

Inspiration

& AFFÄRSMANNASKAP

Tillsammans

FÖR SVENSKA BAGERIER
OCH KONDITORIER *s.4*

TRENDSPANING
SNACKIFICATION *s.12*

FRÅN RESOR OCH REKLAM
TILL BULLAR OCH BRÖD *s.14*

CRE DIN

Saffran till
biscotti, muffins,
amaretti, kladdkaka,
cupcakes och munkar.
Samt lussebullar,
förstås.

VD HAR ORDET

SAMMANHÅLLNING, INNOVATIONS- FÖRMÅGA OCH NYA SATSNINGAR

SNART ÄR DET dags att summera 2020 och ringa in det nya året. 2020 kan kännas som ett förlorat år, dystra rapporter om alla som drabbats av Covid-19 och allt vad det medfört för ekonomin, företagandet och för oss privat. Det känner vi alla av och är något vi kommer att bära med oss under en lång tid framöver. Hur eländigt det än är och har varit så kan jag inte låta bli att tänka på allt positivt som det också burit med sig - en enorm innovationsförmåga att hitta nya arbetssätt och möjligheter, inte minst hos er bagare och konditorer. Viljan att hjälpa varandra har visat sig på ett sätt som är fantastiskt och fastän vi jobbar mer på distans känns det ändå som att vi kommit



varandra närmare - vi kommer att gå starkare ur den här krisen!

NÅGRA SOM VALDE att satsa nytt mitt under pågående pandemi är Robert och Björn som äger Konditori Katarina, läs mer om deras resa från resebranschen till bageribranschen och deras inspirerande ledarskap. Ett annat företag som också satsar stort i sin verksamhet är Tobbe och Micke på Urshultsbagarn som här delar med sig av erfarenheter och råd kring investeringar.

I VÅR SATSNING att fortsätta utveckla och producera högkvalitativa produkter vill jag passa på att presentera två nya

medarbetare på vår PU-avdelning, Emma Sjögren som utvecklar våra margariner och fetter och Karolina Östman som utför kvalitetsanalyser och just nu utvärderar vårt aromsortiment. Två eldsjälur som brinner för hållbar utveckling och har ett stort intresse för mat och trender.

JAG OCH MINA medarbetare på Credin vill tacka er alla för det gångna året och det förtroende ni visat oss under 2020, och även om vi har magarna fulla med lussebullar, pepparkakor och andra goda bakverk som hör julen till så vill vi gärna inspirera er med vårt fina sortiment av semlefyllningar, receptidéer och trender inför kommande säsong.

Vi på Credin vill önska er alla en riktigt God Jul & Gott Nytt År!

Karin Audemon

INNEHÅLL

Tillsammans för svenska bagerier och konditorier ...	4
Två nya medarbetare	10
Trendspaning	12
Konditori Katarina	14
Urshultsbagarn	18
Saffran - världens dyraste krydda	20
Utvecklat samarbete med Kessko	24
Ny inspiration på vår hemsida	27

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



CREDIN®



Tillsammans

för svenska bagerier
och konditorier.

Sedan juni 2019 ingår Credin Sverige AB i norska Orkla Food Ingredients (OFI). KåKå AB och Credin Sverige AB är alltså systerbolag i OFI. Och vi ska fortsätta vara ett lokalt företag med stor flexibilitet och lyhördhet i nära samarbete med den svenska bagerinäringen. Med globala resurser i ryggen har vi en stark lokal närvaro.

VI FORTSÄTTER UTVECKLA nya produkter, nya ingredienser och koncept av högsta kvalitet för att utveckla bagerimarknaden och tillgodose marknadens specifika behov. I detta arbete drar vi nytta av det både nationella och internationella erfarenhetsutbyte som sker både inom OFI och inom Credin Group.

Vårt samarbete ger dig nya möjligheter

Credin Sverige – med rötter i Norlander Food – utvecklar och producerar sedan många år bageriingredienser av hög kvalitet i Stenkullen. I samarbetet med KåKå kan vi fokusera ytterligare på att studera och följa nya konsumtionsmönster och konsumentbeteenden. Vi blir vassare på trendspaning och vi följer utveckling inom mat, smak och teknisk utveckling inom många områden. Det leder såklart till att vi på Credin kan vässa oss ytterligare när det gäller produkt- och produktionsutveckling och innovation. Resultatet blir större möjligheter till nya produktansättningar och utvecklings-samarbeten i nära samarbete med enskilda kunder och kundgrupper.

Genom att KåKå ansvarar för lagerhållning, försäljning och distribution av Credin Sveriges produktsortiment till alla hantverks-, leverans- och butiks-bagerier



Hans Mars
Försäljningsdirektör för
Bageri och konditori på KåKå

— ● —
”Vi vill underlätta för våra kunder att få alla sina varor på en och samma leverans”

ökar tillgängligheten till våra produkter.

Nyckelpersoner kommenterar samarbetet

För att få lite kött på benen frågade vi två nyckelpersoner vad de anser om samarbetet mellan Credin och KåKå.

Hans Mars, Försäljningsdirektör för Bageri och konditori på KåKå, hur ser du på samarbetet med Credin Sverige?

– Med Credin Sveriges produkter kan vi nu erbjuda våra kunder ett bredare utbud på både bageri- och konditori-sidan. Vi har nu en mer komplett portfölj av produkter att erbjuda våra hantverks-bagerier och butiks-bagerier än tidigare.

Vad betyder det för KåKå och för KåKås kunder?

– Det gör att vi förhoppningsvis stärker vår position på marknaden. Vi blir också en mer komplett leverantör när vi erbjuder våra kunder ett ännu bredare sortiment. Vi vill underlätta för våra kunder att få alla sina varor på en och samma leverans samt att kunna lägga hela sin order via vår E-handel eller hos våra innesäljare. Detta hoppas vi ska underlätta och spara tid för våra kunder.

Martin Olsson, Kommersiell Direktör för Credin Sverige, hur ser du på samarbetet med KåKå, och vad betyder det för Credin Sverige och för Credins kunder?

– Samarbetet med KåKå betyder väldigt mycket för oss på Credin, i många olika avseenden. Att komma in med våra



Martin Olsson,
Kommersiell Direktör
för Credin Sverige

— ● —
"...vi kan skapa större
tillgänglighet och nya
mervärden för såväl
gamla som nya
kunder."

produkter i KåKås produktportfölj ger oss en möjlighet att nå ut till kunderna på ett ännu bättre sätt än tidigare och skapar bättre förutsättningar för bagerier och konditorier att kunna utnyttja styrkan i våra produkter.

– KåKå har en stark säljkår som nu även representerar Credin-varumärket,

CREDIN GROUP

Credin A/S grundades i Danmark år 1930 av Palsgaard A/S. Affärsidén var att utveckla bageriingredienser i syfte att göra det enklare för bagarna att leverera en jämn och hög kvalitet.

Palsgaard ville expandera Credin utomlands. Första steget blev Portugal 1973. Därefter fokuserade man på Östeuropa som man såg som mycket intressant. Credin Polen etablerades 1995 och Credin Ryssland 2010. Senaste etableringen är Credin Sverige 2019.

ORKLA

Orkla ASA, med huvudkontor i Oslo, är en ledande leverantör av kända varumärken inom konsumentvarusektorn, främst för dagligvaruhandeln, out-of-home, vårdsektorn och bagerinäringen. Orklas huvudsakliga marknader är Norden, Baltikum och Centraleuropa. Orklas verksamhet inom detta område består av fyra affärsområden, Orkla Foods, Orkla Confectionery & Snacks, Orkla Care och Orkla Food Ingredients. Några av de välkända varumärkena i produktportföljen är Kronjäst, OLW, Önos, Kalles, Abba, Ekströms och Frödinge.

Orkla har drygt 18 000 anställda och en omsättning på ca 41 miljarder NOK.

