



Alltid i gott sällskap

Nytt varumärke

OBRIGADO! | Sid 19

Våra tre värdeord
- **Glädje, Kompetens,
Lönsamhet** | Sid 6

**Vi älskar kaffe.
Vi älskar sport.** | Sid 12

**ICONICK – Sockerfria
drycker för alla smaker** | Sid 29

2026

Innehåll

Innovation och personlig service	s. 6
Mat och snacks	s. 8
Dvini – kaffemaskinen får nytt liv	s. 11
Älska kaffe, älska sport	s. 12
Åttio bönor per kopp	s. 14
Kaffe med mjuka värden	s. 19
Personliga coacher med koll på kaffe	s. 20
Butikskaffe lyfter kundupplevelsen	s. 23
Coffee Analytics	s. 24
Café Bar Premium	s. 27
ICONICK – sockerfria drycker för alla smaker	s. 29
Visste du att...	s. 30
Alltid nära till er tjänst!	s. 31



Tidningen är utgiven av Café Bar AB. Gatuadress Bredgränd 2A, 553 20 Jönköping. **Telefon** 077-520 50 50. **Websida** www.cafebar.se
E-post kundservice@cafebar.se **Ansvarig utgivare** Anders Junhammar **Produktion** MediaPartner i Vimmerby AB, www.mediapartner.se
Projektleddare Pelle Strömsten, pelle.stromsten@mediapartner.se **Mediasäljare** Lovisa Gunnarsson, lovisa.gunnarsson@mediapartner.se
Art director Per-Albin Nilsson **Text** Emma Sellbrink, Eva Harrysson **Foto** Tomas Jahnsen, Emil Malmberg, Adam Nouno, Daniel Stenholm,
Björn Segerberg samt Café Bars eget material **Tryck**: Scandinavian Print Group 2026  Svanenmärkt trycksak 3041 0145



Rutasoka – Kaffe odlat i Östafrika och

Kaffe som förändringskraft - Handel istället för välgörenhet

När Rutasoka grundades 2017 var drivkraften tydlig: att förena ursprunget i Kongo med nya möjligheter i Sverige. Och att visa att kaffe kan vara mer än bara en dryck. Det kan vara en njutning där varje kopp bidrar till rättvisa, utveckling och gemenskap.

Resan började med certifierade kaffeproducenter i Kongo. Och idag samarbetar vi med producenter i hela Östafrika, med samma fokus på **handel istället för välgörenhet**.

En kopp som gör skillnad

Vi tror på att varje beslut, även det lilla valet av kaffet i koppen, kan ha stor påverkan. När du njuter av Rutasoka-kaffe får du en kopp som speglar både passionen och arvet från regionens kaffeodling. Det är kaffe med själ, där varje bönas resa från fältet till koppen är en berättelse om ansvarstagande och engagemang för en bättre framtid.



"Jag vill att våra kunder ska känna kvaliteten, smaken och omsorgen bakom varje böna – samtidigt som de vet att deras val bidrar till något större." – VD och grundare Rebu Burubwa

Tillsammans bidrar vi till positiv förändring. Läs mer:



rostat i Sverige

Hållbarhet som grund

Hållbarhet är grunden i allt vi gör. Vårt ansvar sträcker sig från samarbetet med producenter i Östafrika till mötet med våra kunder i Sverige. Det innebär att vi arbetar för rättvisa villkor och långsiktiga relationer med producenter, att vi säkerställer en ansvarsfull transport- och produktionskedja och att vi erbjuder våra kunder kaffe som bidrar till något större.

Genom transparens och nära partnerskap med både leverantörer och kunder skapar vi en värdekedja där alla kan utvecklas tillsammans.

"För oss betyder hållbarhet att förena affärsmässig tillväxt med omtanke om människor och miljö – för att kaffet ska bli en positiv kraft för framtiden." - Rebu Burubwa



RUTASOKA

COFFEE

Vill ni testa våra produkter? Kontakta något av
Café Bars lokala säljkontor.



Minova ekologisk mellanrost

Lätt syrlig med toner av nypon och hasselnöt i eftersmaken.



ROSTNING FYLLIGHET SYRLIGHET



Butembo ekologisk mörkrost

Med smak av mörka bär och en eftersmak av gräddig choklad.



ROSTNING FYLLIGHET SYRLIGHET



Mitumba ekologisk espresso

Balanserad med en krämig finish och en hint av tobak.



ROSTNING FYLLIGHET SYRLIGHET



Innovation och personlig service

Vi på Café Bar ska vara det mest innovativa och hållbara företaget på marknaden, och vi har mycket nytt på gång för att ständigt ligga i framkant!

Vi har nämligen en vision – den perfekta koppen. Och det som förr ofta var en svart kopp kaffe kan idag vara allt från te till proteindrycker. Vi har därför ett brett utbud, och går nu ett steg till och kan stolt presentera ICONICK. De erbjuder ett nylanserat sockerfritt sortiment med allt från proteinshake och energidryck till drickchoklad och chailatte.

En annan trend vi ser är att många vill ha smidig tillgång till god mat och snacks på arbetsplatsen. Därför har vi lanserat konceptet Bistro Go i samarbete med vårt systerföretag Auto-Maten. De erbjuder kunderna det där lilla extra för att de anställda ska trivas på jobbet – uppkopplade kylskåp och frysar som är fyllda med allt från färdigmat till snacks.

