krogtugg & hotellsnack

NR 1 2023
ETT MAGASIN
FRÅN KROGDIREKT
& SAMKÖPSGRUPPEN

Mela GBG

PIZZA OCH VÄNSKAP
HELT ENKELT

MEDLEMSREPORTAGE
Magiska Voodoo Room

TIPS
Bli en stjärna på sociala medier

INSPIRATION
Upptäck nya design-nyheter

Utvalt med omsorg

Hållbarhet är viktigt för Martin & Servera. Det handlar inte bara om våra egna verksamheter, utan om att vi vill förflytta hela branschen i hållbar riktning. Vår storlek gör det möjligt.

Utvalt med omsorg är ett initiativ där vi varje månad låter en av våra leverantörer berätta om sina målsättningar och sitt arbete med hållbarhet. Vi vill med detta öka kunskapen och underlätta för val av produkter som producerats med omsorg om människor, djur och natur.

Genom ökad kunskap gör vi det lättare att göra medvetna och hållbara val.

Du hittar Utvalt med omsorg på martinservera.se Under 2023 kommer vi även arrangera ett antal webbinarier med kockar och leverantörer som bidrar med inspiration och kunskap om hållbarhet.

Tillsammans arbetar vi mot en mer hållbar framtid!

I samarbete med:

GuldFågeln, Lantmännen Cerealia, Zoégas, SIA Glass, Santa Maria, Greenfood Fresh Produce, Arla, KLS Mat för Sverige, Orkla Foods Sverige

martin & servera

#Nr 1

Snart är det vår!

I skrivande stund snöar det utanför fönstret och våren känns långt bort, men vi vet alla att den kommer. Det ser vi verkligen fram emot. Kvittrande fåglar, uteserveringar som börjar att byggas men framförallt längre och ljusare dagar är alla säkra vårtecken.

Det senaste året har varit tufft för oss alla med pris- och räntehöjningar, sjukdomar som avlöst varandra, och en allmänt orolig omvärld. Mitt tips är att försöka leva i stunden och försöka fokusera på det som gör livet härligt. Och våren är ju en sån sak att fokusera på, det ska bli så skönt med sol och värme!

Vi på Krogdirekt finns som alltid här för att underlätta er vardag och kommer att fortsätta med det. Visste ni förresten att vi också erbjuder digitala möten om det skulle passa era behov för stunden bättre? Kontakta någon av oss så hjälper vi er!

Ha en trevlig vår och tveka inte att höra av er om vi kan hjälpa till med något!

Henric Rondahl, vd

Ansvarig utgivare: Henric Rondahl
Form och produktion: You Are Here
Omslagsfoto: Maria Rossi

Tryck: Voky
Utgåva: Nr 1 - 2023

Annonskontakt: Henric Rondahl, +46 (0) 73-320 09 60, henric@krogdirekt.com

Vi reserverar oss för eventuella tryckfel.

Slappna av
Skön hänggunga med flätning och sköna dynor i vattentätt tyg, Daisy Swing från Vermobil.

Gröna fingrar
Snygg blomlåda som heter Box i galvaniserat och lackat stål.

Grejer som inspirerar

Upptäck snygga designnyheter som du enkelt kan beställa från oss på Krogdirekt.

100% återvunnet
Serien Stack i återvunnet material får med sin unika Terra-färg och grova matta textur en härlig vintage effekt. Pallen går utmärkt att stapla.

Stilren
Soffan Miami från Vermobil är en loungemöbel med stilfulla färger. Loungemoduler, fristående eller kopplingsbara. Klädseln i Panama waterproof.

Stapelbar
Helsvetsade och självjusterande på ojämnt underlag. Bordet heter Quatris och kommer från Vermobil.

Charmig kudde
Stor och generös sittmodul med enkelt flyttbart ryggstöd. Suomy från Vermobil finns i många naturliga färger.

LAGERBLAD FOODS KÖKSMÄSTARNAS BÄSTA

EN BRA START PÅ DAGEN!
SMAKAR OCH SER HEMGJORT UT!

VÅRA LÄCKRA NYHETER!

Ett bra frukostalternativ för ALLA!
Dessa nyheter passar också lika bra i en sallad, till brunch och pannkakorna även till dessert.

Vårt senaste tillskott till vår falafelfamilj. Här har rödbeta (29 %) fått spela huvudrollen med sina hälsoeffekter tillsammans med de traditionella kikärterna (24 %).

