

Der Zuckerbäcker der Luzerner

Confiserie Bachmann | Sie gehört zu den führenden Confi-serien der Schweiz, ja Europas. Die Gourmet-Manufaktur sorgt dafür, dass Luzern bei Backwaren und Süssigkeiten in der Champions League spielt

VICTOR BREU

Es kommt nicht häufig vor, dass Schweizer wegen einer kulinarischen Verlockung Bestnoten erhalten. Bei diesen Broten und Pralinen und Torten ist das anders. 18'000 Kunden belegen tagtäglich, wie sehr sowohl die klassischen Backwaren als auch die Kunstwerke aus Schokolade und Marzipan munden. Die Qualität der Produkte und der schiere Gaumengenuss verdecken manchmal fast, welch erfolgreiches Unternehmen die Confiserie Bachmann ist. 2010 wurde sie als europäische Bäckerei-Confiserie des Jahres ausgezeichnet, ein Ritterschlag, eine einmalige Ehrung angesichts der Tatsache, dass sich jeweils gegen 1000 Bäckereien bewerben. Wiederholt wird sie von Branchenkennern als einer der innovativsten Backbetriebe Europas ausgezeichnet. Würdigung ist auch, dass die europäische Fachpresse regelmässig über sie berichtet.

Mitarbeiterzahl verdreifacht

«Die Mitarbeiterzahl hat sich in den letzten 10 Jahren verdreifacht», erklärt Matthias Bachmann, der die Firma zusammen mit Bruder Raphael in vierter Generation führt, nicht ohne Stolz. Heute beschäftigt die Confiserie Bachmann 360 Personen. Sie gehört damit zu den grössten Betrieben ihrer Branche in der Schweiz und ebenso zu den bedeutenden Arbeitgebern in der Zentralschweiz. Mit 48 Lehrlingen und Praktikanten sorgt sie auch kräftig für Berufsnachwuchs in diesem traditionsreichen Gewerbe.

Es wäre aber falsch, allein die Beschäftigung als Erfolgswort dieses guten Arbeitgebers heranzuziehen. «Noch wichtiger ist, dass wir die Arbeitsplatz-Qualität in den letzten Jahren wesentlich erhöht haben», versichert Raphael Bachmann. Stattliche Investitionen sowohl in die Räumlichkeiten der Produktion und der Läden als auch in Geräte und Anlagen führten zu spürbar angenehmeren Arbeitsbedingungen. Durch den Einsatz modernster Kühl- und Backtechniken konnten zum Beispiel die Nacharbeit reduziert, ja ganz allgemein die Arbeitszeiten verbessert werden. Natürlich wird von den Mitarbeitenden



weiterhin viel Flexibilität erwartet, zumal in den hektischen Zeiten vor Ostern und Weihnachten. Aber die Kompensation von Überstunden ist in den letzten Jahren wesentlich verbessert worden.

Noch immer Handwerkskunst

«Wir haben Verbesserungen zugunsten der Mitarbeitenden umgesetzt, die in anderen Branchen vielleicht schon selbstverständlich, in unserem Gewerbe aber fortschrittlich sind», so Reto Tschümperlin, der Personalverantwortliche. Zum Beispiel jährliche Mitarbeitergespräche. Ausserdem hat die Confiserie Bachmann ein modernes, zeitgemässes Personalreglement eingeführt, das weit über dem Branchenstandard liegt. «Wir werden immer wieder angefragt, wie wir dieses oder jenes lösen. Es wollen auch viele Meistersöhne von Bäckern zu uns kommen, um uns über die Schulter zu schauen», lacht Matthias Bachmann, der Präsident des Verwaltungsrates, dem Administration und Verkauf unterstehen.

Vater Raymond Bachmann, der das Unternehmen von 1965 bis 2006 führte und weiterhin in Geschäftsleitung und Verwaltungsrat mitarbeitet, hat seine eigene Erfolgsrezeptur: «Man muss die Mitarbeiter begeistern, dass sie sich wohl

fühlen. Lob ist der beste Motivationsfaktor.» Dass ein familiäres, wertschätzendes Arbeitsklima herrscht, wird deutlich, wenn der Seniorchef durch die Produktion führt, wo er viele langjährige Mitarbeiter mit Namen begrüsst und mit allen ein paar Worte oder ein Lächeln tauscht.

