

Verführung auf Schritt und Tritt

Backkunst Ein Blick hinter die Kulissen des grössten Bäckerei- und Confiseriebetriebs der Zentralschweiz verschaffte verblüffende Einblicke in Handwerk und Firmengeschichte der Familie Bachmann.

Antonio Russo

Die rosaroten Schutzhauben passen weder farblich noch von der Form her zu Anzug und Deux-Pièces. Aber wer als Gast die Hygieneschleuse zu den Produktionsräumen der Confiserie Bachmann passieren will, muss nicht nur seine Hände desinfizieren, sondern vorübergehend auch einen unfreiwillig komischen Look in Kauf nehmen. Die knapp hundert Gäste der Veranstaltung «Gesichtspunkte» (siehe Box) nehmen es mit Humor und setzen den ungewohnten Kopfputz ohne zu murren auf.

Nun geht es in Gruppen auf einen Rundgang durch die Zentrale im Luzerner Tribtschen, wo auf einer Fläche von 10 000 Quadratmetern auf mehreren Etagen Tag für Tag das «rosarote Wunder» vollbracht wird: die Herstellung von Broten, Salaten, Sandwiches und Suppen sowie Pralinen, Torten und Glacen für die insgesamt 19 Fachgeschäfte von «Bachme», wie die Bäckerei von Kundinnen und Kunden jeden Alters genannt wird.

Über 480 Mitarbeitende zählt das Familienunternehmen, das von den Brüdern Matthias und Raphael Bachmann heute in der vierten Generation und im 120. Jahr seines Bestehens geführt wird.

Abends ist es in den blitzblanken Werkstätten ruhig, denn erst um 5 Uhr in der Früh legt der Betrieb mit der Tagesproduktion los, dafür umso intensiver: Bis zu fünfmal täglich liefert die Zentrale frische Ware in die Fachgeschäfte, die per Knopfdruck Brot, Vermicelles oder Salate bestellen können, falls es in den Auslagen früher als erwartet leer zu werden droht.

Frische und Natürlichkeit

Das Gebot der Frische, so lernt unsere Gruppe in der Brotabteilung, ist das eine – das andere sind die natürlichen Zutaten. «Wir verwenden keinerlei Säuerungsmittel in unseren Broten», erklärt Produktionsleiter Carsten Rindom vor dem Tisch, auf dem alle «Bachme»-Brote aufgeschnitten vorliegen. Jeden Tag gibt es eine Brotkritik, bei der Geschmack und Konsistenz überprüft und wo nötig verbessert



Nicht nur zuhören – die Gäste dürfen zum Glück auch probieren, während Matthias Bachmann über den Stellenwert der Handarbeit in der Produktion spricht.

Bilder: Alfons Gut

werden. Dass auch der Sauerteig, die Basis bei fast allen Bachmann-Broten, vor Ort hergestellt oder die Haselnüsse für die Nussgipfelfüllung selber geröstet werden, überrascht nicht weiter. Was allerdings die meisten der Gäste verblüfft, wird am Ende des Abends beim Apéro immer wieder zu hören sein: «Ich hätte nicht gedacht, dass bei Bachmanns noch so viel von Hand gemacht wird.»

Handarbeit hat in der rosaroten Confiserie tatsächlich einen hohen Stellenwert. An der nächsten Station wird uns das am Beispiel der Tortenproduktion (ein Bestsellerbereich übrigens) vorgeführt. Hier formt, rollt und knetet Juliane Bachmann, die Ehefrau von Raphael Bachmann, einen kleinen Zoo aus Marzipantierchen, die auf eine blaue Torte zu sitzen kommen. Selbstverständlich sei auch Maschinen-

technik bei der Arbeit nicht wegzudenken, so Matthias Bachmann. «Doch solange es keine Maschine gibt, die etwas besser kann als die Menschenhand, schaffen wir keine an.»

Besser, aber vor allem exakter als von Hand, lassen sich die bekannten «Chatzestrecklerli» von Bachmann mit Hilfe einer Maschine schneiden: Das verführerische Florentinergebäck mit Honig und Mandeln gibt es auch mit wellenförmigen Kanten – so einen präzisen Schnitt schafft nur der Wasserschneider.

