

SPRØD

Nr. 5 · 2017 · CBP Magasin for bagere og konditorer

Bagermester
Johannes Hesselund fra
"Det Rene Brød"

NØJAGTIG INFORMATION

- er god service!
Få CBP Premium Pro
data på dit kasseapparat

KEND OS PÅ KVALITETEN

Tag med til kvalitets-
sikring i Sydafrika

Hurtige måltider hitter

OPSKRIFTER PÅ VELSMAGENDE CONVENIENCE PRODUKTER

Vores passion, din succes...

TEMA

SMAG
på farten...

Alt det du har brug for

CBP ER HÅNDVÆRKSBAGERENS FORETRUKNE PARTNER

Så er vi klar med femte udgave af Sprød. Vi har glædet os til at dele ideer, opskrifter og bagerportrætter med dig, og du kan nu kaste dig over en række spændende artikler, der forhåbentlig inspirerer dig til at forny og udvikle din forretning. Vi modtager mange positive tilbagemeldinger på vores portrætter af danske bagere, og derfor er der denne gang to artikler i serien, "Bager med succes", som fortæller vidt forskellige historier fra Aalborg og København.

Vi holder din finger på pulsen

Som kunde hos CBP har du føling med udviklingen. Vi gør os umage for at inspirere dig gennem dette blad samt på vores populære fyraftensmøder, men det stopper ikke her. Som noget nyt arrangerer vi i sensommeren en inspirationsrejse til Amsterdam, hvor vi skal suge til os af nye ideer og møde spændende mennesker. Læs mere inde i bladet og meld dig til, inden pladserne er væk.

Er du klar med hurtig mad til dine kunder?

Opskrifterne i dette magasin har "Smag på farten" som tema. Conveniencebølgen er over os, og dine kunder efterspørger sund og nem mad, de kan tage med på farten. Vi giver dig opskrifterne, så du kan komme godt i gang og tilbyde et vel-smagende alternativ til de færdigpakkede produkter, som dine kunder ellers vil købe i supermarkeder og på tankstationer.

Du skal have fokus på at være en god bager

Vores formål er at hjælpe dig til succes som håndværksbager, ikke kun i form af nye og spændende opskrifter og koncepter, men også med et bredt og velassorteret nonfood sortiment, som bl.a. gør din hverdag nemmere ved emballering og salg af dine produkter i butikken. Vi glæder os over, at stadig flere kunder vælger at købe deres emballageprodukter samt øvrige nonfood sortiment hos os og dermed opnår fordele ved at samle indkøbet. Vi vil fortsat arbejde med at udvikle og udbygge vores sortiment, så det dels tilgodeser vores kunders eksisterende behov, dels kan give inspiration til morgendagen.

Har du besøgt os i Vejle?

Vi nyder at tage imod gæster til en præsentation af, hvad vi står for, og hvad vi tilbyder vores kunder.

CBP-huset er åbent for alle, der går op i godt bagerhåndværk, og du er også meget velkommen. Kontakt din CBP distriktschef og aftal et tidspunkt for et besøg.

Vores passion, din succes

God fornøjelse med læsningen af Sprød!



Birgitte Fredslund
Salg, Nonfood+



Ruben Solsø
Salg, Bageri





18



36



INDHOLD

- | | |
|---|--|
| <p>04 Bageren der nægter at blive eksklusiv
Johannes Hessellund bager økologisk med succes</p> <p>08 Her er håndværket i centrum
CBP's nye innovationscenter i Valby</p> <p>10 Produktnyheder
Spændende nyheder til brød og kager</p> <p>14 Nøglehulsmærket – så nemt er det
Nu er det også tilgængeligt i CBP Premium Pro</p> <p>16 CBP fyraftensmøder
Få inspiration til bageri og butik</p> <p>18 Tema: SMAG på farten
Velsmagende opskrifter til dine travle kunder</p> <p>34 Produktnyheder
Emballager til din mad på farten</p> <p>36 Kend os på kvaliteten
Tag med CBP på kvalitetssikring i Sydafrika</p> | <p>42 Modvind gør stærk
Fra bageri til madbutik i Snejbjerg</p> <p>46 Mærk forretningen
Jan Haals er bager med succes</p> <p>50 Lær at lave kransekage på den nye måde
Tag med på kursus</p> <p>53 At rejse er at blive klogere!
Kom med CBP på inspirationsrejse til Amsterdam</p> <p>54 Forny din bagerbutik
Nyhed – CBP samarbejder med Spectar</p> <p>58 En smilende kunde kommer igen
Tid til salgstræning med fokus på service?</p> <p>62 Klar besked er god service
Nem adgang til CBP Premium Pro med POS-TOOL</p> <p>66 Kunder elsker oplevelser og gode historier
Læs om de nyeste trends i detailbranchen</p> |
|---|--|

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.



ØKOLOGISK HÅNDVÆRKSBAKER MED FREMGANG

Bageren der nægter at blive eksklusiv

FRA HASHRYGENDE HIPPIE TIL LEDER AF EN MODERNE BAGERVIRKSOMHED MED SEKS BUTIKKER. JOHANNES HESSELLUND SÆLGER ALDRIG UD AF SINE PRINCIPPER. VI SNAKKEDE MED DEN KONSEKVENTE OG INSPIRERENDE BAGERMESTER.



Når man, som Deres udsendte, har en svaghed for hindbærsmutter, er det oplagt at sammenligne bagere på den lille lækkerbid. Således også denne solbeskinnede dag, hvor jeg træder ind i butikken Det Rene Brød på Østerbro i København.

Midt i det flotte udvalg af brød og kager finder jeg de økologiske spelt-hindbærsmutter. Præcis! Velkommen til Østerbro. Jeg kigger på prisskiltet og studser lidt. Nå, det skal prøves, og jeg bestiller kagen og en kop kaffe.

Mit ærinde: Jeg skal interviewe Johannes Hessellund, der driver Det Rene Brød sammen med Ting. Det Rene Brød er en økologisk bagervirksomhed, som ejer seks butikker i det centrale København med butikken på Rosenvængets Allé på Østerbro som hovedkvarter.

Vi har sat os på det trange kontor. Johannes læner sig tilbage i stolen og går i gang med at berette om starten på sit bagereventyr.

– Ja, begyndelsen var seriøst langhåret. I slutningen af 1980'erne boede jeg i et kollektiv, hvor vi fik ideen at starte et økologisk bageri sammen. Ingen af os var uddannet i den retning, og i det hele taget vidste ingen af os ret meget om bagerhåndværket. Men én af os kunne en tysk opskrift på honning/salt-hævet brød, og det var nok til at tænde ideen i os.

”VI OVERVEJEDE DA OGSÅ AT OPGIVE FLERE GANGE, MEN VI VIDSTE IKKE, HVAD VI SÅ SKULLE LAVE”

– Det handlede om idealisme, men også om at finde en levevej. Vi var meget lidt velhavende og var nødt til at skaffe os en fornuftig indtægt. Og det med håndværket var vi ikke så nervøse for. Det var vores plan at lære faget ved at arbejde med det. I øvrigt ville vi lave noget helt andet brød end det, de almindelige bagerbutikker tilbød der sidst i 80'erne.

– Vi fandt et egnet lokale her på adressen og gik i gang med at reetablere det bageri, der havde været tidligere. Og i april 1988 kunne vi slå dørene op for ”Det Rene Brød”, som tilbød 100% økologiske brød og kager.

At starte økologisk bageri i 1988 var vel mere idealisme end gennemkalkuleret ”business strategy”? Der går alligevel en del år, inden den økologiske bølge for alvor blev mainstream...

– Jo, det var hårdt, og der gik ikke lang tid, før mine partnere begyndte at falde fra. Det stod snart klart for os, at det ville blive en lang og sej kamp at drive en anderledes bagerforretning. Selv i her København.

– Efter nogle år var der kun min hustru Ting og mig selv tilbage. Vi overvejede da

også at opgive flere gange, men vi vidste ikke, hvad vi så skulle lave. Så vi kløede på, selvom det var svært.

Vi lavede en del fejl dengang. Ikke at jeg fortryder noget, for du er nødt til at prøve tingene af. I halvfemsere åbnede vi for eksempel butikker i Roskilde og Kastrup, og det var alt for tidligt. Vi blev nærmest stenet hjem til indre København. Siden da har vi holdt os til de centrale bydele.

Hvad var vendepunktet for Det Rene Brød? Hvornår tog den brede befolkning økologien til sig?

– Det kan jeg sige ret præcist. Det var nemlig i 2006, hvor Al Gores dokumentarfilm ”En ubekvem sandhed” kom frem. Filmen gjorde verdens klimaproblemer til allemandseje, og pludselig blev økologien stueren, så at sige. Rigtig mange så filmen, og næsten alle hørte om den og forstod budskabet.

– I 2006 havde vi tre butikker, der hang i med neglene. Nogenlunde samtidig med Al Gores film flyttede vi to af butikkerne til bedre placeringer, så da bølgen ramte, var vi godt rustet til at tage imod den. I løbet af ganske få måneder så vi omsætningen stige markant, og siden da er det næsten uafbrudt gået fremad.

– Ikke at det er blevet pærenemt. Slet ikke. De senere år er supermarkederne blevet ret hidsige med deres nye brødkoncepter, ▶



og vi skal være på dupperne hele tiden. Sådan er det nok bare at være bager.

Hvordan driver I jeres forretning i dag? Og hvordan skal den udvikle sig fremover?

– Vi har en klassisk mand- og koneforretning, kan man sige. Jeg har primært fokus på bageriet, produkterne, råvarerne og håndværket. Der er masser at gøre, for vi kan blive langt mere effektive i vores produktion. Det arbejder jeg hårdt på for tiden.

”VI ER HELE TIDEN KLAR PÅ AT PRØVE NYT FOR AT HOLDE OS SELV OG BUTIKKEN I GANG”

– Ting tager sig af butikkerne. Hun sørger for, at æstetikken er i orden, så kunderne bliver tiltrukket og straks mærker den hyggelige stemning. Faktisk tror jeg, at stemningen kommer før brødet for mange af vores kunder. Hvis man oplever god stil og en hyggelig atmosfære i vores butikker, slår kunden sig ofte ned uden at have set

nærmere på vores udvalg. Derfor er Tings arbejde meget vigtigt for Det Rene Brød.

Ting nikker, men hun mener dog også, at evnen til at forny produktudvalget er vigtig:

– For tiden fokuserer vi på at udvide vores frokosttilbud. I en af vores butikker afprøver vi et sortiment af salater, suppe og rugbrødssandwich – og det er alt sammen vegetarisk, fordi det matcher vores profil, forklarer hun.

– Der er også morgenmad og brunch på vej. Og så har vi en fornuftig nebengesjæft med at levere brød og kager til hoteller, cafeer og restauranter. Vi er hele tiden klar på at prøve nyt for at holde os selv og butikken i gang.

Jeg tager den sidste bid af den meget velsmagende øko-spelt-hindbærssnitte. Og er nødt til at spørge til prisen. 13 kroner er nemlig forbavsende billigt, når man tager produktet og adressen i betragtning.

– Vi nægter at blive et eksklusivt bageri, selvom vi kunne, forklarer Johannes. Alle skal kunne handle hos os, og derfor har vi helt bevidst sat priserne så lavt, vi kan. Det Rene Brød er vokset op nedefra, og vi vil være der for de mange gode mennesker, vi har lært at kende i gaden.

– Vi er ikke en forretning, der er her for at trække penge ud af folk. Vi er en del af det lokale samfund, og vi ønsker at bidrage positivt. Derfor har vi lave priser, og derfor tilbyder vi vores butikker som medborgerhuse, hvor man gratis kan låne lokalerne om aftenen – fx til foreningsmøder.

– For at kunne holde priserne nede er vi forsigtige med omkostningerne. Vores kunder skal ikke betale for et fancy hovedkontor eller unødvendigt høje huslejer. Kun for godt, økologisk bagværk.

”VI ER EN DEL AF DET LOKALE SAMFUND, OG VI ØNSKER AT BIDRAGE POSITIVT”

Det lyder jo vældigt idealistisk. I ikke lyst til at blive rige? Drømmer I ikke om, at en investortype en dag kommer forbi med en pose dollars og en plan om en landsdækkende kæde?

– Jo, vi ville da gerne have en endnu bedre og større forretning. Ikke så meget for pengenes skyld, men for at kunne gøre endnu mere af det, vi drømmer om. Det kunne for eksempel være fantastisk at etablere kooperative bagerier rundt omkring i de små byer, hvor butikkerne dør, og befolkningen mangler kvalitetsbrød. At se vores navn rundt omkring i landskabet er en stor drøm.

– Så jo. Hvis der kom en god mand med alle de rigtige holdninger til godt brød, bæredygtighed og samfundsansvar, er vi til at tale med. Men hvis hans idegrundlag ikke matcher vores, kan han glemme det.

"CBP'S ØKOLOGISKE SORTIMENT ER BLEVET STORT OG GODT"

– Læg mærke til, at vi tænker bæredygtighed i alt det, vi gør. Vi er langt fra perfekte, men er dog kommet et stykke vej. Strømmen, der bruges i vores butikker, er grøn vindmøllestrøm. Bilen, der kører rundt mellem adresserne er en elbil. Og det brød, vi ikke kan sælge i løbet af dagen, leveres om aftenen til en biodynamisk landmand, der bruger det som dyrefoder.

Tilbage til nutiden: Det Rene Brød har CBP som hovedleverandør. Hvordan fungerer det for en virksomhed som jeres?

– I lang tid havde vi mange forskellige leverandører. Måske 10-12 stykker. Det var meget tidskrævende, men vi havde ikke noget valg, fordi ingen kunne levere et fuldt økologisk sortiment. Det var nu også fedt at have mange kontakter, for vi blev altid lidt klogere, hver gang vi snakkede med fagfolk om råvarer og opskrifter.

– Nu er CBP vores hovedleverandør. Det økologiske sortiment er blevet stort og godt, og vi kan spare tid og penge ved at samle vores indkøb der. Vi skal snart i gang med CBP Premium Pro, så vi får samlet vores opskrifter i et system, der kan beregne næringsindhold, fuldkorn, allergener og alt det andet, vi skal have styr på som bagerforretning.

– Det er perfekt, at CBP kan hjælpe med lovræset. Det er blevet ret besværligt at være bager med alle de regler, vi skal leve op til, så Premium Pro er en god håndsrækning i hverdagen.