Die Arbeit ist abwechslungsreich. Nicht nur des breiten Sortiments in Bäckerei und Konditorei wegen. Sondern weil die Confiserie Bachmann trotz der stark erhöhten Mengen weiterhin keineswegs fabrikmässig produziert. Im Gegenteil, in dieser – zugegeben: sehr grossen – Backstube ist trotz moderner Technik alles Handwerk, und das Detail wird im Besonderen gepflegt. Jede Truffe wird einzeln geformt, jedes Macaron von Hand gefüllt! «Wir verwenden keine Fertigmischungen. Hier wird von ersten bis zum letzten Handgriff alles hausgemacht. Wir wollen den Kunden frische Produkte anbieten, die zu 90% im eigenen Betrieb hergestellt werden, deren Haltbarkeit jedoch beschränkt ist», erklärt Raphael Bachmann, der für Logistik und Produktion zuständig ist.

Das handwerkliche Können der Mitarbeiter ist stets aufs Neue gefordert, weil in der Gourmet-Manufaktur neben

traditionellen Spezialitäten auch immer wieder neue Produkte entwickelt werden. Abwechslung macht das Leben süss, Bachmann hat schon immer den Anspruch gehabt, die Kunden mit kreativer Vielfalt und Einfallsreichtum zu überraschen. «Neue Produkte kann es nirgendwo bessere geben, das wissen unsere Kunden», erklärt Seniorchef Raymond Bachmann mit einem Lächeln. Die ersten Laugenbrötchen in Luzern? Sie kamen natürlich von Bachmann. Auch das Eingehen auf individuelle Kundenwünsche fällt unter diese Kategorie: Die Confiserie Bachmann fertigt 600 Hochzeitstorten im Jahr, jede einzelne à la carte zusammengesetzt vom Brautpaar.

Weiterbildung, Reputation

Die Confiserie Bachmann sieht es gerne, wenn das Personal sich weiterbildet. Zumal der Anteil an ungelerten Arbeitskräften relativ hoch ist, hat doch nur rund ein Drittel eine Berufslehre absolviert. 80% der Belegschaft sind Frauen, die in der Produktion, vor allem aber an der Verkaufstheke arbeiten. «Etwa jeder fünfte Mitarbeitende ist im Moment in Weiterbildung, sei es in Fach- oder Führungskursen. Wir unterstützen das grosszügig, übernehmen auch die gesamten Ausbildungskosten», so Matthias Bach-

mann. Qualifizierung hilft auch Qualität sichern: Im Herbst eröffnet die Confiserie Bachmann die erste Filiale in Zürich (Sihlcity), bereits seit Monaten aber werden die künftigen Verkäuferinnen in Luzern geschult. Bei Bachmann gearbeitet zu haben, ist beste Referenz. «Viele Bäcker, Konditoren, Confiseurs, die bei uns gearbeitet haben, machen später eine schöne Karriere, manche mit einem eigenen Geschäft», so Matthias Bachmann – und freut sich, dass Bachmann auch diesbezüglich ein guter Name ist.

Confiserie Bachmann

- Die Confiserie Bachmann stellt in ihrer Backstube in Luzern täglich frisch über 100 verschiedene Brot- und Backwaren her, über 100 Pâtisserie- und Confiereartikel, 50 Sorten Pralines sowie 50 Spezialitäten aus Schokolade und Marzipan. Das enorm breite Sortiment wird abgerundet durch ein Gastronomie-

Bachmann

Angebot: Sandwichs, Salate, Pizzas, Pastas, Hot-Paninis und hausgemachte Glace.

- Verkauft werden die Confiere-Erzeugnisse in 14 Fachgeschäften in Luzern, Kriens, Emmen, Stans und Zug, an 5 Orten mit angeschlossener Gastronomie-Betrieb (Café). Ausserdem sind über 2000 Artikel im Online-Shop erhältlich. Im Herbst erfolgt die Expansion nach Zürich (Sihlcity).
- Bei Bachmann arbeiten 360 Mitarbeitende, davon 48 Auszubildende. 80% der Beschäftigten sind Frauen.
- Das Bäcker- und Konditorenherz der Bachmann schlägt seit über 100 Jahren. Anton Bachmann übernahm 1897 eine Bäckerei in Sursee. Der Grossteil der Firmengeschichte spielte sich auf dem Wesemlin in der Stadt Luzern ab. 1980 zog der damalige „Wesemlin-Beck“ Raymond Bachmann an den heutigen Geschäftssitz in Luzern. Seit 2006 führt die vierte Generation das Geschäft: die Brüder Matthias Bachmann (zuständig für Administration und Verkauf), und Raphael Bachmann (Logistik und Produktion).
- Die Confiserie Bachmann AG befindet sich zu 100% in Familienbesitz.