Hållbarhet är en ständigt aktuell fråga. Vi är därför extra stolta över vårt cirkulära koncept Dvini, där vi tar tillbaka uthyrda kaffemaskiner, renoverar och uppdaterar dem. Samtidigt passar vi på att profilera om maskinen efter kundernas önskemål. Ett koncept som minskar koldioxidavtrycket och ger kunden möjlighet till en unik maskin. Malmö FF:s profilerade kaffemaskiner är nog till exempel några av landets mest fotograferade och omkramade! Apropos sport – vi gillar det nästan lika mycket som vi gillar kaffe och har samarbeten med många idrottsföreningar, stora som små.

Vi gillar också att komma ut och träffa våra kunder, och har en personlig service som sticker ut. Vi erbjuder en helhetslösning som inkluderar kaffemaskiner, kvalitetskaffe och annan dryck, en personlig kaffecoach och regelbundna leveranser på plats hos er. Några som vi däremot vill att ni ska se så lite som möjligt av på arbetsplatsen är våra kompetenta tekniker. Därför arbetar vi ständigt för att förbättra den förebyggande servicen och kunna lösa eventuella problem snabbt utan att komma ut till er. Detta möjliggörs genom att våra kaffemaskiner är uppkopplade i mobilnätet och därigenom signalerar till vår kundservice om de inte mår bra och är i behov av stöd och åtgärd. Det är bättre för miljön och bättre för dig som kund som slipper vara utan den där goda koppen längre än nödvändigt.

Vi har tre värdeord som betyder mycket för oss – Glädje, Kompetens, Lönsamhet – och vi hoppas de orden genomsyrar allt vi gör. Vi vore inget utan alla våra otroliga medarbetare, och vi vill ge både dem och våra kunder de bästa förutsättningarna för att känna glädje på jobbet. Då kommer också ofta engagemang, motivation och lönsamhet på köpet!

Thomas Doyon, vd, Café Bar ■







Mat och snacks

– uppskattat komplement till den goda koppen

Vill du ha en snabb lunch eller något litet tilltugg till den där goda koppen kaffe eller te? Tillsammans med systerbolaget Auto-Maten erbjuder Café Bar nu konceptet Bistro Go. Det är ett komplett erbjudande med kaffe, te, vatten och en varuautomat som kan fyllas med allt från färdiga maträtter till glass – allt efter kundens önskemål.

Trivsel på jobbet kan innebära allt från en fikastund till en god lunch med kollegorna. Nu går de två att kombinera i konceptet Bistro Go, som togs fram efter att Café Bar förvärvade företaget Auto-Maten oktober 2024.

Bistro Go erbjuds i två varianter, standard och premium, där standardpaketet innehåller en klassisk varuautomat medan premiumvarianten även kommer med en dekorativ möbel och möjlighet till ett bredare sortiment, som till exempel frysvaror och glass.

– Det är väldigt uppskattat att kunna köpa mat, dryck och snacks utan att behöva lämna arbetsplatsen, särskilt om man jobbar lite utanför centrum eller på en dygnet runt-verksamhet, säger Johan Ringqvist, vd för Auto-Maten.

Även om konceptet ofta används på större arbetsplatser med minst 80 anställda har Bistro Go kunder som har från cirka 20 anställda och uppåt.

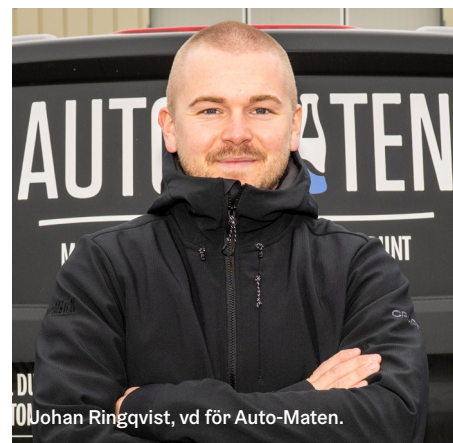
– Jag tror att den här marknaden kommer att öka ännu mer framåt, och om fem år tror jag att det här helhetskonceptet kommer att vara lika vanligt som kaffe på jobbet. Färdigmat är en kategori som växer och vi levererar schyssta produkter till en vettig peng. Vi jämför oss inte med en utelunch, men det här är ett bra komplement som ligger lägre i pris, säger Johan.

Auto-Maten samarbetar med flera stora leverantörer för att kunna erbjuda ett så brett sortiment som möjligt och bland storsäljarna finns färdigmat och energidryck, men kunden bestämmer själv innehållet.

– Kunden väljer vanligtvis ett brett sortiment med allt från färdigmat och sallader till mellanmål, snacks och dryck, säger Johan.

Ser man till trender varierar det beroende på typen av arbetsplats och snittåldern på medarbetarna.

– Vi har hjälp av våra leverantörers statistik över försäljningen i olika regioner och den stämmer ofta bra överens med vad som efterfrågas av våra kunder, säger Johan ■





CAPRIMO CHAI LATTE - EN SMAKRESA UTÖVER DET VANLIGA

Inspirerad av Indiens rika smakuppalett och förfinad av Caprimos experter. Caprimo Chai Latte är ett elegant, varmt och fylligt mjölkte med en perfekt balans av söt vanilj, aromatisk kardemumma och mjuk kanel. Skapad för att leverera en förstklassig smakupplevelse – varje gång, i varje kaffemaskin.

La dolce vita in a cup

CAPRIMO.COM

**BARRY CALLEBAUT SWEDEN AB • BÖKETOFTAVÄGEN 23 • 268 77 KÅGERÖD
T 0418-450 350**





SIENNA FÖRENAR TEKNIK, HÅLLBARHET OCH PARTNERSKAP

*Kaffe möter
gemenskap*

ÅTERVINNINGSBAR PLAST



INTERAKTIV OMFRÅGNING



VÄXTBASERAD ETIKETT



KAFFEHISTORIER



Vill du veta mer?
Fråga din kundansvarige om Sienna!