ORKLA FOOD INGREDIENTS

Orkla Food Ingredients, OFI, bildades 1999 och är en ledande leverantör av bageri- och glassingredienser i Norden och Baltikum och på vissa utvalda marknader i Centraleuropa. OFI äger även starka varumärken på konsumentsidan, som t.ex. Odense Marcipan och Kronjäst.

Några av företagen som ingår i OFI är Odense Marcipan, Sonneveld, Dragsbaek, Idun Industri, KåKå, Jästbolaget och Credin.

OFI omsätter ca 9,5 miljarder NOK.

SÄLJ- OCH MARKNADSORGANISATION CREDIN SVERIGE



detta tillsammans med KåKås logistiklösning och starka produktportfölj gör att vi kan skapa större tillgänglighet och nya mervärden för såväl gamla som nya kunder.

Utöver samarbetet med KåKå, hur ser Credin Sveriges kommersiella verksamhet i Sverige ut?

– Sedan vi fick nya ägare och samarbetet med KåKå startade så har vår Sälj- & Marknadsavdelning genomgått en stor förändring. På marknadssidan har vi skapat två nya tjänster i form av Kategorichefer. De tar ett övergripande ansvar för produkterna och sortimentsutvecklingen inom respektive produktkategori. De väldigt viktigt att vi har ett starkt fokus på ägarskap av en produkt så att vi kan skapa förbättringar, utveckla nya produkter och produktkoncept och skapa nya innovationer för framtiden.

– På säljsidan jobbar vi dag i stort sett endast med Credin-tillverkade produkter, fortsätter Martin. Vi samarbetar med KåKå i Sverige men vi jobbar på ett liknande sätt med andra partners, främst inom OFI, i övriga Norden och i Baltikum.

Med ett större fokus på produktutveckling och innovation ser vi nya spännande framtida möjligheter för vårt kunnande och våra produkter både på exportsidan och gentemot industribagerierna.

Credin Sverige – lång erfarenhet av högkvalitativa bageriingredienser

Vårt fokus och därmed våra styrkor är utveckling, produktion och försäljning av högkvalitativa bageriingredienser. Vi har utvecklat en stor skicklighet i att i nära samarbete med kunden utveckla kundunika produkter, och att anpassa befintliga produkter till specifika kundbehov.

Vår flexibilitet i produktutveckling, produktion och kundkontakter gör tiden från beställning till leverans kort. Även mindre volymer kan oftast levereras med kort varsel.

Vi vill av våra kunder upplevas som uppfinningsrika, modiga och ambitiösa i



Christopher Solberg, Försteman





Rickard Klinthede, Operatör



Daniel Pyrzanowski, Försteman

vårt arbete. För att nå dit krävs att vi är djupt involverade i våra kunders verksamhet, och att du som kund känner att vi tar ansvar.

Med vår långa erfarenhet av produktutveckling och produktion i bageribranschen erbjuder vi unika produkt-egenskaper inom kaffebrödsfyllningar, flytande funktionella fetter, semlefyllningar, aromer, produkter i spritspåse och förstuds pulverprodukter av olika slag.

”Genom att kombinera olika vegetabiliska oljor och anpassa vår produktionsprocess kan vi skräddarsy egenskaper hos margarinet.”

Lätt att baka gott med våra kaffebrödsfyllningar

Redan under Norlander-tiden var våra kaffebrödsfyllningar mycket uppskattade för sin höga och jämna kvalitet, sina fina smaker och den lättarbetade konsistensen. Sedan dess har vi fortsatt med ett kontinuerligt och aktivt utvecklingsarbete av produkter, produktion och processer, allt för att säkerställa att du ska få smakfulla fyllningar av hög och jämn kvalitet som uppskattas av dina kunder.

I fyllningsavdelningen producerar vi – förutom fettbaserade kaffebrödsfyllningar av många olika slag – även palmfria fyllningar och sådana utan varken mandel eller kärnor. Där producerar vi även fondanter; vita, färgade och smaksatta, främst i spritspåse.

Bagerimargariner och funktionella fetter – anpassade till dina behov

Credin Sverige äger och producerar några av Sveriges allra mest klassiska varumärken för bagerimargariner - Vera, Rex, Wienerlyx och Vetelyx. De produceras sedan flera år, tillsammans med ett antal andra bagerimargariner, i vår margarinavdelning i Stenkullen.

Visste du att varumärket Vera registrerades redan 1930 och Rex 1944? Så länge har Sveriges bagare och konditorer använt dessa klassiska bagerimargariner.

Fett behövs i nästa alla typer av bakverk. Idag används främst bagerimargariner av olika slag, smör eller någon form av ren vegetabilisk olja. Dessa olika typer av fett har alla sina unika egenskaper.

Credin har fokuserat på bagerimargarin. Anledningen är att vi på detta sätt kan ge bagare och konditorer fettprodukter anpassade till bakprocesserna som ger de egenskaper som både bagare och konditorer efterfrågar. Margarinet



påverkar både degegenskaperna och struktur, volym, färskhållning och munkänsla i det färdiga bakverket. Därför är det viktigt att välja rätt margarin till rätt bakverk.

Bagerimargarin har viktiga fördelar jämfört med andra fettprodukter

Den kanske allra viktigaste fördelen med bagerimargarin är möjligheten att anpassa fettsammansättningen till användningsområdet. Genom att kombinera olika vegetabiliska oljor och anpassa vår produktionsprocess kan vi skräddarsy egenskaper hos margarinet



Brödbaser gör att jobbet går lite enklare och lite fortare, och detta utan att ge avkall på kvalitén i brödet eller bagarens kreativitet.

för att både få en så bra bakprocess som möjligt, och för att få önskade egenskaper hos det färdiga bakverket.

Egenskaper som efterfrågas av bagaren är t.ex. vispbarhet, färskhållning i matbröd och vetebröd, god hållbarhet hos småkakor, god laminering, frasighet, textur, munkänsla, smak och doft.

Flytande margarin – enklare att hantera

Credin har både fast och flytande margarin i sortimentet. Fast margarin ger mer struktur och bättre volym till bakverken än vad flytande margarin gör. Däremot är i många fall flytande margarin lättare för bagaren att hantera, och flytande margarin möjliggör även pumpbara lösningar, vilket naturligtvis innebär mindre lyft och sparar många ryggar. Rapsolja är huvudingrediensen i våra flytande margariner.

Enbart RSPO-certifierad, segregerad och hållbart producerad palmolja

Palmolja är en viktig ingrediens för att få rätt egenskaper på margarinet. Palmolja är fast i rumstemperatur och har en neutral smak. All palmolja som Credin köper är RSPO-certifierad, segregerad och hållbart producerad. Dock utvecklar vi allt fler palmfria varianter på våra margarinsorter.

**FUNCTIONAL
FATS**



Funktionella fetter med inbyggda egenskaper

Vårt sortiment av flytande fett med inbyggda egenskaper för färskhållning, volym eller bakning över frys har vi döpt till Functional Fats. Välkommen att upptäcka fördelarna med detta sortiment.

Pulverblandningar som skapar tid för din kreativitet

Våra pulverblandningar underlättar för dig som bagare och konditor att på ett kostnadseffektivt sätt erbjuda dina kunder bakverk av hög och jämn kvalitet. Vi utvecklar och tillverkar ett brett sortiment av bakhjälpmedel, muffins- och kakmixer och anslagsprodukter.

Vi utvecklar och producerar brödbaser som gör det lättare för dig att förse dina kunder med smakfulla bröd av hög och jämn kvalitet. I tider då det dessutom är brist på personal, gör brödbaser att jobbet går lite enklare och lite fortare, och detta utan att ge avkall på kvalitén i brödet eller bagarens kreativitet och yrkeskunskap. Med våra baser finns det alltid stort utrymme för bagaren att sätta sin helt egna prägel på bröden.