«Da ist der Berufsstolz wichtiger»

Herr Bachmann, leidet auch die Confiserie Bachmann unter einem Fachkräftemangel?

MB: Nein. Wir finden unser Personal relativ leicht, haben sogar viele Blindbewerbungen. Selbst bei den Lehrlingen haben wir absolut keine Probleme, die Stellen zu besetzen. Generell hat es der Beruf des Bäcker-Konditor-Confiseurs aufgrund der Nacharbeit und des Lohnniveaus ja eher schwer. Da ist Berufsstolz, Spass an der Arbeit, Freude am Produkt wichtiger als die materielle Entschädigung. Wir spüren nichts von einem Fachkräftemangel, weil wir vielleicht eben diese immateriellen Befriedigungen bieten. Vielleicht auch, weil wir einen guten Namen haben, den wir uns erarbeitet haben. Bei uns zu arbeiten, ist eine gute Referenz. Und wir können gute Arbeitsbedingungen bieten, da haben wir als Mittelständler bessere Möglichkeiten als ein Kleingewerbe.

Ihr Unternehmen ist stark gewachsen in den letzten Jahren. Geht das weiter?

MB: Wachstum war nie ein Ziel. Es hat sich zumeist einfach so ergeben. Wir haben aber auch viele Anfragen

zur Expansion, ob wir in dieser Gemeinde oder jener Stadt eine Filiale eröffnen oder eine Bäckerei übernehmen wollten, abgelehnt. Unsere Devise ist, lieber Platzhirsch in der Zentralschweiz sein als ein Nobody schweizweit, schliesslich verkaufen wir lokale Spezialitäten. Da gehen wir keine Kompromisse ein. Durch die Ausdehnung des Bekanntheitsgrades haben wir uns über die Jahre geografisch ein bisschen weiter getraut, ab diesem Sommer dann bis nach Zürich. Nein, wir hatten nie eine nationale oder gar internationale Wachstumsstrategie. Im Gegenteil, ich möchte die Mentalität, die Bedürfnisse meiner Kunden kennen. Ausserdem produzieren wir täglich frisch, die Haltbarkeit unserer Produkte ist beschränkt. Da ist es eine besondere Qualität, wenn wir heute alle 14 Fachgeschäfte 2 Stunden besuchen können.

Die Confiserie Bachmann hat eine Stiftung eingerichtet. Wozu?

MB: Wir hatten das Bedürfnis, einen Teil der Einnahmen wieder dorthin zurückfliessen zu lassen, wo der Ursprung unserer Schokoladeprodukte ist. Wir



Matthias Bachmann, Leiter Administration/Verkauf.

verkaufen jährlich über 60 Tonnen Schokolade. Es ist uns wichtig, dass der Kakao aus fairem Anbau ohne Kinderarbeit und aus fairem Handel kommt. Deshalb haben wir 2011 die Stiftung gegründet. 10% des Verkaufserlöses unserer neusten Spezialität, der «Schutzengeli»-Truffes, geht in diese Stiftung, mindestens 20'000 Fr. im Jahr. Damit bauten wir eine Schule in Ghana und unterstützen generell weitere Projekte, wo Kinder in Not sind.

Sie laufen Marathon, backen Sie deshalb besonders gesunde Brote?

MB: So ganz abwägend ist der Zusammenhang nicht. Tatsächlich haben wir den Anspruch, das gesündeste Brot der Region zu backen. Wir backen Mehrwert-Brote, mit probiotischem Naturvorteig, vollwertigem Meersalz, vitalisiertem Wasser, Teigzutaten aus natürlichen Rohstoffen, mit selbstgekeimten Keimlingen. Und wir backen nach Slow-Baking-Methode. Wir haben ein besonders gesundes Eiweiss-Abendbrot, mit sehr viel Eiweiss und sehr wenig Kohlehydraten. Und, ja, wir haben ein Marathon-Brot – das wir jeweils in den drei Monaten vor dem Lucerne Marathon verkaufen.

Und ihre Läden sind nach Feng-Shui-Regeln gestaltet...

MB: Wir haben bei Raumgestaltung, Farben, Bodenbelägen, Licht, Mobiliar sorgfältig nach Feng-Shui ausgewählt und gestaltet. Runde Formen, verschiedene Elemente und natürliche Materialien dominieren das Erscheinungsbild. Das soll ein positives, entspannendes Energiefeld schaffen für unsere Kunden. Aber auch die Verkäuferinnen sollen sich wohl fühlen. (Interview: vb.)