

SPRØD

#11/2020 · CBP MAGASIN FOR BAGERE, KONDITORER OG KOKKE

TEMA
**#GOOD
FOR YOU**

MESTER JACOB

HELE BYENS SAMLINGSSTED

PRODUKTNYHEDER

**BÆREDYGTIG
DANSK HAMP HITTER**

INGREDIENSER OG OPSKRIFTER

10

CBP PREMIUM PRO

**NYE SMARTE
FUNKTIONER**

BESTIL DIREKTE I OPSKRIFTEN

38

TRENDS

**PROTEINER,
SUNDHED OG "INSTA"**

TILTRÆK UNGE KUNDER TIL BUTIKKEN

04





SKAB FORANDRINGER – START MED DIN BUTIK

REJSEN FRA BAGERI TIL MADBUTIK

Det er opmuntrende at se, hvor hurtigt udviklingen går i den danske bagerbranche. Ideerne er mange og gå-på-modet stort, og det giver grund til optimisme på bagerbranchens vegne. Mange af de mest spændende og succesrige koncepter bevæger sig væk fra den traditionelle forståelse af en bagerbutik, hvor der kun er kvalitetsbrød og -kager på hylderne, til noget, der minder om en ægte madbutik. Men hvad er forskellen? En madbutik er et sted, hvor kunden oplever et godt udvalg, ikke bare af brød og kager, men også af convenience-produkter til at indtage på farten (sandwich, salater, juice, kaffe mv.), men måske også honning, pålæg og grønt fra lokale producenter.

Rugbrød er en sikker vinder

Du behøver ikke tage hele springet på én gang, men kan tage små skridt i den rigtige retning. Noget ligger snublende nært. Vidste du for eksempel, at den mest udbredte ret til aftensmad i Danmark er rugbrød med pålæg? Rugbrødet har du jo allerede, så hvorfor ikke sætte det i spil på flere måder? Lav fx rugbrødssandwich eller nemme aftensmåltider. Sådan er der flere små, nemme skridt, du kan tage for at komme lidt tættere på madbutikken. Kunderne sætter pris på, at der sker noget nyt i din butik.

Er det tid til at droppe buræg?

At udvikle sin forretning handler også om at kigge på bæredygtigheden. Det gælder også for os her hos CBP. Vi vurderer hele tiden, om vi har det rigtige sortiment af råvarer, og bl.a. er buræg til diskussion. På den ene side vil vi helst undvære buræg i vores sortiment, fordi det er svært at forsvare produktionsmetoden rent etisk. Mange dagligvarekæder har helt fjernet buræg fra hylderne, og nu udgør buræg mindre end 20 % af det antal æg*, der sælges til private. Og det vil falde yderligere. Vi vil gerne levere det, kunderne ønsker og har derfor beholdt buræg i sortimentet, men vi diskuterer jævnligt, om vi snart skal trække stikket. Jo flere bagere, der går over til skrabeæg eller økologiske æg, jo nemmere får vi ved at træffe beslutningen. Hvad tænker du?

Ruben Solsø

* Kilde: Danske Æg/Landbrugsavisen 26/1-2019 <https://landbrugsavisen.dk/salget-af-æg-stiger-fortsat>

INDHOLD

#11 / 2020

04 Tiltræk de sunde unge
Få gode råd fra kosteksperten

10 Bag med hamp
Dansk, bæredygtig
og velsmagende



04

14 Tema: Good for you
Opskrifter med kvalitetsråvarer,
der frister de unge



14

TEMA
**GOOD
FOR YOU**

32 Konditori i Vejle
Vanilla laver kager og chokolader
fra allerøverste hylde

37 SPRØD som podcast
Lyt til magasinet, når det
passer dig

38 Nye features i CBP Premium Pro
Bestil varer direkte fra opskriften

42 Bæredygtig bager
Wendorff sætter den
grønne barre højt



32

48 Trend: Fotos til sociale medier
Tag flotte madbilleder,
der giver likes

54 Mester Jacob i nye klæder
Sådan blev Hadsten-bageren
byens samlingspunkt

60 Veganske kager
Nemme opskrifter fra Credin

66 Arbejd klogere og spar tid
Få tips fra dine kollegaer



31



BAGEREN MØDER KOSTEKSPERTEN

SUNDHED ER VEJEN TIL DE UNGES HJERTER

DE TO ER:

Uday Singh

Personlig træner og kostvejleder hos Fit & Sund. Født i Indien, opvokset i Irland, nu bosat i Danmark

Roben Solsø

Bakery Business Unit Manager hos CBP, udlært baker

CBP's Ruben Solsø har talt med Uday Singh, en efterspurgt personlig træner og kostvejleder, der har rådgivet hundredvis af unge om kostvaner. Læs med og find ud af, hvorfor de unge kunder svigter bagerbutikkerne – og hvordan vi fixer det.



Foto: Morten Pedersen

Uday Singh

Den gennemsnitlige kunde hos en bager er ca. 56 år. Seksoghalvtreds år. I snit. Det er på høje tid at få sat tænderne i de unge forbrugere. Det er den altoverskyggende udfordring for danske håndværksbagere.

Spørgsmålet er, hvordan vi som bagere bliver mere attraktive for de nye generationer? Redaktionen på SPRØD satte to eksperter – den ene i bagerfaget, den anden i kost og træning – i stævne for at lade dem drøfte unge mennesker og deres kostvaner.

Ruben:

– Ok, lad os gå lige til sagen: Hvad er de unges problem med bagere? Hvad er det for et billede, de har af de produkter, de kan få i en god dansk bagerbutik?

Uday:

– For meget gluten, sukker og dårligt fedt (transfedtsyrer). Det er fordommen, som mange har om bagere, og den er grunden til, at mange unge går i en lang bue udenom bagerbutikken til daglig. De tænker, at den gode og sunde hverdagskost finder de i dagligvarebutikken eller i helsekosten. Det er i hvert fald ikke hos bageren.

– Bageren er blevet det sted, man går hen, når man vil synde lidt. Måske er det en gang om ugen, hvor man forkæler sig selv med en snegl eller et stykke tærte til kaffen. Mere undtagelsen end reglen.

Ruben:

– Det er jo trist, hvis bageren er ved at glide ud af hverdagen for de unge kunder. Vi kan jo ikke leve af at sælge en snitte om ugen pr. kunde. Hvad er det, der sker blandt de unge, når det drejer sig om kosten?



Ruben Solsø



Uday:

– Når jeg snakker med dem, jeg vejleder i fitnesscenteret, er det tydeligt, at de er meget optaget af deres kost. De har forstået, at deres helbred og velbefindende hænger meget sammen med, hvad de spiser. De fortæller måske, at de døjer med hovedpine eller maveproblemer, og de søger svaret i kostomlægninger. Så kosten er blevet et instrument for de unge til at blive bedre udgaver af dem selv. De er klar til at ændre og justere på det, de spiser.

Ruben:

– Det er interessant, men hvad er det så, de unge betragter som sundt? Hvad er det, de spejder efter, når de er på indkøb og skal sammensætte den gode hverdagskost til sig selv?

Uday:

– Der er to overordnede pejlemærker for den kostbevidste unge: Højt proteinindhold og lavt sukkerindhold. Hvis man kan sætte flueben ved disse to kvaliteter, er den pågældende fødevarer

blevet nomineret til en plads i indkøbsnettet. Derudover vil nogle måske også gerne have, at varen er økologisk, uden kunstige sødemidler eller uden gluten, men som bager kommer man generelt rigtig langt med det enkle princip "Høj på protein og lav på sukker!"

Ruben:

– Det er jo til at arbejde med. Men hvad synes du kunne være gode produkter for en bager? Hvad kunne lokke dig, og dem du træner, ind i en bagerforretning?

Uday:

– Mange af os planlægger dagens kost rundt om træningen. Det betyder, at vi tænker på, hvad vi skal spise før træning og igen bagefter. Det er ikke det samme. Vi vil gerne have masser af protein, før vi rammer løbebåndet, bænkpresset eller yogamatten – og kun lidt sukker.



”

DER ER TO OVERORDNEDE PEJLEMÆRKER
FOR DEN KOSTBEVIDSTE UNGE:
HØJT PROTEININDHOLD OG
LAVT SUKKERINDHOLD

Uday Singh



DET, DE UNGE VIL HA'!

Overvej, om du kan få disse råvarer med i dine produkter:

- Bær (masser af antioxidanter)
- Hytteost (en let proteinkilde), skyr
- Hamp, hirse, kikærter, linser
(ingen gluten + gode proteinkilder)
- Rødbeder (gode inden træning; udvider blodkarrene)
- Kål (helst rå; mister næringsværdi ved hård opvarmning)
- Nødder, fx mandler og valnødder (gode fedtstoffer)
- Naturlige sødemidler med lavt kalorieindhold (fx stevia)



UDAYS IDÉER TIL NYE PRODUKTER

Proteinkage

– en cheesecake-variant lavet med bl.a. hytteost, proteinrigt mel og cookie crumble

Proteinmuffins

med lavt sukkerindhold – men gerne lidt stevia

Proteinpandekager

med fyld fx kylling og grønt

Grønne smoothies

med spinat og kål

”

SMAGEN ER IKKE SÅ VIGTIG, SOM MAN TROR. ELLER SAGT PÅ EN ANDEN MÅDE: NÅR NOGET SMAGER SUNDT, SÅ SMAGER DET GODT. SÅDAN TÆNKER MANGE UNGE

Uday Singh



Efter træningen er der tæret på energidepoterne, og her må der gerne være flere kulhydrater, fx lidt sukker, i kosten.

– Det ville være cool, hvis min bager tilbød muffins eller pandekager bagt med masser af protein (fx ved at tilsætte kikærtemel til dejen) og kun lidt sukker. Og måske en skål skyr med mandler og bær. Dét ville jeg helt klart gå efter tidligt på dagen. Senere, når jeg har trænet, vil smoothien og den fyldige salat lokke – specielt hvis der er gode kulhydrater som fuldkorn, quinoa eller brune ris i.

– Og glem ikke de gode fedtstoffer. De unge er ikke bange for sundt fedt, så brug endelig gode kilder som nødder, avocado, kokos mv.

Ruben:

– Hvad med smagen? Er den ikke vigtig? Gider de unge spise noget, der smager af græs?

Uday:

– Smagen er ikke så vigtig, som man tror. Eller sagt på en anden måde: Når noget smager sundt, så smager det godt. Sådan tænker mange unge. Man skal ikke være bange for, om hampefrøene giver lidt bitterhed, eller om grønkålen smager "grønt". Det er blot en ekstra kvalitet, der bekræfter kunden i, at de faktisk gør noget godt for sig selv.

Ruben:

– Her har vi fat i noget, der udfordrer mange af os, der har været i bagerfaget i mange år. Vi søger instinktivt den rige, mættede smag, der bygger på kulhydrater og ofte også salt og sukker i visse mængder. Vi glemmer ofte den vigtige indsigt, at bevidstheden om, at en fødevarer er sund for dig får den til at smage bedre.

– Lige en observation om fitnesscentre og kost: Jeg kender godt sulten efter træning og har tit kigget efter noget spiseligt i centrets automater. Det er slående, at hylderne er fyldt med såkaldte "functional foods", dvs. barer, shakes og læskedrikke, der er høj-protein (tjek) og lav-sukker (tjek).

Uday:

– Du har ret. Måske er det lige hér, bagerne kan få en plads i markedet, for jeg tror, at bagerne kan tilbyde nogle gode friskbagte alternativer. Produkter med masser af protein, kun lidt sukker og med gode kvalitetsråvarer. Og fremstillet i hånden og ikke på fabrik.

– Jeg tror, at bagerne kan komme langt ved at læse de unges behov og samtidig holde fast i det gode håndværk og de gode friske og naturlige råvarer.

Hvordan fixer du det?

Den opløftende konklusion er, at de unges kostvaner ikke er et problem, men derimod en invitation for den bager, der tør tage udfordringen op. Som gode håndværkere kan vi nemt lave produkter, der matcher de unges behov for sundhed og convenience på én gang – vi skal blot turde eksperimentere med opskrifterne, udfordre vores egne, tilvænnede smagsløg og ikke mindst være gode til at fortælle om vores gode og sunde produkter på plakater, brødstickers, gadeskilte, sociale medier og hvor vi ellers kommunikerer.

Det sidste (at fortælle historien) er lige så vigtigt som at udvikle sundere produkter. For så længe fordommen om, at bagere kun tilbyder gluten, sukker og dårligt fedt, lever, lige så længe vil de unge kunder blive væk. ■



ER DU MED PÅ TRENDEN?

BAG MED DANSK HAMP





Hamp som fødevaringrediens stiger hastigt i popularitet blandt danskerne. Nu kan du også komme i gang med den bæredygtige og velsmagende råvare.

Der var engang, hvor hamp var forbundet med hippier, øljere og bøvhoveder. Dengang oplevede mange, at hamp nok var naturligt, men måske ikke ligefrem godt for dig.

I dag har mange fået øjnene op for de utroligt mange gode egenskaber, som hampen også indeholder. Det giver sig udslag i en kraftigt stigende interesse for den mangefacetterede råvare blandt kokke, bagere og ikke mindst deres kunder. Efterspørgslen har betydet, at produktionen af hampeafgrøden er blevet professionaliseret, og at der er blevet udviklet gode og sikre hampesorter, der er godkendt til fødevarerproduktion.

Derfor hamp

Hamp er en spændende ingrediens, fordi den er en god kilde til protein og har et

højt indhold af fiber og omega-3-fedsyre. Samtidig giver hampen, afhængigt af den produktvariant, du anvender, en rig og nøddeagtig smag til bagværket.