 **de JONG DUKE**



Peter Sjöström är ansvarig
för Divini-konceptet på
Café Bar.

divini

– kaffemaskinen får nytt liv

Varför skrota fullt fungerade kaffemaskiner bara för att de har några år på nacken? Den frågan ställde sig Café Bar, som med sin unika satsning Dvini nu ger begagnade kaffemaskiner nytt liv igen.

Idén bakom Dvini är enkel men genial. I de flesta fall hyr Café Bar ut sina maskiner till företag i fyra till fem år. Därefter kommer maskinerna tillbaka och får en ordentlig genomgång. De som fungerar bra och bedöms som fräscha får chansen att komma tillbaka. Maskinerna renoveras och brandas efter kundens önskemål – med färg och logotyp som ger ett helt unikt uttryck. Resultatet blir en kaffemaskin som är lika driftsäker som en ny, men med ett betydligt lägre

klimateavtryck – och lägre pris för kunden.

– Det kändes ju lite absurt att slänga grejer som fungerar och går att fräscha upp. Så vi bestämde oss för att skapa ett tydligt koncept kring det här arbetssättet, berättar Peter Sjöström, ansvarig för Dvini.

Det visade sig vara ett lyckat initiativ – idag är det många av Café bars kunder som använder Dvini, ofta som ett komplement till nya maskiner.

Det som gör Café Bars koncept särskilt starkt är att företaget har full kontroll över hela processen – från återtag till renovering och ny leverans. Dessutom tillverkas fronterna i återvunnen plast av ett företag i Jönköping, vilket förstärker den cirkulära kedjan ytterligare.

– Responsen har varit väldigt positiv. Kunderna sparar pengar och märker ingen skillnad i funktion eller smak. Det är bara positivt, konstaterar Peter ■

Fredrik Persson (till vänster) och Jonas Brändström sköter samarbetet med två av Café Bars större idrottsföreningskunder.



Vi älskar kaffe. Vi älskar sport.

– Café Bar trogen partner på många arenor

Fler och fler idrottsföreningar förstår vikten av att servera bra kaffe på sin arena. Med konceptet "Älska kaffe, älska sport" levererar Café Bar kaffemaskiner och kaffe till ett 70-tal föreningar, från mindre gymnastikklubbar till stora elitidrottsföreningar.

HV71 och Helsingborgs IF är två av Café Bars större kunder. För Helsingborgs IF ansvarar Fredrik Persson, medan Jonas Brändström sköter samarbetet med HV71 från Jönköping.

Konceptet "Älska kaffe, älska sport" har vuxit under de senaste åren.

– Lösningarna varierar beroende på föreningens behov och önskemål. Helsingborgs IF, till exempel, har Café Bars kaffemaskin och premiumkaffe på sitt sportkontor samt i alla arenans restauranger och kiosker. Vi försöker jobba tätt tillsammans med föreningen för att skapa de bästa förutsättningarna, säger Fredrik Persson.

Samma sak gäller förstås i Jönköping där HV71 är en av Café Bars största kunder, med flera tusen koppar kaffe som serveras under hemmamatcherna. Samarbetet har

pågått i flera år och utvecklats allt eftersom.

– De är väldigt nöjda med vår lösning när det kommer till kaffe i restauranger, loger och i kiosker. De uppskattar det nära samarbetet och den lokala närvaron samt är en otroligt bra ambassadör för oss, säger Jonas Brändström.

För Café Bar handlar samarbetet med idrottsföreningarna om mer än att leverera utmärkt kaffe.

– Det handlar om att skapa relationer och bygga nätverk. Kaffekoppen i handen öppnar upp för möten och samtal på arenorna, säger Fredrik.

– För oss är det också viktigt att synas i sammanhang som rör ungdomsidrotten. Vi ser vilket fint och viktigt arbete klubbarna gör för våra ungdomar och det vill Café Bar vara med och stötta, säger Jonas ■





Åttio bönor per kopp

– och någon har plockat dem för hand



Hållbarhetsprojekt



Rainforest Alliance

En internationell naturskyddsorganisation som arbetar för att bevara den biologiska mångfalden och skapa hållbara försörjningsmöjligheter genom att förändra metoder för markanvändning, affärsmetoder och konsumentbeteenden.



Fairtrade

En oberoende certifiering som skapar förutsättningar för odlare och anställda i länder med utbredd fattigdom att förbättra sina arbets- och levnadsvillkor.



Vatten räddar liv

Tillsammans med Erikshjälpen stödjer Café Bar ett vattenbrunnsprojekt i Etiopien, kaffets ursprungsland. Projektet startade 2018. Tolv brunnar är planerade att borrar och försörja mindre samhällen med bland annat skolor och odlingar. Under 2020 färdigställdes två nya brunnar. Vattnet pumpas upp med hjälp av solenergi. Personal utbildas på plats för att få lång livslängd på pumpar, solenergi och brunnarna.



Skolflicka istället för fru

Café Bar stödjer Erikshjälpens arbete som gör det möjligt för flickor att få utbildning, förstå sina rättigheter och påverka sin framtid istället för att giftas bort och tvingas sluta skolan.



Linn Dahlberg är säljare för Café Bar i Västerås.



När Café Bars medarbetare reste till Brasiliens kaffeodlingar fick de inblick i ett hantverk som trots tuffa förhållanden i tropisk hetta utförs med ett hängivet engagemang.

Café Bar har i flera år arbetat med certifieringar som Rainforest Alliance, Fairtrade, EU-lövet och KRAV-märket. Företaget har dessutom sponsrat en biofabrik som tar fram helt giftfria bekämpningsmedel. Allt för att kunderna ska känna sig trygga med att kaffet i deras koppar är framtaget med respekt för både människor och miljö.