RÖDBETSFALAFELBIFF 30 G

Tillredd. Djupfryst.
ca 180 st x 30 g = 5,4 kg

GLUTENFRI. MJÖLKFRI. LAKTOSFRI. INNEHÅLLER INTE ÄGG. KOSTFIBERHALTIG. VEGAN.

Martin & Servera 107752
Mårdskog & Lindkvist 4076

Färggrann och läcker vegetarisk biff med knaprig yta. Innehåller över 50 % majs, vilket märks i smaken. Passar utmärkt till sallader och lunchportioner. Man kan även använda majsbiffen som tillbehör till fisk- och kötträtter.

MAJSBIFF 30 G

Tillredd. Djupfryst.
ca 180 st. x 30 g = 5,4 kg

GLUTENFRI. MJÖLKFRI. LAKTOSFRI. INNEHÅLLER INTE ÄGG. KOSTFIBERHALTIG. VEGAN.

Martin & Servera 100201

Kvargpannkakan innehåller 34 % kvarg och har högre proteinhalt än vanlig pannkaka. Läcker med både söta och salta tilltugg och passar till frukost, mellanmål och dessert.

KVARGPANNKAKA 40 G

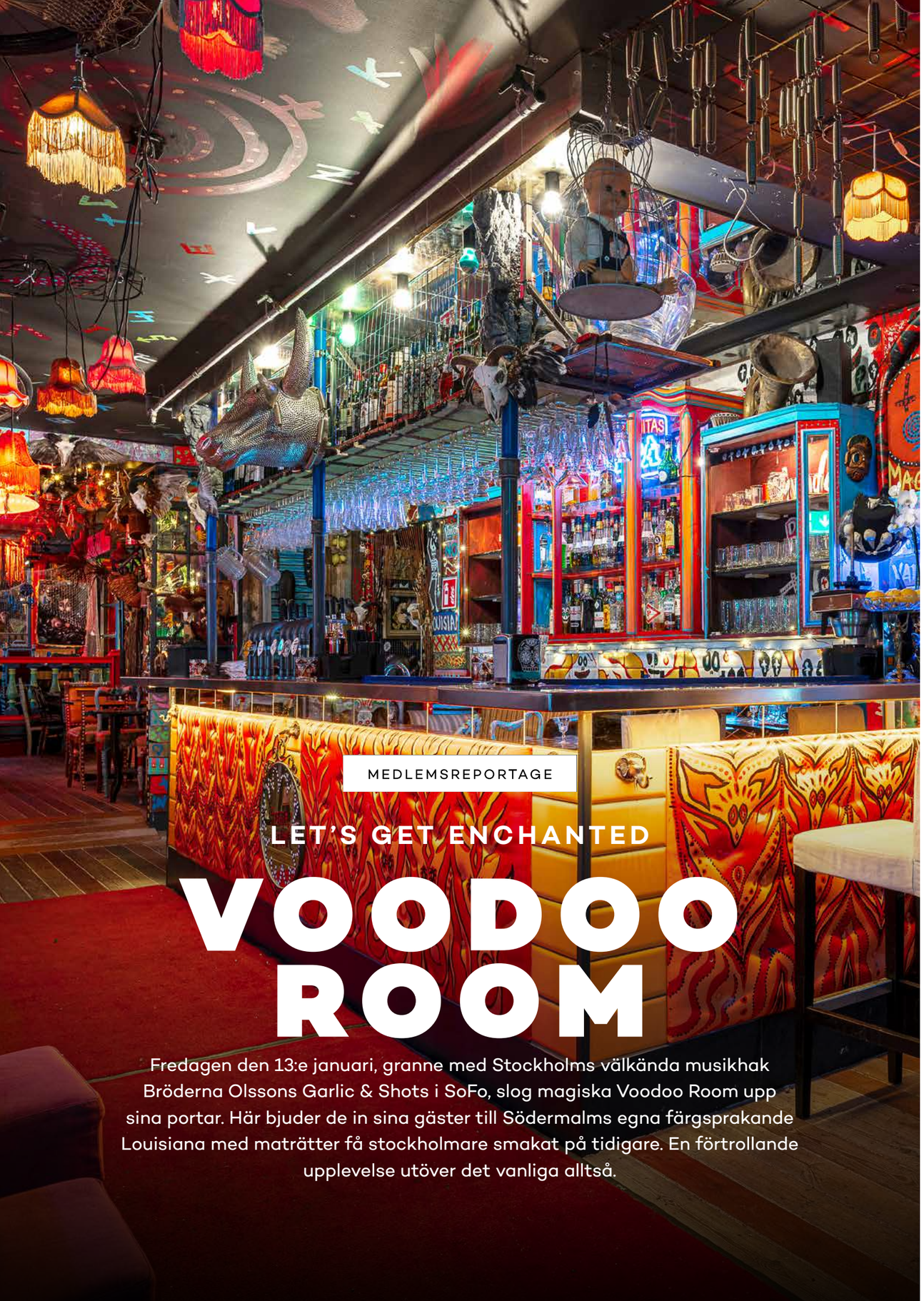
Tillredd. Djupfryst.
ca 75 st x 40 g = 3,0 kg