Wenn Schokolade Hilfe leistet

Je weiter die Besuchergruppe vorankommt, desto mehr fällt es den Einzelnen schwer, den Verführungen, die auf Schritt und Tritt geboten werden, zu widerstehen. Wir sind bei einem Herzprodukt der Confiserie ange-

langt: dem Schutzengeli, einem Truffe, das auf einem goldfarbenen Flügelpaar ruht. Raphael Bachmann erklärt uns, warum es der Familie so viel bedeutet. «Vom Verkaufserlös unserer Schutzengeli spenden wir jährlich mindestens 20 000 Franken an die von uns gegründete Bachmann-Stiftung», sagt er. Diese unterstützt seit 2011 nicht nur eine Schule auf einer Kakaopflanzung in Ghana, sondern verschiedene weitere Projekte und Institutionen für gesellschaftlich Benachteiligte Menschen.

Schliesslich zeigt uns Eugenie Nicoud, was Bachmann im Netz so alles treibt. Die Social-Media- und Online-Spezialistin verblüfft die Runde ein weiteres Mal. «Vor Ostern ist im Web besonders viel los», schmunzelt sie. «Die neuesten Kreationen von Osterhasen und Schoggienten werden sogar von prominenten Usern, wie etwa

dem Sänger Kunz, gepostet und kommentiert.» Besonders gehypt worden seien auf Facebook und Instagram etwa die Bunny Minions oder die Ente Donald als Trumphäsi, «Chocolate first».

Der Schritt in die grosse Stadt

Wer die Firmengeschichte der Bachmanns liest, erkennt ein immer wieder auftauchendes Thema: der Ehrgeiz, ständig etwas Neues auszuprobieren, neue Wege zu gehen. Dazu passt die «gar nicht so gesuchte» Expansion nach Zürich, wie Matthias Bachmann nach dem Rundgang im Gespräch erklärt. Im nächsten Herbst kommt nebst dem 2013 eröffneten Fachgeschäft in Sihlcity ein weiteres dazu, an prominentester Lage diesmal: «Dass man uns das Lokal an der Zürcher Bahnhofstrasse angeboten hat, ist eine Ehre, aber auch eine gros-

se Herausforderung für uns», so die beiden Brüder. Man ahnt: Es wird unter den Bäckermützen schon an Ideen gesponnen, um auch die verwöhnte Zürcher Klientel mit Spitzenprodukten und einem Top-Service bei Laune zu halten.

Gesichtspunkte

Mit der Veranstaltungsreihe «Gesichtspunkte» bietet die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC eine lokal verankerte Netzwerkplattform. Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft, Partner und Kunden des jeweiligen Gastgebers sowie der Veranstaltungspartner erhalten direkte Einblicke in die unterschiedlichsten Tätigkeitsfelder der KMU aus der Region.

Bio-Familia AG

«Die Top-Produkte in Premium-Qualität und ein familiäres Umfeld sind die Erfolgsgeheimnisse der Confiserie Bachmann. Als Konsument spürt man, dass hier ein Team mit grosser Begeisterung und Innovationskraft tagtäglich am Werk ist. Das beeindruckende Wachstum und der sympathische Auftritt sprechen für sich.»



Peter Odermatt,
Geschäftsführer
Bio-Familia AG

PwC

«Die süssen Leckereien von Bachmann verbinde ich mit vielen schönen Momenten. Matthias und Raphael Bachmann erfinden ihre Produkte ständig neu und beleben so die Branche in einzigartiger Weise. Das Unternehmen versteht es, sich stetig weiterzuentwickeln und trotzdem bodenständig und bewährt gut zu bleiben.»



Norbert Kühnis,
Leiter Geschäftsstelle
PwC Luzern

Schurter Holding AG

«Die Produktionsstätten von Bachmann befinden sich in unmittelbarer Nähe zu unserem eigenen Firmendomizil. Jeden Tag spazieren Dutzende von Personen mit rosa Papiertaschen entlang unserer Gebäude. Bachmann bürgt für bäckerische Frische und steht für ein erfolgreiches und modernes Familienunternehmen.»



Hansrudolf
Schurter,
Verwaltungsratspräsident

Luzerner Zeitung AG

«Rosarotes Marketing nennt die Familie Bachmann ihr Erfolgsrezept und zeigt damit, dass sie mit innovativen, handwerklich gefertigten Produkten erfolgreich expandieren kann – und das in einem stark unter Druck stehenden Markt. Dies gelingt dem Unternehmen auch, weil es sich immer wieder neu auf die Kundenbedürfnisse ausrichtet.»



Jürg Weber,
Leiter NZZ-Regionalmedien

