dahl fra CBP som en fordel ved aftalen.

– Det er et rigtigt godt tilbud, som jeg anbefaler alle bagere at gøre brug af. At se sin egen butik med kundeøjne er altid en meget interessant og lærerig øvelse, som giver en masse brugbare indsigter til udvikling af butikken og betjeningen, forsætter Andy Dahl.

#### Kundeinterviews

I samarbejde med Servicemind tilbyder CBP også at interviewe dine kunder, så du får et klart billede af, hvordan de oplever butikken, varen og betjeningen. Medarbejderne fra Servicemind står foran din butik i tre timer på to udvalgte dage, hvor der er mange kunder, så de kan indsamle så mange svar som muligt.

#### Dit udbytte er:

- konkret viden om, hvordan dine kunder oplever din butik og service
- viden om den forventning, kunden har, og i hvor høj grad den bliver opfyldt
- et godt udgangspunkt for en snak med personalet om, hvordan I kan blive endnu bedre.



Kilder: Undersøgelsen er gennemført af analyseinstituttet YouGov. Der er i alt gennemført 1037 CAWI-interview med danskere i alderen 18-74 år, i perioden 29. april - 3. maj 2016. Salgstal er fra Nielsen Company. Billeder er fra Fuldkornspartnerskabet.

## SÅDAN LAVER DU EN FULDKORNSPOOLISH

- 1000 gram fuldkornshvedemel
- 1000 gram vand
- 2 gram gær

Det hele blandes sammen, til der ikke er flere melklumper i. Den skal stå i bageriet i 60 minutter, derefter på køl. Poolishen kan laves på forskellige meltyper. Justér med vandet, hvis du bruger fuldkornsmel.



# Skal du have fat i en voksende kundegruppe?

**T**idligere blev fuldkorn forbundet med en kedelig smag, men i dag har kunderne fået øjnene op for fuldkorn. En ny YouGov-undersøgelse fra Fuldkornspartnerskabet viser, at hele 66% af den danske befolkning synes, at fuldkorn smager godt.

## Hvorfor gå i gang?

Ved at bage med fuldkorn får du fat i købestærke kunder. 66% af den danske befolkning kender fuldkornslogoet. 46% af dem, der kender fuldkornslogoet, går efter det, når de handler. I detailhandelen udgør andelen af fuldkornsmærket rugbrød 64% af det samlede salg af detailpakket rugbrød. 29,6% af alt solgt detailpakket lyst brød bærer fuldkornslogoet.

Flere håndværksbagere er hoppet med på fuldkornsbølgen. "Ved at bage og skilte med fuldkorn er det lykkedes at skabe en efterspørgsel hos kunderne" siger Henrik Nielsen, Nielsens Bageri. Når du bager med fuldkorn, giver det dig desuden mulighed for at sætte fokus på den unikke smag i fuldkorn og formy butikens sortiment.

## Smagsfremmere uden salt

Mange håndværksbagere går i stå ved fuldkornslogoets krav til salt. Ved at anvende fordeje, surdeje og poolish tilfører

du ekstra smag til brødet uden ekstra salt. Du kan også eksperimentere med forskellige krydderurter såsom persille, dild og rosmarin.

## Leg med smagen

Forskellige fuldkornsmeltyper giver forskellig smag. Vis dine kunder, at fuldkornsbrød ikke smager af hø. Der er mange muligheder for at lege med smagen. Kombinér fuldkorn med surdeje eller tilsæt kardemomme, chiafrø, usaltet smør, skyr eller gulerødder for at komplementere fuldkornsmagen perfekt. "Det er nemt at optimere din opskrift med fuldkorn, fx ved at erstatte normalt durummel med fuldkornsdurum" siger Michael Hjort, Michael H. Konditoriet.

Udover at være en smagsfremmer giver poolish en saftig krumme og en længere holdbarhed. "Poolish giver en flot og gylden glød på brødet og en tynd skorpe" siger Mikkel Hansen, Pompei. Poolishen kan laves på forskellige meltyper, også fuldkornsmel.

## Reklamér for fuldkorn

Når du bager med fuldkorn, kan du bruge det orange fuldkornslogo, så længe du er medlem af BKD eller partner i Fuldkornspartnerskabet. På den måde gør du det nemt for dine kunder at vælge fuldkorn

først. Læs mere om regler for brug af fuldkornslogoet på [fuld-korn.dk/fuldkornsbager](http://fuld-korn.dk/fuldkornsbager).

## Vi får for lidt

Fuldkorn betyder, at man bruger hele kornet. Også kimen og skaldelene, hvor de fleste fibre, vitaminer og mineraler sidder. Kun 27% af voksne danskere spiser de anbefalede 75 gram fuldkorn om dagen. Siden Fuldkornskampagnen startede, er danskernes gennemsnitlige indtag af fuldkorn steget fra 36 gram til 63 gram om dagen. Håndværksbagerne spiller en afgørende rolle for at få danskerne til at spise mere fuldkorn. Fuldkorn er et af de officielle kostråd.