Samtalen fortsætter. Ting og Johannes taler videre om deres holdninger til bagerfaget og om principdrevne virksomheders mulighed for at ændre samfundet i en positiv retning. Da jeg endelig siger farvel til bagerparret, er det med den opløftende indsigt, at idealisme og forretning ikke er hinandens modsætninger. Men måske ligefrem en nøgle til succes i fremtiden?

6 SPRØDE RÅD FRA JOHANNES

HOLD FAST I DINE PRINCIPPER

En sund portion idealer hjælper dig til at holde retningen. Der sker meget i verden, og der opstår hele tiden nye muligheder, men du er nødt til at have et tydeligt indre kompas, så tingene hænger sammen for dig selv og dine kunder. Det Rene Brød har holdt fast i sit koncept i næsten 30 år, i medgang og modgang.

UDVIKL DIN EGEN PROFIL

Johannes er ikke meget for de store, anonyme kæder. Han mener, at den enkelte bager skal fokusere på at opbygge sin egen unikke profil, så kunderne kan se forskel på bagerne. Bag linjerne er det dog en god ide at samarbejde, fx i brancheforeninger og lokale erfa-grupper.

VÆR EN GOD MEDBORGER

Du lever af de mennesker, der bor tæt på. Din forretning bør derfor opføre sig som en god medborger i lokalsamfundet. Det er ikke bare blåøjet idealisme, men også god forretning, for kunderne i området vil belønne dig, hvis du bidrager positivt til det lokale.

ØKOLOGI ER IKKE SVARET PÅ ALLE UDFORDRINGER

Det virker for Johannes, men han påstår ikke, at det er løsningen alle steder. Først og fremmest handler det om at levere kvalitet og service i en grad, så kunderne kan smage forskellen.

KUNDENS FØRSTE INDTRYK AFGØR ALT

En hyggelig og tiltrækkende butik kan ofte betyde mere end udvalget af varer. Hvis din butik oses af kvalitet, hygge og godt håndværk, er dankortet allerede halvt oppe af kundens lomme.

PAS PÅ MED ENSRETNINGEN

Selvom du har mere end én butik, behøver de ikke ligne hinanden. Det Rene Brøds seks butikker er ret forskellige, fordi lokalene og klientellet er forskelligt. "Vi tror ikke på fasttømrede koncepter, der skal rulles ud over alle butikker. De ender med at blive kedelige for os selv og kunderne", siger Johannes.

“ Det skal være nemt og inspirerende
at arbejde sammen med CBP ”
THOMAS HOLST OG HEJNI ANDERSEN
fagkonsulenter hos CBP



NYHED!

Produktudvikling,
bagekurser,
kundearrangementer.
Det hele sker her!

CBP'S NYE INNOVATIONSCENTER I VALBY

Her er håndværket i centrum

Nu kommer CBP endnu tættere på håndværksbagerne i Østdanmark. Vi har åbnet et nyt innovationscenter i Valby, der tilbyder bagekurser, fyraftensmøder, produktudvikling og meget andet til bagere, der ønsker at udvikle sig.

Så kom ud af hverdagen i bageriet og få ro til at fordybe dig!

PRODUKTNYHEDER



GRILLEDE GRØNTSAGER

Vores nye mix af grøntsager består af aubergine, squash, peberfrugt og tomater blandet med hvidløg og olie. Grøntsagerne har et let bid og er grillede for at give en mere intens smag. De grillede grøntsager giver en særlig oplevelse til bagværket, og er en spændende ingrediens både smagsmæssigt og visuelt.

4 x 1,7 kg alupose / CBP varenr. 3026



KOKOSNØDPASTA

Vores nye kokospasta er perfekt til anvendelse i fine kager, desserter og is – eller i snackbarer. Pastaen har ikke bare en lækker kokossmag, men er tilsat naturlige smagsgivere og 30% kokosflakes, som giver en spændende konsistens og den helt rigtige oplevelse af ægte kokosnød.

5 kg spand / CBP varenr. 29173



TRANEBÆRPASTA

Tranebærpastaen giver kant til den søde kage med sin friske og frugtagtige smag. Smagen består udelukkende af naturlige smagsgivere, heriblandt 30% tranebærjuicekoncentrat. Udover den dejlige friske smag har pastaen en smuk naturlig dybrød farve, som er en fryd for øjet.

1 kg bøtte / CBP varenr. 29172

Se opskrifter med
de nye produkter i
CBP Premium Pro

SALT KARAMEL FLAKES

Smagen af ægte og lækker karamel i små knasende stykker, som kan anvendes bredt i desserter, is, kager og det søde bagværk. Karamelstykkerne er fremstillet ved at varme sukker, fløde og vand, og så er de drageret med saltet smør. Herefter er de knust for at give de perfekte små flakestykker, som gør det nemt at anvende dem som topping og give dit bagværk eller din dessert et ekstra lækkert "pift".

4 kg spand / CBP varenr. 28800



PRODUKTNYHEDER

HAVRESURDEJ

Den nye surdej baseret på havre er en flydende og aktiv surdej med en mild, frugtlig, syrlig smag og lys farve. Den har en optimal syregrad på 20, hvilket giver mulighed for en højere dosering i dejen, så smag og aroma øges, uden at brødet bliver for surt i smagen. Dejen bliver mere smidig og lettere at slå op, når der er anvendt havresurdej – det bliver lettere at køre de våde deje. Surdejen er "så god som hjemmelavet", men her er du sikret en ensartet kvalitet på surdejen hver eneste dag.

Surdej og havre er populært hos forbrugere, og de vil gerne betale for godt kvalitetsbrød. Og husk at surdejen er uden E numre og gør det muligt at lave et "clean label" produkt af høj kvalitet.

10 kg spand / CBP varenr. 802040





GRØN PESTO

Basilikumpesto er en typisk oprindelig sauce fra Ligurien i Italien og den første opskrift på basilikumpesto er fra omkring 1800-tallet. Denne klassiske italienske sauce er baseret på den historiske opskrift fra Genova med simple ingredienser som bl.a. basilikum, hvidløg, hårdost og olivenolie. Pestoen giver en aromatisk smag af basilikum og spændende farver til bagværket.

4 x 1,7 kg alupose / CBP varenr. 3027



RØD PESTO

Den røde pesto bringer Italien ind i brødet med en meget smagfuld kombination af tomater, hvidløg, ost og olivenolie. Historisk er den røde pesto knyttet til basilikumpesto og er en af de typiske fødevarerprodukter fra Sicilien, hvor hver italiensk familie traditionelt har deres helt egen opskrift. Pestoen giver bagværk en aromatisk og fyldig smag sammen med flot rød farve.

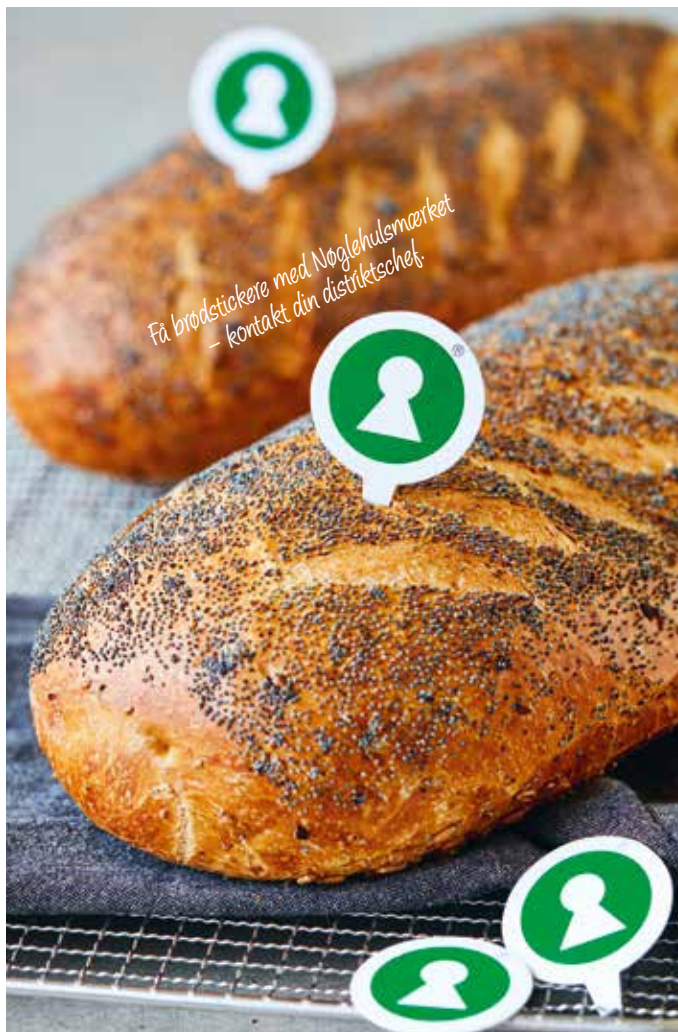
4 x 1,7 kg alupose / CBP varenr. 3028

RØDBEDETERN

Vores nye frosne rødbeder er skåret i små 1x1 cm tern, som gør det nemt at køre dem i dejen. Rødbedeternene giver også et lækkert bid til brødet og så er den røde farve med til at give en spændende kulør, og et godt blikfang i varespejlet.

10 kg pose / CBP varenr. 2592





BKD SIGER:

"KOM I GANG MED NØGLEHULLET, INDEN DAGLIGVAREHANDLEN LØBER MED DET HELE"...

– Langt det meste industrifremstillet brød på supermarkedernes hylder er efterhånden mærket med Fuldkorns- og/eller Nøglehulsmærket. Det gælder også det frosne brød. Men hvorfor skal kunderne nøjes med et slattent, fabriksfremstillet produkt, når de i stedet kunne gå til håndværksbageren og få et friskbagt brød med sprød skorpe?

Kom i gang nu og vis kunderne, at Nøglehullet er bedst hos bagerne!

Henrik Jelle Madsen

Konsulent hos Bager og Konditormestre i Danmark





Hele 43% af danske
forbrugere kigger efter
Nøglehullet, når de køber ind!*

NYHED I BAGERPROGRAMMET CBP PREMIUM PRO

Nøglehulsmærket – så nemt er det

DINE KUNDER VIL HAVE SUNDT, NØGLEHULSMÆRKET BRØD.
DET KAN DU NEMT GIVE DEM MED HJÆLP FRA CBP PREMIUM PRO.

Nøglehulsmærket er en af de mest udbredte mærkningsordninger for fødevarer. Fødevaremyndighederne i Danmark, Norge og Sverige står bag mærket, der stiller særlige krav til produktets indhold af fedt, sukker, salt, fibre og fuldkorn. Formålet er at hjælpe forbrugerne til at vælge sundt uden at skulle nærlæse hver eneste deklARATION.

Vis kunderne, at dit brød er sundt

Nøglehulsmærket er blevet en stor succes: 96% af forbrugerne kender mærket, og hele 43% kigger efter det, når de køber ind. Dagligvarebutikkerne har set denne trend og udvidet udvalget af sunde fødevarer markant.

Du skal også være med! Du bager sikkert allerede masser af sundt brød, der lever op til Nøglehulsmærkets krav, så hvorfor ikke skilte med det? Dine kunder vil belønne dig for det.

Nøglehullet højner indtrykket af din butik. Kun fødevarer, der bidrager til sund og varieret kost, kan få Nøglehulsmærket. Derfor skal du nok ikke regne med at kunne sætte

det grønne mærke på de høje snegle. Men dine kunder vil alligevel sætte stor pris på at vide, at de også i din butik finder sunde produkter med "det grønne stempel".

CBP Premium Pro gør arbejdet

Vi har gjort det nemt for dig. Det grønne nøglehul vises nemlig automatisk på de opskrifter, der opfylder kriterierne.

På de opskrifter, der ikke er klar til mærket, kan du se, hvilke ændringer der skal til. Måske skal du kun spare få gram salt for at gøre brødet fortjent til det eftertragtede grønne logo?

Det er ikke påkrævet at skilte med detaljerne i næringsindholdet, men via CBP Premium Pro har du altid adgang til oplysningerne, hvis du bliver spurgt til det.

Vil du gerne have CBP Premium Pro?

Alle CBP Premium-kunder får tilbudt programmet gratis. Hvis du gerne vil nyde godt af de mange tidsbesparende fordele ved CBP Premium Pro, kontakter du blot din CBP distriktschef for at høre mere.

SÅDAN HJÆLPER CBP PREMIUM PRO DIG MED NØGLEHULSMÆRKET

Programmet viser automatisk, om dine produkter opfylder mærkets krav til fuldkorn, salt, sukker, fedt og kostfibre.

Er det ikke tilfældet kan du se, hvor du skal justere din opskrift, så der kan opnås mærkning.

Du skal blot sørge for, at dine opskrifter er lagt ind. Vi sikrer, at systemets data altid er aktuelle.

Dit personale kan nemt svare på kundernes detaljerede spørgsmål, og du kan vise fødevarekontrol-lanterne, at der er styr på tingene.

Vi hjælper dig gerne med skilte til dine nøglehulsmærkede produkter – hør mere hos din CBP distriktschef.



CPS's fyraftensmøder er populære

Inspiration til bageri og butik





*Din CBP distriktschef
glæder sig til at tage
imod din tilmelding til
et fyraftensmøde.*

HVIS DU IKKE HAR VÆRET TIL ET FYRAFTENSMØDE MED CBP, ER DET VÆRD AT PRØVE. DU KAN IKKE UNDGÅ AT KOMME HJEM MED NYE IDEER OG INSPIRATION, DER KAN STYRKE DIN FORRETNING

Hos CBP ser vi det som en vigtig opgave at inspirere vores kunder. Ikke bare med nye spændende opskrifter, men også med information om ændring af lovgiving og idéer til butiksindretning, markedsføring og meget andet, der kan styrke forretningen.

Der er al mulig grund til at investere et par timer i et fyraftensmøde. Flere og flere har fået øjnene op for den unikke mulighed, og vi ser mange bagermestre til møderne, men også butiksansvarlige, assistenter og bagersvende, der er sultne efter nye ideer til deres butikker.

Ideerne bliver brugt

Vi nyder at se, at så mange af vores idéer bliver anvendt ude i bagerbutikkerne: Nye opskrifter på lækre brød og kager, flotte emballager og inspirerende idéer til butiksudsmykningen. Alt sammen noget, der giver liv og afveksling i butikkerne og gør det endnu mere attraktivt for kunderne at lægge deres penge der.

Ses vi?

Vi fortsætter succesen i 2017 og har indtil videre planlagt otte fyraftensmøder rundt omkring i landet. Vi har fået fine tilbagemeldinger fra sidste års møder, og arbejder videre med at finde nye spændende indlæg, der er relevante og bidrager positivt til jeres forretning.

