

Er bagerne blevet mediernes nye darling?

Den danske bager- og konditorbranche har formentlig aldrig været så synlig som nu.

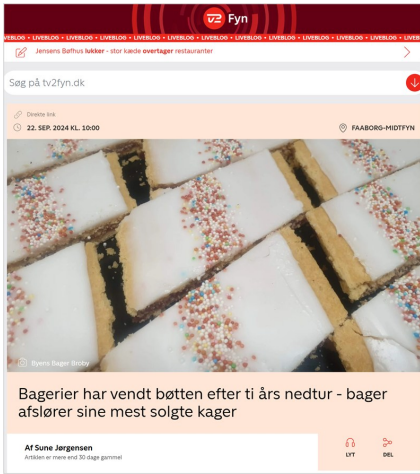
Det er ikke kommet af sig selv, men som resultatet af en klar strategi fra BKD.

Og jo jo – det er jo fint nok alt sammen.

Men hvad får bagerne og konditorerne egentlig ud af det?

Ikke så lidt faktisk, som denne lille “ananas i egen juice”-artikel viser. God læselyst :-)





Historisk stærk økonomi i bagerbranchen – BKD opfordrer bankerne til at støtte unge iværksættere

Foto: BKD

Af Thea Dyhrberg · 02:09 - 31. januar · 0



Bent Jensen: »Forvaltningen skal levere faglighed – ikke stille op til...
14:44 - 7. november



Hans-Jørgen Jagt: Vi skal have de rigtige lærere – ikke bare...
14:00 - 7. november



Socialdemokratic udvalgsformand: »Det er ikke Fredericia Shopping, der bestemmer, hvem jeg...
13:26 - 7. november

FØDEVAREWATCH

PRODUKTION DRIKKEVARER DAGLIGVARER FOODSERVICE FISKERI INTERNATIONAL

FØDEVARER | ABONNEMENT

Bagerbranchen har stoppet blødningen

Laveste antal konkurser blandt bagerier siden 2009, lyder melding fra brancheorganisationen BKD.



Danske bagere og konditorer har gennem de seneste år oplevet en økonomisk fremgang. Nye tal fra Danmarks Bager- og Konditorforening BKD (Tidligere Bager- og Konditorforening) viser, at branchen er steget fra 11 procent i 2012 til 32 procent i 2023. Det betyder, at bagerierne tegn på, at virksomhederne i højere grad finansierer sig selv og ikke er i gæld.

ik. Cookie Politik

EN DEL AF WATCH MEDIER

DETAILWATCH

E-COMMERCE **DAGLIGVARER** BOLIG & DESIGN MODE & VELVÆRE PODCAST MERE >

DAGLIGVARER | ABONNEMENT

Bagerbranchen har stoppet blødningen

Laveste antal konkurser blandt bagerier siden 2009, lyder melding fra brancheorganisationen BKD.



At samarbejde med medierne

At samarbejde med medierne er i virkeligheden ganske enkelt.

Sørger du for altid at være troværdig og ærlig, så går det som regel godt.

Begynder du derimod at overdrive, pynte og forsøge at sælge reklame som journalistik – ja, så opdager du hurtigt, at samarbejdet pludselig ikke er helt så enkelt.

Husk, at journalister er uddannet til at kalde dit bluff. Og en hel del af dem er faktisk ret dygtige til det.

Respekt for medierne – og deres læsere

Jeg havde engang en redaktør, der sagde til mig:

“Tom, du må aldrig overvurdere læserens viden.

Men du må heller aldrig undervurdere læserens dømmekraft.”

Han var en klog mand.

BKDs mediestrategi kan vel egentlig koges ned til denne sætning:

Hvis du vil have respekt, må du vise respekt.

Og det gælder både i forhold til pressen og de sociale medier.

Det betyder, at vi kun sender gode – og ikke mindst troværdige – historier ud fra sekretariatet.

For eksempel, når vi cirka en gang om måneden udsender en pressemeddelelse med økonomiske nøgletal.