## Kom godt i gang

En arbejdsgruppe i Fuldkornspartnerskabet har udviklet en fysisk værktøjskasse til håndværksbagere, som gerne vil være fuldkornsbagere. Kassen indeholder blandt andet et hæfte med tips og tricks til at bage med fuldkorn, en skabelon til sigtning af mel på brød med teksten "fuldkorn" samt en film om, hvordan man laver en surdej og en poolish.

*Kontakt kampagneleder Rikke Iben Neess på [rikke@fuldkorn.dk](mailto:rikke@fuldkorn.dk) for at bestille en gratis værktøjskasse.*



## DEL 4 · DISTRIBUTION

## CBP'S LOGISTIKSYSTEM, KORT FORTALT

# Distribution

## SIDSTE ARTIKEL I EN SERIE PÅ FIRE

INTET ER OVERLADT TIL TILFÆLDIGHEDERNE, NÅR VARERNE SKAL FRA CBP'S CENTRALLAGER I VEJLE OG UD TIL KUNDER I HELE LANDET.

**N**år lageret har meldt alle paller klar, kan planlægningen af distributionen begynde. Det sker typisk efter kl. 17.00, fordi det først er her, vi kender det samlede antal paller og de kunder, der skal leveres til.

Nu går distributionsafdelingen i gang med at planlægge leveringerne. Alle ordrene bliver derfor overført fra lagersystemet til transportsystemet "Route Planner".

**Hver dag sin rute**

Det meste af planlægningen foregår automatisk med de oplysninger, der er lagt ind på hver kunde. Det kan være leveringsdag, leveringstid eller særlige forhold omkring leveringen. Hver bil har et område, som den dækker, og som kan være forskellig fra dag til dag.

Vi sammensætter ruterne efter de aktuelle leveringer. Og da det svinger meget, kan ruterne være meget forskellige. Systemet sikrer, at vi altid vælger den mest optimale løsning, således at vi kører så miljø- og omkostningsbevidst som muligt.

Systemet tager ligeledes højde for diesel-forbrug, afstand, hastighed, køre-/hviletid mv., når turene planlægges.

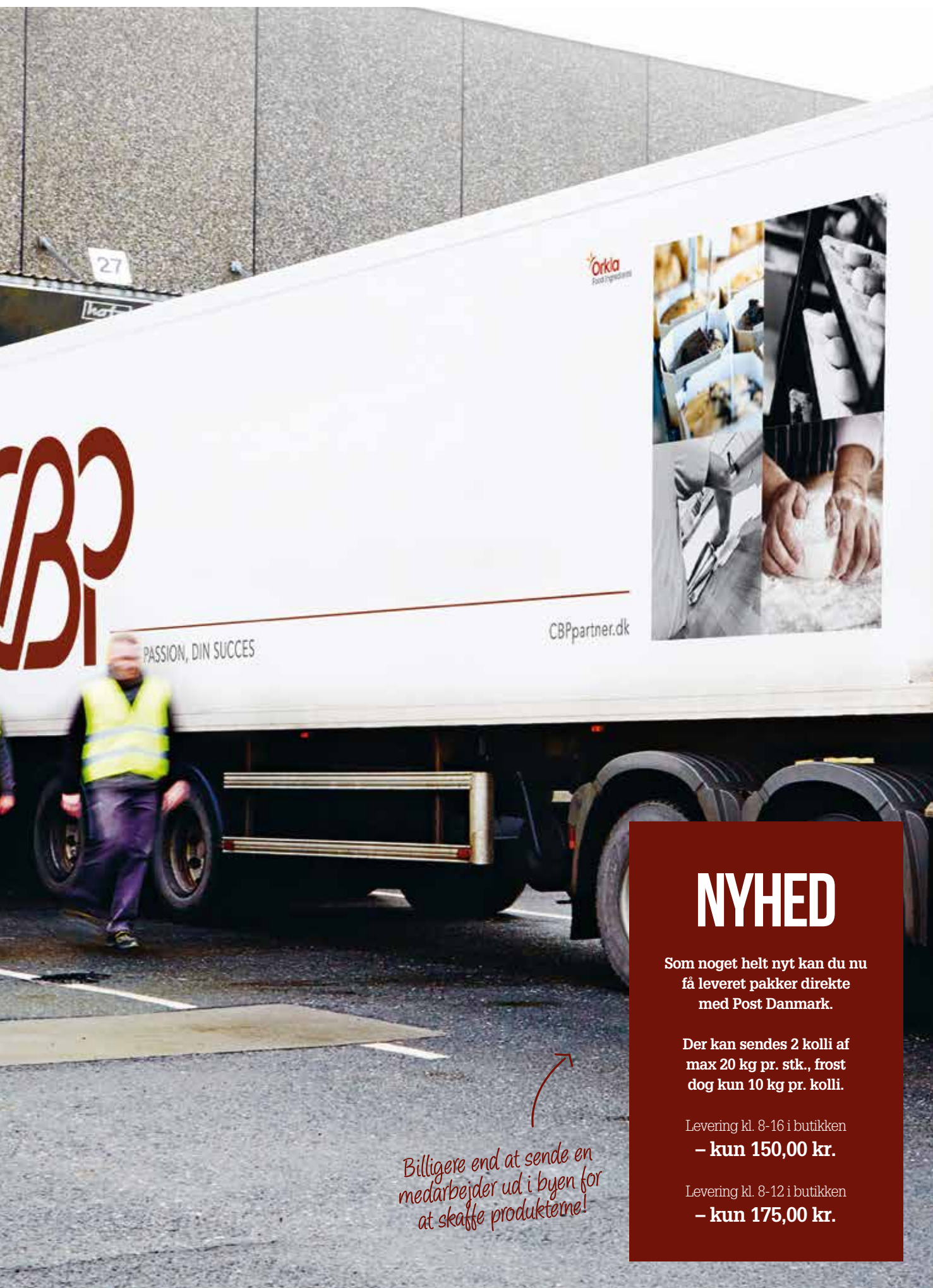
Et eksempel: Nogle dage kan der være flere ordrer til Aarhusområdet, end der kan være på de biler, der normalt kører i dette område. Her vil Route Planner-systemet tilpasse, så biler fra andre områder også kan tage varer med til Aarhus. Herved opnår vi en fuld udnyttelse af vores ressourcer og en sikker levering til alle kunder.