I maj 2024 reste sju medarbetare från Café Bar till São Paulo, färden gick vidare fyra timmar norrut i bergen. Där fick de med egna ögon se hur kaffeodlingarna fungerar och samtidigt få bekräftat att produkten de säljer uppfyller kraven för ett hållbart och ekologiskt jordbruk.

Besöket satte djupa avtryck hos Linda Martinsson och Linn Dahlberg, två av Café Bars medarbetare som besökte odlingarna.

– Det var som att kliva in i Jurassic Park. Böljande grönska, röd jord, regnskogsvärme och ett fantastiskt djurliv. Vi var helt tagna och jag var tårögd nästan hela tiden, säger Linda Martinsson, försäljningschef i syd.

– Ja, att få se människorna som stod och krattade kaffet i 35-gradig värme och 98 procents luftfuktighet – och att de gjorde det med glädje, det var rörande, säger Linn Dahlberg, säljare i Västerås.

Det som kanske fascinerade dem allra mest var torkningsprocessen. Bären läggs ut i långa rader för att sedan vändas för hand minst en gång i timmen i upp till tre veckor.

– Jag har jobbat med kaffe i många år och trodde att jag hade koll på det mesta. Men först >>



där förstod jag hur extremt långsamt och omsorgsfullt varje bön behandlas, säger Linda.

Kedjan från planta till kaffe i koppen är lång. Det börjar med att bären plockas för hand på bergssluttningar. Sedan följer sortering, tvätt och torkning. Skalet ska tas av bären som sedan packas och transporteras. Förädling och rostning av bönorna sker slutligen i Sverige.

För Café Bar och deras kunder är hållbarhetsar-

betet en självklarhet.

– Jag skulle säga att det är en icke-fråga idag.

Man förutsätter att vi tar ansvar och som ett större företag är det givet att vi vill gå i bräsch för hållbarhetsfrågor. Det är viktigt att vi gör rätt, använder rätt produkter och rätt leverantörer som kan klara alla de krav som ställs, säger Linn.

En viktig del i hållbarhetsarbetet är också att höja kaffets status.

– Drink kaffet med vördnad. Det går åt cirka åttio bönor till en kopp kaffe – och någon har plockat dem för hand. Drink hellre färre koppar kaffe på en dag, men bättre kaffe. Sätt inte på en hel kanna om ni inte ska dricka upp allt. Använd gärna en kaffemaskin istället, så dricker du upp varje kopp som du tar. Sådant tycker vi är viktigt och det pratar vi mycket om med våra kunder, konstaterar Linda ■



Linda Martinsson, försäljningschef
Syd på Café Bar.





ZOEGA[®]
- PROFESSIONAL -
ROASTED WHOLE BEANS

**MOLLBERGS
BLANDNING**
MUSTIG & ELEGANT

**SKÅNEROST
HORN'S BLANDNING**
KRAFTIG & SMÅKIK

100% RESPONSIBLY SOURCED

ZOEGA[®]

UPPLEV
smakfullare
**KAFFE PÅ
JOBDET**

Ekologisk Laktosfri Portionsmjölk

HÅLLBAR & PRAKTISK

Gjord på mjölk från södra Sverige
med de högsta kraven på djuromsorg.



Skånemejerier

**SKÅNEMEJERIER
EKOLOGISK
LAKTOSFRI
KAFFEMJÖLK**
100 x 16 ml



Chef's Serien

Chef's Blend & Chef's Espresso – när kockarna får välja

Chef's Serien är speciellt framtagen av Arvid Nordquist tillsammans med Svenska Kocklandslaget, för att du enkelt ska ta ut kaffet på menyn. Arvid Nordquists inköpsteam har valt ut de finaste arabicabönorna med stor omsorg och tillsammans med branschens bästa kockar har smakreceptet tagits fram. Bönorna har i sin tur rostats varsamt på vårt fossilfria rosteri i Järfälla.

Låt din verksamhet symbolisera hantverk i hela ledet
– från inköp till serverad slutprodukt och låt dina gäster njuta.

Oavsett om det är i koppen eller kaffe på menyn.



MELLANMÖRK
FRISK & BALANSERAD

Art.nr. 4129
1000 gram (6x1000 g)
Hela bönor

Art.nr. 4130
125 gram (48x125g)
Malningsgrad 3



ESPRESSO
GENERÖS & FRISK

Art.nr. 4134
1000 gram (6x1000 g)
Hela bönor



BRITA PURITY C1000 AC minskar PFAS i ditt vatten med över 99%*

med filtrering genom aktivt kol



*Testad av ett oberoende laboratorium enligt NSF/ANSI Standard 53

Nu lanseras

OBRIGADO!

– kaffe med mjuka värden



Café Bar lanserar nu sitt nya varumärke Obrigado – ett koncept som är så mycket mer än bara en ny kaffesort.

I november lanserades Café Bars nya varumärke Obrigado, ett kaffe som odlas i Brasilien enligt regenerativa jordbruksmetoder, där man arbetar för att återuppbygga och bevara jorden. Istället för bekämpningsmedel planteras till exempel eukalyptusträd som håller insekter borta, och särskilda grässorter hjälper till att dra upp vatten och skapa ett rikt insektsliv.

Det som gör Obrigado unikt är också den nära relationen mellan Café Bar och producenterna.

– Vi har kontakt hela vägen från odlare till kopp, och kan bokstavligen ringa den som plockar bönorna. På förpackningen finns bilder från resorna till plantagen – med de riktiga människorna bakom kaffet. Det ger en autenticitet som få andra varumärken kan erbjuda, förklarar Björn Segerberg, Customer Expe-

rience Manager, som själv varit i Brasilien och besökt odlingarna.

