

Inspiration

& AFFÄRSMANNASKAP



Grattis!

DE ÄR BÄST I BRANSCHEN
PÅ ATT DRIVA FÖRETAG [s.4](#)

LYCKAS PÅ
INSTAGRAM [s.23](#)

FULLKORNSBRÖD
FÖREBYGGER OHÄLSA [s.16](#)

CRÉDIN



Upptäck fördelarna!
Färger och aromer
från Credins eget märke
Hagelberg's

VD HAR ORDET

MED EN FÖRANKRAD VÄRDEGRUND DRAR ALLA ÅT SAMMA HÅLL

ETT HÄNDELSERIKT OCH spännande 2019 har summerats och lagts bakom oss och nu har vi förväntansfullt startat 2020 och ett nytt decennium. Men låt oss dröja oss kvar lite i 2019. Det är många händelser som har berört under året och en av de personer som har gjort väldigt stort intryck på mig och säkert på många av er också är starka och modiga Greta Thunberg. Hon har tagit världen med storm och drivit upp tempot i klimatdebatten rejält och hennes rättframma sätt lämnar ingen oberörd. Hon har inspirerat mig och vårt företag att fortsätta att ha hållbarhetsfrågorna högt upp på vår agenda där vi just nu jobbar med att minska vår elförbrukning och plastanvändning.



2019 HAR OCKSÅ varit ett år att fira, inte minst damernas bronspeng i fotbolls-VM i Frankrike. I vår bransch har det kämpats

om titlar såsom Årets Bagare, Årets Konditor och inte minst Årets Företagare i bageribranschen som vi på Credin Sverige är stolt huvudsponsor till. 2019 års vinnare blev Mattias Ljungberg och Roy Fares på MR Cake. I vår tidning kan ni läsa om hur de förvandlade drömmar till visioner och konkreta planer som de genomfört med stor framgång. Låt dig också inspireras av de andra pristagarna i samma tävling, Anna Björlin (Lidingö Bröd & Patisserie) och Peter & Christin Halldén (Peters Konditori & Stenugnsbageri i Falkenberg).

Pristagarna i Årets Företagare i bageribranschen är väl medvetna om, och jobbar aktivt med marknadsföring. I den här tidningen får du lite tips om hur du kan vässa din marknadsföring i sociala medier, i synnerhet på Instagram. Missa inte den artikeln.

Läs också om Credin Sveriges nya utmärkelse, och 2019 års vinnare av "Credin Award", en utmärkelse vi har instiftat för att premiera den medarbetare som är ett föredöme i vårt värdegrundsarbete och hjälper oss att styra åt samma håll, trivas på jobbet och lyckas tillsammans.

LÅT OSS ÄVEN blicka framåt där vårt fokus är att fortsätta utveckla och producera högkvalitativa produkter. I detta nummer av tidningen delar vi bl.a. med oss av vår receptutveckling av bröd med mer fullkorn och textur. Josefin Kaspersson på vår kvalitetsavdelning berättar om vårt kvalitetssäkringsarbete och vår produktionschef, Naim Chahtout, ger en inblick i vår pulverproduktion.

Jag ser fram emot en spännande och rolig vår tillsammans med medarbetare och er kunder, och jag hoppas att vi träffas på Sveriges Bageri- & Konditormässa i Stockholm i september.

Karin Audemon

INNEHÅLL

Årets Företagare i bageribranschen	4
2000 ton pulverprodukter i Stenkullen	14
Så får du kvalitetssäkrade produkter från oss	15
Fullkornsbröd förebygger välvärdssjukdomar	16
Så lyckas du på Instagram	23
Säsongsfyllningar	24
Kondis PF	26
Hagelbergs – goda smaker sedan 1908	28
Mousseinspiration med Kessko	30
Tårtor för vårens högtider	32

Credin Sverige AB

Elvägen 4, 443 61 Stenkullen

Telefon: 0302 252 00

info@credin.se, www.credin.se

Grafisk form: Plentymore

Tryck: Alfredssons

Foto: Sam Lindh, High Mind; Sara Trus; MR Cake

Årets Företagare i bageribranschen

Mattias Ljungberg & Roy Fares på MR Cake

Ett jättestort grattis till Mattias Ljungberg och Roy Fares som etablerat och utvecklat konceptet MR Cake på ett fantastiskt sätt. Ni är allra bäst i landet på att driva företag i vår bransch!

ANDRA- RESPEKTIVE TREDJEPLATS i Årets Företagare i bageribranschen 2019 erövrades av Anna Björlin, Lidingö Bröd & Patisserie, och av Christin och Peter Halldén, Peters Konditori och Stenugnsbageri i Falkenberg. Ett lika stort grattis till er!

De här företagarna vet alltså hur man skapar omsättning och lönsamhet och är goda förebilder som företagsledare. Utmärkelsen Årets Företagare i bageribranschen är instiftad av SBK, Sveriges bagare & konditorer, och Credin Sverige är stolt huvudsponsor. Med vårt sponsorskap vill vi bidra till att råda bot på ett av de största problemen i vår bransch, den bristande lönsamheten, och samtidigt ge inspiration till ett utvecklat ledarskap.

Vi har haft nöjet att få samtala med Roy Fares, Anna Björlin samt Peter och Christin Halldén om deras ledarskap. De delar med sig av sina visioner för respektive företag, hur de arbetar med att skapa omsättning och lönsamhet och deras syn på ledarskap.

Vi hoppas att dessa artiklar ska ge dig inspiration att utveckla din egen verksamhet.



Credin är stolt huvudsponsor.



Så nominerar du Årets Företagare i bageribranschen

Utmärkelsen Årets Företagare i bageribranschen 2020 kommer att delas ut på Sveriges Bageri & Konditorimässa den 26 september 2020. Vem tycker du är den bästa företagsledaren i Sverige i vår bransch?

Skriv ett mail med företagarens och företagets namn samt en kort motivering till varför du tycker den kandidaten är värdig. Du måste även ange dina egna kontaktuppgifter.

Skicka mailet med förslaget till SBK's vd Martin Lundell, martin@bageri.se

Juryn utvärderar de nominerade företagarna utifrån fastställda kriterier med fokus på omsättnings- och lönsamhetstillväxt och ledarskap.

Vinnaren får 50 000 kr, blommor, diplom och massor av uppmärksamhet, nationellt såväl som lokalt.



MR Cake är byggt på en mycket tydlig vision

MR Cake är ett fenomen i vår bransch. En viktig anledning är att grundarna hade en mycket tydlig vision från allra första början. De skulle skapa ett starkt varumärke för amerikainspirerade bakverk som fungerar internationellt, en miljö och bakverk som är en upplevelse och en service utöver det vanliga. Och de höga ambitionerna har skapat framgång. 2019 blev grundarna, Mattias Ljungberg och Roy Fares, Årets Företagare i bageribranschen.

MATTIAS OCH ROY har mycket gemensamt. Båda har blivit Årets Konditor, Mattias 2006 och Roy 2010. Båda har medverkat i TV-program och har jobbat



Mattias Ljungberg



Roy Fares

ihop tidigare. Roy jobbade på det av Mattias ägda Tössebageriet 2005 – 2008.

Roy hade tidigt en dröm att bygga sitt eget varumärke, vilket han lyckades med genom vinsterna i Årets Konditor och SM för Unga bagare 2005, medverkan i TV och framgångarna med sina böcker.

En bra kombo – En visionär och en realist

Roy hade också en dröm att driva sitt eget bageri och konditori, och tänkte att det är enklare och bättre att göra det tillsammans med någon. Så Roy och Mattias pratade ihop sig.

De två kände att de fungerar bra ihop och kompletterar varandra väl. Mattias är duktig på siffror och kalkyler, den erfarna företagaren av de två och lite mer eftertänksam. Roy är en idéspruta, en kreatör. Han är duktig på inredning och



dekor, vilket är en viktig del av det som MR Cake ska stå för.

Visionen är grundpelaren

Redan från början fanns en vision att bygga ett starkt varumärke. Det skulle vara på engelska för att det skulle vara lätt att komma ihåg och fungera internationellt.

En del i visionen var också att det skulle vara amerikainspirerade bakverk. Resultatet blev MR Cake, uttalas vanligen "Mister Cake", men MR står egentligen för Mattias och Roy.

– Vi ville ha "Cake" i namnet eftersom vi ville göra just "cakes", säger Roy. Amerikainspirerade, höga och lite "wow", med pastelliga inslag, gärna rosa, men med ett europeiskt sätt att bygga tårtorna – med mousse, pannacotta, krämer, o.s.v., inte bara sockerkaka och smörkräm som det ofta är i USA. MR Cake ska vara en



upplevelse; känslan du får när du kliver in genom dörrarna, vad du möts av, vad det spelas för musik, hur personalen tar emot dig och pratar med dig, hur vi är när vi jobbar. I vårt fall kan man också se in i produktionen vilket många kunder uppskattar och tycker är spännande att titta på, fortsätter Roy.

Redan från början visste således Mattias och Roy vilket målet var med

MR Cake ska vara en upplevelse; känslan du får när du kliver in genom dörrarna, vad du möts av, vad det spelas för musik, hur personalen tar emot dig och pratar med dig, hur vi är när vi jobbar.

deras gemensamma verksamhet.

– Det är väldigt viktigt att ha en idé om vilken eller vilka kundgrupper du vill nå, säger Roy vidare. Du måste sedan analysera kundgruppen för att veta att det finns en efterfrågan på det sortiment du avser att marknadsföra. Sedan har vi lärt oss efter hand vad kunderna förväntar sig när de kommer till oss och anpassat oss efter det. Hos MR Cake förväntar de sig att "more is more", och då är det viktigt att vi skapar produkter efter det, att vi vågar sticka ut lite.

En del av visionen för MR Cake var att mat skulle vara en viktig del av verksamheten. Man serverar både frukost och lunch och för att skapa rätt förutsättningar för att bjuda på god mat har de byggt ett riktigt välutrustat kök.

Noggrannhet med varumärket

Har du för avsikt att bygga ett varumärke – vilket i MR Cakes fall var en av förutsättningarna – måste du tidigt kolla om det är möjligt att registrera varumärket och om det är möjligt att registrera som domännamn. Du bör också undersöka hur varumärket funkar på sociala medier. Det får inte vara upptaget på Instagram eller Facebook då dessa kanaler är viktiga marknadsföringskanaler för vår bransch.

