Tradition und Moderne vereint

Die Confiserie Bachmann geht völlig neue Wege in der Gastronomie. Von den bedienten Cafés hat man sich verabschiedet und im Pilatushof ein Novum gestartet. Das Resultat ist eine gelungene Kombination von Laden, Take-away, Selbstbedienung und stilvollen Sitzplätzen. Dabei ist die Preispolitik äusserst moderat.

Die Confiserie Bachmann ist ein Traditionsbetrieb und für beste Confiserie in Luzern bekannt. Doch das hält die zweite Generation nicht davon ab, ganz neue Wege im Verkauf zu beschreiten. Eine Kombination der Gegensätze ist das Resultat: Konditoren-Handwerk und Schnellverpflegung; Einzelhandel und Gastronomie. Mathias Bachmann, Mitinhaber der Familienaktiengesellschaft, ist der Initiator, und das erste Projekt seiner Art eröffnete im Mai in der Filiale Pilatushof in Luzern. Teilten sich das Eckgeschäft vormals ein bedientes Café und ein Back-Confiseur-Laden der Confiserie Bachmann AG, hat der Neumbau nun diese beiden Elemente harmonisch vereint. Als Ganzes präsentieren sich Bäcker-Theke und Café, ineinander übergehend und einander ergänzend dank kreisrunder und fliessender Gestaltung. Der Laden setzt sich im Gastronomiepart fort: Attraktiv präsentieren sich die Confiserie-Köstlichkeiten in wandhohen Regalen – der Gast kann sich hier selbst und unkompliziert bedienen. Feng Shui stand in der Gestaltungsweise Pate und das Yin-Yang-Zeichen ziert auch die neueste Bachmann-Praline «Opium».

Selbstbedienung am Vollautomaten

Doch Mathias Bachmann ist in erster Linie Geschäftsmann, seine Innovationen müssen sich rechnen. «Ein Umbau muss betriebswirtschaftlich rentieren.» Heisst: Kosten senken und Umsatz steigern. Bei Ersterem sind der Dreh- und Angelpunkt vor allem die Personalkosten. «Wir hatten drei bediente Cafés, aber alle hatten keinen Erfolg.» Nun hat Bachmann sich von den bedienten Systemen verabschiedet und im Pilatushof die Variante Selbstbedienung gewählt. Das Resultat ist fast revolutionär und sucht seinesgleichen: Der Kunde brüht sich – vergleichbar mit der Situation in der Handelsgastronomie oder im Personalrestaurant – den Kaffee am Vollautomaten in pastellig designten Schönwald-Tassen (ohne Untertasse) – gleich selbst auf. Der integrierte Foamer ermöglicht Milchkreationen wie Cappuccini. Kalte Getränke sind in einem gegenüber der bedienten Backwaren-Theke positionierten Stufenkühlregal (Kältering) zu finden, ebenso wie abgepackte Salate und Gerichte für den Heimkonsum (Home delivery), Joghurt oder hausgemachte Portionen-Glace.

Preise wie beim Grossverteiler

Auch die Preise sind von jenen der Handelsgastronomie nicht weit entfernt und um einiges tiefer als an öffentlichen Take-away-Ständen und weit entfernt von der Hochpreispolitik der jungen Coffeeshops sonst: Der halbe Liter

Per Take-away-Fenster wird der Kunde auch direkt auf der Strasse bedient (links unten). Am Vollautomaten ordert sich der Gast den Kaffee selbst (rechts unten).

Fotos: Gudrun Schlenczek

Mineral- oder Süssgetränk in der Pet-Flasche kostet Fr. 2.10 und die Tasse Café crème oder der Cappuccino Fr. 2.80. Den kalten Schokodrink kann man dem Kühlregal abgepackt sogar für Fr. 1.10 entnehmen. Für Mathias Bachmann rechnet sich das allemal, wenn er bedenke, dass der Schweizer Cafetier-Verband beim servierten Kaffee mit einem Personalkostenanteil von an die 60 Prozent rechnet.

«In fünf Minuten für 5 Franken ein Zmittag», wirbt Bachmann in der Medienmitteilung. Dank Sandwichpreisen von Fr. 2.60 an aufwärts und Salaten ab Fr. 3.90 sowie den erwähnten Getränkepreisen ist das realistisch. Dabei trumpft der Pilatushof in seinem neuen, frischen Outfit obendrein mit einer äusserst angenehmen Atmosphäre und ausschliesslich Sitzplätzen – im vorderen Bereich bequeme Barbestuhlung mit hohen Bistro-

Die hohe Bestuhlung im vorderen Teil des Selbstbedienungscafés verhindert eine zu lange Aufenthaltsdauer (oben links). Ein Novum des Back-Cafés ist das Kühlregal mit Pet-Flaschen, frischen Salaten und Fertiggerichten.

Betriebsleiter Mathias Bachmann mit der neuesten Bachmann-Kreation «Opium». Der Pralinenverkauf findet im Gastrobereich statt – Gastronomie und Einzelhandel werden zur Einheit.

Foto: zvg

Die Pralinen-Vitrine stellt die Handwerkskunst der Confiserie Bachmann bereits am Eingang ins beste Licht.

tischen sowie Sitzbank, im rückliegenden Teil des Outlets mit normaler tiefer Bestuhlung.

