

SPRØD

Nr. 9 · 2019 · CBP Magasin for bagere og konditorer

TREND: LEDELSE AF GENERATION Z

Småt, godt og
virkeligt lækkert

TEMA: SNACKIFICATION


Opskrifter og inspiration til nye snacks

FORANDRINGSVILLIG OG FORBEREDT PÅ FREMTIDEN

Ny generation i bageriet

Vores passion, din succes...

*Bagermester
Anders Thoby fra
Bakery by Vendelbo er
bager med succes*



Bakery by
Vendelbo
mail@bakerybyvendelbo.dk
www.bakerybyvendelbo.dk
59430155

Det er nu, frøene skal sås

Alle vi, der fulgte fodboldlandsholdet i de glade dage i 80'erne og 90'erne, var lidt bekymrede, da de store spillere nåede pensionsalderen. Hvordan skulle det mon gå uden Laudrup, Sivebæk og Schmeichel? Siden da har vores landshold med skiftende held forsøgt at finde storheden igen. Først nu er der en fornemmelse af, at noget spændende er ved at ske igen, ikke? En stærk ny generation har taget over og er ved at finde sine ben. Men det har taget sin tid.

Hvem skal score målene i morgen?

Ingen kan være i tvivl om, hvor vigtig talentpleje er i fodbold. Men det er lige så afgørende inden for bagerfaget. Du er måske en Laudrup ved æltebordet i dag, men har du en ny generation på vej? Er du ved at uddanne de unge mennesker, der skal sikre, at dit bageri også trives og vokser i fremtiden?

I branchen har vi et fælles ansvar for, at nye bagertalenter finder deres vej ind i bagerfaget. "Fælles ansvar" betyder ofte "ikke mit ansvar", men denne sag er for vigtig til, at vi kan vente på, at andre løser udfordringen for os.

Vi må selv tage fat, hver især.

Den gode læreplads

Heldigvis er der mange gode eksempler på, at danske bagerier gør sig umage for at tiltrække unge mennesker og give dem en god bageruddannelse. I dette nummer af SPRØD kan du læse om, hvordan Haals Bageri i Gistrup gør det så godt, at de er blevet hædret som en af Danmarks allerbedste lærepladser. Det gode eksempel fra Nordjylland viser, hvordan man gør bagerfaget attraktivt igen. Det handler om at skabe en god kultur på arbejdspladsen, som de unge kan lide. Og om at vise flaget på lokale uddannelsesmesser, i den lokale avis og på de sociale medier.

CBP tager medansvar

Hos CBP bidrager vi også. Vi samarbejder med uddannelsessteder om spændende opgaver til kommende bagere og kokke, så de allerede nu begynder at tænke i, hvordan nye produkter og koncepter kan udvikles til fremtidens kræsne kunder. Det kan du også læse om på de kommende sider. Med disse ord byder vi velkommen til den nyeste udgave af SPRØD, som står i de nye generationers tegn.

God fornøjelse med læsningen!



Birgitte Fredslund
Salg, Nonfood+



Ruben Solsø
Salg, Bageri





TEMA:
Snackification



INDHOLD

- 04 Nysgerrighed som drivkraft**
Henrik i Hovedgård er bager med succes
- 08 Skab trafik til din butik**
CBP Marketing hjælper dig
- 12 Nemt smoothiekoncept**
Nyt til dit to-go sortiment
- 16 Ledelse af Generation Z**
Fasthold dine unge medarbejdere
- 20 Tema: Snackification**
Opskrifter på små og lækre snacks
- 36 Produktnyheder**
Grønt og glutenfrit
- 38 Kokke som produktudviklere**
Samarbejder om nye moderne snacks
- 42 Den korrekte ingrediensliste**
Styr på mærkningen med CBP Premium Pro
- 45 Dekopakker 2019**
Skab stemning i din butik
- 46 Næste generation i bageriet**
Bakery by Vendelbo justerer kursen
- 52 Produktnyheder**
Nye to-go emballager
- 54 Emballage til lækkerisulten**
God totaloplevelse giver glade kunder
- 58 FN's 17 verdensmål**
CBP arbejder med bæredygtighed

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.

MØD DEN ØSTJYSKE BAGERMESTER HENRIK KJÆR

Historie- fortælleren fra Hovedgård

KAGEHUSET ER DET LEVENDE BEVIS PÅ, AT DER ER MASSER AF LIV UDEN FOR DE STORE BYER. HENRIK KJÆR HAR OPBYGGET EN POPULÆR BAGERKÆDE I SMÅ LOKALSAMFUND PÅ BASIS AF KVALITET, NYSGERRIGHED OG EVNEN TIL AT FORTÆLLE HISTORIER OM SINE PRODUKTER.



Kagehusets rustikke landbrød vandt i 2018 titlen som Danmarks bedste specialbrød.



”
VI VIL IKKE GÅ PÅ
KOMPROMIS MED
KVALITETEN I JAGTEN
PÅ VÆKST

Bagermester Henrik Kjær sætter sig i cafehjørnet, puster ud og kigger SPRØDs udsendte dybt i øjnene. Jeg når ikke at sige noget, inden han begynder:

– Det kan godt være, at det her ligner en succes, men det er dæleme hårdt. Jeg har været i gang siden klokken 22 i aftes, og selv efter et døgnns arbejde er der stadig masser at gøre. Og derhjemme har jeg tre drenge, som jeg også gerne vil være far for, så du kan nok se, at jeg kæmper med at få enderne til at nå sammen.

Når man skal interviewe manden bag den østjyske bagerkæde Kagehuset, skal man have spidset sine blyanter hjemmefra. Der bliver ikke tid til det undervejs, for tankerne flyver ud af Henriks mund lige så hurtigt, som croissanterne ryger over disken henne ved kasseapparatet.

Vi har sat os sammen for at snakke om, hvad der har gjort Kagehuset til en succes. Henrik er en af CBP's gode kunder, og vi er nysgerrige for at høre om, hvordan man skaber fremgang "ude på landet", hvor butikslukninger og fraflytning mod de store byer ellers er dagens orden.

Lad os få baggrunden på plads. Fortæl mig om din vej frem mod det, du har i dag.

– Jeg har altid villet være bager. Jeg begyndte som arbejdsdreng i Niels Jørgen Schacks bagerforretning i Sønderborg tilbage i 1992, kom i lære samme sted efter et par år og var udlært i 1997. Det var her, jeg lærte, at historie og kærlighed er hjertet i en god bagerforretning. Sådan var det for min læremester, og sådan er det for mig i dag.

– Jeg er nysgerrig af natur og arbejdede hos forskellige bagere, da jeg var blevet udlært. Det blev blandt andet til tre år i Norge, hvor jeg arbejdede som konditor, fordi jeg gerne ville blive dygtigere til kager. Jeg sugede til mig, alt det jeg kunne, indtil jeg sammen med min kone Mette følte mig klar til at få egen forretning.

Det blev så her i Hovedgård, I fik fod under egen bagerdisk. Hvorfor lige her?

– Det var en tilfældighed. Mette og jeg er sønderjyder, og vi kendte ikke Hovedgård. Men det var her, muligheden for at blive selvstændige opstod, netop som vi var klar. Og vi tænkte: Hvorfor skulle vi ikke kunne få det til at lykkes her?

– Der hørte en bagerbutik i Gedved med til forretningen, og vi udvidede yderligere med butikker i Østbirk og Egebjerg de følgende år. Det gik godt, så i 2012 sprang vi ud i vores hidtil største satsning med det, du ser her: Et helt nybygget bageri på 800 m² og en tilhørende butik med cafe. Og seneste udvidelse kom, da vi åbnede en Kagehuset i Superbrugsen i Stensballe, en forstad til Horsens.

Kagehusets fremgang er kommet ved at satse på mindre lokalsamfund. Hvordan passer dette sammen med historien om landsbyer, der plages af fraflytning og tomme butikslokaler?

– Jeg tror fuldt og fast på, at man kan skabe en bagersucces alle steder. Man gør det ved at satse på kvalitet og ved at blive en aktiv medspiller i lokalsamfundet. Kundene kører gerne langt, når det rygtes, at de kan få fremragende rundstykker og kager hos dig. Og hvis du samtidig skaber arbejdspladser og benytter alle muligheder for at komme i kontakt med de lokale, har du al sympatien på din side.

– Vi har et åbent bageri, hvor vi tit inviterer lokalbefolkningen til arrangementer, for

DANSK SURDEJ I VERDENSKLASSE

Som den eneste danske bager har Henrik Kjær fået optaget en surdej i det internationale surdejsbibliotek i Belgien. Det er en hæder, der kun tildeles helt unikke surdeje, som af eksperter vurderes til at være bevaringsværdige for eftertiden.

Surdejen er baseret på rug og stammer fra Henriks læremester Niels Jørgen Schack. Mange af Kagehusets brød er baseret på denne rugsurdej, som friskes op kl. 3 hver nat i bageriet i Hovedgård.

Hos CBP er vi ret stolte af, at en bager med et så højt kvalitetsniveau har valgt os som samarbejdspartner.



"Mette-brødet" bages i bageposer, der giver brødet en god saftig krumme. Brødet fik bronze i 2013.

eksempel bagning med børn. Det er meget populært, og det giver en masse små ambassadører, der løber hjem og fortæller om deres oplevelser. Som et andet eksempel har vi kørt et projekt med en 8. klasse fra den lokale skole om, hvordan vores butik kunne blive endnu mere attraktiv for de helt unge. Og hvordan vi kunne bruge sociale medier til at nå bedre ud.

– Vi gjorde det af ren nysgerrighed. Det er spændende at snakke med unge, for de har et helt andet syn på mange ting. Og det er jo dem, der gerne skulle komme i butikken i morgen.

Nysgerrighed er tydeligvis det, der driver dig. Hvor har den ellers bragt dig hen?

– Jeg flyttede på et tidspunkt ind hos en fransk bager for at lære at bage perfekte franske croissanter. Jeg ville lære håndværket og alle de hemmelige tricks, for hvorfor skulle mine kunder ikke have det allerbedste?

– Efter hjemkomsten holdt vi så fire franske uger i butikkerne, så kunderne opdagede, at deres lokale bager nu kunne

endnu mere. Og nu sælger vi rigtig mange croissanter i alle butikkerne. I det hele taget elsker jeg at lære nyt og finde på nye produkter, der gør det spændende for kunderne at besøge os.

”

**DET ER NEMT AT PRODUCERE
NOK, MEN DET SVÆRE ER AT
HOLDE OVERBLIK OG VÆRE
EN GOD LEDER SAMTIDIG**

Du talte om historie og kærlighed til bagerhåndværket. Det lyder jo godt, men hvad betyder det i praksis?

– Historie er at respektere de klassiske dyder. At gå tilbage i tiden og arbejde med gamle meltyper og opskrifter. Og at bruge lokale ingredienser, ligesom man gjorde dengang. Vi har en række brød, der er bagt på lokal mel, og vores populære honningkager er lavet med lokal honning.

– I gamle dage var det naturligt at bage med lokale råvarer, men sådan er det ikke

længere. Derfor vækker det opsigt, når vi kan fortælle, at vi har brugt den og den mel fra en lokal mølle. Historiefortællingen er afgørende, og den gør vi meget ud af i butikken.

– Historien om Kagehuset er også, at vi bager alt fra bunden. Det princip holder vi fast i, uanset hvad. Vi vil ikke gå på kompromis med kvaliteten i jagten på vækst. For mig er det kun interessant at have forretningsmæssig succes, hvis det bygger på de bedst mulige produkter.

Det er tydeligt, at du har en enorm gejst omkring din forretning. Hvordan får du spredt din energi ud i alle afkroge af virksomheden?

– Det er den helt store udfordring. Vi er i dag 80 medarbejdere fordelt på fem lokationer, og jeg har følt, at jeg er på grænsen af, hvad jeg kan klare. Det er nemt at producere nok, men det svære er at holde overblik og at være en god leder samtidig med, at der skal tages masser af små og store beslutninger hver eneste dag. Jeg fik en øjenåbner, da en af mine bedste medarbejdere ude i butikkerne sagde op. Hun



var en gæv pige, der ikke havde brokket sig og bare knoklet på med udfordringerne. Men en dag måtte hun give op med øjeblikkelig virkning. Jeg så mig selv i spejlet og spurgte: Hvordan kunne det ske? Hvordan havde jeg ikke opdaget det i tide?

– Min indsigt var, at jeg måtte have hjælp til at sikre sammenhængskraften. Jeg kan ikke nå rundt i alle butikker og hjælpe dem med alt det, der opstår. Derfor har jeg nu ansat en mand til at være min forlængede arm ude i butikkerne. Det har fjernet en stor bekymring og en dårlig samvittighed fra mine skuldre, så jeg bedre kan koncentrere mig om at udvikle forretningen.