LAKTOSFRI.

Martin & Servera 418277
Mårdskog & Lindkvist 4200

LAGERBLAD FOODS
lagerbladfoods.se
Lagerblad Foods Ab | Byängsgränd 14, 12040 Årsta, +46 (0)73 – 447 98 15 lotta@lagerbladfoods.se

TILLVERKAD I FINLAND



MEDLEMSREPORTAGE

LET'S GET ENCHANTED

VOODOO ROOM

Fredagen den 13:e januari, granne med Stockholms välkända musikhak Bröderna Olssons Garlic & Shots i SoFo, slog magiska Voodoo Room upp sina portar. Här bjuder de in sina gäster till Södermalms egna färgsprakande Louisiana med maträtter få stockholmare smakat på tidigare. En förtrollande upplevelse utöver det vanliga alltså.

– Allt med restaurangen är helt unikt. Hela miljön andas Louisiana, New Orleans och voodoo. Det känns som att vara utomlands och man blir lycklig bara av att vara där, kanske dricka en cocktail i baren och insupa atmosfären, säger Thomas Emblad, en av delägarna i restaurangen.

Thomas Emblad är en erfaren entreprenör som varit i krogsvängen sedan 90-talet. Han har bland annat startat Koh Phangan, en starkt tematisk thailändsk restaurang, Aya Beach Club i Nynäshamn och Slaktkyrkan vid Globen. Han har med andra ord hunnit samla på sig en hel del kunskap om vad som fungerar och inte inom restaurangbranschen. Men han har också ett finger med i spelet vad gäller Voodoo Rooms grannhak Bröderna Olssons Garlic & Shots, och de båda har mer gemensamt än bara gatan de ligger på.

Stjärnspäckat styre

Vid sidan av krögarlivet är Thomas också musiker, pyrotekniker, scentekniker och turnéledare och har rest världen över. Både som hårdrockssångare med sitt eget band Fatal Smile, och för att assistera vänner i andra välkända band som Mustasch och Candlemass.

Den som är inne i musik- och krogsvängen kanske minns att musikbranschens vattenhål, Bröderna Olssons Garlic & Shots, tänkte kasta in handduken för tre år sedan. Men också att restaurangen då räddades av Thomas och ett gäng andra musiker som ville bevara den historiska samlingspunkten. Och återupplivade restaurangen. Det är i stora drag den grupp som nu också har startat Voodoo Room i den stora hörnlokalen intill.

– Vi funderade på hur vi skulle locka mer folk på vardagar och jag mindes hur det alltid blev bättre på Koh Phangan för varje bra restaurang som öppnade intill, så vi hoppades att någon skulle köpa grannkrogarna och göra något kul. Till slut blev det så att vi gjorde det själva.

Steffe the chef håller grillen varm.

Nu eller aldrig

Att det blev just Voodoo Room var till stora delar Thomas förtjänst. Resultatet vi kan besöka idag var från början en personlig dröm som under 15 år legat och grott och bubblat under ytan, och helt enkelt bara väntat på rätt läge att stiga upp till ytan.

– 2007 var vi på turné i USA och i början av turnén spelade vi på House of Blues i New Orleans franska kvarter. Efter giget skulle vi gå upp till Bourbon Street och på vägen dit kikade jag in i en souvenirbutik som var full med hot sauces och voodoogrejer. Den kvällen föddes idén till Voodoo Room, som i min skalle var ett ännu bättre koncept än Koh Phangan, ännu mer crazy och med bredare meny som tilltalar fler, berättar Thomas.