HAGELBERG'S, FÖR SMAKSÄTTNING AV LIVSMEDEL SEDAN 1908

UNDER VARUMÄRKET HAGELBERG'S

tillverkar vi ett brett sortiment livsmedelsfärger och aromer.

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

Idag ägs varumärket av Credin Sverige och vi utvecklar och producerar livsmedelsfärger och aromer under detta varumärke i Stenkullen.



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.



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.



VÅR UTVECKLINGSAVDELNING FÖRSTÄRKS MED NYA KOMPETENSER

Det är med stor glädje vi har nöjet att presentera två nya medarbetare på vår Utvecklingsavdelning, Emma Sjögren och Karolina Östman.

Emma Sjögren

tar fram morgondagens produkter

I sin roll som produktutvecklare är Emma central när det gäller att skapa de nya produkter som ska ge dig framgång på marknaden. Och då är det bra att vara både ung och nyfiken samt kunnig och utbildad. Lär känna henne i den här intervjun!

Hej Emma! Vem är du?

Jag är 26 år och har ett aktivt liv där mat, volleyboll och friluftsliv är några av mina intressen. Jag tycker det är viktigt att leva klimatsmart och det försöker jag göra genom att exempelvis äta mycket växtbaserat, minimera min konsumtion och tänka på hur jag reser.

Vad har du för erfarenhet och utbildning?

Jag har läst utbildningen Nutrition och Livsmedelsvetenskap på Linnéuniversitetet i Kalmar. Där fick jag kunskaper i bland annat kemi, fysiologi, mikrobiologi, cellbiologi och immunologi, detta för att kunna förstå komplexiteten hos olika typer av livsmedel. Innan universitetsstudierna har jag främst jobbat inom restaurangbranschen där jag bland annat varit kock.

Och hur hamnade du på Credin Sverige?

Produktutveckling har länge varit ett drömjobb för mig. När Credin sökte ny medarbetare till sin utvecklingsavdelning blev jag intresserad. Efter ett par intervjuer hade jag fått en god bild av företaget; ett familjärt företag med fokus på kund, utveckling och flexibilitet. Därefter var det inget att tveka på. Jag tycker också att det är en fördel att företaget är en del av Orkla. Det innebär

— ● —
"...jag älskar utmaningar, att utveckla, hitta nya möjligheter, att leta förbättringspotential i produkter som gynnar våra kunder.."



fantastiska möjligheter till kunskaps- och erfarenhetsutbyte inom koncernen.

Vad gör du på Credin?

Jag är produktutvecklare och fokuserar främst på margariner och fettblandningar. Arbetsuppgifterna varierar och kan exempelvis bestå av analyser av fettprodukters kvalitet och kemiska strukturer, utveckling av nya margarinprodukter och förbättring av vårt befintliga sortiment.

Varför är du viktig för våra kunder?

Livsmedel är komplexa, vilket gör dem utmanande och spännande att jobba med. Och jag älskar utmaningar, att utveckla, hitta nya möjligheter, att leta förbättringspotential i produkter som gynnar våra kunder. Och då jag hittar möjligheter att ytterligare höja kvalitén i våra produkter som jag vet våra kunder uppskattar, då gör jag det fullt ut.

Vad driver dig i ditt arbete?

Jag tycker att livsmedelsbranschen är väldigt kul och stimulerande. När något är roligt kommer driv och engagemang automatiskt.

Har du något favoritbakverk?

Allting med choklad! Jag älskar choklad!

Tack för intervjun Emma! Välkommen till oss och lycka till i din strävan att göra våra kunder ännu nöjdare, och skapa nya lösningar för dem.

Karolina Östman

säkra smak ger hög och jämn kvalitet

När det gäller att säkerställa en hög och jämn kvalitet i våra produkter, är Karolina Östman en nyckelmedarbetare. I sin roll som produktutvecklare trivs hon lika bra vid bakugnen som med provrören. I den här intervjun får du lära känna henne närmare.

Välkommen till Credin Sverige Karolina! Vem är du?

Jag är en foodie som älskar skogen. Jag gillar att utforska smaker, så jag provar gärna nya maträtter när jag ska laga mat, och jag älskar att springa i skogen för välmåendets skull. Men som för många andra med familj går fritiden mestadels ut på att skjutsa barn, ge dem mat, försöka hålla ordning på katten, och blir det tid över så lägger jag gärna pussel.

Vad har du för erfarenhet och utbildning?

Jag har en rätt brokig bakgrund rent arbetsmässigt, men det har gett mig en bred arbetslivserfarenhet som lärt mig vad som är viktigt på en arbetsplats. Mitt intresse för mat, olika matkulturer och kosthållning ledde mig till Kostekonom-programmet vid Göteborgs Universitet, där jag utbildade mig under tre års tid.

Och hur hamnade du på Credin Sverige?

Jag gjorde min praktik här tredje året på Kostekonomutbildningen och upplevde en väldigt god stämning och mötte underbara kollegor. För mig är det viktigt att det finns en god organisationskultur och engagerat ledarskap, så jag ville verkligen bli kvar. Och så blev det.

Vad gör du på Credin Sverige?

Just nu jobbar jag med ett spännande projekt som består i en grundlig utvärdering av våra aromer i Hagelberg's-sortimentet, vilket betyder en hel del bakande och smaklökskrävande insatser i bageriet. I labbet spenderar jag mycket

tid med de kvalitetsanalyser som säkerställer att våra produkter håller den kvalitet och livsmedelssäkerhet som är nödvändig, och uppfyller våra kunders krav.

Varför är du viktig för våra kunder?

Mitt arbete är viktigt därför att det resulterar i ett konkret bevis, ett certifikat, på att våra produkter klarat noggrann prövning och håller en hög kvalitet. Jag är också nyfiken på världen utanför Credins väggar och hämtar gärna kunskap och inspiration från ny forskning eller människor med stor kunskap som kan tillföra något i vårt eget utvecklingsarbete.

Vad driver dig i ditt arbete?

Jag drivs och stimuleras av det engagemang och det goda samarbetsklimatet som vi har på Credin. Och jag får utvecklas med ett fokus på kvalitet och hållbarhet. Det gillar jag.

Har du något favoritbakverk?

Vaniljsås med äpplepaj. Det är ju bara så gott!

"...det resulterar i ett konkret bevis, ett certifikat, på att våra produkter klarat noggrann prövning och håller en hög kvalitet."



TACK KAROLINA, och fortsatt lycka till i ditt arbete med att säkerställa att våra kunder får den kvalitet i sina produkter som de förväntar sig.

I varje nummer av vår tidning *Inspiration & Affärsmannaskap* kommer vi att presentera en trend vi spanat in. Kravet för att den ska kvala in är att trenden är kommersiellt relevant för bagerier och konditorier samt hållbar över tid.



#1 Snackification – små måltider

Den första trenden vi spanat in heter ”Snackification” och är hämtad ur trendrapporten ”10 Key Trends in Food, Nutrition & Health 2020”, publicerad i november 2019 av NewNutrition Business, London.

VÅRT SÄTT ATT leva och äta är i ständig förändring. Innan Corona-pandemin tvingade oss att jobba hemifrån i stor utsträckning, var barnen i skolan varje dag, efter jobbet skulle man hinna med en sväng till gymmet på vägen hem, efter maten skulle barnen skjutas till fotbollsträningen eller ridskolan. Så var det, och så kommer det att bli igen. I stort sett.

Snackification innebär att våra traditionella tre stora måltider om dagen ersätts av fyra, fem eller sex mindre måltider. Och dessa måltider intar vi inte på restaurang. Vi äter i farten. Och då går vi till ett lättillgängligt ställe, som till exempel ett bageri, där vi snabbt kan komma in, köpa det vi vill ha och ta med oss ut. Vi äter i farten, helt enkelt.