Men hvis du har arbejdet i 24 timer nu, er der vel mere, der skal uddelegeres?

– Helt sikkert, vi er ikke i mål. Men de lange arbejdsdage er også min egen skyld, for jeg får nye ideer hele tiden. Og jeg har nu fået så meget luft, at jeg er begyndt at drømme om næste skridt, som er et tre gange så stort bageri. Ja, det lyder vildt, men uden nysgerrighed og udvikling keder jeg mig.

Henrik griner og kaster et blik på uret. Han har lige et par gøremål mere, inden han skal hjem og være sammen med sine drenge efter skoletid. Og måske have nogle timer på øjet, inden nye ideer til udviklingen af Kagehuset vælter frem.

5 SPRØDE BUTIKSRÅD

fra Henrik Kjær

Vær synlig i butikkerne

Der er altid mere at lære og opdage, selvom du har været i branchen i mange år. Snak med kunderne, inviter skolebørn indenfor i bageriet, opsøg de bedste bagere og lær af dem. Du kan ikke undgå at få nye ideer, som du kan bruge til at udvikle din forretning.

Hold fast i kvaliteten

Hos Kagehuset vejes alt af fra bunden. Det kræver dygtigt mandskab og kan forøge risikoen for menneskelige fejl, men kvaliteten er prisen værd. Som håndværksbager er din eksistensberettigelse at lave det, industribagerierne og de store bagerkæder ikke kan.

Kunderne elsker det lokale

Gamle opskrifter og lokale råvarer er vejen frem. Dine kunder vil have ægthed og nærvær, også i de produkter, de køber hos dig. Der er dygtige producenter af mel, mælk, frugt, honning og andre gode råvarer i dit lokalområde, så find dem, bag med deres produkter og fortæl historien.

Fortæl, fortæl

Dine kunder nyder at høre om, hvordan dit brød og dine kager er blevet til. Fortæl historien om råvarer og forarbejdning, når du har chancen for det: Direkte til kunderne i butikken, på skilte, på Facebook og i den lokale presse.

Overrask den sure kunde med service

Når der sker fejl, og kunden er utilfreds, kan det vendes til en positiv oplevelse. Det handler blot om, hvordan du tackler situationen. Indrøm fejlen (også selvom det er kundens skyld), opvej den (pengene tilbage eller nyt produkt) og gør så noget uventet ekstra, der viser, at du gerne vil have en glad kunde. Det kan fx være en kage eller et gavekort på ti rundstykker. Tænk på det som en investering i markedsføring, for overraskede kunder snakker om deres oplevelse.



CBP er også dit REKLAMEBUREAU

ALLE CBP PREMIUM-KUNDER KAN FÅ LAVET PROFESSIONEL MARKEDSFØRING HOS SPECIALISTERNE I CBP'S MARKETINGAFDELING. VI KENDER BAGERBRANCHEN, ARBEJDER EFFEKTIVT OG TIL KONKURRENCEDYGTIGE PRISER.

Flere og flere af CBP's kunder vælger at få lavet deres markedsføringsmaterialer hos CBP Marketing. Det giver god mening, for vi kan tilbyde alt det, en bagerforretning har brug for, og vi kan gøre det billigt og med høj kvalitet.

Vi kender bageres virkelighed

CBP Marketing løser kun opgaver for bagerforretninger, så du er i gode hænder, da vi kender din branche. Vi ved, hvad forbrugerne vil have, og hvordan man trækker dem fra gaden og helt ind til dit kasseapparat.

Det betyder, at vi kan rådgive dig til løsninger, som vi har erfaring med og har set effekten af.

Alt det, du har brug for

Du går ikke forgæves til CBP Marketing. Vi løser alle opgaver omkring din markedsføring, og vi tager gerne mod en udfordring.

Er du klar til at opgradere din markedsføring? Kontakt din CBP distrikschef, hvis du vil høre mere og er interesseret i at få lavet gode markedsføringsmaterialer, der passer til din butik og din pengepung.

Her er nogle af de opgaver, vi typisk løser for bager:

- Plakater
- Skilte til disken
- Brødstikkere
- Mærkater til vinduet
- Annoncer til lokalavisen
- Foldere
- Roll-ups
- Sponsorpakker
- og meget, meget mere

Bagemester Nils Nielsen, Fru Nielsens Bageri

VI FIK MERE END VI BAD OM

– Vi sponsorer et lokalt håndboldhold, og vi fandt ud af, at CBP kunne hjælpe med at designe materialer til klubbens kampe og arrangementer.

– Folkene fra CBP kom forbi til et møde, hvor vi vendte nogle idéer. Og kort tid efter vendte de tilbage med et oplæg, der rummede langt mere, end vi havde snakket om. De havde tænkt videre, og det var fedt at opleve.

– Få uger senere kunne vi køre ud til klubben med nye skilte, flyers, mærkater og roll-ups. Alle sammen designet og trykt hos CBP. Det var virkelig nemt, hurtigt og samtidig til en fornuftig pris.





Bagermester Eddie Månsson, Pistoria

BEDRE OG BILLIGERE

- Når jeg kontakter CBP's marketingafdeling, går det bare derudaf. Jeg er begyndt at kalde deres grafiker for Jyllands hurtigste marketingmedarbejder. Det er nemt og lige til at sætte noget i gang hos hende – som at trykke på en knap.
- Jeg får designet og trykt flotte plakater til gadeskilte, men jeg får også lavet mindre skilte, jeg kan printe selv. De er meget flottere end det, jeg tidligere fik lavet andre steder. Og så er det ovenikøbet billigere.



Bagermester Tommy Carlsen, Bageri Ingeborg

PROFESSIONELT OG UPÅKLAGELIGT

- CBP Marketing har hjulpet os med at lave materialer til vores sponsorat af vores lokale superligahold, Vendsyssel.
- De arbejder meget professionelt og med stort kendskab til bagerbranchen. De forstår, hvad vi har brug for, de arbejder hurtigt og sikkert og med meget få justeringer undervejs. Jeg kan varmt anbefale at bruge CBP til markedsføringen, når det skal gå hurtigt og samtidig have høj kvalitet.





HJÆLP TIL MARKETING

LOYALE KUNDER HAR EKSTRA FORDELE*

- CBP's marketingafdeling hjælper dig med målrettet markedsføring af dit bagværk
- Markedsføring skaber trafik til din butik og øger dit salg
- Nå ud til mange kunder uden store omkostninger

Kontakt din distriktschef og hør mere om dine muligheder for marketingsupport.



**Gratis eller til favorabel pris*



CBP GØR DET NEMT AT SÆLGE SMOOTHIES I DIN BUTIK

Giv omsætningen et kick

SMOOTHIES ER DET PERFEKTE SUPPLEMENT TIL DIT UDVALG AF SNACK OG TO-GO PRODUKTER. DE TILTRÆKKER FLERE KUNDER, ISÆR DE UNGE, OG GØR DIN BUTIK TIL DET NATURLIGE STED AT KØBE FROKOSTEN.

Smoothien er blevet en populær energibooster blandt danskerne. Vi drikker den til morgenmaden, til frokosten og ud på eftermiddagen, når energiniveauet trænger til et løft. På den måde får vi nye kræfter og lidt til den søde tand uden at skulle "falde i" med slik og sodavand.

Blend dig til flere kunder

Tag smoothies ind i dit varesortiment og giv kunderne endnu en god grund til at besøge din butik. Især Generation Z elsker den søde drik, og det giver dig alletiders mulighed for at tiltrække den nye købestærke kundegruppe.

Vi har gjort det nemt

For en travl bagerbutik kan det være besværligt og tidskrævende at lave smoothies fra bunden. Men du skal ikke snydes

for den gode, ekstra omsætning, så vi har udviklet et koncept med lækre smoothieblandinger, der blot skal hældes i blenderen direkte fra posen og blandes med juice. Start blenderen, og få sekunder senere har du en lækker, frisklavet smoothie.

Alt det gode er bevaret

Vores blandinger består af frossen frugt af høj kvalitet. Frugterne bliver høstet lige inden, modningen toppe, hvorefter de renses, skæres og nedfryses. Fordi frugterne hurtigt kommer på frost, bevarer de bedst muligt deres vitaminer, mineraler, smags- og farvestoffer. Alt det gode er kommet med i posen.

Fire flotte varianter

Vores sortiment af smoothies rummer fire varianter, der alle ser forrygende godt ud, når de serveres for kunden:

- Berry Burst
- Green Goodness
- Pineapple Sunset
- Strawberry Fantasy
- og dertil ægte dansk æblemost (ikke fra koncentrat og uden tilsat sukker)

Du får smoothieblandingerne i portionsposer a 150 g, så du nemt og hurtigt kan levere en frisklavet lækkerbissen.

Bestil nu og vær klar til sommersalget

Smoothies er et sikkert sommerhit, så vær med fra starten, når forårssolen rammer danskerne. Ud over de gode råvarer skal du blot have en blender og klare bægre at servere i. Det kan vi også hjælpe dig med; kontakt din CBP distriktschef med det samme.

” SMOOTHIES ER ET KLART HIT

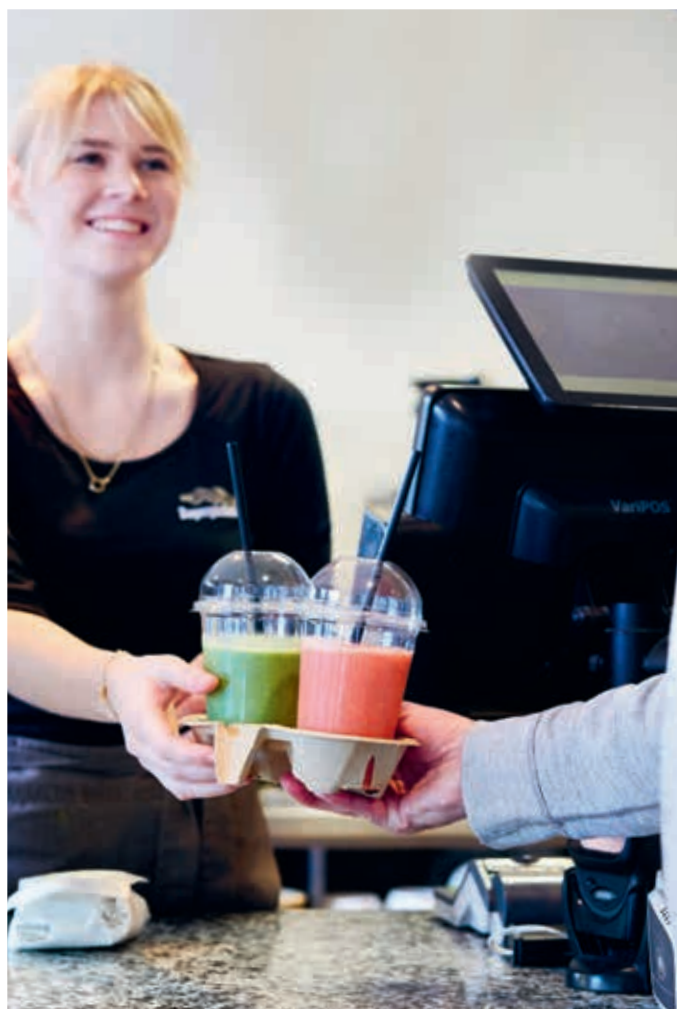
– Vi testede de fire smoothie-
varianter fra CBP i sommer, og de var en
stor succes fra dag et. Især de unge og
kvindeme køber de friske drikke, ofte sam-
men med en salat eller sandwich.

– Der blev selvfølgelig solgt mange
smoothies gennem den lange, varme
sommer, men også i vinter har der været
en god efterspørgsel. Så vi har besluttet,
at smoothies nu er en fast del af
sortimentet hos Bagergården.

– Frugten er doseret i poser og skal blot
hældes op i blenderen sammen med juice.

Det kan ikke være nemmere for
os i butikken. Så det er på alle måder et
genialt produkt at have på hylderne.

Bianca Nygaard, Bagergården Hinnerup



PRODUKTNYHEDER

FRISKLAVEDE SMOOTHIES

De fire nye lækre smoothies er 100 % naturlig og ikke tilsat sukker, tilsætningsstoffer eller farver. Frugtblandingerne kommer på frost, og er afmålt, så de passer til smoothiebægrene. Det gør dem nemme at opbevare og anvende hele året, uafhængig af sæson.

Se emballage og
tilbehør til smoothie
på side 52



SMOOTHIE SUNSET

Ananas, mango, papaya
CBP varenr. 2540
15 poser à 150g



SMOOTHIE BERRY BURST

Solbær, blåbær, banan, brombær
CBP varenr. 2542
15 poser à 150g



SMOOTHIE GREEN GOODNESS

Spinat, banan, græskarkerner,
mango, æble, havre, lime,
Matcha pulver
CBP varenr. 2541
15 poser à 150g



SMOOTHIE STRAWBERRY FANTASY

Jordbær, banan
CBP varenr. 2543
15 poser à 150g

Nye generationer indtager arbejdsmarkedet

HVORDAN FORHOLDER DU DIG TIL GENERATION Y OG Z SOM LEDER?

