

SPRØD #10

#10 · 2019 · CBP Magasin for bagere og konditorer

TEMA
SMAG PÅ
FINLAND

**FÅ HJÆLP
TIL EN NY
SELVSTÆNDIG
PROFIL**

CBP sponsorerer

**DET DANSKE
BAGERLANDSHOLD**

Tilbage på internationalt niveau

BAGERMESTRE DELER HVERDAGENS

Succeser & fejltagelser

Vores passion, din succes...



I DENNE UDGAVE AF SPRØD SLÅR VI ET SLAG FOR KVALITET – ENDNU EN GANG

Vejen frem er brolagt med kvalitet

Sagen er, at vi lever i en verden, hvor kunderne bliver mere og mere kritiske. De kræver bedre, sundere og mere bæredygtige fødevarer. Det er en stor mulighed for dig som håndværksbager, for du er jo specialist i at få det bedste ud af dine råvarer. Du arbejder med et håndlag og en kærlighed, der kan mærkes i det færdige produkt.

Mere af det! siger kunderne, mens de stiller sig i kø foran de bagerbutikker, der satser på kvalitet. Og som er gode til at fortælle om det. Vi kender mange bagere rundt omkring i Danmark, der har valgt at satse helhertet på kvalitet, og som har fået stor succes med det.

Kvalitet hele vejen rundt

Rundstykket skal selvfølgelig have den helt rigtige smag, friskhed og konsistens, men meget andet spiller ind, når kunden skal beslutte, om hun kommer igen i din butik. Var ekspedienten sød, imødekommende og effektiv? Kunne hun svare på spørgsmål om produkterne? Var butikken ren? Duftede der godt af nybagt brød? Helhedsoplevelsen er afgørende.

Det er fedt at vælge fra

Et princip er kun noget værd, når det kræver ofre. Når du går kompromisløst efter kvalitet, bliver du nødt til at sløjfe produkter under en vis standard. Du må sige farvel til de kunder, der vil have produkter fra nederste hylde. Og du må takke nej til den store aftale ud af huset, hvis det kræver at du leverer et gennemsnitligt produkt.

Kvalitet fører uundgåeligt til fravalg. Der er brød, du ikke vil bage, og kunder, du ikke vil have. Det koster omsætning på den korte bane, men det er som regel omsætning uden megen indtjening. Tomme kalorier.

Sug til dig

I denne udgave af SPRØD kan du læse om bagerforretninger, der har fået succes ved at satse på bagværk og kundeoplevelser fra øverste hylde.

Vi har også historier om CBP's sponsorat af bagerlands-holdet, opskrifter på lækkert finsk bagværk og spændende produktnyheder.

Velkommen til den nyeste og 10. udgave af SPRØD – vi håber, at du finder inspiration til at gøre din forretning endnu bedre!

Ruben Solsø

Ruben Solsø



24



TEMA
**SMAG PÅ
FINLAND**



INDHOLD

- 04 Danmark på verdenskortet**
Bagerlandshold i topform
- 09 Inspiration til enhver smag**
10. SPRØD til håndværksbagere
- 10 Miljø, klima, ressourcer og forbrug**
Har du en plan for din forretning?
- 14 Brødet er ikke (så) vigtigt**
Franchisekoncept på Fyn
- 20 Det store regnestykke**
CBP Premium Pro giver dig overblikket
- 24 Tema: Finland**
Opskrifter på finske fristelser

- 42 Produktnyheder**
Godt nyt til den søde tand
- 44 Sammen og hver for sig**
Erfa-gruppe med succes
- 50 Facebook: Kom i gang nu**
Få styr på annoncering og opdateringer
- 54 Skil dig ud med fermentmel**
Nye to-go opskrifter
- 60 Selvstændig butik?**
Brug CBP til at finde din egen vej



14



60



54

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.





TAG PÅ KURSUS MED BAGERLANDSHOLDET

Landstræner Kasper Hansen arrangerer kurser for bagere. Du kan lære landsholdets opskrifter og teknikker, men du kan også foreslå dit eget tema. Kontakt Kasper på kash@zbc.dk og hør mere om mulighederne.

Foto: Søren Gammelmark

KOM SÅ, DANMARK

CBP ER NY GULDSPONSOR FOR DET DANSKE BAGERLANDSHOLD ▶

EFTER MANGE ÅR I DE NEDRE DIVISIONER ER
DANMARK PÅ VEJ TILBAGE TIL INTERNATIONALT
NIVEAU INDEN FOR BAGERKONKURRENCER.
CBP STØTTER ARBEJDET OG HÅBER PÅ, AT
SUCCESSEN VIL TRÆKKE FLERE UNGE TIL FAGET.

Danmark har gennem de senere år markeret sig flot i internationale konkurrencer for kokke, senest med VM-guld til Kenneth Toft-Hansen. Nu er det bagernes tur til at blande sig i den internationale elite, og det sker med fuld støtte fra CBP i form af et guldspensurat af Det Danske Bagerlandshold.

Faget viser sig fra sin bedste side

– Vi har valgt at samarbejde med Det Danske Bagerlandshold, fordi de sætter hele bagerfaget på landkortet, forklarer Christina Deleuran fra CBP Marketing.

– Vi har mødt et hold dygtige og energiske bagere og konditorer, der virkelig giver den en skalle. De knokler for det perfekte brød og de bedste kager, og det har vi allesammen gavn af. For det første får vi spændende nye opskrifter og teknikker, som bagere kan bruge til at forny sortimentet med. For det andet viser landsholdet unge mennesker, at vores fag er spændende og dynamisk.

En professionel organisation

Kasper Hansen er landstræner for det ambitiøse bagerlandshold, og han fortæller om ideen:

– Ideen med et dansk bagerlandshold er ret ny. Vi har tidligere sendt deltagere afsted til forskellige internationale konkurrencer, men vi havde ikke et system for det og rekrutterede deltagere fra gang til gang. Det blev sjældent rigtigt godt.

– Jeg kiggede mod sportens verden og tænkte, at vi burde arbejde mere professionelt med udtagelse, træning og deltagelse i konkurrencer. Vi fik opbakning fra Københavns Bagerlaug, BKD og ZBC i Ringsted til at etablere et egentligt landshold, og dermed kunne vi komme i gang, fortæller Kasper Hansen.

– Nu arbejder vi som et landshold bør arbejde. Vi samles i Ringsted til træning inden de store konkurrencer, og vi dedikerer tid til at komme i bunds med tingene. Og resultaterne er allerede begyndt at vise sig. De store internationale konkurrencer har fået øjnene op for Danmark, og på det seneste er vi blevet inviteret til at deltage i EM og VM. Det skete ikke tidligere.

Til gavn for alle bagere

Det handler ikke kun om medaljer og champagne. Kasper Hansen understreger, at landsholdet gør en positiv forskel for hele den danske bagerbranche.

– Der opstår en masse nye ideer, teknikker og opskrifter, når vi træner og konkurrerer. Alt dette vil vi dele med bagere, og således håber vi at bidrage til fornyelsen ude i bagerbutikkene.

– Vi arrangerer blandt andet kurser for bagere, hvor man kan arbejde med de nye opskrifter, landsholdet har konkurreret med. Man kan også selv vælge et tema og så lave en workshop sammen med os om det. Vi har allerede afholdt to kurser, der begge blev fuldt booket.

Unge og gamle giver et stærkt hold

Landsholdet er bredt sammensat, lige fra garvede bagermestre til nytænkende lærlinge. Kasper forklarer:

– Det giver en fantastisk kemi på holdet, at vi er så forskellige. Det afgørende er, at alle har energi, fantasi og lyst til at lære og eksperimentere.

– Rekrutteringen til holdet sker primært ved, at jeg holder øje med deltagere i forskellige konkurrencer. Hvis du får en god placering til fx DM i Skills kan det være, at du får et opkald fra mig dagen efter. Men der er også nogle, der selv kontakter mig, og vi har flere dygtige deltagere på holdet, der er kommet på eget initiativ.

– Når jeg har samtaler med nye, så vægter jeg, om de er villige til at lægge en stor del af deres fritid i det. Vi har efterhånden nået et niveau, hvor vi er nødt til at kræve meget af os selv og hinanden, og der er ikke plads til nogen, der slår op i banen. Vi er oppe mod store bagerlande som Frankrig, Belgien og Tyskland, og der skal virkelig knokles for at gøre sig gældende i det selskab.

Vi hepper på jer!

Bagerlandsholdet ser frem til et udfordrende efterår, hvor både EM og VM er på programmet. Hos CBP følger vi spændt med i holdets arbejde med at udvikle talenter, vinde medaljer og ikke mindst gøre bagerfaget endnu mere sexet.

DET HANDLER OM MEDALJER. OG MEGET MERE...

– Jeg elsker konkurrencer, så jeg var hurtig til at sige ja, da Kasper ringede og spurgte, om jeg havde lyst til at være med i landsholdstruppen.

– Det kræver meget tid og arbejde at være på landsholdet. Men det er det hele værd, for det er både sjovt og udfordrende at konkurrere på højt plan. Jeg får lov til at fordybe mig i mit fag og presse mig selv til det yderste. Og så kommer jeg ud i verden til de store konkurrencer. Her i efteråret er jeg på det hold, der repræsenterer Danmark ved EM i Frankrig. Det bliver vildt.

– Men jeg synes også, at bagerlandsholdet handler om meget mere end medaljer. Det er en god måde at fremme faget på, fordi vi hele tiden udvikler nye opskrifter og forarbejdningsteknikker, der kan bruges af andre.

*Tobias Rømer, landsholdsdeltager
Udlært baker, nu konditorlærling
hos H.C. Andersens Konditori*

Foto: Søren Gammelmark

JEG KONKURRERER MED MIG SELV

– Det bedste ved at være på landsholdet er, at jeg bliver udfordret på min arbejdsrytme. Vi har begrænset tid til rådighed, og man skal virkelig være kreativ med sine teknikker for at nå det, man gerne vil. Det er supersjovt.

– I virkeligheden er det min egen konkurrence med mig selv, der tænder mig mest. Jeg vil selvfølgelig gerne vinde hæder og medaljer, men det er bedst, når jeg selv er tilfreds med min indsats. Forleden vandt vi en stor nordisk konkurrence, men jeg lavede nogle fejl undervejs, og det blev ikke min bedste guldmedalje.

– Gennem træningen og konkurrencerne bliver jeg presset til at finde på nye teknikker, der er mere effektive end de gamle. Mange af ideerne har jeg taget med hjem til mit bageri, så på den måde har min forretning også gavn af landsholdsarbejdet.

– Jeg er desuden sikker på, at bagerlandsholdet spiller en stor rolle for hele vores branche. Vi viser de unge mennesker, at det er et spændende arbejde med udfordringer og højt tempo, og på den måde tænder vi forhåbentligt ideen om at tage en bageruddannelse hos flere.

*Per Eckholdt, landsholdsdeltager
Eckholdts Bageri, Toftlund*

Følg med i Det Danske
Bagerlandsholds bedrifter på
BAGERLANDSHOLDDET.DK

OPSKRIFT FRA BAGERLANDSHOLDET

Havrebrød

7 stk. á 700 gram

INGREDIENSER

2.100 g EU Fransk hvedemel (4190)
 730 g Havregrød Bagerlandsholdet
 – basisopskrift
 400 g GF Havremel (26271)
 250 g Flydende surdej hvede (802036)
 64 g Salt m/jod (34799)
 15 g Kronjäst orig. gær (36018)
 1.800 g Vand

Havregrøden koges og afkøles. Fransk hvedemel, havremel og vand æltes 3 min. langsomt og hviler 60 min. (autolyse). Øvrige ingredienser (minus salt) tilsættes og dejen æltes 8 min. langsomt. Saltet tilsættes og dejen æltes skær. Ligger 60 min. i dejkasse, stødes og hviler yderligere 60 min. Vendes ud på bordet, drysset med havre-/durummel og vejes af. Slåes aflange op og lægges i hævekurv, drysset med havre-/durummel. Stilles på køl til næste dag. Tempererer i bageriet, vendes ud, snittes og bages i 40-45 min. ved 220°C.

HAVREGRØD 730 GRAM

190 g CBP Havregryn (4095)
 5 g Salt m/jod (34799)
 535 g Vand

Koges godt igennem og køles ned.





INSPIRATION NÅR DU HAR TID

DENNE UDGAVE AF SPRØD ER NR. 10 I RÆKKEN AF MAGASINER, DER HAR FORTALT HISTORIER FRA OG TIL BAGERE I HELE LANDET.

Formålet med magasinerne er at inspirere til forandring og forbedring, selvom du i en travl hverdag naturligt sætter det praktiske først.