Som bager bør du også interessere dig for hamp af den grund, at det er "in", især blandt yngre og sundhedsbevidste kunder. Hvis du kan skrive "bagt med hamp" på et eller flere produkter, viser du dine kunder, at du tænker sundt, innovativt og bæredygtigt.

CBP har hamp på hylderne

Vi har undersøgt markedet for de bedste producenter og har valgt at samarbejde med Møllerup Gods, der er en stor hampeproducent i Danmark.

Vi har udvalgt fire produkter, der er oplagte at arbejde med i bagerier. Det er hele hampefrø, afskallede hampefrø, hampe-

fiberskaller og hampemel, der på hver sin måde kan berige dit bagværk.

Godkendt og kontrolleret

Møllerup Gods anvender hampesorten Finola, der er godkendt til fødevarerproduktion af myndighederne i Danmark.

Denne sort indeholder under 0,2% af det euforiserende stof THC og er derfor helt problemfri at anvende. I øvrigt sidder THC'en i hamplantens blade, som ikke benyttes i de bagerprodukter, CBP tilbyder.

Er du nysgerrig på, hvad hamp kan gøre for dine produkter og din forretning? Bestil nogle produkter hjem og prøv en eller flere af vores gode opskrifter af.



HAMP SOM BÆREDYGTIGT ALTERNATIV

– Vi begyndte at udbyde hampeprodukter i 2016, og siden da har vi oplevet en eksplosiv fremgang hvert eneste år. Interessen for hamp rykker over hele Europa, også i Danmark. Først var det forbrugerne, der trak efterspørgslen gennem helsekostbutikkerne, men nu er fødevareindustrien også ved at få øjnene op for hampens fantastiske egenskaber. Så nu er der damp på alle kedler. Interessen har indtil videre bygget meget på hampens næringsmæssige værdi, men faktisk er klimaet en ligeså vigtig grund til at elske afgrøden. Når hampenen vokser på marken, absorberer den rigtig meget CO2 fra luften; langt mere end andre markafgrøder og på niveau med en fuldvoksen skov. Dertil kommer, at når man vælger dansk produceret hamp, holdes klimabelastningen fra transporten på et minimum.

– Hamp bliver en af de helt store fødevareretrends, og det er bare med at komme i gang. Tricket er at bruge hamp til at forbedre næringsværdien af de produkter, man har i forvejen. Det handler ikke om at ændre smagen eller farven, men om at gøre produktet mere næringsrigt.

Henrik Rendbøll
Direktør, Møllerup Brands



SÅDAN MÅ DU ANPRISE DINE HAMPEPRODUKTER

Man skal holde tungen lige i munden, når man vil give sine produkter rosende ord med på vejen. Men når det gælder bagværk med hamp fra CBP kan du roligt sige, at hampenen bidrager med følgende:

“Kilde til protein”
“Omega-3-fedtsyrer”
“Højt fiberindhold”



ET GODS MED DYBE RØDDER

Det 425 hektar store Møllerup Gods ligger ved Rønne på Djursland, i det naturskønne område ved Mols Bjerge. Godsets jorder anvendes til planteavl, herunder hampesorten Finola, der er godkendt til industriel brug i Danmark.

Godsets historie går helt tilbage til 1200-tallet, hvor Stig Andersen Hvide var den tidligst kendte ejer. Stig var en af rigets mægtigste mænd og blev af Kong Erik Klipping udnævnt til Marsk (den øverste hærfører), hvorefter han blev kendt som Marsk Stig. Får navnet en klokke til at ringe? Ja, det var den Marsk Stig, der få år senere skrev sig ind i danmarkshistorien som manden, der blev dømt for at slå Erik Klipping ihjel i Finderup Lade.

I dag ejes Møllerup af Anne-Sophie og Stig Gamborg, der ikke afliver konger, men driver fredelig planteavl, feriehusudlejning, jagter og balletforestilling på det smukke gods. ■

Inspiration til bagværk med hamp? Se side 78

HAMP ER SLET IKKE SKÆVT

De hampeprodukter, du køber hos CBP, kommer alle fra Møllerup Gods. Det er Skandinaviens største og mest professionelle producent, som udelukkende anvender den godkendte hampesort Finola med under 0,2% THC. Deres produkter er derfor 100% sikre, og du kan roligt bage løs med den gode og næringsrige hamp.

HIGH FIVE FOR HAMP

- 5 gode grunde til at bage med hamp fra CBP

1. Er en kilde til protein og har et højt indhold af fiber og omega-3-fetsyrer
2. Hamp sprøjtes ikke
– hverken øko eller konventionel
3. Klimavenlig; absorberer store mængder CO₂ under væksten
4. Dyrket og bearbejdet i Danmark og vandes ikke
5. Vær med på en stor trend!





TEMA
**#GOOD
FOR YOU**



SÅDAN FÅR DU UNGE KUNDER I BUTIKKEN

BAG PROTEINRIGT, BÆREDYGTIGT OG FOTOGENT



Kikærtevand, proteiner og hampeprodukter er noget af det CBP's fagkonsulenter leger med i dette tema. Det er ikke for sjov; det handler om de kunder, du skal leve af i morgen.

denne udgave af SPRØD kan du læse et interview med den personlige træner Uday Singh, der fortæller, at mange unge forbinder bagerbutikker med sukker, gluten og dårligt fedt.

Ligegyldigt, hvor uretfærdig og unuan- ceret denne fordom måtte virke på os fagfolk, må vi lægge os i selen for at ændre den. Vi må udvikle nye produkter, der matcher unge forbrugeres ide om sunde, næringsrige og klimavenlige fødevarer.

Heldigvis har vi fået mange nye råvarer til rådighed, og heldigvis har vi vores dygtige og kreative fagkonsulenter, der forstår at trylle spændende og velsmagende opskrifter frem. Dem vil vi præsentere for dig på de kommende sider.

Et portræt af din nye kunde

Først lidt om dem, fagkonsulenterne så for sig, da de udviklede opskrifterne på de næste sider. Vi snakker om de unge mennesker, fra teenageårene op til 30-35 års alderen, som desværre ikke går så ofte til bageren som de ældre generationer.

”

DE KIGGER NØJE PÅ FØDE- VARERNE'S DEKLARATIO- NER, INDEN NOGET RYGER I KURVEN, OG DE ER KLAR OVER, AT GODE PRODUK- TER KOSTER PENGE

Grunden til det er alt det sukker, gluten og dårlige fedt, de forbinder bageren med.

De unge forbrugere stiller høje krav til sundhed og bæredygtighed. De kigger nøje på fødevarernes deklarerationer, inden noget ryger i kurven, og de er klar over, at gode produkter koster penge. Til hverdag er mange af dem ret økonomisk bevidste, men så handler de i discountbutikkerne og ikke hos bageren. En bagerbutik er i de unge kunders hoved lig med "luxus" og højere priser end Netto.

En ny idé om kvalitet

Med de nye generationer af forbrugere er der kommet en ny definition af, hvad god kvalitet er. Det rummer langt mere end tidligere, og de nye plusord er "økologisk", "vegansk", "klimavenlig", "glutenfri", "proteinrig", "fiber" og andre tillægsord, der signalerer sundhed og bæredygtighed.

Det betyder, at vi som bagere skal tænke på, hvor råvarerne kommer fra, hvordan de er dyrket og forarbejdet, og hvordan vi selv udfører vores håndværk. Plus de små detaljer, som vi måske ikke tænker så meget over, men som de unge kunder bemærker; for eksempel den emballage, vi pakker produkterne ind i.

Det ydre tæller stadig

Hertil kommer, at produkterne selvfølgelig skal smage godt, være af høj kvalitet og ikke mindst tage sig godt ud på Instagram. Der er faktisk mange unge, der jævnligt vælger mad, som fortæller en god historie, som de kan bruge til at iscenesætte sig selv på de sociale medier.



Den gamle talemåde "du er, hvad du spiser" burde måske omformuleres til: "Du er, hvad andre ser, du spiser".

Et godt udseende og en god historie er vejen til de unges hjerter og mobiltelefoner. Det er ikke bare god forretning, det er også sjovt at arbejde med som bager.

De nye råvarer vi har bagt med

På de næste sider kan du finde opskrifter med nye økologiske råvarer og forskellige hampeprodukter. Disse råvarer er oplagte kandidater til at erstatte noget af hvedemelet i bagværket, således at kunderne kan få det lækre, håndlavede brød, som de elsker, men blot med mindre gluten, mere protein og flere fibre. Du kan læse mere om hamp og Møllerup Gods i artiklen på side 4.

Hamp er en spændende råvare. Hampefrø er en god kilde til protein og har et højt indhold af fiber og omega-3-fedtsyrer, og dertil kommer, at hamp er et yderst bæredygtigt valg. CBP's hampeprodukter kommer fra Møllerup Gods på Djursland, hvor den dyrkes uden brug af sprøjtemidler og vanding, og hvor afstanden til vores lager er kort og klimavenlig.

Du skal prøve hampe-marcipanstykket!

Vi har arbejdet med de nye råvarer og kan nu præsentere en række virkelig lækre opskrifter. Lige fra brød og sandwichstykker til cookies og noget så eksotisk som hampe-marcipanstykker. Dét produkt spår vi bliver et hit!

”

ET GODT UDSEENDE OG EN GOD HISTORIE ER VEJEN TIL DE UNGES HJERTER OG MOBILTELEFONER

Kast dig over opskrifterne og lad dig inspirere til nye smagsoplevelser, der kan lokke de unge ind i din butik. Og husk, at jo "nicere" dine produkter ser ud, jo større chance er der for, at kunderne fisker mobilen op af lommen og tager et billede til Instagram. Og pludselig har du fået ubetalelig reklame. ■



Ligner dine billeder ikke noget fra Instagram? Lær at tage billeder til sociale medier med vores guide på s. 48.

#

INSTAGRAM – HVAD ER DET EGENTLIGT?

Instagram er onlinebaseret fotodeling og et socialt netværk, hvor det er muligt at dele billeder med forskellige filtre (farver, skygger etc). Fotos på Instagram er kvadratiske, som de gamle polaroid. Følgere kan like, gemme, dele og kommentere dine opslag.



VEGANSK

Vi har gjort det nemmere at se om opskriften er vegansk – se efter dette icon.

TIP!

Du skal arbejde med faconer, størrelser og utraditionelt pynt for at fange de unge og få dem til at dele deres madoplevelser.





TIP!

Se opskriften og beregn
din avance i
CBP Premium Pro



#MEGA

HAMPEBRØD

10 stk. á 1.000 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 36,-

Ingredienser

- 2.000 g Bygsur 20aktiv, flydende (802038)
- 250 g Birkes Blå (33106)
- 4.000 g Øko Hvedemel Tipo 00 (26085)
- 1.000 g Durummel Semolina Grov (16302)
- 150 g Hampefrø afskallede (33204)
- 150 g Øko Canadisk Ahornsirup (27300)
- 130 g Salt m/Jod (34799)
- 50 g Kronjäst orig. gær (36018)
- 2.500 g Vand
- 600 g Vand 2

Blå birkes sættes i blød i bygsuren i minimum 60 min.

Alle ingredienser køres sammen. Vand 2 + salt tilsættes når dejen køres i 2. gear. Dejen hviler 60 min. i dejkasser + 10 min. opvirket.

Slåes op i træforme med virket opad og sættes på køl. Står til næste dag i bageriet med pose over, til de har en kernetemperatur på mere end 15°C. Og er rasket op.

Vendes ud på plader eller direkte på herd. Bages i ca. 40-45 min. på 230°C.





#LAMMEREN

LAMINERET HAMPERUGSTYKKE

51 stk. á 104 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-

Ingredienser

- 250 g Skåret Rug (4081)
- 250 g Vand
- 200 g Flydende surdej rug (802037)
- 1.000 g CBP Rugmel (4080)
- 1.000 g CBP Hvedemel (4001)
- 100 g Mørk brødmalt (20100)
- 50 g Salt m/jod (34799)
- 30 g Kronjäst orig. gær (36018)
- 1.250 g Vand
- 1.000 g Butter Pastry 100% (36183)
- 100 g Sesamfrø, afsk. (33147)
- 100 g Øko Hampefiberskaller, fint (33205)

blødsætning laves dagen før. Æltes med øvrige ingredienser (minus Butter Pastry). Lægges på en plade og stilles på frost i 30 min.

Tages ud, lamineres med Butter Pastry (3x3) og stilles på køl i 30 min. inden videre forarbejdning.

Rulles ned på 10 mm, stryges med vand, drysses med sesam/hampetopping. Skæres rektangulære ud (6x10 cm). Sættes på plade, raskes og bages 10-12 min. ved 220°C.

TIP! Prøv hamperugstykket med en sukkerblanding på toppen, som et mørkt og groft alternativ til fx hanekammen.

#DIPS

HAKBOLLER MED GRØNKÅL OG SWEET POTATO

43 stk. á 127 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 12,- eller 4/40,-

Ingredienser

- 1.250 g CBP Hvedemel (4001)
- 1.250 g CBP Fuldkornshvedemel (4090)
- 300 g Frossen Grønkål (2571)
- 150 g Planteolie, vegetab. (33417)
- 125 g Hampefrø afskallede (33204)
- 125 g Flydende surdej hvede (802042)
- 100 g Stødt Melis (34405)
- 60 g Kronjäst orig. gær (36018)
- 35 g Salt m/jod (34799)
- 1.400 g Vand

- 500 g Frossen Sweet Potato (2570)
- 125 g Planteolie, vegetab. (33417)

- 100 g Kartoffelflager (33712)
- 5 g Læsø groft sydesalt (34828)
- 5 g Urtehave Citronpeber (29489)

Dejen æltes skær. Hviler 30 min. i dejkasse. Presses ud i en firkant, sweet potato og olie tilsættes. Foldes sammen og hakkes i stykker. Kommes i siliconeform (48207), drysses med topping og stilles på køl. Tempererer i bageriet og bages ved 200°C i ca. 8-10 min.