I TAKT MED AT GENERATION Y OG Z INDTAGER ARBEJDSMARKEDET, STILLES DER NYE KRAV TIL DIG SOM LEDER – ER DU PARAT TIL DE NYE MEDARBEJDERE? LÆS MED HER FOR AT FÅ INDBLIK I, HVORDAN FREMTIDENS MEDARBEJDER SKAL MØDES.

Af Dorte Wimmer, Retail Institute Scandinavia

TAKEAWAYS

- Indbyd til løbende og åben kommunikation
- Skab inddragelse og tillid
- Bryd siloerne ned
- Synliggør karriereveje
- Skab fleksibilitet mellem arbejde og fritid
- Giv plads til at eksperimentere
- Fokuser på mening og formål

Vi kender dem som de digitale indfødte, Generation Y og Z, Millennials... Kært barn har mange navne, men der er god grund til at kende disse generationer – som forbrugere, men også som medarbejdere. I 2025 vil de digitale indfødte dominere på arbejdspladserne, og allerede indenfor fem år vil Generation Y udgøre 75 pct. af arbejdsstyrken i Danmark. Skal du tilbyde dine kunder en unik og enestående kundeoplevelse, kræver det, at du kan gøre dig attraktiv overfor de bedste medarbejdere.

Generation Y (født mellem 1982-1999) og Generation Z (2000-nu) stiller både nye krav til kundeoplevelsen og til deres fremtidige arbejdsplads. Fremtidens medarbejder kræver mere end blot en løncheck. De søger i langt højere grad at være en del af noget større, og mens arbejdspladsen stadig vælges ud fra interesse og karrieremuligheder, vælges den også i langt højere grad ud fra de værdier og holdninger, der gennemsvyrer virksomheden.

Desværre ligger en karrierevej i detailhandlen ikke ret højt på de unges ønskeliste, og udviklingen er de seneste år gået i den forkerte retning. I 2013 mente 20 pct. af Generation Y, at det var attraktivt at gøre karriere i detailhandlen, mens dette tal i 2017 faldt til 14 pct. Over halvdelen (57 pct.) af generationen vurderer, at det slet ikke er attraktivt at gøre karriere i detailhandlen. Derved står branchen med en udfordring i at tiltrække medarbejdere.

FORSTÅ DE NYE GENERATIONER

Nedenfor får du tre råd til, hvordan du kan tiltrække og fastholde fremtidens medarbejdere.

Giv plads til at eksperimentere

Generation Y og Z vil ikke blive til noget – de er noget. De er en generation med stor selvtillid, som er ressourcestærke, og brugt rigtigt kan de ressourcer bidrage med stor værdi til din forretning. Men det er vigtigt, at de ikke sættes i bås eller møder en "det-har-vi-prøvet"-attitude. Hvis et projekt fejler, er det vigtigt at se det som en del af læringen, så man ved næste projekt starter et andet sted og kan bruge de erfaringer fra det mislykkede projekt. De unge søger en arbejdsplads, der ikke begrænser dem, men tilbyder dem fleksibilitet og mulighed for at være medskabende og medbestemmende. Hele 74 pct. af Generation Y forventer i høj grad, at deres leder er åben overfor idéer og nytænkning.

Fokuser på mening og formål

Du bør være bevidst om, at Generation Y og Z ønsker at bidrage positivt til samfundet. Mens motivationen tidligere fandtes i lønkomensationen, er det meget mere komplekst hos de unge, der både sætter lønnen højt, men også ønsker at være en del af noget større. For 85 pct. af Generation Y er det vigtigt, at arbejdet har et større formål end at tjene penge. Virksomheder med klare målsætninger, udover profitten, vinder den fremtidige medarbejder, der vil kunne identificere sig med virksomheden, stå inde for dens værdier og tiltrækkes af disse.

Giv dem feedback – hele tiden

Hos Generation Y og Z er ambitionerne store, og hvis de føler, at virksomheden ikke længere kan lære dem noget nyt, er det videre til næste virksomhed, der tilbyder dem et oplevelses- og lærerigt arbejdsliv. De uddanner sig længe, og det er vigtigt for dem, at en arbejdsgiver tilbyder dem nye kompetencer gennem udfordringer, udviklingsmuligheder og efteruddannelse. Deres digitale verden består af virtuelle likes, som de kontinuerligt stræber efter. Dette overføres til den fysiske verden, hvor Generation Y og Z forventer konstant feedback, så de kan forbedre og udvikle sig. Dette stiller høje krav til ledelsen, og den gamle ledelsesstil "hvis ikke du hører noget, så går det godt", må bestemt ikke overføres til disse generationer.

Læs om ledelse hos Haals Bageri, der i 2018 blev kåret som Danmarks næstbedste læreplads – se side 18.

GENERATION X FØDT 1961-1981

Ting & titler
Hierarki
Lange arbejdsdage
Individuel succes



GENERATION Z FØDT 2000-NU

Handlefrihed
Empowerment
Lyst
Fælles succes

¹Krautwald, Alexandra: "Unge Generationer på Arbejde – Vejen til et anderledes rigt liv", Dansk Psykologisk Forlag, 2018

²Retail Institute Scandinavia, 2017

³Retail Institute Scandinavia, 2017



Foto: BKD

HAALS BAGERI ER EN AF DANMARKS BEDSTE LÆREPLADSER

Vores lærlinge gør en forskel

FOR ET PAR ÅR SIDEN VALGTE BAGERPARRET BAG HAALS BAGERI EN ANDERLEDES TILGANG TIL DET AT HAVE LÆRLINGE. DET ER GÅET SÅ GODT, AT BAGERIET FIK EN FORNEM ANDENPLADS, DA DANMARKS BEDSTE LÆREPLADSER BLEV HÆDRET I EFTERÅRET 2018.

Danske Erhvervsskoler og Gymnasier udpeger hvert år Danmarks bedste læreplads. Hundredvis af virksomheder, der tager elever fra erhvervsskolerne, deltager i kampen om podiepladserne. I 2018 var et bageri for første gang i mange år med i opløbet om topplaceringerne, og det endte med en flot andenplads til Haals Bageri fra Gistrup ved Aalborg,

Faktisk var det lidt af en overraskelse for Jan og Gitte Haals, at de overhovedet skulle til prisoverrækkelse i København. Det er nemlig ikke en konkurrence, man selv melder sig til. Man bliver indstillet af sine lærlinge, hvis de er særligt glade for lærepladsen, og det var Siri og Anders fra Haals Bageri.

Lærlinge er ligeværdige

Bagermester Jan Haals forklarer om bageriets forvandling som læreplads:

– Vi har tidligere haft lærlinge, men med varierende held. Det var vores egen skyld, fordi vi ikke havde en gennemtænkt plan for læretiden. Da vi fik lyst til at tage lærlinge igen for et par år siden, besluttede vi derfor, at vi ville gå helt anderledes til værks.

– Kernen i vores nye tilgang er, at eleverne ikke er nederst i hierarkiet. De er fuldgylde medarbejdere i bageriet, og deres indsats er lige så værdsat som alle andres. Ja, de skal selvfølgelig have mere hjælp og støtte undervejs, men vi sætter dem ikke bare til at glasere wienerbrød og pudse plader hele dagen. Vi hjælpes ad om alle typer opgaver, og vores sven- de slipper ikke for de trælse ting, bare fordi vi har lærlinge.

Begynd i midten

Også opbygningen af læretiden blev vendt på hovedet. Jan siger:

– Vi valgte samtidig, at lærlingene skulle begynde i midten af deres uddannelse. De fik ret svære opgaver med det samme, og så var det bare om at løse dem sammen med os erfarne. De har altså fået gode udfordringer tidligt i deres forløb, så de hele tiden har følt, at de lærte noget.

– Jeg skal også indrømme, at vi har været heldige med vores lærlinge. Siri og Anders er et par fantastiske unge mennesker, som virkelig har taget imod udfordringerne og kastet sig ind i kampen med energi og høj arbejdsmoral, slutter Jan Haals.

DET STOD DER I INDSTILLINGEN

Uanset hvor mange gange det samme spørgsmål blev stillet, var svendene altid lige behjælpelige. Der var stor forståelse for fejl, som bare pænt blev rettet op, og der blev forklaret, hvor det gik galt. Der er altid god stemning på arbejdspladsen, og har altid været det.

Mester har lige fra starten været engageret i vores uddannelse, og han har sørget for, at vi fik mulighed for at komme hele vejen rundt i bageriet. Hvis der har været noget, vi gerne selv ville prøve praktisk eller lære fagligt, har han stået til rådighed. Han har købt diverse varer hjem, så jeg havde mulighed for at træne hjemme til Skills i bageriet.

Han har sågar taget nogle af mine opskrifter med ind i produktionen, så jeg kunne få dem ind under huden. Mester går op i ens skolearbejde og vil gerne hjælpe til, at man er lige så god til det faglige arbejde som det praktiske arbejde.

Fra Siri Lakmann Pallesens indstilling af Haals Bageri til prisen Årets Læreplads 2018

VI TROEDE, AT VORES LÆREPLADS VAR HELT NORMAL

– Da Siri og jeg var på skole, snakkede vi med de andre lærlinge om de steder, vi var i lære. Vi troede egentlig, at vores læreplads var helt normal, men langsomt gik det op for os, at vi havde usædvanligt gode forhold. Da vi så hørte om prisen "Årets Læreplads", besluttede vi at sende en indstilling hver.

– Det specielle er, at vi får lov til alt. Helt fra begyndelsen har vi lavet brød og andre lidt svære ting, som andre først bliver betroet et stykke henne i uddannelsen. Vi bliver vist stor tillid og får al den hjælp og støtte, vi har brug for. Vi er ikke bare de "dumme" elever, men kolleger på linje med alle andre i bageriet.

Anders Agerholm Frost, lærling hos Haals Bageri

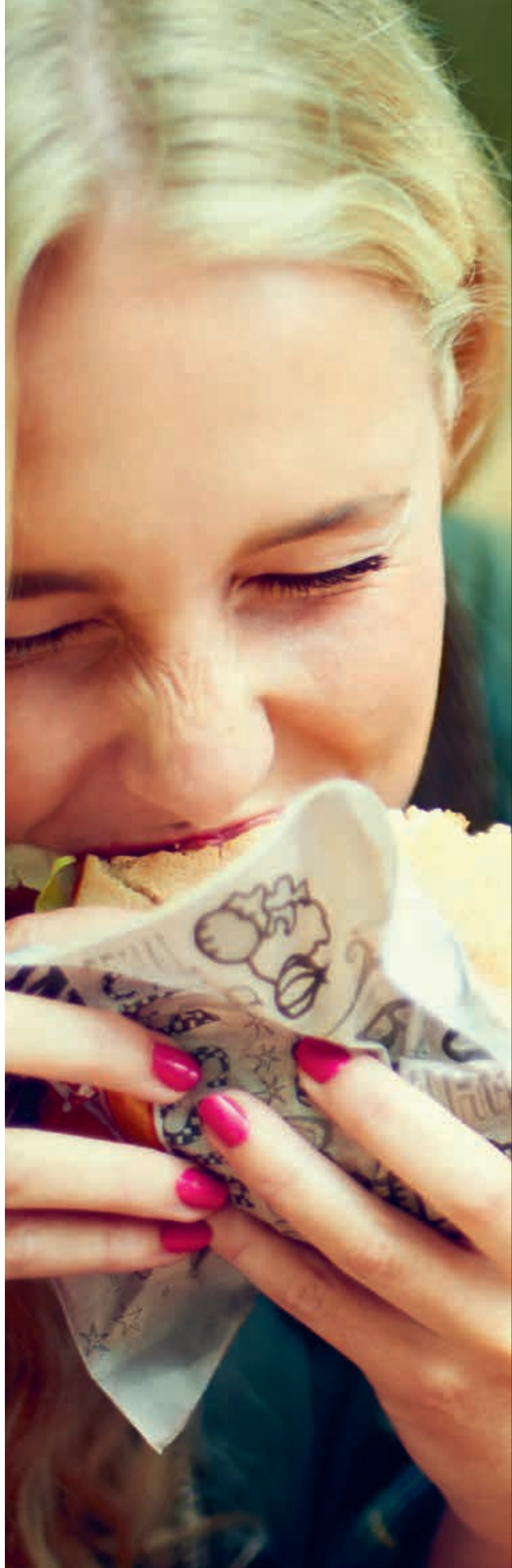


TEMA: SNACKIFICATION

NEMT, GODT

OG LIGE TIL AT SPISE

DINE KUNDER HAR TRAVLT OG SÆTTER PRIS PÅ SMÅ, NEMME OG LÆKRE MÅLTIDER, DER KAN PASSES IND MELLEM DAGENS MANGE GØREMÅL. LÆS VORES TEMA OG FÅ INSPIRATION TIL, HVORDAN DU FRISTER DINE KUNDER MED LÆKRE SNACKS.