När det gäller rostningen samarbetar Café Bar med Johan Ekfeldt på Gringo Nordic Coffee Roasters i Göteborg, en välkänd profil inom svensk kaffekultur. Tillsammans har de tagit fram två sorter: en klassisk mellanrost och en kraftfull espresso. Smakprofilerna är noggrant balanserade för att passa Café Bars kunder, men det är helheten – inte bara smaken – som gör Obrigado speciellt.

– Smaken är naturligtvis viktig men i det här fallet handlar det om mycket mer med hela backstoryn kring kaffet, säger Björn.

För företag som väljer Obrigado innebär det inte bara ett gott kaffe, utan också ett konkret bidrag till hållbar utveckling. Intäkterna går

tillbaka till de lokala gårdarna och hjälper dem att utvecklas vidare.

– Obrigado betyder ”tack” på portugisiska, och det ordet rymmer hela filosofin bakom satsningen: tack till naturen, tack till bönderna och tack till alla som väljer ett kaffe som gör skillnad, säger Björn Segerberg.

Lanseringen har redan väckt stort intresse bland Café Bars kunder över hela landet.

– Vi har fått väldigt mycket positiva reaktioner, många som tycker det är jättespännande och något som har efterfrågats. Just helheten – med paketeringen och smakprofilen – tror jag kommer att bli jättebra och det ska bli väldigt spännande att följa hela Obrigado-resan ■

Magnus Thulin är teamledare för kaffecoacher och uppskattar alla möten med kunderna som arbetet innebär.

Personliga coacher med koll på kaffe

Service utöver det vanliga är en av grundstenarna för Café Bar, och man har nästan 80 personliga kaffecoacher som besöker kunderna regelbundet.

– Personlig kaffecoach är en uppskattad tjänst och jag tycker att det är en av Café Bars stora styrkor, säger Magnus Thulin, teamledare för kaffecoacher.

NÄR MAGNUS THULIN besöker en kund ser han till att kaffemaskinen är ren och fräsch, kollar packningar och fyller på förrådet med kaffe och andra produkter. Han kan också ge tips om olika kaffesorter att prova.

– På hösten kanske fler vill ha mörkrostat och sedan lite ljusare rostning på våren, man får vara lyhörd för vad kunden vill ha. Det vi säljer mest av är vårt eget kaffe med en rostning som heter Ampio, säger han.

Hur ofta kunderna får besök av sin kaffecoach varierar, från ungefär var femte vecka till flera gånger i veckan.

– Det vanligaste är att kunden själv gör en veckorengöring och fyller på maskinen och att vi kollar igenom den och levererar nytt kaffe när vi är där. Men en del kunder vill bara trycka på knappen och få sitt kaffe, och då kommer vi dit och gör allt annat, från att tömma sump till att fylla på kaffe

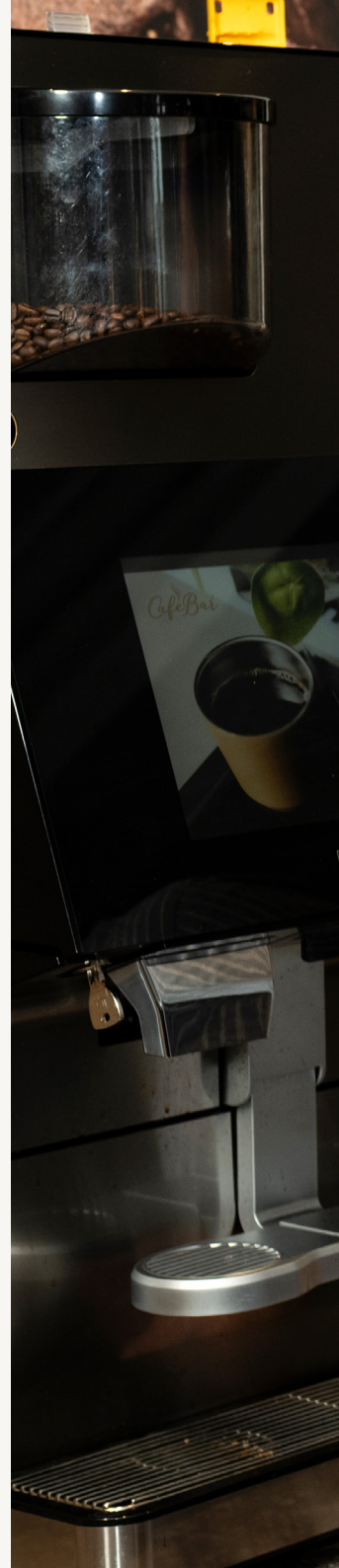
i maskinen.

Som kaffecoach blir man med tiden ofta ett känt – och välkommet – ansikte på arbetsplatserna.

– Det är ju alltid uppskattat att komma med nytt kaffe och det är jättekul att se så många olika ställen, från kontor till tung industri. Vi snittar på tio-elva besök per år på företagen och hos vissa kunder som man haft länge känner man sig nästan som en kollega. Att man träffar så många människor är den största tjusningen med jobbet, säger Magnus.

För att kunna ge kunden den bästa kaffeupplevelsen vidareutbildar sig Magnus och hans kollegor löpande.

– Det finns så mycket att lära, men samtidigt finns det inga rätt eller fel när det gäller att välja kaffe utan alla har olika smak ■







Riktig gott kaffe med en JURA kaffemaskin

- individanpassade lösningar
- varma och kalla kaffespecialiteter
- mångsidig, robust och pålitlig



jura.com

Perfekt kaffenjutning på arbetsplatsen med möjlighet till mobil/ digital betalning och administration.