TIP!

Samme dej er god til sandwichboller

#FLÆKKER

FLADBRØD TIL WRAP

46 stk. á 100 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-

Ingredienser

2.000 g Hvedemel Manitoba Casillo (33816)
375 g Durum Extra Arancio (33895)
250 g Bygsur 20aktiv, flydende (802038)
250 g Planteolie, vegetab. (33417)
125 g Øko Hampemel fin (33202)
50 g Salt m/jod (34799)
20 g Kronjäst orig. gær (36018)
1.600 g Vand

Ingredienserne (minus olie) æltes 8 min. langsomt. Olien tilsættes, og dejen æltes skær.

Ligger 120 min. i dejkasse inden afvejning på 100 g. Rulles ned (pizzastørrelse) på 0,6 mm.

Lægges på en fedtet bageplade og bages ca. 2 min. ved 275°C.

Rulles med fyld umiddelbart efter afbagning, eller pakkes i plastikpose (43313) til salg i butikken.





#SPRØD

HAMPE CRACKERS

418 stk. á 20 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 12/20,-

Ingredienser

4.000 g LeCampagne, Landmel (4173)
200 g CBP Rugflager (4084)
400 g Hampefrø afskallede (33204)
200 g Hørfrø (33121)
200 g Butter Pastry 100% (36183)
160 g Kronjäst orig. gær (36018)
100 g Salt m/jod (34799)
2.500 g Vand

Alle ingredienser køres sammen, og dejen æltes skær.

Dejen hviler 15 min. på bordet. Rulles ned til 2 mm og lægges på plader, kanterne skæres rene.

Raskes i 30 min. + tørraskes. Skæres med sporejern til ønsket størrelse. Stryges med vand og drysses med salt eller anden topping.

Bages i ca. 30-40 min. ved 160°C.



**TIP!**

God til madpakkerne
eller som snack
mellem måltider

STRAMT

FITNESSBOLLE MED HAMP

178 stk. á 60 gram

Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 8,- eller 5/30,-

Ingredienser

3.000 g Fit4Life®Protein Konc. (945154)
3.000 g CBP Fuldkornshvedemel (4090)
180 g Kronjäst orig. gær (36018)
45 g Credifrost® Super (971625)
4.500 g Vand
300 g Kartoffelflager (33712)
150 g Hampefrø afskallede (33204)

Ingredienser køres sammen (minus flager og hampefrø).
Dejen æltes skær. Hviler 2 x 30 min. 1.800 g. pr. pres,
6 boller i kobberform (75165).

Vendes i toppingen af kartoffelskaller og afskallede
hampefrø.

Raskes ca. 45 min. og bages ved 220°C i ca. 20 min.
Bollerne kan både bages samme dag og køres over køl.





#DELI

RAW BAR

204 stk. á 30 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 10,-

Ingredienser

2.400 g Øko dadler tern 10 mm (26037)
300 g Abrikos tørret i tern (31227)
300 g XOCOFINE Mørk (9mm Ø) 60% (32000)
300 g OM Nougat 1 (35500)
400 g Cashewnødder (28300)
12 g Læsø groft sydesalt (34828)
2.400 g XOCOFINE Mørk (9mm Ø) 60% (32000)

Blødgør dadler og abrikoser i vand og hæld vandet fra igen. Smelt 150 g chokolade og nougat. Det hele køres godt sammen. Presses ud i en kantbakke med papir og sættes på køl.

Når pladen har sat sig, pensles den med smeltet chokolade på begge sider og toppen kan pyntes med frysetørret hindbær (35476). Skæres ud i små barer af 30 g. Opbevares på køl med en holdbarhed på ca. 3-4 dage.



TIP!

Dejen kan også bruges til pita og burgerboller

#FRÅDEREN

VEGANSK PØLSEBRØD

63 stk. á 70 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 4,- eller 6/20,-

Ingredienser

2.000 g CBP Hvedemel (4001)
500 g CBP Fuldkornshvedemel (4090)
200 g Planteolie, vegetab. (33417)
125 g Flydende surdej hvede (802042)
100 g Kronjäst orig. gær (36018)
60 g Salt m/jod (34799)
60 g Stødt Melis (34404)
1.400 g Vand

Ingredienserne (minus planteolie) æltes 8 min. langsomt. Planteolie tilsættes og dejen æltes skær i 2. gear.

Ligger 15 min. som dej, vejes af (2.100 g) og virkes op. Efter yderligere 15 min. liggetid slås de op som boller og rulles aflange.

Raskes 50-60 min. og bages 8-10 min. ved 210°C.



Se basisopskrifter
i CBP Premium Pro



#ISH1

KRANSEKAGE MED KAREMEL- LISEREDE SOLSIKKEKERNER OG PISTACIENØDDER

50 stk. á 35 gram
Vejl. udsalgspris:
Stk/kr. 12,- eller 10/100,-

Ingredienser

1.000 g OM Kranse XX (35103)
200 g Stødt Melis (34405)
150 g Æble, rå
225 g XOCOFINE Øko Choko Mørk
75% (32093)
200 g Karamelliseret Pistace og solsikke-
kekerne topping – basisopskrift

OM Kranse XX og sukker køres sammen. Riv de rå æbler og tilsæt dem til en ensartet masse. Massen rulles ned på 10 mm og 200 gram karamelliseret solsikkekerner og pistacienødder drysses over og trykkes let ned i kranssekagen. (Se opskrift i CBP Premium Pro). Sættes på frost og tages ud, når den er kold. Skæres i 4x6 cm, sættes på plade og bages af i ca. 6-8 min. ved 225 °C. Når stykkerne er afkølet, kan de bundtrækkes i mørk chokolade.



#ISH2

KRANSEKAGE MED SWEET POTATO

38 stk. á 35 gram
Vejl. udsalgspris:
Stk/kr. 12,- eller 10/100,-

Ingredienser

1.000 g OM Kranse XX (35103)
200 g Stødt Melis (34405)
150 g Frossen Sweet Potato (2570)

OM kransse XX og sukker køres sammen. Den optøede sweet potato tilsættes og køres sammen til en ensartet masse. Kranssekagemassen rulles ned på 10 mm på rullebord og sættes på frost. Når den er godt kold, udstikkes den med et krus eller udstikker på ca. 6 cm i diameter. Derefter bagens den af i ca. 6-8 minutter ved 225 °C og kan evt. pyntes med god mørk øko chokolade (32093).



#ISH3

KRANSEKAGE MED ÆBLE OG RISTEDE HAMPEFRØ

48 stk. á 35 gram
Vejl. udsalgspris:
Stk/kr. 12,- eller 10/100,-

Ingredienser

1.000 g OM Kranse XX (35103)
200 g Stødt Melis (34405)
150 g Æble, rå
150 g Hampefrø afskallede (33204)
200 g XOCOFINE Øko Choko Mørk
75% (32093)

Kransse XX og sukker køres sammen. Derefter tilsættes revet æble og til sidst de ristede hampefrø. Massen rulles ned på 10 mm og sættes på frost. Når den er kold, skæres stykkerne ud på ca. 4x6 cm i rudeform og bages af. Afpyntes med mørk chokolade fra hjørne til hjørne.



#KLASSE

GRØNKÅLSMAZARINER

8 stk. á 70 gram
 Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 19,-

Ingredienser

1.000 g *Platin Cake lys – basisopskrift*
 1.000 g *Mazarinmasse – basisopskrift*
 15 g *Salt u/jod (34809)*
 300 g *Frossen Grønkål (2571)*
 400 g *Lemon Cheese creme – basisopskrift*

Rør platin cake massen (Se opskrift i CBP Premium Pro) med salt i 5 min. ved mellem hastighed. Rør mazarinmassen og den hakede grønkål i det sidste minut af køretiden. Vej 70 g kageblanding af i en form (55071) og bag dem i ca. 15-18 min. ved 180 °C. Efter afkøling bundtrækkes de med chokolade og en roset af lemon cheese creme på toppen, ca. 12 g pr kage.

Mazarinmasse

307 g *OM Bitter 00/æg fritg. (35007)*
 215 g *Stødt Melis (34405)*
 215 g *SuperRøre Blød (36091)*
 215 g *Økologiske helæg (36226)*
 49 g *CBP Hvedemel (4001)*

Alle ingredienser røres sammen til en masse.

Lemon Cheese Creme

500 g *Flormelis (34500)*
 250 g *Flødeost*
 100 g *Smør Saltet (36063)*
 5 g *Citronskal*

Flormelis og flødeost røres sammen. Blødt smør og citronskal tilsættes og røres igen, så det bliver en sprøjtefast creme.



NYHEDER

On the go...

PRODUKTNYHEDER



SMOOTHIE MED HAVREMÆLK

CBP lancerer to nye smoothievarianter med frugt og grøntsager. Som alternativ til æblemost har vi taget Naturli's økologiske havremælk ind. Prøv at blende Carrot Boost og Super Green med 250 ml havremælk. Krydr eventuelt med en håndfuld afskallede hampefrø for at få et mættende proteintilskud. En sund og lækker morgenmadssmoothie – lige til at tage med på farten.

Den nye grønne variant er med æble, spinat, avocado, limejuice, spirulina* og basilikum. Den orange indeholder appelsin, mango, banan, græskar, gulerod, gojijuice** juice og ingefær.

Varenr. 2546 · Smoothie Super Green · 15x150 g
 Varenr. 2545 · Smoothie Carrot Bust · 15x150 g
 Varenr. 19002 · Naturli' øko havredrik · 8x1 L

* En planktonalge, der er rig på protein

** Gojibær er et lille rødt bær kendt som en vitaminrig superfrugt

SMOOTHIE SOM MILKSHAKE

Prøv at blende jordbær/banan smoothie med Debic Premium Shake for at få en super lækker, cremet og sød milkshake. Perfekt til børn og andre med en sød tand.

Varenr. 21128
 Debic Premium Shake · 6x2 L

NYHEDER

SMOOTHIEBOWLS

Smoothiebowl er lige så nemme at lave som drikkesmoothies. Forskellen ligger i konsistensen, toppingen og serveringen.

Smoothiebowl er det sunde og friske alternativ til grød om morgenen, eller som et lille mellemmåltid. Du kan variere dine smoothiebowl i det uendelige, blot ved at variere topping med mange af de råvarer, du i forvejen anvender i dit bageri.

Prøv en variant med hakkede mandler, hamp, græskærkerne og kokos. Du kan også bruge frisk eller tørret frugt, havregryn, dadler, tørrede abrikoser, mørk chokolade – ja, det er kun fantasien og smagen, der sætter grænsen.

Varenr. 2540 · Smoothie Sunset · 15x150 g
 Varenr. 2542 · Smoothie Berryburst · 15x150 g
 Varenr. 2543 · Smoothie Fantasy · 15x150 g
 Varenr. 2544 · Smoothie Goodness · 30x150 g



TIP

Lad kunden sætte sit eget præg på sin smoothiebowl ved at have skåle stående med forskellig slags topping, som hun eller han frit kan vælge imellem.



DE STÅR BAG VANILLA

Jeanette Sørensen

Uddannet konditor og chokolatier

Gabriel Ahlgreen

Uddannet bager og konditor

Og ja, de mødtes på konditorskolen...

DER ER KUNDER TIL GODT BAGVÆRK ALLE STEDER

PARTY I PROVINSSEN

Du kan godt få succes med din specialbutik, selvom du ikke ligger i en af de store byer. Vi har besøgt Vanilla i Vejle, som har fundet sin niche med kager, chokolade og brød fra allerøverste hylde.

De fleste, der interesserer sig for konditorfaget, har hørt om Vanilla. Det unge konditorpar Jeanette og Gabriel har skabt sig et navn med deres indbydende butik i Vejles centrum og med flotte placeringer i utallige konkurrencer, herunder Sukkertoppen på TV2.

Vi var nysgerrige for at høre mere om tankerne bag forretningen og om vejen derhen. Det er nemlig ikke gået efter en lineal, og fejlskud og feberedninger er det også blevet til. Vi tog en snak med Gabriel Ahlgreen, den ene halvdel af makker- og kæresteparret bag Vanilla.

Først vil jeg gerne høre lidt om historien bag Vanilla

– Vi åbnede Vanilla i februar 2015. Jeanette og jeg havde været udlært nogle år og havde lyst til at skabe vores eget her i Vejle. Det lokale, vi sidder i her, blev ledigt og vi så straks, at det kunne blive helt perfekt. Så vi gik i banken og lånte alt det, vi kunne. Jeanette havde på det tidspunkt et job i Kagehuset i Hovedgård, og det beholdt hun nogle måneder, indtil vi fik for travlt her.

– Vi overtog et helt tomt lokale, der havde hørt til tøjbutikken ved siden af. Der var intet køkken, intet nogetsomhelst, men med hjælp fra familien satte vi lokalet i tiptop stand. Siden er vi vokset stille og roligt, og vi har løbende kunne investere i nyt udstyr med de penge, vi har tjent. Den første store investering var en tempereringsmaskine, som er helt central i en forretning som vores, hvor chokoladen er så vigtig.

Hvad er ideen med jeres forretning?

– For at udtrykke det lidt frækt, så havde Jeanette og jeg fået nok af dårlig kage. Vi ville gå all-in på chokolader og finere bagværk, og vi troede på, at hvis vi ville det nok, så skulle kunderne nok komme. Det har vist sig at holde stik.

– Vejle er en mindre by, hvor gågaden er tom kl. 16. Sådan er det bare, og det betyder, at intet kommer af sig selv. Det er et konstant arbejde for at skabe opmærksomhed om vores butik, og det gør vi ved at deltage i alt det, vi har tid og kræfter til. Vi har et tæt samarbejde med de andre butikker på gågaden, og vi deltager i alle aktiviteter, fx Halloween, jul, fastelavn og hvad der ellers sker.



