



ØKOLOGISK HÅNDVÆRKSBAKER MED FREMGANG

Bageren der nægter at blive eksklusiv

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

6 SPRØDE RÅD FRA JOHANNES

HOLD FAST I DINE PRINCIPPER

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

UDVIKL DIN EGEN PROFIL

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

VÆR EN GOD MEDBORGER

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

ØKOLOGI ER IKKE SVARET PÅ ALLE UDFORDRINGER

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

KUNDENS FØRSTE INDTRYK AFGØR ALT

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

PAS PÅ MED ENSRETNINGEN

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