



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 BRØDUDSALGET
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 bagene. 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

ZEHROS

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.