

SÅDAN FÅR DU UNGE KUNDER I BUTIKKEN

BAG PROTEINRIGT, BÆREDYGTIGT OG FOTOGENT



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

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

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

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

Et portræt af din nye kunde

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

”

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

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

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

En ny idé om kvalitet

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

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

Det ydre tæller stadig

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



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

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

De nye råvarer vi har bagt med

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

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

Du skal prøve hampe-marcipanstykket!

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

”

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

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



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

#

INSTAGRAM – HVAD ER DET EGENTLIGT?

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



VEGANSK

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

TIP!

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