Perfekta bakverk, med en twist

Bakverken på MR Cake är till stor del Roy Fares kreationer. De är grundpelaren i varumärket MR Cake. Och då måste de sticka ut. Bakverken ska alltid vara med en twist på det vanliga. "Man måste alltid tänka ett steg till", som Roy uttrycker det.

Ett exempel är dekorationen på en tårta. En tårta som säljs bit för bit måste vara annorlunda dekorerad än en tårta som säljs hel. Varje enskild bit ska vara som en bakelse.

Bakverken utvecklas hela tiden, mot en allt större perfektion. Roy tycker att bakverken idag är ännu mer perfekta än när MR Cake öppnade. Ett led i perfektionen är att man bakar 2 – 3 gånger per dag. Detta för att bakverken alltid ska vara så fräscha som möjligt och hålla yppersta klass. Därför är det så viktigt med duktiga, engagerade och kreativa medarbetare som vet vilka målsättningarna är och vad MR Cake ska stå för.

Lönsamhetstänket är alltid med

Logistiken är viktig. Även i serveringen.

– Tänk flöde för att skapa en bra verksamhet, säger Roy.

Ett exempel är att det står en person i entrén som tar emot gästerna och letar upp en lämplig sittplats till dig medan du handlar. En mycket uppskattad service som känns ganska unik i vår bransch. Och som också gör att gästerna snabbare kan sätta sig – flödet fungerar!

En viktig faktor för att kunna nå lönsamhet är att våga ta betalt. På MR Cake har man bra koll på råvarukostnaderna. Utöver det väger man in svårighetsgraden att göra ett bakverk, för att säkerställa att man tar någorlunda rätt betalt för ett bakverk för att nå budgeterad lönsamhet. På så vis vägs även tiden det tar att producera ett bakverk in i kalkylen, och därmed personalkostnaderna.

Råvarukostnaderna är ju bara en del av den totala kostnaden.

En vinkling på att sätta pris är att ha en idé om ett pris till kund. Sedan ser man till att man får lönsamhet på bakverket vid den prisnivån genom att laborera med råvaror och metoder.

I stort sett alla bakverk hos MR Cake är kalkylerade på det här sättet, i synnerhet alla basbakverk och alla storsäljare.

– Det är viktigt att veta, inte tro eller anta, vilken lönsamhet ett bakverk har, säger Roy.

Marknadsföring i sociala medier

Sociala medier är oerhört viktigt i marknadsföringen av MR Cake, och i stort sett den enda marknadsföringskanalen. De lägger stor vikt vid de bilder



de lägger ut, och anlitar därför en mycket duktig fotograf. Dessutom har man en god relation med redaktionella media, som tidningar, för att den vägen få uppmärksamhet.

Ledarskap är att våga bygga en organisation och skapa teamkänsla

Mattias och Roy vet att ledarskapet måste få ta plats och tid.

– Vi måste skapa en bra struktur i arbete och organisation. Vi måste våga bygga en organisation som jobbar med HR, med utbildning och utveckling av vår personal, och med ekonomi och ekonomistyrning, menar Roy. Det är viktigt att bygga teamkänsla, att skapa en arbetsplats där folk trivs. Alla måste våga lita på andra och jobba för varandra.

I Göteborg har Mattias och Roy anställt en platschef som är både en erfaren ledare och en mycket duktig konditor, Patrik Fredriksson, som blev Årets Konditor 2013. Totalt ska tre starka och ytterst kompetenta personer leda arbetet i Göteborg. Det ställer krav på samarbetet.

Mattias, Roy och Patrik är ett team som måste jobba hårt för att förstå varandra, lita på varandra och jobba för varandra. Att då vara öppna och ärliga mot varandra är en förutsättning.

– Vi måste ha tydliga och gemensamma mål, säger Roy.

Samarbetet innebär ett givande och ett tagande. "Pick your fights" är Roys inställning.

För Mattias och Roy är det också viktigt att skilja på rollen som yrkesmän och entreprenörer. Som företagare måste du våga kliva åt sidan och inte ägna all din tid åt den dagliga produktionen. Du måste ta dig tid att vara ledare, att arbeta med och utveckla dina anställda, att utveckla ditt företag. Våga lyfta ut dig själv ur den dagliga produktionen och dagliga verksamheten åtminstone en del av tiden. Då har du förutsättningar att bli en bra företagsledare.

Ständig personalutveckling

Roy och Mattias har anställt en utbildningsansvarig, som ska jobba med värderingar, service, kundmottagande och merförsäljning av det totala erbjudandet, alltså även av förpackade produkter som placeras utanför disken.

– Vi arbetar för att skapa en attityd i företaget där "Alla är lika, alla är välkomna" genomsyrar tänkandet och



agerandet, säger Roy.

En del i det arbetet är att anställa blandad personal vad gäller avseende kön, ålder och social bakgrund. Det ger förutsättningar att skapa en bra arbetsmiljö med bra värderingar. MR Cake har bland annat anställt och utbildat nyanlända, och Roy är stolt över mångfalden i företaget.

En utmaning att behålla kunderna när hypen lagt sig

Därför måste fokus ligga på att skapa ett i grunden bra konditori där kreativa bakverk, god service och en miljö som är en upplevelse lockar kunder. Och som får dem att komma tillbaka:

– Det är inte så svårt att skapa en hype, utmaningen ligger i att behålla kunderna när hypen lagt sig, säger Roy.

Roy, Mattias och platscheferna i Stockholm och Göteborg lägger ner mycket tid och energi på den service hela personalen ska ge gästerna: Servicen är en fundamental del av konceptet MR Cake. Hur bemöter vi kunderna? Hur tar vi hand om kunderna? Det är därför de anställt den utbildningsansvarige som vi nämnde ovan. Syftet med träningen är att personalen ska känna en utmaning i jobbet, att krav ställs och man ska kunna utvecklas på MR Cake. Utbildningen systematiseras i ett träningsprogram.

Nästa utmaning Roy ser är kapital för vidare expansion.

– Vilken tillväxttakt har vi råd med och hur ska den finansieras? Det är en utmaning, säger Roy.

VI TACKAR FÖR ett intressant och givande möte med Roy, och vi på Credin önskar dig och Mattias lycka till med den fortsatta utvecklingen av konceptet MR Cake.

ROYS RÅD: VÅGA!

Vi bad Roy Fares ge några råd till kollegorna i branschen som driver egna företag eller funderar på att starta egen verksamhet. Hans viktigaste råd är:

- Våga driva ditt företag. Våga bygga din organisation. Våga lyfta ut dig själv ur den dagliga produktionen. Våga prova dig fram. Våga ta betalt.

Uppmuntrar en tävlings- och vinnarkultur

Anna Björlin uppmuntrar att alla ska sträva mot att bli bäst i det de håller på med. Jag har lyckats med att skapa en tävlings- och vinnarkultur i företaget, vilket hjälpt oss att bli ett av Sveriges absolut bästa bagerier, säger Anna.

DET HÄR INNEBÄR nu inte att krig råder i bageriet. Snarare handlar det om att skapa en kollektiv vinnarkultur på samma sätt som i ett fotbolls- eller hockeylag. Samarbetande vinnarskallar, helt enkelt. Något som gav en andra plats i Årets Företagare i bageribranschen 2019.

Tydlig vision

När Anna tillsammans med ett par kollegor startade Lidingö Bröd & Pâtisserie 2010 var visionen tydlig: "Vi ska skapa ett hantverksbageri som ska vara en upplevelse för kunden, och som ska vara ett av Sveriges absolut bästa bagerier. Bageriet ska beröra kundens



Från vänster, Martin Lundell VD Sveriges bagare & konditorer, Anna Björlin Lidingö Bröd & Pâtisserie, Karin Andersson VD Credin Sverige.



Anna Björlin

Bageriet ska beröra kundens alla sinnen – synen, smaken, lukten och hörseln.



alla sinnen – synen, smaken, lukten och hörseln.”

För att nå visionen måste allt hänga samman, stort som smått – bakverken, miljön, personalen, kundbemötandet, inredningen, förpackningarna, med mera. Inget lämnas åt slumpen.

Bageriet startades i en lokal på Lidingö som inte var ett bageri från början, vilket i sig blev en ytterligare utmaning.

Ledarskapet – nyckel till framgångarna

Två hörnpelare i Annas ledarskapsfilosofi är Tydlighet och Delaktighet.

Tydligheten visar sig bland annat i att alla nyanställda får genomgå ett ”on-boarding meeting”, där man pratar om vad som gäller, vilka visioner ledningen har, vilka målsättningar som gäller etc.

– Denna tydlighet är mycket viktig för att vi ska nå våra mål och för att arbetsplatsen ska fungera, menar Anna.

Det övergripande målet är tydligt kommunicerat till all personal: ”Vi ska ha nöjda kunder, som återkommer, bakverk av högsta kvalitet och ge en god service till våra kunder”.

Det är viktigt för Anna att ha en bra insyn i hur företaget fungerar. Därför arbetar hon regelbundet i båda delarna av företaget, produktionen och butiken. Då får hon en bra bild av vad som händer, hur personalen mår, vad som efterfrågas av kunderna, ta del av kundreaktioner, med mera. Denna delaktighet är en viktig del i Annas ledarskapsfilosofi.

Dessutom tycker personalen att det är trevligt att Anna som ägare är närvarande och har en nära kontakt med sin personal. Det ger utrymme för korta, spontana möten och samtal. Det gör också samtalen mindre högtidliga och mindre formella.

Personalens inställning en utmaning

En svårighet och utmaning i ledarskapet är att skapa samma inställning till jobbet hos alla personalkategorier. Medan bagarna ofta är ytterst professionella och långsiktiga ser inte sällan delar av butikspersonalen sin anställning som tillfällig. Man jobbar i butiken i avvaktan på att man ska påbörja en utbildning eller i väntan på ett annat jobb. Dessa mentala skillnader mellan anställda måste Anna hantera.

Uppmuntrar en tävlings- och vinnarkultur

För att förverkliga visionen är företaget beroende av duktiga medarbetare. Strategin är att attrahera de bästa bagarna och få dem att stanna kvar. Därför är man noga med att ha en bra relation till skolorna och ha koll på de bästa eleverna.

Anna uppmuntrar en tävlings- och vinnarkultur i företaget, och att experimentera och testa nya ingredienser. Detta gör att personalen utvecklas och alla strävar mot att bli bäst i det de håller på med. Anna har själv tävlat och insett värdet av att tävla.

– Jag vann EM för Unga bagare 2001,





och blev då också den första svenska bagaren att vinna denna titel. Många av de anställda har ställt upp i och nått framskjutna placeringar i tävlingar som SM och EM för Unga bagare och därmed också kvalificerat sig för att vara medlemmar i bagarlandslag och kocklandslag.