*Sunde snacks er
ikke en fremtidstrend.
Det er her og nu.*



”
**DE FLOTTESTE SNACKS
 REKLAMERER FOR
 SIG SELV**

Vi danskere elsker at snakke. Vores travle livsstil efterlader mindre tid til at lave maden selv derhjemme, og efterspørgslen efter små, nemme mellemmåltider vokser derfor hastigt i disse år.

En international undersøgelse viser, at ikke mindre end 61%* af alle forbrugere søger efter sunde og velsmagende alternativer til de traditionelle snacks som pizzasnegle og pølsehorn. Det er altså ikke bare de allermest moderne forbrugere i storbyen, vi taler om; det er en af de mest gennemgribende trends inden for fødevarer i disse år.

Det sker lige nu

Sunde snacks er ikke en fremtidstrend. Det er her og nu. Se blot kølemontren i en 7-Eleven; den bugner af mini-salater, chiagrød, ingefærshots og smoothies. Ja, pølsehornene er der stadig, og de har deres publikum, men kunderne kræver de sunde-ere alternativer også.

Du skal være med. Vis dine kunder, at bagerbutikken er det helt rigtige sted at finde sunde og gode snackprodukter. Ikke kun fordi du har et fristende udvalg, der matcher andre butikkers, men fordi dine produkter er håndlavede og ikke fra en fabrik.

”
**61% AF ALLE FORBRUGERE
 SØGER EFTER SUNDE OG
 VELSMAGENDE ALTERNATIVER
 TIL DE TRADITIONELLE SNACKS**

Mange måder at være sund på

En sund snack kan være mange ting, alt efter, hvem du spørger. Generelt sætter forbrugere pris på fuldkorn, økologi, grøntsager, lavt sukkerindhold og måske endda veganske eller glutenfrie varianter. Hvis dine snacks har én eller helst flere af disse kvaliteter, står du godt i konkurrencen.

Hvad skal du tilbyde i din butik? Du har mange kunder om morgenen, så hav spændende alternativer til dagens første måltid, fx to-go bægre med skyr, granola og bær. Eller havregrød med rabarberkompot og poppede rugkerner. Og selvfølgelig smoothies! Senere på dagen kan du sælge små, nemme salater og fuldkornssandwiches.

Jamen, kannibalerer de sunde snacks ikke på omsætningen af de traditionelle bagerprodukter? Måske lidt i starten, men når kunderne opdager, at du kan mere end brød og kager, vil de komme langt oftere. Og lur os, om der ikke smutter en hindbær-snitte med i posen i ny og næ. For selvom moderne kunder er sundhedsbevidste, så giver de heldigvis også sig selv lov til at blive fristet en gang imellem.

De flotteste snacks reklamerer for sig selv

Jo flottere og mere spændende, dine snacks er, jo bedre sælger de sig selv. Ikke



Pizzaen er stadig populær, men flere og flere unge vil have sundere alternativer til den hurtige snack

kun i butikken, men også fordi kundernetager billeder af deres måltider til Instagram, så hundredvis af potentielle kunder kan blive fristet.

For at hjælpe dig godt i gang med snacks har Holst og Hejni været kreative i vores bageri. De har udviklet og gennemtestet en lang række gode produkter, som du nemt kan lave, og som matcher dine kunders behov. Lad dig inspirere på de næste sider.

”
**VIS DINE KUNDER, AT
 BAGERBUTIKKEN ER DET HELT
 RIGTIGE STED AT FINDE SUNDE
 OG GODE SNACKS**”

*) Kilde: Hartman Group Surveys: Modern Eating, Eating Occasions 2013

HVAD ER ”SNACKIFICATION”?

Flere og flere af døgnetts måltider indtages som snacks. Det vil sige som små mellemmåltider, der ikke skal tilberedes, men som kan indtages på farten eller på bænken i parken på få minutter. ”Snackification” er simpelthen betegnelsen for denne trend frem mod mindre og flere måltider.

Fladbrød & Snackbrød

22 stk. á 500 gram

INGREDIENSER

3.000g Hvedemel Manitoba Casillo

1.500 g Bygsur 20aktiv, flydende

1.000 g Ølandshvede fuldkorn

1.000 g Durum Extra Arancio

200 g Solsikkekerner bakery

150 g Salt m/jod

100 g Chia frø

100 g Høfrø

100 g Græskarkerner

100 g Planteolie, vegetabilsk

40 g Kronjäst orig. Gær

3.000 g Vand 1

1.000 g Vand 2

Ingredienserne (-salt og vand 2) æltes 10 min. langsomt. Salt tilsættes og vand 2 (lidt efter lidt) og dejen æltes skær i 2. gear. Ligger 60 min. i dejkasse. Dejen stødes (foldes sammen) og stilles på køl i 1 – 2 døgn.

Opslåning: Dejen tages fra køl og skal stå 1-2 timer i bageriet inden forarbejdning.

Fladbrød:

Vejes af på 500 g og strammes lidt op (aflange). Hviler 30 min. inden dejen strækkes ud i pladens længde. Efter endnu 30 min. hviletid trykkes dejen ud i 20x60 cm. Kan drysses med frøblanding inden fladbrødet bages ved 250°C i ca. 12-15 min. Efter afbagning pensles med olivenolie og fladbrødet skæres i passende størrelse.

Snackbrød:

Vendes ud i frøblanding og hakkes af på 25 g. Der kan tilsættes 100 g mørk brødmalt og 100 g pulvermalt, til denne opskrift, for at få et mørkt fladbrød.



Tip!

Brug resten af dejen til små brødhapsere med forskellig topping



*Tynde og smagfulde brød er
perfekte som lune paninis*



Hummus

4.666 gram

INGREDIENSER

3.000 g Kikærter
 600 g Ekstra Jomfru Oliven Olie
 600 g Citron Puré
 300 g Vand
 50 g Tahin
 50 g Læsø groft sydesalt
 25 g Urtehave Kommen stødt
 25 g Urtehave Gran hvidløg 1mm
 15 g Urtehavens Sort Peber knust
 15 g Cayenne peber stødt

Skyl kikærterne omhyggeligt. Kom alle ingredienser i en skål og blend dem grundigt. Hold lidt vand tilbage eller tilsæt ekstra efter behag.

Sweet potato dip

3.140 gram

INGREDIENSER

3.000 g Frossen Sweet Potato
 100 g Planteolie, vegetabilsk
 40 g Læsø groft sydesalt

Sweet potato lægges i kantplade og 50 g olie sprøjtes på sammen med 20 g salt. Bages i ca. 60 min på 170°C. Efter bagning blændes det hele med 20 g salt og 50 g olie.

Tip!

Tilsæt hvidløg eller chili i din sweet potato dip, for en lidt mere spicy smag



Choko orange scones

170 stk. á 40 gram

INGREDIENSER

2.230 g CBP Fuldkomshvedemel (60)
 1.500 g Kærnemælk
 1.300 g Appelsinkompot – basisopskrift
 800 g Saltet smør
 500 g XOCOFINE bagstb. drop 44%
 340 g Stødt Melis
 100 g Orkide Bagepulver
 40 g Salt u/jod
 20 g Urtehave Kardemomme Premium

Appelsinkompot 1.300 gram

1.000 g Appelsin, rå
 300 g Stødt Melis

Skær smørret i små tern gerne 0,5 x 0,5 cm og sæt det i fryseren til det er helt hårdt. Kan være en fordel at gøre det dagen før. Kør nu de andre ingredienser sammen, men kun lige så det hele er kørt sammen. Tilsæt det frosne smør sammen med appelsin kompot og chokolade. Køres kun lige, så det fordeles lidt i dejen. Dejen rulles ned på 18 mm og stikkes ud på 40 g. Sættes på plade med papir og bages på 200°C i ca. 11-13 min.

Appelsinkompot

Enderne skæres fra de friske appelsiner og smides ud. Resten skæres i grove stykker med skræl. Kommes op i en gryde dækkes med vand og sættes til at koge. Når det koger, hældes vandet fra og sukker tilsættes. Nu skal det simre i 1 time. Herefter tages gryden af og saften presses fra. Kompotten køles ned til den skal anvendes.



Tip!

Saften fra appelsinkompotten kan gemmes til eventuelt strygelse

Find opskrifter i
CBP Premium Pro

Go Grød
- til den gode start på dagen!



Go Grød - havregrød

20 portioner á 236 gram

INGREDIENSER

1.000 g CBP Havreflager
 1.000 g Sødmælk
 1.000 g Vand
 10 g Salt u/jod
 1.000 g Skyr Arla 0,2%
 500 g Rabarberkompot – basisopskrift
 200 g Poppet Rugdrys – basisopskrift

Rabarberkompot 1.000 gram

750 g Rabarber, stykker
 200 g Stødt Melis
 50 g Vanillesukker

Poppet Rugdrys 700 gram

500 g CBP Poppet Rug
 200 g Invertsukker m/20%hon.

CBP Havreflager, salt, vand og mælk koges op under omrøring til ønsket konsistens. Rabarber og sukker koges, ved svag varme, til ønsket konsistens. Ingredienserne til poppet rugdrys blandes og spredes ud på papir i en kantbakke. Tørres 15 - 20 min. ved 160°C.

Go Grød - øllebrød

17 portioner á 236 gram

INGREDIENSER

990 g Mørkt hvidtøl
 900 g Vand
 600 g Softkerne Rugbrød – basisopskrift (se CBP Premium Pro)
 100 g Stødt Melis
 50 g Øko vaniljesukker
 10 g Kanel (hel)
 5 g Salt u/jod
 885 g Skyr Arla 0,2%
 442 g Æblekompot – basisopskrift
 200 g Rugcrutoner – basisopskrift

Æblekompot 1.250 gram

1.000 g Æblebåde
 200 g Stødt Melis
 50 g Vanillesukker

Rugcrutoner 750 gram

500 g Softkerne Rugbrød – basisopskrift (se CBP Premium Pro)
 250 g Stødt Melis

Daggammelt rugbrød iblødsættes dagen før i hvidtøl. Øvrige ingredienser tilsættes og koges op ved svag varme til passende konsistens. Æbler og sukker koges, ved svag varme, til ønsket konsistens på kompot. Til rugcrutonerne skæres daggammelt rugbrød i små tern. Vendes i en pose med stødt melis og fordeles i en kantplade med papir. Tørres 15 - 20 min. i ovnen ved 160°C.

Granola med hvid chokolade

4.875 gram

INGREDIENSER

1.500 g *CBP Øko chokolade, hvid*
600 g *CBP Havreflager*
600 g *Chia frø*
600 g *Sesamfrø, afsk.*
600 g *Øko Solsikkekerner*
600 g *CBP Poppet Rug*
240 g *Øko oliven sort skiver*
75 g *Planteolie, vegetabilsk*
60 g *ØKO Canadisk Ahomsirup*

Oliven dehydrere i ovnen natten over på 70°C. Kerner, olie og sirup ristes i ovnen på 170°C til gyldenbrunt.

Blandingen afkøles og den smeltede hvide chokolade samt oliven røres sammen med kernerne. Granolaen opbevares tørt.





Spicy twisters

165 stk. á 80 gram

INGREDIENSER

4.000 g Hvedemel Manitoba Casillo
 2.000 g Bygsur 20aktiv, flydende
 600 g Durummel Semolina Grov
 400 g Øko Ølandsmel sigtet
 130 g Salt m/jod
 100 g Planteolie, vegetabilsk
 40 g Kronjäst orig. Gær
 3.000 g Vand
 1.000 g Vand 2
 2.000 g Chorizopølse

Ingredienserne (-salt og vand 2) æltes 10 min. langsomt. Salt tilsættes og vand 2 + olie (lidt efter lidt) og dejen æltes skær i 2. gear. Til sidst køres de fintskårede chorizopølser i dejen ca 1-2 min. Ligger 60 min. i dejkasse. Dejen stødes (foldes sammen) og stilles på køl i 1-2 døgn. Dejen tages fra køl og skal stå 1-2 timer i bageriet inden forarbejdning.

Forarbejdning: Vejes af på 80 g og vendes i ønsket krydderi blanding, f.eks. salt/peber. Bages i ca. 18-20 min. på 230°C. Ønskes en variant uden kød kan oliven anvendes i samme mængde som chorizo.

Tip!