> **Jag har alltid vetat att Voodoo Room måste byggas en vacker dag**

MEDLEM HOS KROGDIREKT

Varför är ni medlemmar hos Krogdirekt?
Jag har jobbat i restaurangbranschen i 30 år och orkar inte längre leta och jaga priser överallt. Det är väldigt tidskrävande att leta bästa avtal och hålla koll på alla prishöjningar som hela tiden ändras. Frågan är varför någon ska vilja göra det själv när tjänsten nu finns. Tillsammans är vi starka och ju fler som är med desto bättre för oss alla.

Kan du ge några exempel på vad Krogdirekt hjälpt er med?:
Vi har tagit alla avtal genom Krogdirekt utom bryggeriavtalet eftersom vi behövde finansiering. Jag tror vi använder oss ganska uteslutande av Krogdirekts samarbetspartners.

Färgsprakande inredning där alla detaljer är noga utvalda.

Kontrollerat crazy

På Voodoo Room lämnas inget åt slumpen. Alla detaljer i inredningen är noga utvalda och kan beskrivas med ett ord – färg! Färgsprakande lampor, tavlor och snygga loppis-möbler blandas med voodoo-relaterade inredningsdetaljer som kycklingfötter, djurkranier och symboler. Var inspirationen kommer ifrån är det verkligen ingen tvekan om. Men även om inredningen skapar en slående mystisk atmosfär är det också väldigt viktigt med vilka som jobbar där.

– Att hitta hjärtlig och personlig personal är något jag också har eftersträvat. Underbara människor skapar en härlig stämning vilket är viktigt för en minnesvärd kväll på lokal och det är vad vi vill ge. Så det är viktigt för oss.

Magisk mat

New Orleans läge vid Mississippi-flodens utlopp mot mexikanska golfen märks tydligt i matkulturen där fisk och skaldjur får en stor huvudroll. Att staden dessutom har varit både fransk och spansk speglas också i maten, precis som grannstaten Texas starka BBQ-traditioner.

– Det magiska med New Orleans är bredden. Lägg till de afrikanska och karibiska influenserna, en två meter bred grill med olika zoner för kött, sallad och skaldjur så har du rätt förutsättningar för magisk mat.

På frågan om vad i Voodoo Rooms smakrika meny som är storsäljaren blir valet svårt. Thomas nämner deras väldigt populära Magic Creole Surf & Turf, men också rätter som Marie Leveau Gambas och Secret River Lobster Bisque.

– I Louisiana har de lika starka traditioner som vi gällande kräftor, men där är det både festligare och godare med deras varma Crawfish Boil som har blivit väldigt populärt hos oss. Kräftorna kokas med potatis, majs, apelsiner, lök och en massa kryddor. Här kan man också ha kräftskiva med tidningspapper på borden vilket är en makalös upplevelse!

SoFos smultronställe

När restaurangen öppnade i januari var de egentligen inte helt redo, och med sommaren runt hörnet har Thomas och Voodoo Room lite att stå i, som att komplettera köket, fixa logistiken och hitta rätt personal inför sommaren. Men Thomas ser onekligen fram emot sommaren och det den har att erbjuda.

– Nu längtar vi efter en fantastisk sommar. Vårt hörn av SoFo blir fantastiskt eftersom vi nu får ha uteservering både på Folkungagatan och runt hörnet på Södermannagatan. Med Bröderna Olssons Garlic & Shots och Voodoo Room blir det fyra uteserveringsytor varav tre är nya. Det blir ett riktigt smultronställe och ett hörn av Stockholm som bara måste besökas. Framtiden ser ljus ut!

FAKTA:

Adress: Folkungagatan 84, 116 22 Stockholm

Webb: www.voodooroom.se

Facebook: Voodoo Room

Instagram: @voodooroomsthlm

MEDLEMSREPORTAGE

MELA GBG

VÄNSKAP OCH PIZZA – HELT ENKELT

Enkelt, helt enkelt. Det är nyckelorden när barndomsvännerna Albin Falkenby och William Rossi beskriver sin nystartade italienska pizzarestaurang Mela. Idén om den egna restaurangen väcktes av en stark frihetslängtan, att ha något eget. Och den idén har nu tagit dem via en foodtruck till deras alldeles egna restaurang i hjärtat av Göteborg.

– Förutom en stor passion för mat så har ingen av oss restaurang-erfarenhet och produkten av det ni ser idag är lärdomen av nästan tre års företagande och pizzabakande efter mottot ”vi testar oss fram”, säger Albin.