Men alla vill ju inte tävla, och Anna ser det som viktigt att även dessa ökar sin kompetens och utvecklar sin skicklighet i yrket. Exempel på det är att gå kurser, och det förekommer också att bagare och konditorer gör praktik i andra bagerier och konditorier. På detta sätt lär man sig av varandras yrkesskicklighet. Ett för alla parter givande utbyte.

– För att öka personaltrivseln är det viktigt att lyssna på de anställda, menar Anna. Det kan till exempel gälla önskemål om arbetstider för att passa livet i övrigt eller möjlighet till friskvårdsbidrag. Sådant kan vara viktigt för att behålla duktig personal, säger Anna.

En tydlig profil – nyckel för att skapa ett lönsamt företag

För att skapa en lönsam verksamhet är det viktigt att bageriet får en tydlig profil. Du måste veta vilken typ av bageri du ska driva. Det innebär att du måste veta vilken typ av produkter du ska erbjuda och till vilka kunder.

Lidingö Bröd & Patisserie ska enligt Anna vara "ett högkvalitativt bageri och konditori, med produktion på plats". För att nå målet att vara ett högkvalitativt bageri, bland de bästa i landet, måste företaget ha de bästa bagarna och konditorerna.

Vilken är vår styrka?

För att bli bäst i klassen måste man ställa sig frågan "Vilken är vår styrka?". Anna med kollegor har definierat att den främsta styrkan är "att baka bröd och bullar".

ANNAS RÅD TILL DIG SOM DRIVER BAGERI OCH KONDITORI

- Försök vara med överallt. Du som bagare får inte fastna i bageriet. Då får du bättre koll på verksamheten och kan stimulera all personal.
- Skaffa dig ett bollplank, gärna i företaget, som inte är bagare eller konditor. Det ger andra infallsvinklar och olika syn på frågeställningarna. Det är bra att ha med någon som är bra på siffror, är analytisk och vill ha koll.
- Se till att din personal tycker det är roligt att jobba.

bullar". Därför ligger fokus på just bröd och bullar. Däremot ser man möjligheter med kondissidan och kondissortimentet utvecklas mer och mer. Tack vare de tre mycket duktiga konditorerna är det av absolut högsta kvalitet.

Men att välja är också att välja bort enligt Anna.

– Vi ska vara bäst på allt det vi gör, det andra väljer vi bort. Därför gör vi till exempel inte bröllopstårter eller doptårter. Vi ska hålla oss till det enkla, och det ska vi göra jäkligt bra!

Anna med kollegor har definierat att den främsta styrkan är "att baka bröd och bullar". Därför ligger fokus på just bröd och bullar.

En atmosfär som lockar kunder och motiverar prismsnå

Lidingö Bröd & Patisserie vill ha kunder som kommer in i bageriet för att njuta av bakverk och atmosfär. Det är full insyn i bageriet från butiken och serveringen, vilket bidrar till en väldigt skön och genuin atmosfär. Därför har man heller inga leveranser.

Kunderna ska uppleva atmosfären och de fina bakverken på plats, det är en del av helheten. Dessutom finns det vid leveranser risk att det blir mer fokus på leveranserna än den egna butiken.

En del i att skapa en härlig och genuin atmosfär är att baka hela dagen. Det ska alltid vara aktivitet i det bageri som kunderna hela tiden kan se in i, och det ska alltid dofta gott av nybakat. Genom att baka hela dagen minskar man också risken att det blir mycket bakverk över när dagen är slut. Man kan alltid baka lite mer om man ser att det börjar bli tunt i disken.

Prissättningen är naturligtvis viktig för att skapa lönsamhet. Utgångspunkter för prissättningen är att dels ha koll på vad det kostar att producera ett bakverk, dels vad övriga duktiga bagerier i Stockholm tar för sina motsvarande bakverk.

”Systematik och rutiner viktigt för lönsamheten”

En viktig pusselbit för att skapa lönsamhet är att veta hur mycket som ska produceras. Ett underlag för detta finner de i den statistik som varje dag förs över hur mycket som säljs. Denna statistik går att följa flera år tillbaka i tiden. Målet är att hitta en god balans mellan välfyllda diskar och minimal kassation när dagen är slut.

Ett sätt att finna denna balans är att en bagare jobbar till kl 17.30. Förutom att sprida härliga dofter av nybakat och visa aktivitet i bageriet hela dagen, ser hen till att det finns lagom med bakverk i diskarna hela dagen.

Man väljer också bakverk efter efterfrågan under dagen. Croissanter till exempel är en morgonprodukt och tillåts ta slut uppåt dagen.

Alla dessa åtgärder gör att det blir väldigt lite bakverk kvar när dagen är slut, och många bakverk går ju dessutom att sälja även dagen efter.

Marknadsföring, främst via sociala medier

Marknadsföringen av Lidingö Bröd & Patisserie sker främst genom sociala medier. Fokus har legat på bilder av bakverk, men framåt kommer man att även marknadsföra sin personal och den fantastiska miljön.

UPPMÄRKSAMHET I LOKALTIDNINGEN är den bästa marknadsföringen:

– Vi fick god uppmärksamhet i lokaltidningen efter att jag blev 2:a i Årets Företagare i bageribranschen, säger Anna. Kunder blir nyfikna, stolta och gratulerar. Och personalen känner att de jobbar på ett bra ställe.

– Var också aktiv mot media om och när medarbetare till exempel når framgångar i tävlingar, när ni tagit fram ett speciellt bakverk och liknande. Och skicka bilder till pressen, det hjälper dig att få en ökad uppmärksamhet, avslutar Anna.

STORT TACK TILL Anna för ett mycket intressant och trevligt samtal, och fortsatt lycka till med Lidingö Bröd & Patisserie.

Det ska hela tiden hända något med miljön

Christin och Peter Halldén driver Peters Konditori & Stenugnsbageri i Falkenberg, och tillhör de bästa i Sverige på att driva konditori och bageri. Vad kan du lära av dessa duktiga hantverkare och entreprenörer?



Från vänster, Martin Lundell VD Sveriges bagare & konditorer, Christin och Peter Halldén Peters Konditori & Stenugnsbageri, Karin Andersson VD Credin Sverige.

FÖR ATT BLI framgångsrik räcker det inte att vara en kreativ hantverkare. Du måste också vara en duktig företagare och entreprenör. På Peters Konditori & Stenugnsbageri visar Christin och Peter Halldén att dessa talanger går alldeles utmärkt att förena.

En föränderlig miljö skapar omsättning och lönsamhet

Det ska hela tiden hända något på Peters Konditori & Stenugnsbageri. Det skapar intresse, nyfikenhet och lockar nya kundgrupper.

–Vi jobbar väldigt aktivt med miljön i

vår servering, säger Peter. Vi har till exempel byggt en helt ny serveringsdel på 30 m². Här inredde vi med en helt ny stil för att locka en ny, yngre målgrupp. Med rum i olika stilar lockar vi nya kunder, men det tilltalar också våra stamkunder som då kan byta miljö från en gång till nästa.

De har också byggt en uteplats för ökad uteservering på sommaren, vilket naturligtvis är en god investering i sommar- och semesterorten Falkenberg.

”Folk ska tycka det är gott!”

Svårare behöver det inte vara att

uttrycka sin strategi. Och är det gott är kunderna beredda att betala vad det kostar och de kommer gärna tillbaka.

Peter är en mycket duktig bagare och konditor. Han har själv både tävlat och varit domare, bland annat i SM för Unga bagare. Han ser det dock som en viktig uppgift att frigöra sig alltmer från den dagliga produktionen. Den frigjorda tiden ska han ägna åt att coacha personalen och att ägna sig åt att utveckla företaget. Peter uppmuntrar också personalen att tävla.

– Tävlingar och att gå kurser för att utveckla sig i hantverket är viktigt för att vi ska nå vårt mål, att folk ska tycka att det är gott att köpa bröd och fika hos oss.

Bemötandet är viktigt

Christin och Peter ser en utvecklingspotential i att jobba mer med säljbiten. Butikspersonalen kan bli duktigare på att aktivt sälja. En nyckel är att butikspersonalen ska lära sig mer om produkterna. Då vågar man prata för ett bakverk. Då vågar man sälja.

–Det är viktigt att vi bemöter kunderna på ett trevligt sätt. Ett leende betyder mycket, man känner sig välkommen och kunden känner sig sedd, säger Christin.

Lönsamheten alltid i fokus

Det är viktigt att ha koll på kostnaderna och våga ta så mycket betalt som krävs för att skapa lönsamhet. Peter tar då hänsyn till marknadsvärdet vid prissättning. Det har inneburit att många

bakverk höjts i pris då de har ett högre upplevt värde.

För vad är ett bakverk värt? Det är värt vad kunden är beredd att betala.

– Det är viktigt att ha balans i nyckeltalen, menar Peter. Du måste alltid ha koll på ekonomin och kunna jobba mer och mer rationellt efter hand som företaget växer.

Ett sätt att öka rationaliteten i produktionen utan att ge avkall på kvaliteten, är att baka större volymer och placera i frys. Därför har Peter och Christin investerat i ett frysrum till.

Personalkostnaderna är som hos alla andra hantverksbagerier en stor kostnadspost. Därför är det viktigt att hålla koll på personalens arbetstider, inte minst i butiken.

En faktor som bidragit till ökad lönsamhet är att personalen ska kunna

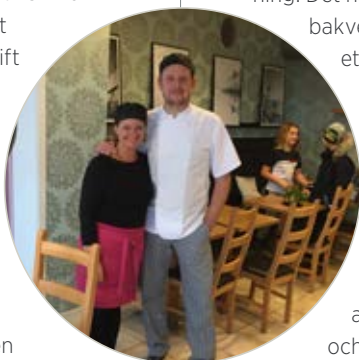
flera saker, och kunna göra två saker på samma gång. Exempelvis både jobba i produktion och stå i butiken. Hos Peters Konditori har man byggt så att när man jobbar i källskänken så ser man in i butiken, och kan ta hand om kunder när det behövs. Från många delar av lokalerna ser man in i butiken och kan se när en kund ska tas om hand.

Peters Konditori & Stenugnsbageri satsar främst på servering och försäljning över disk. Endast 15 % är leverans, och då till hotell, personalrestauranger och liknande kunder. Inga leveranser går till någon som i sin tur ska sälja vidare. Där är marginalerna för dåliga. Istället levererar man till kunder som betalar för den höga kvaliteten, för servicen och för punktligheten.

