

DER ER KUNDER TIL GODT BAGVÆRK ALLE STEDER

# PARTY I PROVINSSEN

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

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

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

*Først vil jeg gerne høre lidt om historien bag Vanilla*

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

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

*Hvad er ideen med jeres forretning?*

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

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



*Er Vejle stor nok til en specialforretning som jeres?*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

# 5

## SPRØDE BUTIKSRÅD FRA KONDITOREN

### Kunder må godt gå forgæves

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

### Vær tro mod dig selv og dine produkter

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

### Vi handler på det, vi oplever

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

### Vær med i konkurrencer

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

### Stå frem som fagmanden

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



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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

*I har valgt CBP som leverandør.*

*Fungerer det godt for en nicheforretning som jeres?*

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

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