Ikke så meget for at “komme i avisen”, men mere for at holde medierne opdateret om branchens tilstand.

Det er blandt andet derfor, så mange journalister nu ved, at branchens omsætning har rundet 5 mia. kroner (!), at konkurser er faldende, og at soliditeten er stigende.

Indrømmet – det kan godt koste lidt på underholdningsværdien, men vi er her jo heller ikke kun for at underholde.

Afskaffelsen af chokoladeafgiften

Troværdighed betaler sig.

Derfor er det BKD, medierne henvender sig til, når de vil vide noget om branchen.

På samme måde som det er BKD, regeringspartiet Venstre kontakter, når de søger en troværdig partner i arbejdet for at afskaffe chokoladeafgiften.

Fordi de ved, at vi leverer.

Og ja – så inviterer de i øvrigt vores formand til at tale på landsmødet.

Det er altså ikke et sted, man bare lige bliver inviteret til.



John får ondt i maven over afgift: 'Det er helt gaskak'



Bageren John Jansson har fået nok af bovlæt med chokoladefiggen.

my green **Indbetal OP TIL 1.000 KR OG Få 100% Bonus OVENI** **OPRET DIG HER**

Thomas Nørmark Krog
Journalist

BT **AFGIFTSJUNGLEN**

John Jansson har haft sit eget bageri på Amager i 25 år.

Men han er ærlig talt ved at få nok.



Ansigtet på kampen

Og når nu vi taler om formanden:

John Jønson blev jo nærmest synonym med kampen mod chokoladeafgiften.

Hvorfor?

Fordi John er baker og konditor, kender og forstår branchen – og taler sproget.

Bare tænk på de mange indslag og interviews i DR, TV2, Politiken, Berlingske, Jyllands-Posten m.fl., hvor John står stolt i sin bageruniform.

Det sender et stærkt signal.

Havde det i stedet været en person uden branchekendskab i front, var historien nok blevet mindre – og hurtigt glemt.

Gode sager

Afskaffelsen af chokoladeafgiften er bare én af de mange historier, hvor vi har haft medvind i medierne – både de traditionelle og de sociale.

Tænk fx på sagen om Seest Bageri og den vilde bøde.

En sag, som BKD gik ind i samme dag, som Fødevarestyrelsen forlod bageriet.

Som Avisen Danmark skrev:

“Seest Bageri har været uenig i Fødevarestyrelsens beslutning og nægtet at betale bøden.

Bagernes og konditorernes brancheforening har været på banen med kritik.

Og hos Fødevarestyrelsen har man lyttet til kritikken.

Nu har sagen nemlig taget en kæmpe kovending.

Styrelsen vil nu lave en ny vurdering af sagen.”

Vi skrev og ringede til medier og politikere og forklarede, hvorfor sagen var så urimelig.

Der blev stillet spørgsmål i Folketinget (ja, der havde vi også en fagligt dygtig finger med i spillet), medierne kontaktede os – og snart blev sagen dækket i både regionale og landsdækkende medier.

På Facebook og andre sociale medier gik historien nærmest viralt, og sympatien var entydigt på Mette og Claus' side i Seest Bageri.

Hvorfor?

Fordi det var en god historie, troværdigt underbygget.

Og seneste nyt er, at reglerne nu bliver ændret – og de urimelige bøder er fortid.

Tak for det.

Endnu en gang har det vist sig, at troværdighed og branchekendskab er stærke valutaer.



Troværdig reklame – findes det?

Ja, det gør det faktisk.

De seneste par år har TV2 News været på besøg til BKDs Branchekomsammen, hvor vi afholder fagkonkurrencen Danmarks Bedste Brød & Kager.

10-12 minutters direkte udsendelse med vinderinterviews, panoramabilleder af de mange brød og kager – og i studiet debat og smagning af rugbrød og pastry. Og så ellers med i nyhedssløjfen resten af døgnet.