Den sidste tilpasning sker af vores distributionsafdeling, der sikrer, at alt ser korrekt ud, og som derefter udarbejder følgesedler og læsselister til chaufførerne. Først på dette tidspunkt er vi nu klar over, hvornår den enkelte kunde vil modtage sin levering, naturligvis såfremt alt efterfølger som planlagt.

**Navigationssystemet opdateres**

Planlægningen fra Route Planner overføres til navigationssystemet TomTom. Hver bil modtager GPS-oplysninger om ruten, og derefter kan hver chauffør via en smartphone eller computer logge på systemet





## NYHED

Som noget helt nyt kan du nu få leveret pakker direkte med Post Danmark.

Der kan sendes 2 kolti af max 20 kg pr. stk., frost dog kun 10 kg pr. kolti.

Levering kl. 8-16 i butikken

– **kun 150,00 kr.**

Levering kl. 8-12 i butikken

– **kun 175,00 kr.**

*Billigere end at sende en medarbejder ud i byen for at skaffe produkterne!*



og se morgendagens tur. Han kan se sin mødetid, hvilke kunder han skal levere til og i hvilken rækkefølge.

Vi kan følge hver bil i realtid, så hvis en kunde ringer og spørger, hvornår varen ankommer, ved vi altid, hvor bilen er, og hvornår leveringen vil finde sted. Derudover giver systemet os en lang række statistiske oplysninger, som vi efterfølgende bruger til at optimere den daglige drift.

#### **Bilerne læsses**

Lageret har et område, der kaldes "Ranken". Det er det område, hvor de færdigpakke ordre står klar til at blive læsset i bilerne. Her placeres pallerne systematisk i nummererede områder – for eksempel område 503, hvor 5 står for fredag og 03 for område 03.

Oplæsseme læsset bilerne efter læsselisterne fra Route Planner. På hver liste står der, hvor mange paller der er til hver kunde, og i hvilket område pallerne er placeret. Eventuelle frostvarer pakkes først i sidste øjeblik for afgang. Dette sker i et frostskaab med tøris for at holde temperaturen på det tilladte niveau.

#### **Bageren modtager sine varer**

Når bilerne er læsset, stilles de klar til chaufførerne. Læsselisterne lægges i postrummet, hvor chaufførerne henter dem om morgenen sammen med følgesedler og retursedler, så de har ruten på papir i det tilfælde, GPS systemet skulle svigte.

Når chaufføren kommer ud til kunden, trykkes der på "start aflæsning" på bilens TomTom. Chaufføren sætter pallen på kundens lager på den anviste plads. Køle-/frostvarer bliver sat i kundens køle-/frostrum. Følgesedlen afleveres, og chaufføren tager tomme paller med retur. Smartphonen bliver igen brugt til at indtaste antal tomme paller, så disse automatisk kan bogføres i systemet.

Inden chaufføren kører, trykker han "afsluttet" på bilens TomTom, før han fortsætter til næste kunde.

Hver kubikcentimeter udnyttes. Vores vognpark består af citytrailere i forskellige størrelser, så vi kan betjene alle kunder, også i de bynære områder. Vores trailere er opbygget med læssetænger, så vi kan læsse paller i to etager. Derved udnytter vi pladsen optimalt, uden at produkterne skades af tryk under stabling.

Samtidig kan vi have så mange paller med

på de to etager, at vi ikke skal hjem og læsse op en gang til. Derved kan vi bedre overholde vores målsætninger omkring effektivitet og kundetilfredshed.

Som en virksomhed, der sætter miljøet i højsædet, kigger vi også jævnligt på, om vognparken skal udskiftes til mere grønne, miljørigtige køretøjer, der lever op til kravene i vores moderne samfund – selvfølgelig uden at det påvirker leveringssikkerheden og -standard. Pt. lever vores biler op til den strengeste standard for lastbiler, euro 6.