Varier brødene med oliven eller salt og peber



Vegansk sweet green burgerbolle

35 stk. á 100 gram

INGREDIENSER

1.600 g CBP Hvedemel
 250 g Frossen Sweet Potato
 200 g Bygsur 20aktiv, flydende
 200 g Planteolie, vegetabilsk
 150 g Durum Extra Arancio
 150 g Øko Øland Fuldkorn
 100 g Frossen Grønkål
 80 g Kronjäst orig. Gær
 20 g Salt m/jod
 800 g Vand

Grønsagerne tempereres og æltes med de øvrige ingredienser (-olie), til en sammenhængende dej. Olien tilsættes og dejen æltes skær. Ligger 15 min. inden afvejning (3000 g) og 15 min. efter afvejning og opvirning. Slåes runde op, sættes fritstående eller i gummimåtte.

Raskes 50 - 60 min. og bages 10 - 12 min. ved 220°C.

Vegansk!

Grønkåls crackers

298 stk. á 25 gram

INGREDIENSER

3.000 g CBP Hvedemel
 1.000 g CBP Fuldkomshvedemel
 600 g Frossen Grønkål
 250 g Græskarkerner
 250 g Hørfro
 200 g Butter Pastry 100%
 80 g Kronjäst orig. gær
 50 g Salt u/jod
 40 g Mørk brødmalt
 2.000 g Vand

Alle ingredienser køres sammen og dejen æltes skær. Dejen hviler 15 min på bordet.

Rulles ned til 2 mm og lægges på plader, kanterne skæres rene. Raskes i 30 min + tørraskes. Skæres med spore jern til ønsket størrelse. Stryges med vand og drysses med salt eller anden topping.

Bages ved 190°C i ca. 20-30 min.

Find opskrifter på
 krydderiblandinger i
 CBP Premium Pro





↑
Den poppede

Den ærlige

151 stk. á 55 gram

INGREDIENSER

3.000 g Øko dadler stenfri
 1.500 g CBP Havreflager
 1.250 g Kokosmælk
 500 g OM Hasselflager
 500 g Rosiner
 50 g Urtehave Kanel stødt
 25 g Læsø groft sydesalt
 1.500 g CBP Non-temp dark 20%

Dadleme blendes og røres sammen med de øvrige ingredienser. Massen presses ud i en form/kantplade (2 cm i højden). Bages gylden i 30 min. ved 160°C. Efter afkøling skæres baren ud (3,5 x 6 cm) og bunden dyppes i chokolade.

↓
Den syndige

Den søde

152 stk. á 40 gram

INGREDIENSER

3.000 g CBP Øko chokolade, hvid
1.600 g Glukose 84%
1.500 g Granola - basisopskrift
(Se opskrift s. 30)

Chokoladen smeltes og røres sammen med de øvrige ingredienser. Presses ud i en kantplade og glattes fint ud. Pladen står til næste dag, hvor den er klar til udskæring. Det er en fordel at glukosen er bageritemperatur, samt at kedel og spartlen er lune.

Den poppede

151 stk. á 40 gram

INGREDIENSER

3.000 g XOCO FINE Mørk (20mmØ)
1.600 g Glukose 84%
1.000 g CBP Poppet Rug
400 g Cashewnødder
40 g Læsø groft sydesalt

Chokoladen smeltes og røres sammen med de øvrige ingredienser. Presses ud i en kantplade og glattes fint ud. Pladen står til næste dag, hvor den er klar til udskæring. Det er en fordel at glukosen er bageritemperatur, samt at kedel og spartlen er lune.

Den syndige

139 stk. á 55 gram

INGREDIENSER

3.500 g Kondenseret mælk
2.500 g Kokosmel
25 g Urtehave Kardemomme Premium
1.650 g CBP Non-temp dark 20%

Kokosmel ristes gylden. Røres med kondenseret mælk og kardemomme. Presses ud i form/kantplade (2 cm høj) og stilles på køl/frost til næste dag. Skæres ud (3,5 x 6 cm) og overtrækkes.



PRODUKTNYHEDER



LÆKRE GLUTENFRI SANDWICHBRØD

Vi tilbyder et glutenfrit sortiment af brød og kager, som udelukkende er produceret af gode råvarer for at sikre høj kvalitet, god smag og flot udseende. De nye sandwichvarianter passer perfekt til de kunder, der ønsker at undgå gluten og stadig gerne vil have noget lækker mad på farten. De er også perfekte som flutes til salaten. De kan varmes i ovnen eller klapprister – men du kan også blot tø op og servere. De er naturligvis singlepakket og på frost, så du er sikret mod krydskontaminering og har en lang holdbarhed på produkterne.

Hør mere om nyhederne og hele CBP's glutenfrie sortiment hos din distriktschef.

CBP varenr. 2337 · Glutenfri Lyst Cafestykke
CBP varenr. 2336 · Glutenfri Mørk Landstykke



FROSSEN KRØLLET GRØNKÅL

Grønkål er en velkendt gammel "traver". Vi har gennem mange år kendt den i sønderjysk grønlangkål og stuvet grøn kål, men de seneste år er rå grøn kål også blevet meget populær i salater. Årsagen til grøn kålens popularitet skal uden tvivl findes i de mange fordele, for grøn kål indeholder vitaminer som A, C, K og B6, men også mineraler som jern, calcium, kalium og fosfor. Derudover indeholder grøn kål kostfibre, ja faktisk dobbelt så mange som broccoli.

CBP's nye krøllede grøn kål er blancheret og frossen i portionsstørrelser på ca. 15 grams kugler, som gør det nemt at tø dem op, inden de let presses fri for vand og røres i dejen. Brød og boller med grøn kål vil uden tvivl tiltrække de mange sundhedsbevidste forbrugere, som søger hurtige og nærende snacks og brød, når de ikke selv har tid til at bage.

CBP varenr. 2571 · Frossen krøllet grøn kål, 10 kg



FROSNE SWEET POTATO

"Sweet Potato", eller "sød kartoffel", som den hedder på dansk, er ikke en kartoffel, men en rodgrøntsag, der oprindeligt stammer fra de mellemamerikanske lande. De søde kartofler minder om vores almindelige, velkendte kartofler, men de smager sødere, konsistensen er blødere, og så er formen ofte større og mere aflang.

De søde kartoflers popularitet er vokset markant blandt danskerne de seneste år. Ikke bare smager de fantastisk, men de indeholder også fiber samt beta-caroten, en antioxidant, som i kroppen omdannes til A-vitaminer, og som vi også kender fra gulerødder. Beta-caroten giver rodgrøntsagen den smukke orange farve, som giver brødet en flot kulør – på helt naturlig vis. CBP's nye søde kartofler er skåret i små tem på ca. 15x15 mm, som gør det nemt at veje den mængde af, du skal bruge, tø dem op, og røre dem direkte i dejen.

CBP varenr. 2570 · Frosne søde kartofler, 10 kg

Grøn kål indeholder
dobbelt så mange kostfibre
som broccoli



MORGENDAGENS HIT?

Kokkeelever udvikler nye produkter med CBP



ENERGIEN OG KREATIVITETEN VAR IMPONERENDE, DA ET HOLD KOKKEELEVER KASTEDE SIG OVER EN UDFORDRING FRA CBP: SKAB ET MODERNE ALTERNATIV TIL DE TRADITIONELLE PØLSEHORN OG HÅNDPIZZAER.

Alle i bagerbranchen har en interesse i, at der bliver uddannet mange nye madspecialister hvert år. Der er brug for dygtige unge mennesker, der kan bringe faget videre og berige det med energi og nye ideer.

En win-win situation

CBP arbejder tæt sammen med flere fagskoler om at hjælpe nye talenter på vej. En af dem er Hansenberg i Kolding, der har en populær og velanset kokkeuddannelse. CBP er gået ind i samarbejdet for at støtte uddannelsen, men også for at suge til sig af den ungdommelige energi og iderigdom, der hersker på stedet.

Derfor var det med visse forventninger, at Johnny Brahe fra CBP for nylig besøgte en afgangsklasse på Hansenbergs kokkeuddannelse. Han havde en opgave med: Hjælp os med at udvikle en ny udgave af pølsehornet og håndpizzaen, så de matcher moderne kunders krav.

Ram de nye forbrugertrends

– For at klæde de studerende godt på, gav vi dem indblik i forbrugernes indkøbs- og spisevaner, fortæller Johnny Brahe.

– Vi lagde særligt fokus på trenden hen imod flere, mindre og nemmere mellemmåltider, også kaldet "snackification".

– Derefter satte vi de unge i gang. Over et par uger skulle de udvikle nye opskrifter, bage nogle eksemplarer og præsentere dem for en jury bestående af holdets lærer og os fra CBP.

Velbegrundede valg

Ved fremlæggelsen skulle eleverne begrunde deres valg af produkt, ingredienser og håndtering og samtidig forklare, hvorfor produktet ville appellere til kunderne.

– Det var en god øvelse i at forholde sig til alle de spørgsmål, en moderne håndværksbager står over for, når nye produkter skal udvikles, forklarer Johnny Brahe.

– Vi var nok lige så spændte som eleverne, da dagen for fremlæggelserne kom. Og vi blev ikke skuffede, for de unge mennesker havde lagt masser af sjæl, iderigdom og gode tanker i deres arbejde. De otte hold præsenterede deres produkter, begrundede deres valg og lod selvfølgelig os i juryen smage på herlighederne.

Et sikkert 12-tal til vinderne

Efter en heftig votering valgte juryen et vinderhold, som havde løst opgaven helt perfekt. Holdet bag produktet "Cheeseo" havde både forstået den nye forbruger og den virkelighed, en håndværksbager arbejder i. Resultatet var en meget lækker og velsmagende "ostelomme", som er nem at fremstille, kan opvarmes, ser indbydende ud og smager virkelig godt.

Vi deler her opskriften med jer. Ingredienserne kan bestilles hos CBP, så hvorfor ikke bare komme i gang med din nye supersnack med det samme?

Se vinderproduktet på side 41 ▶



SÅDAN LØD OPGAVEN TIL KOKKEELEVERNE

Skab et alternativ til pølsehornet og håndpizzaen

Produktet skal være velsmagende, se lækkert ud og være instagram-venligt

Det skal kunne spises her og nu, dvs. være nem at håndtere

Det skal kunne produceres i et professionelt bageri med almindeligt udstyr

Det skal også kunne fryses inden afbagning og afpyntning



FEDT OG SALT ER GODT

– Det var en superspændende opgave, vi fik fra CBP. Vi er selv i målgruppen for snacks, der skal være nemme at købe og lækre at sætte tænderne i, så min makker Kasper og jeg gik til projektet med liv og sjæl.

– Vi vidste med det samme, at vores nye snack skulle være salt og også gerne lidt fedtet. Men det var alligevel svært at finde den helt rigtige opskrift, og vi havde mange ideer oppe at vende, inden vi landede på det, der blev vinderen. Blandt andet var vi omkring en "mad-muffin" undervejs, men skrottede den ide igen.

Frederik Boring (t.v.), studerende på Hansenberg og del af vinderholdet sammen med Kasper Friberg

”

HOLDET BAG PRODUKTET "CHEESEO" HAVDE BÅDE FORSTÅET DEN NYE FORBRUGER OG DEN VIRKELIGHED, EN HÅNDVÆRKSBAKER ARBEJDER I



SKØNT MED OPGAVER UDE FRA "VIRKELIGHEDEN"

– Det var spændende for vores studerende at udvikle nye produkter, de selv var målgruppen for. De skulle analysere sig selv og deres købsmønstre for at finde frem til noget, de selv kunne finde på at købe. Og fordi de vidste, at deres "opfindelser" kunne blive til virkelige produkter, lagde de endnu mere energi i opgaven.

– De studerende fik en god oplevelse af, hvordan man arbejder med produktudvikling i en fødevarer virksomhed. Processen er som udgangspunkt kreativ, men den er samtidig styret, fordi man har præcise mål med det, man gør. Man vil ramme særlige forbrugere, tilfredsstille særlige behov og fremelske særlige egenskaber ved produktet. Sundt for de unge at opleve, at der både skal lægges hjerte og hjerne i produktudvikling.

– Generelt åbner samarbejdet med CBP de studerendes øjne for, at der er spændende jobmuligheder mange steder i fødevarerbranchen. Så det er en gevinst for alle, hvis uddannelsesinstitutioner og virksomheder kan blive endnu bedre til at arbejde sammen.

Jan Sørensen, faglærer på Hansenberg og uddannet kok

VINDEROPSKRIFT

Say Cheeseo...

Vinder af udfordringen blev konceptet Cheeseo, der bestod af tre varianter af smagfulde tynde pandekager, der nemt kan tilpasses alle dagens måltider.



INGREDIENSER (15 STK.)

270 g Hvedemel (4001)
 240 g Majsmel (21515)
 150 g Smør, smeltet (36068)
 1,5 Tsk salt (34799)
 6 Æg (36210)
 9 dl Mælk

Bland mel, smør og salt, pisk mælk og æg i lidt efter lidt. Lad dejen hvile 1 time, inden der laves pandekager. Læg fyldet på 1/4 af wrappen, inden den foldes sammen og drysses med ost. Bages 6 min ved 200°C.