Det tager tid at få tid

Alle SPRØD magasinerne er fyldt med inspiration, idéer og viden. Noget er lige til at gå til og kan anvendes med det samme. Andet kræver, at du overvejer og tager beslutninger for din butik, så det giver dig bedre forudsætninger i branchen på langt sigt. Begge dele tager tid, så vi arbejder hele tiden på at hjælpe dig med løsninger i produktion og butik, der kan give dig mere overskud i hverdagen til udvikling af din forretning.

Mersalg, kostdøgnet, Smag på... det hele

Hos CBP har vi sat os for at inspirere dig med nye koncepter, temaer og opskrifter. Derfor udkommer vi med meget mere, end du kan nå at være med på. Og det går stærkt hos forbrugere, men det er aldrig for sent at kaste sig ud i fornyelser. De megatrends, vi har behandlet i SPRØD de sidste magasiner, er stadig de trends, som dominerer forbrugskulturen i fremtiden.

Tjek de tidligere udgaver af magasinet og find de opskrifter og temaer, som kan give værdi for din butik i dag.

Alle magasiner kan findes på CBP's app eller cbpbageri.dk



DET ER IKKE I MORGEN – DET ER HER OG NU!

Bæredygtig- hedens tidsalder er begyndt



NU KOMMER DE STORMENDE, DE NYE FORBRUGERE. DE VIL HAVE BÆREDYGTIGE PRODUKTER, OG DE GÅR IKKE PÅ KOMPROMIS. CBP ER KLAR TIL AT HJÆLPE DIG, DER VIL TAGE DEN SPÆNDENDE UDFORDRING OP.

Hvor kommer grovbrødet ingredienser fra? Er de økologiske? Har de mennesker, der har fremstillet brødet, gode arbejdsforhold? Kommer råvarerne fra lokalområdet? Den moderne forbruger er ikke tilfreds med, at prisen er lav og kvaliteten tålelig. Nu skal der andre boller på suppen, og de boller skal være bæredygtige på alle måder. Det handler om miljø, klima, arbejdsforhold, dyreetik, transport og meget andet. Velkommen til bæredygtighedens tidsalder.

Bølgen er allerede i gang

Hver anden forbruger ser på et produkts miljøprofil, inden de putter det i kurven*. Dette tal er et par år gammelt og dermed allerede for lavt. Hvert år kommer der titusindvis af nye, unge forbrugere ud i butikkerne, og køb for køb ændrer de detailhandlen for altid. Du mærker det sikkert allerede i din butik.

Dine kunder ændrer sig radikalt

Forbrugerekspert Flemming Birch udtrykker det således:

– Den nye generation er endnu mere anti-forbrugerisk, klimabevidst og bæredygtig end de efterhånden halvgamle "millennials" (født 1983-2000). De nye forbrugere er villige til at udleve idealerne, mens millennials mere er en slags politiske forbrugere, der stemmer med pengepungen. De betaler måske CO2-kompensation, når de bestiller en flyrejse. De nye forbrugere tager slet ikke på flyrejse.

Se mig!

Dine nye kunder tænker ikke kun på miljøet, klimaet og den slags. De tænker også på, hvordan de tager sig ud. De ønsker at fremstille sig selv som miljø- og klimabevidste, og det betyder, at du også skal mestre iscenesættelse og storytelling. Du skal

give kunderne noget flot og bæredygtigt at fotografere til Instagram og gode historier at fortælle videre på Facebook.

CBP hjælper dig i gang

– Ja, store forandringer er i gang, og intet bliver som før. Som alle andre bagere må du indstille dig på de nye tider og vise kunderne, at vores branche kan tænke bæredygtigt. Det sker lige nu, så det er bedre at reagere i dag end i morgen, siger Ruben Solsø fra CBP.

CBP har et stort sortiment af bæredygtige nonfood produkter, herunder et populært udvalg af miljøvenlige emballager. Kontakt din CBP distriktschef og hør mere om, hvordan du nemt kan komme de nye forbrugere imøde.

* Ifølge en undersøgelse fra Miljø- og Fødevareministeriet, 2017

SÅDAN FÅR DU PLUS-POINT HOS KUNDERNE (OG MILJØET)

1. Brug miljøvenlig emballage

Indpakningen er en vigtig del af din forretningsprofil. Når I rækker miljørigtig emballage over disken til kunderne, kan de se, at I arbejder med omtanke. Og de får måske lyst til at flashe kaffekruset eller brødposen lidt mere på gaden. Hos CBP har vi et stort udvalg af miljøvenlige emballager, der dækker alle behov i en moderne bagerforretning.

2. Køb trygt ind

Med CBP som partner har du tryghed for, at dine indkøbte produkter er dyrket, forarbejdet og transporteret på en måde, der i videst muligt omfang respekterer miljø, klima og mennesker. Samtidig arbejder vi konstant på at blive en endnu bedre og mere bæredygtig leverandør.

3. Spar på ressourcerne

I bageriet bør du også tænke over alle de små ting, som du gør derhjemme. Er der sparepærer i alle lamper? Bliver der fyret for fuglene? Bliver opvaskeren fyldt helt op hver gang? Der er mange gode vaner, som I kan tage med hjemmefra for at spare energi og således bidrage til at mindske klimabelastningen.

4. Reducér madspildet

Med moderne hjælpemidler som CBP Premium Pro er det let at justere produktionen, så den passer til efterspørgslen. Når CBP Premium Pro er koblet til kasseterminalen, kan du køre salgsrapporter og produktionsplaner, der afspejler det præcise salg og ikke din mavefornemmelse. På den måde kan du nemmere ramme behovet og undgå et stort spild.

5. Fortæl om alt det gode, du gør

Du skal ikke holde dine gode geminger hemmelige, men derimod gøre dem til konkurrencefordele. Fortæl om din miljøemballage, energibesparelser og indsats imod madspild (og meget andet) på skilte i butikken og på sociale medier, så kunderne véd, at du er med på noderne.



VI ER GODT I GANG HOS CBP

MERE MILJØVENLIGE EMBALLAGER

Vores kaffekrus er nu FSC-mærkede og bionedbrydelige, og vi tilbyder plastbakker i 95% genbrugsplast. Samtidig har vi ændret vores serie af brune poser, så de nu fremstilles af PEFC-mærket papir. Det samme sker snart med vores hvide poser samt standardserien.

GENBRUG AF EMBALLAGE

Som Danmarks største leverandør af råvarer til håndværksbagere kan vi ikke undgå at skulle håndtere emballage i store mængder. Til gengæld kan vi sørge for, at alt pap, plast og alle paller bliver sendt til genbrug, så de gode ressourcer bliver anvendt til nye produkter.

SMARTERE KØLING I VENTENDE LASTBILER

De lastbiler, der skal afsted til kunderne om natten, bliver læsset i løbet af dagen før. Der kan gå 4-9 timer, inden bilerne skal afsted, men varerne skal selvfølgelig holdes nedkølet så længe, og det koster diesel at have køleanlægget tændt. Vi har nu installeret udendørs strømstik, således at bilernes kølesystem kan køre på el i stedet for diesel, mens de venter på afgang. Det sparer meget CO2.

INTET SPILD AF GODE RÅVARER

Det sker af og til, at vi har varer på lager, der nærmer sig sidste salgsdato. Vi vil gerne undgå at skulle smide disse produkter ud, så vi sænker prisen for lettere at komme af med dem – og skulle det ikke lykkes, lader vi dem gå videre som ingredienser til dyrefoder. På den måde forbliver ressourcerne i kredsløbet.



Too Good To Go

NEM INDSATS MOD MADSPILD

– Det er to år siden, vi tilmeldte os Too Good To Go, og vi er meget glade for samarbejdet. Det fungerer nemt via en app, og vores butikspersonale skal ikke gøre andet end at lægge de bestilte restprodukter i poser, når dagen er omme. Resten går af sig selv.

– Jeg kan kun anbefale andre bagere at tilmelde sig Too Good To Go. Det er en supergod måde at komme af med overskydende produkter på en meningsfuld måde, og det sender et stærkt signal til kunderne om, at vi bekymrer os om madspild.

Christian Bodenhoff

Bodenhoffs Bageri, København





”

JEG VAR NÅET FREM TIL, AT VOLUMEN I SIG SELV IKKE VAR VEJEN FREM, MEN AT FÅ, GODE PRODUKTER OG IKKE MINDST GODE KUNDEOplevelser SKULLE DRIVE VÆRKET



DE ANSATTE HOS BRØD KAN SELV

BRØD

Min telefon ringer aldrig

HOS DEN FYNske BAGERFORRETNING BRØD ER KUNDERNE IKKE VIGTIGST. HELLER IKKE BRØDET. DET ER HOS MEDARBEJDERNE, DET HELE BEGYNDER. LÆS HISTORIEN OM ET ANDERLEDES BAGERKONCEPT MED STORE AMBITIONER.





FAKTA OM BRØD

- Ejers i fællesskab af bagermester John Damm-Ottesen og forretningsudvikler Andreas Morgan
- Driver tre forretninger i hhv. Odense og Svendborg
- 42 ansatte
- Der er udviklet et franchise-koncept, klar til at blive rullet ud over hele Danmark. De første forhandlinger er i gang

Hold da op, her dufter godt. Det er det første, Deres udsendte tænker, da jeg nærmer mig BRØDs forretning på gågaden i Odense. Hvis jeg ikke havde et ærinde derinde, så skulle jeg nok finde på noget, for BRØD er bare et af de steder, der er svære at gå forbi.

Da jeg kommer indenfor, ser jeg årsagen til den appetitlige duft. Henne i hjørnet står BRØDs egen kaffeekspert og er i gang med at studere kvaliteten af de bønner, der netop er kommet ud af butikkens kafferister.

Kaffe er den perfekte underlægningsduft til det stemningsfulde "brød-atelier", som den ene af ejerne, bagermester John Damm-Ottesen, ynder at kalde sin butik. Ham skal jeg snakke med om godt brød, kundeoplevelser, men først og fremmest medarbejderkultur.

Du er bagermester, men dette ligner mere en cafe end en bagerforretning. Hvordan er du kommet hertil?

– I mange år havde jeg et traditionelt bageri med butikker i Svendborg og Odense.

Og med en stor mængde leveringer ud af huset. Jeg knoklede 80 timer hver uge, bare for at holde forretningen kørende.

– Det var slidsomt, og jeg kunne efterhånden mærke, at jeg ikke kunne fortsætte i det tempo ret meget længere. Jeg kørte på toppen af min ydeevne og syntes ikke, at jeg fik nok ud af anstrengelserne. Så jeg tænkte længe over, hvordan jeg kunne gøre tingene anderledes.

– En dag tog jeg beslutningen om at begynde forfra. Fra bunden, så at sige. Jeg fandt et 40 m² lokale i Svendborg, skar voldsomt ned på produktsortimentet og fokuserede på at skabe et hyggeligt sted for kunderne at opholde sig. Jeg var nået frem til, at volumen i sig selv ikke var vejen frem, men at få, gode produkter og ikke mindst gode kundeoplevelser skulle drive værket.

– Det er langt sjovere at skabe god stemning end at bage rundstykker i tonsvis. Sagt på en anden måde flyttede jeg mit fokus fra at være bager til at være butiksejer. Jeg begyndte at tænke mindre på dej og

opskrifter og mere på, hvordan kunderne skulle opleve min butik.

Jamen, produkterne må da være det vigtigste i en bagerforretning?

– Hos os køber kunderne meget mere end brød, kaffe og kage. De køber en stund i rare omgivelser, selvfølgelig med rigtig god kaffe og fremragende bagværk, men altså først og fremmest en totaloplevelse.

”

**DET ER LANGT SJOVERE
AT SKABE GOD STEMNING END AT
BAGE RUNDSTYKKER I TONSVIS**

– At sætte sig ind til os er at tage en pause fra den komplekse hverdag, vi alle oplever. Her er alting nemt. Vi har ét rugbrød og ét franskbrød – simpelthen de brød, som 80% alligevel ville vælge.

Med kun 25 produkter i vores samlede sortiment bliver det lettere for alle. Lettere for kunderne, der skal vælge, og lettere for os, der skal bage og sælge.

– At komme ned på så få produkter havde en stor virkning på forretningen. Det at skulle vælge så mange produkter fra er en fremragende øvelse i at tænke skarpt. De produkter, der bliver tilbage, skal allesammen sælge i stort antal. Der er ikke plads til dem, der ikke har succes hos kunderne.

Men hvordan har I valgt de få produkter, I har på hylderne? Bare ud fra jeres egen smag?