Sattes i rullning

Resan till restaurangen i Gårda började vid Stigbergstorget i Göteborg i maj 2020, där vännerna med passion gräddade smakrika pizzor i en foodtruck för att mätta hungriga göteborgare.

Det var när vännerna arbetade tillsammans på Malta de bestämde sig för att de ville vara fria och starta något eget. Sagt och gjort. Väl hemma igen fick de som genom ett trollslag tag på en foodtruck med vedugn och allt sattes i rullning. Det var meningen helt enkelt.

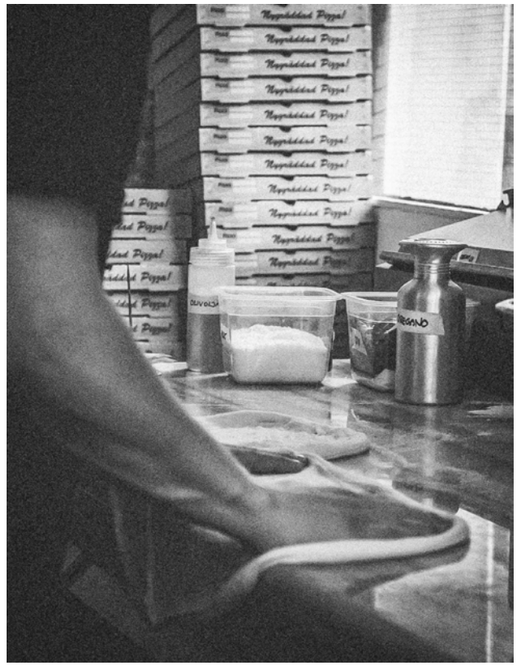
Och nu nästan tre år senare har de en helt egen restaurang mitt i centrala Göteborg på hörnet av Tritongatan 5 och Fabriksgatan 46, bara cirka 10 minuters promenad från stora dragplåster som Liseberg och Ullevi.

– Det har varit en lång resa med mycket jobb men en väldigt värdefull sådan och vi ångrar ingenting, säger William.

Passion för pizza

Besöker du Mela garanteras du äkta vedugnsbakade pizzor bakade med omsorg och ett hemligt familjerecept på tomatsås från Williams italienska farmor. Det märks att passionen för pizzabakandet finns där när William förklarar det italienska köket, som i grund och botten är väldigt enkelt.

Han berättar att mycket tid och energi läggs ner på några få ingredienser för att göra de riktigt goda och att baka en bra pizza är mycket mer än att bara välja vilka toppings som ska läggas på. Det är ett hantverk rakt igenom.


Att baka en bra pizza är ett hantverk rakt igenom.

MEDLEM HOS KROGDIREKT

Varför är ni medlemmar hos Krogdirekt?
Vi blev medlemmar hos Krogdirekt för att vi tänkte att det kunde gynna oss ekonomiskt och även spara tid.

Vad har Krogdirekt hjälpt er med?:
Vi har blivit sammankopplade med olika personer som på ett eller annat sätt kunnat hjälpa vår verksamhet. Vi har fått hjälp med allt från var vi handlar råvaror till service av maskiner.

Så med tanke på att Krogdirekt har uppfyllt båda anledningarna till att vi bestämde oss för att gå med är vi mer än nöjda! Kan man som företag spara både tid och pengar är det ju inget man tackar nej till direkt.

”Margherita” — en ostig dröm.

Vår personliga favorit ”Maggan Deluxe”.

”Patsatini”, ”påsskatore” eller enkelt sagt ”nummer 2”.

– Allt från hur degen görs, hur länge den jäser eller hur länge tomatsåsen får puttra i kastrullen är vad som gör enkelhet så gott. Att det sen är en balans med eld och hundratals grader i ugnen för att få allt att komma samman är summan av vårt hantverk, säger William.

De får frågan om vilken pizza som är storsäljaren i deras meny och svaret blir en klassisk Margherita.

Det har varit en lång resa med mycket jobb men en väldigt värdefull sådan och vi ångrar ingenting

– Om man känner för det med extra parmesanost på! Den är aldrig fel, kan ett ställe laga en schysst Margherita, då vet man att de kan sin pizza.

Intensivt år som gått

Det senaste året har med andra ord varit väldigt intensivt för vännerna. Sin resa har de delat med sig av på sina sociala medier. Med både ärlighet och hjärta bjuder de in gästerna i sin vardag och låter dem lära känna restaurangen. De ger dem en uppfriskande inblick i både upp- och nedgångar man kan stöta på som ny i branschen.