Emballagen er elevernes egen, men find lignende hos CBP Nonfood+, der har et stort to-go sortiment.

FORSLAG TIL FYLD

Vegan style:

Frisk ost, spinat, syltede løg, hakkede mandler og græskarkerner, citron og cheddar.

Chicken style:

Frisk ost, kyllingebryst, mynte, persille og cheddar.

Meat lover style:

Røget bacon, serranoskinke, skalotteløg, chilimayo, oregano, parmesanost og cheddar.

Korrekt information med et klik

CBP PREMIUM PRO HJÆLPER DIG MED AT OVERHOLDE REGLERNE OM FORBRUGEROPLYSNINGER

Har du CBP Premium Pro og indtaster dine opskrifter der, så får du alle de beregninger og deklARATIONER, du har brug for, blot ved at trykke på en knap.

60 tætskrevne sider. Så meget fylder EU's direktiv om information om fødevarer til forbrugerne. Siderne fortæller, hvad du som fødevareproducent har pligt til at oplyse dine kunder om. Og hvordan du skal gøre det.

Færdigpakkede fødevarer

skal være mærket med flg. oplysninger:

- Produktionssted
- Varebetegnelse
- Angivelse af ingredienser, herunder mærkning med oplysning om indhold af allergene ingredienser
- Mængdeangivelse på anpriste ingredienser fx valnøddebrød
- Næringsindhold
- Nettoindhold
- Holdbarhedsangivelse samt særlige opbevarings- og anvendelsesforskrifter

Ikke-færdigpakkede fødevarer

skal som udgangspunkt kun mærkes med allergene ingredienser, men må i øvrigt ikke fremstå vildledende.

Disse oplysninger kan gives ved at opsætte et skilt, hvoraf det fremgår, at man kan få oplysninger om allergene ingredienser ved henvendelse til personalet.

Kilde: foedevarestyrelsen.dk

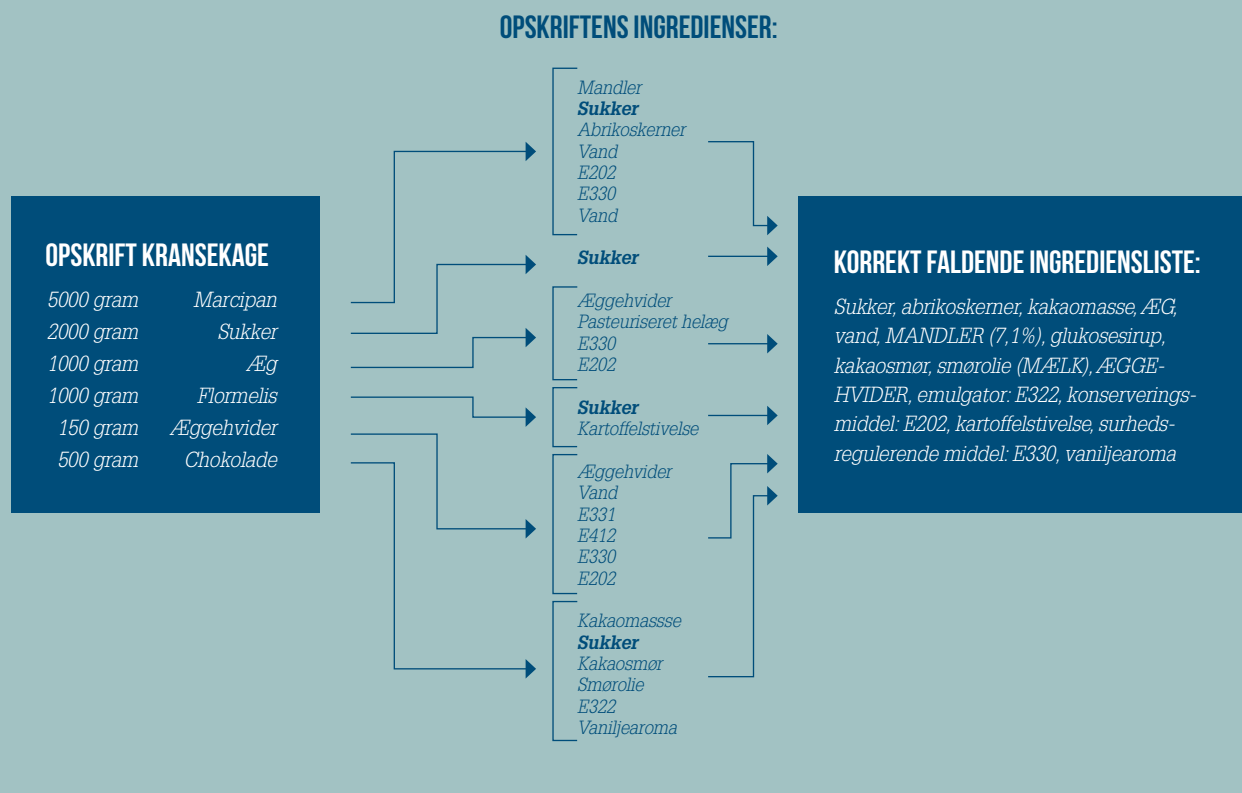
NYT

FLERKØBSPRISER PÅ ETIKETTERNE I CBP PREMIUM PRO

Vi prøver at imødekomme jeres ønsker til funktionaliteter og opdateringer, der gør jeres hverdag nemmere. Derfor har vi nu lavet en funktionalitet, hvor det er muligt at skrive en mersalgspris på etiketten.

DEN KORREKTE INGREDIENSliste

Sådan arbejder CBP Premium Pro med produkter som indeholder flere ingredienser. Læg mærke til i hvor mange produkter, sukker indgår og hvordan der kun står sukker én gang i ingredienslisten. Her vist som et eksempel på kransekage:



Hvis du har hørt om "staldørsreglen" som et muligt smuthul fra de komplicerede paragraffer, kan du glemme det igen. Fødevarekontrollen går ikke med på den. Der er ingen vej udenom at overholde mærkningsreglerne, men heldigvis er der hjælp at hente hos CBP.

Overlad regnestykkerne til CBP Premium Pro

Vi tilbyder programmet CBP Premium Pro gratis til alle Premium-kunder. Programmet udfører alle de beregninger, du har brug for. Kostpriserne bliver automatisk overført, og kræver ingen manuel vedligeholdelse, så du kender altid kostprisen og avancen på dine produkter. Opskrifterne skal blot testes ind, så klarer programmet resten:

- Beregning af næringsindhold, kumarin (kanelindhold) og fuldkorn
- Ingrediensliste med allergener fremhævet

- QUID-beregning / mængdeangivelse af ingredienser (Hvor mange mandler der er i den færdige kransekage – se illustration)
- Print af label
- Beregning af kostpris og avance
- Over 1.600 opskrifter til inspiration fra leverandører
- Datablade

Ingredienser i korrekt faldende mængde

Hvis et produkt indeholder marcipan og chokolade, samt sukker, så har vi et færdigt produkt hvor sukkerindholdet kommer fra forskellige råvarer. I CBP Premium Pro samles sukker som én ingrediens i den færdige ingrediensliste og placeres i den korrekte faldende mængde i forhold til øvrige ingredienser.

På denne måde undgår du lange ingredienslister med "bagehjælpemidler", hvor de samme ingredienser går igen og igen.

Sådan får du færre panderynker

Vil du gerne slippe for bekymringerne om, hvordan I sikrer korrekt mærkning af jeres produkter? Kontakt din CBP distriktschef og hør mere om, hvordan du får CBP Premium Pro, helt gratis.

DEN KORREKT FALDENDE INGREDIENSliste HAR:

- Ingen lange parenteser
- Ingen ingrediensgængere (sukker)
- QUID udregning på mandler i forhold til hele opskriften og ikke kun på marcipanen.
- E-nr. stående, grupperet og ensartet (Nummer og Navn, kun Nummer eller kun Navn) i forhold til lovgivning
- Alle allergener skrevet med versal, f.eks. ÆG

*) jf. illustrationen på opskriften med kransekagen



TRYK I DAG OG I MORGEN

– Premium Pro er et meget gennemarbejdet system, der gør hverdagen nemmere for os. Vi véd, at råvaredataene altid er opdateret, så vores deklARATIONER er korrekte.

– Der var noget arbejde i at lægge opskrifterne ind, men vi fik god hjælp fra CBP. Og nu kan vi se, at det var hele indsatsen værd. Vi har nu præcis viden om alle produkter ned i mindste detalje og kan give kunderne svar på alle de spørgsmål, de måtte have. Og vi kan vise fødevarerkontrollen, at vi har styr på tingene.

– Det helt geniale er, at vi ikke skal tænke på at opdatere oplysningerne. CBP sørger for, at ingrediensdata altid er korrekte. Vi har et fremtidssikret system, der giver os tryghed for, at vi til enhver tid overholder reglerne.

*Thomas Jørgensen,
Indehaver af Brødsnedkeren med butikker i Humlebæk,
Espergærde og Hørsholm*

GOD SERVICE TIL KUNDERNE

– Vi leverer mange produkter til Meny, og det kræver, at vi har 100% styr på mærkningen. Men det er intet problem med Premium Pro, og vi kan nemt udskrive labels med alle de oplysninger, lovgivningen kræver.

– Vi har printet alle opskrifterne og sat i en mappe til Meny, så de har adgang til alle oplysningerne, hvis kunderne for eksempel spørger om allergener. Eller hvis fødevarerkontrollen kommer forbi.

– Som det seneste har vi fået kasseapparatet koblet op på Premium Pro, så vi kan trække oplysninger om alle produkter ude i butikken. Alt i alt gør Premium Pro det nemt for os at overholde reglerne og at give kunderne god service, når de spørger til vores produkter.

*Jens Brinksfjord,
Indehaver af Kagekrummen i Greve*

SPARER OS FOR EN HULENS MASSE TID

– Det er svært at finde dygtige medarbejdere, og dem, jeg har, skal bruge deres tid på at lave gode produkter, ikke administration. Premium Pro er et superlækkert system, der er nemt og hurtigt at arbejde med, og som sparer os for en hulens masse tid i hverdagen.

– Vi har travlt, og hvert sekund tæller. Vi printer 10.000 etiketter til vores honningkager hver uge, og derfor er jeg lykkelig for at have Premium Pro i ryggen. Det fungerer bare og gør det muligt at fokusere på arbejdet.

– Kontrollanterne fra Fødevarestyrelsen vil ikke sige det officielt, men de er også meget begejstrede for Premium Pro. Jeg har selv oplevet, hvordan de næsten klapper i hænderne. De er imponerede over, hvordan vi har styr på alle detaljer om allergener, næringsindhold, og hvad vi ellers skal kunne oplyse om.

*Torben Jørgensen,
Indehaver af Honningkagehuset i Christiansfeld*

CBP HAR STYR PÅ REGLERNE

– Det er vigtigt for CBP, at det er let for bagerne at overholde reglerne. Vores specialister har studeret EU-direktivet fra A til Z og sikret, at CBP Premium Pro leverer rigtige beregninger, som bagerne kan stole på.

– Vi står på mål for, at alle data fra vores leverandører er korrekte, og at programmet regner rigtigt. Det betyder, at når blot bageren har indtastet sine opskrifter præcist, er han sikker på at få korrekte deklARATIONER, der opfylder alle krav.

– Som ekstra sikkerhed bliver CBP Premium Pro kontrolleret af en uvildig organisation. Det, man med et fint udtryk kalder tredjeparts verificering. Det understreger, hvor vigtig nøjagtigheden af CBP Premium Pro er for os.

*Per Martin Jensen
Kvalitets- og miljøchef, CBP*

EFTERÅR

FORÅR

ÅRETS DEKORATIONSPAKKER



CBP PREMIUM DEKOPAKKER 2019

Skab stemning i butikken med dekorationsmateriale, der er sammensat ud fra tidens trends og tendenser. Der er fem pakker – én til hver af de fire årstider (vist her) samt en til den søde juletid.



SOMMER



VINTER



I HOLBÆK LEVER DET GODE BAGERHÅNDVÆRK

Bagermester med liv og sjæl



SOM 6-ÅRIG LÅ ANDERS THOBY OG SOV I MARGARINEKASSEN UNDER ÆLTBORDET, MENS FORÆLDRENE KNOKLEDE FOR AT VÆRE KLAR MED FYLDTE VAREHYLDER TIL ÅBNINGSTID. I DAG STÅR HAN I SPIDSEN FOR EN BLOMSTRENDE FORRETNING, DER STADIG TÆNKER I DE NÆSTE GENERATIONER.