Björn Segerberg, Customer
Experience manager på Café Bar.

Från pilot till succé – butikskaffe lyfter kundupplevelsen

En kopp kaffe kan vara det lilla extra som får kunderna att trivas och stanna lite längre. På Café Bar har konceptet butikskaffe gått från ett pilotprojekt till en självklar del av sortimentet.

Det började som ett test hos Dormy, Sveriges största butikskedja för golf.

– Vi placerade en kaffemaskin i butiken vid deras huvudkontor, samt i en av deras butiker i Stockholm, och erbjöd deras leverantörer att annonsera på den digitala skärmen, berättar Björn Segerberg på Café Bar.

Resultatet blev så lyckat att fler ville vara med. I dag finns Café Bars Dvini-maskiner – återanvända kaffemaskiner som renoveras och brandas om efter önskemål – inte bara hos Dormy utan bland annat även hos Hornbach och i en ICA-butik, där man samarbetat med Zoégas

för att låta kunderna testa två olika sorters kaffe ihop med en kampanj i butiken.

– För oss är det en väldigt spännande grej att se hur man kan jobba med det digitala och kommunicera med slutkonsumenten via kaffemaskinens skärm. På det sättet kan vi göra kaffemaskinen till något mer än en kaffemaskin, säger Björn.

Konceptet bygger på att kunderna kan ta en kopp kaffe samtidigt som de möts av reklam-budskap på maskinens skärm. För leverantörerna innebär det en ny arena att synas på, nära köptillfället och på ett sätt som känns naturligt.

– Alla inblandade är väldigt positiva. Annon-sörerna ser det som ett nytt och effektivt sätt att exponera sig. Kunderna gillar kombinationen – en god kopp kaffe och kanske en bra deal på skärmen, berättar Björn.

Reaktionerna från butikerna har också varit övervägande positiva. Kaffemaskinen blir en naturlig samlingspunkt – och ökar samtidigt butikens möjligheter till försäljning.

– Kaffet ger energi och gör att kunderna gärna stannar en stund till, och det ökar förstås chansen att de handlar något mer ■



Coffee Analytics – för en optimerad kaffeupplevelse

När Café Bar kopplar upp kan kunderna koppla av. Det världsunika analysverktyget Coffee Analytics ser till att kaffemaskinerna fungerar som de ska och att varje kopp är optimerad efter just ditt behov.

En uppkopplad kaffemaskin kan till exempel indikera när det behövs service, om något är fel samt visa statistik över förbrukning. Eftersom Café Bar erbjuder maskiner från flera olika leverantörer har man utvecklat sin världsunika tjänst Coffee Analytics. Verktöget sammanfogar information från alla maskiner, oavsett varumärke, och ger värdefulla kvalitetsinsikter.

Coffee Control är en del av Coffee Analytics där Café Bars kundservice och tekniker ser direkt om något inte är som det ska med en maskin och kan förebygga driftstopp eller fixa

problemet på en gång – något som både sparar allas tid och gör att kunden slipper vara utan den där goda koppen.

Tack vare att man får statistik över förbrukning kan man också se till att kunden får rätt produkter i rätt mängd och i rätt tid.

Idag är drygt 8000 av Café Bars maskiner uppkopplade mot Coffee Analytics, och siffran ökar stadigt.

– Coffee Analytics utvecklas hela tiden och vi har många idéer framåt. Ju mer data vi samlar in, desto bättre kommer vi dessutom att bli på

proaktiv service, säger Café Bars IT-chef Linus Berntsson.

Kunderna kan också få hjälp med insikter om hur mycket kaffe och andra drycker det dricks på arbetsplatsen och anpassa sortimentet efter det, och på så sätt minska svinn.

– Vi ska inte heller underskatta miljöaspekten i det här. Tack vare Coffee Analytics kan vi planera våra besök bättre och varje meter vi slipper köra våra bilar är en vinst för alla vad gäller både miljö och tid, säger Linus ■

Café Bars IT-chef Linus Berntsson har koll på maskinerna.



COOL TREND HÄR FÖR ATT STANNA

I Sverige fortsätter den "nya latten" att växa i popularitet. Under 2024 var faktiskt en tredjedel av alla beställningar på en del restauranger från det kalla sortimentet. Häng på trenden och erbjud Löfbergs ICE i varuautomaten! De finns i fem goda smaker och är en god energikick till frukost eller mellanmål on the go.



36%

... gillar kallt

Bland svenska kaffedrickare i åldern 18–34 år har fler än en tredjedel provat iskaffe senaste månaden. För alla åldrar ligger snittet på 15 procent, enligt Löfbergs kafferapport.

KAFFEROSTERIET
LÖFBERGS

ESPRESSO MED PREMIUM- KÄNSLA

Upptäck Löfbergs krämiga och smakrika espresso! Den är framtagen för att imponera på alla kaffeälskare och finns i fyra unika smaker, med nyanser från choklad och nougat till mörk kakao.



KAFFEROSTERIET
LÖFBERGS

Chef's Serien

Chef's Blend & Chef's Espresso – när kockarna får välja

Chef's Serien är speciellt framtagen av Arvid Nordquist tillsammans med Svenska Kocklandslaget, för att du enkelt ska ta ut kaffet på menyn. Arvid Nordquists inköpsteam har valt ut de finaste arabicabönorna med stor omsorg och tillsammans med branschens bästa kockar har smakreceptet tagits fram. Bönorna har i sin tur rostats varsamt på vårt fossilfria rosteri i Järfälla.

Låt din verksamhet symbolisera hantverk i hela ledet

– från inköp till serverad slutprodukt och låt dina gäster njuta.