Och mer spänning lär dyka upp för den som följer vännerna där, idéer för framtiden råder det nämligen inga tvivel om. För att öka sitt utbud och meny är till att börja med en ansökan om serveringstillstånd inskickad.

– Det vi ser fram emot mest är att börja ha öppet fler kvällar. I och med att vi inte haft ett serveringstillstånd har vi fokuserat mycket på lunchöppet. Men nu när vi förhoppningsvis snart kan börja servera ett glas vin eller en öl till pizzan så vill vi lägga fokus på kvällsöppet. Ett serveringstillstånd hade även inneburit en bredare meny och vi ser fram mot att experimentera oss fram även där!

Utöver det finns även planer på att så småningom dra ihop lite workshops eller kurser i lokalen.

– Det är en del logistik kvar på den biten. Men vi har mycket att se fram emot!

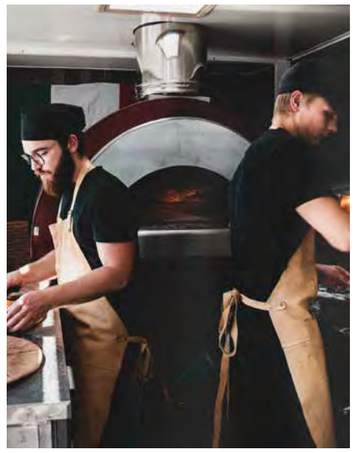
Men foodtrucken då?

Foodtrucken får i nuläget stå i garaget så att Albin och William kan fokusera helt på restaurangen. Men på frågan om ifall foodtrucken kommer att göra en comeback svarar Albin.

– När vi känner att det är möjligt kan vi kanske köra i gång med foodtrucken igen. Då blir det nog mest fokus på events, men vem vet. En å annan dag på Stigbergstorget får vi nog in, avslutar Albin. ■

Vi har mycket att se fram emot, säger Albin.

Mysig atmosfär mitt i centrala Göteborg.



William och Albin.

FAKTA:

Adress: Tritongatan 5, 412 51 Göteborg
Webb: melagbg.se

Facebook:
Melagoteborg

Instagram:
@melagbg

Stjärna på sociala medier

Funderat på att ta er marknadsföring i sociala medier till nästa nivå? Bra, låt oss hjälpa er! Vi förstår att det kan vara svårt att veta hur man ska synas i myllret av marknadsförare. Ja, det bästa man kan göra i det läget är att åtminstone försöka synas än att inte synas alls. Enligt ”Svenskarna och internet” följer till exempel 4 av 10 varumärken de tycker om på Instagram. Så fråga er själva, hur blir ni det varumärket som era gäster vill följa?

För att hjälpa er på traven har vi tagit fram ett gäng tips och råd som kan hjälpa er lyfta er verksamhet i sociala medier. Precis som namnet antyder är sociala medier ett sätt för er att kommunicera med era gäster. Med traditionell annonsering, tänk annonser i tidningar, gatupratare eller liknande, talade man TILL gästen. Så fungerar inte sociala medier. I sociala medier ska man prata MED gästen. Skapa engagemang helt enkelt.

Vilka är ni?

Börja med att ta er en funderare över er själva. Vad har ni att erbjuda som inte någon annan har? Låt säga att ni har en pizzeria. Det kan vara svårt att säga varför just er pizzeria är annorlunda mot grannkvarterets pizzeria.

Det kan vara allt från att ni har den grymmaste tomatsåsen och en speciell degkrydda eller till att gästerna äter sina pizzor på motionscyklar eller med ögonbindel. Vi förstår, det är inte lätt, men när ni hittar ert unika uttryck kommer ni att märka det, och framförallt gästerna. Så det är värt en stunds eftertanke.

Hittar ni ändå ingen tydlig och unik egenskap att lyfta? Skapa er en! Ett genomarbetat koncept gör allt mycket enklare, även marknadsföringen.

Vem är er drömgäst?

Anledningen till att man överhuvudtaget ska ta fram en målgrupp är för att effektivisera marknadsföringen. Genom att veta ungefär vem man vill nå ut till kan man skapa mer träffande innehåll i sina sociala medier. Både i hur man uttrycker sig och i vilka erbjudanden man tar fram. När man tar fram en målgrupp brukar man titta på ålder, kön, plats, inkomst, värderingar och liknande.