Den här trenden har förstärkts under

Corona-pandemin. När man jobbar hemma, blir det mer att man tar något när man är sugen, snarare än att vänta in måltidens klockslag. När man är på stan, gör smittorisken att man är mindre benägen att sitta på en restaurang – som dessutom har färre platser.

SNACKIFICATION ÄR INTE att få i sig något mellan måltiderna, det är måltider för en person, att ätas i farten. Det innebär att nya krav ställs på snacks: de ska ha ett vettigt näringsinnehåll, gärna med ett högt proteininnehåll och vara mättande. Växtbaserade proteiner efterfrågas allt mer. Dessa växter får gärna ha ett högt innehåll av vitaminer, mineraler, antioxidanter och kostfiber. Då blir det en mer komplett måltid. Fullkorn är en perfekt ingrediens i denna typ av måltid.

”If you want to drive growth, make it a snack”

I trendrapporten skriver författaren: ”Snackification is no longer a point of difference, it’s something that should be in every company’s strategy”. Så viktig och långsiktig är denna trend. Hen skriver också: ”If a snack version of your product isn’t already part of your strategy, you need to go away and re-write it”. Så för ett bageri gäller det att se vad som kan vara näringsmässigt intressant i sortimentet, eller så får du skapa den produkten, och anpassa receptet så att det fungerar för take away och eat on-the-go.

Undersökningar visar också att en snacks-variant av en produkt har större chans att bli populär än själva grundprodukten. Och styckpriset för en snacksprodukt är relativt lågt vilket gör att den blir ganska lättsåld. Det är inte en speciellt stor risk som konsumenten tar för att prova en produkt som ser god ut. Om produkten dessutom marknadsförs som en premiumprodukt kan priset vara ganska högt, och därmed ge hög lönsamhet till bageriet.

När ni läser detta är det nog fler än jag som tänker på Mattias Ljungbergs semlewrap. Inte så mycket på grund av näringsinnehåll, men för konceptet som sådant. Han gjorde om semlan till en perfekt take away-produkt, till premiumpris.

Så dra nytta av snackificationtrenden. Den kommer att vara giltig lång tid framöver!





Undersökningar visar att en snacks-variant av en produkt har större chans att bli populär än själva grundprodukten.



Augusta Jansson i konditoriet vid Triangelorget



Björn Ljungkvist och Robert Lundgren, ägare till Konditori Katarina

Från resor och reklam till bullar och bröd

ETT EXEMPEL PÅ SITUATIONSANPASSAT LEDARSKAP

Credin Sverige är huvudsponsor till utmärkelsen Årets Företagare i bageribranschen. Med detta vill vi inspirera alla ledare i vår bransch till utveckling av sina företag, när det gäller såväl omsättning som lönsamhet och ledarskap.

ROBERT LUNDGREN DRIVER tillsammans med sin mångåriga kompanjon Björn Ljungkvist Konditori Katarina i Limhamn och Malmö.

– Vi köpte Konditori Katarina den 1 januari 2019, ett anrikt 60 år gammalt företag, med bageri och butik i Limhamn och ytterligare sex butiker i Malmö och Höllviken, inleder Robert.

Ingen erfarenhet av bageri – ändå gick det bra

Det som är synnerligen intressant är att Robert och Björn inte hade någon

erfarenhet av bageribranschen. Däremot hade de stor kunskap om och erfarenhet av att driva och utveckla företag. Efter att ha varit verksamma inom reklam och media samt resebranschen under många år, var de sugna på att ge sig in i en helt ny verksamhet. Men vilken då?

– Vi ställde upp vissa kriterier för att hitta rätt företag. Det skulle handla om produkter vi förstod. Företaget skulle vara stabilt med en sund ekonomi, och vi skulle känna att vi hade något att bidra med för att utveckla företaget ifråga, förklarar Robert.

Valet föll slutligen på Konditori Katarina. Företaget uppfyllde kriterierna och hade dessutom ett bra varumärke och en kompetent personal.

Hur angrep de då sitt nya projekt?

– Vi började med att lära oss företaget i grunden. Det innebar praktiskt arbete i bageriet, i konditoriet, i butiken, samresor med chaufförerna för att lära oss transporter och den delen av logistikkedjan, och inte minst möten med både kunder och leverantörer.

Robert och Björn skaffade sig på detta sätt en helhetsbild av företaget innan de tog några som helst beslut.

– Efter denna introduktion började vi se var det fanns flaskhalsar, och vi började göra prioriteringar, säger Robert.

Utveckling i två steg med tydliga ansvarsområden

Steg 1:

Målet var att säkerställa den redan höga kvalitén i bakverken, varje dag! Robert och Björn gör alla till kvalitetsansvariga! Tydligt uttalat. Det medförde att alla stod på tå för att ta sitt ansvar, med resultatet att kvalitén till och med höjdes.

Steg 2:

De båda nya ägarna såg en stor potential att öka lönsamheten i företaget, och ett antal mått och steg vidtogs.

– Vi gjorde en uppdelning av ansvarerna där Björn har fokus inåt, på produktion, logistik och personal, medan jag har fokus utåt, på försäljning, marknadsföring, kunder och priser, förklarar Robert.

Logistiken viktig i vår bransch

I bageribranschen handlar mycket om logistik, och här såg Robert och Björn en möjlighet till utveckling. Som exempel utrustades alla leveransbilar med GPS. Det innebar att både företaget och kunderna kunde se var en bil befann sig, och därmed bättre kunde beräkna när leverans skulle ske. Skulle en bil råka hamna i köer eller liknande ser både företaget och kunden det.

Försäljningen var ingen trång sektor, tvärtom: det började det bli problem att hinna både producera och leverera i tid. Därför blev det en utmaning att säkerställa att varje enskild leverans skedde med tillräckligt hög kvalitet: rätt produkt till rätt plats i rätt tid. Det fick till följd att Robert slutade driva på försäljningen, för att istället se till att befintliga kunder får den service de förtjänar och förväntar sig.

– Innan vi driver på försäljningen mot nya kunder måste vi säkerställa att vi verkligen kan leverera produkter med rätt kvalitet i rätt tid, så att vi kan behålla befintliga kunder, säger Robert. Och för att nå dessa mål krävs ett stort fokus på personalen.

Personal- och organisations-utveckling – eget ansvar

Den interna organisationen gjordes om för att rätta till de problem som identifierades och för att kunna nå de mål som sattes upp.

– Och naturligtvis involverade vi personalen i detta arbete, säger Robert.

Bland annat skapades en ny tjänst som Platschef. Den fick chauffören Muhamed

Man varit mån om att få alla att förstå hur viktiga de är för helheten och att personalen i hög grad varit involverade i arbetet.

Puhovac, en person med många år i företaget som kände verksamheten mycket väl.

– Vi gav honom också en ledarskapsutbildning för att ge honom optimala möjligheter att utföra sitt jobb.

Butikschefen i Limhamn, Eva Hellström, lyftes upp och blev chef över alla butikerna. Eva och Muhamed blev också medlemmar av ledningsgruppen tillsammans med Robert och Björn.

– Dessa förändringar ledde bland annat till bättre koordination i hela verksamheten och var avgörande för att vi skulle lyckas med omorganisationen, menar Robert.

Ett gott betyg till de nya ägarnas arbete är att ingen personal i produktionen har slutat sedan de tog över. En viktig orsak till detta är att man varit mån om att få alla att förstå hur viktiga de är

för helheten och att personalen i hög grad varit involverade i arbetet.

– Vi har gjort vårt yttersta för att skapa en vi-känsla i företaget, och lyckats med det, säger Robert nöjt, och tillägger:

– Vi har 11 olika nationaliteter i produktionen. Det är berikande. De är mycket duktiga med fin utbildning och erfarenhet från sina hemländer.