Er Vejle stor nok til en specialforretning som jeres?

– Vi er rigtig godt tilfredse. Der ville sikkert være flere kunder, hvis vi lå i København, men omvendt ville konkurrencen være benhård og huslejen endnu højere. Her i Vejle kunne vi se et hul i markedet for kager og chokolade. Det er også meget værd.

– Det er sjovt at bemærke, at mange Vejleborgere er stolte af Vanilla. Vi har kunder, der kommer ind og siger noget i stil med: "Vi har gæster fra København, og vi vil gerne vise dem, at vi har noget helt specielt her i byen." Det er jo fantastisk at producere noget, kunderne gerne vil vise frem til andre.

– Vi er meget bevidste om at være synlige, også her i vores umiddelbare nærmiljø. Vi har lært de andre butikker på gågaden at kende, og mange af dem er blevet gode kunder. De er ikke i tvivl om, hvor de skal gå hen, når de skal have en ekstra lækker fødselsdagskage eller små chokolader til personalekaffen.

– Samtidig er det lykket os at opbygge gode kontakter til hotellerne i området. Vores bryllupskager er i høj kurs, og de er blevet en vigtig del af forretningen. Der udnytter vi én af fordelene ved at ligge i en mindre by: Der er færre om buddet. I 2019 har vi lavet mere end 100 bryllupskager, og på en enkelt meget travl weekend lavede vi ikke færre end 13.

Har I ikke haft lyst til at ekspandere, når det nu går så godt?

– I en periode havde vi et udsalg i Århus, men det er et afsluttet kapitel. Vi solgte såmænd mange kager og chokolader deroppe, men vi kunne ikke tage den pris, som den høje husleje krævede af os. Det var samtidig hårdt at køre frem og tilbage mellem Vejle og Århus, så efter en tid måtte vi indse, at resultaterne ikke stod mål med indsatsen.

– Hvis vi engang igen skulle prøve at åbne en ny butik, så vil vi tænke meget over logistikken inden. Det bedste ville være at have produktion samme sted som udsalget, og så bliver det et større projekt. Men lad os se; man ved aldrig ...

I lukkede i Århus, men har til gengæld nu to butikker i Vejle, for driver I også et lille bageri. Hvordan og hvorfor skete det?

– I efteråret 2017 lukkede det, der hed Brød & Co. Det var et setup med bageri og café, som havde skabt sig en større kundekreds med et klart brødkoncept, men som desværre ikke kunne få pengene til at række. Vi havde ingen planer om at drive bageri også, men pludselig var der et tomt lokale med fuldt funktionsdygtigt maskineri blot hundrede meter væk, og vi begyndte at overveje, om det faktisk kunne give mening alligevel.

– Mens Brød & Co. eksisterede, havde vi bemærket, at mange af vores kunder i konditoriet kom ind med bagerposer ovre fra

5

SPRØDE BUTIKSRÅD FRA KONDITOREN

Kunder må godt gå forgæves

Vi vil ikke have fyldte hylder hele dagen. Det giver for meget spild, og det gør ikke noget, at kunden oplever knaphed en gang i mellem. Det opleves som eksklusivitet, at alt ikke bare er tilgængeligt 24/7. Og som regel har vi noget andet at friste med.

Vær tro mod dig selv og dine produkter

Jeanette og jeg har meget høje standarder for råvarer og tilvirkningsprocesser, og vi går aldrig på kompromis. De wienerbrød, som Brød by Vanilla laver, er bagt med smør, for selvom den almindelige kunde sjældent opdager, når man bruger margarine, så ville vi føle, at vi gjorde mindre end vores bedste.

Vi handler på det, vi oplever

Verden omkring os er hele tiden i bevægelse. Vi tager bestik af situationen, så vi ikke kommer til at køre i samme rille, mens kunderne er vej i en helt anden retning. At vi skulle overtage en bagerbutik var ikke en del af vores planer, men det var en mulighed, vi skal være klar til at reagere på.

Vær med i konkurrencer

Bager- og kokkekonkurrencer handler ikke bare om fagligt blær og medaljer. Vi har meget ud af at deltage og se på, hvad andre gør, når vi mødes til forskellige konkurrencer. Ideerne til nogle af vores bedst sælgende produkter er opstået, mens vi jagtede guld til fx Danmarks Bedste, Kulinarisk VM eller Sukkertoppen på TV2.

Stå frem som fagmanden

Diverse bagerprogrammer og kendte kokke har gjort brød og kager til noget, folk snakker om og interesserer sig for. Det er fantastisk for vores branche. Men det betyder, at vores kunder forventer at finde fagekspertise bag disken, så vi har valgt, at en af os altid er her.



”
FOR OS ER MAN EN GOD
LEVERANDØR, NÅR MAN ER LIGESÅ
OPTAGET AF SIT PRODUKT, SOM VI ER
– OG IKKE BARE EN MELLEMHANDLER



dem. Det var tydeligt, at bagerbutikken trak kunder til fra et stort opland, og at nogle af disse besøgte os, når de alligevel var på de kanter. Da Brød & Co. lukkede, blev vi bange for at miste et trækplaster til området, så vi kiggede på hinanden, nikkede og sprang ud i det.

– Det var en stor fordel, at udlejeren af brødbutikken også ejede maskinerne, der var der. Vi skulle bare skrive under, og så kunne vi i princippet begynde at bage med det samme. Det gjorde beslutningen nemmere, at vi ikke skulle bruge tid og penge på at sætte en ny butik i stand.

Hvordan har I fået brødforretningen til at passe sammen med konditoriet? Og giver det ikke en masse ekstra arbejde til jer?

– Vi kalder brødbutikken Brød by Vanilla, så kunderne med det samme ved, hvad de kan forvente af kvaliteten. Bageriets fire medarbejdere kører butikken helt selvstændigt, for Jeanette og jeg vil ikke have dobbelt arbejde, bare fordi vi har to butikker. Det er også sjovere for dem, at de selv driver det. Og det går forrygende godt derovre; omsætningen vokser konstant, og konceptet med 100% surdej og økologi er et hit.

I tilbyder kurser i kunsten at lave chokolader. Gider kunderne godt det?

– Ja, kurserne er blevet kæmpestort for os! Fra efterårsferien og frem til jul kunne vi lukke butikken og leve af at afholde kurser i fyldte chokolader og flødeboller. Det er typisk firmaer, der gør et chokoladekursus til en del af et personalearrangement, men vi får også besøg af familier og polterabender.

– Vi har mellem fire og ti kurser om ugen med op til tyve deltagere pr. hold. Nogle gange tager vi ud til firmaer, hvis der er flere, end vi har plads til i vores køkken. Kurserne ligger altid sidst

på dagen, hvor vi er færdige med at producere til butikken, og på den måde udnytter vi vores tid og køkkenets kapacitet godt.

Man kan ikke undgå at bemærke de mange diplomer, der hænger på væggene. Flere gange "Danmarks Bedste" blandt mange andre hædersbevisninger. Betyder konkurrencer meget for jer?

– Ja, vi elsker at konkurrere, og vi deltager i alt det, vi kan slippe afsted med. For os handler det om oplevelser og ideer. Jeg er dessertkok på kokkelandsholdet, og når vi har været ude i verden for at give den hele armen, fx til Kulinarisk VM, kommer jeg hjem med masser af ny energi og hovedet fyldt med ideer.

– Faktisk er en af de største sællerter i butikken resultatet af en konkurrence. For nogle år siden vandt vi sølv ved Danmarks Bedste med en sort kranssekage, som var ret fræk og nyskabende, men som alligevel blev et hit blandt vores kunder bagefter. Den er stadig en af de kager, vi sælger flest af.

– Kulturen omkring konkurrencer er ikke særlig stærk i Danmark, og det er synd. Der er så meget at hente i at være med, eller bare kigge på. Ja, tit går vi til ekstremterne i kampen om medaljer, men der er altid nogle ideer, der bliver siddende i baghovedet: "Det her kunne jeg godt bruge derhjemme".

I har valgt CBP som leverandør.

Fungerer det godt for en nicheforretning som jeres?

– Ja, det fungerer perfekt. Vi er nemlig enige med CBP om, at kvalitet kommer før alt andet. For os er man en god leverandør, når man er ligeså optaget af sit produkt, som vi er – og ikke bare en mellemandler.

– CBP's andet store fortrin er, at de hjælper med alt det, der ligger uden om råvarerne. ■



PODCAST:

SPRØD DIREKTE I DINE ØRER

Nu er det blevet nemmere for dig at følge med i, hvad morgendagen i bagerbranchen bringer.

Udover SPRØD Podcast kan du også finde et helt onlineunivers på cbpbager.dk. Det er fyldt med faglig inspiration, trends og tendenser, kampagner - og alle SPRØD magasinerne i online versioner.

Hos CBP bestræber vi os hele tiden på at levere relevant og nærværende viden og inspiration til dig, der hvor du er. Vi udvikler løbende nye løsninger, som kan hjælpe dig i en travl hverdag; fx SPRØD Podcast.

Med SPRØD Podcast får du gode historier i ørerne og bliver inspireret indenfor bageri, når du arbejder selv eller i forbindelse med transport eller træning, eller derhjemme mens du ordner praktiske gøremål. For det er trods alt nemmere at lytte end at læse. Det har mange

danskere opdaget i løbet af de sidste par år. I 2019 har hver anden dansker prøvet at høre en podcast, og hver fjerde gør det månedligt*.

Spar tid med SPRØD Podcast

Ligesom SPRØD Magasin handler det om at servere et godt fagligt input, der skal udvikle og inspirere os. Problemet er vores tid, eller manglen på samme. Det er her, teknologien kan hjælpe os, for med podcast er der en mulighed for at udnytte tiden bedre. Lyt til artiklerne fra SPRØD, mens du har hænderne fri til arbejdet i bageriet, leverer varer eller an-

det. I podcasten vil du finde versioner af bager-til-bager artiklerne, trends, temaer, artikler om bæredygtighed og nyt fra CBP Premium Pro.

Kom godt i gang

Du kan lytte til podcast fra din smart-phone, ipad eller computer. Det smarte ved at lytte til podcast gennem en app på din telefon er, at du kan lave noget andet imens. Du kan finde SPRØD Podcast på appen Radioplay eller gå på cbpbageri.dk, hvor vi har lagt alle lydklip under området Det digitale univers. ■

Hvad er en podcast?

Podcasting eller podcast er en metode til udgivelse af lydfiler på internettet. Nogle udgivelser er radioprogrammer, som du kan høre, når det passer dig. Andre udsendelser er dokumentarer, samtaler og interviews optaget og redigeret som en del af en serie eller en form for et mundtligt blogindlæg.

*Kilde: Gallup Lokalradio Index via dr.dk

CBP PREMIUM PRO

NYE, SMARTE FUNKTIONER I CBP PREMIUM PRO

NEMMERE AT BESTILLE VARER

Det populære bagerprogram CBP Premium Pro bliver løbende opgraderet med nye funktioner, der gør hverdagen i bageriet lettere.

De seneste opgraderinger i Premium Pro er direkte varebestilling og søgning efter opskrifter, herunder dem, du finder i SPRØD.

Bestil varer direkte fra CBP Premium Pro

Med den seneste opgradering er det blevet muligt at:

- Bestille en opskrift og modtage de nødvendige råvarer.
- Du kan også bestille varer direkte fra produktionsmodulet (modulet i CBP Premium Pro, der viser, hvor meget der skal produceres på en dag/uge/måned).

Dine bestillinger fra CBP Premium Pro bliver øjeblikkeligt opdateret i webshoppen, så du i kurven på webshoppen kan se, om bestillinger kommer fra CBP Premium Pro eller er tastet i webshoppen.

Find opskrifter fra SPRØD

Den anden nyhed er, at du nemt kan søge i vores mere end 1.800 opskrifter og overføre dem, du ønsker, til din egen samling.

Du kan finde opskrifter, også dem fra SPRØD, via billeder, kategorier eller en søgetekst (fx "Skærgårdsrugbrød"). Det er nemt at sortere i søgeresultaterne, eksempelvis hvis du ønsker opskrifter uden særlige allergener.



”

JEG KAN IKKE FORESTILLE MIG EN HVERDAG UDEN

– Vi er meget glade for CBP Premium Pro og bruger det konstant. Alle vores opskrifter er lagt ind, og det betyder, at vi har nem adgang til varedeklarationer, oplysninger om allergener, næringsindhold og hvad vi ellers skal have styr på som bagerforretning. Personalet ved, hvor de kan finde oplysningerne, når kunderne spørger, så de ikke skal fare rundt og lede efter mig eller Ulrik.

– Det at kunne printe deklarationer ud letter også vores hverdag meget. Vi sender varer ud til fire brugere, så der skal laves mange mærkater hver eneste dag, men vi skal blot trykke på en knap, så kører det.

– En tredje stor fordel ved CBP Premium Pro er kalkulationerne. Vi har fået klarhed over, hvad vi bruger af råvarer og arbejdstid på produkterne, og det har hjulpet os til at blive skarpe på såvel ressourceforbruget som prissætningen. Kalkulationsværktøjet er nemt at bruge og gør det muligt at finindstille de små tandhjul i forretningen, som samlet set har stor indflydelse på økonomien.



– Vi bruger CBP Premium Pro til så mange opgaver, at jeg har svært ved at forestille mig en hverdag uden. Umuligt at undvære, hvis du spørger mig!

Betina Bach
Bach'eriet, Allingåbro

”

PREMIUM PRO GØR EN KÆMPE FORSKEL

– For nylig skiftede vi til CBP, og det har været den helt rigtige beslutning. Kombinationen af gode råvarer til fornuftige priser, en tiltalende distriktschef, en dygtig marketingafdeling og så CBP Premium Pro er lige det, vi har brug for.