Visst kan man marknadsföra mot alla alltid, men då är sannolikheten att du kastar pengar i sjön ganska stor då inte alla är intresserade av just era produkter eller tjänster. Att marknadsföra mot alla kan dock vara användbart om man är relativt ny i sin verksamhet och vill hitta sin målgrupp, eller om man vill hitta nya kundkretsar.

Då kan man annonsera i stora drag och analysera vilka som varit mest intresserade av budskapet och utgå från det. Och därefter skapa sig en mer specifik målgrupp. De flesta stora sociala medier har egna analysverktyg som kan hjälpa företag att få en inblick i målgruppen.

Instagram? Tiktok? Facebook? Hjälp!

Till att börja med. Bara för att en social kanal finns – behöver inte ni finnas där. Det är här ert arbete med att ta fram er drömgäst kommer att underlätta ert val av kanal. Vart finns er drömgäst? Är det 80-talister som letar efter ett snabbt och smidigt lunchhak för dagen? Ja då kanske ni hittar dem på Facebook. Eller vill ni locka 90-talister på ett glas vin och en god pasta? Ja då kanske ni får hålla er till Instagram – matbildernas Mekka. Hänger du med?

I undersökningen ”Svenskarna och internet” som årligen genomförs av Internetstiftelsen för att kartlägga svenska folkets internetvanor finns en hel del matnyttig information att ta del av om ni är nyfikna på var just er målgrupp befinner sig just nu.

Lägg ut, lägg ut, lägg ut!

När ni hittat ert unika uttryck, vem ni vill nå ut till och vilken kanal ni bör befinna er på – det är då det roliga börjar. Det är dags att skapa! Sociala medier är ganska tidskrävande, så en bra sak att börja med kan vara att utse någon eller några som kan hantera era sociala medier. Har ni till exempel någon i personalen som är grym på att fotografera? Använd er av den kunskapen. Fördela arbetet så att det finns utrymme för att ta grymma bilder. Ni kommer att vinna på det i längden.

På sociala medier räcker det inte bara att lägga ut fina bilder då och då. Det gäller att vara aktiv. Kommentera och interagera med era gäster, det är det de sociala nätverken är till för – att nätverka. Men blanda innehållet på era kanaler, låt fina bilder samsas med att låta gästerna lära känna er personal och ibland, då och då, kan ni också locka med något spännande erbjudande.

Lycka till!

Tips - härma!

Följer du någon restaurang på sociala medier som gör riktigt grymma inlägg? Försök att applicera det på er egen restaurang, utifrån vilka er målgrupp är och framförallt utifrån hur ni vill stå ut i mängden.

Hur du tar snygga bilder!

Lugn bara lugn! För att ta riktigt bra matbilder behövs det inte en superdyr systemkamera. Det räcker med mobilen du har i handen och lite extra piff!

1. Fokuspunkt

Erbjud något att fästa blicken på. Tänk dig en sallad, det ska finnas något att fokusera på. Det kan till exempel vara en köttbit eller en ört.

Fortsättning på nästa sida

2. Highlights

Ögat söker sig till det som är ljusast. Toppa köttet med lite flingsalt, det kan vara det som gör att ögat söker sig dit.

3. Styling

Vilken story runtomkring maten vill du berätta? Använd snygga underlag, tallrikar och bestick. Matt keramik brukar fungera bra. Varför inte samarbeta med en lokal keramiker?

4. Naturligt

Använd ätbar styling från naturen. Saker som känns naturligt, som blommor och örter, ökar känslan av genuin mat.

5. Färgval

Låt matens färger synas. Välj tallrikar med mindre färg, det är maten som ska vara färgen. Grått trä och gråa plåtar är det ultimata underlaget. Men inte en rostfri aluminiumbänk. Det är väldigt svårt att göra snyggt på bild.

6. Perfectly imperfect

Upplevelsen av bilden ska skava lite någonstans. Vi människor gillar när saker avviker. Det kan vara kladd, något som ligger lite utanför skärbrädan. Eller lite flingsalt utanför tallriken.

Tydliga Partners sänker din försäkring med 10%

Försäkringserbjudande till Krogdirekts och Samköpsgruppens medlemmar för restauranger, hotell, café, pizzerior och gatukök.

