

MESTER JACOB FOKUSERER PÅ SIN BUTIK

# DET SKAL VÆRE EN OPLEVELSE AT BESØGE OS

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



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

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

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

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

*Udvikle forretningen? Hvad ville I gerne?*

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

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

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

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



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

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

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

*Jamen, hvad er du da?*

*Caféjejer eller bagermester?*

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

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

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

## HVEM

Anette Christoffersen  
 Jacob Overgaard

## HVOR

Mester Jacob  
 i Hadsten



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

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

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

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

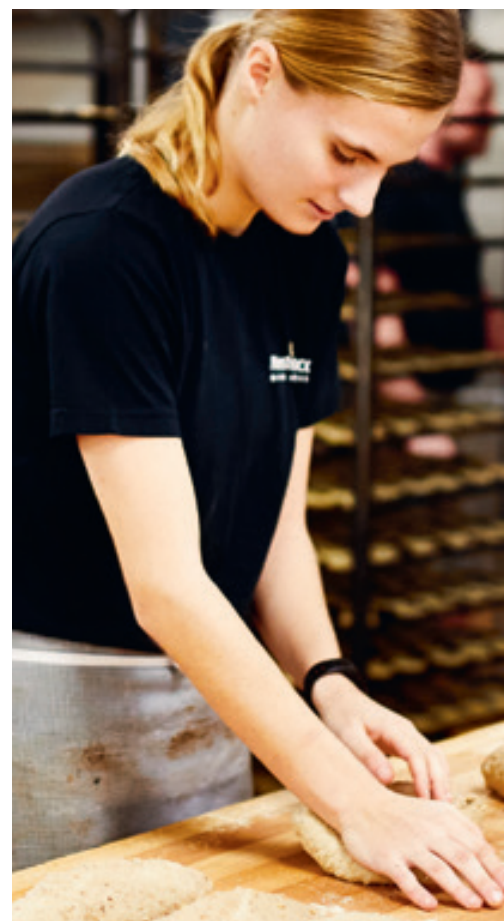
– Vi lægger os i selen for at gøre det interessant og udfordrende at arbejde hos os, uanset hvor meget erfaring man har. Ofte spørger vores konditor, om hun "kan få lov til at lege i dag", og det siger vi altid ja til, for medarbejdernes kreativitet må man aldrig kvæle. I det hele taget forsøger vi

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

*Hvor vigtig er arbejdsglæden?*

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

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





## OM MESTER JACOB

Jacob Overgaard åbnede Mester Jacob i 2001, da han overtog en eksisterende bagerforretning i centrum af Hadssten. I september 2019 flyttede bageren fra de tre upraktiske etager til nyopførte lokaler ved byens sundhedscenter få hundrede meter derfra. Her råder Mester Jacob over 750 m<sup>2</sup>, heraf 500 m<sup>2</sup> til bageriet og hele 130 m<sup>2</sup> til butik og cafe. Bageriet beskæftiger 35 medarbejdere inklusiv otte svende og to lærlinge. Der er 24 siddepladser i caféen, og yderligere 25 udendørs pladser i sommerhalvåret.



”

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

*Hvad ellers bruger I ikke tid på?*

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

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

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

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

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





#### Hvilken forskel gør det at have CBP som partner?

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

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



#### Brug naboerne

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

#### Snak med andre bagere

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

#### Giv medarbejderne frie hænder

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

#### Begræns antallet af ungarbejdere

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

#### Tænk shop-in-shop

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