– Vi er meget opmærksomme på, hvem der kommer i vores butikker. Og vi indretter os efter det. Vi ligger på gågader, og det betyder, at 86% af vores kunder er kvinder. De elsker at holde kaffepause hos os, når de er på shopping. Med den viden har vi tilrettet sortimentet, så vi for eksempel ingen rundstykker har, men derimod mange forskellige slags boller. Og vores kaffe er tilpasset feminine smagsløg.

– Det er muligt, at enkelte kunder bliver skuffede, fordi vi ikke har napoleonshatte eller andre klassiske bagerprodukter. Til gengæld er det nemt at vælge noget andet lækkert. Og faktisk har vi gjort "problemfrihed" til den gennemgående oplevelse hos os: Der er strømstik inden for rækkevidde ved alle siddepladser, der er plads til at stille barnevognen og shoppingposerne. Og man kan vælge mellem almindelige cafepladser, de høje stole langs vinduerne eller loungeområdet, hvor møblerne er lave og magelige.

Hvis det ikke er produkterne, hvad er så omdrejningspunktet i BRØDs forretningskoncept?

– Jeg ynder at sige, at BRØD ikke er en bagerbutik eller en cafe, men en følelse. Vi er følelsen af den kontakt, der opstår, når vi har gjort vores bedste og glæder os til at være sammen – både som medarbejdere og i den opmærksomme dialog, vi giver kunderne.

– Derfor er medarbejderne er det vigtigste for os. Vores primære fokus er at skabe en fed arbejdsplads, for så kommer resten af sig selv. Når medarbejderne trives og har en god arbejdsdag, så smiler de mere, og den gode stemning spredes sig til kunderne. Og så kører den gode cirkel, hvor kunderne bliver hængende, køber mere og kommer igen.

– Vi har en meget bevidst tilgang til vores medarbejdere. Vi går for eksempel ikke op i titler, erfaring og alder. ►

”

**JEG YNDER AT SIGE, AT BRØD
IKKE ER EN BAGERBUTIK ELLER
EN CAFE, MEN EN FØLELSE**





Duften af et godt samarbejde EGET KAFFERISTERI

I et hjørne hos BRØD står et flot stykke mekanik, der minder lidt om et gammeldags lokomotiv. Det er butikens kafferister, der sikrer velduftende forsyninger af nyristede bønner til de mange kopper kaffer, butikken sælger hver dag.

Risteren betjenes af Morten Stokholm, en passioneret kaffeekspert, der driver sin egen kaffevirksomhed med udgangspunkt i BRØDs lokaler. Morten importerer selv sin kaffe, der dyrkes bæredygtigt efter økologiske principper, og som i både smag og kvalitet matcher BRØDs standard.

Samarbejdet er et eksempel på, hvordan folkene bag BRØD skaber værdi for forretningen ved at indgå partnerskaber med gode, lokale leverandører.

Alle er fuldgældige medlemmer af BRØD-holdet, og alle har ansvar og beføjelser til at træffe beslutninger i hverdagen uden min indblanding. Og til at løse tingene med hinanden, når der er interne problemer. Min telefon ringer stort set aldrig, for når der skal slukkes brande, kan folk selv finde ud af det.

– I dag bruger jeg halvdelen af min tid på at være i butikkerne og snakke med medarbejderne. Det er nemlig i det menneskelige, humlen ligger. Mine medarbejdere skal hvile i sig selv, føle sig frie og trygge i vished om, at vi er der for hinanden og kunderne. Jeg opfordrer dem til at have en åben dialog med hinanden og at få snakket om tingene løbende, så de ikke hober sig op og bliver til problemer.

– Det er også vigtigt for os, at man ikke er bange for at begå fejl. Hellere være handlekraftig og tage fejl en gang imellem end at holde sig tilbage. Vi bliver klogere af fejl!

Hvilke fejl har gjort dig klogere?

– Den bedste fejl, vi har begået, var at åbne en forretning i Horsens. Den holdt et års tid, inden vi måtte indse, at vi havde været for tidligt ude. Vores koncept var ikke færdigbagt, og vi havde ikke indset, hvor vigtig nærhed er. Vi troede, at vi kunne køre en butik over telefonen. Det kostede selvfølgelig nogle penge, men vi lærte meget om os selv og om konceptet. Det har vi taget med os, og det er en af vores styrker i dag.

– Derudover begår vi selvfølgelig fejl, når vi afprøver produkter. Du savner måske croissanter i vores sortiment i dag, men vi har prøvet, og vi solgte simpelthen ikke nok. Og så røg de ud. Det handler om at prøve sine ideer af og være klar til at tage konsekvensen, når de ikke holder alligevel.

Hvilke planer er der for BRØD i fremtiden?



”
KAFFE ER DEN PERFEKTE
UNDERLÆGNINGSDUFT TIL
DET STEMNINGSFULDE
”BRØD-ATELIER”

– Nu er vi der, hvor vi skal være med konceptet. Vi har fundet ud af, hvad der virker og ikke virker. Sortimentet er på plads, og vi ved præcist, hvordan et forretningslokale skal indrettes for at skabe den bedste oplevelse for kunderne. Og ikke mindst ved vi, hvordan vi udvikler den helt rigtige type medarbejdere.

– Næste skridt er at indtage flere byer. Vi er klar med en franchisemodel, der gør det nemt at starte nye afdelinger af BRØD op rundt omkring i landet. Om man er bager, cafejer, skolelærer eller noget helt fjerde er ikke så afgørende. Vi tilbyder en færdig ”boks”, hvor alt er beskrevet til mindste detalje, således at der bare skal sættes strøm til af den rigtige person.

– Det vigtige er, at vores franchisetagere er solide personer, der hviler i sig selv og deler vores værdier om medarbejderudvikling og kundefokus. Alt det tekniske med at finde en god beliggenhed, oplære bagere i vores opskrifter, indretning af cafeområde osv. har vi fuldstændigt styr på. Det er de gode lederegenskaber, der er afgørende.

Held og lykke med ekspansionen. Til slut vil jeg gerne høre lidt om, hvordan samarbejdet med CBP støtter op om jeres forretning ...

– Vi køber stort set alt hos CBP. Sortimentet er så stort, at det rummer, hvad vi har brug for. Desuden har vi stor glæde af nonfoodafdelingen, der hjælper med at producere emballager efter vores eget design.

– Ligesom med alt andet i vores forretning, stræber vi mod det enkelt mulige. Og her må jeg sige, at CBP bidrager til at gøre vores liv nemmere.

5

SPRØDE BUTIKSRÅD

fra John Damm-Ottesen



Sig goddag med et smil

Måden, vi møder kunden eller hinanden på, er altafgørende for oplevelsen. Hvis du ikke har overskud til at smile og vise interesse, er dit arbejde tilrettelagt forkert og giver derfor ikke det optimale resultat.

Giv noget af dig selv

Detaljen og omhuen er vigtig. Du er ikke ”bare” ved at lave et brød, du er ved at skabe noget, som er en del af dagen for dem, der skal nyde det. Hvis du vil, kan dagen blive bedre for alle.

Meld ud

Hvis du ikke siger til folk, hvordan du vil have oplevelsen til at være, kan du ikke forvente, at den bliver, som du har tænkt dig. Hvis dine kolleger derimod kan mærke din hensigt, er du også i lokalet, selvom du har fri.

Vælg ud

Gør hele tiden dine processer bedre og mere effektive, men på en måde, så resultatet bliver bedre, og presset mindskes på alt dét, der opleves af gæsten. Alle skal kunne mærke, at du har glædet dig til besøget, men også at du har et liv ved siden af butikken.

Sig farvel med et smil

Ligesom kunden og kollegaen skal have et smil, når han eller hun kommer ind, skal de også have et smil, når de går. Og imellem det første og det sidste smil skal vi have vist hinanden nok opmærksomhed til, at vi glæder os til at se hinanden igen.

CBP PREMIUM PRO

Tal, der batter

— BLIV EN BEDRE FORRETNINGSMAND MED PREMIUM PRO

HAR DU FULDSTÆNDIGT STYR PÅ, HVAD DET KOSTER AT FREMSTILLE DINE PRODUKTER? OG ER DU SIKKER PÅ, AT DIN AVANCE ER GOD NOK? MED PREMIUM PRO ER DER KUN ET KLIK MELLEM DIG OG SVARET.

Du skal kende den præcise kostpris på alle dine produkter for at kunne se, om din salgspris og avance ligger rigtigt. Du har sikkert en løst ide om det i dag, men hvad sker der, hvis chokoladen bliver lidt dyrere i indkøb? Skal du ændre salgsprisen (og hvor meget?), eller kan du skære lidt ned på mængden af chokolade og bibeholde den avance, du ønsker?

Viden er penge

Klarhed over dine stykomkostninger, avancer og salgspriser er nøglen til succesfuld styring af din forretning. Når du sælger hundredvis af enheder hver dag, gør det en stor forskel for din samlede indtjening, hvis du tjener en krone for lidt pr. styk. Tag så den indtjening pr. dag og gang den med antal åbningsdage pr. år – du vil blive overrasket.

Udfordringen er at lave regnestykket. Og at gøre det for alle dine produkter. Du blander 8-10-12 forskellige råvarer i forskellige

mængder til en stor opskrift, for derefter at dele den op i fx 200 gulerodsboller. Hvad bliver kostprisen pr. bolle? Og hvor meget skal du tage for den for at få den avance, du ønsker?

Lad Premium Pro regne den ud

Heldigvis har du nem adgang til de tal, der batter. I hvert fald, hvis du har Premium Pro. Når du har lagt vægten på dine ingredienser ind på opskrifterne, klarer systemet resten. Du får et klart overblik og svar på vigtige spørgsmål som:

- Tjener jeg nok på det enkelte produkt?
- Hvad er kostprisen pr. styk?
- Hvilke produkter giver den bedste avance?
- Er der produkter, som du sælger for billigt?
- Bør visse produkter reduceres lidt i vægt for at øge avancen?
- Hvis jeg skal give rabat på salg af mange stk., hvor langt ned i pris kan jeg gå?

Når du ved, hvilke produkter der giver den højeste avance, kan du planlægge salgsindsatsen i butikken bedre. Måske skal rugbrødet, du tjener mest på, have den bedste placering i butikken, og personalet skal huske at anbefale det til kunderne. Viden er mulighed for at forbedre din forretning.

Råvarepriserne opdateres automatisk

Du skal ikke bekymre dig om, hvorvidt råvarepriserne er korrekte. Det tager vi os af. Vi opdaterer priserne løbende, når der sker ændringer fra leverandørerne, så beregningerne altid bliver foretaget på basis af korrekte tal.

Hele ideen med Premium Pro er at gøre det nemmere for dig at drive en god forretning. Ikke at give dig flere opgaver i hverdagen. Hvis du tager dig af rundstykkerne, skal vi nok klare regnestykkerne. Deal?



”

PREMIUM PRO HJÆLPER OS MED AT TJENE DET, VI SKAL

– Premium Pro er et godt program, der hjælper os med at kontrollere, om vi har sat salgspriserne rigtigt. Vi kan tjekke avancen på det enkelte produkt, og på den måde har vi et godt overblik.

– Da vi begyndte med at kontrollere vores salgspriser, oplevede vi, at vi tog for lidt for flere af vores produkter. Det har vi nu fået rettet op på, så man kan sige, at Premium Pro hjælper os med at tjene det, vi skal.

Charlotte Ramskov · Hjallerup Bageri



BEREGNINGSMODUL – HELT GRATIS

Beregningsmodulet er en integreret del af Premium Pro, som er gratis for alle CBP's Premium-kunder. Hvis du ikke allerede har det populære bagerprogram, kan du kontakte din CBP distriktschef for at høre mere.

”

NU ER VORES SALGSPRISER HELT SKARPE

– Tidligere brugte vi hovedregning til at bestemme, hvad vores salgspriser skulle være. Vi syntes, at det fungerede fint, men efter vi begyndte med Premium Pro, kan vi se, at vi ikke var præcise nok.

– Med Premium Pro kan vi nemt beregne kostpriser, avance og salgspriser. Det viste sig, at vi måtte justere flere af vores priser, så vi tjente nok hele vejen rundt. Nu er vores salgspriser helt skarpe.

– Det er heldigvis meget nemt at arbejde med programmet, for råvarepriserne bliver automatisk opdateret, så vi ikke skal bekymre os om det.

Louis Holm · Holms Bageri i Vinderup





ET GENIALT HJÆLPEVÆRKTØJ

– Vi har tidligere haft et andet beregningsprogram, men Premium Pro er længder foran. Det er et genialt hjælpeværktøj, der gør det nemt at lave præcise kalkulationer på alle produkter.