– Før CBP Premium Pro brugte vi rigtig meget tid på at holde styr på opskrifter, næringsdeklarationer, etiketter osv. Nu har vi lagt de fleste opskrifter ind, og vi kan printe korrekte mærkater ud, når vi har behov for det. Jeg begyndte med småkagerne, for dem sælger vi mange af, og vores etiketter så helt ærligt ikke for smarte ud. Nu spiller vores småkageæsker 100 % med vores logo og alle de oplysninger, loven kræver.

– Det var lettere end frygtet at komme i gang. Frank fra CBP kom forbi og viste os, hvordan vi skulle lægge opskrifterne ind, og efter lidt aftenarbejde fra min side var vi pludselig kommet langt.

– Etiketterne er kun én af CBP Premium Pros mange fordele. Kalkulationsværktøjet er utroligt stærkt, fordi vi nu kan ramme den rigtige pris helt fra begyndelsen, når vi lægger et produkt ind. Det giver os sikkerhed for, at vi tjener nok på de brød og kager, vi sælger. Programmet hjælper os også med at planlægge vores indkøb bedre. Vi har fået et godt overblik over, hvad vi skal bruge, så vi kan købe ind i større mængder og således få bedre rabatter og i sidste ende en bedre økonomi.

– Alt i alt må jeg sige, at det har været givtigt og lærerigt at komme i gang med Premium Pro. Især print af mærkater og kalkulationsværktøjet gør en kæmpe forskel for os.

Kim K. Hansen

Rømø Bageri



Nemt fra idé til bestilling

Med disse opgraderinger af CBP Premium Pro er vejen fra opskrift til råvarebestilling blevet endnu kortere. Du skal blot følge disse fire enkle trin:

- 1 FIND OPSKRIFTEN I VORES BIBLIOTEK I CBP PREMIUM PRO
- 2 OVERFØR OPSKRIFTEN TIL DIN EGEN SAMLING
- 3 BESTIL RÅVARER TIL DET ØNSKEDE ANTAL PRODUKTER
- 4 GODKEND DIN KURV I WEBSHOPPEN



CBIT BAKER APP

MERE SALG MINDRE SPILD

Flere og flere bagere får koblet kasseløsningen CBIT Baker sammen med CBP Premium Pro. Det giver et unikt overblik over forretningen, når data om produktionen og salget kombineres, og når alle informationer er tilgængelige, hvor der er brug for dem.



ET FANTASTISK OVERBLIK

VI BRUGER CBIT BAKER I ALLE VORES BUTIKKER, OG DET GIVER ET FANTASTISK OVERBLIK OVER DE ENKELTE FORRETNINGER OG ANSATTE. DET ER EN STOR FORDEL AT KUNNE STYRE PRISER OG RABATTER CENTRALT I STEDET FOR AT SKULLE UD I DEN ENKELTE BUTIK

Charlotte Bodenhoff
Medejer Bodenhoff

Overblik på din mobil

CBIT Baker App giver dig et hurtigt overblik over forretningen her og nu. Du kan følge omsætningen, se hvor meget der stadig er på hylderne og hvilke medarbejdere der sælger mest. Og meget mere.

App'en er et genialt værktøj til dig, der gerne vil have fingeren på pulsen uden at skulle logge ind på computeren hver gang. Du får den viden, du skal bruge til at kunne træffe hurtige og oplyste beslutninger i løbet af dagen.

Automatisk bogføring

Når kassen lukkes, bogføres dagens omsætning automatisk. Det sparer dig for timers arbejde og fjerner risikoen for tastefejl. CBIT Baker kan integreres med udbredte økonomisystemer som Dinero og e-conomic.

Spar tid og penge på EAN-fakturering

Send fakturaer til offentlige kunder direkte fra kassen. Det tager kun få sekunder, og du kan hurtigt komme videre med dine andre opgaver.

Brug tiden nyttigt

Du kan nemt ændre priser og oprette nye produkter og medarbejdere i systemet. Ændringerne foretages på minutter, og du kan bruge din tid, hvor det for alvor gør en forskel for din forretning.

Brug data til at bestemme, hvor meget du skal bage

CBIT beregner produktionsforslag på basis af det konkrete salg. Det reducerer spildet markant, når du beslutter dine mængder ud fra hårde data frem for bløde fornemmelser. Når du har godkendt produktionsplanen, bestiller du blot manglende varer direkte fra CBP Premium Pro. Nemt og hurtigt.



WENDORFF TÆNKER GRØNT FRA MORGEN TIL AFTEN

BÆREDYGTIG BAGER

Den kendte fynske bagervirksomhed Wendorff har gjort bæredygtighed til hjørnестenen i forretningen. Det har en positiv effekt på omdømmet, arbejdsglæden og evnen til at tiltrække nye medarbejdere.



HVEM

Preben Wendorff

HVOR

Wendorff
i Svendborg,
Odense og Fåborg





”
**I EN TID, HVOR REKRUTTERING AF
 DYGTIGE MEDARBEJDERE BLIVER
 MERE OG MERE VANSKELIG FOR
 MANGE BAGERE, ER BÆREDYGTIG-
 HED ET STÆRKT VÅBEN**

At tænke bæredygtigt har altid været naturligt for Preben Wendorff. Den fynske bagermester med fire bagerier fordelt på Odense, Faaborg og Svendborg begyndte allerede for to årtier siden at eksperimentere med økologi, og i dag er forretningen nået meget langt med at blive økologisk på alle fronter.

– Vi var tidligt ude med økologi. Også for tidligt, fandt vi ud af. I 1999, hvor vi første gang forsøgte os med økologisk brød, var kunderne ikke klar til det. De få frontløbere, der var indstillet på at betale ekstra for økologien, kunne tælles på meget få fingre. Så vi trak os hurtigt igen. Det var i øvrigt også svært at få de rigtige råvarer dengang, fortæller Preben Wendorff.

– Jeg kunne dog ikke slippe tanken om at gøre min forretning mere bæredygtig, og heldigvis er der sket meget hos både forbrugere og leverandører siden da, særligt i de seneste år. Og i dag kan vi med god samvittig kalde os selv en bæredygtig bager!

Jo mere lokalt, jo bedre

For Preben Wendorff handler bæredygtig-

hed om alt det, man gør i virksomheden. Det er ikke nok at have de rigtige mærkater på råvaresækkene.

Han forklarer det således:

– For os giver det ikke mening at hente økologiske produkter i Kina. Den lange transport belaster kloden, og det er ikke de sparede småører værd. Her i Danmark har vi masser af dygtige producenter, som ikke alene tilbyder råvarer af høj kvalitet, men som også ligger lige om hjørnet.

– Vi har fundet en række gode lokale leverandører, blandt andet det lille fynske økolandbrug og -mølleri Kragegården, hvor de dyrker specielle kornsorter og selv formaler dem. Deres mel er ganske vist ikke markedets billigste, men det giver brød med en fantastisk smag og krumme, som kunderne gerne betaler ekstra for. De er blot én af en lang række lokale producenter, som nu leverer til vores bagerier.

Ud med buræggene

I dag står der "økologisk" på alle de æg, Wendorff bruger. Skalæggene købes direkte fra en økologisk landmand på Fyn, mens CBP leverer de pasteuriserede æg.

– Vi kunne spare et pænt beløb hvert år, hvis vi valgte de billige buræg. Men jeg betragter det som en investering i sundhed, fremtiden og ikke mindst den gode historie, at købe økologiske æg. Og det er en investering, som er det hele værd, siger Wendorff.

Strømmen leveres af vinden

Preben Wendorff kigger som sagt på hele forretningen, når det gælder bæredygtighed. Al belysning i Svendborg-bageriet er blevet udskiftet til LED, og strømmen til alle fire bagerier kommer fra vindmøller.

– Vi kan gøre endnu mere for at spare energi, siger han. – I øjeblikket undersøger vi muligheden for at skifte vores varebiler til elektriske modeller. Vi håber snart, at bilerne på markedet er driftssikre nok, og når dét sker, er vi klar. Forhåbentligt bliver det her i 2020.

Også resterne gør gavn

Det er umuligt at undgå affald og overskudsprodukter i en bagerforretning, og det handler om lade det komme til nytte på en eller anden måde.



Kristian Andersen fra økomølleriet Kragegaarden i Ringø

OGSÅ LOKALE LEVERANDØRER

Udover hos CBP køber Wendorff råvarer hos en lang række lokale producenter, blandt andre:

- Mel fra økomølleriet Kragegaarden
- Økologisk ølandshvede dyrket på Steensgaard
 - Ost og smør fra Kirkeby Trane
- Frugtsaft fra små fynske leverandører som Gaardmøsteriet og Nybro frugtplantage
 - Honning fra bistader på Fyn
- Friske bær og frugter fra fynske bæravlere, når sæsonen tillader det

”

JEG BETRAGTER DET SOM EN INVESTERING
I SUNDHED, FREMTIDEN OG IKKE
MINDST DEN GODE HISTORIE,
AT KØBE ØKOLOGISKE ÆG

– Efter at have overvejet det nøje fravalgte vi Too Good To Go. Vi følte, at vi ville gøre vores trofaste, betalende kunder til grin, hvis vi solgte resterne billigt efter lukketid. Derimod har vi valgt at forære vores restprodukter til en række væresteder og institutioner i vores område – den løsning har vi det godt med.

– Desuden sorterer vi alt affald, og det organiske bliver til dyrefoder og råstof i biogasanlæg. På den måde prøver vi at få mest muligt ud af alle vores ressourcer, siger Preben.

Kunderne sætter pris på det

Efter at have været foregangsvirksomhed inden for bæredygtighed, er Wendorff efterhånden nået dertil, hvor kunderne for alvor værdsætter det.

– Der er sket et stort skifte i kundernes holdning til bæredygtighed. For ikke så mange år siden var prisen altafgørende for det fleste, men i dag vil mange gerne betale lidt mere for den gode smag og den gode samvittighed. Vi tager omkring 10% ekstra for vores økologiske brød, og omsætningen bare stiger og stiger.

– Jeg skal dog indrømme, at vi stadig ikke er gode nok til at fortælle vores kunder om alt det, vi gør. Her vil vi gøre en ekstra indsats, og så er jeg sikker på, at vi vil få endnu mere ud af vores anstrengelser med at blive bæredygtige.

Giver flere ansøgere

I en tid, hvor rekruttering af dygtige medarbejdere bliver mere og mere vanskelig for mange bagere, er bæredygtighed et stærkt våben. Det har Preben Wendorff erfaret.

– Vi har let ved at tiltrække ansøgere til vores ledige job, og det er tydeligt, at vores bæredygtige profil giver os pluspoint som arbejdsplads. De nye generationer af medarbejdere går meget op i den slags, fordi de ønsker at arbejde med noget godt og meningsfuldt. ■



NYHEDER

SKØNNE CROISSANTBOLLER – TIL SØDT & SALT

Croissantbollen er et spændende nyt produkt fra Bridor. Den er lavet af croissantdej efter Bridors klassiske croissant-opskrift med masser af smør og gode råvarer, der sikrer en sprød skal og en lækker blød midte. Den runde form giver en masse anvendelsesmuligheder i det lune og kolde køkken og er et anderledes produkt i din montre sammen med dit øvrige to-go sortiment.

Brug croissantbollen som en lækker sandwich eller burger til de kunder, der skal have en frokost to-go. Lav en flot

kage med creme og bær eller brug bollen som en fristende dessert. Kun fantasien sætter grænser.

Croissantbollen er frossen, forhævet, strøget med æg og klar til at bage. Placer bollen i formen (medfølger i pakken) og lad den tø i ca. ½ - 1 time ved stuetemperatur. Herefter bages den i ca. 15 min. ved 165 - 175 grader.

Varenr. 2126 · Croissantballe 85 g · 50 stk./krt.

Spørg din distriktschef efter mere information og inspiration.

NYT FRA CBP NONFOOD

INDPAKNINGEN SÆLGER VAREN

En stor europæisk undersøgelse viser, at omkring 60% af alle indkøbsbeslutninger tages ved butikshylderne*, så vær kritisk, når du vælger emballager til dine produkter. Er de indbydende med blikfang og stoppeffekt, der frister kunden, vil du opleve større salg med flere impuls køb.

*Kilde: Nielsen Innovation Practice

BAGT MED KÆRLIGHED

CBP har udviklet en fin ny 'Bagt med Kærlighed' etiket, der giver dine præpakkede produkter et flot blikfang samt adskiller dem fra detailhandlens sortiment. Etiketten fås i to størrelser, ø45 og ø74mm.

Varenr. 50685 · Etiket "Bagt med kærlighed" Ø45 mm · 250 stk.

Varenr. 50686 · Etiket "Bagt med kærlighed" Ø74 mm · 250 stk.



Super anvendelig etiket til poser, bøtter og æsker.



COFFEE TO-GO

CBP har sendt en ny singlewall kop i nyt design på gaden. Koppen er fremstillet med enkeltlags væg, hvilket betyder en billigere afgift. Til meget varme drikke anbefaler vi at vælge doublewall koppen fra CBP. Designet er enkelt og stilrent, holdt i klassiske sorte og grå farver.

CBP Varenr. 48361 · CBP Kaffebæger single-wall "Verdenskort" 8oz/22CL · 1.000 stk.

CBP Varenr. 48362 · CBP Kaffebæger single-wall "Verdenskort" 12oz/35CL · 1.000 stk.



SMUKKE KAGER MED 'GODE FORME'

Så er der rig mulighed for fremstilling af smukke kager med en ny udgave af tærteringen. Sammen med ringen følger en rund silikonemåtte til fremstilling af fx fromagetop til kagen, så den bliver ekstra smuk og delikat. Tærteringen er lavet af non-stick termoplast – et nyt materiale, der giver perfekt afbagning.