Og det er bare TV2 News!

Læg dertil TV Fyn, et par radiostationer inklusive Danmarks Radio samt en håndfuld skrivende journalister.

Så begynder man at forstå, hvorfor Danmarks Bedste Brød & Kager giver massevis af artikler i lokale og regionale aviser.

Artikler, der både fortæller om konkurrencen – og endnu flere, der hylder vinderne og deres produkter.

Alt sammen noget, som vinderne, deltagerne og hele branchen nyder godt af.

Hvorfor?

Fordi godt brød og gode kager, produceret af dygtige håndværkere, er blevet godt stof.

Det er ikke længere kun noget, vi spiser – det er også noget, vi læser om.

SoMe-synlighed

Synlighed handler ikke kun om de traditionelle medier.

I stigende grad er det noget, man skal arbejde for – hver eneste dag – på de sociale medier.

Og det gør vi selvfølgelig.

Vi deler vigtige, sjove, lune, interessante og personlige historier.

Hver dag.

Men aldrig ligegyldige historier.

Alle er udvalgt, fordi de fortæller om branchens mange muligheder, glæder og udfordringer – altid troværdigt.

Og det går faktisk ret godt.

Vidste du fx, at vi på Facebook, LinkedIn og Instagram tilsammen har 6.835 følgere? Eller at vi i 2025 (foreløbigt) har haft 3.197.000 visninger?

Men måske er du en af vores følgere – så ved du jo allerede, at vi er her, der og alle-vegne.

JydskeVestkysten

Kolding Varde Aabenraa Sønderborg Haderslev Tønder Billund Vejle

Vælg fleksibel TV og streaming
allente

KOLDING

Bageri får 60.000 kroner i bøde: Glemte at skrive ingrediens med store bogstaver

Efter mange års drift uden anmærkninger oplever ægteparret Mette og Claus Toft Hansen for første gang at stå med en sur smiley og en stor bøde – og en følelse af uretfærdighed, de har svært ved at slippe.

Mærket til højre var godkendt d. 23/10, men i slutningen af januar vurderede Fødevarerstyrelsen, at mærket til venstre ikke viste allergener tydeligt nok. Foto: Karoline Rosenkrantz Paasch

Bageri advaret af Fødevarerstyrelsen - oplyste for meget om allergener

For grundige advarsler om allergener kostede Hvide Sande Bageri en mellemfornøjet smiley.



Lars Fjord Nielsen 22. jul kl. 12:14 (Mere end 30 dage gammel)

Bagermesteren i Hvide Sande fik for to måneder siden fik en mellemfornøjet smiley af Fødevarerstyrelsen.

EN DEL AF WATCH MEDIER

FØDEVAREWATCH

PRODUKTION DRIKKEVARER DAGLIGVARER FOODSERVICE FISKERI INTERNATIONAL

DAGLIGVARER | ABONNEMENT

Styrelse i kovending: vil undersøge bøde til bager

En skrivefejl førte til en bøde på 60.000 til Seest bager, der siden nægtede at betale. Fødevarerstyrelsen vil undersøge det nærmere. (Opdateret)

tvSyd Kort nyt Storkereden Tip os TV Nyheder Spørg os

Bageri fik bøde på 60.000 kroner - nu har sagen været i Folketingssalen

Bageriet har nu også fået politisk fokus. Foto: Jonas Ravnhilde Johansen, TV SYD

ERHVERV

Godt nyt til bageri efter gigant-bøde: Fødevarerstyrelsen i kæmpe kovending

Det hører til sjældenhederne, at Fødevarerstyrelsen efter at have uddelt en sur smiley og et kæmpe bødeforlæg vælger at genoptage en sag, men det er netop sket for familieejet bageri, der for nylig fik en bøde på 60.000 kroner.