Oavsett om det är i koppen eller kaffe på menyn.



**MELLANMÖRK
FRISK & BALANSERAD**

Art.nr. 4129
1000 gram (6x1000 g)
Hela bönor

Art.nr. 4130
125 gram (48x125g)
Malningsgrad 3



**ESPRESSO
GENERÖS & FRISK**

Art.nr. 4134
1000 gram (6x1000 g)
Hela bönor



Kaffeälskare!

Du vet väl att det går att få flera lösningar för kylt och kolsyrat vatten? Antingen via en snygg tappkran eller integrerat via kaffemaskinen.

escowa

escowa.se



Café Bar Premium

– en kopp kaffe för alla smaker

Oavsett om du föredrar en mörk, kraftfull kopp kaffe eller en ljusare, fruktig sort, finns det något för alla smaker hos Café Bar Premium.

CAFÉ BAR ERBJUDER TOLV olika kaffesorter i sitt sortiment och smakuppaletten sträcker sig från klassiska nötiga toner till lite fruktigare och även mörka och riviga.

När man beställer en kaffemaskin från Café Bar kan man vara med och välja ut sitt eget sortiment med de kaffesorter, och även andra produkter, som choklad eller chai latte, man önskar.

– Våra säljare hjälper till med att göra en behovsanalys när det är dags att byta ut eller välja en ny maskin, och håller gärna en kaffeprovning för att guida kunden till rätt smaker för just dem, förklarar Jasmine Borday, som är produktans-

varig för sortimentet.

Allt kaffe från Café Bar är certifierat eller producerat enligt regenerativa och socialt hållbara metoder. Till exempel deras nyaste tillskott Obrigado. Flera sorter är dessutom både ekologiska och Rainforest Alliance-märkta.

– Kaffe har över 800 smaknyanser, det är faktiskt minst lika komplext som vin. Smaken påverkas av flera faktorer; ursprung, klimat, hur bönorna fermenteras och – förstås – rostningen, säger Jasmine.

Kaffe kommer från många olika varieteter av bönor, med vanligast förekommande är Arabica och Robusta. Arabica ger ofta en lenare, lättare och mer komplex smak, medan Robusta bönorna ger, som namnet beskriver, en lite tyngre och "robust" smak. Men här spelar kvaliteten på bönorna även roll. Ju ljusare rostning, desto mer bevaras kaffets naturliga fruktighet – ju mörkare, desto mer besk och intensiv karaktär.

Nu lanserar Café Bar Premium dessutom ett nytt tillskott: il vero Espresso som bjuder på intensiva smaker med inslag av svartvinbär och kryddighet tack vare bönor från Kenya och Etiopien.

För den som vill utforska smakerna vidare finns Café Bars nya kaffevarumärke Obrigado, ett samarbete med familjen Croce som driver FAF Coffees i Mocooa Brasilien, tillsammans med svenska rosteriet Gringo i Göteborg, där hållbarhet och hantverk går hand i hand.

– Vår vision är att fler ska kunna dricka ett riktigt gott och hållbart producerat kaffe med hög kvalitet, som representerar Brasilien, även på arbetsplatsen. Med Obrigado säger vi tack till hantverket, människorna och naturen som ligger bakom denna kaffekopp, säger Jasmine.

Hur väljer ni era namn till era olika kaffesorter?

– Den röda tråden är att namnen är på italienska och beskriver karaktären för just den kaffesorten. På förpackningen skriver vi vad namnet betyder och hur man uttalar det ■



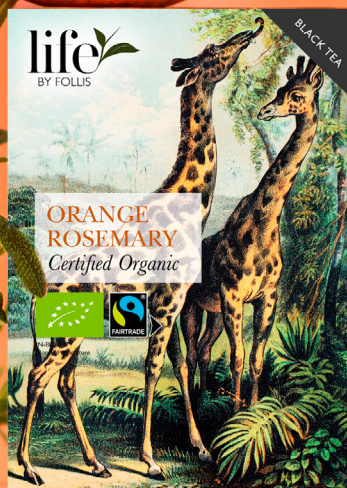
Jasmine Borday, produktansvarig för Café Bars sortiment.



SPÅRBARHET

FRÅN TEPLANTA TILL KOPP

Life by Follis är ett omsorgsfullt producerat te
av premiumkvalitet och noggrant utvalda råvaror.
Välkommen till lifebyfollis.com



SPÅRBARHET
FRÅN TEPLANTA
TILL KOPP



HOUSE OF PREMIUM TEAS
TEKOMANIET

ICONICK – sockerfria drycker för alla smaker

Efter många timmar i labbet har Niclas Luthman, grundare av Nick's, tagit fram ett helt nytt och unikt sortiment med både varma och kalla sockerfria drycker som komplement till Café Bars övriga sortiment.

Nick's, som gör sockerfri choklad, proteinbars och glass, har blivit ett självklart inslag på hyllorna i butiker världen över och finns idag i 20 länder. I samarbete med Café Bar har nu grundaren Niclas Luthman även tagit fram exklusiva sockerfria drycker under varumärket ICONICK, som kommer att ägas av Café Bar och Niclas tillsammans.

– De yngre generationerna vill ofta ha koffeinkicken, men gillar inte smaken av kaffe på samma sätt som tidigare generationer, utan föredrar ofta funktionella drycker och energidrycker, och vi ville nå fram till dem också, säger Niclas.

I ICONICKs sortiment finns sockerfri varm choklad och chailatte som kan serveras i alla Café Bars maskiner och där man tagit bort över 100 kalorier per kopp jämfört med traditionella sötade drycker.

