



FYNske EDDIE DRIVER BAGERI PÅ SIN HELT EGEN MÅDE

At drive bageri er en publikumssport

DU BEHØVER IKKE LIGGE I CENTRUM AF EN STØRRE BY FOR AT FÅ SUCCES MED ET ANDERLEDES BAGERKONCEPT. EDDIE MÅNSSONS BAGERI PISTORIA LIGGER I EN FORSTAD OG TILTRÆKKER KUNDER FRA NÆR OG FJERN MED KVALITETS-HÅNDVÆRK OG EN MODIG BUTIKSINDRETNING.



Vi er i et forstads kvarter i det sydlige Odense, hvor vi skal møde indehaveren af bageriet Pistoria, Eddie Månsson. Set udefra er der ikke meget, der afslører, at vi her skal opleve et nyskabende bageri. Forretningen ligger i en lille klynge af butikker og ligner umiddelbart de bagerier, man møder så mange steder i Danmark.

Men skinnet bedrager. Pistoria er en meget anderledes virksomhed, der har fået succes ved at udfordre flere af bagerbranchens dogmer. Blandt andet ved at have bageri og butik i samme lokale og ved at lade bagerne selv betjene kunderne. Tanken kom til Eddie i forbindelse med et CBP Fyraftensmøde, og blev ført ud i livet, da han overtog bageriet i Skt. Klemens.

Det er ret specielt, hvad du har lavet her. Hvor kom idéen fra?

– Det begyndte med et simpelt spørgsmål: Hvorfor lave kunstige barrierer mellem os

bagere og kunderne, når det i virkeligheden er mødet mellem os, at der giver størst værdi? Altså: Kunder vil gerne se godt brød blive fremstillet, og de vil gerne snakke med dem, der har bagt det. Jeg plejer at sige, at bagerhåndværket er en publikums-sport, forklarer Eddie.

– Og på den anden side kan vi bagere lære en masse om kunderne og deres ønsker, når vi får lejlighed til at snakke med dem. Da jeg først begyndte at tænke på den måde, stod det klart, at der var brug for en ny måde at drive bageri på.

**”
JEG VIL HELLERE VÆRE HAM
MED DEN HELT RIGTIGE
JORBÆRTÆRTE END HAM
MED TYVE BUTIKKER**

Det har du så taget konsekvensen af. I står jo og bager inde i butikken!

– Ja, jeg selv, mine to bagere og min konditor laver alt her. Som kunde træder man altså direkte ind i løvens hule og kan kigge med, mens vi bager løs. Og det er også os, der ekspederer kunderne.

– Det er ret sjovt at have denne livlige hverdag, hvor vi både bager og har med kunderne at gøre. Det giver os alle en god fornemmelse for kunderne og forretningen, når vi ikke kan gå og putte os ude i et baglokale, fortæller Eddie.

– Weekenderne er det eneste tidspunkt, hvor vi får hjælp til at ekspedere. Vi har en håndfuld piger, der kommer og hjælper lørdag-søndag, men der er altid mindst én bager til stede i åbningstiden.

Hvad gør I ellers, der er ud over det sædvanlige?

– Vi bruger natten til at sove. Den første møder ved 5-tiden for at sætte det første hold langtidshævede brød i ovnen, så vi



kan være klar til at åbne kl. 6.30. Og så bager vi ellers i løbet af dagen, så der altid er god aktivitet og en dejlig duft af nybagt brød i butikken.

– Det er anden måde at være bager på, understreger han. – Vi gør alt klar dagen før, så vi ikke skal gøre det om natten. Det er en forudsætning for at lykkes med denne type forretning, for den bygger jo på, at bagerne er til stede i dagtimerne.

Her er også ret specielt med alle de fotos af cykelryttere, der hænger på væggene...