Bakverken placeras efter lönsamhet

På Peters Konditori placeras bakverken i diskarna efter lönsamhet. Bröd ger god lönsamhet och det vill man sälja mycket av. Därför möts kunderna av mycket bröd då de kommer in i butiken.

En annan åtgärd för att öka lönsamheten har varit att förlänga öppettiderna med 2 timmar på lördagar och 1 timme på söndagar. Behovet fanns och det har varit lönsamma nya timmar.



Christin och Peter Halldén

SÖKTE JOBB – KÖPTE FÖRETAGET

PETER SÖKTE JOBB på Skölds Bageri i Falkenberg 1996. Samtidigt hade han en dröm att driva sin egen verksamhet. Vid mötet på Skölds Bageri konstaterade han att "alla produkter här i disken kan jag göra bättre"! Läget var mycket bra, med närhet till Skrea strand, vilket Peter tyckte borde innebära möjligheter. Därför slutade det med att Peter köpte Skölds Bageri och döpte om det till Peters Konditori.



PETER OCH CHRISTIN GER FÖLJANDE RÅD TILL SINA KOLLEGOR I BRANSCHEN:

- Skaffa bra medarbetare.
- Håll koll på kostnaderna.
- Se till att du har rätt prissättning för din målgrupp. Du måste förstå din kundgrupp.
- Håll koll på dina öppettider och anpassa dem till dina kunders behov och önskemål.

Närvarande, engagerade och tydliga – Peters och Christins ledarskap

Peters och Christins ledarskap sammanfattas i tre ord – Närvarande, Engagerade och Tydliga. Det visar bland annat rollfördelningen – Peter styr och leder produktionen. Han talar om vad som gäller, hur man arbetar. Christin är ansvarig för butiken och personalen.

De är båda närvarande och engagerade och vill leva som de lär. Deras engagemang och närvaro har högst sannolikt bidragit till att företaget har en väldigt liten personalomsättning och låg sjukfrånvaro. Friskvårdsbidraget som alla får har säkert också hjälpt till.

Peter har utbildat sig i styrelsearbete. Han anser det vara en viktig pusselbit i arbetet med att utveckla Peters Konditori. Han ser framför sig att ha

externa medlemmar i styrelsen, vilket han tror är viktigt för en ytterligare utveckling av företaget.

Produkter, Bemötande och Miljö – tre ledord på Peters Konditori

Peter och Christin samlar personalen fyra kvällar per år. Då går man bland annat igenom det ekonomiska läget och resultatet. Samtidigt ser man dessa kvällar som personalvård. Vid ett tillfälle bjöd man till exempel in en personlig tränare för att prata om träning.

Vid alla personalmöten kommunicerar Christin och Peter företagets tre ledord – Produkter, Bemötande och Miljö. Det ska säkerställa att alla har tydliga och gemensamma mål och lägga grunden för en fortsatt fin utveckling för företaget. En del i att skapa en härlig och säljande

miljö är att baka hela dagen. Det ger färskhet åt sortimentet och doftar gott.

Marknadsföring

De jobbar inte så mycket med marknadsföring, dock lägger de ut på sociala medier dagligen, vilket ger resultat på försäljningen. Framöver har de ambitionen att bli duktigare på att marknadsföra personalen.

Årets Företagare i bageribranschen 2019

Peter och Christin vann 3:e pris i Årets Företagare i bageribranschen 2019. Vad har det betytt för er?

– Stolthet! svarar Peter. Och det visar att vi gjort något bra.

Peter och Christin ser utmärkelsen som ett pris till hela personalen. Även övrig personal, inte bara Christin och Peter, blir gratulerade av kunder som kommer in i butiken.

Som tack bjuder de personalen på AW-kvällar och en resa.

ETT HJÄRTLIGT TACK till Christin och Peter för ett mycket intressant och trevligt samtal och en riktigt gofika! Lycka till med den fortsatta utvecklingen av Peters Konditori & Stenugnsbageri.



INSPIRATION HELA ÅRET MED MÅNADENS INGREDIENS

Vi vet hur svårt det är för många av er att hitta tid och inspiration att förnya era erbjudanden till era kunder. Och de vill ofta smaka något nytt; ett nytt bröd, en ny fyllning i bullen, en ny moussesmak i bakelsen. Det är det som gör det intressant och gott att gå till bageriet eller kondiset för en fika.

Månadens ingrediens – recept med utvald ingrediens

I vår almanacka vill vi varje månad med en bild ge inspiration till nya bakverk. Vi presenterar på vår hemsida "Månadens ingrediens", en utvald ingrediens med tillhörande recept och bilder, som vi hoppas ska ge dig idéer till nya bakverk på brödhyllan eller i kondisdisken. Har du inte fått vår almanacka för 2020, prata med din Credinrepresentant. Låt oss hjälpa dig med inspirationen och råvarorna under hela året.

2000 ton

pulverprodukter i Stenkullen

I stort sett sedan starten 1987 har Credin haft omfattande produktion av pulverprodukter i Stenkullen. Här utvecklar och producerar vi pulverblandningar som underlättar för dig som bagare och konditor. Du kan på ett kostnadseffektivt sätt förse dina kunder med produkter av hög och jämn kvalitet.

DE FLESTA PRODUKTERNA utvecklar och säljer vi till den breda bagerimarknaden, andra är utvecklade i samarbete med enskilda kunder.

I våra tre Nautablandare tillverkar vi årligen ca 2 000 ton av brödbaser, bakhjälpmedel, muffins- och kakmixer, anslagsmixer, vaniljkrämspulver och bröddekorer. Dessa förpackar vi i hinkar, säckar eller s.k. big bags, i storlekar från 2 kg till 600 kg.

Kvalitetssäkring

Vi driver ett omfattande kvalitetssäkringsarbete på Credin. Du kan läsa mer om det i en annan artikel i tidningen.

Detta arbete gäller inte minst våra pulverprodukter. Många av artiklarna kontrolleras också av vårt provbageri innan de släpps till vårt lager, och därefter till dig.

Blandarna städas mycket noggrant mellan de olika blandningarna, och alla produkter passerar en metalldetektor. Alla våra processer ska säkerställa att vi levererar livsmedelssäkra produkter till dig.

Tryggt, säkert och med kvalitet!



Rickard Klinthede, Operatör



Vi är stolta över vad vi gör!

Därför vill vi vara tydliga med vad vi transporterar i Budservice bilar! Så här ser det ut på vägarna numera.

Så får du kvalitetssäkrade produkter från oss!

Att våra produkter skall vara säkra och hålla hög kvalitet är förstås en självklarhet. Därför går en produkt igenom en rad olika kontroller innan den lämnar oss.

DET BÖRJAR REDAN på idéstadiet. Därefter påbörjas produktutvecklingen där vi bland annat väljer vilka råvaror som skall ingå, i vilka mängder och hur slutprodukten ska förpackas.

Råvarukontroll

Råvarorna granskas noggrant. Fokus läggs framför allt på följande punkter:

- Allergener och "spår av"-märkning.
- Att råvaran inte innehåller GMO, genetiskt modifierade organismer.
- Att råvaran följer relevant lagstiftning, till exempel vad gäller pesticider och tungmetaller.
- Råvarans näringsvärden.
- Mikrobiologiska värden.
- Hållbarhet och förvaringsanvisningar.
- Råvarans funktion i den tilltänkta slutprodukten.

När dessa analyser är klara och godkända ber vi leverantören skicka ett prov på råvaran, så att vi kan göra en egen kvalitetskontroll i vårt provbageri.

Produktionskontroll

När råvarorna fått godkänt så långt, är det dags för våra produktvecklare att göra en slutlig bedömning av produkten. Om den uppfyller våra fysikaliska och sensoriska krav, så godkänns den och är klar att användas i vår produktion.

Under produktionen sker en mängd olika kontroller. Det första som görs är att råvarorna vägs upp. I samband med detta dokumenteras råvarornas batchnummer. Då får vi full spårbarhet vad gäller slutprodukten. Denna rutin kontrolleras av ytterligare en person för att säkerställa att inget går fel.

Sikt och metalldetektor

En sikt används för att säkerställa att inga främmande föremål av misstag

hamnar i produkten, och slutligen passerar våra produkter en metalldetektor som upptäcker minsta lilla spår av metall. Funktionaliteten på metalldetektorn kontrolleras för varje ny batch.

Genom produktionsplanering och goda rutiner förhindrar vi oönskade allergener (även spår av allergener) i våra produkter. Dessutom utför vi även speciella allergenrengöringar utöver våra ordinarie rengöringar av lokaler, maskiner och utrustning. Vi skickar regelbundet in prover för analys för att verifiera vår allergenhantering.

Förpackningen viktig

Att välja rätt förpackning till våra produkter är en viktig del i kvalitets-säkringen. Förpackningen skall vara livsmedelsgodkänd och godkänd för förvaring av den typ av livsmedel den avser. En annan viktig del är givetvis att förpackningen är funktionell, praktisk och lätthanterlig för dig som kund.

För att säkerställa att våra leverantörer efterlever våra högt ställda krav gör vi regelbundna leverantörsbedömningar, både på plats hos dem och genom dokumentationskontroll och annat.

Hela vårt livsmedelssäkerhetsarbete sker i enlighet med vår FSSC 22 000-certifiering. Vi är även RSPO-certifierade, vilket innebär att all vår palmlolja är segregerad och hållbart producerad. Vi har också Koscher- och EU-ekologisk certifiering av vissa av våra produkter.

Vi skickar varje månad produkter till ett ackrediterat laboratorium för mikrobiologisk analys. Rengöringsprover, vattenprover och luftprover är ytterligare analyser som vi utför regelbundet.

Som du märker så har vi en omsorgsfullt utarbetad process för att säkerställa att du kan känna dig trygg och säker när du köper en produkt från Credin Sverige.



Josefine Kaspersson
Environmental and Quality Engineer

Vi har en omsorgsfullt utarbetad process för att säkerställa att du kan känna dig trygg och säker när du köper en produkt från Credin Sverige.

HAR DU FRÅGOR

är du välkommen att kontakta oss!



Fullkornsbröd förebygger vällevnadssjukdomar

En stor del av våra hälsoproblem beror på att vi äter för mycket av det onyttiga, och för lite av det nyttiga. Därför får allt fler upp ögonen för fullkornsbröd – något av det nyttigaste vi kan äta, säger även WHO. Och gott är det ju också!

Men vad är egentligen fullkorn, var finns det och varför är det bra? Följ med på en resa i fullkornens värld!