Varenr. 50772 · Tærtering sæt Ø210 mm



Måske har du en Facebook-side eller Instagramkonto, som du haft en god rum tid. Den er spækket med dit lækre bagværk, gode tilbud og små videoer. Alt det, som de smarte siger virker på sociale medier, og som du ser dine kollegaer og konkurrenter gøre. Så egentlig burde likes vælte ind i stride strømme, kommentarerne komme susende og kunderne få dit lækre bagværk af hylderne. Det sker bare ikke.

FÅ MERE UD AF DE SOCIALE MEDIER

TAG INSTAVÆRDIGE BILLEDER DER SÆLGER

af Louise Lyshøj, Madbloggen Louiogbearnaisen

Virkeligheden er måske nærmere sådan, at du overvejer, om du egentlig bare spilder din allerede sparsomme tid online, om du er kommet for sent til festen og der ikke er plads til flere online, eller du bare ikke har "det" på sociale medier.

Du bruger oceaner af tid på din online tilstedeværelse. Facebook, Instagram – det skulle jo virke her i 2020, men det rykker bare ikke. Dit bagværk og dine produkter er fantastiske, men du bliver ikke set i mængden.

Gode billeder kræver ikke talent

Er det dig, så hæng ved. Det her er nemlig min historie. Jeg har selv været der, hvor jeg opgivende trak store totter af hår ud i frustration over ikke at kunne knække koden.

Da jeg startede mit online brand Louiogbearnaisen.dk, for 10 år siden, begyndte jeg også fra nul. Ingen følgere. Ingen sidevisninger. Ingen kunder. Ligesom alle andre.

Efter et par år begyndte blogging og sociale medier at blive populært og mine

madbilleder var ret dårlige i forhold til alle andres. Okay, lad os bare være helt ærlige her; mine fotograferings- og foodstylingsevner var ikke-eksisterende.

Vi starter alle et sted. Så sidder du nu og tænker: "Det er også fordi hende Louise har haft bedre forudsætninger end jeg har", eller: "Nogle har bare det talent for foodstyling", så er det nu, du tager et kig på de gullige madbilleder her eller svinge forbi louiogbearnaisen.dk og tage et kig tilbage i mit opskriftarkiv, og så vil du ret hurtigt tænke; "Okay, det her kan jeg virkelig også gøre."

Selv med syn for sagen, så insisterede jeg stædigt på: "Hvis bare mine opskrifter er gode, så er billederne jo ligegyldige. De er spild af tid."

Hurtig og effektiv visuel formidling

Mens jeg burde have taget madbilleder, som passede til mit brand, sad jeg og mulede med korslagte arme. Skråsikker på, at alle andre var galt på den. Også magasiner og kagebøger. Faktisk især dem. Madbilleder? Fuldstændig ligemeget. Min opskrift med 47 ingredienser er bragende god.

Og ingen kunne gennemskue den. Fordi en opskrift, et produkt, en kampagne eller et tilbud kan ikke stå alene. Hverken på en blog, Facebookopslag, webshop, Instagram-post eller i en projektpræsentation.

Der er en grund til, at fødevarer virksomheder, supermarkeder, magasiner og kagebogsforlag smider mange, mange tusinde kroner efter madfotografer og foodstylist. Du er nødt til at skære det ud i pap for din målgruppe, og det er hurtigst og mest effektivt at gøre visuelt.

Meget få mennesker kan (og gider) gennemskue din opskrift, produkt, kampagne eller event, hvis du ikke formidler det hurtigt og visuelt.

Gør et god første indtryk online

Facebook og Instagram virker – det er de mest effektive og billigste reklameplatforme, som du skal bruge til at hive os ind i din forretning. Men det kræver, at du bruger platformene rigtigt.

Dine madbilleder er dine kunders første møde med dig og din forretning online. Det allerførste vi ser og som vi, ubevidst kritisk, vurderer dig på. Dit bagværk og

kager kan være enestående og din tekst fuldstændig genial, men det er dine madbilleder, som lokker os ind og får os til at blive hængende. Dem som får os til at dele dig, helt gratis, med venner, kollegaer og familie og potentielt får os til at svinge forbi butikken for at investere i dit bagværk.

Sagen er bare, at du har kun 1/10 af et sekund til at få dine kunders opmærksomhed og "sælge" dit brand, dit bagværk. Får du ikke sat krogeren i os med det samme, så er vi på et splitsekund scrollet videre til konkurrenten.

Det betyder, at manglende eller halvlunkne madbilleder er den største forhindring mellem dig og dine kunder/besøgende.

Efter år med stagnerende besøgstal og en følelse af, at jeg druknede i mængden online hankede jeg op i mig selv og begyndte at fokusere på mine madbilleder.

Og siden har jeg undervist både selvstændige, virksomheder, studerende på videregående uddannelser og tusindvis på mine onlinekurser.

Fordi jeg selv spildte alt for mange år med at skule til mine konkurrenter, tro på at jeg aldrig kunne tage de gode madbilleder og bilde mig selv ind, at sociale medier var overvurderet. Tid jeg i stedet skulle have brugt på at fylde mine platforme med madbilleder, som kunne arbejde for mig.

Gode madbilleder SÆLGER

Gode madbilleder er dit stærkeste våben til at blive set online. Vil du ses i 2020 og skille dig ud i feedet, så er du nødt til at krudte op for dine madbilleder. Et gulligt snapshot af et rundstykke gør det ikke mere. Heller ikke selv om trenden om det "autentiske og uperfekte" brager løs.

Instagram og Facebook-algoritmerne ændrer sig. Det bliver sværere og sværere at få forbrugernes opmærksomhed. Vil du ses og hive likes til dig, så kræver det bare lækkert indhold – ved hver deling. Kort sagt: Kan du gøre mig sulten? Kan du få mig til at hive kluden til mundvandet frem? Få mine søde tænder til at rasle og maven til at rumle højlydt, mens jeg scroller derudaf, så trykker jeg "like", "følg" eller "køb".

Gode madbilleder sælger bedre, end du kan forklare dit produkt.

3 eksempler

En tekst med "3 onsdagssnegle for 30 kroner." Eller et billede af en plade onsdagssnegle liggende på en bagerist, som lige er hevet ud af ovnen, så vi ved de er helt friske og saftige.

Det kunne også være en snegl i hånden på en medarbejder og kaffe i den anden hånd, så vi nemt ser os selv stå med molevitten og får ustyrligt behov for også lige at få købt en kop kaffe med, når vi køber sneglene.

Et billede af et rugbrød og en tekst med indhold. Eller et billede med et rugbrød på et spækbræt med et viskestykke ved siden af, hvor der lige er skåret et par skiver, som hængt ligger ved siden.

Konkurrencen om vores opmærksomhed bliver kun hårdere, så skær det ud i pap for os med visuelt indhold. Med gode madbilleder, som også gerne taler til vores behov, bekymringer og indvendinger – de skiller dig ud og er afgørende for, at dine produkter og din forretning bliver set og valgt online.

Det er jo meget godt, men hvordan fikser du de madbilleder? Du har måske allerede prøvet, tvivler på dine tekniske evner, er bekymret over, om dit kamera nu er godt nok og bare synes, at madfotografering virker som et talent, du ikke har.

Sæt tid af og bliv belønnet

Gode madbilleder til sociale medier kræver hverken medfødt talent, dyrt udstyr eller timer bag et kamera. Den er god nok: Du behøver ikke dyrt kamera, smart objektiv eller et kæmpe vindue for at tage gode madbilleder.

Et ganske almindeligt vindue og et 10 år gammelt spejlreflekskamera eller, næsten endnu bedre, din smartphone, kan give dig de bedste instaværdige madbilleder, som skiller sig ud i feed'et og får os til at stoppe med at scrolle. Alle kan lære at tage madbilleder, som skaber resultater – også dig. Med enkle teknikker kan du tage dine madbilleder fra snapshot til "hvor-kan-jeg-trykke-følg"-madbilleder, der gør massivt indtryk på os.

Kræver det noget tid og øvelse? Ja, men det er en investering, som gør en markant forskel for dig og for dine kunders lyst til at svinge forbi din forretning. Dine madbilleder kommer til at arbejde for dig 24/7. Giv din forretning de bedste forudsætninger i branchen. Skab et optimalt møde med din kunde eller besøgende fra første glimt eller besøg – du får ikke endnu en chance for at gøre et godt førstehåndsindtryk.



Før



Efter



Før



Efter



LOUISE LYSHØJ

Står bag brandet, appen og madbloggen Louiogbearnaisen, fotograferer og food-styler professionelt, samt driver en digital kursusvirksomhed, hvor hun hjælper selvstændige og virksomheder med at skabe resultater gennem fotografering, foodstyling og online markedsføring.



SÅDAN TAGER DU BEDRE MADBILLEDER PÅ REKORDTID

1. Fotografér ved et vindue med dagslys

Lys er det vigtigste i fotografering og det, som ødelægger langt de fleste madbilleder. Sluk for det gullige lys fra loftlamperne, sus hen til et vindue og brug det naturlige, gerne grå, dagslys.

2. Sluk for din flash

Sluk for flashen og brug i stedet det naturlige lys, som får bagværket til at hive likes til sig.

3. Vælg den rigtige baggrund

Den sætter scenen, fremhæver maden og gør forskellen i dit madbillede. Det betyder, at du skal undgå den gullige træbordplade og bruge en mere neutral baggrund i en kølig tone.

4. Træd et skridt tilbage

Du vil gerne have, at vi får set alle lagene i moussekagen, så du fotograferer ofte helt tæt på. Men rigtig mange smartphones har svært ved at få billeder helt skarpe sådan. Træd et skridt tilbage, så du får knivskarpe madbilleder og samtidigt får hele produktet med.

5. Tjek dine linjer

Undgå det snapshot-lignende skråbillede, træd i stedet et skridt tilbage og sørg for, at de vandrette og lodrette linjer er helt rette. Det kan vores øjne bedst lide.

6. Blød dine skygger op

At reflektere lyset kan hæve langt de fleste madbilleder et niveau. Det vil sige dagslys på den ene side, reflektor på den anden. Brug låget fra en flamingokasse eller et stykke hvidt pap.

7. Hold dit billede enkelt og lad motivet få fokus

Dit bagværk, dit produkt er det vigtigste i dit billede og det motiv, som skal fremhæves. Hold dit billede enkelt og tjek både din scene og din baggrund. Er der forstyrrende elementer? Noget, som gør billedet rodet at se på?



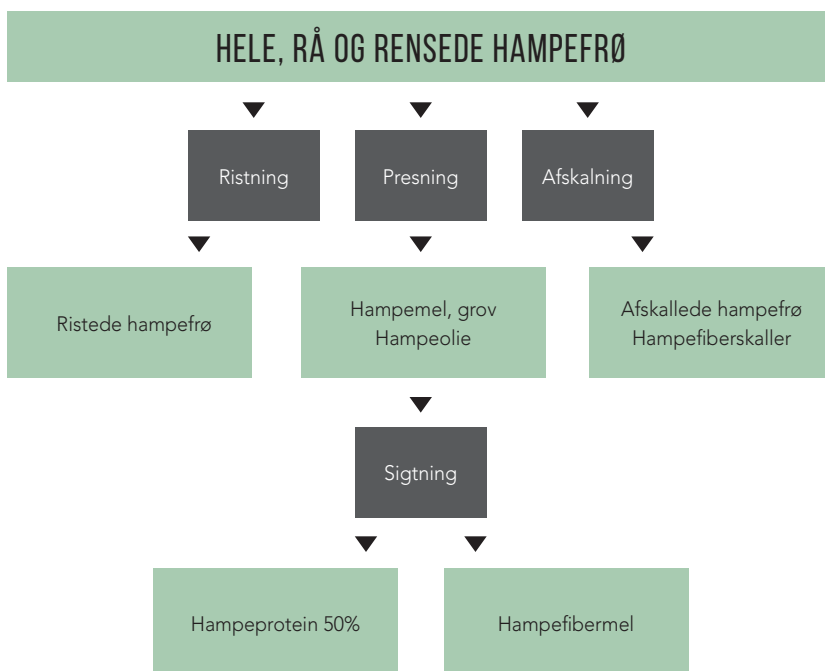
NYHEDER

HAMP

Hamp er en gammel afgrøde, som er blevet anvendt til meget forskelligt igennem mange tusinde år. Når hamp er specielt velegnet i fødevarer, er det på grund af dens ernæringsmæssige fordele. Hamp er nemlig en kilde til protein og har et højt indhold af fiber og omega-3-fedtsyrer.

VIDSTE DU AT:

- Hamp er naturligt glutenfri og er derfor særdeles velegnet til dig som bager glutenfrie eller gluten-reducerede produkter
- Der findes flere forskellige hampesorter. Møllerup Gods dyrker en industriel hamp, som kaldes Finola.
- Hamp anvendes både til fødevarer, medicin, tøj, bygninger, biler mv.



PRODUKTNYHEDER

Hamp er en bæredygtig afgrøde, hvor både den konventionelle og den økologiske dyrkes uden brug af pesticider. Da den dyrkes i Danmark, transporteres den ikke så langt. Hvis du ønsker produkter med smag og struktur, og som udgør et mere bæredygtigt alternativ til fx chiafrø, så er hampefrø det rigtige valg.

I CBP har vi valgt at lancere fire hampeprodukter:



NØDDELIGNENDE SMAG

Økologisk hampemel er fra naturens side 100% glutenfri og med højt fiberindhold, og en kilde til protein med et lavt indhold af kulhydrater. Hampemel er lavet af pressede hampefrø, der er drænet for olie, og som har en nøddelignende smag.