– Når en opskrift er lagt ind, skal jeg blot taste den avance ind, jeg ønsker. Bum, så er salgsprisen der! Det er ekstremt nemt at arbejde med, og det er kun, når vi bruger andre produkter end CBP's, at vi skal lægge priserne ind selv. Systemet advarer os, hvis avancen skrider. Hvis chokoladen er blevet dyrere i indkøb, og avancen derfor kommer under den grænse, jeg har sat, kommer der en rød markering i systemet. Og så ved jeg, at jeg skal gøre noget. Det er vældig smart.

*Thomas Rathleff · Bagerhuset i Vejers,
Kernebageren i Esbjerg og Hjerting Bageri*



DE TUSIND SØERS LAND

PÅ JAGT EFTER DET GODE BAGVÆRK I FINLAND



HERKULLINEN!
(finsk for "lækkert")



TAG MED SPRØD TIL EUROPAS NORDLIGSTE AFKROG, HVOR TEMPERATUREN ER LAV OG BAGERHJERTET VARMT. VORES TEMASIDER ER FYLDT MED DEJLIGE OPSKRIFTER PÅ FINSKE FRISTELSER, SOM DU LET KAN PRØVE AF I DIT BAGERI.

De små fimrehår i næsen krøllede sig sammen i det sekund, vi steg ud af flyvemaskinen i Helsinkis lufthavn. Termometeret havde frosset sig fast på minus 25, og sneen lå i et tykt lag overalt. Velkommen til Finland.

CBP's inspirationshold har besøgt Europas koldeste og mest tyndtbefolkede land for at se på bagerkulturen der. Men hvorfor dog det? Hvorfor lige Finland? Jo, det begyndte med, at vi ville se nærmere på de nordiske lande, fordi vi vidste, at bagerne hos vores naboer laver lækre brød og kager. Mens vi kender den norske og svenske bagerbranche ret godt, indså vi snart, at vi havde et sort hul, hvad finnerne angik. Nysgerrigheden var vakt, afsted med os.

Du skal prøve en Runeberg-tærte

At vi valgte at tage til Finland i januar virkede umiddelbart som en mindre klog beslutning. Der er jo vanvittigt koldt, dér tæt på polarcirklen. Men det viste sig at være helt perfekt timing, fordi vi ankom midt i højsæsonen for Runeberg-tærterne, en lækker tørkage, som alle finner spiser i januar-februar. De er lige så populære i Finland, som fastelavnsbollerne er det i Danmark.

Kagen er opkaldt efter Finlands nationaldigter Johan Ludvig Runeberg (1804-1877). Han har blandt meget andet

den finske nationalsang Vårt Land på samvittigheden. Hver dag efter frokosten satte han stor pris på at nyde en særlig kage, der blev bagt af hans hustru Fredrika. Kagen er siden gået over i finsk kagehistorie som Runeberg-tærten.

Runebergdagen markerer digterens fødselsdag den 5. februar, men tærten, der bærer hans navn, nydes i stor stil i flere uger før og efter. Tærten ligner faktisk ikke en tærte, da den er høj og cylinderformet. Den fås i mange udgaver fugtet med punch, rom eller likør, men også i versioner uden alkohol, hvor det høje indhold af kardemomme trænger tydeligt igennem i smagen.

Konditorland

Kulden giver os en god undskyldning for at opholde os i bagerier og konditorier i timevis. Vi besøgte flere af dem, i og omkring Helsinki, for at snuse til brød- og kagekulturen, også fordi vi ved, at finnerne elsker brød og kager. Finnerne har en lang tradition for konditori og er flittige gæster i bageriernes tilhørende caféer. Vi oplevede bagerne som meget gæstfrie og imødekommende, og de delte gerne ud af deres bagertraditioner og familieopskrifter.

En særlig oplevelse var det at besøge Finlands ældste konditori Ekberg i Helsinki. De meget smukke og stemnings-



5. generation driver Ekberg, der så vidt vides er Scandinaviens ældste konditori med historie, der stammer tilbage fra 1852.





Timo Stolpe, der ejer St. Honoré, kom i lære som 14-årig. Han laver kager til de kendte og kongelige, og er selv helt vild med dansk wienerbrød.



SEMLA PIIRAKKA
LEIPÄ
LEIPOMO
RÄGLIMPA
RUNEBERG
INTORTTU KAKKU



LAKTOSEFRI

I Danmark er udvalget af laktosefri produkter steget markant de seneste år. Dette til trods for at det faktisk kun er ca. 7% af den danske befolkning, der ikke kan fordøje laktose, hvilket gør os til et af de lande, der har den laveste forekomst af laktoseintolerance.

I Finland er det anderledes. Her har en meget stor del af befolkningen, ca. 17%, det man kalder primær medfødt laktoseintolerance. Derfor findes der et meget stort udvalg af laktosefri produkter i Finland. Ikke kun i supermarkederne, men også hos bageren, hvor brug af bl.a. laktosefri fløde er helt almindelig.

Kilder: laktosefri.dk, ernæringsfokus.dk

”

FINNERNE HAR EN LANG TRADITION FOR KONDITORI OG ER FLITTIGE GÆSTER I BAGERIERNES TILHØRENDE CAFÉER

fulde lokaler stammer tilbage fra 1852 og er proppet med gæster fra morgen til aften. Her smagte vi bl.a. på særdeles lækkert surdejsbrød, bagt på en mere end 100 år gammel surdej.

Vi kom også til Lohja, lidt uden for Helsinki, hvor den berømte bager Timo Stolpe slår sine folder i en gammel bingoal. Timo har bagt for det svenske kongehus og elsker i øvrigt dansk wienerbrød. I Timos bageri St. Honore råber kunderne Bingo! når de kommer ind, og det var her, vi for første gang smagte (og blev forelskede i) Runeberg-tærten.

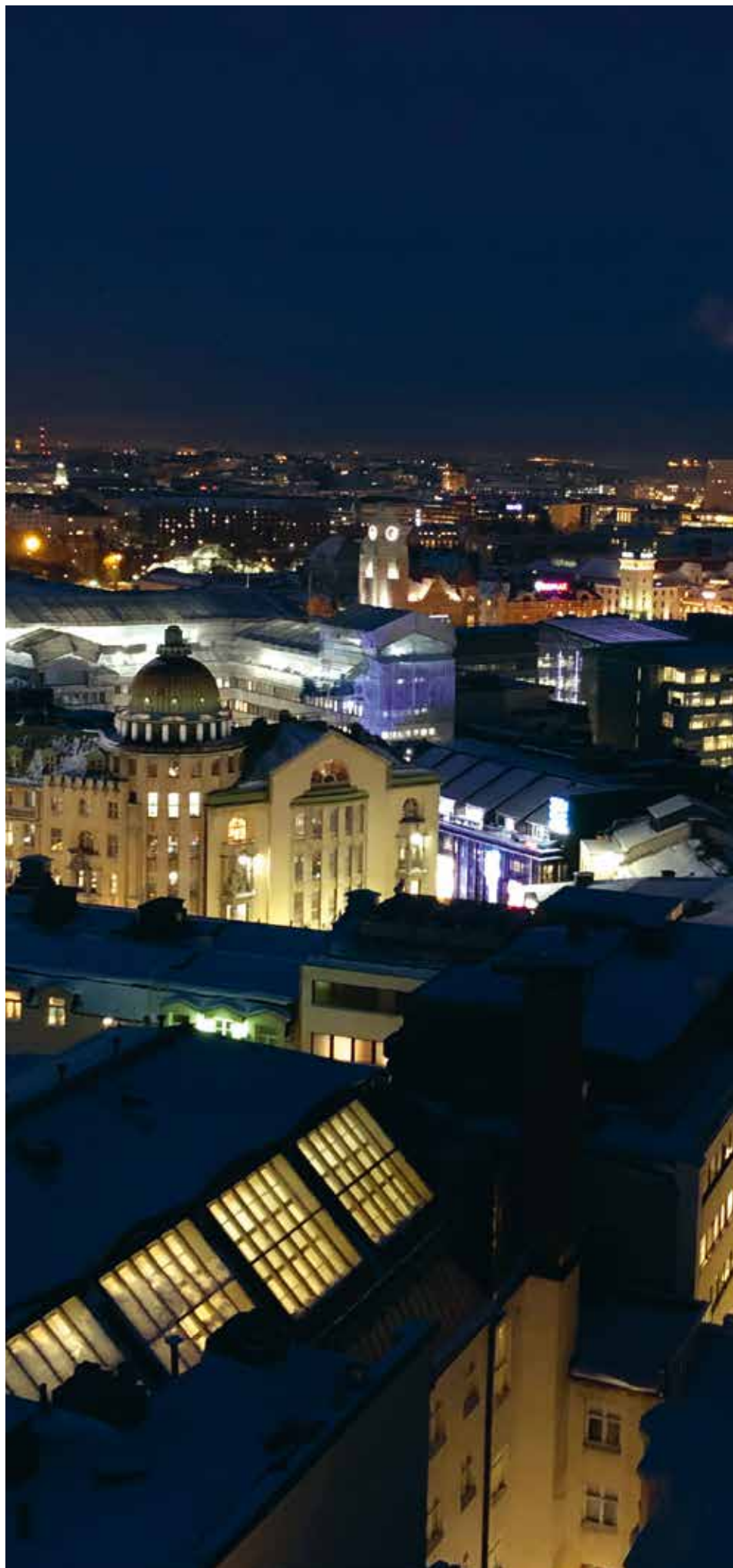
Særlige finske træk

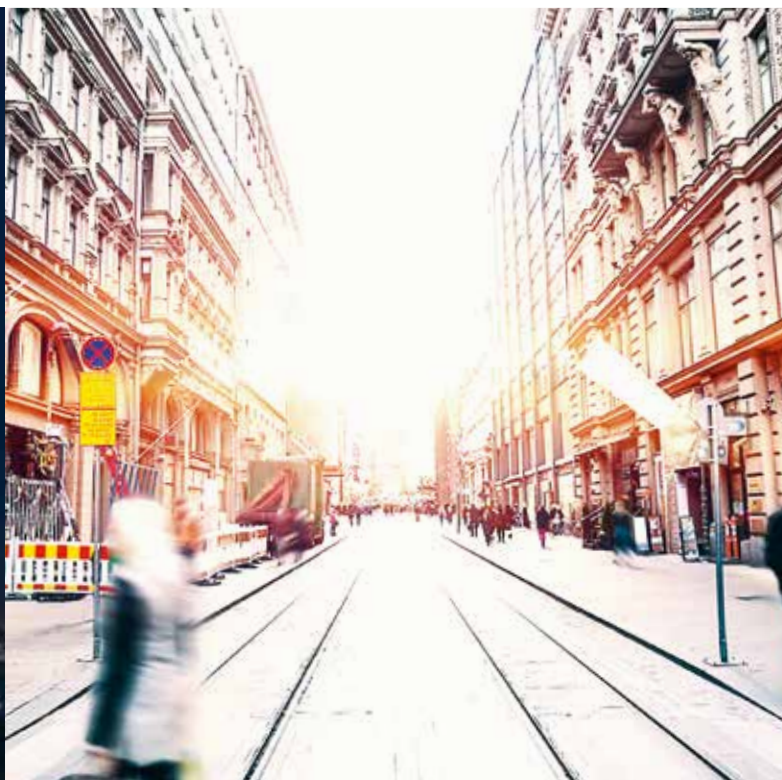
Det var slående, at økologi ikke fylder ret meget i finske bagerier. Grunden er, at finnerne altid har haft et meget højt niveau for renhed i deres råvarer. Til gengæld er veganske og laktosefri fødevarer i høj kurs.

Også bageruddannelsen er skruet anderledes sammen i Finland. Man er ikke udlært, før man har været rundt og arbejde både i bageri, konditori og industri. Det betyder, at bagerne har en bred indsigt i branchen, og at der er en frugtbar udveksling af ideer på tværs af områderne.

Det bedste fra Finland, klar til dit bageri

Vi oplevede en stor åbenhed fra alle de bagerier, vi besøgte. Bagerne fortalte gerne om deres opskrifter og fremgangsmåder, og vores fagkonsulenter Holst & Hejini fik masser af nyttig viden med hjem. De har siden bearbejdet de bedste opskrifter hjemme i vores prøvebageri fx en version af deres landlige og simple rugbrød, som er meget kernefattig i forhold til vores danske.