”
**JEG SÆTTER SPØRGSMÅLSTEGN VED
 ALT, SELV DE MEST HÆDERKRONEDE
 PRODUKTER, DER HAR VÆRET PÅ
 HYLDERNE I ÅRTIER. JEG ER IKKE
 BANGE FOR AT SKÆRE NED ELLER
 HELT FJERNE DET, DER IKKE ER
 TIDSSVARENDE**

Man skal leve i nuet, siger man. Det er rigtigt nok. Men man er også nødt til at tænke fremad på de kommende ”nuer”, særligt hvis man er bagermester og også gerne vil have en forretning i morgen.

Anders Thoby er et godt eksempel på en bager, der forbereder sig på fremtiden og hele tiden justerer kursen. Men som samtidig aldrig mister fornemmelsen for sine rødder og traditioner.

Anders har stået i spidsen for det kendte Holbæk-bageri Bakery by Vendelbo siden 1. januar 2018, hvor han overtog forretningen efter sine forældre, der havde drevet det i 35 år. Bageriet ligger centralt på Holbæks hovedstrøg, Ahlgade, og har siden etableringen i 1896 været en institution i byen.

Det lyder som om, at bagerfaget var den eneste rigtige vej for dig?

– Ja, som lille kom jeg med i bageriet om natten, så jeg kunne ligge og sove i en margarinekasse, mens mine forældre arbejdede. Så jeg har haft bagerfaget helt inde på livet fra barnsben.

– Ok, jeg drømte selvfølgelig også om at blive professionel fodboldspiller. Jeg spillede faktisk på ret højt plan, men manglede lige det sidste for at nå eliteniveauet, hvor der var



en chance for at kunne leve af det. Så en dag gjorde jeg op med mig selv, hvad der var realistisk – og valgte bagerfaget. Her havde jeg hjertet med og troede på, at jeg kunne drive det til noget.

– Jeg blev udlært her i butikken og har arbejdet som svend her gennem mange år. På den måde var det ikke et stort spring at overtage forretningen sidste år. Den var ligesom min i forvejen.

Nu er det dig, der bestemmer. Hvad er der sket, siden du overtog?

– Ha ha, jeg ejer ganske vist butikken nu, men mine forældre har stadig en mening om det, jeg gør, griner Anders.

– Det er mest på sortimentet, vi kan have lidt uenigheder. Jeg sætter spørgsmålstegn ved alt, selv de mest hæderkronede produkter, der har været på hylderne i årtier. Jeg er ikke bange for at skære ned eller helt fjerne det, der ikke er tidssvarende. Det er for eksempel tydeligt, at der sker meget på kagefronten; de klassiske

flødekager er ikke så populære længere, men til gengæld elsker kunderne de mere konditoragtige mousse-kager, der ser godt ud på Instagram. Og så skal vi selvfølgelig kunne tilbyde dem det.

– Det, jeg gør, er i grunden ret simpelt. Jeg prøver at være så meget i butikken som muligt, så jeg får snakket med kunderne. Det er sjovt og hyggeligt, men det vigtigste er, at jeg lærer meget af det.

Hvad har du lært af kunderne?

– Ret hurtigt stod det klart for mig, at butikken skal forandre sig i løbet af dagen. Kunden kommer ikke efter det samme om eftermiddagen som om morgenen eller til frokost. Jeg valgte derfor at indføre rotationer i varespejlet, således at der nu er en morgenbutik, en frokostbutik og en eftermiddagsbutik.

Er der ikke meget arbejde i det?

– Det er nemmere, end det lyder. Vi har det, vi kalder A-placeringer, og det er de mest

fremtrædende pladser i butikken. Det er for eksempel ved kassen og på hylden bag ekspedienterne. Her skal der udstilles nye produkter tre gange om dagen, men det store basissortiment er der jo stadig på de mindre iøjenfaldende placeringer.

– Det gør butikken mere spændende for alle, både kunder og medarbejdere. Vi kan præsentere flere nye produkter for kunderne og vise dem, at vi er en butik, der er værd at besøge flere gange om dagen.

Er du "bare" til stede i butikken eller deltager du aktivt i dialogen med kunderne?

– Varer sælger ikke altid sig selv, og især nyheder skal skubbes afsted. Jeg er ikke bleg for at sige til en kunde, at hun skal prøve vores nye koldhævede grovbrød i stedet for trekornsbrødet, hun altid køber. Jeg giver gerne et par gratis boller med som smagsprøve, bare for at åbne kundens øjne for, hvad vi også kan. Selvfølgelig med en forklaring om, hvor unikt lige præcis dette brød er.



I butikken kan kunderne købe lokale varer og bagerens egne produkter, der ligger klar på hylde.



– Dét er netop en af den slags oplevelser, en specialbutik skal give kunderne. Vi har de professionelle bagere og konditorer på matriklen, og vi har den store viden om produkterne. Og det elsker kunderne. Jeg kan slet ikke understrege nok, hvor vigtigt det er for en bagermester at være synlig over for kunderne. Jo mere, fagfolkene gemmer sig, jo mere ligner vi brødudsalget i supermarkedet.

Men du har mange medarbejdere, som vel kan trænes i at fortælle historien om jeres produkter lige så godt, som du kan?

– Jeg må indrømme, at med 21 på lønningslisten er det en udfordring at engagere alle medarbejdere så godt, som jeg kunne ønske. En pige, der arbejder her få timer nogle dage om ugen får selvfølgelig ikke den føling med produkterne og kunderne som vi andre, der går her mange

timer hver dag. Det er også en grund til, at jeg gerne vil være til stede i butikken. Som bagermester må jeg gå forrest og vise via det gode eksempel, hvordan vi giver gode kundeoplevelser her i butikken.

**”
JEG KAN SLET IKKE
UNDERSTREGE NOK, HVOR
VIGTIGT DET ER FOR EN
BAGERMESTER AT VÆRE SYNLIG
OVER FOR KUNDERNE. JO MERE,
FAGFOLKENE GEMMER SIG, JO
MERE LIGNER VI BRØDUSALGET
I SUPERMARKEDET**

Tilbage til fremtiden. Du har fire lærlinge i bageriet lige nu. Er det ikke mange i forhold til bageriets størrelse?

– Måske, men sådan har det altid været hos os. Vi må bidrage til at uddanne de bagere og konditorer, der skal bære faget videre. Der er mangel på dygtige folk, og branchen kan ikke overleve ved bare at stjæle fra hinanden. Vi må allesammen sørge for, at der kommer nye kræfter til. Derfor har vi altid lærlinge hos os; spørgsmålet er kun hvor mange.

– Fremtiden kommer af sig selv, men vi kan påvirke den, hvis vi vil. Det er ikke kun de store diffuse "trends" og "markedskræfter", der rykker i bageerne. Vi kan også rykke os selv, og jeg tror fuldt og fast på, at vi har en god fremtid foran os, hvis vi lægger bunden til den i dag.



Bakery by Vendelbo

ZETROS

4 SPRØDE TIPS

fra Anders Thoby

Kom ud i butikken

Det er dér, kunderne er. Og det er dér, du kan blive klogere på dem. Ved at være synlig i butikken kommer du uundgåeligt i dialog med de mennesker, din forretning afhænger af, og som du skal kunne tiltrække i fremtiden også. Ved at være synlig i butikken fortæller du samtidig historien om, at her står der professionelle fagfolk bag produkterne.

Se kritisk på sortimentet, igen og igen

Kundernes smag udvikler sig hele tiden, og det går hurtigere end nogensinde. Det, der solgte sidste år, er måske på vej ud igen. Ingen produkter, selv ikke klassikerne, bør være fritaget for en kritisk vurdering. Kunderne er ofte forbavsede hurtige til at tage imod friske nyheder, og man skal ikke være bange for at prøve nye ideer af.

Hav altid lærlinge på vej

Vær med til at uddanne fremtidens bagere. Det handler om at sikre arvtagere til din gode forretning på sigt, men også på den korte bane er der masser af gevinster i at få ungdommelig energi og kreativitet ind i din virksomhed. Det giver liv og nye ideer, måske morgendagens hit i butikken?

Lyt til kunderne, men overrask dem også

Forståelse for kunderne er nøglen til succes. Ved at snakke med dem og lytte til dem, får du en uvurderlig indsigt i, hvad de ønsker, og hvor de er på vej hen. Men det er ikke altid, kunderne ved, hvad de vil. Det er også din opgave som håndværksbager at åbne deres verden og vise, hvad brød og kager også kan være. Så overrask dem med frække nyheder, der gør det spændende at besøge din butik.

MILJØVENLIGE SUGERØR

Komposterbart sugerør i papir er en nyhed, der går godt i tråd med den store plastdebat, der kører på højtryk i alle medier. Papirsugerøret er komposterbart og fremstillet af FSC godkendt papir, og det er egnet til kolde fødevarer samt varme fødevarer op til 40 grader. Det kan nedbrydes i naturen eller genbruges til nyt papir, modsat et plastiksugerør der skal indsamles og renses, inden det igen kan fremstilles som et nyt produkt. 43 pct.* af alt affald i verdenshavene udgøres af engangsplastik og sugerør. Det kan vi alle være med til at begrænse ved enten at vælge alternative materialer eller ved større fokus på indsamling og sortering af emballageaffald.

CBP varenr. 46621

Papirsugerør brun komposterbar 250mm, 112 stk.

SMOOTHIEEMBALLAGER

Til de lækre smoothies anbefaler vi smoothieglas med hvælvet låg og sugerør:

CBP varenr. 45817 · Smoothieglas klar PET 30cl Ø95x105mm, 800 stk.

CBP varenr. 45360 · Smoothieglas klar PET 40cl Ø95x125mm, 800 stk.

CBP varenr. 45364 · Plastlåg hvælvet m/hul Ø95mm, 1600 stk.

CBP varenr. 46621 · Papir sugerør brun komposterbar 250mm, 112 stk.

CBP varenr. 45363 · Sugerør sort plast u/knæk Ø7x250mm, 1000 stk.

*Kilde: Tidsskriftet Ingeniøren, udg. oktober 2018



MILJØRIGTIG

COFFEE TO-GO

En ny og lækker kaffekop er på gaden fra CBP Nonfood+. Den er i miljørigtigt materiale, FSC godkendt papir, som er fremstillet af træer fra en "FSC-skov", hvor der ikke bliver fældet mere træ, end skoven kan nå at reproducere. Samtidig er FSC en sikkerhed for, at dyr og planteliv bliver beskyttet, og at de mennesker, der arbejder i skoven, er uddannede og får ordentligt sikkerhedsudstyr.

Koppen er komposterbar, hvilket ikonet TUV OK COMPOST indikerer.

Koppen er designet i mørke brune mokka farver og et tidsløst og trendy look. Kvaliteten er dobbeltvæg, hvilket giver en god isolering til både fingre og de varme drikke.

CBP varenr. 48347 · CBP kaffekop 8oz / 22cl, 500 stk.

CBP varenr. 45944 · Sort låg til kaffekop 8oz, 1000 stk

CBP varenr. 48348 · CBP kaffekop 12oz / 35cl, 500 stk.

CBP varenr. 45942 · Sort låg til kaffekop 12oz, 1000 stk



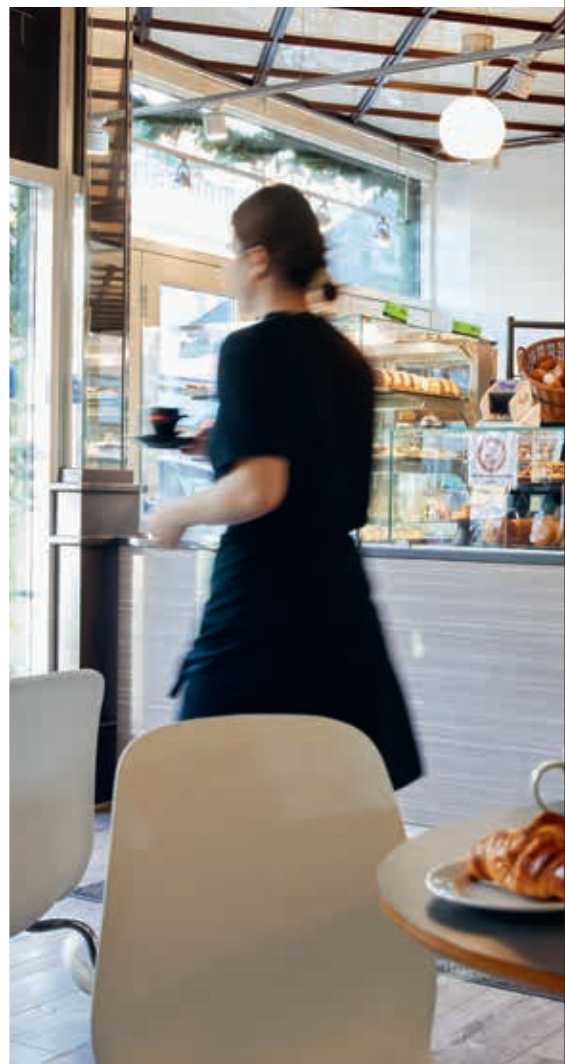
Miljørigtig kop i
både fremstilling og
komposteringsproces



TUV OK COMPOST er en komposteringsproces hvor produktet efter indsamling og sortering gennemgår en nedbrydningsproces i et komposteringsmiljø med strenge kriterier, inden det til sidst bliver kompost, og kan indgå i naturens cyklus igen.