Mette og Claus Toft, der ejer Seest Bageri, kan glæde sig over, at Fødevarerstyrelsen nu vil genoptage sagen om utilstrækkelig mærkning af allergener, der førte til en sur smiley og et bødeforlæg på 60.000 kroner. Foto: Karoline Rosenkrantz Paasch

Og her er så svaret på overskriften

I overskriften spurgte jeg, om bagerne er blevet mediernes nye darling. Det er de nok ikke helt.

Men både de traditionelle og de sociale medier synes, at det, vi laver, er værd at fortælle om.

Og mere kan man vel næppe ønske sig i denne verden.

Nogle få, udvalgte presseklip

Og så skal du selvfølgelig også lige have et par eksempler på, hvordan resultaterne af dette arbejde ser ud – altså hvordan medierne beskriver vores branche.

Nøgletal i medierne

[TV2 Fyn](#)
[FødevarerWatch](#)
[DetailWatch](#)

[AvisenNu](#)

Danmarks Bedste Brød & Kager i medierne

[TV2 News 22 oktober – Kopi af direkte udsendelse](#)

[TV2 22 oktober](#)

[TV2 23 oktober](#)

[Mig & Aarhus 23 oktober](#)

[TV2 Fyn 22 oktober](#)

[TV2 Østjylland 23 oktober](#)

[Kolding Netavis 23 oktober](#)

[Sydnyt.DK 26 oktober](#)

Chokoladeafgiften:

[TV2 Fyn 15 august](#)

[BT 10 august](#)

[BT 13 august](#)

[BT Leder 13. august](#)

[TV2 Nyheder 22 august](#)

[DR DK 6 september](#)

Chokoladeafgift:

[TV Syd 22 august](#)

[Politiken 22. august](#)

[Joakim B. Olsen podcast med Stefanie Lose og John Jønson 13 august](#)

[TV Syd 22 august](#)

[Politiken 22. august](#)

[TV2 Nyheder 22 august](#)

[DR DK 6 september](#)

Seest bageri og de vilde bøder

[JyskeVestkysten 28 april](#)

[AvisenDanmark 30 april](#)

[TVSyd 29 april](#)

[FødevarerWatch 2 maj](#)

[TVSyd 14 maj](#)

[Fredericia Dagblad 3 oktober](#)

Mere om allergener i medierne

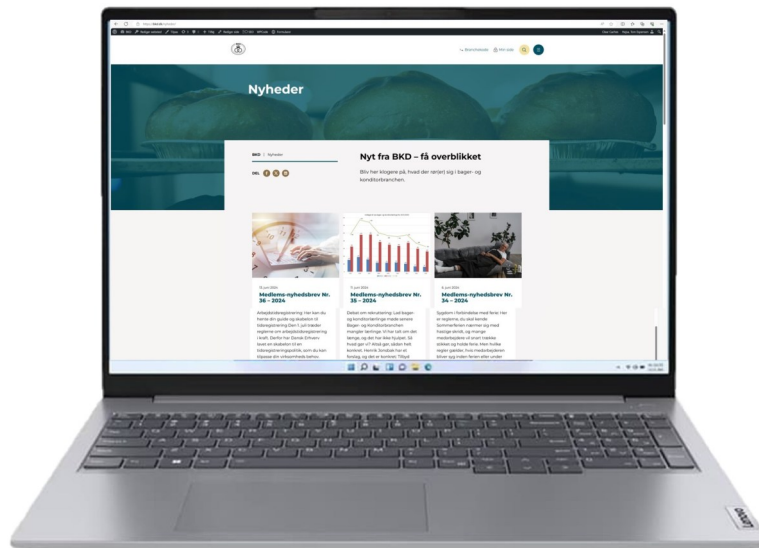
[DR 22. juli](#)

[TV Midt Vest 1 juli](#)

[FødevarerWatch 23 juli](#)

[Ekstra Bladet 22 juli](#)

Følg os. Følg med.



[Facebook](#)



[Instagram](#)



[LinkedIn](#)



BKD

Islands Brygge 26 - 2300 København S

Telefon: +45 32 63 04 00

info@bkd.dk - www.bkd.dk