Junge und angenehme Ambiance

Das warme Gelb des Sitzlederns kombiniert mit dem Mahagoni-Braun der Tische und Stühle kann jedem gediegenen Café oder auch jeder modernen Cafébar die Stange halten und ist im Gegensatz zum Preisniveau vom Kantinen-Flair weit entfernt. Wer den Laden selbst gar nicht betreten will, kann sich einen Teil des Sortiments direkt am Take-away-Fenster auf der Strasse holen – den Kaffee gibt es hier natürlich zum Mitnehmen im Becher und zum gleichen Preis wie beim In-store-Konsum.

Die technische Lösung des immer offenen Ladenfensters ist ebenso innovativ: Damit in der kalten Jahreszeit die Aussenluft nicht ungehindert einströmt, erzeugt zum einen die Klimaanlage im Innenraum einen Überdruck, zum anderen bewirkt ein Gebläse über dem Fenster eine Warmluftfront und hält so die Aussenluft ab.

Weniger Personal, mehr Umsatz

Zurück zur Preispolitik: Nur beim Food will Bachmann mittelfristig 10 Prozent aufschlagen, wenn der Gast sich an den Tisch setzt. Aus einem guten Grund: Damit das Personal motiviert wird, den In-store-Konsum auf der Vectron-Kasse auch mit dem höheren Mehrwersteuersatz zu tippen. Denn bei Bachmann verdient das Verkaufspersonal leistungsbezogen, das heisst umsatzabhängig.

Die tiefe Preispolitik soll sich genauso rechnen, eingespart kann nämlich dank Selbstbedienung beim Personal werden. Standen in dem ehemaligen Café sechs bis sieben Mitarbeiter im Einsatz, sind es heute gerade noch zwei für die Einführung des neuen Systems bei der Kundschaft. Mittelfristig will Mathias Bachmann den Bestand auf nur eine Person für das Abräumen des Geschirrs im Gastro-Bereich reduzieren. Allerdings verkaufen heute an der Theke auch zwei Personen mehr, so dass die gesamte Einsparung sich zur Zeit auf zwei Stellen beläuft.

Die Neugestaltung brachte zudem bereits am zweiten Eröffnungstag einen Mehrumsatz von 1000 Franken, und Bachmann kalkuliert, dass trotz der Schliessung zweier bedienter Cafés der Umsatz des Familienunternehmens gehalten wird. Die Bachmann AG mit ihren fünf Verkaufsstellen und einer eigenen Produktionsstätte macht dabei 80 Prozent des Umsatzes in den eigenen Geschäften und rund 20 Prozent mit der Belieferung anderer Unternehmen. Ein Viertel des Umsatzes im Pilatushof soll wiederum mit der Gastronomie erzielt werden.

Verkauf der Handwerkskunst

Produziert wird grossenteils in der eigenen, zentralen Produktionsstätte: Ein Teil der Backwaren kommt tiefgekühlt in die Filialen und wird dort im Miwe aeromat (zentrale Steuerung/Kontrolle) aufgebacken. Sandwichs (3500 bis 4000 pro Tag) und Salate (rund 500 pro Tag) werden genauso zentral gefertigt und mit BAN-Code und dem Bachmann-Logo versehen. Das ermöglicht ein gutes Controlling und der Name Bachmann auf jedem Produkt verkauft die Handwerkskunst darüberhinaus glaubhaft.

Denn der Fokus allen Schaffens sind klar die eigenen Produkte sowie deren Verkauf. Im Pilatushof empfängt deshalb den Besucher direkt am Eingang eine überdimensionierte Pralinen-Vitrine (ausgezeichnet mit dem deutschen Innovationspreis des Bundes 200 – entwickelt von Ladenbau Schweitzer zusammen mit dem Architekten Marc Jöhl), welche die Kreationen wie Schmuckstücke präsentiert. Fast egal, wo sich der Gast im Outlet zum Konsum niederlässt oder in welches Regal er seinen Blick schweifen lässt – die Bachmann-Köstlichkeiten und der Name selbst sind omnipräsent und verführen den Gast aktiv.

Insbesondere die Pralinen sind aber nicht zuletzt auch für die Betriebsrechnung äusserst attraktiv: Während beim Brot der Warenaufwand bei 28 Prozent liegt, sind es bei den kleinen Naschereien nur 10 Prozent. Und wenn man beim Brot im Schnitt Fr. 4.20 pro Kilo berappt, sind es bei der Praline Fr. 7.90 pro 100 Gramm. Die eingesparten Franken beim unbedienten Konsum kann der Gast dann dafür eben für die selbst erzeugten Spezialitäten ausgeben.

Gudrun Schlenczek

Fact Sheet

Confiserie Bachmann AG
Werkhofstrasse 20, 6002 Luzern

umfasst 6 Betriebe	
Personalbestand	142
Kostenanteil am Umsatz:	
Personalkosten (inkl. Inhaber)	44%
Rohmaterialkosten	28%

Pilatushof
(Pilatusstrasse 17a, Luzern)

Mitarbeiterzahl	11
Zahl Sitzplätze	52
Jahresumsatz	2 Mio. Fr. (Budget)
Anteil Umsatz Gastronomie	zirka 25%
Kaffeemaschine	La Cimbali Dolcevita plus La Cimbali Freshmilk
Kaffee	Hochstrasser
Investitionskosten	1,1 Mio. Fr.
Ladenbau	Schweitzer Ladenbau AG, Altstätten; www.schweitzer.at
Architekt	Marc Jöhl, Luzern