*Både café og bagerbutik
sætter på frokostgæster*



All-in på den perfekte emballage

LARS DELEURAN FRA HAMMERSHUS BAGERI
TÆNKER PÅ ALLE DETALJER



NÅR KUNDEN KØBER SIN SNACK I DIN BUTIK, SKAL DET OGSÅ VÆRE EN GOD OPLEVELSE AT NYDE DEN. EN SOLID EMBALLAGE, DER ER NEM AT SPISE FRA, GIVER KUNDEN LYST TIL AT KOMME IGEN.

Der er gang i svingdøren hos Hammershus Bageri i Herfølge. Men på den gode måde. En lind strøm af kunder kommer gennem hele åbningstiden for at købe kaffe, sandwich, salat, smørrebrød og andre mellemmåltider fra butikkens store udvalg.

– Vi har stor succes med convenience-produkter, som det hedder på moderne dansk, fortæller bagermester Lars Deleuran.

– Og én af grundene er, at vi gør det nemt for vores kunder at spise på farten.

– Kunden kommer herind, fordi de er sultne og gerne vil have noget lækkert. Det skal

være nemt, og det skal gå hurtigt. Her spiller emballagen en vigtig rolle, for hvis den ikke "holder styr" på produktet og er nem at spise fra, får kunden en dårlig oplevelse. Hvem gider sidde i sin bil med en sandwich, der er eksploderet ud over det hele?

”

TRENDEN ER KLAR, OG JEG HAR TÆNKT MIG AT RIDE MED PÅ DEN

– Samtidig er emballagerne reklame for Hammershus Bageri. Vi er derfor gået all-in og har fået designet vores egen em-

ballageserie hos CBP Nonfood+. Jeg tror, at vi har fået lavet mere end 30 forskellige elementer, for eksempel kaffekrus, kagepap og papirsposer til sandwich. Alt sammen med vores nye logo, som CBP Nonfood+ har designet.

– Frokost og to-go er vores helt store vækstområde. Vi sælger masser af kaffe og masser af sandwich hver dag, og vi arbejder på at kunne tilbyde endnu mere. Lige nu er vi i gang med at udvide butikken, og vi får blandt andet nye køle- og varmediske. Måske tager vi endda burgere med i programmet. Trenden er klar, og jeg har tænkt mig at ride med på den, siger Lars Deleuran.

GODE SPISEOPLEVELSER = GENSYN MED KUNDERNE

Lars Deleuran driver sin bagervirksomhed fra to adresser. På Vordingborgvej i Herfølge ligger Hammershus Bageri, et klassisk bageri med produktion og udsalg, og i Køge midtby har Lars åbnet Cafe Hammershus. Her tilbyder han et sortiment af klassiske bageriprodukter, men han har især fokus på frokostretter og mellemmåltider til den lille sult.

Hele dagen er cafeen fyldt med kunder på jagt efter snacks og andre nemme måltider. Mange henter sandwich, smørrebrød, kaffe, brød og kager til at spise på farten, men der er også tit fyldt op ved bordene i den store cafe, hvor der er plads til 30-40 spisende gæster.

Alle produkter, der sælges som to-go, pakkes ind i specialudviklet emballage. Lars har valgt en række smarte løsninger, fx hapsdog-lommer og zip-off poser til sandwiches, som gør det nemt for kunderne at indtage produktet på farten. At der er tænkt på alle detaljer af spiseoplevelsen betyder, at kunderne vender tilbage.

Alle emballager har naturligvis Hammershuslogoet. Det er uvurderlig reklame, når kunderne "flasher" logoet, mens de nyder maden i offentligheden og således vækker lækkerisulten hos andre.

Café Hammershus er et godt eksempel på, at det er den gode totaloplevelse, der skaber succes. Kunderne går ikke alene efter det gode produkt, men også efter en rar oplevelse med at købe produktet i butikken og med at indtage det bagefter. Når alt spiller, kommer kunden igen og igen.

Besøg Café Hammershus, næste gang du kommer til Køge. Så vil du opleve, hvordan butik, produkt og emballage kan gå op i en højere enhed.



Café Hammershus er brødudsalg og hyggelig café i et





”

DET ER UVURDELIG REKLAME, NÅR KUNDERNE "FLASHER" LOGOET, MENS DE NYDER MADEN I OFFENTLIGHEDEN OG SÅLEDES VÆKKER LÆKKERSULTEN HOS ANDRE

CBP NONFOOD+

FULDEND DET GODE HÅNDVÆRK MED DEN RIGTIGE EMBALLAGELØSNING

– Antallet af forbrugere, der køber måltidsløsninger er steget med 23% de seneste 1-2 år* samtidig med, at interessen for tilbehør til aftensmaden er stigende. Hvad enten der er tale om "ready to eat" eller "ready to heat"-løsninger, er det vores opgave hos CBP Non-food+ at hjælpe vores kunder med en optimal emballageløsning.

– Vi hjælper med det hele. Er det morgenmadskunder, der skal have kaffe og rundstykker? Eller er det i frokostpausen, der er bud efter den nemme løsning? Måske er det den sunde måltids-salat, der sælger i én butik, mens en anden lykkes med spændende aftensmadsløsninger og tilbehør. Tapasbølgen er en anden trend, som bageren med sine lækre specialiteter, brød og kageprodukter også kan ride med på.

– Som emballagespecialist sætter vi en ære i at afdække kundens behov og at komme med gode forslag. Forbrugeren lægger fx vægt på, at deres snack er nem at spise på farten, måske i toget, til fods eller i bilen. Det kræver gennemtænkte løsninger, og dem hjælper vi vores kunder med at finde frem til.

– Eksempelvis kan vi tilbyde emballager til kolde og varme sandwiches, der sikrer, at friskheden og lækkerheden i produktet bevares, således at forbrugeren får en rigtig god smagsoplevelse.

– Vi gør også meget ud af at drøfte iscenesættelsen i butikken med vores kunder. Det handler om at fremstå dynamisk og vise forbrugeren nye spændende produkter og inspiration, når de træder ind, så de får lyst til at købe mere. Her spiller emballagen naturligvis en vigtig rolle.

– Vi har en lang række standardprodukter klar på hylderne, og vi hjælper gerne med specialudviklet emballage med eget logo, hvis det ønskes. Vi har således mulighed for at opfylde alle behov og ønsker, uanset hvor stor en butik, man har.

*Birgitte Fredslund,
Business unit Manager, CBP Nonfood+*

*) Dansk Handelsblad

OPERATION
BÆREDYGTIGHED


Klar Parat Start!

— DER ER INGEN PLANET B

HVIS VERDEN SKAL UNDGÅ DE VOLD-
SOMME PROBLEMER FOR MILJØ, KLIMA
OG MENNESKER, DER LURER, ER BÆRE-
DYGTIGHED KODEORDET. CBP ER KLAR
MED EN INDSATS, DER SKAL GØRE OS
SELV OG VORES KUNDER TIL POSITIVE
MEDSPILLERE FOR EN BEDRE VERDEN.

BEVISER FOR BÆREDYGTIGHED

CBP forhandler flere produkter, der har certificeringer, og arbejder løbende på at opnå en række internationalt anerkendte certificeringer som grossist:

- UTZ: Bæredygtig dyrkning af kakao, kaffe og te
- RSPO: Ansvarligt produceret palmeolie
- Fairtrade: Retfærdige priser for farmerne og mindre belastning af miljøet

Vi håber på at opnå disse certificeringer i løbet af 2019, således at vi kan være en endnu mere bæredygtig samarbejdspartner og levere certificerede varer, hvor værdikæden ikke brydes, før varerne når din dør i bageriet.

FN har vedtaget 17 verdensmål, der sætter kursen mod en mere bæredygtig udvikling for den klode, vi bor på. Målene sætter rammen for det arbejde, som regeringer, virksomheder og mennesker over hele verden i fællesskab skal gøre. Heldigvis er målene så konkrete, at vi alle kan arbejde med dem i hverdagen.

På verdensmaalene.dk kan du læse mere om FN's mål for verden og de delmål, der skal opfyldes for at komme hele vejen.

Vi er din bæredygtige partner

CBP er en del af Orkla-koncernen, der har valgt tre verdensmål ud som primære fokusområder:

- Verdensmål 3: Sundhed og trivsel
- Verdensmål 14: Livet i havet
- Verdensmål 15: Livet på land

Hos CBP har vi udpeget en række indsatser, der bidrager til arbejdet med Orklas mål.

Vores indsatsområder:

- Ernæring og sundhed
- Fødevarer- og produktsikkerhed
- Bæredygtige indkøb
- Hensyn til miljøet
- Omtanke for mennesker og samfund

Som CBP-kunde støtter du en positiv udvikling

Hvis du også ønsker at bidrage til en mere bæredygtig bagerbranche, er CBP den rigtige partner. Du kan være sikker på, at vi hver dag prøver på at blive en lille smule bedre.

– Målene giver god mening for os, og vi ved, at mange af vores kunder sætter pris på at have en partner, der gør sig umage for at reducere sit aftryk på verden mest muligt, siger Ruben Solsø fra CBP Bakery.



Verdensmålene udgør 17 konkrete mål og 169 delmål, som forpligter alle FN's 193 medlemslande til helt at afskaffe fattigdom og sult i verden, reducere uligheder, sikre god uddannelse og bedre sundhed til alle, anstændige jobs og mere bæredygtig økonomisk vækst.

Kilde: Verdensmaalene.dk

Ekspertens råd til alle bagerier:

VERDENSMÅL NR. 12 LIGGER TIL HØJREBENET

Vi har talt med Jette Ebbekær Thomsen fra rådgivningsfirmaet groconsult, der hjælper virksomheder og kommuner til at arbejde mere bæredygtigt.

– FN's verdensmål nr. 12 ligger lige til højrebenet for bagerier, siger hun. – Dette mål handler om ansvarligt forbrug og produktion. Ved at fokusere på dét, vil danske bagerier kunne gøre en stor forskel.

Jette peger på to konkrete områder, hvor du med enkle midler kan gøre dit bageri mere bæredygtigt:

1: Bæredygtigt indkøb

Suppler dine indkøb med varer, der er økologiske og/eller fairtrademærkede. Faktisk arbejder du for hele 14 af de 17 verdensmål, når du vælger fairtradeprodukter, fordi de ikke bare er miljøvenlige, men også sikrer farmerne en fair pris og dermed modvirker sult og fattigdom. Når det drejer sig om nonfood-produkter, skal du kigge efter svanemærket og Ecolabel (også kendt som blomsten).

2: Reducér madspildet

Mad, der ikke bliver spist, er spild af CO₂ og gode ressourcer. Det handler om at optimere produktionen, så der ikke produceres for meget, men også om at have en plan for de overskudsprodukter, der aldrig helt kan undgås.

En mulighed er at tilmelde jer Too Good to Go, som flere håndværksbagerere allerede har gjort. Det er en ordning, hvor kunderne via en app kan se, om I har restprodukter, der kan hentes efter lukketid mod en mindre betaling. I kan også lave en aftale med det lokale herberg eller cafe for hjemløse, hvor resterne helt sikkert vil sprede glæde.

– Derudover giver det naturligvis altid mening at reducere sit el-, vand- og varmeforbrug så meget som muligt og samtidig sikre, at affald bliver sorteret og genanvendt, siger Jette Ebbekær Thomsen. – Men én af de store gevinster ligger altså i at indkøbe og forbruge sine råvarer med omtanke.



CBP ER DIN

Totalleverandør

ONE STOP SHOP, FAGLIG SPARRING OG KOMPETENCELØFT

LEVERANDØR

til bagerisektoren siden 1931
– ingredienser, bageriløsninger,
koncepter og nonfood
produkter

INSPIRATION

til bageri og butik
– opskrifter, tips, idéer,
bagerkurser og
erfa/netværksmøder

PREMIUM PRO

IT-bagersystem
– opskrifter, økonomi-
beregning, dokumentation
og prissætning

KOMPROMISLØS KVALITET

– dokumentation,
kontrol, fødevarsikker-
hed og miljø

KOMPETENCEUDVIKLENDE

– stærk på rådgivning og
sparring både fagligt
og forretningsmæssigt

UDVIKLINGSORIENTERET

med afsæt i det bager-
faglige, råvarer-, markeds-
og forbrugertrends

NEM HVERDAG

– webshop, online
markedsføringsportal
og kampagnemateriale

CBP APP

hurtig adgang til
inspiration, opskrifter,
katalog etc.

*Sammen skaber vi
din succes*