Varenr. 33202 · Øko Hampemel, fin · 10 kg



GODT ALTERNATIV TIL FRØ OG KERNER

Økologiske hampefrø er hele rå hampefrø, som kun har gennemgået børstning og rensning, inden de pakkes. De er et godt alternativ til andre typer af frø og kerner i alle former for brød, knækbrød, boller og müsli. Hampefrø har et højt indhold af omega-3-fedtsyrer og sammenlignet med fx hørfrø indeholder hampefrø ca. 1/3 mere fiber.

Varenr. 33203 · Øko Hampefrø, hele · 10 kg



VELEGNET TIL TOPPING

Afskallede hampefrø er hampefrø uden skal. Smagen er rund, blød og nøddelignende. Frøene er meget velegnede i brød og som topping på brød, smoothie bowls, grød eller dine kager, når de skal have lidt "kant".

Varenr. 33204 · Hampefrø, afskallede · 10 kg



KNASENDE STRUKTUR

Økologiske hampfiberskaller er et grovpulver, som er fremstillet af skallerne fra frøene. Pulveret har en knasende tekstur og er en måde at udnytte hampefrøene på, som dermed bidrager til reducere af madspild.

Varenr. 33205 · Øko Hampfiberskaller, fint · 10 kg

MESTER JACOB FOKUSERER PÅ SIN BUTIK

DET SKAL VÆRE EN OPLEVELSE AT BESØGE OS

Er der en attraktiv fremtid for håndværksbagerere i de mindre byer? Hadstens eneste bager siger "ja!" og fortæller, hvordan man skaber den ved at udvikle sin kerneforretning.



Borgerne i Hadsten har fået et nyt samlingspunkt. Bagerforretningen Mester Jacob har godt nok ligget i byen gennem næsten to årtier, men nu er den flyttet til nyopførte lokaler, hvor der er blevet plads til en stor, flot butik med inden- og udendørs cafe, et køkken og ikke mindst et bageri med plads til armbevægelser.

SPRØD besøgte parret bag Mester Jacob til en snak om arbejdsglæde, forretningsudvikling og proteindrikke.

Det er ikke mange måneder siden, I åbnede her i spritnye lokaler. Er det ikke en stor satsning?

– Jo, økonomisk er det naturligvis en voldsom mundfuld, men vi kunne simpelthen ikke være i de gamle lokaler længere. Vi havde tre etager, hvor hver centimeter var fyldt med mennesker, råvarer og maskiner, og vi var nødt til at finde et sted med bedre plads og bedre indretning, hvis vi skulle udvikle forretningen. Det endte så med, at vi byggede nyt, da vi fik muligheden her midt i byen.

Udvikle forretningen? Hvad ville I gerne?

– Først og fremmest ville vi gerne have mere plads i bageriet og butikken. Især konditorafdelingen havde brug for flere kvadratmeter at boltre sig på. Men vi ville også gerne have et køkken, så vi kunne

drive en rigtig café med brunch, frokostretter og mad ud af huset.

– Vi havde mange overvejelser om det med caféen. Hadsten har omkring 8000 indbyggere, hvoraf mange pendler ud af byen til arbejdspladser i Århus og Randers, så det var ingen selvfølge, at det ville blive en succes. Men indtil videre er det gået godt, faktisk overraskende godt.

– Omkring 30 % af omsætningen kommer nu fra cafékunder, og vi kan se, at caféen giver et mere jævnt flow i butikken gennem åbningstiden, netop fordi man kan slå sig ned og sidde en halv time med sin morgenkaffe, frokostsandwich eller efter-



”
**KUNDENS GLÆDE OVER DET
 PRODUKT, VI HAR GJORT OS
 SÆRLIGT UMAGE MED, ER
 HELE INDSATSEN VÆRD. SÅ ER
 DET SKØNT AT VÆRE BAGER!**

middagskage. De lokale bruger bager-caféen til venindekaffe, små fødselsdags-selskaber og til at holde den lille pause i løbet af dagen.

– Det giver god stemning i butikken, at der altid er kunder, snak og en duft af frisklavet kaffe. Og den stemning smitter af på omsætningen.

Jamen, hvad er du da?

Caféjer eller bagermester?

– Indrømmet; jeg ville da hellere sælge ti brød end ti milkshakes, men det er sådan, det er. Hvis man vil have kunder i butikken, særligt de unge, må man lytte til, hvad de vil have. Det var en større

overvindelse at indse, at vi måtte købe en ordentlig og større kaffemaskine, men det har i dén grad givet pote. Vi sælger rigtig mange kopper hver eneste dag, og maskinen er forlængst tjent hjem igen. Man er nødt til at udfordre sin egen vanetænkning, hvis man vil have en butik, kunderne elsker at komme i.

– Det var også kundernes indkøbsvaner, der fik os til at ændre åbningstiden. Vi har lagt en time til om eftermiddagen, så vi nu lukker 18.30. Det giver rigtig meget, fordi vi nu fanger mange, der mangler noget nemt og lækkert til aftensmaden. Særligt kommer der en del unge ind efter træning i det fitnesscenter, der ligger lige

HVEM

Anette Christoffersen
 Jacob Overgaard

HVOR

Mester Jacob
 i Hadsten



om hjørnet. De er sultne på det tidspunkt, og de styrer direkte mod sandwichbaren, hvor de også køber juice, smoothies og proteindrikke.

– Rygtet om at vi havde længere åbent spredte sig lynhurtigt, og vi nåede ikke at gøre reklame for det. Dér ramte vi igen et centralt behov hos kunderne.

Det virker til, at I har ramt den rent med jeres nye butik. Hvilke udfordringer står I med i dag? For alt kører vel ikke perfekt?

– Den helt store udfordring er at finde medarbejdere til bageriet. Dygtige svende og lærlinge hænger ikke på træerne, og når man ikke ligger i en større by, er det ekstra svært. Det betyder, at en af vores vigtigste opgaver er udvikle arbejdspladsen, så den bliver endnu mere attraktiv for de unge.

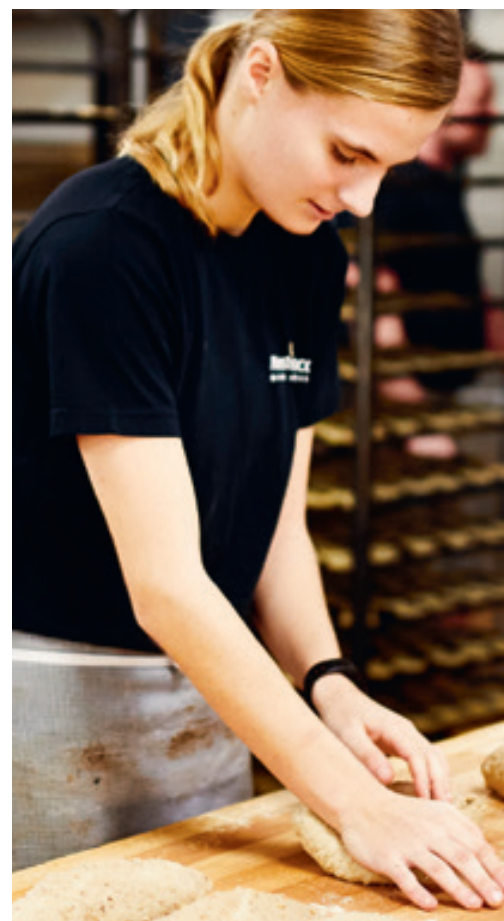
– Vi lægger os i selen for at gøre det interessant og udfordrende at arbejde hos os, uanset hvor meget erfaring man har. Ofte spørger vores konditor, om hun "kan få lov til at lege i dag", og det siger vi altid ja til, for medarbejdernes kreativitet må man aldrig kvæle. I det hele taget forsøger vi

at fremme selvstændigheden, fordi det er dér arbejdsglæden kommer fra – ikke fra en stresset chef, der synes, han skal styre alt, fordi han ikke stoler på sine folk.

Hvor vigtig er arbejdsglæden?

– Arbejdsglæde er et nøgleord for Anette og mig. Vi gør det, vi synes er sjovt og giver mening for os, og vi jagter ikke omsætning for omsætningens skyld. For eksempel nyder vi at lave bryllupskager, fordi her kan vi folde os ud som fagfolk og gøre ekstra ud af oplevelsen for kunden. Kundens glæde over det produkt, vi har gjort os særligt umage med, er hele indsatsen værd. Så er det skønt at være bager.

– Vi prøver at sprede vores begejstring til hele huset. Jeg skulle mene, at det lykkes meget godt, for medarbejderne bliver her typisk i mange år. Fire af dem har været med siden starten i 2001. At have en stabil kerne af erfarne medarbejdere betyder, at vi ikke behøver at styre alle detaljer i dagligdagen. Folk kan tænke selv, og vi har fuldstændig tillid til, at de træffer fornuftige beslutninger på egen hånd uden vores indblanding.





OM MESTER JACOB

Jacob Overgaard åbnede Mester Jacob i 2001, da han overtog en eksisterende bagerforretning i centrum af Hadssten. I september 2019 flyttede bageren fra de tre upraktiske etager til nyopførte lokaler ved byens sundhedscenter få hundrede meter derfra. Her råder Mester Jacob over 750 m², heraf 500 m² til bageriet og hele 130 m² til butik og cafe. Bageriet beskæftiger 35 medarbejdere inklusiv otte svende og to lærlinge. Der er 24 siddepladser i caféen, og yderligere 25 udendørs pladser i sommerhalvåret.



”

HVIS MAN VIL HAVE KUNDER I BUTIKKEN, SÆRLIGT DE UNGE, MÅ MAN LYTTE TIL, HVAD DE VIL HAVE

Hvad ellers bruger I ikke tid på?

– Jeg gider ikke køre rundt med brød, for det er bare træls. Du bruger kostbare timer på at sidde i en bil for at levere noget, du ikke engang får lov til at sælge til slutkunden – og som du ofte ikke tjener det store på. Ja, det kan måske holde svende og ovne beskæftiget, men du går ikke glad hjem fra arbejde af dén grund.

– Desuden tager mange leveringer ud af huset fokus fra det vigtigste, nemlig butikken. Når vi bliver på vores egen matrikel, kan vi iscenesætte det gode bagværk rigtigt og give kunderne den komplette "Mester Jacob-oplevelse".

Hvordan finder I inspiration til den imponerende udvikling, som Mester Jacob har været igennem?

– Jeg er konstant på udkig efter nye ideer. Jeg er fast deltager i en erfa-gruppe med fire andre jyske bagere, og samtidig tager jeg gerne med på CBP's inspirationsture til udlandet. Det er på mine korte og længere ture væk fra æl-tebordet, at jeg får de ideer, der former forretningen. Ikke bare nye opskrifter, men også ideer til butiksindretning, hvordan man arrangerer et varespejl osv.

– For eksempel har vi nu placeret cookies henne ved sandwichbaren, fordi mange frokostkunder godt kan fristes til en lille "dessert", mens de venter. Dét havde jeg nok ikke selv fundet på, og derfor er det så vigtigt at komme ud og se, hvordan andre gør.





Hvilken forskel gør det at have CBP som partner?

– Vi køber stort set alle vores varer hos CBP. Samarbejdet begyndte, fordi vi havde en god kemi med distriktschefen, og siden er alt det andet faldet på plads. Vi har stor glæde af CBP Premium Pro, fordi det gør det helt enkelt at oplyse kunderne om vores produkter. Næsten alle opskrifter er lagt ind i programmet, så kan vi printe labels med et tryk på en knap. Det er en stor lettelse i det daglige.

– Vi er særligt begejstrede for de miljøvenlige emballager fra CBP. De ser godt ud og sender de helt rigtige signaler, specielt når vi lægger fotos på Facebook. Vi kunne ikke ønske os en bedre partner, for vi får al den hjælp, vi skal bruge til at bringe forretningen videre. ■



Brug naboerne

Mester Jacob ligger tæt på den lokale biograf, og i fællesskab har de lavet et "kaffe og bio-tilbud" til biografgængerne. Det er særligt populært, når der er seniorbio. En anden nabo er et fitnesscenter, og det gav den ide at tilbyde smoothies, salater og sunde sandwiches til de sultne sportsfolk, der har tømt energidepoterne efter træning.

Snak med andre bagere

Den faglige udveksling af ideer og erfaringer er uvurderlig for Jacob. Han er medlem af en erfa-gruppe og bruger desuden tid på inspirationsture, gerne sammen med CBP. Hans nysgerrighed er drivkraften bag den udvikling, som har gjort Mester Jacob til en moderne og velbesøgt bagerforretning.

Giv medarbejderne frie hænder

En bagermester skal sætte kursen, men ikke være en mikro-manager, der overvåger alle detaljer. De fleste bagerimedarbejdere har masser af ideer og lyst til at gøre en forskel, så giv vide rammer og lad kreativiteten få frit løb. Ikke alene vil forretningen få glæde af det; arbejdsglæden bliver større og ansættelsesforholdene længere – vigtigt i disse tider, hvor gode medarbejdere ikke hænger på træerne.

Begræns antallet af ungarbejdere

Hos Mester Jacob er der kun et par ansatte under 18 år. Det er et bevidst valg, for i Jacobs optik giver det mere værdi at have lidt ældre medarbejdere; de kan typisk lægge flere arbejdstimer og kommer derfor bedre ind i tingene. Resultatet er, at de kan give kunderne en bedre service, hvilket er helt afgørende for oplevelsen af butikken og lysten til at komme igen.

Tænk shop-in-shop

Kunderne har mange valgmuligheder hos Mester Jacob. Ikke bare frister den store disk med brød og kager, der er også en frokostbar, hvor man kan købe juice, salater, sandwiches og andre lette måltider. Og midt imellem finder man is-disken, hvor man kan købe lækkeri, lokalt produceret is – i hvert fald i sommerhalvåret; om vinteren bliver disken fyldt op med hjemmelavede chokolader. De forskellige "øer" giver plads til at anrette produkterne flot og fristende, så kunderne kan fornemme kvaliteten og det gode håndværk.