Så husk at tilmelde dig, og glæd dig til at få fyldt idétanken op!

VI KOMMER HER!

- 07. marts: Lindø værftet, Fyn
- 09. marts: Hjallerup Bageri, Nordjylland
- 14. marts: Innovationscenter, Valby
- 16. marts: Innovationscenter, Valby
- 03. oktober: Innovationscenter, Valby
- 05. oktober: Innovationscenter, Valby
- 10. oktober: Kagehuset, Hovedgård
- 12. oktober: Aalborg Tech, Aalborg



NEMT OG LÆKKERT TIL DINE TRAVLE KUNDER

SMAG

På Farten

DANSKERNE HAR TRAVLT SOM ALDRIG FØR, OG FLERE MÅLTIDER
INDTAGES PÅ VEJ FRA DET ENE GØREMÅL TIL DET ANDET.
SAMTIDIG STIGER KRAVENE TIL KVALITET OG GOD SMAG, OG
NETOP DÉT ER DIN MULIGHED FOR AT FÅ EN BID AF OMSÆTNINGEN.





En gang var fast food lig med underlødige mad. Fyldt med fedt, salt, sukker og bunker af e-numre. Og når man gav efter for fristelsen, var der garanti for oppustet mave og dårlig samvittighed bagefter.

Det var dengang. I dag er behovet for hurtige måltider større end nogensinde, men det er forbrugernes krav til kvalitet heldigvis også. Den nye fast food skal være sund, nærende og velmagende, og derfor skyder salat- og sandwichbarer op på gadehjørnerne og giver de klassiske fast food-restauranter tiltrængt konkurrence.

En langtidsholdbar trend

Efterspørgslen efter nem og hurtig mad kender kun én retning. Og det er op. Reklamebureauet Nørgård Mikkelsen udarbejder hvert år rapporten "Food Trends", og den seneste udgave bekræfter,

at forbrugernes interesse for sunde og hurtige mellemmåltider i dén grad er for opadgående.

Der er flere faktorer, der driver denne interessante trend:

- Forbrugernes har en travl hverdag
- Der er flere singler end nogensinde
- Trang til selvforkælelse i hverdagen
- Få store måltider bliver til flere små

Det er ikke bare en kortsigtet dille, der går over igen. Travlhed, singlekultur og behovet for ego-stunder er kommet for at blive, så det er bare med at komme med på vognen, inden den ruller alt for stærkt. *To-go is here to stay.*

Du skal være med

Det er helt oplagt for den kvalitetsbevidste bager at tilbyde velmagende mellemål-



LYKKE, 35 ÅR

"Med job og 4 børn er tid den største luksus for mig"

KARAN SINGH, 25 ÅR

"Det giver god mening og god samvittighed at have en kødfri dag."

BIRGITTE, 50 ÅR

"Jeg spiser eller drikker altid et eller andet, når jeg er på farten"

To-go is
here to stay...

Kilde: Food Trends 2016, Nørgård Mikkelsen



tider, der nemt kan tages med på farten. Forbrugernes krav til kvalitet er en gave, der skal udnyttes til at skabe meromsætning og en større kundekreds, der også køber andre ting i din butik. For når man har spist en god og sund frokost, er det ok liiige at snuppe et stykke kage til kaffen...

"Jamen, vi har da allerede pølsehorn, små pizzaer og sandwich", siger du måske. Det er fint, men bare ikke nok. Moderne forbrugere vil have variation og valgmuligheder. De kommer ind i butikken med tom mave og ønsket om at blive fristet af noget lækkert og velsmagende. Og gerne nyt og spændende.

Hvorfor ikke tilbyde nye og friske udgaver af klassikerne? Fx vil pizza og sandwich med sundt og anderledes fyld være nemt for dig og populært blandt kunderne.

Husk det grønne og friske

Flere og flere skærer ned på kødet og skruer op for grøntsagerne i kosten. Derfor er det vigtigt, at dit udvalg giver kunden mulighed for at vælge grønt og alligevel blive mæt.

Det kan også være en god ide at tage lokale fødevarer med i sortimentet. Måske tilbyder den nærmeste gårdbutik lækker landkylling, som du kan putte i sandwichen? Eller måske har den lokale slagter en fremragende skinke, som også kan lokke kunderne ind i din butik?

Se de lækre opskrifter

På de næste sider kan du se de nye "Smag på farten"-opskrifter, udviklet af vores fagkonsulenter og samarbejdspartnere. Kom i gang nu og vis dine kunder, hvad din bagerbutik også kan!



Pizzakrone med grillede grøntsager, kylling og ost



Hakboller med karamel og chokolade

TEMA
SMAG
på farten...

Et produkt
– et utal af muligheder

Brød med højt proteinindhold er en kæmpe trend og efterspørges af mange kunder. Med Fit4Life Proteinbrøds-koncentrat får du et lækker brød-koncentrat med masser af anvendelsesmuligheder.

Find nye idéer her eller prøv at skifte en af dine eksisterende opskrifter på eksempelvis pølsehom ud med et sundere alternativ.

Sandwichboller med rødbede, hampfrø og ost



Hakboller med rødbede, grønskarkerner og pesto



Fit4Life Proteinbrød - basisopskrift

10.680 gram

INGREDIENSER

- 3.000 g Fit4life Proteinbrød koncentrat
- 3.000 g CBP Fuldkornshvedemel
- 180 g Kronjäst orig. gær
- 4.500 g Vand

Alle ingredienser æltes sammen 5 min langsomt + 5-7 min hurtigt. Dejen skal æltes skær. Dejen kan deles i portioner og man kan tilføje forskelligt fyld.

Pizzakroner

20 stk. á 105 gram

INGREDIENSER

- 1.400 g Fit4life proteinbrød
- 200 g Oprørt Pizza pasta
- 200 g Kylling
- 200 g Grillede mix grøntsager
- 100 g Revet ost

2.500 g Pizza pasta basisopskrift

- 500 g Pizza Pasta
- 2.000 g Vand

1400 g dej rulles ned på 3 mm. Stykket deles i firkanter på 10x10 cm, som placeres i siliconeform varenr. 48207. Der bliver 20 firkanter á 70 g stykket. På midten af dejstykket sprøjtes 10 g pizzapasta og der fyldes 10 g grillede grøntsager og 10 g kylling ovenpå, derefter drysses med 5 g revet ost. Raskes i 35-40 min. Bages ved 210°C i ca. 20 min.

Pizza pasta: Ingredienserne røres sammen og henstår ca. 30 min. Opbevares på køl og har en holdbarhed på max. 5 dage.

Find alle opskrifter
med proteinbrød i
CBP Premium Pro

Whole n´ Pure Snackbar

77 stk. á 59 gram

INGREDIENSER

- 2.500 g Whole & Pure
- 500 g Solsikkefrø bakery
- 375 g Flydende surdej rug
- 200 g Rapsolie
- 125 g Mørk Brødmalt
- 65 g Salt u/jod
- 400 g Tranebær
- 400 g Peanuts

Alle ingredienser røres sammen langsomt i 4 min. Dejen fordeles i en kantplade foret med siliconepapir. For at få trykket dejen godt sammen, kan man lægge et stykke siliconepapir ovenpå dejen, og rulle den godt flad med en kagerulle eller en rullepind. Med et sporejern spores der stykker ud på ca. 3,5 cm x 10 cm, og så skal dejen hvile i ca. 90 min. Bages ved 190°C i ca. 45-50 min. Når barene er kolde kan man dyppe den ene side i chokolade og pynte med frysetørrede hindbær.

Dyp i chokolade og pynt
med frysetørret hindbær

Lækker bar
- med god samvittighed!

Kokos Snackbar

102 stk. á 50 gram

INGREDIENSER

- 2.500 g Kokosnød pasta
- 1.000 g Blærerøvmüsli
– basisopskrift
- 1.000 g Hindbær, hele
- 500 g CBP Havregryn
- 130 g Canadisk Ahornsirup
- 15 g Salt u/jod

Alle ingredienser røres sammen med spartel. De optøede hindbær røres i det sidste minut. En kantplade fedtes med silikone papir i bunden. Hele massen fordeles i pladen og et stykke silikone papir ligges ovenpå. Rul med en rullepind ovenpå til massen er jævnt fordelt i formen. Tag papiret af og sæt pladen i ovnen. Efter bagning køles bunden af og sættes på frost. Når bunden er frosset vendes den ud og skæres på 4 x 8 cm. Ca. 50 g. Kan eventuelt sprøjtes med chokolade. Opbevares på køl eller frost.



Se opskrift på
Blærerøvmüsli i
CBP Premium Pro

Cannelés Bordelais med karamelfyld

37 stk. á 80 gram

INGREDIENSER

- 1.000 g Sødmælk
- 500 g Flormelis
- 400 g Le Moulin Origin
- 230 g Helæg Past. Basis
- 80 g Butter Cake 40%
- 75 g Blomme past.skrabe

Pynt

- 150 g Øko Rørsukker

Fyld

- 600 g Deli Karamel

Mælk, smør varmes op i en gryde til det koger og køles herefter ned. Helæg og blommer letpiskes og mel og florsukker røres i med piskeris. Det hele røres til en glat masse. Nu røres den afkølede mælk i lidt efter lidt og røres glat. Det hele sættes på køl til næste dag. Dejes hældes op i silikoneform (Bordelais silikoneform varenr. 48127) på 80 g og drysses med rørsukker i bunden og ovenpå. Kan nu sættes i ovnen. Kagerne vendes ud mens de er lune og 20 g ønsket fyldning sprøjtes i.

Sweet Bagels med kanel

283 stk. á 11 gram

INGREDIENSER

- 600 g CBP Hvedemel
- 600 g Æg
- 400 g Butter Cake 40%
- 100 g Farin Brun
- 10 g Salt u/jod
- 1.000 g Sødmælk
- 271 g Butter Cake 40%
- 135 g Kanelsukker

1.050 g Kanelsukker basisopskrift

- 1.000 g Stødt Melis
- 50 g Urtehave Kanel stødt

Smør, brun farin og salt koges op med mælk. Melet tilsættes og massen røres, til den slipper gryden. Tages efterfølgende af varmen (10 min.) Æggene røres i, lidt efter lidt og massen røres glat. Sprøjtes i mini bagelform (10 g med stjernetylle) og bages ca. 15 min. Umiddelbart efter afbagning, pensles de med smør og vendes i kanelsukker.

Scones med tranebær,
valnødder og mørk chokolade

"Det søde..."



Sweet Bagels

Cannelés med karamel

Scones med karamel og mælkechokolade

Se opskrift på Scones i CBP Premium Pro

Sandwichstykker med grillede grønsager

33 stk. á 180 gram

INGREDIENSER

- 2.000 g Hvedemel Manitoba Casillo
- 1.000 g Bygsur 20aktiv, flydende
- 1.000 g Grillede mix grøntsager
- 500 g CBP Fuldkornshvedemel
- 60 g Salt m/jod
- 20 g Kronjäst orig. gær
- 1.500 g Vand

Alle ingredienser køres sammen. Salt tilsættes når dejen sættes i 2. gear og de grillede grønsager køres i det sidste minut. Dejen hviler 60 min. i tildækket dejkasse og foldes herefter. Sættes på køl til dagen efter i 18-24 timer.

Næste dag står dejen 1-2 timer i bageriet til dejen er ca. 10°C. Stykkene hakkes herefter af på 180 g og vendes drysses med salt/peber/majstopning. Sættes på plader og står til kermetemperatur er 15+°C. Herefter sættes de i ovnen, og bages i 220°C i 20-25 min.



Nyhed!Æg som
burgerbolle

Beetroot Burger

17 stk. á 100 gram

INGREDIENSER

- 600 g Sødmælk
- 300 g Hakket løg
- 300 g Helæg Past.
- 180 g GF Havremel
- 150 g Rødbede tern
- 110 g CBP Havregryn
- 50 g Chiafrø
- 10 g Salt m/jod
- 1 g Urtehave Knust Sort peber

Optø rødbedeterne og grovhak løgene. Kom alle ingredienser op i en blender og blend det godt.

Hæld nu 100 g i silikoneform (48207). Når alle forme er fyldt sættes de i ovnen. Bages ca. 20 min på 190-200°C.

Efter bagning afkøles bundene en smule og tømmes ud mens de er lune. Bundene kan fryses og varmes op til senere brug.

Byg den op som en burger. Du kan anvende fyld som til en almindelige sandwich eller prøv Holst og Hejnis forslag med hytteost, avokado, cherrytomater og kylling - samt lidt karse.

Prøv at udskifte rødbederne med 150 g spinat - så har du 2 flotte varianter.

**Tip!**

Én opskrift
– mange
muligheder

Puff Pesto sticks

90 stk. á 90 gram

INGREDIENSER

- 1.500 g Hvedemel Manitoba Casillo
- 1.000 g Havresur 20 aktiv flyd.
- 500 g GF Havremel
- 500 g CBP Fuldkomshvedemel
- 50 g Salt m/jod
- 40 g Credifrost Super
- 25 g Kronjäst orig. gær
- 1.600 g Vand
- 1.300 g Butter Pastry 40%

Fyld · 160 g Grøn pesto

Pynt · 180 g Majstopping basisopskrift

500 g Majstopping basisopskrift

- 425 g Majsdrøys
- 50 g Urtehave Citronpeber
- 25 g Flagesalt u/jod

Alle ingredienser køres sammen kolde. Dejen hviler 10 min på bordet. Butterpastry 40 % pakkes ind i dejen og sættes på køl. Når dej og smør er nedkølet rulles den 3 x 3 (kan med fordel hvile mellem rulningerne). Når den færdige dej har hvilet, rulles den ned på 3 mm og bordets bredde. Dejstykket deles på midten på langs og pesto smøres midt på stykket (syntes man det er for flydende, kan man blande pesto med 1/3 del neutral flødeost). Stykkerne lukkes som frøsnapper og pensles med æg. Her på drysses pepper blandingen og de skæres ud på 90 g. Til sidst twistes de og sættes på plade til raskning og bagning. Bages i 10-14 min. ved 210°C. Erstat eventuelt grøn pesto med rød pesto af tomat eller peberfrugt. Velegnede til frost.