BESØG FINLAND

- Finerne er eksperter i mærkeligt tidsfor-
driv og dyrker alternative konkurrencer
som verdensmesterskab i koneløft, myg-
gejagt, mobiltelefonkast, sumpfodbold og
flere andre skøre og skæve begivenheder
- Du må slå telt op overalt i Finland og sejle
og fiske, hvor du vil, for finerne har ”frihed
til at gå på opdagelse”
- Finland har vundet ”verdens bedste pizza”
ved en international pizza-konkurrence
med Pizza Berlusconi, hvor den primære
ingrediens er rensdyrkød
- Finland er det land, der har flest heavy
metal-bands pr. indbygger
- Finerne er vilde med tango, og hvert år i
juli afholdes festivalen ”Tangomarkinat”,
hvor tangofile fra hele verden deltager

”

DET VAR SLÅENDE, AT ØKOLOGI IKKE
FYLDER RET MEGET I FINSKE BAGERIER.
GRUNDEN ER, AT FINNERNE ALTID HAR
HAFT ET MEGET HØJT NIVEAU FOR
RENHED I DERES RÅVARER



*Finland er et stort land med forskellige
bagertraditioner. Mod øst bliver brødene
mørkere og ingredienserne bærer præg
af slægtskabet med nabolandet Rusland.*



Lækkert rundt landbrød uden
kerner og med en god skorpe



Tip!

Skær brødet i tynde
skiver og rist i ovnen
– perfekt til dip

Råglimpa

13 stk. á 1000 gram

Avance 86 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 39,-

INGREDIENSER

1.000 g CBP Skåret rug (4081)

1.000 g Vand 1

4.500 g CBP Rugmel (4080)

1.000 g CBP Fuldkornshvedemel (4090)

800 g Flydende surdej rug (802037)

300 g Kartoffelflager (33712)

150 g Salt m/jod (34799)

80 g Kronjäst original gær (36018)

4.800 g Vand 2

Dejen vejes af på 1000 g og virkes op på plader drysset med rugmel. Brødene sættes på køl til næste dag og stilles i bageriet med en pose over. Når brødene har fået temperatur (15°C) og er rasket, sættes de i ovnen.

Bages i ca. 45-50 min. ved 180°C.

Prøv også at dele brødene i fire stykker til sandwich – perfekt til børn, der ikke kan lide kerner.

Fennikel/Appelsinbrød

253 stk. á 100 gram

Avance 93 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-



INGREDIENSER

2.000 g CBP Skåret rug (4081)
 1.500 g Flydende surdej rug (802037)
 500 g Høfrø (33121)
 400 g Mørk brødmalt (20100)
 240 g Salt m/jod (34799)
 2.000 g Vand
 6.000 g CBP Rugmel (4080)
 1.000 g CBP Fuldkornshvedemel (4090)
 800 g Solsikkekerner bakery (33162)
 500 g Græskarkerner (33196)
 200 g Ireks Ristet Malt (600136)
 80 g Fennikel
 100 g Kronjäst original gær (36018)
 6.000 g Vand
 4.000 g Appelsinkompot - basisopskrift

Alle ingredienser køres sammen og dejen hviler 30 min. 100 g sprøjtes i bionedbrydelig form (45386) og drysses eventuelt med topping. Raskes 45-60 min. og bages i ca. 25 min. ved 180°C.

APPELSINKOMPOT 1.300 GRAM

3.077 g Appelsin, rå (Pro058)
 923 g Stødt Melis (34405)

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. Saften kan evt. gemmes til strygelse. Herefter køles kompotten ned, til den skal anvendes.

Tip!

God til stærke oste
på ostebordet

Skærgårdsrugbrød

19 stk. á 500 gram

Avance 86 % ved vejl. udsalgspris: Stk./kr. 20,-

INGREDIENSER

4.000 g CBP Rugmel (4080)
800 g CBP Hvedemel (4001)
600 g Flydende surdej rug (802037)
200 g Sirup Gul (27303)
200 g Mørk brødmalt (20100)
100 g Salt m/jod (34799)
80 g Kronjäst original gær (36018)
80 g Farin brun (34641)
50 g Ireks Ristet Malt (600136)
3.600 g Vand

Ingredienserne æltes 12 min. langsomt.
Ligger 30 min. inden afvejning. Vejes af på
500 g i singleform og glattes ud. Kan drysses
med havreflager/farinblanding.

Raskes ca. 60 min. og bages ca. 25 min
ved 180°C.

Havrebrød

13 stk. á 800 gram

Avance 81 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 35,-

INGREDIENSER

- 1.000 g CBP Havreflager (4096)
- 2.000 g Vand, kogende
- 4.000 g Hvedemel Manitoba Casillo (33816)
- 400 g Havresur 60 Inaktiv flydende (802041)
- 300 g Sirup Gul (27303)
- 140 g Salt m/jod (34799)
- 50 g Kronjäst original gær (36018)
- 25 g Urtehaven Kardemomme Premium (29474)
- 2.000 g Vand 1
- 500 g Vand 2

Havreflagerne skoldes med vand og afkøles. Ingredienserne (minus salt og vand 2) æltes 10 min. langsomt. Salt tilsættes og dejen æltes i 2. gear, mens vand 2 tilsættes lidt efter lidt. Æltes til dejen er skær (10-15 min. afhængig af maskine). Ligger 30 min., vejes af, virkes let op og hviler 15 min. Slåes op, vendes i havreflager, lægges i hævekurv med virket op og sættes på køl til næste dag. Tages ud fra køl og står 60 - 90 min. i bageriet, inden dejen vendes ud af hævekurven, snittes og bages. Bages med fuld damp ved 220°C i 35 - 40 min, de sidste 10 min. med åbent spjæld.

Tip!

Se alle opskrifter i
CBP Premium Pro



Knækhjul

95 stk. á 70 gram

Avance 91-93 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 5,-

INGREDIENSER

2.500 g CBP Rugmel (4080)

250 g Flydende surdej rug (802037)

250 g Hørfro (33121)

250 g Græskarkerner GWS (33196)

250 g Solsikkekerner, brud (33163)

250 g Planteolie, vegetab. (33417)

100 g Sirup Gul (27303)

100 g Mørk brødmalt (20100)

75 g Kronjäst original gær (36018)

50 g Salt u/jod (34809)

1.500 g Vand

Ingredienserne (minus planteolie) æltes sammen. Planteolien tilsættes og dejen æltes skær. Ligger 30 min. inden nedrulning. Rulles ned på 2,8 mm, prikkes og stikkes ud med udstikker Ø 14 cm. Hullet i midten stikkes ud med udstikker Ø 5,5 cm. Lægges på netplader, pensles med vand og drysses med havreflager/brun farin. Raskes 30 min. i raskeskab og tørraskes 30 min. i bageriet. Bages med damp i ca. 15 min. ved 170°C, de sidste 10 min. med åbent spjæld.

Mersalgsidé

Pak 3-4 knækhjul i cellofanposer (49836), pynt med hånd og etiket, og sælg som værtindegave.



Tip!

Se alle opskrifter i
CBP Premium Pro



Runebergstårter

30 stk. á 90 gram

Avance 71-75 % ved vejl. udsalgspris:

Stk/kr. 15,- eller 3/40,-

INGREDIENSER

400 g Butter Cake 40% (36182)

400 g CBP Hvedemel (4001)

200 g Æg L (36210)

200 g Debic Fløde 40% (21120)

160 g Stødt Melis 34404)

150 g Kiks, fuldkorns-, digestivetype (Pro055)

100 g Hasselnødder, hakkede (28025)

80 g Farin brun (34641)

20 g Orkide Bagepulver (964124)

10 g Urtehaven Kardemomme
Premium 29474)

400 g Vand

200 g Stødt Melis (34404)

150 g Rom (Pro027)

150 g CBP Hindbærfyld. Lux 55% (30101)

75 g Hvid glasur (34500)

Butter Cake, stødt melis og brun farin piskes luftigt. Æggene tilsættes lidt efter lidt, og dejen skrabes ned. Kiksene smuldrer og tilsættes sammen med hasselnødder, fløde og de sigtede tørstoffer. Dejen skrabes ned igen og røres homogen. Sprøjtes (60 g) i fedtede metalringe 5x5 cm (Århus Isenkram). Bages 20 - 25 min. ved 160°C.

Imens koges vand og stødt melis, til krystallerne er smeltede. Tages af varmen og tilsættes rom. Efter afbagning fjernes ringene og kageerne vendes i romlagen. Stilles på bakke og pyntes på toppen, med en ring af glasur, som fyldes med hindbærmarmelade.

Læs historien om Runebergstårten på side 26.

Tip!

God variant til butikken
efter fastelavn



Bygggrød

13 stk. á 260 gram

Avance 74 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 20,-

INGREDIENSER

1.500 g Sødmælk (Pro002)
 250 g Vand
 250 g Hindbær puré, frossen (2555)
 250 g Byg Grits (21726)
 250 g CBP Poppet Byg (4099)
 100 g Brun Farin (34641)
 5 g Salt u/jod (34809)
 650 g Skyr Arla 0,2% (Pro023)
 (Dansk Cater Varenr. 203)
 130 g Poppet Bygdrys - basisopskrift

plastbæger. Toppes med 50 g skyr, 10 g karameliseret byg og frisk frugt.

Sælges i Deli plastbægre (49099/låg 49103).

POPPET BYG DRYG 130 GRAM

93 g CBP Poppet Byg 12,5 kg (4099)
 37 g Invertsukker m/20% honning
 12,5 kg (27601)

Ingredienserne koges op under omrøring til ønsket konsistens. 200 g sprøjtes i

Ingredienserne blandes og spredes ud på papir i en kantbakke. Tørres 15-20 min. ved 160°C.

Skoleboller

42 stk. á 120 gram

Avance 84 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-

INGREDIENSER

1.800 g CBP Hvedemel (4001)
 300 g Butter Cake 40% (36182)
 225 g Øko Rørsukker (26087)
 200 g Kronjäst original gær (36018)
 25 g Urtehaven Kardemomme
 Premium (29474)
 25 g Salt u/jod (34809)
 10 g Orkide Bagepulver (964124)
 1.000 g Sødmælk
 850 g Kåå Vaniljecreme (25135)
 500 g Flormelis til glasur (34500)
 120 g Kokosmel, medium (34008)

Dejen hviler 15 min. på bordet efter køretid og vejes af i bræk på 2.550 g. Hviler igen 10 min. Virkes op og sættes på plade. Bollerne fyldes med creme efter lidt raskning og raskes færdig med fyld.

Bages i ca. 6-7 min ved 190-200°C og afkøles. Sprøjtes med hvid glasur og vendes i ristet kokos.





Tip!

Prøv både Semla med frugtkompot og med karamel - og masser af fløde

Semla

87 stk. á 85 gram

Avance 87 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-



INGREDIENSER

1.800 g CBP Hvedemel (4001)
 300 g Butter Cake 40% (36182)
 225 g Øko Rørsukker (26087)
 200 g Kronjäst original gær (36018)
 25 g Urtehaven Kardemomme
 Premium (29474)
 25 g Salt u/jod (34809)
 10 g Orkide Bagepulver (964124)
 1.000 g Sødmælk
 2.100 g Debic piskefløde 35% (21135)
 850 g Deli Karamel (40225)

Dejen hviler 15 min. på bordet efter køretid og vejes af i bræk på 2.550 g. Hviler igen 10 min. Virkes op og sættes på plade. Bollerne raskes og stryges med æg. Bages i 6-7 min. ved 190-200C og afkøles. Skæres igennem og 20 g karamel sprøjtes i cirkel på bunden. Fløde sprøjtes i ca. 50-75 g efter ønske og bollen lægges sammen. Pyntes efter eget ønske – her med hvid glasur, frysetørret hindbær (35476) og røde 3D hjerter (48455)

Kan også fyldes med diverse frugtkompotter og flødeskum.

SUKKERPRINT

DET ER KUN FANTASIEN, DER SÆTTER GRÆNSEN

Med sukkerprint kan du nemt personliggøre de kager, dine kunder bestiller hos dig. Det kan være et billede af fødselaren, en populær figur, et firmalogo eller meget andet.

Du har også mulighed for at bestille print hjem til brug på de kager, du sælger i butikken – det kunne være små logoer, figurer som passer til en af årets højtider eller kager tilpasset en af de store sportsbegivenheder.

Du kan vælge mellem fem forskellige standardstørrelser med eget design, men det er også muligt at bestille specialmål (op til A3 str.).





NYE ØKOLOGISKE CHOKOLADER

De nye Xocofine chokolader fra CBP er økologiske og velegnede til dine kager og konfekturprodukter, når du gerne vil bruge ægte chokolade. De fås i kvaliteterne mørk 70%, mælk 35% og hvid med 31,5% kakaosmør.

Kakaomassen, som indgår i chokoladerne, er fra Peru. Peru er verdens niende største kakaoproducent og verdens største producent, når det gælder økologisk kakao. I Peru har kakaotræerne perfekte vækstforhold, og de dyrkes ofte ved Amazonas-regnskoven. Her er der et relativt stabilt klima, hvor temperaturen er tilpas varm, men ikke for varm og med jævnlige regnskyl. Det vil sige ikke for tørt, og ikke for vådt (Kilde: Organiccrops.net).