Utveckling av business-to-business – detta vill företagskunderna ha

Björn och Robert såg också en utvecklingspotential i försäljningen till företag. För att realisera den såg de det som viktigt att analysera företagskunders köpbeteende. Hur vill de handla? Hur kan vi göra det enklare för dem att handla? Vad och när vill de handla? Och detta gäller både för att kunna sälja mer till befintliga kunder, och för att kunna identifiera nya



potentiella kunder.

– Det är viktigt att analysera och definiera vilken plats ditt företag har på marknaden, och utgå från det. Då blir det lättare att sätta mål, målen blir mer realistiska, vägen framåt blir tydligare och mindre riskfylld, förklarar Robert sin strategi.

Analysen har bland annat resulterat i att man tydliggjort de fyra ben som produktsortimentet utgörs av – vetebröd/wienerbröd, kondis, bröd/bullar och kallskänk. Kunden kan själv gå in i Konditori Katarinas beställningssystem och beställa. Enkelt och bra, tycker kunderna.

– Det är viktigt att få kunderna att prova själva, sedan när de testat så uppskattar de det, och sedan växer det på, menar Robert.

Lönsamhetsförbättringar – anpassning av priser och erbjudanden

Konditori Katarina har gjort ett antal förändringar och justeringar i syfte att öka både omsättning och lönsamhet.

– Vi anpassar exponeringen av bakverk efter vid vilken tidpunkt på dagen som efterfrågan är störst. Skyltar och gatupratrare ändras och anpassas på samma sätt.

Öppettider anpassades också till efterfrågan. Öppettiderna förlängdes där det var befogat, och minskades där det var möjligt.

Även sortimentet utvecklas och anpassas efter geografiskt läge, kundprofiler och tider.

– Sälj det kunden vill ha, där hon vill ha det, när hon vill ha det, säger Robert. Som exempel är veganskt mer efterfrågat på vissa ställen i Malmö än på andra.

En annan mycket viktig förändring var att Robert la in en algoritm som räknar ut vilket antal av en produkt som butikscheferna bör beställa till dagen efter. Den grundar sig på de fem senaste veckorna försäljning. Det innebär en optimal mängd bakverk i disken för att tillgodose kundernas efterfrågan, samtidigt som kassation och spill minimeras.

Man har också sett över prissättningen på sina produkter.

– Det är viktigt att våga ta betalt för sina produkter. Behöver en produkt prishöjas så gör vi det, säger Robert.

Öppnar ny butik i centrala Malmö

I maj 2020 öppnade Konditori Katarina en ny butik vid Triangelorget i Malmö.



– Vi ska inte bromsa oss ur den här pandemin, säger Robert. Det ger också en positiv signal till personalen, att vi satsar.

Att det blev just vid Triangelorget var inte en slump:

– I vår butiksflorea saknade vi en butik med en trevlig och attraktiv uteservering, och det fick vi här, förtydligar Robert.

Med denna öppning har nu Konditori Katarina sju konditorier i och omkring Malmö, inklusive butiken i bageriet i Limhamn.

”Pandemin skapar kreativitet”

Trots pandemin har Konditori Katarina inte sagt upp någon personal. Däremot har man utnyttjat det permitteringsstöd som finns. Kostnadseffektivisering har

gjorts, men inte så det drabbat produktionen, och man har kunnat slimma organisationen.

– Pandemin skapar kreativitet säger Robert.

Man har även kunnat utveckla samarbetet med kunderna under pandemin, bland annat för att hitta nya logistiska lösningar.

Framtid med tillväxt

För framtiden har Björn och Robert fortsatta ambitioner att växa.

– Vi analyserar nya konsumtionsmönster och funderar över hur vår distribution kan utvecklas för att matcha dessa nya konsumtionsmönster, berättar Robert.

Det är viktigt, anser Robert, att ha en långsiktighet i synen på verksamheten. Det är en ständig och kontinuerlig process att utveckla Konditori Katarina.

Rådet: Var lyhörd!

Avslutningsvis bad vi Robert ge ett råd till sina kollegor i branschen.

– Var lyhörd! Lyssna på din personal. Lyssna på dina kunder. Lägg bort prestigen, är hans mycket tydliga budskap.

VI TACKAR ROBERT för ett mycket intressant och givande möte, och vi på Credin Sverige önskar dig, Björn och alla era kollegor stort lycka till i ert arbete att fortsätta utveckla det fina och anrika bageri och konditori som ni tog över i januari 2019.



CREDINS KLASSISKA

semlefyllningar

Nu närmar vi oss den kanske härligaste årstiden på hela bagaråret, den då semlorna gör sitt intåg. De ger oss härligt smakfulla upplevelser, och hälsosam lönsamhet till alla bagare och konditorer. En tid då fler bagare än vanligt får utlopp för sin kreativitet och fantasi.

CREDINS SORTIMENT AV semlefyllningar har varit med och vunnit många semletester, och vi finns här för dig! Du kan välja mellan flera väldigt smakfulla och härliga semlefyllningar. Semlefyllning Lyx PF, med aprikoskärnmassa och tydliga bitar av mandel, Semlefyllning Exklusiv PF, med mandelmassa och tydliga bitar av mandel och Semlefyllning Rostad PF, med mandelmassa och smakfulla rostade mandelbitar. Du kan få dessa både i 11 kg hink och i 1 kg spritspåsar. Alla är dessutom fria från palmolja.

Glöm inte att bullen är en stor och viktig del av en god semla. Vår Vetelyx ger en fin smak och god färskhållning till dina semlebullar. Och varför inte göra en saffranssemle?

**Vi hoppas du går en fin semlesäsong till mötes!
Snart är den här!!**



ART. NR	NAMN	FÖRPACKNING
1974	Semlefyllning Exklusiv PF	11 kg
1973	Semlefyllning Exklusiv PF, strut	12x1 kg
1979	Semlefyllning Lyx PF	11 kg
1978	Semlefyllning Lyx PF, strut	12x1 kg
3893	Semlefyllning Rostad PF	11 kg
3548	Semlefyllning Rostad PF, strut	12x1 kg



Vilka tankar och analyser ligger bakom en lönsam investering?

För att bli framgångsrik måste en investering bygga på en genomtänkt analys. Så här började processen för två framgångsrika företagsledare.



Tobias Karlsson och Mikael Pettersson Engström, ägare till Urshultsbagarn

URSHULTSBAGARN ÄR ETT framgångsrikt leveransbageri i södra Småland. Det ägs av två duktiga företagare, Tobias Karlsson och Mikael Pettersson Engström som 2017 blev utnämnda till Årets Företagare i bageribranschen, en utmärkelse instiftad av Sveriges bagare & konditorer med Credin Sverige som huvudsponsor.

Strategin för Tobias och Mikael för att fortsätta skapa omsättningstillväxt för sitt bageri är "ett brett sortiment, hög kvalitet och en bra prisnivå" enligt Tobias. Aktiv produktutveckling är en nyckel för att lyckas med strategin. Han vill därför uppmana sina kollegor i branschen att investera. Det är nödvändigt för både överlevnad och utveckling, och måste göras kontinuerligt.

Processen började med att Tobias och Mikael konstaterade att en produktionslinje för kaffebröd och wienerbröd började bli gammal och sliten. De behövde investera i en ny linje. Hur ska man då tänka inför en investering? Vad ska den ge? Vad ska den tillföra? Ska den gamla linjen

bara ersättas eller ska man utveckla?

För Tobias och Mikael innebar nödvändigheten att investera även en möjlighet att utveckla. Styrda av sin strategi såg de en möjlighet att utveckla produktsortimentet. De önskade också att säkerställa en jämn, konstant kvalitet, på en ännu högre nivå än tidigare.

Med en jämnare kvalitet i produktionen minskar kassationerna och produktiviteten ökar. Det ökar samtidigt möjligheterna att hålla en för ett leveransbageri attraktiv prisnivå, och ändå nå en acceptabel lönsamhet.