Vad är fullkorn?

Anledningen till att fullkorn är nyttigt är att fibrer, vitaminer och mineraler finns kvar, till skillnad mot när mjölet är siktat.

Fullkorn finns enbart i spannmålsprodukter; vete, råg, korn, havre, ris och majs. Det kan vara både hela korn, och korn som krossats eller malts till fullkornsmjöl. Det viktiga är att alla delar av kornet finns med; frövit, grodd, kli och skaldelar.

Var finns fullkorn?

De vanligaste källorna till fullkorn i kosten är grovt bröd och knäckebröd. Men under de senaste åren har utbudet av fullkornsprodukter ökat, du kan nu få fullkorn på många andra sätt också. Pasta, bulgur, couscous och ris är några exempel. Gryn som havregryn, rågflingor, matkorn, matvete och fullkornscouscous består helt av fullkorn.

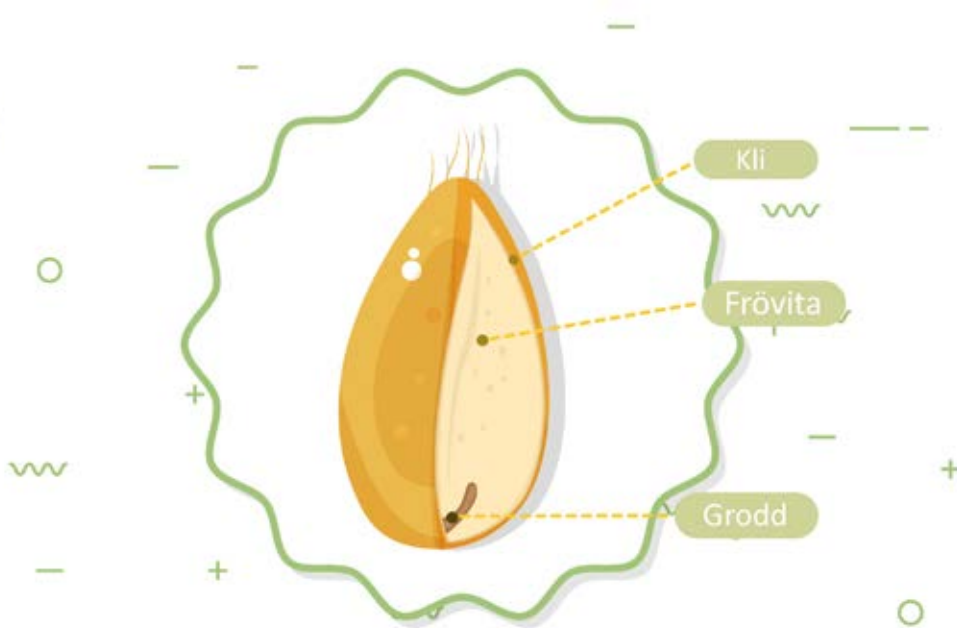
I bröd och pasta varierar mängden fullkorn. Ett enkelt sätt att hitta produkter med mycket fullkorn är att se om brödet är benämnt "fullkornsbröd" alternativt "rikt på fullkorn". Du kan också titta efter Nyckelhålet.

Varför är det bra med fullkorn?

Fullkorn klassas numera enligt WHO som den enskilda kostfaktor som allra bäst förebygger ohälsa. Det finns flera skäl till den klassificeringen:

- En bra tarmflora påverkar hälsan positivt. Fullkorn är väldigt bra näring för tarmbakterierna, vilket i sin tur skapar en bra tarmflora.
- Studier visar att personer som äter mycket fullkorn har lägre risk att få typ 2-diabetes och hjärt- och kärlsjukdomar.
- Fullkorn bidrar till att minska risken för cancer i tjock- och ändtarm.
- Fullkornsprodukter är rika på B-vitaminer, järn, kalium, magnesium, folat (folsyra) och antioxidanter, som till exempel E-vitamin och fenoler.
- Fullkorn innehåller så kallade växtsteroler. De minskar upptaget av kolesterol i tarmen, vilket i sin tur sänker halten av det skadliga LDL-kolesterolet i blodet.

Fullkorn förebygger alltså våra stora vällevnadssjukdomar!



KLI: Fiberfyllt ytterskikt med B-vitaminer och mineraler.

FRÖVITA: Mittskikt av stärkelserika kolhydrater med proteiner och vitaminer.

GRODD: Näringsinnehållande kärna med vitaminer, antioxidanter och omättat fett.

Är det någon skillnad mellan helt, krossat och malet fullkorn?

Den största skillnaden är faktiskt att de ser olika ut. Alla näringsämnen är med oavsett om fullkornet är malt eller inte. Vitaminerna och mineralerna blir dock något mer tillgängliga för kroppen när kornen är malda eller krossade. Däremot ger hela fullkorn en flackare blodsockerkurva än de malda och krossade.

Hur mycket är lagom mycket fullkorn?

Livsmedelsverket rekommenderar 75 gram om dagen för kvinnor och 90 gram för män. I brödsivor räknat betyder det 3 - 4 stycken för kvinnor och 4 - 5 skivor för män. Titta efter "Rikt på fullkorn" eller "Fullkornsbröd" och Nyckelhålet. Det visar att brödet har högre mängd fullkorn.

Vad är "fullkornsbröd", mer exakt?

För att ett mjukt bröd ska få kallas "Fullkornsbröd" eller "Rikt på fullkorn" krävs att minst 22 % av brödets vikt är fullkorn. För hårt bröd är motsvarande gräns 50 %.

På www.brodinstitutet.se kan du ladda ner "10 snabba om fullkorn". Du kan även beställa bladet från Brödinstitutet. Intressant för både din personal och dina kunder.

Faktakälla: Brödinstitutet



Credins ingredienser för smakfulla fullkornsbröd

Inför våren 2020 har vi på Credin fortsatt ta fram nya brödrecept väl anpassade till konsumenttrender som hälsa, smak och textur för tre av våra befintliga brödbaser – Hälsö, Fyrkornsbas och Chiabas.

DE EGENSKAPER VI fokuserat på har varit mer fullkorn, utvecklad textur och mer surdegssmak, dock inte alltid i kombination.

Här bjuder vi på tre receptvarianter på vardera brödbasen. Minst något bröd av vardera sorten är klassat som "fullkornsbröd".

Brödbaser gör det enklare att vara en stolt och kreativ bagare

Brödbaser gör det lättare för dig att förse dina kunder med bröd av hög och jämn kvalitet. I tider då det dessutom ofta är brist på personal i bagerierna, gör brödbaser att jobbet går lite enklare och fortare.

Viktigt är också att detta inte sker på bekostnad av brödets kvalitet eller bagarens kreativitet. Det finns alltid stort utrymme för bagaren att med sin yrkeskunskap och kreativitet sätta sin egen prägel på bröden.

Hälsö – rustikt och äkta

Hälsö är ett mörkt fiberrikt bröd med rustik karaktär och god maltsmak. Basen innehåller linfrö och solrosfrö och ger bröd med lite rustikare karaktär.

Fyrkornsbas – ljusare och lättare

Fyrkornsbas ger i sitt riktreceipt ett ljusare bröd och innehåller både korn, havre, vete och råg.

Chiabas – med ett av världens nyttigaste livsmedel

Riktreceiptet med Chiabas ger ett ljust bröd med 5 % chiafrö. Chiafrö anses vara ett av världens nyttigaste livsmedel med högt innehåll av både Omega-3, järn, kalcium, antioxidanter och kostfiber.

CHIA FULLKORN MED NÖTTER Fullkornsbröd

(Fullkornsbröd. Innehåller 22 % fullkorn)

INGREDIENSER

Chiabas	500 g
Jäst	60 g
Bagerivetemjöl	500 g
Fullkornsinkelmjöl	700 g
Pano lux alt: Vetelyx	100 g
Honung	100 g
Valnötter	200 g
Hasselnötter	200 g
Vatten	1000 g

ARBETSBEKRIJVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Tillsätt nötterna sista minuterna av körtiden. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt

Degtemperatur: 27°C

Liggtid ca: 15 min

Jästid ca: 40 min

Baktid ca: 27 min

Ingångstemperatur: 240°C

Färdigbakas i: 200°C

CHIA FULLKORN Fullkornsbröd

(Fullkornsbröd. Innehåller 25,5 % fullkorn)

INGREDIENSER

Chiabas	500 g
Jäst	60 g
Bagerivetemjöl	500 g
Fullkornsvetemjöl	700 g
Pano lux alt: Vetelyx	100 g
Honung	50 g
Vatten	1000 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt
Degtemperatur: 27°C
Liggtid ca: 15 min
Jästid ca: 40 min
Baktid ca: 27 min för matbröd,
ca 14 min för frällor
Ingångstemperatur: 240°C
Färdigbakas i: 200°C



CHIA FULLKORN MED KVARG Fullkornsbröd

(Fullkornsbröd. Innehåller 23 % fullkorn)

INGREDIENSER

Chiabas	500 g
Jäst	60 g
Bagerivetemjöl	500 g
Fullkornsvetemjöl	700 g
Pano lux alt: Vetelyx	100 g
Honung	50 g
Kvarg	400 g
Mörk Rågsur	50 g
Vatten	750 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt
Degtemperatur: 27°C
Liggtid ca: 15 min
Jästid ca: 40 min
Baktid ca: 27 min
Ingångstemperatur: 240°C
Färdigbakas i: 200°C



FYRKORNSBRÖD FULLKORN MED SURDEG Fullkornsbröd

(Fullkornsbröd. Innehåller 25 % fullkorn)

INGREDIENSER

Fyrkornsbas	500 g
Jäst	80 g
Bagerivetemjöl	500 g
Fullkornsvetemjöl	600 g
Pano lux alt: Vetelyx	100 g
Vört	100 g
Bröddekor, t.ex. Frömix Elljis	150 g
Mörk Rågsur	75 g
Vatten	1000 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt
 Degtemperatur: 27°C
 Liggtid ca: 15 min
 Jästid ca: 40 min
 Baktid ca: 27 min
 Ingångstemperatur: 240°C
 Färdigbakas i: 200°C



FYRKORNSBRÖD FULLKORN Fullkornsbröd

(Fullkornsbröd. Innehåller 24 % fullkorn)