#### **Ordre uden for normal leveringsdag**

CBP's kunder kan selvfølgelig komme til at mangle en vare akut. Vi gør meget for levere så hurtigt som muligt, og i disse tilfælde får vi ofte en ekstern transportør til at køre varen ud til kunderne.

Den eksterne transportør sætter ikke køl og frost på plads, men sørger for, at varen leveres på kundens adresse, hvorefter kunden selv overtager ansvaret.

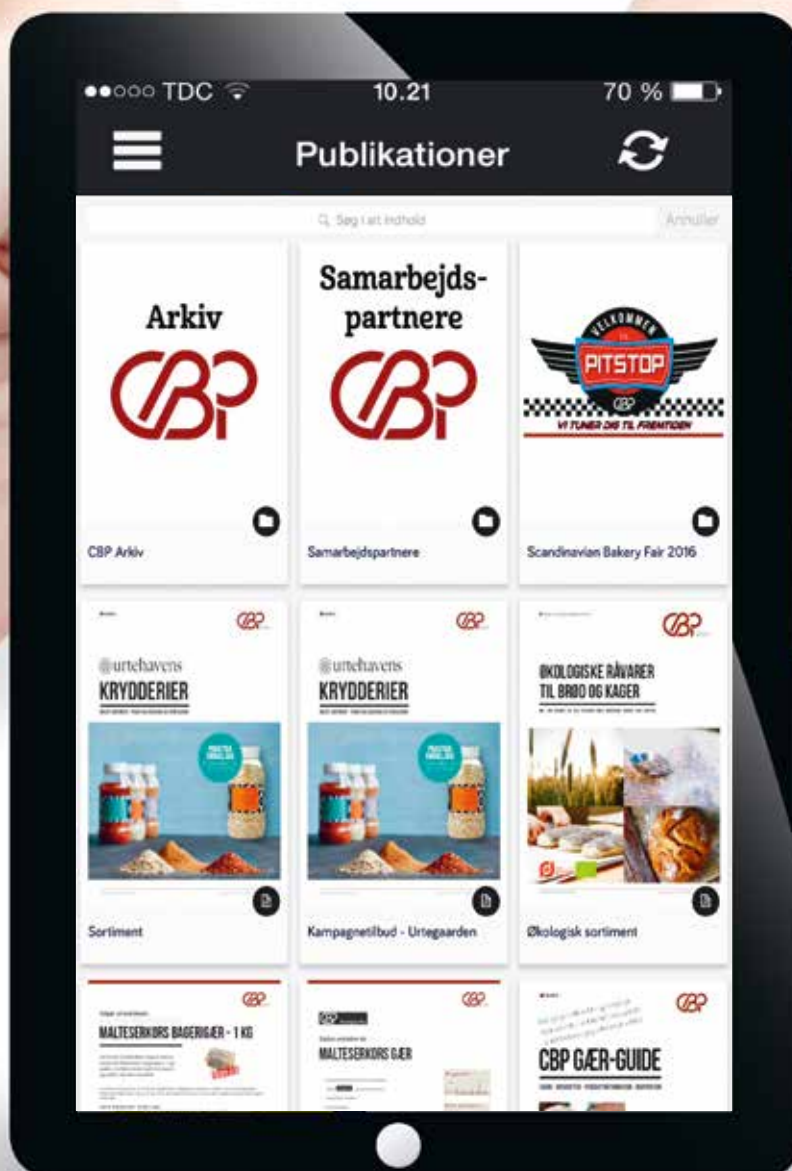
Fragten på disse leveringer betales af den enkelte kunde – dog betaler CBP en større andel af omkostningen, jo større ordre der afgives. Devisen er, at jo flere kilo, vi sælger, jo flere penge er der også til at betale for fragten.

# Klik, klik... arhh, okay...

## VED DU, HVOR MEGET VIDEN DU HAR I LOMMEN?

CBP's smarte app er din lille hjælper i hverdagen. Her finder du kataloger, opskrifter og meget mere med blot få klik.

Du har alligevel din smartphone eller tablet ved hånden i dagligdagen, så hvorfor ikke bruge CBP's app, når du har brug for viden i en snæver vending?



### BRUG APP'EN, NÅR DU SKAL HAVE HURTIG ADGANG TIL:

- Inspiration og opskrifter
- Nodfood-kataloget
- Magasiner
- Kampagner
- ...og meget mere



### SCAN KODEN OG HENT APP'EN NU

– og nyd at have hurtig hjælp lige ved hånden. App'en fungerer lige godt på smartphone og tablet – og uanset, om du er til Apple eller Google.



# Den gode sag gik som varmt brød

## DANSKE BAGERE STØTTEDE BØRNECANCERFONDEN

MERE END 160 BAGERE VAR MED I KAMPAGNEN FOR BØRNECANCERFONDEN HEN OVER SOMMEREN. VI HAR SNAKKET MED EN HÅNDFULD AF DEM OM DERES ERFARINGER.