Vilka målsättningar har du med din investering?

Investeringen i en ny produktionslinje för Urshultsbagarn var väl genomtänkt.

Tobias och Mikael ville uppnå både förhöjd kvalitet i sina bakverk och en jämn och tillförlitlig kvalitet. En annan målsättning med investeringen var att kunna höja produktiviteten, att kunna baka mer med befintlig personal.

- Vi ville dessutom kunna producera fler bakverk, och nya typer av bakverk, på den nya linjen, säger Tobias. Vi ville på ett effektivt och kvalitetsmässigt bra sätt kunna producera bakverk som andra idag inte kan producera på linje.

Bakom investeringen låg en plan att kunna sälja mer till befintliga kunder, som nya bakverk, och att skaffa sig nya kunder. I båda fallen har planen infriats berättar Mikael stolt.

Vilka studier och analyser görs för att sätta rätt mål?

- Inspiration till nya bakverk hittar vi genom att resa och leta idéer. Vi reser mycket, bland annat i Danmark, Finland, Tyskland och England, för att leta kaffebrödsidéer. Och vi studerar mycket tidskrifter, både för att hitta idéer till bakverk och inte minst för att hitta nya maskiner och utrustning som kan tillföra oss något nytt, berättar Tobias.

Allt letande efter nya produktidéer resulterade i en plan på ett 20-tal nya produkter, plus en allmän höjning av kvalitén på hela sortimentet. Ett av de konkreta önskemålen var att kunna baka en kanellängd med två olika fyllningar.

Strategin för att fortsätta skapa omsättningstillväxt för sitt bageri är: ett brett sortiment, hög kvalitet och en bra prisnivå.

Vad ska den ge?
Vad ska den tillföra?
Ska den gamla linjen
bara ersättas eller ska
man utveckla?

Andra nya produkter var piroger, en med tacofyllning och en med tomatfyllning.

Så hittar du rätt utrustning

För att hitta rätt utrustning och rätt samarbetspartner pratade Tobias och Mikael med ett par olika leverantörer. De preciserade då vad de ville göra, vad de ville åstadkomma, vilka målsättningar de hade. De gav en tydlig målbild till leverantörerna.

Den första offerten låg på i storleksordningen 7 - 8 Mkr. Efter noggrant reflekterande beslöt de att de ville höja kvalitén ytterligare, och även höja produktionskapaciteten mer än vad som var tänkt från början. De fick dessutom under tiden nya idéer på bakverk.

- Vi satsade också på ytterligare utrustning för att höja flexibiliteten i linjen.

Till detta kom investeringar i kringutrustning, ett nytt frysrum, och att de fick bygga ut en del får att få plats med

nya linjen. De höjda ambitionerna innebar att slutnotan hamnade på runt 15 Mkr.

Räkna hem en investering

- Du bör ha en plan för hur du ska räkna hem en investering, menar Tobias. Med hur mycket behöver du öka försäljningen för att kalkylen ska gå ihop? Vad som också påverkar kalkylen är om man kan öka produktiviteten, vilket var fallet med Urshultsbagarns investering. Då kan du hantera den ökade produktionen med befintlig personal.

Vilka är fallgroparna?

- Du måste ställa dig frågan, "Går det att sälja de nya bakverken vi ska producera?", och ha en uppfattning om vem som ska köpa dem och vilket pris du kan ta. Det kräver en viss känsla för marknaden, säger Mikael.

En inte ovanlig fallgrop är att man misstar sig på marknadens efterfrågan på en ny produkt, och att man överskattar det pris marknaden är beredd att betala för produkten. Så var kritisk, var inte överoptimistisk. Ansträng dig att skaffa dig realistiska kalkyler.

Positiva reaktioner från kunderna

En av de positiva effekterna av investeringen var höjd kvalitet på kanelbullar. Dessa fick en bättre finish och mer fyllning, vilket medfört att försäljningen av kanelbullar ökat med 50 %, från en redan hög nivå!

- Högre kvalitet ger alltid ökad försäljning, menar Tobias. Det är alltid lönsamt att investera i högre kvalitet.



Redan tidigare producerade Urshultsbagarn fyrkantiga frallor. Med den nya investeringen har man ökat kapaciteten från drygt 7 000 frallor per timme till 10 400.

- Och dessutom är de saftigare och finare, säger Mikael.

Med en bättre kvalitet och nya produkter blir du en både bättre och intressantare leverantör. Det innebär att du har en bättre chans att både behålla de kunder du har och sälja mer till dem. Och inte minst att skaffa nya kunder.

Goda råd från Mikael och Tobias

Det är viktigt att du skaffar dig rätt samarbetspartner när du ska investera i produktionen. Din leverantör måste veta vad han håller på med, och måste på djupet kunna sin egen verksamhet. Han måste också vara duktig på att sätta sig in i din verksamhet och dina behov. Och inte minst viktigt är att du själv kan din verksamhet så bra att du vet vad du behöver och vad som krävs av dig.

När du investerar, måla inte in dig i ett hörn. Om saker inte går som planerat med försäljningen av dina nya produkter så ska du kunna ha en utväg. Ställ dig frågan: "Om det inte går som planerat, vad gör jag då?".

Sista rådet:

- Investera! Det är mycket viktigt att du investerar för att kunna överleva och utveckla din verksamhet. Det skriver både Tobias och Mikael under på.

TACK TOBIAS OCH Mikael för ett mycket intressant möte och rundvandring i ert bageri! Vi önskar er stort lycka till i den fortsatta utvecklingen av Urshultsbagarn.



saffran

Därför är saffran världens dyraste krydda

Saffran är världens dyraste krydda, och har genom historien använts till väldigt mycket; som medicin, färgmedel och parfym, och för att färga och smaksätta vetebröd, som våra lussekatter.

Redan för 6 000 år sedan omnämndes saffran på sumeriska stentavlor. Saffran ansågs ha medicinska egenskaper. Man trodde att den kunde förebygga bakfylla, höja sinnesstämningen, minska depressionssymptom och hjälpa mot sömnsvårigheter. Saffran anses idag av vissa forskare kunna skydda hjärnceller och vara bra mot mag- och menstruationsproblem.

Det höga priset beror på att det krävs ca 150 000 saffranskrokusar, som

plockas och rensas för hand, för att få 1 kg torkad saffran. För att få de ca 300 ton saffran som produceras årligen måste man alltså handplocka 45 miljarder blommor, främst i Iran.

Ett väldigt högt pris lockar naturligtvis till förfalskningar, men det kan också ha ett högt pris. År 1444 blev en person i Nürnberg bränd på bål för att ha förfalskat saffran, och 1456 blev tre personer levande begravda för samma brott.

Saffranspistillen består av ett märke och en bas. Pistillens märke är rött och basen är vit. Basen blir ljus gul när pistillen torkas.

Saffranskvalitéerna benämns Coupé, Mancha, Rio eller Sierra. Coupé-kvalitén består enbart av pistillens märke, den röda och mest smakfulla delen av pistillen. Vid kvalitéerna Mancha, Rio och Sierra används även pistillens bas, i större eller mindre omfattning. Basen ger inte samma smak som pistillens märke och därmed ger saffran som innehåller delar av pistillens bas mindre smak och färg till bakverken.

Den saffran som Credin Sverige använder vid produktion av saffranspastor under varumärket Hagelberg's består enbart av kvalitén Coupé, alltså enbart av pistillens märke, den allra finaste och smakfullaste delen av pistillen. Denna kvalitet kallas också Kategori 1.

FÖR ATT GE dig ännu mer inspiration att fylla din kondisdisk med saffransbakverk får du här några fantastiskt smakfulla recept! Lycka till!