*Pesto frøsnappere
med rød eller grøn pesto*

Smagfuldt sandwichfyld
- kontakt din distriktschef for forslag



Crispy Havresandwich

72 stk. á 90 gram

INGREDIENSER

- 1.500 g Hvedemel Manitoba Casillo
- 1.000 g Havresur 20 aktiv flyd.
- 500 g GF Havremel
- 500 g CBP Fuldkornshvedemel
- 50 g Salt m/jod
- 40 g Credifrost Super
- 25 g Kronjäst orig. gær
- 1.600 g Vand
- 1.300 g Butter Pastry 40%

Alle ingredienser køres sammen kolde. Dejen hviler 10 min på bordet. Butterpastry 40 % pakkes ind i dejen og sættes på køl. Når dej og smør er nedkølet rulles den 1 x 4 + 2 x 3 (kan med fordel hvile mellem rulningerne). Når den færdige dej har hvilet rulles den ned på 8 mm og bordets bredde. Stykket pensles med vand/æg og havreflager drysses på. Dejstykket deles med spore på 10 x 10 cm. Stykkeme sættes på netplade med papir. Raskes og bages i 12-18. min. ved 210°C. Velegnede til frost.

Spelt & Honning minibaguettes

122 stk. á 125 gram

INGREDIENSER

- 5.000 g Speltmel 630
- 5.000 g Ireks Spelt & Honning
- 250 g Kronjäst orig. gær
- 5.500 g Vand
- 610 g Speltmel 630

Ingredienserne æltes sammen 8 min. langsomt + 4 min. hurtigt (dejtemperatur 26°C) og dejen skal herefter ligge i ca. 20 min. Vej dejen af i stykker á 125 g, lad dejstykkerne hvile i ca. 20 min., lang stykkerne ud til minibaguettes på bageribord, der er drysset med speltmel. Baguettes raskes i ca. 50 min., ridses to gange på tværs og bages som normalt for specialbrød i ca. 14 min.



Nordbrød Sandwichbolle med chiafrø

196 stk. á 100 gram

INGREDIENSER

- 10.000 g Ireks Nordbrød
- 400 g Chiafrø
- 240 g Kronjäst orig. gær
- 8.900 g Vand

Topping

- 293 g Sesamfrø, afsk
- 147 g Solsikkekerner
- 147 g Chiafrø

Ingredienserne æltes sammen 4 min. langsomt + 9 min. hurtigt (dejtemperatur 25-26°C) og dejen skal herefter ligge i 10 – 15 min. Efter liggetiden rulles dejen ned til dobbelt længde á rullebordets bredde, lægges "over", vendes og rulles derefter ned på 3 mm i rullebordets bredde. Rulles til sidst sammen som til snegle og skæres i stykker á ca. 100 g/stk. Rasker i ca. 120 min. Indsættes i ovn 10°C under specialbrødstemp. (ca. 220°C), dampes, afbages ved rugbrødsafbagningstemp. (ca. 175°C). Spjæld trækkes efter 3 min. og forbliver åbent under resten af bagningen. Bages i ca. 25 min. (til kernetemp. på 98°C).

Tip!

Chiafrø er kilde til protein og kostfibre*

*Der må max. anvendes 10% Chiafrø til bagte produkter. Anbefaling max. 15 g/dag.

EMBALLAGER

TIL DIN MAD PÅ FARTEN

NYHED!

TAKEAWAY TRAY

Nyudviklet smart og funktionel takeaway tray, der er fremstillet i et kartonmateriale med stor rivstyrke og stivhed, og som egner sig til både fedtfingre og fugtige forhold. Den har en bærehank, som gør den let at transportere, både holdt i hånden eller hængende på cykelstyret.

Størrelsen er tilpasset til en kop kaffe og et par kager pakket i pose eller en ½ liter vand og en stor lækker sandwich pakket i snackbag. Den ene ende har en fleksibel kop/flaske holder funktion, som kan foldes ind og ud efter behov. En helt perfekt mulighed til morgen-, frokost- og eftermiddagstilbud, som du også kan vælge at gøre personlig med din egen logoetiket på siden.

50 stk. / Varenr. 45371

Praktisk hank - kan også sidde på cykelstyret



NYHED!

MINI BAGELFORM

Silikoneform i god kvalitet til bagning af minibagels, minidonuts eller andre varianter af små cirkelformede kager, f.eks. Sweet bagels eller Tapaskager. Plads til 77 stk.

1 stk. / Varenr. 45072



NYHED!

SNACKBAG STOR

Snackbag med plads til stor sandwich med fyld. Sandwichen slides ind i posen fra siden, hvorefter posen lukkes med den fastmonterede dobbeltklæbende tape. Når kunden skal spise produktet, rives øverste halvdel af posen af ved linje, som vist på foto.

1.000 stk / Varenr. 45370



SNACKBAG LANG

Snackbag egnet til lang eller rund sandwich med fyld. Posen har mikroperforering, der forlænger sprød skorpe på brødet, samt dobbeltklæbende tape felt, som gør den nem at lukke. Når kunden skal indtage bagværket, rives øverste halvdel af posen af ved riv i den perforerede linje.

1.000 stk. / Varenr. 45106

SÆT FOKUS PÅ

Aftørring

— DET BETALER SIG

SE HELE
SORTIMENTET
I BROCHUREN
PÅ CBP APP'EN!

FÅ DEN LØSNING DER PASSER BEDST TIL DINE BEHOV

Aftøringsprodukter er et vigtigt fokusområde for både bageri, butik samt personale- og kundetoiletter. Med de rigtige dispensere kan du optimere dit forbrug samt undgå irritationer med forkert dispensertype, -størrelse eller papirkvalitet. Dette sikres når både håndaftørring, toiletpapir, håndsæbe samt desinficering tilpasses til dit behov.

Hos CBP er vi optaget af at udtænke koncepter og løsninger, der kan gøre vores kunders hverdag lettere, og vi har sam-

men med vores samarbejdspartner sammensat et skarpt produktsortiment på aftørring. Dette sortiment er præsenteret i vores nye aftøringsbrochure, hvor vi også viser et sortiment af rekvisitter og tilbehør, så du let og overskueligt kan udvælge det sortiment, der passer dig bedst.

Kontakt din CBP Distriktschef for yderligere vejledning samt tilbud!





MED CBP'S KVALITETSEKSPERTER PÅ TUR

Rosiner er ikke bare rosiner

HAR DE SMÅ LÆKKERBISKNER DEN RETTE SMAG, FARVE OG KONSISTENS? BLIVER DE SORTERET OG VASKET GRUNDIGT? OG FOREGÅR DET UNDER SIKRE ARBEJDSFORHOLD? TAG MED PÅ AUDITERING HOS EN ROSINLEVERANDØR I SYDAFRIKA.



*Vi tjekker om
oplysningerne
stemmer overens
med virkeligheden*

Hos CBP tager vi ingen chancer med kvaliteten af de råvarer, vi sender ud til danske bagerier. Vores kvalitetsafdeling arbejder derfor hårdt for at kontrollere de mange eksisterende og kommende leverandører.

I denne artikel fortæller kvalitets- og miljøchef Per Martin Jensen og kategorichef Preben Søndergaard Pedersen om auditeringen hos en potentiel ny rosinleverandør i Sydafrika.

Forhistorien er, at vi i forvejen havde en god leverandør i Californien, men at vi gerne ville have flere at vælge imellem. Det ville styrke vores forhandlingssituation og give os alternativer, hvis den californiske tørke skulle påvirke høsten.

Syn for sagen

– Vi havde researchet grundigt hjemmefra og udvalgt en rosinproducent, som så lovende ud. At tage ud og besøge leverandører er vigtigt for os, fordi forholdene

ikke altid lever op til det, producenterne fortæller os, fortæller Preben.

Om forventningerne til besøget fortæller Per:

– Sydafrika er det mest udviklede land på kontinentet, og deres virksomheder arbejder på mange områder på samme høje niveau, som vi kender fra Nordeuropa. Faktisk kan man pege på flere europæiske lande, hvor kvalitetssikring, miljøhensyn og arbejdsforhold slet ikke prioriteres så højt som i Sydafrika.

En producent med styr på tingene

– Vi brugte to dage hos producenten og yderligere to dage hos de farmere, der leverer råprodukterne. Og vi blev ikke skuffet. Først og fremmest kunne vi konstatere, at alle forhold, vi interesserede os for, var helt i orden. Vi oplevede velordnede og sikre arbejdsbetingelser, et vandtæt system til kvalitetssikring og ikke mindst en meget bevidst holdning til brug af kemi, uddyber kvalitets- og miljøchefen.

I Sydafrika er der en stram lovgivning om brugen af pesticider og generelt en sund tilgang til dyrkning og bearbejdning af fødevarer. En tilgang, der fint matcher de krav, som danske forbrugere stiller til kvalitet og bæredygtighed.

Kundetesten

Når Per og Preben auditerer en mulig leverandør, har de altid et bestemt spørgsmål i baghovedet: "Vil vi kunne tage en kunde med her?"

– Vi skal til enhver tid kunne se vores kunder i øjnene og med sindsro fortælle dem, at deres råvarer bliver behandlet under ordnede forhold. At forestille sig, at vi havde en dansk bagermester med, giver os et godt pejlemærke, når vi undersøger en virksomhed, forklarer Preben.

"Gå i bare rundt selv"

Et påfaldende træk ved den sydafrikanske producent var åbenheden og gæstfriheden. – Mange andre steder i verden er man me-



ROSINENS LANGE REJSE

Inden vi modtager rosinerne på vores lager, har de været igennem en længere proces

1.

Druerne plukkes på farmen og soltørres i ti dage. Vandet fordamper fra druerne, og sukkeret karamelliserer.

2.

De tørrede frugter samles i store kar og transporteres til rosিন- producenten. Producenten aflønner farmen efter råvarenes renhed og kvalitet.

3.

Der foretages en ny tørrings- proces, indtil den ønskede fugtprocent er opnået.

4.

Rosinerne gasses for at eliminere skadedyr. Varmebehandling er ikke mulig, og der anvendes kun gas, der er godkendt af EU.

5.

Grovsortering, hvor sten og stængler mv. fjernes.

6.

Rosinerne vaskes og finsorteres, inden de pakkes. Der tilsættes lidt olivenolie, så de ikke klumper.

7.

Pakkerne køres gennem en metal-detektor, der sikrer, at de ikke indeholder metalstykker.

8.

Endelig køres rosinerne til havnen for afskibning til Danmark.



Rosiner er ikke kun fra Californien!

SÅDAN FINDER VI NYE LEVERANDØRER

1.

Først undersøger vi, om vores søsterselskaber i hele Orkla allerede har leverandører, der er godkendt.

2.

Hvis ikke, undersøger vi markedet og udarbejder en bruttoliste med relevante leverandører.

3.

Vi gennemgår de potentielle leverandørers certificeringer og sender spørgeskemaer ud, som vi beder dem svare udførligt på.

4.

Vi udvælger derefter en eller flere til auditering ved personligt besøg.

5.

Først efter godkendt auditering kan producenten blive accepteret som leverandør til CBP.

get påpasselige med, at kunderne kun ser det, man ønsker at vise frem. Og at undgå de kritiske steder, fortæller Preben.

– Her var de meget åbne og tillidsfulde. På et tidspunkt måtte vores vært forlade os et par timer for at tage sig af et akut problem. Hun sagde til os, at vi kunne gå rundt og kigge på egen hånd – og at vi skulle bare snakke med de ansatte alt det, vi ville.

Problemerne frem i lyset

Åbenheden gjaldt også producentens udfordringer. De lagde deres svage punkter på bordet og fortalte om, hvordan de havde planlagt at arbejde med dem.

– Ingen er perfekte, og det vigtigste er at have åbne øjne og at arbejde seriøst med det, der skal forbedres. Så længe dét er indstillingen, er vi klar til at udvise stor tillid til producenten og at bidrage så godt til forbedringerne, som vi kan, forklarer Per.

– Det værste er mistillid og lukkethed. I sidste ende er vi jo mennesker, der skal

arbejde sammen, og partnerskaber varer længst med ærlighed. Så løser vi udfordringerne sammen hen ad vejen.

Har de styr på deres leverandører?

En samarbejdspartners leverandørkontrol er en vigtig del af CBP's auditering. Vores rosinleverandør køber sine råvarer fra rosinfarme, som naturligvis også skal arbejde sikkert og professionelt. Vi gennemgår derfor leverandørens system for leverandørkontrol og kan endda finde på at besøge disse underleverandører – som vi gjorde i dette tilfælde.

Godkendt!

Som du sikkert har regnet ud, blev rosinproducenten godkendt af vores kvalitetseksperter. Mens du læser dette, er de første kasser ved at rulle ind på vores lager i Vejle.

Vi har nu en ny god leverandør, der er med til at sikre, at vi til enhver tid kan levere rosiner af bedste kvalitet.



DERFOR ER KVALITETEN SÅ VIGTIG FOR CBP

Din forretning er afhængig af, at du får ordentlige råvarer. Derfor gør vi en stor indsats for, at du altid 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 gearet til at opfylde vores krav. Det betyder, at vi skal gennemføre grundige auditeringer, der afdækker, om de arbejder sikkert og professionelt.





BRUG MODGANG TIL AT SKABE NYT

Modvind gør stærk

ENHVER KRISE OG FORANDRING RUMMER MULIGHEDER. BAGERPARRET DORTHE OG KURT DAMGAARD FRA HERNING HAR TÆNKT NYT OG UDVIKLET FORRETNINGEN, NÅR DET HAR SET MØRKEST UD.



Krisen ramte hårdt i begyndelsen af 2008. Dorthe og Kurt Damgaard fra Snejbjerg Bageri ved Herning havde i årene forinden investeret millioner i moderne maskineri og en nyistandsat butik med cafe. Det var gået strygende i de år, og omsætningen kendte kun én vej.

I løbet af ganske få uger i januar og februar 2008 dykkede omsætningen voldsomt. Damgaardparret mistede på ingen tid 1.200 rundstykker om dagen, fordi især industrivirksomhedene skar ned på deres omkostninger.

Kurt Damgaard fortæller:

– En kunde, der aftog omkring 300 rundstykker hver dag, ringede en tidlig morgen. "Jeg skal ikke have flere rundstykker", sagde kunden. "Nå ok – fra hvornår", spurgte jeg. "Fra i dag – vi lukker nemlig".

Den enes død

– Sådan var det i de første måneder af krisen. Vi skulle lige vende skråen nogle gange, fortsætter han. – Men det viste sig

hurtigt, at dårlige tider giver nye muligheder. Vi stod jo dér med en stor, flot butik, som vi kunne lige så godt bruge til noget andet, når vi nu ikke kunne sælge så mange brød og kager, som vi plejede.