**V**i mødte stor opbakning, da vi lancerede sommerens store kampagne for bagerne tidligere på året. Nu er kampagnen på sit sidste, og det er tid til at gøre resultatet op.

Kampagnens initiativtager, bagemester Thomas Brogaard Grisell fra Tinglev, opsummerer således:

– Mere end 160 bagere deltog i kampagnen, og alene dét var en stor succes. Med et samlet indsamlingsresultat på over 230.000 kroner har vi bagere og CBP ydet Børnecancerfonden en stor håndsækning i deres vigtige arbejde.

### Stor succes i Tinglev

– Her i vores forretning gik kampagnen over al forventning. Vi bestilte kampagneposer hjem fem gange, og vores dygtige piger gav den virkelig en skalle over for kunderne.

– En af hemmelighederne bag succesen

var, at vi gjorde det enkelt for kunder og personale. Uanset, hvad kunden skulle have, spurgte vi: "Skal du have den med flag i? Så støtter du Børnecancerfonden med 3 kroner". Alle produkter over 10 kroner kunne fås med flag.

– Rigtig mange kunder valgte at købe produkter med flag, og ovenikøbet puttede de mere end 4.000 kroner i de indsamlingsbøsser, vi havde i butikken, fortæller den stolte bagemester.

Thomas gjorde sit hjemmearbejde med interviews til TV Syd, omtale i lokale og regionale aviser og markedsføring på bageriets Facebook-side.

### Hver krone tæller, så bliv gerne ved

– Den enkelte bager kan sagtens fortsætte kampagnen lidt endnu, da vi stadig har brødposer og brød-/kageflag på hylderne, så tøv ikke med at bestille, siger Christina Deleuran, der er ansvarlig for markedsføring hos CBP.

*Kampagnen blev en succes!*

**MERE END KR. 230.000  
SAMLET IND**

Vi har kunnet bidrage til Børnecancerfondens vigtige arbejde med et beløb, der virkelig gør en forskel. Alt sammen takket være det arbejde, de mange dygtige bagere har udført for den gode sag.

Vi overvejer positivt at gentage kampagnen næste år.



**BAGERNE SIGER:**

– Vi har selv en dreng med leukæmi, og derfor gik vi 100% ind i kampagnen. Vi véd alt om, hvor vigtigt et arbejde Børnecancerfonden gør, og det ville vi selvfølgelig støtte. Vi udvalgte en kage eller et brød hver dag, som kunderne kunne købe for at støtte sagen. Og vi lagde jævnligt billeder på vores Facebook-side. Det fungerede rigtigt godt. Da vi offentliggjorde kampagnen på Facebook, fik vi 474 delinger, 651 likes og hele 38.000 visninger. Det var langt mere end nogensinde før. Og vi solgte rigtig meget – også den nye skærekage, vi bagte til lokale firmaer. Den største firmakage var til 175 personer, og det gav 525,- i støtte i ét hug.

**Michael Ketelsen**

*Migges Bageri & Konditori, Sydals*

\*\*\*

– Vi valgte en lidt anden tilgang. I stedet for at sælge udvalgte brød til en højere pris, spurgte vi simpelthen alle kunder, om de ville hjælpe os med at støtte Børnecancerfonden med 3 kroner. Uanset, hvad de købte. Vi havde selvfølgelig pyntet butikken godt op og skrevet om kampagnen på Facebook, så kunderne var forberedt. Langt de fleste reagerede positivt på opfordringen til at støtte, og mange gav 10 og 20 kroner ekstra.

**Bent Kofoed**

*Kinglevrideren, København*

\*\*\*

– Vi lancerede nye brød og en ny tærte til kampagnen, og de gik rigtigt godt. Folk tømmer vores butik hver dag uanset hvad, så noget mersalg har jeg ikke kunnet registrere. Til gengæld har jeg fået en supergod reklameværdi og glæden ved at støtte en god sag.

**Brian Nielsen**

*Gorms Bageri, København*

\*\*\*

– Kampagnen har givet rigtig meget godt til butikken. Alle kunderne var positivt indstillet over for sagen, og de tog godt imod de støttebrød og -kager, vi tilbød. Ud over kagerne havde vi indsamlingsbøsser i butikken, og kunderne har været flinke til at putte ekstra penge i dem.

**Claus Knudsen**

*Højvangs Bageri & Konditori, Esbjerg*

\*\*\*

– Vi fik rigtig meget god omtale ud af kampagnen, bl.a. en fin artikel i den lokale avis. Næste år er vi helt klart med igen, men så vil vi nok bruge vores egne produkter i stedet for at introducere nyheder, som vi gjorde i år. Så tror jeg, vi kan sælge mere.