Gode vækstforhold er også med til at give god smag i bønnerne, og dermed også i kakaomassen. Dette vil du tydeligt smage, når du sætter tænderne i de økologiske Xocofine chokolader.

32091 Øko Choko hvid, stick, 10 kg

32092 Øko Choko 35% mælk, drop, 10 kg

32093 Øko Choko Mørk 70%, 10 kg



”

I DAG ER DER FOKUS PÅ KVALITET,
UDVIKLING OG PÅ AT SKABE BEDRE
Oplevelser for kunderne. Det
er lige præcis sådan, man får
en bedre forretning



”
JEG HAR ALTID FØLELSEN
AF AT HAVE ET HOLD GODE
KAMMERATER I RYGGEN,
SELVOM JEG KØRER MIT EGET
LØB TIL DAGLIG

SJÆLLANDSKE BAGERMESTRE DELER SUCCESER OG FEJLTAGELSER

Fire bagere er klogere end én

DER BLIVER TALT FRIT FRA LEVEREN, NÅR MARTIN, MICHAEL OG TO GANGE LARS MØDES FOR AT FÅ NYE IDEER OG FOR AT SNAKKE OM ALT DET, BAGERMESTRENE BOKSER MED I HVERDAGEN.

Der er altid noget at lave i et bageri. Og bagermesteren er den, der har mest travlt af alle. Ikke alene skal der fremstilles produkter til de (forhåbentligt) mange sultne kunder; der skal også træffes små og store beslutninger, snakkes med personale, planlægges markedsføring og ikke mindst tænkes i udvikling af forretningen.

Når det gælder opgaven med at udvikle forretningen, står bagermesteren ret alene. Det er måske den sværeste opgave overhovedet, så det er ikke underligt, at mange skubber den foran sig, indtil man "får tid".

Desværre er tid ikke noget, man får, men noget, man skal tage sig. Hos CBP ser vi heldigvis en voksende interesse blandt bagermestre for at mødes i erfa-grupper,

hvor man sætter tid af til at snakke om bagerfaget med andre, der har samme udfordringer som én selv.

Sjællandske bagere tanker op

SPRØD var med, da Helsingørgruppen mødtes i CBP's bageri i Valby. Der er nu ingen bagere fra Hamlets by blandt deltagerne, for de bagermestre, der grundlagde og navngav gruppen, har forlængst sat deres sidste dej til hævning. I dag består gruppen af fire udviklingsorienterede bagere fra hhv. Køge, Sorø, Karise og Næstved, som mødes cirka fire gange årligt for at krydse klinger om alt, der har med bagerfaget at gøre.

Øverst på dagsordnen denne dag var nye produkter, som CBP's fagkonsulent Thomas Holst havde udviklet og nu skulle

præsentere for de nysgerrige bagere. Fokus var på lækre frokostprodukter som sandwichbrød, ostehapser, pizzaer osv.

Holst fremviste sine kreative produkter, fortalte om opskrifter og metoder og delte gavmildt smagsprøver ud. Undervejs gik snakken livligt, og mellem deltagerne fløj de faglige kommentarer iblandet humoristiske bemærkninger og personlige anekdoter.

Kvalitet er højt på dagordnen

Med på mødet var også Ruben Solsø, Bakery Business Unit Manager hos CBP. Han har mange gode oplevelser fra erfa-grupper rundt omkring i Danmark, og han siger:

– Jeg er altid i godt humør, når jeg tager hjem fra et møde i en erfa-gruppe.



Det er opløftende at snakke nye produkter og forretningsudvikling med driftige og handlekraftige bagere, fordi det giver en tro på, at bagerfaget har en spændende fremtid foran sig.

– Det er især bekræftende, at snakken er blevet mere proaktiv de senere år. Tidligere kunne vi bruge meget tid på at snakke om unfair konkurrence fra supermarkeder, priskampagner og andre emner med en træls og reaktiv undertone. I dag er der fokus på kvalitet, udvikling og på at skabe bedre oplevelser for kunderne. Det er lige præcis sådan, man får en bedre forretning, understreger Ruben.

– Når det er sagt, så er en erfa-gruppe naturligvis også en vigtig ventil for bagermestrene. Her kan man lufte sine frustrationer og vende sine bekymringer med kolleger, der kender problemstillingerne og i mange tilfælde kan give et godt råd med på vejen.

VIL DU MED I EN ERFA-GRUPPE?

HOS CBP HAR VI SET MANGE EKSEMPLER PÅ VÆRDIEN AF AT UDVEKSLE IDEER OG ERFARINGER BAGERMESTRE IMELLEM. DER ER ERFA-GRUPPER OVER HELE LANDET, OG DER ER PLADS TIL ENDNU FLERE. VI HJÆLPER GERNE MED AT ETABLERE NYE GRUPPER, SÅ TAG KONTAKT TIL DIN CBP DISTRIKTSCHEF, HVIS DU VIL VÆRE MED I EN GRUPPE I DIT OMRÅDE.





”

DET ER BEROLIGENDE AT VIDE, AT MINE PROBLEMER LIGNER DE ANDRES. OG NÅR VI DRØFTER SAGERNE, OPSTÅR DER SOM REGEL IDEER TIL, HVORDAN DE SKAL LØSES



DET ER VIGTIGT AT SNAKKE SAMMEN

– Jeg er meget glad for at være med i gruppen. Det er fedt at kunne snakke bagerfagligt med ligemænd, der ligesom én selv har prøvet en masse og gjorde sig nyttige erfaringer. Hvorfor ikke lytte til hinanden og tage gode ideer med sig hjem? Det er gratis og koster ikke andet end en halv dag nogle gange om året.

– For eksempel har Martin fra gruppen bygget en ny butik for nyligt, og han har friske erfaringer med sådan en byggeproces. Dem kan vi andre få glæde af, hvis vi en dag kaster os ud i det samme.

– Et konkret tip, der har gjort en stor forskel, handler om mine lærlinge. Vi kom til at snakke om dem en dag, og jeg blev opmærksom på, at mine kontrakter låste mig unødigt. I dag er det muligt at indgå en lærlingekontrakt alene på uddannelsen til ”bagværker”, hvorefter jeg kan vurdere, om jeg også vil tilbyde lærlingen at tage sit speciale hos mig. Jeg var ikke opmærksom på den mulighed, som gør det mindre ”farligt” at tage lærlinge ind.

Lars Deleuran, Hammershus Bageri

Lars' dagsorden til debat med kollegaerne

- Finde nye måder at gøre kunderne glade på
- At skære ned i sortimentet
- Reduktion af madspild

JEG LÆRTE AT SE MIN BUTIK UDEFRA

– Det er altid inspirerende at deltage i gruppens møder. Jeg kommer hjem med ideer hver eneste gang, og ofte har inspirationen ført til små eller store forbedringer af min forretning.

– Som et eksempel fik jeg engang det tip at lege kunde i min egen butik. Altså at gå ind ad butiksdøren og opleve det hele, som var det første gang, man besøgte stedet. Hvordan præsenterer produkterne sig? Ser det ud som om, at man har styr på tingene her? Er her rent og ordentligt? Er personalet glade og imødekommende, og er der i det hele taget en god stemning?

– Dét tip er blevet til en fast rutine for mig, og det har hjulpet mig til at fange mange detaljer. Små ting, som jeg selv var blevet blind for, men som kunderne ser.

Michael Nielsen, Karise Bageri

Michaels dagsorden til debat med kollegaerne

- Personaleledelse
- Storytelling
- Den grønne bølge



RART AT VIDE, AT JEG IKKE ER ALENE

– Når man går rundt i sit bageri og skal tage stilling til massevis af spørgsmål og problemer hver eneste dag, kan man godt komme til at føle sig lidt alene. Gruppen giver mig et fællesskab med andre bagere, der slås med den samme type udfordringer, og som kan hjælpe mig videre med tips og gode råd.

– Det er beroligende at vide, at mine problemer ligner de andres. Og når vi drøfter sagerne, opstår der som regel ideer til, hvordan de skal løses.

– Jeg har været med i Helsingørgruppen i 13 år, og jeg ser altid frem til det næste møde. Det er altid sjovt, hyggeligt og ikke mindst lærerigt.

Lars Jørgensen, KringleBageren Næstved

Lars' dagsorden til debat med kollegaerne

- Markedsføring (særligt sociale medier)
- Produktudvikling
- Personale



JEG HAR UNDGÅET DUMME FEJL

– Det er meget værdifuldt for mig at være en del af Helsingørgruppen. Medlemmerne repræsenterer mange års erfaring og udgør et godt fagligt fællesskab, som jeg ikke finder andre steder.

– En stor styrke ved gruppen er, at vi er åbne. Intet er helligt, når vi vender de udfordringer, vi hver især tumler med. Det er rart med et frirum, hvor man kan dele sine bekymringer, frustrationer og de fejl, man har begået. Jeg ved, at jeg har undgået mange fejltagelser bare ved at lytte til de erfarne drenge i gruppen.

– Jeg har ikke kun glæde af gruppen, når vi mødes. Hvis jeg har en udfordring i hverdagen, eller en skør ide, jeg vil afprøve, ringer jeg til en af de andre og får et råd eller en mening. På den måde har jeg altid følelsen af at have et hold gode kammerater i ryggen, selvom jeg kører mit eget løb til daglig.

Martin Larsen, Sejers Konditori

Martins dagsorden til debat med kollegaerne

- Konstant udvikling af produkter og forretning
- At finde dygtig arbejdskraft
- At skalere butikken, så de basale driftsomkostninger udnyttes optimalt



SOM BAGER ER DU NÆSTEN NØDT TIL AT
VÆRE PÅ FACEBOOK OG INSTAGRAM.
DU FINDER IKKE EN MERE MÅLRETTET
ELLER BILLIGERE REKLAMEPLATFORM.
DU MÅ BARE IKKE TRO, AT DET ER GRATIS!



FACEBOOK FOR BAGERE

Af Ib Potter, Co3

Eller – det er det jo. Gratis. Men ikke, hvis du vil bruge platformen optimalt til at nå ud til de "rigtige" på Facebook: Altså dem, der potentielt svinger forbi butikken for at investere i dit bagværk.

Facebook vil tjene penge. Og der er kun virksomhederne til at betale gildet. Så når du slår noget op på din Facebookside, når dit opslag kun ud til få af dem, der følger din side. Det kommer som en overraskelse for mange.

En gennemsnitlig opdatering på en virksomheds Facebookside når kun ud til 2-4 % af dem, der følger Facebooksiden. Og det bliver færre og færre, du når ud til – netop for at få dig til at bruge penge på at nå ud til de rigtige.

Men det kan lade sig gøre. Det er bare blevet sværere. Konkurrencen er stor. I er mange om buddet.

Facebook regner den ud

For at dit opslag kan nå langt ud, uden at du bruger penge, skal Facebook kunne "mærke", at dit opslag har Facebook-brugernes interesse.

Facebook kan ikke læse tanker eller mærke, hvad brugerne føler. Facebook kan kun vurdere et opslags værdi på, om brugerne interagerer med opslaget. Lidt forsimplet forklaret kan Facebook kun mærke likes, delinger, kommentarer og museklik (eller fingerbevægelser på mobilen).

Altså er opskriften på et godt opslag: At dem, der ser opslaget, gør noget.

Og det er nemt, når du laver personlige opdateringer på Facebook. Billeder af ungerne, hunden eller mærkedage, som dine bekendte, venner og familie liker.

Det er laaangt sværere som virksomhed. Men det kan lade sig gøre.



11 HACKS TIL FLERE VISNINGER PÅ FACEBOOK

- 1 Vær i øjenhøjde. Vær menneskelig. Vær dig selv, når du **skriver**. Forstil dig, at du taler til en af de kunder, du kender rigtigt godt.
- 2 **Autentiske billeder** kan bare noget! Du har et genialt kamera i din SmartPhone. Lær at bruge det.
- 3 **Stil spørgsmål**, der kræver et (hurtigt) svar. Det giver kommentarer. Kommentarer giver flere visninger af dit opslag.
- 4 **Konkurrencer** er bare effektive.
- 5 Lav **varierede** opdateringer. Opdateringer med et billede, 5 billeder, video, konkurrencer, opskrifter, små historier osv.
- 6 Brug **tekst** på dine billeder. Billeder fylder godt på mobilen. En kort tekst med det vigtigste budskab på billedet giver opmærksomhed.
- 7 Få flere følgere ved at skilte med, at du har en Facebook-side i din butik, og hvad dine **kunder kan få ud af** at følge siden.
- 8 **Brug penge** på de opslag, der virker bedst. Opslag med mange likes og kommentarer har ramt din målgruppe. Brug et par hundrede kroner på at få opslaget til at nå ud til 3.000 potentielle kunder.
- 9 Du er aldrig bedre end din sidste opdatering. Facebook og Instagram gider ikke virksomhedssider, der laver ligegyldige opdateringer. Hellere få gode end mange **ligegyldige opdateringer**.
- 10 **Brug emojis**. Lær at bruge dem rigtigt. Det giver dine opslag et personligt præg. Og det virker.
- 11 **Lav opdateringer fra mobilen**. Og bliv god til det.