Men man har också i samarbete med världens största kaffemaskinstillverkare, Evoca Wittenborg, tagit fram en helt ny, unik maskin som är anpassad för att servera specialdrycker. I ICONICKs sortiment för Café Bars kunder finns nämligen också tre kalla drycker – två

energidrycker, Orange Energy Boost och Sour Apple Energy Boost, en helt ny proteindryck, Salted Caramel Protein kick.

– Vi har tagit fram två varianter av energidryck, en med apelsinsmak som bland annat innehåller ämnet taurin och c-vitamin, och med en mindre mängd koffein så att den kan fungera som törstsläckare utan att det under en hel dag leder till för höga mängder. En med äppelsmak som innehåller koffein och taurin. Sedan har vi en proteindryck som är lite som en milkshake med smak av salt karamell fast med tio gram protein, säger Niclas.

Det har blivit mellan 200 och 250 olika testvarianter innan Niclas blivit helt nöjd med dryckerna.

– Jag vet att det alltid går att göra saker lite bättre. Jag har säkert druckit minst tre liter om dagen under tiden jag utvecklat dryckerna, och för en gångs skull är jag nästan 100 procent nöjd med sortimentet, säger Niclas.

Nyheten presenterades på den italienska jättemässan HostMilano i oktober. Om de nya dryckerna får ett bra mottagande finns planer på att lansera fler nya smaker och drycker framöver ■

ETT NYTT KONCEPT

I dag är många dryckesval på arbetsplatser, gym och servicestationer onödigt sockerstinna, kaloririka eller utan verklig funktion. Samtidigt har människors behov förändrats. Vi vill ha energi som håller, smaker som känns bra och innehåll vi kan lita på.

Dryckerna från ICONICK

- ✓ **Shameless Cocoa Desire** – varm choklad utan tillsatt socker och med 100 kalorier färre än i traditionell chokladdryck. Tre gram protein per kopp.
- ✓ **Mighty Chai With Matcha** – chai latte utan tillsatt socker med över 100 kalorier färre per kopp jämfört med traditionell chailatte. Två gram protein per kopp, och tillsatt grönt te-extrakt som tillför antioxidanter.
- ✓ **Protein Caramel Kick** – proteindryck utan tillsatt socker med smak av salt karamell och med tio gram protein i en mindre kopp (130 ml). Innehåller även lite koffein.
- ✓ **Orange Energy Boost** – energidryck med taurin och vitamin c och smak av apelsin. Utan tillsatt socker och med en mindre mängd koffein
- ✓ **Sour Apple Energy Boost** – energidryck utan tillsatt socker med smak av syrligt äpple. Innehåller taurin och koffein.

Läs mer på iconickdrinks.com



Kaffemaskinens intåg i Sverige

1980-talet:

Kaffemaskinen gör sitt intåg på svenska arbetsplatser. Enkla automater blir vanliga, där frystorkat kaffe blandas manuellt med hett vatten – ett första steg mot dagens mer avancerade lösningar.

1990-talet:

Kaffemaskinerna utvecklas snabbt. Kaffet får bättre smak och nya brygglösningar etableras, vilket driver hela kaffeupplevelsen på arbetsplatser ett stort steg framåt.

2000-talet:

Kaffekvarnar blir allt vanligare i maskinerna och fler företag går över till att brygga på hela bönor. Resultatet blir ett betydligt godare och mer aromrikt kaffe på arbetsplatserna.

2010-talet:

Certifieringar som Ekologiskt och Fairtrade blir allt viktigare för företag, och den digitala skärmen gör ett stort tekniskt kliv framåt. Kaffemaskinerna blir både mer hållbara och mer användarvänliga.

2020-talet:

Generation Z driver efterfrågan på nya typer av drycker. Café Bar utvecklar kaffemaskinen till en mångsidig dryckesstation som kan servera varma, kalla och till och med kolsyrade alternativ – och samtidigt fortsätta leverera en fantastiskt god kopp kaffe.

schaerer
swiss coffee competence

Ultimate indulgence.
*Unstoppable
with Best Foam™.*

Schaerer Soul-power for
mastering smaller missions.
With the Coffee Skye.

The Schaerer Coffee Skye is already a spectacular sidekick,
offering great variety and supreme taste. And now it gets even better:
Best Foam™ is coming. Enjoy velvety, barista-style milk
foam wherever delicious coffee is needed.



Discover more at
www.skye.schaerer.com

Schaerer Coffee Skye. We love it your way.

Alltid nära till er tjänst!

Vi vet av erfarenhet hur viktigt det är att finnas tillhands. För att kunna ge service, smaksäkra ert kaffe eller bara kunna diskutera er fikalösning. Därför har vi sett till att finnas tillgängliga i hela landet. [Läs mer på cafebar.se](https://cafebar.se)



Café Bar levererar en komplett kaffelösning till ditt företag. Vi sätter den ultimata upplevelsen och högsta kvaliteten på kaffe tillsammans med kundnöjdhet först av allt. Vi levererar endast de bästa lösningarna och det godaste kaffet till dig.

Smaker att upptäcka, stunder att avnjuta.

LIPTON
GREEN TEA Pure
BLACK TEA Lemon
BLACK TEA Strawberry
BLACK TEA Forest Fruits
BLACK TEA Blackcurrant

25g

PACS ON

Allt du behöver från en leverantör.
Emballage, förbrukningsmaterial och kunskap till dig som vill bli bättre.

pacson.se

ALLT MED ER LOGOTYP PÅ!

TRYCKSAKER, SKYLtar, ROLLUPS, FORDONSDKOR, GIVEAWAYS, PROFILKLÄDER OCH MYCKET MER!

Grännavägen 16 i Huskvarna 036-330 85 30 www.henrix.se **HENRIX**



Café Bar®