**Claus Andresen**

*Bager Andresen, Skærbæk*





# Forbrugertrends

— SÅDAN UDNYTTER DU DEM I DIN BUTIK

---

*Af Stine Lomholt, Retail Institute Scandinavia*



Foto: Duffs Cakemix

**D**er har været skrevet om det før i Sprød, men det kan ikke gentages for tit. Vi lever i en tid, hvor fremtiden for håndværksbagerne afhænger af, at den enkelte bager finder sit ståsted i lokalområdet. Godt købmandsskab og passion for faget er bærende elementer for succes, men indsigt i forbrugerne og evnen til at tilpasse sig tidens tendenser sikrer dig de sidste skridt mod en succesfuld forretning. I denne artikel får du de bærende trends inden for forbrugeradfærd. Og du får også et bud på, hvad du kan gøre for at imødekomme forbrugernes behov.



Foto: Duffs Cakemix

**01: SHOPSOCIALIZE** dækker over forbrugernes behov for at indgå i meningsfulde relationer, når de handler. Engagement, oplevelser og co-creation er i fokus, og her kan forbrugere interagere og engagere sig. Community Hubs (lokale mødesteder) skyder frem som de nye butikksformater, der skaber rum for interaktion og involvering.

▪ **Edutainment** uddanner og underholder forbrugeren på én og samme tid. Her er fokus på indhold og oplevelser, og gennem events, kurser og in-store-promotion lærer forbrugeren, hvordan produkter kan bruges på nye og andre måder. Samtidig tilføres en social dimension, hvor forbrugere kan interagere med personale, eksperter og hinanden og dermed opleve et styrket tilhørsforhold.

▪ **Crowdsourcing** involverer forbrugere i tilblivelsesprocessen. Når forbrugeren engagerer sig som medskaber, styrkes relationen til butikken. Fra at være passiv til at blive aktiv, fra kunde til medskaber, tilføres butikken en social og meningsfuld dimension, der kan opbygges til at blive stærk og afgørende for fremtidige forbrugsvalg.

#### Det kan du gøre:

Indret caféområde i din butik, der opfordrer til hygge og socialt samvær. Lav kundearrangementer med workshops i

forskellige discipliner inden for brød og kager f.eks. kagedekoration. Lad dine kunder være med til at bestemme, hvilke brød og kager der skal være en del af det faste sortiment. Lav en lille smagsboks forbrugere kan købe og efterfølgende stemme om, hvilken variant de ønsker i fast sortiment. De kan måske også komme med input til navn.

#### Case

Duff's Cakemix i Los Angeles er en kombination af konditori og værksted. Kunderne vælger en kage, der allerede er lavet og skal derefter kun selv dekorere den. Bagefter kan de stolt tage deres værk med hjem. Da Anthon Berg i sin tid skulle skifte chokolader ud i Guldæskan, spurgte man først forbrugere via Facebook, hvilke smage de kunne tænke sig. Derefter blev der udviklet seks valgmuligheder, der igen kom til afstemning blandt forbrugere.

#### FAKTA

Når der handles dagligvarer er oplevelser og inspiration af afgørende eller stor betydning for 34,1 pct. af de danske mænd og for 46,1 pct. af de danske kvinder.

Kilde: Når mænd og kvinder shopper, Retail Institute Scandinavia 2014

**02: YOUNIVERSE** handler om, at vi tager ansvaret på egne skuldre. Vi skal alle være med til at gøre kloden til et bedre sted at være. It's cool to care og ressourcebevidsthed og social ansvarlighed er i centrum. Butikken skal give forbrugeren mulighed for at tage et meningsfuldt og ansvarligt valg – livsstilsforbrug med god samvittighed.

▪ **Sustainability** er en trend, der stadig bliver konverteret til nye formater. Miljøbevidstheden har nået nye højder, og fokus er på ressourceforbrug og processen fra jord til bord. Ud ryger det kunstige og forarbejdede, og ind kommer det naturlige og rene. På samme måde har madspild og fødevarer af lokal oprindelse vundet en central placering i forbrugernes bevidsthed.

▪ **Responsibility** handler om, at butikken kan udvise samfundsansvar, hvor italesættelsen og profileringen er afgørende for at opnå forbrugernes sympati.

#### Det kan du gøre:

Vis dine kunder, at du tænker på miljøet, og at du også har fokus på madspild. Du kan lave mindre enheder, så de sidste stykker brød ikke ender som tørre skorper i skraldespanden hos forbrugeren. Nogle bagere har succes med at sælge brød fra dagen før til nedsat pris – det indikerer samtidig også, at brødet i montren er friskbagt. Indret et område i butikken til salg af lokale fødevarer, honning, marmelade, pesto etc.

#### Case

Wefood på Amager sælger overskuds- og ukurante madvarer, som de får fra etablerede supermarkeder. Overskuddet går til Folkekirkens Nødhjælp. I efteråret 2016 åbner Wefood en ny butik i København og i 2017 endnu en i Aarhus. Pret A Manger, der har base i England, hjælper de hjemløse ved at donere alt det mad, der ikke er solgt i løbet af dagen, til dem. Target i USA har differentierede priser på deres jordbær afhængig af friskheden.

#### FAKTA

41,9 pct. af danskere mellem 25 og 33 år ønsker mere økologi, når de handler. 37,7 pct. af dem vil gerne købe varer, der er produceret lokalt og 33,9 pct. ønsker at købe mindre pakninger. Hver syvende Generation Y-mand (18 til 34 år) vælger indkøbssted ud fra butikens økologiske sortiment.