Har ni inte försäkringen via Krogdirekt eller Samköpsgruppen idag så skriv på en fullmakt och låt Tydliga Partners förhandla ner er nuvarande försäkrings-premie (gäller endast för kunder som har en befintlig försäkring).

Vid påskriven försäkringsfullmakt garanterar Tydliga Partners minst 10% lägre försäkringspremie vid din nästa förfallodag, dvs din förnyade premie minus minst 10%. Ni kan även behålla ert befintliga försäkringsbolag och få samma rabatt.

Detta löfte kan vi hålla på alla restauranger förutom de vi listar nedan.

- Pizzerior i byggnadsklass 3, dvs i träbyggnad.
- Restaurangen är försäkrad i en gruppförsäkring som vi inte kan få insyn i.
- Restaurangen är försäkrad i ett koncept som ej är flyttbart.

För mer info kontakta oss
E-post: henric@krogdirekt.com
E-post: henric@samkop.se

tydliga® PARTNERS

krogdirekt

SKANDINAVISKA samköps gruppen
Gör smartare affärer!

REKAL
Shining Everyday™

Vi är specialister på hygien och rengöring och oavsett om din profession är att driva restaurang, ta hand om patienter eller framställa dryck så finns vi här för att hjälpa dig med dina utmaningar.

FULLSERVICE

Av oss får du regelbundna besök där vi kontrollerar att dina system och utrustningar fungerar, samtidigt som vi ger dig kunskap om våra olika produkters funktioner och användningsområden.

HELTÄCKANDE SORTIMENT

I vår egen produktionsanläggning utvecklar och producerar vi produkter med fokus på effektivitet och miljö. Förutom våra egna produkter erbjuder vi ett heltäckande sortiment av tillbehör, papper och engångsmaterial.

LEVERANS DAGEN EFTER

Tack vare vår lokala förankring kan vi direktleverera dina produkter ofta redan dagen efter du har lagt din beställning.

Följ oss i sociala medier!

Vill du veta mer? Tveka inte att kontakta oss!

Telefon: 0158-339 00
Hemsida: www.rekal.se

Din Krogdirektkontakt

hej@krogdirekt.com
krogdirekt.com

Dalarna	Henric Rondahl	073-320 09 60
Göteborg, Västra Götaland, Halland, Skåne	Pelle Hansson	070-916 82 73
Göteborg, Västra Götaland	Lena Nethander	070-916 83 24
Östergötland, Småland	Thomas Björklund	070-841 37 01
Hälsingland, Gästrikland	Lars Andersson	076-853 30 20
Stockholm	Johakim Philipson	072-312 22 85
Västmanland	Mario Macri	070-841 37 08
Västmanland	Tony Issa	021-551 16
Västmanland	Hovig Garabet	021-551 16
Västernorrland	Esbjörn Habicht	070-316 31 52
Östergötland	Josef Yildiz	070-956 53 56

Kontakta Samköpsgruppen

HENRIC RONDAHL	073-320 09 60
JOSEF YILDIZ	070-956 53 56
PELLE HANSSON	070-916 82 73
LENA NETHANDER	070-916 83 24
THOMAS BJÖRKLUND	070-841 37 01

hej@samkop.se • samkop.se

Våra samarbetspartners

Arla	Bixia För mer närproducerad el	Carlsberg Sverige	Duni	Feldts	Fimdis
FONTANA EST. 1978	Guld Fågeln	HAUGEN-GRUPPEN AB Sweden	HKSCAN	HOTEL SUPPLY	KRAMTEX
Kronägg	Köksbörsen	Lantmännen Unibake	Lantmännen Cerealia	LAGERBLAD FOODS	LÖFBERGS
martin&servera	MARDSKOG & LINDKVISTAB	Nestlé PROFESSIONAL MAKING MORE POSSIBLE	nets	Nomor	onslip
OKQ8	Orkla Foods Sverige	REKAL Shining Everyday	SÄLJPARTNER	Direct	Santa Maria
SIA GLASS	Skåne mejerier	Snabbgross	Swedbank	taelo your digital waiter	TAGE LINDBLOM
tydliga	Unilever Food Solutions Inspiration every day	Upfield	VEGAS	Verifone	waterlogic
WORLDLINE	ZETA Från en familj där mat är kärlek.				

krogdirekt

VI SKAPAR LÖNSAMMA FÖRETAG
KROGDIREKT

SKANDINAVISKA
samköps
gruppen
Gör smartare affärer!