NYHEDER

ØKOLOGISK TIPO 00 HVEDEMELE

Den nye økologiske Tipo 00 hvede er fint malet efter traditionelle italienske metoder. Den finere formaling og melets naturlige indhold af gluten øger melets evne til at optage vand.

CBP's fagkonsulenter siger, at den er blødere, men sætter sig godt over natten, og at den har et rigtig godt opbag. Farven er for en hvede lidt mørkere, og i smagen er den dybere og rundere. Kombineret med en lækker tekstur og en perfekt sprød skorpe er Tipo 00 en kvalitet, som du bør prøve at bage med, når du vil bage godt brød.

Varenr. 26085 · Øko Hvedemel Tipo 00 · 12,5 kg

”

VI HAR GJORT EN STOR
INDSATS FOR AT MARKEDS-
FØRE DE VEGANSKE KAGER,
FOR DET ER STADIG EN
BEHAGELIG OVERRASKELSE
FOR MANGE KUNDER, AT
BAGERFORRETNINGER
TÆNKER VEGANSK

FRISTELSER MED GOD SAMVITTIGHED

VEGANSKE KAGER, ALLE ELSKER



Det er trendy, lækkert og supernemt at arbejde med. Det giver masser af variationsmuligheder. Ja, der er kun gode grunde til at gå i gang med nyheden CREDI® Cake Vegan.



Alle elsker kage, selv de mest hardcore kostfanatikere. Men for en veganer kan der være langt mellem mulighederne, fordi der som regel er æg, mælk og måske også smør i mange kager.

Nu er det blevet langt lettere for dig at tilbyde veganske lækkerier i din butik. CBP har lanceret kageblandingen CREDI® Cake Vegan, der er plantebaseret og supernemt at arbejde med. Du skal blot tilsætte vand og vegetabilsk olie, og så har du en grundblanding, der kan bruges til en lang række varianter.

Én blanding, mange muligheder

Med CREDI® Cake Vegan kan du lave mange af dine kunders favoritter. Citronmåne, chokoladecake, gulerodskage, drømmekage, blåbærmuffins for blot at nævne de mest oplagte. Bliv selv ved, for så længe du har fantasi, har du variationsmuligheder.

Her er nogle af blandingens mange fordele:

- Du kan tilbyde veganske kager, som du let kan gøre til dine helt egne
- Nem at bruge; du skal kun tilsætte vand og vegetabilsk olie

- Dejlig smag og en saftig krumme
- Masser af variationsmuligheder
- Frysestabil

Veganere stiller også krav til deres kager

At din kage er plantebaseret er blot adgangsbilletten til veganerens tegnebog. Hvis det ene køb skal blive til flere, skal kagen sidde lige i skabet: Smag, kvalitet og konsistens skal være i top og minimum på niveau med resten af dit sortiment. Med CREDI® Cake Vegan har du det perfekte udgangspunkt, og tilsat dit gode håndværk og en mundvandsfremkaldende finish, har du alle chancer for at vinde et vegansk hjerte. Og mange andre ...

Ikke kun for veganere

Husk, at veganske kager tiltaler mange flere kunder end dem, der kalder sig deciderede veganere. Mange danskere skærer ned på de animalske fødevarer og indfører kødfri dage, og for denne store gruppe af "både og-spisende" er lækre og velsmagende veganske kager et attraktivt alternativ, når trangen til noget sødt melder sig.

Så bag løs med CREDI® Cake Vegan og gør dit udvalg attraktivt for de mange forbrugere, der går op i klima, miljø, sundhed og dyreetik. ■



Hvordan er det nu lige...?

Mange mennesker definerer sig selv som vegetarer, veganere eller flexitarer. Men hvad er forskellen?

En vegetar spiser ikke kød eller fisk, men gerne animalske produkter som æg, mælk og ost.

En veganer spiser udelukkende plantebaseret mad og intet, der kommer fra dyr – dvs. ingen æg, mælk osv.

En flexitar spiser overvejende plantebaseret, men kan godt supplere med kød ind imellem.

Dertil kommer en række underkategorier, fx pescetarer (ikke kød, men gerne fisk) og pollotarer (ikke kød, kun fjerkræ).

”

SELVFLØGELIG SKAL VI BAGE VEGANSK

Der er mange kostbevidste kunder i vores nærområde, og vi skulle ikke betænke os i mange sekunder, før vi sagde ja tak til at prøve CBP's nye veganske kageblanding. Vi har siden da eksperimenteret med flere varianter, og vi har især haft succes med citron- og pistaciekagerne.

Vi har gjort en stor indsats for at markedsføre de veganske kager, for det er stadig en behagelig overraskelse for mange kunder, at bagerforretninger tænker vegansk. Vi har brugt skiltematerialer fra CBP i og udenfor butikken samt vores egen facebookside, og det har givet meget fin respons.

Vi har flere konkurrenter inden for kort afstand her i gaden, og vi skal være på dupperne. Som den eneste er vi en selvstændig bagerforretning, og det giver os den store fordel, at vi kan reagere hurtigt og prøve ting af uden at skulle spørge et hovedkontor. Med de nye veganske kager har vi igen vist kunderne i gaden, at det er hos os, man får de friske og bæredygtige nyheder.

Tine Lajer Petersen

Schweizerbageriet, Aarhus

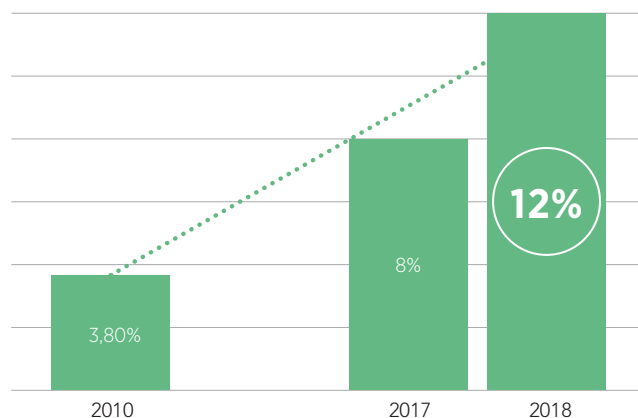


PLANTEÆDERNE KOMMER!

I 2018 spiste hele 12% af danskerne overvejende vegetarisk. Det svarer til 680.000 personer, og det er en tredobling siden 2010.

Der er ingen grund til at tro, at udviklingen stopper her. Særligt klima- og miljøproblemerne vil gøre sit til at få endnu flere danskere til at gå plantevejen, og de forventer, at du som dygtig håndværksbager kan tilbyde de rigtige produkter.

12% = ca. 680.000 mennesker



Kilde: www.vegetarisk.dk (Coop Analyse & DVF 2018 og FDB Analyse 2010)



COOKIES MED PEANUTBUTTER OG CHOKOLADE

29 stk. á 62 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 7,-

Ingredienser

1.000 g Credi Cake Vegan (989815)
375 g Marg Røre Blød (36086)
50 g Vand
125 g Peanutbutter
250 g Choko Chunks (32103)

Alle ingredienser, minus vand, røres sammen med spartel i 2-3 min. Derefter tilsættes vand, og der røres yderligere i 1 min.

Dejen trilles til en pølse og skæres i stykker på 60 g, som sættes på plade og bages ved 175 °C i ca. 14 min. alt efter, hvor bløde/sprøde de skal være.



TIP!

Prøv også at lave opskriften som en citrontærte



CITRONBOMBER

20 stk. á 69 gram
Vejl. udsalgspris: Stk/kr. 19,-

Ingredienser

400 g Veganske småkager – basisopskrift
300 g Vegansk basis kagedej – basisopskrift
200 g Vegansk Citroncreme – basisopskrift
140 g Rabarber-hindbær kompot – basisopskrift
200 g Vegansk marengs – basisopskrift
140 g CBP Vekao mørk 20%, overtræk (32285)

Vegansk småkagedej rulles ned på 2,5 - 3 mm på rullebordet, og stikkes ud med udstikker ca. Ø5,5. Småkagerne bages ved 200 °C i ca. 6-7 min.

2.500 g vegansk basisdej bages i kantplade foret med silikonepapir, ved 170 °C i 28 min. Stik bunde ud med udstikker Ø6 cm.

Kanterne dyppes i mørk overtræk. 15 g rabarber-hindbærkompot smøres på bunden, hvorpå der placeres en småkage. Sprøjt 10 g citroncreme på midten af småkagen, og sprøjt derefter 7 g marengs ovenpå og nedover citroncremen. Marengsen flammes forsigtigt af.

Vegansk småkagedej

1000 g Credi Cake Vegan (989815)
370 g SuperRulle 16 MB (36099)
100 g Kokosmel, med. (34008)
50 g Vand

Alle ingredienser røres sammen på en gang med krog. Dejen skal kun lige samles.

Vegansk basis kagedej

2.000 g Credi Cake Vegan (989815)
400 g Planteolie, vegetab. (33417)
900 g Vand

Alle ingredienser røres sammen på en gang, med spartel i 5 min., ved medium hastighed.

Vegansk Citroncreme

600 g Citron Pure 1 kg (2551)
800 g Kokosmælk
550 g Stødt Melis (34405)
4 g Urtehave Gurkemeje stødt (29488)
180 g Majsstivelse (21513)
800 g Naturlig øko havredrik (19002)

Optøet citronpure kommes i en gryde sammen med kokosmælk, sukker og gurkemeje, og varmes op til kogepunktet. Majsstivelse piskes sammen med havredrik, og hældes i gryden, når citronblandingen koger. Skru lidt ned for varmen og pisk godt igennem, og lad cremen koge godt igennem i 1-2 min.

Rabarber-hindbær kompot

800 g Rabarber, stykker (2598)
200 g Hindbær, hele (2597)
300 g Stødt Melis (34405)
40 g Vanillesukker (964515)
100 g Vand

Alle ingredienser gives et opkog, og simrer derefter ved lav varme i 10-15 min.

Vegansk marengs

150 g Kikærtelage
1 g IGOS Gelesyre (29303)
200 g Stødt Melis (34405)

Kikærtelage fra en dåse kikærter, tilsættes gelesyre og piskes i røremaskine til det begynder at skumme. Sukker tilsættes lidt ad gangen, og der piskes godt imellem hver tilsætning indtil stabilt skum.

Tip!

Lille cookie som bund kan også sælges, dyppet halvt i chokolade og pyntet med frysetørret hindbær.



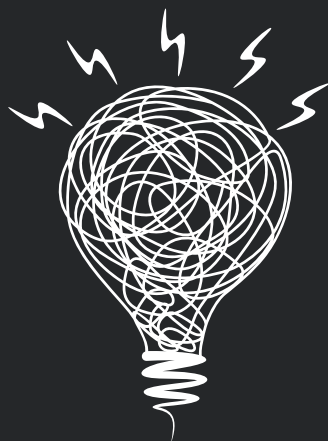
A smiling woman with dark hair, wearing a white t-shirt and a dark blue apron, is holding a wooden tray with two large, golden-brown loaves of bread. She is standing in a bakery with shelves of various breads in the background. The text 'Work smart' is overlaid on the left side of the image in a white, handwritten-style font.

Work
smart

SAVNER DU MERE TID I HVERDAGEN?

Er du en af dem, der drømmer om flere timer i døgnet? Læs videre, for her har vi samlet de bedste tips om effektivt arbejde fra de mange bagerportrætter, vi har bragt i SPRØD gennem tiden.

SÅDAN ARBEJDER VI SMARTERE



”

SÆT BAGNINGEN I SYSTEM

– Vi har haft stor succes med at gå systematisk til festlagkagerne. Vi laver basislagkager én gang om ugen og fryser dem ned, og så tør vi dem op, når de skal opsprøjtes og pyntes med frisk frugt. Det betyder, at vi snildt kan sælge tredive lagkager på en lørdag uden at knække halsen.

Kim Sundgård

Det Gyldne Brød, Vallensbæk

”

BLIV VED DET, DU ER BEDST TIL

Vi har fravalgt at drive egne brødsalg. Det har vi prøvet, og det gav alt for meget arbejde. Vi halsede rundt for at nå det hele og mistede fokus på kerneforretningen. Det er her, vi skal tjene pengene.

Brian Madsen

Bager Madsen, Frederikshavn

”

LAD PERSONALET STYRE BUTIKKEN

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.

John Damm-Ottesen

BRØD, Odense og Svendborg

”

LAD EKSPERTERNE KLARE MARKEDSFØRINGEN

Før klarede vi selv vores kampagner, sociale medier, pressekontakt mv., og det var en stor opgave for en forretning som vores. CBP's marketingafdeling har fået sat det hele på skinner. Vi har lavet et årshjul, hvor alle aktiviteter er sat op, så vi kommer i gang i god tid og får tingene lavet rigtigt.

Christian Bodenhoff

Bodenhoff, København

”

LÆR AF KOLLEGERNES ERFARINGER

– Jeg er med i en erfa-gruppe med tre andre bagermestre, og vi har alle gjort os en masse gode og dårlige erfaringer. Jeg ved, at jeg har undgået mange fejltagelser bare ved at lytte til de erfarne drenge i gruppen.

Martin Hansen,

Sejers Konditori, Sorø og Slagelse

”

SKÆR SORTIMENTET NED

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

Eddie Månsson

Pistoria, Odense



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 bageri-
faglige, råvare-, markeds-
og forbrugertrends

NEM HVERDAG

– webshop, online
markedsføringsportal
og kampagnemateriale

CBP APP

hurtig adgang til
inspiration, opskrifter,
katalog etc.

INGREDIENSER
NONFOOD
BAGERILØSNINGER