IB POTTER

Er partner og marketingchef ved webbureauet Co3. Han hjælper virksomheder med at blive synlige på internettet.

Potter har arrangeret mere end 20 konferencer om online markedsføring, som MarketingCamp, og har produceret flere end 150 podcast-episoder om online markedsføring.

HER ER, HVAD DINE OPDATERINGER SKAL KUNNE

Når du laver en opdatering på din Facebookside, er du i direkte konkurrence med din målgruppes venner, skole, arbejde, sportsforening, hobby, favoritband eller til-salg-side. Hvis dit opslag endda kommer så langt.

Her er noget af det, der virker (lige nu):

Kommentarer er klart det, der virker bedst. Hvis du får kommentarer på dit opslag, vurderer Facebook dit opslag som værdifuldt. Et Facebookopslag med et spørgsmål, som er nemt at svare på – eller hvor brugeren får noget ud af at smide en kommentar – er guld værd.

Konkurrencer, hvor brugeren skal kommentere for at deltage, er effektive. Opslag, hvor du belønner brugeren med en rabat eller bonus for at kommentere, virker også godt.

Tagger brugeren en ven i en kommentar, er den endnu mere effektiv. Facebook vil ikke have, at du sætter det som en betingelse for at deltage i en konkurrence. Men med lidt snilde kan en stille opfordring i dit opslag sætte gang i den fest.

Der sker heller ikke noget ved, at du selv smider den første kommentar til et opslag. Og – hvis du liker og/eller svarer på kommentarer, giver det også god effekt.

Video og billeder virker altid godt. Og du har helt sikkert allerede det bedste kamera, du kan ønske dig: din mobil. Lær at blive god til at bruge den som kamera. Lær dig selv at bruge et par af de gratis apps og bliv en Facebook-Pro.

Det bedste tidspunkt for en opdatering er der mange, der kloger i. Du skal gå efter at poste på det tidspunkt, dine brugere er på Facebook. Opdateringer, der hurtigt får likes og kommentarer, har en tendens til at klare sig bedre.

De fleste bruger **Facebook fra mobilen**. Derfor giver det god mening, at du også poster fra din mobil. Så ved du bedst, hvordan din opdatering kommer til at se ud (for de fleste).

Facebook Live Video virker sindssygt godt, men er også en svær disciplin. Teknisk set er det nemt – du bruger bare din mobil. Men det kræver, at du er god på video – og at du har noget på hjerte.

LÆR AT BRUGE PENGE PÅ FACEBOOK

Det mest geniale ved Facebook er, at du kan betale dig fra at få dine opdateringer vist til de helt rigtige mennesker. Det er ikke svært, men kræver, at du sætter dig godt ind i det, hvis du skal have fuld valuta for pengene.

Forestil dig tre forskellige typer kunder, du gerne vil nå ud til. Tre forskellige typer kunder med tre forskellige budskaber.

Det kunne være **moren til skolebørn**, der gerne bruger penge på sundt brød til madpakken. **Håndværkeren**, der ved, hvad han skal have, og hvor det bare skal gå stærkt. **Pensionisten**, der har tiden til at komme på det tidspunkt, hvor du har bedst tid.

Det er tre meget forskellige budskaber, de forskellige målgrupper skal have. Og det kan Facebook.

Vi tager moren som eksempel. Du laver et opslag, hvor du fortæller om det sunde brød, hun nemt og hurtigt kan komme i madpakken. Et opslag, hvor du som bager taler direkte til hendes behov og bekymringer.

Så bruger du 100 kr. på at nå ud til de 1.000-1.500 kvinder, der bor i din by og har børn i skolealderen. Så sørger Facebook for, at din opdatering når ud til den målgruppe.

Og det samme gør du med de andre målgrupper.

Og det bedste af det hele: Du skruer selv op og ned, tænder og slukker, laver nye og sletter og styrer budgettet.

Det hedder at **annoncere på Facebook**. Kunsten er ikke at tænke på det som annoncer (reklamer), men som opslag skrevet af bageren til kunden. Og et opslag, der får kommentarer og likes, er 1.000 gange bedre end en reklame.

Boostknappen er farlig, hvis du bare booster i blinde. Altså, hvis du ikke fortæller Facebook, hvem du vil have til at se dit opslag.

Du kommer langt, hvis du finder de 1-5 kundetyper, du har brug for for at kunne lange endnu mere brød over disken.



VÆR MED PÅ TRENDEN MED FERMENTERING

Noget er i gære

FERMENTERING ER BLANDT DE HOTTESTE TRENDS I MADLAVNING. MED CREDI® FERMENT ER DET BÅDE NEMT OG HURTIGT AT BAGE BRØD MED GOD SMAG

Ingen, der interesserer sig blot det mindste for madlavning, har kunnet undgå at høre om fermentering. De seneste par år har trenden vokset sig stor, således at det ikke længere kun er feinschmeckerne med fuldskæg og strikhue i det indre København, der dyrker den ældgamle tilberedningsmetode.

Men hvad er fermentering egentlig?

Du anvender allerede metoden, fordi du blander gær og surdej i melet. Fermentering betyder nemlig gæring, og det er en helt naturlig proces, hvor mikroorganismer anvendes til forarbejdning og konservering af fødevarer.

Normalt er det en tidskrævende, og dermed dyr, proces at fremstille fermentbrød.

Du skal afsætte omkring to dage, bl.a. fordi du skal lave en fordej.

Vi gør fermentering let for dig

Credin har lanceret Credi®Ferment, der gør det nemt at bage fermenterede brød til kunderne. Credi®Ferment er en helblanding, der består af en kraftig italiensk hvedemel, surdej, preferment og to slags malt. Alle ingredienser er af høj kvalitet, og blandingen er udviklet af professionelle bagere med mange års erfaring.

Den italienske hvedemel giver en stærk bageevne, mens surdejen og prefermentet bidrager med hver sine distinkte smagsnuancer. Det afbalancerede indhold af to slags malt giver en flot farve og en god smag.

Slip for den lange produktionstid

Der er med andre ord masser af smag i Credi®Ferment. Det smarte er, at du ikke skal bruge tid på afvejning, produktion af fordej og lange liggetider. Fra du går i gang med at ælte dejen, til du har sprøde og smagfulde baguettes, behøver der ikke gå mere end tre timer. Desuden får du et helt ensartet brød fra gang til gang.

Credi®Ferment er oplagt til koldhævning. Lav dejen dagen før, sov lidt længere og bag de lækreste fermentbrød om morgenen og i løbet af dagen. Så dufter butikken skønt og appetitligt hele dagen.

Du kan anvende blandingen, som den er, men du kan også mixe den med andre dejtyper (fx bløddøj) og således give disse et smagfuldt pift.



GIV DINE PRODUKTER X-FAKTOR

Forbrugere er vilde med flot brød og lækre kager, der tager sig godt ud på sociale medier. Når du gør dig umage med produkternes udseende, er der god chance for at få gratis "sendetid" på Instagram, Shapchat og Facebook.



VI BLANDER ELLERS HELST SELV

– Vi vil normalt helst blande alt selv, men da vi fik præsenteret det nye fermentmel af CBP, måtte vi prøve det. Og det er blevet en stor succes!

– Produktet er utroligt nemt at arbejde med, da det blot skal anvendes som almindeligt mel. Vi bruger det til langtidshævede brød og boller, som får en fantastisk smag, en saftig krumme og en skorpe, der knaser helt rigtigt.

– Vores kunder har taget rigtig godt imod fermentbrødet. De synes, at historien om fermentering er spændende, og vi sælger nu mere end 300 brød om ugen.

Peter Hynkemejer og Jakob Ryg · Thuro Bageri

MED I TOPPEN AF DANMARKS BEDSTE BRØD OG KAGER

Credi®Ferment var en af hovedingredienserne, da Jesper Krarup Sørensen fra Lyngens Bageri i Køge opnåede en topplacering i Danmarks Bedste Brød og Kager 2018. Jesper deltog i kategorien Specialbrød, hvor han imponerede dommerne med sit appetitlige og velsmagende "Fredebrød". Dejligt at se, at Credi®Ferment bliver anerkendt på højeste sted.

FERMENTBRØDET SKILLER OS UD

– Normalt skal kunderne langsomt vænne sig til nye produkter, men de var begejstrede for vores nye fermentbrød lige fra starten. Når butikspersonalet fortæller historien om den nuancerede, syrlige smag og den sprøde skorpe, har kunderne ingen betænkeligheder ved at købe. Det skal bare prøves.

– Vi har efterhånden udvidet sortimentet af fermentbrød, så det i dag omfatter rundstykker, flutes, pizzabunde og forskellige typer brød. Fermentprodukterne skiller os ud, for du kan ikke få dem andre steder i byen.

– Samtidig er det dejligt nemt og fleksibelt at arbejde med. Man kan bruge fermentmelet i direkte dejføring, men også til køl og frost, så man kan holde fast i de forarbejdningsprocesser, man bruger i forvejen. Det kan ikke være nemmere at være med på trenden.

Jens Nyeman Grønnebæk · Nyemans Bageri, Aabenraa

I stedet for grønkål kan du tilsætte letkogte kartofler skåret i tern eller prøv focaccia med 1000 g løgringe vendt i lidt olie og timian fordelt ud over hver focaccia



Tip!

Find flere focaccia-opskrifter i CBP Premium Pro

Her er opskrifterne

LÆKRE PRODUKTER MED CREDI®FERMENT

Fermentering er en del af nutidens helt store trend: Nemlig bevægelsen mod gamle traditioner, autentisk smag og råvarer af bedste kvalitet. Credi®Ferment er derfor en naturlig del af ingredienslisten for dig, der vil give kunderne den smag og krumme, de forbinder med kvalitet og godt håndværk.

I opskrifterne har vi leget med sæsonens råvarer og nordisk madkultur, fordi det spiller perfekt sammen med det klassiske håndværk fermentering. Gå i krig med opskrifterne og se, hvad vores fermentblanding kan gøre for dit produktsortiment.

Focaccia med grønkål

33 stk. á 402 gram

Avance 78 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 25,-

INGREDIENSER

6.000 g Credi® Ferment (945848)
 120 g Salt m/jod (34799)
 100 g Kronjäst original gær (36018)
 4.000 g Vand
 500 g Vand 2
 1.750 g Frossen Grønkål (2571)
 175 g Majsgranulat (33178)
 175 g Sesamfrø, afsk. (33146)
 100 g Læsø groft sydesalt (34828)
 350 g Ekstra Virgin Oliven Olie (33408)

Dejen æltes i 6 min. i 1. gear. Vand 2 tilsættes i 2. gear ad 2 gange. Salt tilsættes de sidste 3 min. sammen med grønkål. Når dejen er kørt, vejes 2.200 g af og lægges i en smurt plastbakke, hvor den hviler tildækket i en time til halvanden. Derefter lægges den i en kantplade foret med siliconepapir og bredes/jævnes ud, så den fylder hele kantpladen. Kantpladerne med dej sættes på køl under plastik til dagen efter.

Næste dag står dejen en halv time i bageriet, inden den sættes i raskeskabet. Når dejen er hævet til ønsket størrelse, fordeles 70 g olivenolie ud over dejen, og der trykkes en masse huller med fingerspidserne. Majsdrys, sesam og Læsøsalt blandes sammen, og 90 g fordeles ovenpå hver focaccia, inden de bages. Sættes i ovnen ved 260°C og dampes som rundstykker. Reducer temperaturen til 190°C og bages i 20-25 min.

Prøv at tilsætte kartoffel og
rosmarin i dejen og smuldre
feta i til sidst

Madboller med bluecheese og valnødder

80 stk. á 53 gram

Avance 90 % ved vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-

INGREDIENSER

2.000 g Credi® Ferment (945848)
40 g Salt m/jod (34799)
35 g Kronjäst orig. gær (36018)
1.130 g Vand
500 g Danablu, 50+
500 g Valnøddebrud, Light Br. (28384)
40 g Øko Honning (26333)

Dejen æltes i 5 min. i 1. gear, og 5 min. i 2. gear, hvor valnødder og honning tilsættes. Osten smuldres og tilsættes først det allersidste minut.