SAFFRANSMUFFINS

INGREDIENSER

Maffiga Muffins	1000 g
Rapsolja	400 g
Vatten	400 g
Saffran Hbg Premium	36 g

Vaniljkräm

Vanilj- S	150 g
Vatten	500 g

ARBETSBEKRIVNING

Vaniljkräm

Vispa ihop Vanilj- S och vatten.

Saffransmuffins

Kör ingredienserna till Maffiga Muffins enligt anvisningarna på förpackningen. Tillsätt Saffran Hbg Premium. Spritsa smeten i muffinsformar. Spritsa en klick vaniljkräm i mitten på varje muffins.

Strö över hyvlad mandel för dekoration. Baka av i 180° C i ca 20 min.



VILL DU HA fina och smakfulla saffransbakverk är du välkommen att prova Hagelberg's saffranspasta. Vi har två produkter, 1478 Saffran Hagelberg's Classic och 3973 Saffran Hagelberg's Premium. Dessa finns även i andra förpackningsstorlekar. Du hittar även våra saffranspastor hos KåKå.

ART. NR.....NAMN	FÖRPACKNING
1478..... Saffran Hbg Classic	1 kg
3973..... Saffran Hbg Premium.....	1 kg



SAFFRANSAMARETTI

INGREDIENSER

Mandelmassa 50/50	1000 g
Socker	700 g
Hasselnötter rostade hackade	400 g
Saffran Hbg Premium	40 g
Äggvita	ca 340 g

Florsocker

ARBETSBESKRIVNING

Blanda mandelmassa, socker, hasselnötter och saffran med vinge tills mandelmassan fördelat sig. Tillsätt äggvita tills massan är spritsbar. Spritsa upp massan på florsocker. Rulla till kulor och sätt av på plåt. Baka av i 170° C ca 15 min.



SAFFRANSBISCOTTI

INGREDIENSER

Vetemjöl	1600 g
Mjök	300 g
Rex margarin	600 g
Ägg	300 g
Socker	600 g
Hjorthornsalt	25 g
Vaniljsocker	100 g
Saffran Hbg Premium	90 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp ingredienserna och blanda till en deg. Dela upp degen i 8 st 500 g bitar. Rullas ut till plåtbredd. Baka av i 190°. Låt svalna. Kubba upp i 3 cm tjocka bitar. Rosta och torka i ugnen.

SAFFRANSKLENÄTER

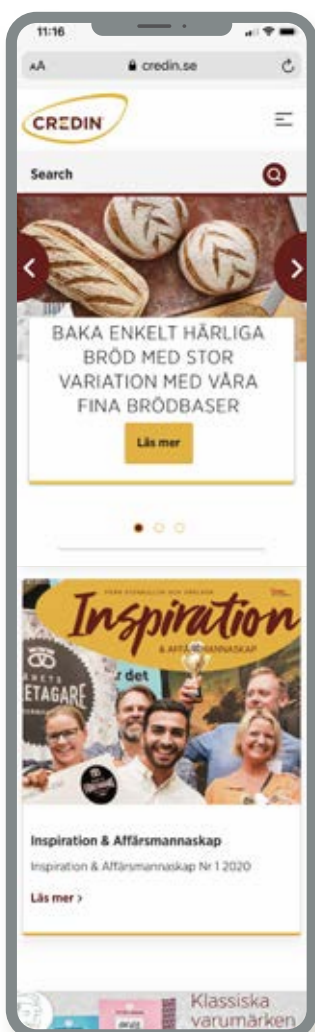
INGREDIENSER

Rex margarin	150 g
Vit sirap	500 g
Grädde	200 g
Ägg	375 g
Bagerivetemjöl	1300 g
Bakpulver	25 g
Saffran Hbg Premium	40 g

ARBETSBESKRIVNING

Väg upp ingredienserna och kör till en smidig deg. Placera i kyl till nästa dag.

Kavla ut degen till 4 mm tjocklek. Sporra ut romber och gör ett snitt i mitten. Vik igenom ena spetsen genom snittet. Friterar gyllenbruna och doppa i strösocker.



Lösningarna finns i din ficka

SJÄLVKLART KOMMER VI att fortsätta att ge dig ny inspiration på vår hemsida. Det gäller såväl ingredienser som recept och affärsmannaskap. Och givetvis är den mobilanpassad så du kan se den när du vill. Vi finns till hands när du står och provbakar eller när du sitter i soffan och funderar över ledarskapet.

Gå in på www.credin.se, en kunskapsresurs för nuet och framtiden.



Utvecklat samarbete med Kessko

Kessko är ett anrikt tyskt familjeföretag, grundat 1905. I Sverige är de mest kända för sina moussepulver med naturliga ingredienser. De använder bara naturliga aromer och riktig frukt för smaksättning. Alla fruktmousser innehåller torkad frukt, antingen i bitar eller i form av pulver. Därför upplevs smakerna av konsumenterna som ”äkta” och ”mycket goda”.

Moussepulver är ett snabbt, enkelt och smidigt sätt att göra mousse, utan att göra avkall på kvalitén. Riktig och äkta frukt i alla produkter säkerställer de fina och naturliga smakerna. Med Kesskos moussepulver sparar du mycket tid och du ökar lönsamheten i dina moussebakverk.

Vi ser en stor potential att fortsätta utveckla bagerimarknaden med nya produkter och koncept i nära samarbete med Kessko. Av det skälet har vi nu tecknat ett exklusivt avtal, som vi är övertygade om kommer att gynna svenska bagerier

och konditorier. Vi kommer att fortsätta skapa lösningar för dig, och fortsätta skapa värde.

Vi vill gärna bjuda dig på ett recept på en vacker och god nyårstårta gjord med Kesskos Vit chokladmousse och Maracuja/ Peachmousse. Hoppas det ska smaka!



KVALITET OCH KUND- ANPASSNING SEDAN 1905

Kessko, formellt namn Kessler & Comp. GmBH & Co. KG, grundades i Hilden utanför Düsseldorf år 1905 av Gustav Kessler. Affärsidén var att utveckla och producera ingredienser av hög kvalitet för bagerinäringen.

Tidigt bestod sortimentet av bland annat moussepulver, marsipan, nötnougatmassa och andra produkter baserade på mandel och hasselnötter. Sortimentet har med tiden breddats med exempelvis choklad- och kakaoprodukter.

En stor del av försäljningen består av produkter utvecklade i samarbete med enskilda kunder. 1917 flyttade firman till Bonn, där Kessko fortfarande finns kvar med utveckling, produktion, lager och administration.

Kessko är fortfarande ett familjeföretag och ägs till 100 % av familjen Kessler.



- Omsättning:
ca 350 MSEK
- Ca 800 artiklar i
sortimentet.

Kesskos moussepulver utan tillsatt laktos eller mjölkpulver*

ART. NR.....NAMN	FÖRPACKNING
1697..... Apelsinmousse	3 kg hink
1716 Caramel-krokantmousse.....	3 kg hink
1698 Chokladmousse.....	3 kg hink
1696 Citronmousse	3 kg hink
1693..... Hallonmousse.....	3 kg hink
1692..... Hasselnötsmousse	3 kg hink
1702..... Irish coffeemousse	3 kg hink
1695..... Jordgubbsmousse	3 kg hink
1691 Maracuja/Peachmousse	3 kg hink
1703..... Nougatmousse	3 kg hink
1729..... Skogsbärs mousse	3 kg hink
1699 Svartvinbärs mousse	3 kg hink

*Kan innehålla spår av mjölk då tillverkning sker på samma produktionslinje som övriga moussepulver

Kesskos moussepulver

ART. NR.....NAMN	FÖRPACKNING
1697..... Apelsinmousse	3 kg hink
2764..... Arriba mörk chokladmousse.....	3 kg hink
1709 Blodapelsinmousse	3 kg hink
1715 Blåbärs mousse.....	3 kg hink
1716 Caramel-krokantmousse.....	3 kg hink
1698 Chokladmousse.....	3 kg hink
1711..... Chokladmousse vit	3 kg hink
1696 Citronmousse	3 kg hink
1693..... Hallonmousse.....	3 kg hink
1692..... Hasselnötsmousse	3 kg hink
1702..... Irish coffeemousse.....	3 kg hink
1695..... Jordgubbsmousse	3 kg hink
1690 Mangomousse	3 kg hink
1691 Maracuja/Peachmousse	3 kg hink
1694 Neutral gräddmousse.....	3 kg hink
1703..... Nougatmousse	3 kg hink
1725..... Päronmousse.....	3 kg hink
1708..... Rabarbermousse m jordgubbsbitar	3 kg hink
3950..... Salty Caramelmousse	3 kg hink
1729..... Skogsbärs mousse	3 kg hink
1699 Svartvinbärs mousse	3 kg hink
1710 Ägglikörmousse	3 kg hink

Diabella

Vi har även moussepulver sötade med maltitol istället för med vanligt socker. Diabella kallar vi dessa.