– Jeg har taget min kærlighed til cykelsporten med på arbejde. Min far var toprytter i sin tid, og jeg er flasket op med cykling. Da jeg fik mit eget bageri, ville jeg gerne sætte mit personlige præg på det, og så blev det helt naturligt fotos af gamle cykelhelte som Anquetil, Merckx, Coppi – og min far – der skulle pryde væggene.

– Cykling er også en vigtig del af min markedsføring. Hvert år, første weekend i april, fejrer vi starten på cykelsæsonen med et

” OPLEVELSER HÆNGER VED. DET GØR ANNONCER MED TILBUD PÅ DAGMARTÆRTE IKKE!

arrangement på pladsen foran butikken. Her byder jeg på gratis kaffe og træstammer til alle ryttere, der kommer forbi, og en cykelhandler udstiller de nyeste modeller.

I år var det tredje gang, og der kom mere end 600 gæster.

– Jeg tror såmænd ikke, vi sælger så meget mere på dagen. Men folk opdager, at der ligger en speciel bagerbutik derude i Skt. Klemens, og jeg kan se, at mange af gæsterne besøger os senere. Den slags markedsføring tror jeg meget mere på end annoncering. Oplevelser hænger ved. Det gør annoncer med tilbud på dagmartærte ikke!

Varespejlet er en anden form for markedsføring. Når jeg kigger ud over hylderne

i din butik, slår det mig, at der ikke er mange forskellige produkter?

– Det er rigtigt. Jeg er bevidst gået efter et smalt sortiment. Jeg vil hellere gøre nogle få ting rigtigt godt end en hel masse på et gennemsnitligt niveau. Og mine kunder har lært at sætte pris på det. De holder sig alligevel til et overskueligt felt af klassikere og så lidt nyt en gang imellem.

– Med et fokuseret udvalg bliver man også nemmere kendt for noget. Jeg har for eksempel fået stor succes med mit æblerugbrød, som folk kommer helt fra Assens for at købe.

– Æblerugbrødet er det ene ud af kun tre typer rugbrød, jeg tilbyder. Der er otte slags rundstykker og syv franskbrød plus månedens brød. Det er alt inden for brød, og det er rigeligt.

Du er altså kommet godt i gang, men du virker som en mand, der vil videre. Hvad er det næste, der skal ske?



– Vi er nogenlunde dér, vi skal være, på brødfrenten. Nu skal kagerne have lidt kærlighed, og derfor har jeg ansat en konditor, der skal løfte vores udbud af kager til et højere niveau, fortæller Eddie.

– Men filosofien er den samme: Selvom vi får flere og bedre kager, så bliver det et fokuseret sortiment. Vi skal altid huske at have håndværket med, uanset hvor meget succes, vi får.

Du har et ret unikt koncept, som fungerer godt. Skal du snart ud og erobre verden?

– Nej, det skal jeg i hvert fald ikke, griner Eddie. – For det første er vi først lige begyndt. Der er meget, vi kan gøre endnu for at skabe den perfekte bagerforretning. For det andet er det slet ikke den slags ambitioner, jeg har. Jeg er bager, før jeg er forretningsmand. Jeg vil hellere være ham med den helt rigtige jordbærtærte end ham med tyve butikker!"

DEN KORTE HISTORIE OM EDDIE OG PISTORIA

Eddie er fra 1971 og blev udlært i 1990. Gennem mange år var han ansat i en stor bagerforretning i Odense, indtil den for knap tre år siden blev solgt til Lagkagehuset. Eddie ville hellere have sin egen forretning end være en lille brik i en stor maskine, så han takkede nej til tilbuddet om at blive og ledte i stedet efter et sted at starte selv.

Muligheden bød sig, da et bagerudsalg i den lille forstadsby Skt. Klemens blev sat til salg. Eddie kunne se, at han her havde chancen for at skabe den type bagerforretning, han længe havde drømt om. Han fik en investor med på idéen, og det blev begyndelsen på den spændende historie om Pistoria, som der kun er skrevet de første par kapitler af.