Den lokale købmand havde kæmpet i mange år og måtte give op, da krisen kom. Det betød, at borgerne i Snejbjerg ville miste vitale servicefunktioner som fx apoteksudsalg, postekspedition og tips, hvis ikke Snejbjerg Bageri havde besluttet at overtage disse services.

Glem bruttoavancen, gå efter omsætningen

– Der er ikke meget indtjening på de enkelte services, men det er heller ikke vigtigt, forklarer Kurt. – For os drejer det sig om at trække kunder ind i butikken. Når de først er inde i varmen, kan vi friste dem med lækkert bagværk, sandwich, middagsretter, og hvad vi ellers har på hylderne.

– Vi har også fået en GLS pakkeshop, som giver god trafik sidst på dagen, når folk

er på vej hjem fra arbejde. Undersøgelser viser, at 85% ikke aner, hvad de skal spise til aften, når de kører hjem – og pludselig står de i min butik for at hente en pakke, men også med sulten mave og lyst til en nem løsning. Og vupti...

At udnytte muligheden for mersalg kræver en flot vareudstilling, god skiltning og ikke mindst et vågent personale, der forstår at friste kunderne. Dét er så det, Dorthe og Kurt Damgaard løbende arbejder på at forbedre – både i Snejbjerg og i parrets nye butik i Lind, der kom til i 2014.

Brug styrkerne i det lokale

De er heller ikke blinde for, hvad lokalbefolkningen går op i. Et eksempel er de slagterivarer, man nu fører fra den lokale Møltrup Herregård.

– Møltrup Herregård nyder meget stor velvilje her i området. De leverer supergode slagteriprodukter og yder samtidig en stor social indsats for mænd i krise, fortæller Kurt. – Møltrup har en høj stjerne hos

lokalbefolkningen, og derfor er det oplagt at have deres produkter i vores butikker.

Mere end brød og kager

Undervejs opdagede Dorthe og Kurt, at de ikke længere kun drev en bagervirksomhed. De var efterhånden leveringsdygtige i de fleste af døgnets måltider, og parret valgte derfor at skifte navn til Snejbjerg Bageri & Madbutik.

– Vi har mange gode tilbud på hylderne, men vi skal have endnu flere. Lige nu har vi særligt fokus på frokost- og middagsretterne, så kunderne kan få det store udvalg, de forventer.

Altid på udkig

Det går godt igen for den midtjyske håndværksbager. Men der er ikke tid til at hvile på laurbærene.

– Vi kan ligeså godt indse, at vi hele tiden skal udvikle os. Der er altid noget nyt at forholde sig til. En krise, nye konkurrenter, ny forbrugeradfærd, siger Kurt og fortsætter: – En ny mulighed for os er det supersygehus, der i øjeblikket bygges her i området. Det betyder masser af arbejdspladser og nye boligkvarterer... og dét må da kunne bruges til noget, slutter Kurt eftertænksomt.



TIPS OM FORNYELSE

fra Kurt Damgaard

Tænk i omsætning, ikke avance

Det kan være, at en service i butikken ikke giver den store fortjeneste i sig selv, men måske kan de ekstra kunder fristes til at købe brød og kager?

Brug hele dagen

Frokost- og middagsretter er i klar fremgang hos Dorthe og Kurt Damgaard. Bagerparret har fokus på at udnytte åbningstiden optimalt, og de planlægger at lancere endnu flere tilbud til døgnets måltider.

Orientér dig i lokalområdet

Er der noget særligt, dine kunder går op i, og som du med fordel kan tilbyde i din butik? Hos Snejbjerg Bageri & Madbutik har man taget slagterivarer fra Møltrup Herregård ind i sortimentet, da Møltrup nyder stor velvilje blandt de lokale.

MØD VORES KONDITORI-TEAM

VI STÅR KLAR TIL AT HJÆLPE DIG

Sjælland, Lolland,
Falster og Bornholm



Morten Sørensen
Mobil: +45 22 60 50 04
morten.sorensen@odense-marcipan.dk

Fyn, Sønderjylland og
trekant-området



Thomas Storm
Mobil: +45 26 77 38 34
thomas.storm@odense-marcipan.dk

Midt- og
Nordjylland



Frans Byø
Mobil: +45 23 43 35 81
frans.byø@odense-marcipan.dk



ODENSE konditori-teamet består af 1 chefkonditor og 1 konditor i vores Fagcenter og 3 fagkonsulenter, der er din daglige kontakt.

Konditori-teamet hjælper dig med

- Faglig støtte og rådgivning til produktion og butik
- Odenmaster aktivitet
- Udvikling af produkter til konditori
- Konzept- og kampagneudvikling med sæson- eller eventkager
- Opskrifter og inspiration
- Sortimentsvurdering i butik
- Værktøjer til produktion
- Reklamematerialer til butik

Odense Marcipan støtter branchen og leverer bl.a. til fagskoler, kagekonkurrencer, events, konditorlandsholdet m.m., med det formål at støtte konditoriet i branchen





HÅNDVÆRKSBAKER MED SUCCES!

Mærk forretningen

SOM BAGERMESTER HAR MAN IKKE KUN ANSVAR FOR RUNDSTYKKERNE, MEN FOR EN HEL VIRKSOMHED, DER OGSÅ SKAL LEVE GODT NÆSTE ÅR. VI MØDTE JAN FRA HAALS BAGERI TIL EN SNAK OM AT HOLDE OVERBLIKKET I OMSKIFTELIGE TIDER.



OM HAALS BAGERI

Ejet af Gitte og Jan Haals siden 1992 (2. generation)

Bagerier i Gistrup og Klarup samt to betjente bagerafdelinger i supermarkeder

38 ansatte

I det østlige Aalborg driver Jan Haals sin bagervirksomhed med hustruen Gitte. Gennem 25 år har parret oplevet forretningsmæssige op- og nedture, der har skærpet deres blik for, hvordan man driver en god bagervirksomhed.

I dag har Gitte og Jan to bagerforretninger samt to betjente bageriudsalg i lokale supermarkeder. Virksomheden går rigtig godt, og vi var nysgerrige for at høre om de tanker og handlinger, der har bragt Haals Bageri så langt.

God opførsel i modvind

Hvis der er noget, Jan har lært gennem årene, så er det, at ting forandrer sig. Man kan lægge alle de planer, man vil, men virkeligheden spiser strategien til morgenmad. Som man siger.

Det gik med fuld fart derudad i midten af 00'erne. Folk brugte løs af de stigende friværdier, håndværkerne havde masser af

penge på lommen, og bryllupskagerne var højere end nogensinde før. Haals Bageri havde medgang i disse år og købte et bageri i Tornhøj, der ligger i Aalborg øst.

Men så kom 2008. I løbet af få uger faldt omsætningen drastisk, og snart stod det klart, at de gode gamle dage ikke ville vende tilbage lige foreløbig.

– Vi reagerede rimeligt hurtigt og begyndte at reducere vores omkostninger. Bygninger og maskiner er ikke det hurtigste at komme af med, så desværre måtte vi sige farvel til en række gode medarbejdere, beretter Jan.

– Det er vigtigt for mig, at vi opfører os ordentligt, specielt når vi har blæsten lige i ansigtet. Set i bakspejlet synes jeg, at vi håndterede krisen på en rolig og værdig, men også handlekraftig måde.

For nogle år siden lukkede Jan sin butik i Tornhøj for i stedet at satse på beman-

dede udsalg i to Eurosparbutikker. Selv i modgang ser han nye muligheder.

Tid til at tænke

Forretningsvilkårene forandrede sig voldsomt under krisen. Det har styrket Jans fokus på rettidig omhu og fået ham til at bruge mindre tid i bageriet.

– Jeg har bevidst prioriteret at bruge mere tid på forretningen. Jeg har masser af dygtige svende, der bager med høj kvalitet, og som ikke har brug for, at jeg er til stede i bageriet hvert eneste minut. Nu bruger jeg mere tid her på kontoret, hvor jeg drøfter økonomi, personaleforhold, markedsføring og nye tiltag med min kone. Og hvad der nu måtte være vigtigt at forholde sig til.

– Nogle gange tager jeg selv herind en søndag aften. Bare for at mærke forretningen og tænke frit uden at skulle løse konkrete opgaver. For mig er det nemlig ikke nok at stå tidligt op hver dag og bage

7 SPRØDE RÅD FRA JAN

Hav føling med din forretning

Brug tid på at mærke din virksomhed. Hav indblik i økonomien, personalet og kunderne. Hold øje med trends og udviklingen generelt og tænk over, hvordan det stiller din forretning. Er der nye muligheder, der bør udnyttes? Eller trusler, der bør reageres på?

Hold fast i kvaliteten

Gå aldrig på kompromis med kvaliteten for at være med i priskonkurrencen. Som håndværksbagerer er vores eneste berettigelse det gode håndværk, vores friske produkter og selvfølgelig kvaliteten af den betjening, vi giver.

Vær åben for skæve ideer

Jan har GLS Pakkeshop i sine to butikker. Det giver mellem 30 og 70 ekstra kunder om eftermiddagen, og halvdel af dem køber noget, når de nu alligevel er i butikken. Pakkerne er gemt af vejen på lageret, så butiklokalet ikke kommer til at ligne en kiosk. Et eksempel på, hvordan alternative ideer kan tiltrække nye kunder.

Vær tålmodig med kunderne

Det har taget Jan flere år at vænne sine kunder til de grove rundstykker. Men han kunne se, at tidsånden arbej-

de i hans retning, og at kunderne nok skulle få øjnene op for de mere specielle brødtyper. Som seriøs håndværksbager skal man turde gå foran med nye ideer.

Udnyt medvinden

Der er masser af positiv interesse for bagerfaget, skabt af tv og kendte kokke. Se positivt på mulighederne og eksperimenter med opskrifter og markedsføring.

Vær realistisk

"Har vi energien til at gennemføre dette?" Et vigtigt spørgsmål at stille sig selv, når de mange ideer står i kø, og det kribler i fingrene for at komme i gang. Hvis man realistisk set ikke kan gennemføre en idé 100%, bør man spare sig selv og sine medarbejdere for ærgrelsen.

Kys de sure kunder

Hos Haals Bageri håndterer man klager på en måde, der gør sure kunder glade igen. Konkret sker det ved at modtage klagen med et smil og en undskyldning (også når det er kunden, der er urimelig) og at give et erstatningsprodukt og et gavekort på noget lækker, fx en jordbærtærte. Kunden føler sig hørt, bliver glad igen og vil måske endda dele sin gode oplevelse med andre.

løs. Som bagermester er jeg også forretningsmand og må forholde mig til hele virksomheden og til fremtiden.

Holder fri i weekenden

Ved at bruge mindre tid i bageriet og mere som virksomhedsleder har Jan fået et andet overblik over Haals Bageri. Det betyder, at han kan strukturere sin tid og sørge for at få taget de vigtige beslutninger i hverdagene.

– Jeg møder kl. 01.15 hver nat og har lange dage i løbet af ugen. Derfor har jeg prioriteret at holde mine weekender fri. Det kræver bare lidt planlægning, forklarer Jan.

– En positiv effekt er, at mine medarbejdere er blevet vant til at køre bageri og butik selv. De er blevet trygge ved at træffe de

små beslutninger, der skal til i løbet af en arbejdsdag. Og fordi forretningen kører mere af sig selv, er det blevet nemmere for mig at tage på ferie.

En tak til Lagkagehuset

Heller ikke konkurrencen fra de store bagerkæder kan afholde Jan fra at slappe lidt af ind imellem. Han mener faktisk, at de nye spillere gør noget positivt for branchen.

– Kæder som Lagkagehuset har lært kunderne, at kvalitet koster. Det er en meget positiv udvikling for os håndværksbagerer, der har kæmpet med lavkvalitetsprodukter fra supermarkeder og tankstationer i årevis, forklarer Jan.

– Generelt er der en særdeles positiv udvikling inden for bagerfaget. Tv-program-

mer og bannerførere som Meyer og Blomsterberg har gjort vores fag populært igen, og det smitter positivt af på kundernes lyst til at købe kvalitet. Samtidig er der flere unge, der gerne vil ind i branchen, og det er skönt at opleve efter mange år med dalende interesse.

Mere end tyve år med CBP

Haals Bageri er mangeårig kunde hos CBP og har efterhånden lært at udnytte de mange fordele, samarbejdet giver.

– I begyndelsen var jeg kun interesseret i gode priser på de varer, jeg købte. Og jeg kunne ikke se ideen, da CBP ville være mere end råvareleverandør, indrømmer Jan.

– Men i dag sætter jeg stor pris på at have en tæt sparringspartner i CBP. De forstår

PREMIUM PRO HAR GJORT HVERDAGEN LANGT NEMMERE

virkelig betingelserne i bagerbranchen og holder øje med, hvad der sker. Det har stor værdi for os, fordi vi har brug for en professionel partner for at kunne fastholde den positive udvikling.

– Et godt eksempel på det bedre samarbejde er inspirationen til nyt bagværk: I dag får vi rigtige opskrifter, der skal laves fra bunden, siger han.

Stor gavn af CBP Premium Pro

Bagerprogrammet har været en stor hjælp i Jans bagerforretning, og det er netop blevet integreret med kassesystemet POS-TOOL Baker.

Gitte Haals fortæller, at det er blevet nemmere at informere kunderne:

– Forleden kom en kunde ind og spurgte en af vores piger, om der var mælkepulver i franskbrødet. Med nogle få klik på kasseterminalen havde pigen fundet opskriften og givet kunden et præcist svar. Tidligere skulle hun ud i bageriet og finde Jan eller en svend, der kunne svare. Så vores nye system har gjort hverdagen langt nemmere, siger hun.

– Bagerprogrammet Premium Pro hjælper os også i bageriet, supplerer Jan. – Vi har en touchskærm i bageriet, hvor svendene kan finde de præcise opskrifter. Det er en stor hjælp, når vi for eksempel skal lave en opskrift gange 1,25. Systemet hjælper os til at undgå fejlregninger og spild i kampens hede.

Et lyst blik på fremtiden

Jan fortæller videre om sine fremtidsplaner. Han er optimistisk på sin egen afdæmpede, nordjyske måde, der hviler på erfaringerne om, at udviklingen pludselig kan vende.

Lige nu står en gennemgribende renovering af butikken i Gistrup øverst på dagsordenen. Hvad der siden skal ske, finder Jan nok ud af en eftertænksom søndag aften.