ART. NR.....NAMN	FÖRPACKNING
3645..... Chokladmousse Diabella.....	2 kg hink
3646..... Citronmousse Diabella	2 kg hink
3650..... Jordgubbsmousse Diabella	2 kg hink





TIPS 1! Det går utmärkt att använda detta recept för att tillverka bakelserna på bilden istället för nyårstårten om du hellre vill.

TIPS 2! För att få extra nyårskänsla, ersätt vattnet för moussen med champagne/mousserande vin.

NYÅRSTÄRTA

INGREDIENSER

Vit chokladmousse med cocosgrädde

Vit chokladmousse	300 g
Cocosgrädde	1000 g

Maracuja/Peachmousse

Maracuja/Peachmousse	200 g
Vatten	250 g
Lätt vispad grädde	1000 g

Chokladbotten

Mormors Chokladkaka	1000 g
Rapsolja	310 g
Vatten	480 g

Tårtglaze

Strösocker	300 g
Vatten	150 g
Glykos	280 g
Gelatinblad	20 g
Kondenserad mjölk	200 g
Vit choklad	300 g

Vit färg
Frysta hallon

ARBETSBESKRIVNING

Chokladbotten

Kör ingredienserna till Mormors Chokladkaka på låg hastighet med vinge i 4 min. Håll upp smeten till hälften i tårtringar som passar din mousseform och baka av i 180 °C ca 20 min (använd sticka).

Vit chokladmousse med cocosgrädde

Blanda moussepulvret ihop med den ovispade cocosgrädden. Fyll ca 1/3 av en mousseform med botten och lägg på hallonen. Sätt på kyl.

Maracuja/Peachmousse

Vispa grädden löst. Blanda moussepulver med vatten och vänd ner i grädden. Täck sedan ytterligare 1/3 av formen med Maracuja/Peachmoussen. Placera sedan chokladbotten och stryk upp till kanten med Maracuja/Peachmoussen.

Tårtglaze

Koka upp socker, vatten och glykos. Tillsätt detta till den kondenserade mjölken och blanda i de blötlagda och urkramade gelatinbladen. Slå detta över den vita chokladen. Blanda sedan ca 1/3 av glazen med den önskade färgen tills rätt nyans har uppnåtts. Håll tillbaka den färgade glazen och mixa med stavmixer. Låt svalna till ca 27-28 °C före användning.

Montering

Tryck ut tårtan från formen och sätt tårtan på en tårtring eller ett avrinningsgaller. Glaza gärna tårtan med vit tårtglaze (se receptbild). Placera tårtan på tårtbrickan och dekorera efter eget tycke och smak.

FÖR DEN SMAKFULLASTE CHAMPAGNEMOUSSEN – GÖR SÅ HÄR:

CHAMPAGNEMOUSSE

Neutral gräddmousse	200 g
Prosecco (ca 16-20 grader)	250 g
Grädde (vispad efter behag)	1000 g

Arbetsbeskrivning: Blanda Prosecco med Neutral gräddmousse. Vänd ner detta i den vispade grädden, och Voilà! Happy New Year!

GLUTENFRI HALLON – VIT CHOKLADTÅRTA

INGREDIENSER FÖR 3 TÅRTOR

Glutenfri Tårtbotten

Glutenfri Tasty LF	160 g
Socker	360 g
Ägg	350 g
Potatismjöl	120 g
Bakpulver	10 g
Vaniljsocker	10 g

Hallongelé

Kessko Hallonmousse	200 g
Vatten (Varmt)	400 g

Hallonmousse

Kessko Hallonmousse	100 g
Vatten	125 g
Grädde	500 g

Vit chokladmousse

Kessko Vit chokladmousse	300 g
Grädde	1000 g

Sprayfärg röd/vit

ARBETSBESKRIVNING

Glutenfri Tårtbotten

Vispa ägg och socker vitt och luftigt. Väg upp och sikta övriga ingredienser. Vänd sedan ner dem i smeten. Fördela smeten i 3 st 16 cm anslagsringar och baka av i 170°C i ca 30 min.

Hallongelé

Vispa ihop moussepulvret med vatten. Fördela i 3 stycken 16 cm silikonformar. Fryses.

Hallonmousse

Vispa grädden löst. Lös upp moussepulvret i vatten och blanda ner i grädden. Fördela moussen i tre stycken 16 cm silikonformar. Fryses.

Vit chokladmousse

Vispa ihop moussepulver och grädden löst.

Montering

Dela ett anslag i 3 och placera i botten av 3 st 18 cm silikonformar eller anslagsringar. Ta ut hallongelén och hallonmoussen från frysen och placera på botten. Fyll upp tårtan med vit chokladmousse. Fryses. Ta ut tårtan och spraya med röd och vit sprayfärg. Dekorera med chokladblad och blommor efter eget tycke och smak.



SALTY CAMELTÅRTA

INGREDIENSER

Browniebotten

Rex margarin (smält)	350 g
Ägg	350 g
Socker	700 g
Bagerivetemjöl	350 g
Kakao	110 g
Vit sirap	70 g
Vaniljsocker	25 g
Salt	12 g
Rostade hasselnötter	100 g

Salty Caramelmousse

Kessko Salty Caramelmousse	200 g
Vatten	250 g
Grädde	1000 g

Salty Caramel-fyllning
Chokladkräm

ARBETSBESKRIVNING

Browniebotten

Blanda ingredienserna till en jämn smet. Fördela smeten i 16 cm anslagsringar, ca 2 cm. Baka av i 190°C i ca 20 min.

Salty Caramelmousse

Vispa grädden löst. Lös upp moussepulvret i vatten och blanda ner i grädden.

Montering

Placera en browniebotten i tre 18 cm anslagsringar. Spritsa i ett lager Salty Caramel-fyllning på botten. Fyll upp anslagsringen med Salty Caramelmousse. Placera i frysen tills tårtan är fryst. Värm chokladkrämen till 35-45°C. Bred ut den på tårtan. Dekorera med nötter, bär och chokladdekor eller efter eget tycke och smak.



God Jul & Gott Nytt År

Och tack för ert förtroende för oss under 2020

Vi på Credin Sverige är passionerade människor som ska fortsätta skapa lösningar för våra kunder under 2021. Vi ska fortsätta göra det där lilla extra för att utveckla produkter och koncept av hög kvalitet som hjälper bagerier och konditorier att utveckla sina affärer med god lönsamhet. Med uppfinningsriktighet, mod, ansvarstagande och höga ambitioner ska vi jobba nära våra kunder och marknaden för att fortsätta tillföra värde under det nya året 2021.



Våra julklappspengar går även i år till Julius och andra barn som drabbats av cancer.



Se filmen!

CRE DIN**Credin Sverige AB**

Elvägen 4, 443 61 Stenkullen

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



Credin är stolt huvudsponsor.