Når dejen er kørt, hviler den tildækket i 15-20 min., og derefter vejes den af på stykker á 1600 g, som virkes runde og hviler igen 15-20 min. Dejstykkerne virkes runde i rundstykmaskine, vendes evt. i durum, og sættes på plader med ramme omkring ligesom hveder. 6 x 8 stk. på en plade. Snittes inden rask og stilles i raskeskab i 40-50 min. Sættes i ovnen ved 250°C og dampes let. Reducer til 190°C og bages i 16-20 min.

Se opskrift på madboller med kartoffel, rosmarin og feta i CBP Premium Pro.

Knuder med solbær og kardemomme

70 stk. á 90 gram

Avance 87 % ved vejl. udsalgspris:

Stk/kr. 15,-

INGREDIENSER

2.000 g *Credi® Ferment* (945848)
 450 g *Just4Taste Bløddej konc* (945138)
 150 g *Kronjäst original gær* (36018)
 225 g *Planteolie,vegetab.* (33417)
 20 g *Urtehaven Kardemomme Premium* (29474)
 1.100 g *Vand*
 900 g *Solbær frugtfyld* (30081)

1.405 G BORGMESTERMASSE

- BASISOPSKRIFT

425 g *Universal fyld* (935504)
 425 g *Stødt Melis* (34404)
 130 g *Vand*
 425 g *SuperRøre Blød* (36091)

Alle ingredienser røres sammen til en ensartet masse. Ingredienserne æltes 4+7 min. som alm. Just4Taste bløddej. Dejen hviler i 15 min., og deles derefter i 2 lige store stykker,

som foldes sammen til store aflange "brød". De hviler tildækket i 15 min. Dejen rulles ud til et stykke, som er 2,5 mm tyk, 45-50 cm i bredden og 60-70 cm i længden.

Borgmestermasse og solbærfyld røres sammen og fordeles på 2/3 af dejen på den lange led. Første del uden fyld foldes 1/3 ned og anden del med fyld foldes så 1/3 op. Skæres i strimler, som er ca. 2 cm i bredden. Strimlerne bindes i en knude, og enderne samles og placeres under knuden.

Kan bages fritstående eller i Ambrosiaform (48207). Raskes i ca. 40 min. pensles med æggestrygelse og bages ved 180 grader i 14-16 min.

Se opskrift på æble-kanel knuder i CBP Premium Pro, og find video af fremgangsmåde på Credins YouTubekanal.





”

I DAG MÅ VI SIGE, AT VORES
BEKYMNINGER VED AT SKIFTE
LEVERANDØR IKKE GIK I OPFYLDELSE

BAGER HJ

- Beliggende i Agerbæk, mellem Esbjerg og Grindsted
- Ejet af Mona og Hans-Jakob Jepsen Nielsen siden 2011
- 13 medarbejdere

FÅ HJÆLP HVIS DU VIL FINDE DIN EGEN VEJ

På egne vinger

BAGER HJ I AGERBÆK TOG EN DYB INDÅNDING OG SAGDE FARVEL TIL KONDITORBAGER. TAKKET VÆRE ET TÆT SAMARBEJDE MED CBP BLEV OVERGANGEN TIL EN SELVSTÆNDIG TILVÆRELSE MEGET NEMMERE END FORVENTET.

Gennem de senere år har vi hos CBP fået flere nye kunder, der har valgt at træde ud af et kædesamarbejde. De fortæller os, at de ønsker at tage kontrollen over deres forretninger tilbage. De vil være herre i eget hus og sætte deres personlige præg på produkter, facader og markedsføring.

Springet fra kædesamarbejde til uafhængighed er mindre, end mange forestiller sig. Man behøver nemlig ikke undvære dygtige marketingfolk, inspiration til opskrifter, nem varebestilling og alt det andet, som kæderne tilbyder.

– Samtidig med frihedstrangen melder bekymringerne sig, fortæller Andy Dahl, distriktschef hos CBP. – Som bager har man rigeligt at se til i forvejen, og hvis man nu skal klare for eksempel markedsføringen selv, kan det virke ret uoverskueligt.



”

VORES BEKYMNING VAR, OM DER VAR MEGET ARBEJDE I AT SKIFTE. MEN IGEN VISTE CBP DERES STORE VILLIGHED TIL AT HJÆLPE.



– Heldigvis kan man få det bedste af to verdener. Hos CBP tilbyder vi alt det, et godt kædekontor gør, men uden at den enkelte bager skal give afkald på sin individuelle profil og selvstændighed.

”Vi har ikke brug for mere arbejde”

Bager HJ i Agerbæk er et af de seneste eksempler på en bager, der har forladt en kæde og fundet friheden som kunde hos CBP. Vi har talt med bagerparret Mona og Hans-Jakob Jepsen Nielsen om, hvorfor de valgte at skifte.

– Vi havde været med i KonditorBager i omkring otte år, da vi fik lyst til at få vores helt egen profil, fortæller Mona. – Vi kunne ikke længere bruge de kampagner, som kæden kom med, og vi syntes efterhånden, at der generelt var for få fordele ved medlemskabet.

– Samtidig var vi dog bekymrede for, at det ville give os en masse ekstra arbejde at forlade kæden og skulle klare alting selv. Vi arbejder rigeligt i forvejen og har ikke brug for mere at rive i.

CBP viser frem

– Men så mødte vi Casper og Andy fra CBP. De fortalte om, hvordan CBP hjælper bagere med alt det, de har brug for.



Uden at ville bestemme, hvordan facade-skiltet skal se ud. Det tiltalte os meget, og vi sagde derfor ja til at besøge CBP i Vejle og få en grundig introduktion til alt det, de tilbyder, forklarer Mona.

Hans-Jakob supplerer:

– I Vejle mødte vi resten af CBP's nonfood-afdeling. De viste os eksempler på emballager og logoer, de har lavet for bagere. Der var mange flotte ting, og vi kunne rigtig godt lide marketingafdelingens aktivitetskalender med mange kampagner, som vi kunne vælge til og fra i løbet af året.

"Det føles helt rigtigt"

– Vi kørte hjem fra Vejle med følelsen af, at det var helt rigtigt at skifte, siger Mona.
– Derefter gik der ikke lang tid, før vi traf den endelige beslutning.

Hos CBP blev det Andy Dahl fra Bakery og Casper K. Olesen fra CBP Nonfood teamet, der skulle hjælpe den nye kunde gennem skiftet. På et møde hos Bager HJ handlede

det om, hvordan Mona og HJ ønskede at deres bageri skulle se ud i fremtiden. Hvordan deres sortiment skulle være, hvad de ville sige med deres emballage, og hvordan det nye logo og facaden skulle se ud. Efter mødet udarbejdede CBP et forslag, som blev fremlagt og godkendt på næste møde i Agerbæk.

Godt i gang med Premium Pro

CBP hjalp også bagerparret med at komme i gang med bagerprogrammet Premium Pro. Hans-Jakob fortæller:

– Under besøget i Vejle havde Frank Nelson givet os en introduktion til Premium Pro. Vi kunne med det samme se, at det var langt smartere end det system, vi havde, fordi råvarerne automatisk bliver opdateret i systemet. Så længe vores opskrifter er lagt rigtigt ind, får vi korrekte deklarationer med et tryk på en knap.

– Vores bekymring var igen, om der var meget arbejde i at skifte. Men igen viste

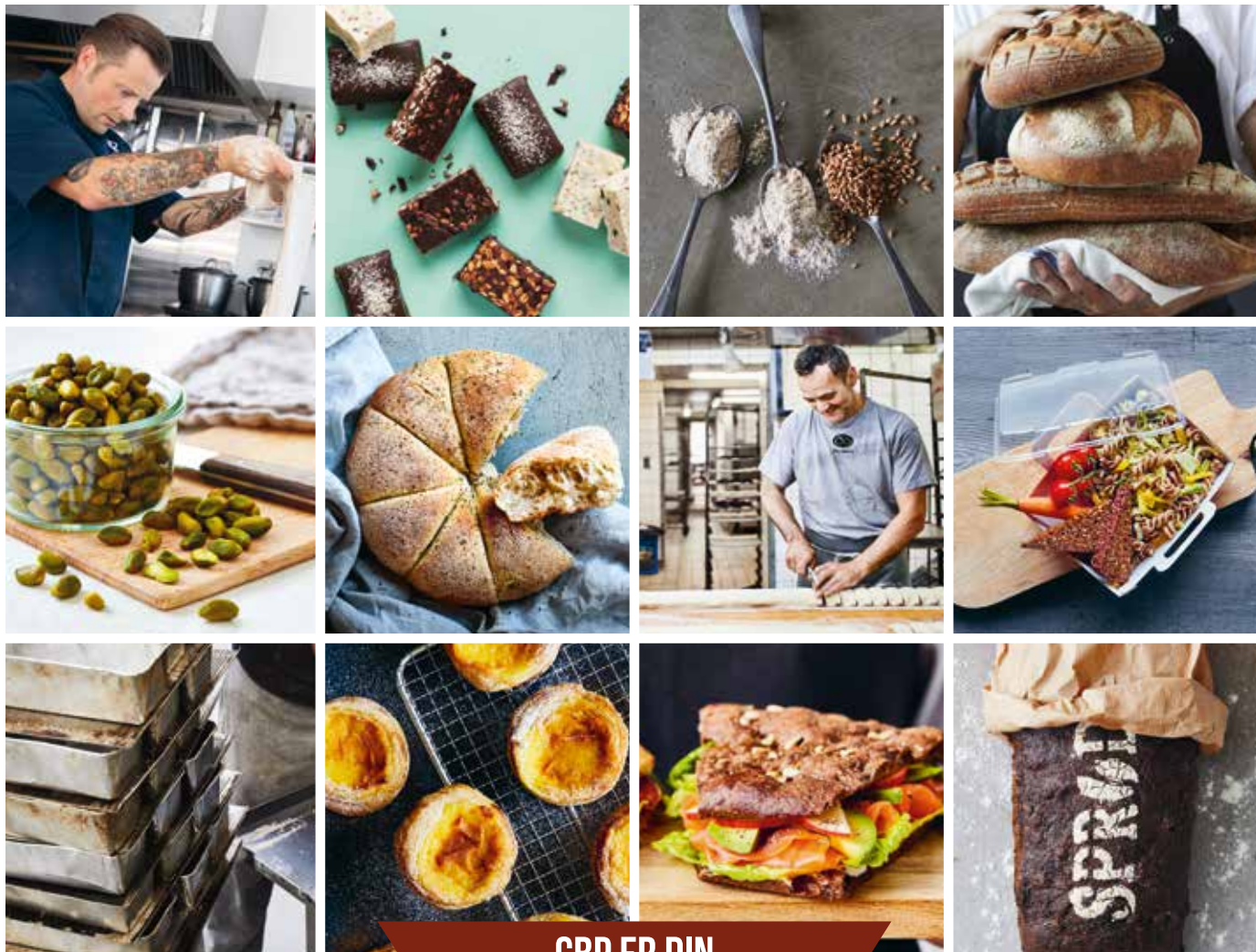
CBP deres store villighed til at hjælpe. Frank besøgte os i Agerbæk og brugte et par timer på at hjælpe os godt i gang med Premium Pro. Nu er alle vores opskrifter lagt ind, og vi kan nemt udskrive deklarationer til vores indpakkede produkter. En stor hjælp i hverdagen.

Den rigtige beslutning

– I dag må vi sige, at vores bekymringer ved at skifte leverandør ikke gik i opfyldelse, smiler Hans-Jakob. – Da vi først havde taget beslutningen, var CBP's folk klar til at hjælpe med alt det, vi havde brug for. Og i vores tempo. Vi kan ikke være mere tilfredse!

Vi hjælper også dig

Går du med tanker om at gøre dig fri af et kædesamarbejde? Hold dig ikke tilbage, hvis du blot har nogle få idéer, så hjælper vi dig videre derfra. Tag kontakt til CBP's distriktschef i dit område og få en snak om, hvor nemt det er at blive helt sin egen.



CBP ER DIN

Samarbejdspartner

FORRETNINGSUDVIKLING, 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, fødevarerikker-
hed og miljø

KOMPETENCEUDVIKLENDE

– stærk på rådgivning og
sparring både fagligt
og forretningsmæssigt

UDVIKLINGSORIENTERET

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

NEM HVERDAG

– webshop, online
markedsføringsportal
og kampagnemateriale

CBP APP

hurtig adgang til
inspiration, opskrifter,
katalog etc.

INGREDIENSER
NONFOOD
BAGERILØSNINGER