Åroågen optimisme
driver Haals Bageri
fremad



SPÆNDENDE NYT KURSUS
HOS ODENSE MARCIPAN

Lær at lave kransekage på den nye måde

NU HAR DU CHANCEN FOR AT BLIVE UNDERVIST I, HVORDAN DU LAVER MODERNE KRANSEKAGER. TAG PÅ KURSUS HOS ODENSE MARCIPAN OG FÅ TIPS OG TRICKS TIL SPÆNDENDE FRISTELSER.



Kunne du tænke dig at overraske dine kunder med flotte nye kransekager? Så bør du slå til, når Odense Marzipan indbyder til éndagskurser i "moderne kransekage".

– Sammen med de danske håndværksbagerer vil vi revolutionere kransekagen, forklarer chefkonditor Ronnie Holmen fra Odense Marzipan. Vi har for eksempel taget de tre bedste opskrifter fra konkurrencen "Danmarks Bedste Brød og Kager 2016" og bearbejdet dem, så de kan laves i travle bagerier. Dertil kommer en række nye opskrifter, vi selv har udviklet, så der bliver meget spændende nyt at lære på kurset.

– Der bliver virkelig noget nyt at hente for bagerne, der deltager. Vi kommer til at arbejde med anderledes ingredienser, opsigtsvækkende afpyntning og i det hele taget et nyt udtryk for den klassiske kransekage, uddyber han.

Et trin op ad kransekagetårnet

Kurset er for alle, der arbejder professionelt med bagerfaget. Om du er mester, svend eller lærling er ikke afgørende, bare du brænder for at udvikle dine færdigheder og har den basale viden i orden.

DER VIL I 2017 BLIVE AFHOLDT FIRE KURSER:

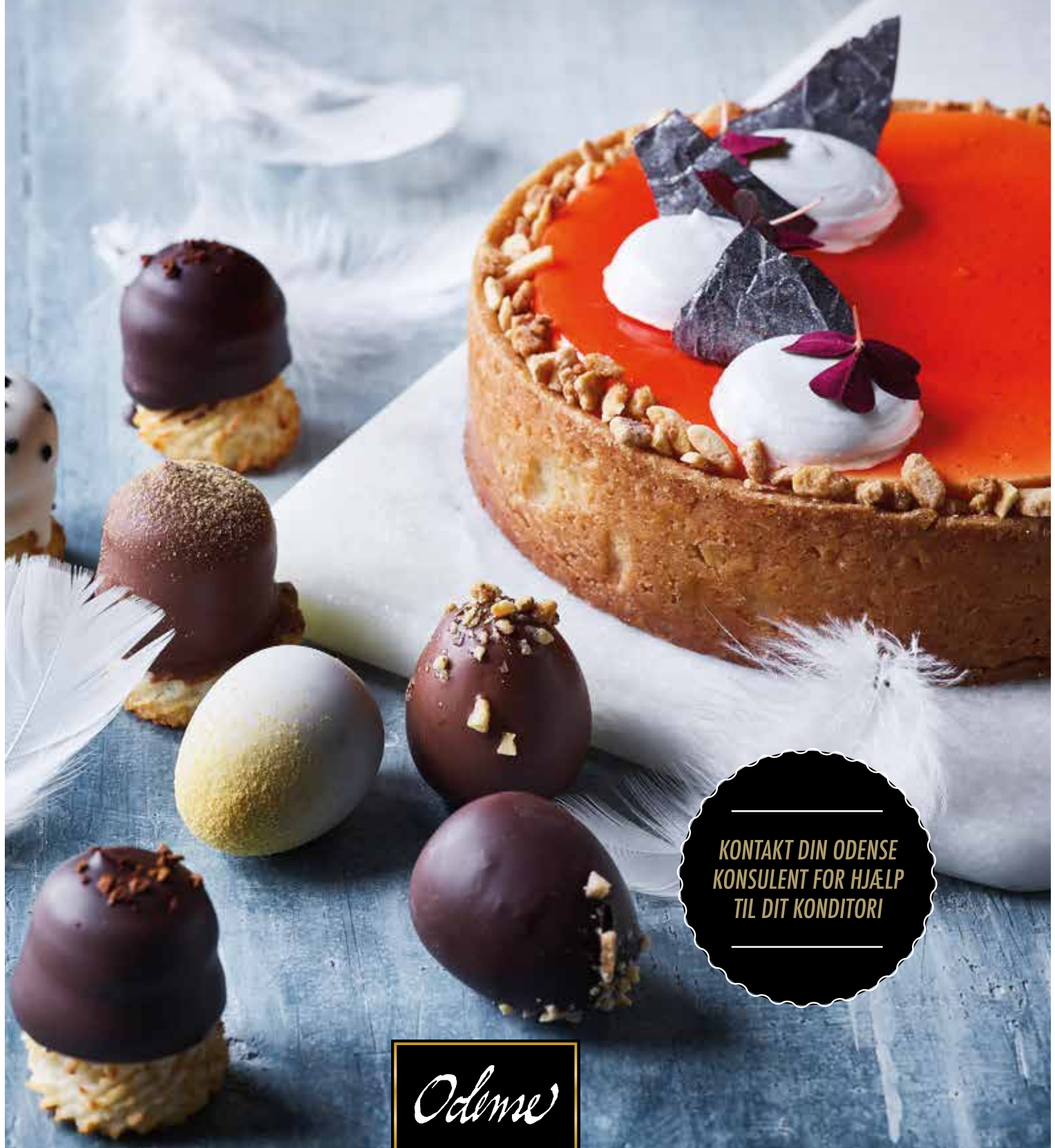
25. april, 3. maj, 13. og 19. september.

Der er plads til 12 deltagere pr. dag. Tilmelding skal ske via www.odense-konditoriet.dk senest 10 dage før kurset.



PÅSKELÆKKERIER

NY INSPIRATION TIL PÅSKESALGET FRA ODENSE MARCIPAN



KONTAKT DIN ODENSE
KONSULENT FOR HJÆLP
TIL DIT KONDITORI



VIL DU MED PÅ INSPIRATIONSREJSE 2017?

AT REJSE ER AT BLIVE KLOGERE!

NU ER DER GODT NYT TIL DIG, DER ER SULTEN EFTER NYE IDEER. I SENSOMMEREN ARRANGERER VI EN INSPIRATIONSREJSE TIL AMSTERDAM, HVOR VI SKAL MØDE LOKALE BAGERMESTRE, SMAGE PÅ ANDERLEDES OPSKRIFTER OG HENTE INSPIRATION TIL DIN FORRETNING.

Du kan godt begynde at glæde dig. I august drager CBP nemlig til Amsterdam for at opleve, hvordan succesfulde bagemestre gør det dér. Og du kan komme med!

Ideer og netværk

Vi skal smage på spændende bagværk, vi måske ikke kender herhjemme endnu. Vi skal møde bagemestre, der har succes med deres forretninger, og som gerne vil dele deres ideer med os. Og så skal vi naturligvis selv snakke sammen og dele tanker om bagerfaget – i behagelig afstand fra æltekarret derhjemme.

Programmet er ved at blive planlagt, og vi kan garantere, at det bliver pakket med oplevelser og inspiration. Det bliver 3 dage, der giver dig fuld valuta for pengene og masser af ideer, du kan tage med hjem til din forretning.

Meld dig til nu

Der er kun plads til 20 deltagere på rejsen, og pladserne fordeles efter først til mølle-princippet. Så vent ikke for længe med din tilmelding. *Bemærk at din tilmelding er bindende.*



FAKTA

Tid: 20. – 22. august 2017

Sted: Amsterdam, Holland

Pris: 11.995,- pr. deltager ekskl. moms

Inkluderet er fly, hotel, forplejning morgen, frokost og aften, besøg på EBIC Innovationscenter og hos succesfulde bagerier.

Kontakt din CBP distriktschef og reserver din plads med det samme.



NYHED!



MISSION:

Den sælgende bagerbutik

**FÅ HJÆLP TIL AT GØRE DIN FORRETNING
ENDNU MERE ATTRAKTIV**

VI HAR LAVET ET SAMARBEJDE MED
VIRKSOMHEDEN SPECTAR, DER ER SPECIALISTER
I AT DESIGNE FLOTTE BAGERBUTIKKER.



Nu bliver det endnu mere fordelagtigt at være Premium-kunde hos CBP. Vi giver dig mulighed for eksperthjælp til at udvikle din bagerbutik, så du kan give dine kunder en endnu bedre købsoplevelse.

Eksperter i bagerbutikker

Spectar er en dansk virksomhed, der fokuserer på at indrette specialbutikker. Firmaet drives af Jørgen Buus Pedersen, der har femten års erfaring med design af sælgende butiksmiljøer. Særligt bagerier har deres interesse, og mere end 30 danske og amerikanske butikker i branchen har været under kyndig behandling af Spectar.

”VORES STYRKE ER, AT VI KAN SKRÆDDERSY EN PAKKE HELT EFTER KUNDENS BEHOV”

Vi fik øje på Spectar, fordi nogle af vores kunder har fået lavet flotte og gennemtænkte løsninger hos dem. Vi synes, at flere af CBP's kunder skal have muligheden for at få eksperthjælp til butikken, og derfor var det nærliggende at lave en aftale med Spectar.

Store og små opgaver

Der er næsten ingen grænser for, hvad Spectar kan hjælpe med, når det handler om butiksinretning.

– Vores styrke er, at vi kan skræddersy en pakke helt efter kundens behov. Nogle ønsker en gennemgribende reovering, hvor alt skiftes ud, mens andre måske bare har behov for hjælp til at præsentere to-go-produkter bedst muligt, fortæller Spectars direktør Jørgen Buus Pedersen.

– I mange tilfælde har vores kunder ikke en klar plan, når vi kommer ind i billedet. Men

måske bare et behov for friske øjne på butikken. Vi kan se mulighederne i et lokale,

”I MANGE TILFÆLDE HAR VORES KUNDER IKKE EN KLAR PLAN, NÅR VI KOMMER IND I BILLEDET!”

og vi har oplevet så mange spændende butikker over hele verden, at vi hurtigt kan komme med ideer og inspiration.

Fra ide til færdig butik

Spectar er totalleverandør af butiksinretning, lige fra de indledende designforslag til montagen af den valgte løsning. Som bager skal du ikke bekymre dig om noget, for der bliver taget hånd om alle detaljerne, når tegningerne først er godkendt. Dette er én af grundene til, at CBP har valgt Spectar som samarbejdspartner.



Særligt tilbud til CBP Premium-kunder

Hvis du er Premium-kunde og drømmer om et spændende, nyt butikslokale, kan du få et uforpligtende designforslag fra Spectar. Forslaget vil være gratis, hvis du bestiller løsningen hos Spectar – og hvis du ikke vil bruge det, koster forslaget et mindre beløb.

CBP KUNDER SKAL HAVE MULIGHEDEN FOR AT FÅ EKSPERTHJÆLP I BUTIKKEN, OG DERFOR LAVEDE VI EN AFTALE MED SPECTAR!

Aftalen med Spectar er for CBP Premium kunder. Hvis du ikke er Premium-kunde endnu, fortæller din CBP distriktschef gerne om, hvordan du bliver det, og om de mange andre fordele, du får.



VIL DU VIDE MERE?

Kontakt Jørgen Buus Pedersen hos Spectar på telefon 30 91 90 01, eller mail jbp@spectar.dk, hvis du er interesseret i en snak om, hvordan din butik kan blive mere levende og sælgende.

Læs mere og se flere eksempler på butikssindretning på spectar.dk eller CBP's brochure i CBP app'en.

Tilbud til CBP Premium-kunder

- Udarbejdelse af indretningsløsning
- Indledende møde og opmåling hos kunden
- Målsat grundplantegning af butikken
- Indretningsoplæg med 3D tegninger
- Præsentation af oplæg og gennemgang hos kunden
- Endeligt oplæg og tilbud

Bliver projektet til ordre, betales der ikke for udarbejdelse af indretningsløsning

SERVICEMIND. 

En smilende kunde kommer igen

FARVEL TIL DET ROBOT-MERSALG, BURGERKÆDERNE OG ANDRE PLAGER DERES KUNDER MED. GODDAG TIL GOD SERVICE, LYDHØRHEDE OG SMILENDE KUNDER, DER IKKE KAN LADE VÆRE MED AT KØBE MERE.

TID TIL ET SERVICETJEK?



Hos Wetches Bageri i Fredericia arbejdes der professionelt med salget i butikken. Som alle andre detailhandlere ønsker Sissel og Bjarne Wetche at få mere salg i forretningen, men det skal ske ordentligt og med respekt for personale og kunder.

– Vi snakker løbende om salg og service på vores personale-møder, fortæller Bjarne. – Der kommer jævnligt nye medarbejdere, der skal lære at yde en god service, og vi gamle skal også forholde os til vores adfærd over for kunderne og hinanden.

Som seneste tiltag for at styrke salget har Bjarne Wetche sagt ja til CBP's tilbud om salgstræning for Premium kunder.

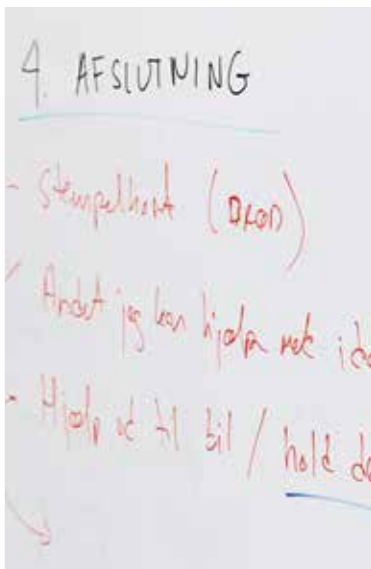
– Det er altid godt at få nogen udefra til at ruske op i os, forklarer Bjarne. – Vi fik besøg af en dygtig ekspert, som havde mange års erfaring i at hjælpe sådan nogen som os. Sceancen tog en god times tid, og vi fik en rigtig god snak om, hvordan vi kan hjælpe hinanden til at yde en service, der får kunder til at købe mere og komme igen.

Drop revolversalget

Træningen blev gennemført af Søren Lybye fra Servicemind, der er CBP's partner på området.

– Mersalg bliver gjort på en uintelligent måde mange steder, fortæller han. – Når ekspedienten bare står og lirer en remse af, sælger hun måske lidt mere, men de fleste kunder synes, det er irriterende. De kan mærke, at ekspedienten kører på automat-pilot og ikke rigtigt interesserer sig for dem.

– Kunsten er at lytte til kunden. Når man prøver at forstå hendes behov, åbner hun op, og ekspedienten kan meget nemmere komme med relevante forslag. Og så er det ekstra salg meget tættere på, uden at kunden føler sig forulempet.