INGREDIENSER

Fyrkornsbas	500 g
Jäst	80 g
Bagerivetemjöl	700 g
Fullkornsdinkelmjöl	600 g
Pano lux alt: Vetelyx	100 g
Mörkbrun sirap	100 g
Vatten	1000 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt
 Degtemperatur: 27°C
 Liggtid ca: 15 min
 Jästid ca: 40 min
 Baktid ca: 27 min för matbröd, ca: 20 min för baguetter
 Ingångstemperatur: 240°C
 Färdigbakas i: 200°C

FYRKORN MÜSLIBRÖD

INGREDIENSER

Fyrkornsbas	500 g
Jäst	80 g
Bagerivetemjöl	1200 g
Rågmjöl S	300 g
Pano lux alt: Vetelyx	100 g
Mörk malt	100 g
Silkgain Sonnenmüsli	650 g
Vatten	1000 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt
 Degtemperatur: 27°C
 Liggtid ca: 15 min
 Jästid ca: 40 min
 Baktid ca: 27 min
 Ingångstemperatur: 240°C
 Färdigbakas i: 200°C



FRÖIG HÄLSÖ

INGREDIENSER

Hälsö	950 g
Jäst	50 g
Bagerivetemjöl	950 g
Vatten	600 g
Mr. Korn Natura (f.d. Kokt fröblandning)	1000 g

ARBETSBEKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Tillsätt Mr. Korn Natura sista minuterna av blandningstiden. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 12 min långsamt

Degtemperatur: 27°C

Liggtid ca: 15 min

Jästid ca: 40 min

Baktid ca: 27 min

Ingångstemperatur: 240°C

Färdigbakas i: 200°C



HÄLSÖ FULLKORN Fullkornsbröd

(Fullkornsbröd. Innehåller 23 % fullkorn)

INGREDIENSER

Hälsö	950 g
Jäst	50 g
Bagerivetemjöl	300 g
Fullkornsvetemjöl	600 g
Vatten	1000 g

ARBETSBEKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 12 min långsamt

Degtemperatur: 27°C

Liggtid ca: 15 min

Jästid ca: 40 min

Baktid ca: 27 min

Ingångstemperatur: 240°C

Färdigbakas i: 200°C

SYRLIG HÄLSÖ

INGREDIENSER

Hälsö	950 g
Jäst	50 g
Bagerivetemjöl	950 g
Mörk Rågsur	50 g
Filmjök	500 g
Vatten	600 g

ARBETSBEKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Låt vila i ca 15 min. Väg upp och forma bröd efter önskad storlek och form. Jäs och baka av.

Körtid i maskin: 12 min långsamt

Degtemperatur: 27°C

Liggtid ca: 15 min

Jästid ca: 40 min

Baktid ca: 27 min

Ingångstemperatur: 240°C

Färdigbakas i: 200°C



HAMBURGERBRÖD MED LITE HETTA

HAMBURGERBRÖD ÄR EN allt intressantare produkt för många bagerier. Här får du två fina recept med vår brödbas Ven. Det är en brödbas som innehåller potatisflingor och vasslepulver vilket ger både en god smak, en härlig arom och en fantastisk färskhållning.

Hetta är fortfarande en både trendig och populär smak. I receptet på Chili-hamburgerbröd har vi tillsatt vår kryddblandning Chili/Tomato vilket ger en alldeles lagom nyans av hetta.

Lycka till med dina hamburgerbröd!



HAMBURGERBRÖD

INGREDIENSER

Ven	500 g
Bagerivetemjöl	1200 g
Vit Sirap	150 g
Rapsolja	150 g
Salt	40 g
Jäst	80 g
Starbake Mjuk CL	15 g
Starbake Volym CL	15 g
Vatten	1000 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Väg upp 2400 g bräck. Rundriv och kavla ut till 10 cm i diameter. Jäs och baka av med fördel i form för hamburgerbröd. Spraya med brödglass och strö över önskad topping före avbakning.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt Degtemperatur: 27°C

Jästid ca: 30 min

Baktid ca: 8 min

Ingångstemperatur: 220°C

Färdigbakas i: 220°C



CHILI- HAMBURGERBRÖD

INGREDIENSER

Ven	500 g
Bagerivetemjöl	1200 g
Vit Sirap	150 g
Rapsolja	150 g
Salt	40 g
Jäst	80 g
Starbake Mjuk CL	15 g
Starbake Volym CL	15 g
T&T Chili / Tomato	55 g
Vatten	1000 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och kör allt till en smidig deg. Väg upp 2400 g bräck. Rundriv och kavla ut till ca 10 cm i diameter. Jäs och baka av med fördel i form för hamburgerbröd. Spraya med brödglass och strö över önskad topping före avbakning.

Körtid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt Degtemperatur: 27°C

Jästid ca: 30 min

Baktid ca: 8 min

Ingångstemperatur: 220°C

Färdigbakas i: 220°C

Så lyckas du på Instagram!

Instagram är till för att ge inspiration, vilket passar vår bransch som hand i handske. Plattformen lämpar sig för att bygga varumärke genom att ge det en personlighet. Här arbetar man inte lika mycket med text som på Facebook – Instagram är i första hand ett bildmedium.

FACEBOOK GÅR ALLTMER mot att bli en nyhetsplattform för att dela med sig av information, medan Instagram mer handlar om inspirerande bilder och att skapa en visuell profil. Tillväxten för Instagram reflekterar den ökande vikten av visuell kommunikation.

Kreativt innehåll – ett krav

På Instagram – liksom i övriga sociala medier – ställs det höga krav på det kreativa. Ju större kreativ höjd, desto större uppmärksamhet får dina inlägg.

Som framgår av andra artiklar i denna tidning använder både Roy Fares och Mattias Ljungberg på MR Cake och Anna Björlin på Lidingö Bröd & Patisserie professionella fotografer för att skapa största möjliga kreativitet och kvalitet i sina bilder och budskap. Du klarar dig dock långt på egen hand och med en vanlig mobilkamera, men lägg energi på att skapa en intresseväckande bild.

Hur når du din målgrupp?

Skapa en relation och ett engagemang!

Storytelling och emotionell kommunikation, att väcka känslor, ger absolut bäst effekt. Betona den lokala tillhörigheten och visa vem du är, visa din personlighet.

Var relevant eller nyttig! Hur kan du hjälpa folk, lösa ett problem, tillfredsställa ett behov eller helt enkelt göra dagen lite bättre?

Några tips:

- **Du har två sekunder på dig att fånga uppmärksamhet.** Du fångar bäst uppmärksamheten med läckra bilder och en engagerande text. Budskapet ska vara kort, enkelt och tydligt.
- **Kom ihåg vilken personlighet och visuell stil din verksamhet har och var konsekvent.** Bilder, text och budskap måste hänga ihop.
- **Användningen av video och rörliga bilder ökar och väcker intresse.**
- **Forskning visar att en mer personlig och autentisk ton bidrar till en ökad effekt i sociala medier.** Så var inte rädd för att vara personlig, använda humor och leka lite med text och bilder. Du ska alltid tänka att du ska vara lika underhållande och intressant för din målgrupp som deras vänner är för dem.
- **Gör en planering för dina inlägg.** Förstå dem du vill nå och var relevant. Vad söker dina kunder? När i tiden söker de det? Var ute i rätt tid. Var lokal.



SOCIALA MEDIER I KORTHET

- Instagram startade 2010 och är idag världens näst största sociala nätverkstjänst efter Facebook.
- 83 procent av alla internetanvändare i Sverige över 12 år använder sociala medier. Från år 2010 har det skett en ökning i användandet varje år men den har nu avstannat.
- De tjänster som vuxit snabbt de senaste åren, som Instagram och Snapchat, har minskat i tillväxttakt och ligger mer eller mindre kvar på samma nivåer de sista par åren.
- Facebooks tillväxt tycks ha stannat av och eventuellt kan vi till och med ana en nedåtgående trend.
- 61 % av alla internetanvändare använder Instagram. Två tredjedelar av de i åldern 12 – 35 år använder Instagram dagligen. 51 % av alla svenskar över 12 år använder Instagram.

(Källa: Internetstiftelsen, Svenskarna och Internet)

SOMMARFYLLNING

Succén kommer tillbaka

Förra året lanserade vi idén med säsongsfyllningar – ett enkelt sätt för dig som bagare att variera utbudet efter säsong. Det slog väldigt bra ut, så vi fortsätter såklart i år.

Sommarfyllningen är en härligt somrig fyllning med bärig och frisk doft för kaffebröd, pajer, muffins med mera. Den är gjord av jordgubbspuré, hallonpuré och blåbärspulver. Den vinröda fyllningen ser mycket lockande ut i din kondisdisk.

För att ge dig idéer bjuder vi här på två recept. Du kan också prova att lägga den i dina egna favoritbakverk.

Sommarfyllningen är palmfri

Vi tar fram allt fler palmfria alternativ till våra befintliga fyllningar. Nya fyllningar, som Sommarfyllningen, försöker vi göra palmfria. I rutan här bredvid ser du vilka palmfria fyllningar vi har i nuläget. Det palmfria sortimentet utvecklas ständigt. Kontakta din Credin-representant när du söker nya palmfria fyllningar.

Upptäck våra palmfria fyllningar!

ART. NR	NAMN	FÖRPACKNING
3944	Sommarfyllning PF	11 kg
3865	Wienerremons PF	12 kg
3890	Premium Mandelfyllning PF	11 kg
3880	Apelsinfyllning PF	11 kg
3779	Salty caramel filling PF	12 kg
3868	Kanelfyllning UMK PF	11 kg
3959	Kardemummafyllning PF	75 kg
3958	Kanelfyllning Grov PF	75 kg

Alla våra semlefyllningar är palmfria.

Andra förpackningsstorlekar kan förekomma.
Prata med oss när du vill veta mer.



SOMMARBULLAR MED VANILJKRÄM OCH STRÖSSEL

INGREDIENSER

Vettedeg

Bagerivetemjöl	2400 g
Vetelyx margarin	400 g
Socker	400 g
Milko mjölkpulver	100 g
Kardemumma	30 g
Jäst	150 g
Salt	20 g
Starbake Volym CL	23 g
Vatten	1000 g

Vaniljkräm

Vanilj- S	300 g
Vatten	1000 g

Strössel

Rex margarin	500 g
Strösocker	500 g
Bagerivetemjöl	500 g
Havregryn	500 g

Sommarfyllning

ARBETSBEKRIVNING

Vettedeg

Väg upp ingredienserna och kör till smidig deg. Låt vila.

Vaniljkräm

Vispa ihop Vanilj- S med vattnet.

Kavla ut degen till 2,5 mm. Bred ut Sommarfyllning över degen. Rulla ihop och kubba upp till snäckor. Sätt av bullarna i formar. Jäses. Spritsa en klick vaniljkräm i mitten av bullen och strö över strössel. Baka av.