Kilde: Forbrugerundersøgelse Ebeltoft Group/Retail Institute Scandinavia

**03: BODYCENTRIC** dækker over forbrugernes stigende fokus på sundhed og styrke, der placerer kroppen helt centralt i adfærd og forbrugsvalg. BodyCentric handler om at give forbrugeren kontrol over egne spise- og levevaner, så der kan

tages bevidste oplyste valg. Treat your body as if it belongs to somebody you love!

▪ **Transparens** er et afgørende parameter for de stadigt flere og flere foodies: forbrugere med informationshunger, der går op i madlavning, ernæring, fødevarerens kvalitet og -oprindelse. Disse forbrugere kræver gennemsigtighed og kontrol med, hvad de køber, tilbereder og spiser.

▪ **MeConomy** betegner forbrugernes mulighed for at holde "økonomiregnskab" med fødevarerindtaget. "Nu lever jeg sundt i løbet af ugen – så kan jeg med god samvittighed spise kage i weekenden." Eller "Jeg har lyst til en snele – det er OK, for jeg skal ud at løbe senere – så bliver den forbrændt."

#### Det kan du gøre:

Brug CBP Premium Pro til aktivt at informere dine kunder om næringsindhold og allergener. Sæt skilte i montren, der viser næringsindhold. Lav smagfulde og mættende produkter, der egner sig til on-the-go situationen. Gerne med kalorieindhold på 100-150 kcal – så kan det bruges som mellemmåltid.

#### Case

Starbucks har i mange lande et skilt i montren, der sammen med prisen viser næringsindholdet i produktet. I den Korea-baserede juicebar Beeskete vælger kunder-



ne selv, hvilke tre ingredienser de vil have i deres juice. Derefter får kunden en slip med næringsindhold og vitaminer for den pågældende juice, og hvis kunden ønsker denne juice, laves den med det samme af personalet med friske ingredienser.

## FAKTA

Halvdelen af de danske forbrugere (51 pct.) synes, at indholdet af tilsætningsstoffer er vigtigt for deres valg af fødevarer

Kilde: Forbrugerundersøgelse 2016, Ebeltoft Group/Retail Institute Scandinavia.

sætter scenen for en lettere og enklere hverdag. Effektivitet og enkelhed er efterspurgt, og med convenience-koncepterne oplever forbrugeren at blive hjulpet og aflastet i en travl og kompleks hverdag, uden at der bliver gået på kompromis med kvaliteten.

▪ **Simplicity** er en overvejende trend, som sættes i forbindelse med rigtig mange dele af detailhandlen. Det enkle og overskuelige – ofte i kombination med en god storytelling – sætter scenen for mange valg i hverdagen. Less is more, og er det ikke nemt, smart og hurtigt nok, søger forbrugeren hastigt videre.

▪ **Subscription-economy** er i raketfart og tilbyder forbrugerne kvalitet, inspiration og aflastning. Ready to... rocks – og det har skabt grobund for et væld af abonnementsordninger, der har gjort koncepter bl.a. indenfor eating out at home populære.

### Det kan du gøre:

Hjælp dine kunder til at undgå køen i butikken ved at koble dig op på online salg med afhentning i butikken fx via Zerved appen. Lav et ready to-sortiment, hvor du gør store dele af arbejdet for kunden, som selv lægger sidste touch på derhjemme.

### Ready to...

– ...*bake*: Lad kunden hente en koldhævet dej til brød og boller, som de selv bager derhjemme.

– ...*decorate*: Lad kunden købe en færdig kage med fondant eller icing samt et dekoreringskit.

### Abonnementsordning

- Fredagsmenuen – godt brød til middagen fx burgerboller eller flute, desserten til kaffe og lidt sødt til filmen
- Weekend-kasse, der leveres i weekend-morgenerne med friskbagt brød, wienerbrød, juice, ost, etc.
- Søndagskagen
- Sandwich night – til den dag i ugen, hvor det er svært at nå at lave mad

### Case

Zerved er en app, der hjælper forbrugerne til hurtigere enklere ekspeditioner. Forbrugeren vælger den pågældende butik i app'en, vælger fra menuen, bestiller, betaler og afhenter herefter deres bestilling i butikken. Med Joe & the Juice-app'en kan du forudbestille og betale din mad – så står den klar, når du kommer. Du bestemmer selv, om du spiser i caféen eller tager maden med.

The Cravory Cookies i San Diego har lavet en Teaser Box, der købes som abonnement. Hver måned modtager abonnenterne "cookies of the month"-boksen. Den indeholder seks forskellige smagsvarianter, og man kan vælge mellem seks, tolv eller 24 småkager. Seks småkager koster 11,95 \$ (ca. 78 kr.).