– At skabe en god kontakt med kunden er også meget mere motiverende for ekspedienten. Og netop motivation er den afgørende faktor, mange butikker overser. Det er ikke nok at give biograf-billetter til den, der sælger mest. Som ekspedient bliver man mere tilfredsstillet af et smil fra kunden. Og det er dér, vi vil hen med vores træning, understreger Søren Lybye.

Derfor hjælper CBP dig med salget

For Ruben Solsø fra CBP er det helt naturligt at tilbyde salgstræning til bagerne.

– Vi er her for at hjælpe danske håndværksbagerer til succes. Det gør vi med gode råvarer, men også med alt det andet, der kræves for at drive en succesfuld bagerforretning i dag, siger han.

– Kundens oplevelse er helt central i den forbindelse. Vi vil yde vores til, at bagerne lykkes med det.

SÅDAN FOREGÅR SALGSTRÆNING MED CBP

- Salgstræningen tager 1-2 timer, fx i forbindelse med et personalemøde.
- Den gennemføres af Servicemind, der gennem årtier har arbejdet med service i dansk detailhandel.
- Hver træningssession skræddersys til den enkelte butik, da udfordringerne er forskellige.
- Tag gerne hele personalet med, for træningen handler også om, hvordan man samarbejder om at yde god service.

Hvis du gerne vil booke salgstræning nu, kontakter du blot Servicemind på 89 33 70 70 og henviser til aftalen med CBP.

Du kan høre mere om dette og andre tilbud fra Servicemind hos din CBP distriktschef, og se detaljer og pris i brochuren i CBP app'en.

Vi gør idéer til virkelighed



Spectar ApS – din specialist når det gælder indretning af specialforretninger

Indretning af specialforretninger er vores specialitet, og hos Spectar arbejder vi for og med kunden fra start til færdigt projekt uanset størrelse og omfang. Vi måler op, udarbejder tegninger og layout, producerer, leverer, monterer – færdigt arbejde!

VI TILBYDER

Indretning & Design
Opmåling & Produktion
Montage & Service
Konstruktion

 **Spectar** ApS
Specialinventar & Køløløsninger



POS-TOOL
BAKER

POS-TOOL BAKER



Klar besked i Hjerting

LOVPLIGTIGE INFORMATIONER ER BLEVET EN LEG



HOS HJERTING BAGERI VED ESBJERG FÅR KUNDERNE HURTIG OG PRÆCIS BESKED OM ALLERGENER, INGREDIENSER OG NÆRINGSINDHOLD. ALLE INFORMATIONER FRA CBP PREMIUM PRO ER NEMLIG BLEVET TILGÆNGELIGE PÅ KASSETERMINALERNE.



Tenna Rathleff fra Hjerting Bageri er ikke i tvivl. Selvom det kun er få måneder siden, at bageriets CBP Premium Pro-program er blevet integreret med kasseterminalerne, har det allerede gjort en væsentlig forskel.

Nøjagtig information er god service

– Nu kan vi give kunderne svar på deres spørgsmål om ingredienser med det samme, forklarer Tenna. – Tidligere kunne vores piger godt bruge lang tid på at finde en opskrift eller en kollega i bageriet, der kunne svare. Det er vi ude over nu, hvor vi kan se alle oplysninger på kassen med få klik.

– Vi kan printe oplysningerne ud til kunden eller sende en sms, direkte fra kassen. Dét er da service. Og da det hele kører automatisk, er vi sikre på, at vores oplysninger altid er 100% opdateret. Det er meget nemt og smart, og fødevarer kontrollen kan bare komme an, smiler hun.

Når arbejdet først er gjort

Det har naturligvis krævet noget arbejde at få lagt alle opskrifterne ind i CBP Premium Pro.

– Men nu da det er overstået, er vi meget glade for den hjælp, systemet giver os. Vi kan for eksempel også udskrive lovpligtige deklarationer til vores selvbetjeningsprodukter og således have meget mere at friste kunderne med i butikken. Det er kort sagt blevet langt nemmere at leve op til reglerne, slutter Tenna.

Kom i gang nu

Kunne du også tænke dig en nemmere hverdag og bedre service til dine kunder? Kontakt din CBP distriktschef og hør mere om dine fordele ved at koble CBP Premium Pro sammen med dit kassesystem.

NEM ADGANG TIL ALLE OPSKRIFTER FRA KASSEN

Lad CBP Premium Pro snakke sammen med kassesystemet POS-TOOL Baker og få en lang række fordele:

Dit personale får adgang til alle data i CBP Premium Pro fra kasseterminalen, så kunderne kan få øjeblikkelig og præcis besked om næringsindhold, allergener mv. Dermed kan I opfylde Fødevarerstyrelsens krav om korrekt forbrugerinformation.

Du kan udskrive deklarationer på en bon til kunden eller sende via sms.

Når opskrifterne er lagt ind, kører alt automatisk. CBP sørger for opdatering, hvis der sker ændring i en råvares sammensætning.

Kasseterminalen kan udskrive en produktionskladde til næste dag, inkl. angivelse af nøjagtige råvaremængder.



MultiBase® Rugbrød

Ét brødkoncentrat – vejen til kvalitet og gode smagsoplevelser

Med MultiBase® Rugbrød kan du bruge samme base, uanset om du foretrækker direkte proces, over køl eller frost. Det giver dig mulighed for at producere rugbrød til 5 dage, sætte på frost eller køl for således at bage de efterfølgende dage.

MultiBase® Rugbrød giver perfekt skærbarhed og en rigtig god og rund smag. Du får et rustikt brød med intens duft, og brødet holder sig friskt længe. Samtidig sikrer du dine kunder samme gode kvalitet hver gang.

**Nyt
inspirations-
hæfte ude nu**

Få den ved din
CBP distriktschef



Gulerodsrugbrød

Et klassisk rugbrød som alle børn og voksne elsker. Bagt med gulerødder, bløde rugkerner, hørfrø og solsikkekerner. Let og særdeles saftig.

Opskrift:

Iblødsætning:	2100 g	Halvsigtemel
1100 g	Softkerner Rug	560 g Solsikkekerner
240 g	Hørfrø	120 g Maltekstrakt
1340 g	Vand, 30 °C	800 g Gulerodsstrimler
Sættes i blød 1-2 timer	75 g	Gær
	2260 g	Vand
2680 g	Iblødsætning	
800 g	MultiBase® Rugbrød	Afpyntes med birkes
800 g	Hvedemel	10195 g Samlet dejvægt

Maltølsrugbrød

Bagt med inddampet maltøl sat iblød med rugkerner og hørfrø. Særdeles velsmagende rugbrød og ideel til den gode frokost.

Opskrift:

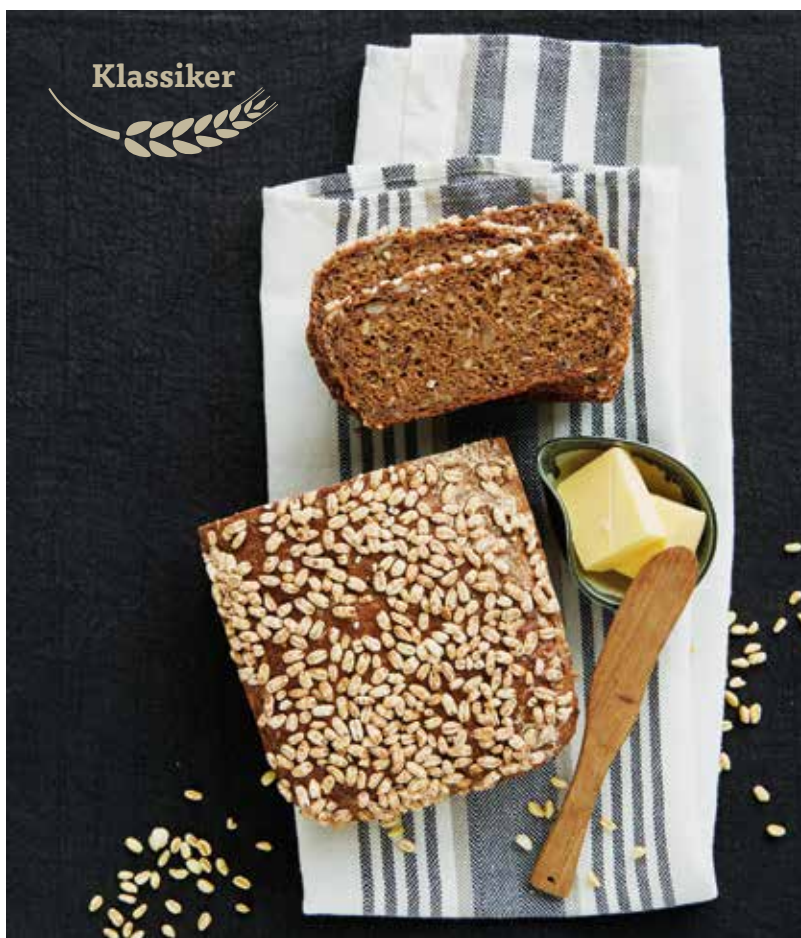
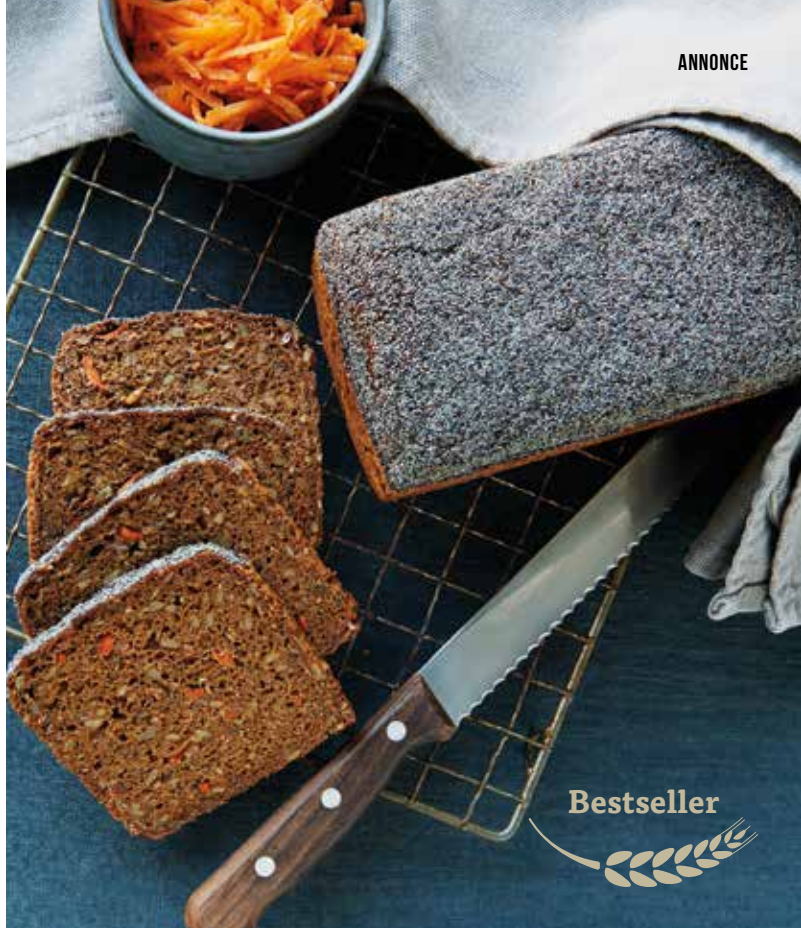
Iblødsætning:	4000 g	Iblødsætning
1500 g	Softkerner Rug	2400 g Rugsigtemel
500 g	Hørfrø	1000 g Hvedemel
500 g	Inddampet maltøl	1000 g MultiBase® Rugbrød
1500 g	Vand (ca. 30°C)	1000 g Solsikkekerner
		100 g Gær
Vand + maltøl blandes sammen og hældes over kerner og hørfrø. Sættes i blød i 1-2 timer	3600 g	Vand
	Afpyntes med poppede bygkerner	
	13100 g	Samlet dejvægt

Fremgangsmåde til alle brød

- Æltetid:** 15 min. i 1. gear i spiralælter
- Dejtemp.:** 28 °C
- Liggetid:** 30 min.
- Dejvægt:** Store rugbrød 1000 g – 1100 g. Single rugbrød 550 g.
- Rasketid:** Ca. 60 min.
- Temp.:** Indsættes ved 260 °C, reduceres til 180 °C
- Damp:** Som normalt til rugbrød
- Bagetid:** Kernetemp. på 96 °C. Store rugbrød: 50-55 min.
Single rugbrød: Ca. 40 min.

Hævetemeter over køl og frost:

- Over køl:** Ved 4 °C i max 72 timer under plastik.
Køres direkte i raskeskab ca. 90 min.
- Over frost:** Optøning på køl i ca. 18 timer under plastik.
Køres direkte i raskeskab i ca. 90 min.



KUNDER ELSKER

Oplevelser og gode historier

DET BLIVER MERE OG MERE SPÆNDENDE AT VÆRE KUNDE I DETAILBUTIKKER. NYE SPÆNDENDE KONCEPTER KOMMER TIL SAMTIDIG MED, AT KLASSISKE DYDER SOM EKSPERTISE OG KUNDEFOKUS GENOPLIVES MANGE STEDER. LÆS VIDERE OG BLIV INSPIRERET TIL UDVIKLINGEN AF DIN BAGERBUTIK.

Af Cecilie Bahr, Retail Institute Scandinavia

Styrkelse af kundens oplevelse er en helt klar trend i detailhandlen i disse år. Storytelling er et centralt værktøj, og vi har set nærmere på, hvordan man anvender storytelling i forskellige butikker for at give kunderne en stærk, sammenhængende oplevelse – og dermed mere lyst til at købe.

Fortæl stærke historier

Du kan styrke kendskabet til din forretning gennem intensiv storytelling. Storytelling er fortællingen om butikkens historie og produkter, og det er et kommunikationsredskab, der kan øge salget til og loyaliteten hos kunden.

Indhold er nøgleordet for at skabe en stærk profil. Indhold kan være, når kunden føler, at hun ikke kun har købt et brød, men også en historie. Vil man opbygge et tillidsfuldt forhold til kunderne, handler det først og fremmest om indhold og historie. En gennemført oplevelse er vigtig for at skabe et godt produkt og en god indkøbsoplevelse, som kunderne kan identificere sig med.