Körtdid i maskin: 3 min långsamt, 6 min snabbt

Degtemperatur: 27°C

Liggtid ca: 15 min

Jästid ca: 35 min

Baktid ca: 8 min

Ingångstemperatur: 210°C

Färdigbakas: 210°C

SOMRIGA KAPSELBULLAR

INGREDIENSER

Vettedeg

Bagerivetemjöl	2300 g
Vetelyx margarin	400 g
Socker	400 g
Milko mjölkpulver	100 g
Kardemumma	30 g
Jäst	150 g
Salt	20 g
Starbake Volym CL	23 g
Vatten	1000 g

Till inkavling

Wienerlyx	800 g
-----------	-------

Citronglasyr

Fondant Vit	1000 g
Citronpasta Hagelberg's	50 g

Sommarfyllning



ARBETSBEKRIVNING

Vettedeg

Väg upp ingredienserna och kör till smidig deg.

Citronglasyr

Blanda fondanten med citronpastan.

Kapselbullar

Kavla in Wienerlyx med två stycken treslag. Låt vila svalt mellan kavlingarna.

Kavla ut degen till ca 3 mm tjocklek. Stryk ut Sommarfyllning över degen. Rulla ihop och kubba upp snäckor. Sätt av bullarna i

kapselplåt. Jäses och baka av. Strecka sedan över Citronglasyr när bullarna svalnat något. Bryt loss bullarna.

Körtdid i maskin: 3 min långsamt, 8 min snabbt

Degtemperatur: 27°C

Liggtid ca: 15 min

Jästid ca: 35 min

Baktid ca: 20 min

Ingångstemperatur: 190°C

Färdigbakas i: 190°C



Kondis PF

Palmfritt
vegetabiliskt
konditorimargarin

När du vill baka både palmfritt och vegetabiliskt har vi lösningen för dig – Kondis PF. Ett allroundmargarin för konditoribakverk som även fungerar för kavlade bakverk.

Här får du några recept på smakfulla småkakor bakade med Kondis PF.

KARAMELLKAKOR

INGREDIENSER

Kondis PF	600 g
Farinsocker	600 g
Bagerivetemjöl	900 g
Gul Sirap	120 g
Kardemumma	10 g
Bikarbonat	14 g
Gräddkolaessens Hagelberg's	20 g

ARBETSBESKRIVNING

Kör ihop degen. Väg upp 300 g bitar. Rulla ut plåtlånga och platta till. Baka av i 190°C i ca 10 min.



CITRONPEPPARKAKOR

INGREDIENSER

Kondis PF	500 g
Strösocker	500 g
Bagerivetemjöl	1000 g
Gul Sirap	350 g
Grädde	200 g
Ingefära	2 g
Bikarbonat	14 g
Citronolja Hagelberg's	4 g

ARBETSBESKRIVNING

Kör ihop degen och låt vila till nästa dag. Kavla ut degen till ca 2,5 mm tjocklek. Stick ut kakor efter önskad form och storlek. Baka av i 170°C i ca 7-8 min.



ROM- RUSSINFLARN

INGREDIENSER

Kondis PF	1200 g
Strösocker	1050 g
Bagerivetemjöl	750 g
Havregryn	650 g
Russin	750 g
Rompasta Hagelberg's	100 g

ARBETSBESKRIVNING

Blanda russin och Rompasta och låt stå till nästa dag. Väg upp övriga ingredienser och kör ihop degen. Väg upp 1000 g bitar. Rulla ut plåtlånga. Låt vila i kyl ca 3 timmar. Kubba upp och baka av i 180°C i ca 7-8 min.

SILKGRAIN COOKIES

INGREDIENSER

Kondis PF	400 g
Strösocker	400 g
Bagerivetemjöl	900 g
Gul Sirap	200 g
Silkgrain Sonnenmüsli	150 g
Mörka chokladdroppar	110 g

ARBETSBESKRIVNING

Kör ihop degen. Väg upp 1000 g bitar. Rulla ut plåtlånga. Låt vila i kyl ca 3 tim. Kubba upp och baka av i 190°C i ca 8-10 min.



Goda smaker sedan 1908

Charles Wiktor Hagelberg var bara 19 år när han 1908 startade en firma i sin mammas kök för att tillverka och sälja "fruktethrar". Detta var i Majorna i Göteborg, och Charles Wiktor såg en stor potential att sälja dessa smaksättare, inte bara till de många hembagerierna i Göteborg, utan även till glass- och konfektyrtillverkarna i stan.

1985 KÖPER GUNNAR Dalblad Hagelberg's. Han utvecklar företaget kraftigt och säljer det sedan till Norlander Food 1997. Idag ägs varumärket av Credin Sverige som utvecklar och producerar livsmedelsfärger och smaksättare under detta varumärke i Stenkullen utanför Göteborg. I detta nummer av Inspiration & Affärsmannaskap får du ett flertal recept på både småkakor och mjuka kakor där vi gett bakverken en extra twist genom att smaksätta med fina smaker ur Hagelberg's-sortimentet.

Välkommen att upptäcka vårt breda sortiment av färger och aromer under varumärket Hagelberg's.



Hagelberg's



MOCCAKAKA MED VALNÖTTER

INGREDIENSER

Mormors Chokladkaka	1000 g
Vatten	480 g
Rapsolja	310 g
Mocca Paris-extrakt Hagelberg's	40 g
Valnötter	250 g

Chokladglasyr

Fondantpulver	800 g
Kakao	40 g
Rapsolja	15 g
Vatten	150 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och blanda med vinge i 4 minuter på låg hastighet. Fyll formar och baka av i 180°C i ca 20 min. Låt svalna.

Chokladglasyr

Blanda ingredienserna till en homogen glasyr. Värm glasyren försiktigt och doppa toppen på kakan. Låt rinna av och dekorera med valnötter.



PÄRON- OCH INGEFÄRSMUFFINS

INGREDIENSER

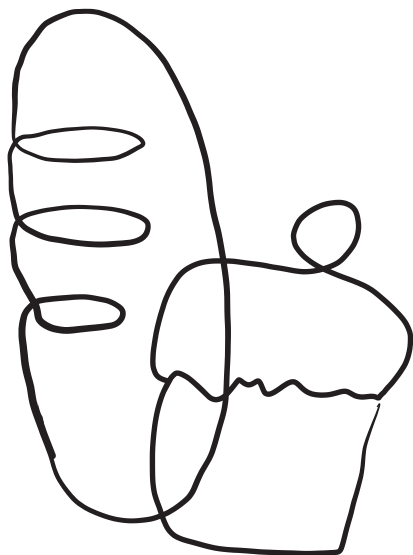
Maffiga Muffins	1000 g
Vatten	400 g
Rapsolja	400 g
Ingefära	10 g

Fruktfyllning Päron

Fondant Vit	1000 g
Päronpasta Hagelberg's	15 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp alla ingredienser och blanda med vinge i 4 minuter på låg hastighet. Fyll formar och spritsa i en klick Fruktfyllning Päron. Baka av i 180°C i ca 20 min. Låt svalna. Blanda Fondant och Päronpasta. Värm försiktigt och doppa muffinstoppen. Dekorera efter eget tycke och smak.



Sveriges Bageri & Konditori Mässa

Årets viktigaste mötesplats!

SVERIGES BAGERI- & KONDITORIMÄSSA 24 - 26 SEPTEMBER 2020

Boka in årets allra viktigaste händelse för vår bransch! Mellan den 24 och 26 september samlas den svenska bageri- och konditoribranschen på Stockholmsmässan i Älvsjö. Missa inte det!

Räkna med inspiration från massor av kreativa utställare, inspirerande föredragshållare, fantastiskt duktiga tävlande i Nordiska Mästerskapen och en ovanligt bra mässfest.

VI SES PÅ SVERIGES BAGERI-
OCH KONDITORIMÄSSA!

TID, PLATS OCH ANMÄLAN

24 - 26 september 2020. Stockholmsmässan i Älvsjö.
Läs mer på bagarmassa.se.

Lösningen på Konditori Nordpolens problem

Nordpolens Stenugnsbageri

Ibland kan faktiskt en satsning gå för bra. Konditori Nordpolen i Vara är ett mycket populärt konditori med en välbesökt servering. Även brödförsäljningen går riktigt bra, inte minst sedan man installerade en vedeldad stenugn.

KUNDER SOM BARA skulle köpa ett bröd började klaga på de långa köerna, säger Per Larsson, en av delägarna i det familjeägda konditoriet. Vår brödförsäljning minskade de dagar serveringen gick bra.

Lösningen blev Nordpolens Stenugnsbageri, en separat brödbutik med egen ingång, vägg i vägg med Konditori Nordpolen. Resultatet har blivit en lönsam och fin liten butik med ett brett

sortiment av bröd, kaffebröd och lite annat smått och gott.

– Och brödförsäljningen, som redan tidigare totalt sett var bra, har ökat ordentligt, säger Per.

SÅ VISST LÖNAR det sig att lyssna på kunderna och försöka hitta lösningar på problem!



Stina Larsson



Per Larsson



Mer mousselinpiration

MED KESSKO FÅR DU
BÅDE FANTASTISKA
SMAKER OCH BÄTTRE
LÖNSAMHET

VI VILL FORTSÄTTA ge dig idéer för att utveckla ditt sortiment bakverk med härliga mousser. Du får här recept på både en salty caramel-hallonbakelse som verkligen retar gommen med sin smakuppalett, en kardemummakaka med havtornsrosett, ett flertal idéer på Påsktårter och en smakfull Mors Dag-tårta med både jordgubbsmousse och flädermousse. Lycka till!



SALTY CARAMEL- HALLONBAKELSE

INGREDIENSER

Chokladanslag

Quickanslag Choklad	1000 g
Ägg	800 g
Vatten	200 g

Hallongelé

Kessko Hallonmousse	200 g
Varmt vatten	400 g

Hallonmousse

Grädde	500 g
Kessko Hallonmousse	100 g
Vatten	125 g

Salty Caramelmousse

Grädde	500 g
Kessko Salty Caramelmousse	100 g
Vatten	125 g

Salty Caramel Filling

ARBETSBESKRIVNING

Chokladanslag

Vispa ingredienserna i 7 minuter. Fördela smeten i anslagsringar eller kapsel. Baka av i 190°C i ca 20 min.

Hallongelé

Sikta bort hallonbitarna från moussepulvret och lös upp pulvret i vattnet.

Hallonmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med vattnet och blanda ner i grädden.



Salty Caramelmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med vattnet och blanda ner i grädden.

Montering

Häll Hallongelén i botten på cylinderformade bakelseformar. Låt gelén stelna. Spritsa i Hallonmousse och en klick Salty Caramel Filling. Stick ut rundlar av chokladanslaget som passar formen och lägg uppe på moussen. Fryses. Tryck ut bakelserna ur formarna och spritsa en rosett Salty Caramelmousse på hallongelén. Dekorera efter eget tycke och smak.



KARDEMUMMAKAKA MED HAVTORSNSROSETT

INGREDIENSER

Kardemummakaka

Mormors Ljusa kaka	1000 g
Vatten	500 g
Rapsolja	300 g
Kardemumma	10 g
Mandel flisad	200 g

Havtornsmousse

Havtornsbär	250 g
Strösocker	50 g
Kessko Neutral gräddmousse	75 g
Lätt vispad grädde	500 g

ARBETSBESKRIVNING

Kardemummakaka

Väg upp alla ingredienser och blanda med vinge i 4 minuter på låg hastighet. Fyll anslagsringar och baka av i 180°C i ca 25 min. Låt svalna.

Havtornsmousse

Koka upp havtornsbär och socker och låt puttra tills bären är mjuka. Mixa bären med stavmixer och sila bort skal och kärnor. Lös upp moussepulvret i havtornspurén och vänd ner i grädden.

Montering

Skär ut kardemummakakan från anslagsringarna och skär upp tårtbitar i önskad storlek. Pudra kakan med florsocker och spritsa på en rosett Havtornsmousse.

Pia Hedqvist

vinner Credin Award 2019

Värdegrunden för Credin Sverige är en gemensam utgångspunkt som hjälper oss att styra åt samma håll, trivas på jobbet och lyckas tillsammans. Värdegrunden innebär att vi ska vara Uppfinningsrika, Modiga, Ambitiösa, Involverade och Ansvarstagande.

DESSA VÄRDEORD är vår ledstjärna för hur vi betar oss gentemot och tillsammans med kunder, medarbetare samt kontakter och samarbetspartners utanför företaget.

Credin Award ges till en medarbetare som är ett föredöme i dessa avseenden och hjälper oss att styra åt samma håll, trivas på jobbet och lyckas tillsammans.

Utmärkelsen delades ut för första gången 2019 och förärades, välförtjänt framröstad av kollegorna på Credin Sverige, vår medarbetare på Innesälj Pia Hedqvist.

- Jag är otroligt glad och tacksam för den här utmärkelsen, säger Pia. Jag lägger ner mycket av min själ i jobbet. Jag vill alltid göra mitt bästa i allt jag gör, och det är roligt att det uppmärksammas. Utmärkelsen sporrar mig att fortsätta göra mitt yttersta, både för våra kunder och mina kollegor. **Hjärtligt grattis säger alla vi kollegor till Pia!**



TÅRTINSPIRATION FÖR



PÅSKTÅRTA

INGREDIENSER

Grundrecept Mördegsbotten

Mjöl	1500 g
Rex margarin	1000 g
Socker	500 g
Ägg	100 g

Mormors Chokladbotten

Mormors Chokladkaka	500 g
Vatten	240 g
Rapsolja	155 g

Ägglikörmousse

Grädde	1000 g
Kessko Ägglikörmousse	200 g
Vatten	250 g

Chokladmousse

Grädde	500 g
Kessko Chokladmousse	100 g
Vatten	125 g

Gul marsipan



CITRON- OCH INGEFÄRSTÅRTA

INGREDIENSER

Chokladanslag

Quickanslag Choklad	1000 g
Ägg	800 g
Vatten	200 g

Citronmousse

Grädde	500 g
Kessko Citronmousse	100 g
Vatten	125 g

Ingefärsmousse

Grädde	500 g
Kessko Neutral gräddmousse	75 g
Ingefära	5 g
Vatten	100 g

Citronkräm

ARBETSBESKRIVNING

Chokladanslag

Vispa ingredienserna i 7 minuter. Fördela smeten i 16 cm anslagsringar. Baka av i 190°C i ca 20 min.

Ingefärsmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret och ingefäran med vattnet och blanda ner i grädden.

Fördela moussen i 3 st 16 cm silikonformar eller anslagsringar. Placera i frys tills moussen är fryst.

Citronmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med vattnet och blanda ner i grädden.

Montering

Dela ett chokladanslag på tre. Placera ett anslag i botten av 18 cm anslagsringar. Ta ut Ingefärsmoussen från frysen och placera på chokladanslaget. Lägg på ytterligare ett chokladanslag. Spritsa på Citronkräm. Fyll formen med citronmousse. Fryses. Ta ut tårtan från frysen och stryk ut Citronkräm över tårtan. Dekorera efter eget tycke och smak.

ARBETSBESKRIVNING

Mördegsbotten

Blanda ingredienserna till en deg. Placera i kyl. Kavla ut degen till 3 mm tjocklek. Stansa ut bottenar efter önskad storlek med hjälp av anslagsringar. Baka av i 200°C i ca 9 min.

Mormors Chokladbotten

Kör ingredienserna med vinge i 5 minuter på låg hastighet. Fördela smeten i anslagsringar. Baka av i 180°C i ca 15 minuter.

Chokladmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med vattnet och blanda ner i grädden.

Ägglikörmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med vattnet och blanda ner i grädden.

Montering

Stryk chokladmousse på en mördegsbotten.

Lägg på en chokladbotten och stryk på ägglikörmousse. Lägg på nästa chokladbotten och stryk upp hela tårtan med ägglikörmousse. Kavla ut gul marsipan och klä in tårtan. Dekorera efter eget tycke och smak.



PÅSKTÅRTA

INGREDIENSER

Anslag

Mormors Ljusa kaka	1000 g
Rapsolja	300 g
Vatten	500 g

Gräddmousse

Kessko Neutral gräddmousse	150 g
Vatten	200 g
Lätt vispad grädde	1000 g

Ägglikörmousse

Kessko Ägglikörmousse	200 g
Vatten	250 g
Lätt vispad grädde	1000 g

Salty caramel filling PF
Arabesque Noir 58, mörk choklad
Marsipan
Chokladdekor
Marsipanrosor

ARBETSBESKRIVNING

Anslag

Kör ingredienserna till Mormors Ljusa kaka på låg hastighet med vinge i 4 min. Häll upp i tårtringar, till halva höjden, och baka av i 180 °C ca 25 min (använd sticka).

Gräddmousse

Vispa grädden lätt. Lös moussepulvret i vattnet och vänd ner i grädden. Hacka sedan 50 g choklad i småbitar och vänd ner i gräddmoussen.

Ägglikörmousse

Vispa grädden lätt. Lös moussepulvret i vatten och vänd ner i grädden.

Montering

Dela anslaget på 3 bottnar, och skär till som påskägg. Stryk upp första botten med Salty caramel filling PF och Gräddmousse. Lägg på nästa botten och stryk på med Salty caramel filling PF och Ägglikörmousse. Lägg sedan på sista botten och stryk upp hela påskägget med Ägglikörmousse och klä därefter tårtan med marsipan. Dekorera gärna påsktårtan med marsipanrosor och chokladdekorer från Credins dekorsortiment.



TIPS!

För att tillverka fågelbo i choklad, spritsa ut tunna strängar av smält choklad (45-50 °C) på en fryst bakplåt eller helst en marmorplatta. Forma till fågelbo och sätt på kyl tills chokladen har stelnat, ca 1-2 timmar.



FLÄDER- JORDGUBBSTÅRTA

INGREDIENSER

Anslag

Quickanslag	1000 g
Ägg	500 g
Vatten	350 g

Jordgubbsmousse

Grädde	500 g
Kessko Jordgubbsmousse	100 g
Vatten	125 g

Flädermousse

Grädde	500 g
Kessko Neutral gräddmousse	75 g
Koncentrerad flädersaft	200 g

Fruktfyllning Jordgubb
Rosa marsipan
Vit marsipan

ARBETSBEKRIVNING

Anslag

Vispa ingredienserna i 7 minuter. Fördela smeten i 18 cm anslagsringar. Baka av i 190°C i ca 20 min.

Jordgubbsmousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med vattnet och blanda ner i grädden.

Flädermousse

Vispa grädden löst. Lös moussepulvret med flädersaften och blanda ner i grädden.

Fördela moussen i 3 st 16 cm silikonformar eller anslagsringar. Placera i frys tills moussen är fryst.

Montering

Dela ett anslag på tre. Placera ett anslag i botten av 18 cm anslagsring. Ta ut flädermoussen från frysen och placera på anslaget. Spritsa på Fruktfyllning Jordgubb. Fyll formen med Jordgubbsmousse. Fryses. Ta ut tårtan från frysen och låt den tina. Kavla ihop rosa och vit marsipan och klä in tårtan. Dekorera efter eget tycke och smak.

Säljkåren på Credin



NIKLAS NORLANDER
Innesälj
0302-252 01
direkt 0302-252 21



PIA HEDQVIST
Innesälj
0302-252 01
direkt 0302-252 07



LINDA WÜST
Innesälj
0302-252 01
direkt 0302-252 77



RICHARD HELLSTRÖM
Innesälj
0705-25 20 63



CAMILLA LUNDIN
Utesälj,
Norra -, Mellansverige
0709-82 13 95



JONATHAN VALLI PÄTSI
Utesälj, Västra Sverige
0765-42 52 34



JESPER DUVANDER
Utesälj, Östra Sverige
0727-25 38 18



HENRIK JÖQUIST
Utesälj, Södra Sverige
0703-25 16 81



FILIP NORLANDER
KAM,
Industri, Leveransbageri
0736-52 53 56



MARTIN EKMARCK
KAM, Industri, Export
0727-25 38 19



ALEXANDER ÖHRLING
KAM, Industri, Export
0706-60 88 16



MARTIN KARLSSON
KAM, Kedjekunder
0761-06 01 41



MARTIN OLSSON
Försäljningsdirektör
0708-98 45 70



JENNY OLSSON
Försäljningskoordinator
0302-252 20
0765-42 52 26



PERNILLA FREDRIKSSON
Bagerigrossisten,
Storstockholm, Uppsala
08-747 04 02



ALEXANDER FREDRIKSSON
Bagerigrossisten,
Storstockholm, Uppsala
08-747 04 02

CREDIN

Credin Sverige AB

Elvägen 4, 443 61 Stenkullen

Telefon: 0302 252 00, info@credin.se, www.credin.se