## FAKTA

Danskerne er vilde med abonnementsordninger, hvor især måltidsløsninger driver udvalg og vækst. Aarstiderne var først på markedet og har i de sidste år oplevet intensiveret konkurrence fra Ret Nemt, Skagen Food og Kokkens Hverdagsmad. Alligevel havde Aarstiderne i maj 2015 oplevet en vækst på 25-30 pct det seneste år ifølge Mette Andersen, kommunikations- og marketingchef i Aarstiderne.

Kilde: Berlingske Tidende 15. maj 2015



Foto: Mark Morgan Trinidad



Foto: Retail Institute Scandinavia



# Økologi lavet fra bunden



## Økologiske basisprodukter fra IREKS

På baggrund af 5 basisprodukter

ØKO-FERTIGSAUER  
ØKO-BROTMALZ  
ØKO-RUGOMALT  
ØKO FRIMAT og  
IREKS BIO RUGSUR

Har vi udviklet en række opskrifter på lækre, økologiske special- og rugbrød. Vi håber, at du kan bruge dem som inspiration.

Giv dine kunder den  
økologi de gerne vil have

- og få din andel af det  
voksende marked

## Salget af økologi stiger markant

Danske forbrugere køber økologi som aldrig før. Tal fra Danmarks Statistik viser, at salget af økologiske varer er steget med 12 procent fra 2014 til 2015. Det betyder, at Danmark fortsat er det land i verden, hvor andelen af solgte økologiske fødevarer i detailhandlen er højest. Og det forventes at udviklingen fortsætter.

Stigning i salget af økologiske varer viser at danske forbrugere er klar til mere økologi, mener de hos Landbrug & Fødevarer.



## Fleksibel med økologi lavet fra bunden

Vi ved at du brænder for at udvikle dine egne kvalitetsbrød. Derfor er vi glade, for at vi kan tilbyde en række økologiske basisprodukter, der giver dig friheden til at lave det, du er bedst til: Lige netop dé brød i dén gode kvalitet, der passer til din butik.



IREKS BAGECENTER  
SKANDINAVIEN  
Broenge 13  
2635 Ishøj  
DANMARK  
Tel.: +45 43718270  
Fax: +45 43718370  
info@ireks.dk  
www.ireks.dk

  
**IREKS**

Kvaliteten i dine kager giver

# GLADE KUNDER



Du er der for at gøre dine kunder glade.  
Vi, hos Odense Marcipan, er her for at gøre dig glad.

Brug Odense Marcipan. Ikke kun i dine kager, men når du har brug for ny inspiration, nye opskrifter, nye oplevelser og flere tilfredse kunder i butikken.

Vi har spurgt dine kunder, og 69 % mener, at ingredienser fra Odense Marcipan vil give dine kager et positivt løft.\* Så synliggør det i din butik.



Odense Marcipan A/S · Toldbodgade 9 - 19 · DK-5000 Odense C  
Tlf. +45 63 11 72 00 · [www.odense-konditoriet.dk](http://www.odense-konditoriet.dk)

# SAMMEN SKABER VI DIN SUCCES

## SALGSAFDELING



**Andy Dahl**  
Distriktschef

Jylland  
Tel. 2168 9229



**Erik Larsen**  
Distriktschef

Fyn  
Tel. 2340 5771



**Kim Møller Jensen**  
Distriktschef

Jylland  
Tel. 2340 5761



**Henrik Schjøtt**  
Distriktschef

Sjælland, Lolland, Falster  
Tel. 4079 4396



**Jan Wagner Jensen**  
Key Account Manager

Sjælland  
Tel. 2035 5055



**Johnny Larsen**  
Distriktschef

Sjælland  
Tel. 8130 6093



**Kaj Schultz**  
Distriktschef

Jylland, Bornholm  
Tel. 2946 1044



**Klas Nørskov**  
Key Account Manager

Sjælland, Grønland  
Tel. 2145 8715



**Hejni Andersen**  
Fagkonsulent

Jylland, Fyn  
Tel. 2287 9228



**Villy Ebsen**  
Distriktschef

Jylland  
Tel. 2340 5772



**Lars Kier**  
Salgschef

Tel. 2677 8300



**Thomas Holst Meulengracht**  
Fagkonsulent,  
Sjælland, Bornholm,  
Lolland, Falster  
Tel. 3055 4655



**Regine Klausholm**  
Produktspecialist NF+  
Key Account Manager

Tel. 2043 5874



**Casper Krogh Olesen**  
Produktspecialist NF+  
Key Account Manager

Tel. 2362 6988



**Ruben Solsø**  
Business Unit Manager

Bakery  
Tel. 2494 2499

## KUNDESERVICE

### Kontakt til kundeservice

Tel. 7642 4242 · [cbp-kundeservice@CBPpartner.dk](mailto:cbp-kundeservice@CBPpartner.dk)



**Lene Frederiksen**  
Teamleder



**Kate Nielsen**  
Kundeservice



**Ea Jensen**  
Kundeservice



**Mads Jacobsen Hansen**  
Kundeservice



**Gitte Dahl**  
Kundeservice



**Henning Limborg**  
Kundeservice- &  
logistikdirektør



**Britt Rasmussen**  
Kundeservice



**Eva Stensgaard**  
Kundeservice