Skab minder

Flere og flere butikker bruger storytelling til at skabe minder hos kunderne. Stærk storytelling gør, at butikken hurtigere bliver lagret i kundernes hukommelse, og dermed bedre huskes og måske bliver uundværlig næste gang, kunderne skal købe ind. Her handler det igen om, at kunderne kan identificere sig med butikken gennem mindeværdige historier.

Lad kunden gå på opdagelse

En anden del af storytelling er opdagelse. Det dækker over muligheden for, at kunderne kan gå på opdagelse og få butikkens værdier og identitet ind under huden. Der er mange muligheder for at skabe en indkøbsoplevelse, hvor kunderne ser butikken på helt nye måder. Her handler det om at fokusere på sanselighed og oplevelsen af produkterne. Kunderne har i høj grad brug for den fysiske sanselighed for at træffe sine endelige købsbeslutninger.

For at give et klart billede af, hvordan det kan gøres i praksis, præsenterer vi hånd-

plukkede koncepter fra ind- og udland, der anvender storytelling på en intelligent måde.

XÍCH LÔ ASIAN BAKERY & TAPAS I OSLO

Xích Lô Asian Bakery & Tapas er en asiatisk bager og tapasrestaurant beliggende i Oslo. Om dagen er det en bagerbutik, og om aftenen forvandles den til en asiatisk tapasrestaurant. Stedet har fokus på høj kvalitet og giver kunderne mulighed for at gå på opdagelse i mange forskellige smage, som stedets anerkendte konditor og chocolatier præsenterer for kunderne hver eneste dag. Samtidig henvender ekspedienterne sig til kunderne på en informativ og personlig facon med fokus på kvalitet og intensive smagsoplevelser. Det får kunderne til at føle sig velkomne, fordi de kan mærke passionen skinne igennem hos personalet.

En fusion af det asiatiske og franske køkken er en spændende måde at give sine kunder en anderledes oplevelse på, og

**DET HANDLER OM AT UDVIKLE
SIN BUTIK TIL AT VÆRE
INTERESSANT FOR KUNDER
MORGEN, MIDDAG OG AFTEN**



her handler det om madinnovation og den måde, personalet er sammen med kunderne på.

Xích Lô Asian Bakery & Tapas forstår at bruge det fysiske rum, altså butikken, i forskellige sammenhænge med mulighed for gæster morgen, middag og aften. Og selvom man er et bageri, er det ikke nødvendigvis en hindring.

Hvad kan du gøre i butikken:

Det handler om at udvikle sin butik til at kunne bære kunder morgen, middag og aften med forskellige løsninger, der tilpasses, såsom to go-løsninger (take-away), eat-in eller morgenmadspakker.

Hav fokus på den menneskelige relation. Inviter til socialt samvær og dan ramme for et sted, hvor kunderne kan komme og være i længere tid af gangen, fx en café eller lignende. Lav nye tiltag igennem nye produktsammensætninger, som kun din butik tilbyder, og dine kunder vil huske din butik for.



DET HANDLER OM AT VÆRE SOCIAL MED KUNDERNE

CASA AMETTLER, SENSE INTERMEDIARIS I BARCELONA

Casa Amettler er et spansk, familieejet dagligvarekoncept, der præsenterer friske, nærproducerede kvalitetsfødevarer i bedste herregårdsstil i et landligt butiksinteriør. Konceptet udspringer fra et familielandbrug og tæller i dag 80 butikker på centrale placeringer i Spanien. De profilerer sig først og fremmest på at være en familieejet virksomhed med fødevarerproduktion, der sælges direkte til kunderne gennem et veludført kædekoncept. Casa Amettler har desuden et stort fokus på

bæredygtighed og sundhed og afholder fx arrangementer med sundhed som tema, bruger trehjulede el-cykler til hjemmelieferancer, har diætister ansat i butikken og tilbyder kunderne madlavningskurser.

Hvad kan du gøre i butikken:

Det handler om at være social med kunderne gennem forskellige events, hvor læring giver en helt anden form for indhold til kunderne. Ud over oplevelsen i sig selv får kunderne inspiration, ny viden og i nogle tilfælde fysisk materiale, som fx opskrifter eller lignende med hjem.



Foto: Aarhus Central Food Market

LANDMAD I AARHUS

Landmad er en butik, hvor det lokale bliver dyrket både på produkt- og butiks niveau. Ideen bag dagligvarebutikken, der sælger fødevarer fra lokale landmænd, mejerier, slagterier og andre fødevarerproducenter, er at samle de lokale, gode varer ét sted, så forbrugerne ikke skal bruge tid på at køre fra landsted til landsted. Her føler kunderne, at de får en ægte, autentisk, lokal og unik indkøbsoplevelse, som ikke fås andre steder. Konceptet opfylder både kundernes behov for lokale råvarer, der er status i at spise og tilberede, og samtidig opfylder det også behovet for at føle sig som en del af et lokalt fællesskab. Her tager emballage, etiketter, indretningen med de vandskurede vægge og iscenesættelsen af varen én med på en mental rejse til "de gode gamle dage", hvor kvalitet og service var af høj prioritet.

Landmadsbutikkene er ikke blot en dagligvarehandel. De huser gårdbutik, kaffebar, café, hvor kunderne kan smage produkterne, takeaway, slagter- samt delikatesse og ostebutik – og selv om de også sælger andre danske varer, udgør de lokale varer af høj kvalitet essensen af og omdrejningspunktet for butikkerne. Caféen udgør et vigtigt element i butikkerne, da kunderne skal have muligheden for at spise de lokale varer, og samtidig er det en oplagt mulighed for franchisetagerne til at undgå madspild. Kunderne får også mulighed for at møde de lokale producenter, når producenterne leverer varer til butikkerne, og på den måde forstærkes lokalfølelsen.

Hvad kan du gøre i butikken:

Overvej samarbejder med lokale producenter. Aktivér kunderne i butikken med fx smagsprøver eller kaffe, mens de venter. Sørg for at være tydelig, når du kommunikerer dine budskaber i butikken via emballage, labels, ingredienser osv.





GRA DE GRACIA I BARCELONA

Gra de Gracia er en emballagefri fødevarerbutik, der inspirerer kunderne til at minimere madspild og overforbrug. Næsten alle varer i butikken præsenteres i løsvægt, og butikkens kunder har mulighed for at fylde en beholder med præcis den mængde af en vare, de har brug for.

Gra de Gracia søger at skabe et fællesskab for kunderne, der ønsker at tage del i den såkaldte "rolige" indkøbsoplevelse, og som kan identificere sig med butikkens klare værdier – miljø og bæredygtighed. Man gør bl.a. meget ud af at tilbyde sine kunder detaljeret information om produkterne, mens man også tilbyder ugentlige madplaner og opskrifter.

Hvad kan du gøre i butikken:

Skab et univers, hvor kunderne kan gå på opdagelse i varemne på egen hånd og udvælge deres varer i eget tempo, alt imens de kan læse om hvert enkelt produkt. Det inddrager kunderne, som får et tættere og mere loyal forhold butikken. Skab helheder et univers, hvor dine værdier kommer til udtryk på en tydelig måde. Og indbyd til sociale oplevelser, hvor kunderne fx kan lære om dit koncept og samtidig blive underholdt.



Foto: Flickr, Gra de Gracia

PERCHS THEHANDEL I KØBENHAVN

I Perchs Thehandel i det indre København har man gjort brug af stærke storytellingelementer, med butikskoncept, interiør og selvfortælling, der ved at skabe en mindeværdig historie. Indsatsen har styrket butikken i kundernes bevidsthed og gjort den til en destination for teelskere.

I dag holdes de gamle traditioner i hævd i den lille tehandel. De gamle servicedyder, som udgjorde en af virksomhedens byggesten i 1835, lever endnu. På trods af at butikken ofte er fyldt til randen med



Foto: Perchs Thehandel

ventende kunder, lader personalet sig ikke presse. De tager sig tværtimod god tid til kunderne, der taltales med "De", og guider dem til det rigtige tevalg med deres omfattende faglige viden. Indretningen i butikken fortæller tydeligt Perchs historie med de guldbelagte tedåser, gamle apotekervægge, hvori teen afmåles, og den store, brune mahognidisk.

Samtidig bringes kundernes sanser også i spil med duft- og smagsprøver af butikens godter, hvilket er med til at styrke fortællingen om tehandlen og skabe minder hos kunderne. At der holdes fast i de gamle servicedyder betyder dog ikke, at Perchs Thehandel er bange for at forny sig: Tværtimod har virksomheden vist sig som en af de mest omstillingsparate med en af Danmarks første netbutikker i 1998, lige som man i dag også gør brug af digital markedsføring på sociale medier som Facebook og Instagram. Gamle servicedyder mikses med teknologi, der gør det muligt for Perchs at fortælle deres historie til endnu flere kunder.

Også på produktniveau er Perchs i stand til at omstille sig tidsalderen, hvorfor man bl.a. finder både Matcha- og Chaite til salg i butikken og til servering i det tilstødende Tearoom, hvor kunder kan nyde en kande te, kager og mindre madanretninger i autentiske omgivelser.

Hvad kan du gøre i butikken:

Fortæl kunden den gode historie bag produktet og konceptet, og giv ny viden og indsigt. På den måde styrkes kendskabet til din butik. Dette kan gøres, når kunderne serviceres eller i præsentationen af brødet og kagerne. Sørg for at være tydelig i din kommunikation, så kunderne ikke er i tvivl om, hvad du står for, og hvor kagerne kommer fra.

SEJERS KONDITORI I SORØ

Sejers Konditori sætter kvalitet og service i højsædet. Konditoriet drives af Pia og Martin, som kunderne også er på fornavn med. Et af ejernes mål er, at kunderne

kan forvente brød ud over det sædvanlige, når de besøger Sejers Konditori. Bageriet tilstræber sig på at føre det gamle bagerhåndværk videre med respekt, kvalitet og nytænkning. Årligt holdes en konkurrence med idéer til nye brød eller kager, og bidragene er mange. Forbrugerne vil gerne være en del af succesen: Måske er det deres idé, der udvælges.

Hvad kan du gøre i butikken:

Inddrag kunderne på en naturlig måde, hvilket får dem til at føle sig som en del af konceptets rejse og udvikling. På den måde får kunderne en tilknytning til butikken eller brandet, som gør dem trofaste og engagerede. I nogle tilfælde vil man endda gå så langt som at sige, at de bliver ambassadører for brandet.

Skab personlige oplevelser ved at give kunderne mulighed for at deltage i processen eller i udviklingen af produktet. Når kunden involveres og gøres til medskabere, udvikles der et tæt forhold mellem kunden og butikken.

SIKA BUBBLE

Komfort. Sikkerhed. Stil

SIKA BUBBLE baner vejen for en ny trend inden for arbejdssko. Med sit stilrene design udviser SIKA BUBBLE linjen mellem professionelt fodtøj og sneakers - uden at gå på kompromis med komfort eller sikkerhed. **Endelig en sko, du har lyst til at have på. Hele dagen.**

Stødabsorbering i hele sålen / Åndbar / Vaskbar / Ekstra skridhæmmende / Godkendt til arbejde

SIKA BUBBLE er designet til både kvinder og mænd.

Læs mere på www.sikafootwear.dk/sikabubble

SIKA

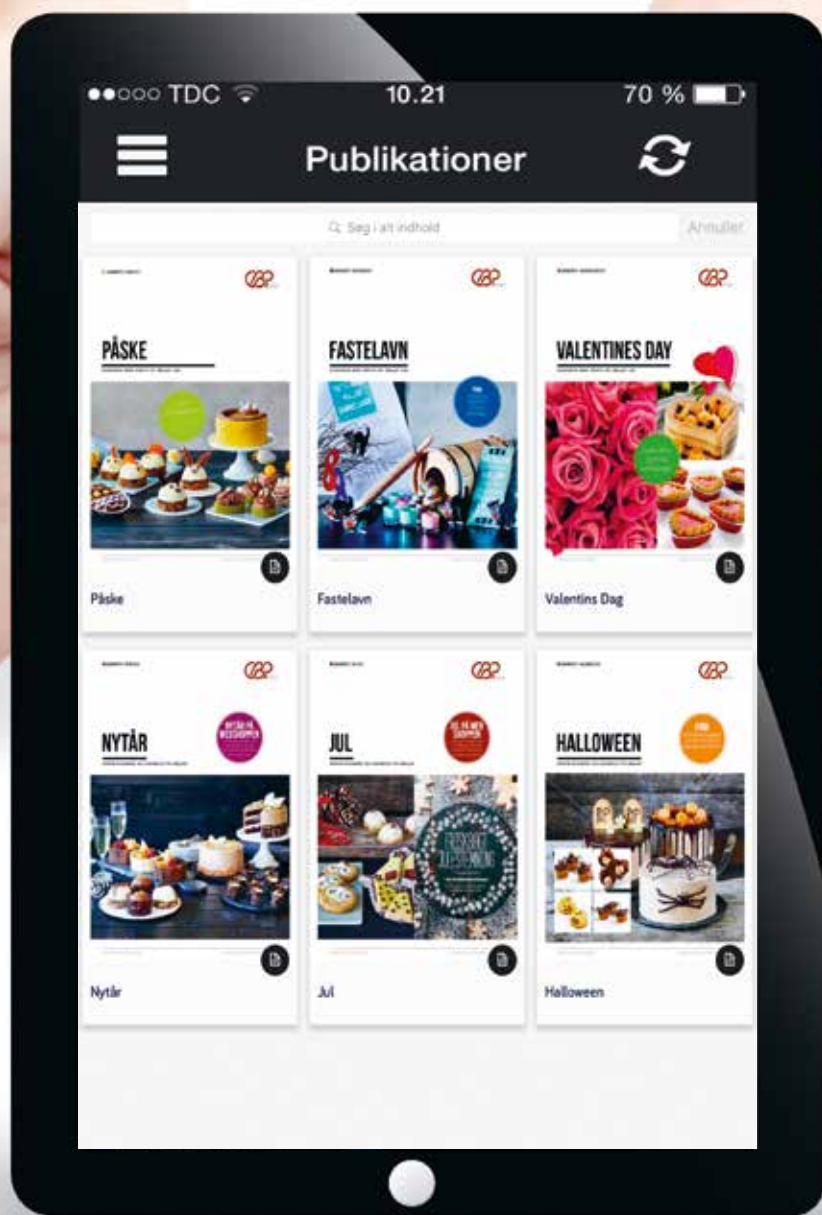
KAN
BESTILLES I
WEBSHOPPEN



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

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

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



Klik ind i CBP app'en og få et hurtigt overblik!

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?



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.

