

Food & Near-Food

Die Zeitschrift
für den Schweizer
Lebensmittel-Detailhandel

Take-away – die kurze Schlange vor dem Geschäft

Der Detailhandel hat viele Facetten. Eine davon sind die Take-aways, der fließende Übergang vom Detailhandel in die Gastronomie. Take-aways werden in der Schweiz immer professioneller betrieben. Eines davon wurde kürzlich in der RailCity im Bahnhof Luzern neu eröffnet. Die Lage mit hohen Besucherfrequenzen stellt hohe Anforderungen an das Konzept und an den Betreiber. Das Interview zeigt, dass Amateure in diesem Geschäft kaum noch konkurrenzfähig sind. Matthias Bachmann spricht über seine Konzepte und seine Erfahrungen.

F&NF: Herr Bachmann, Sie führen zusammen mit Ihrem Bruder den Familienbetrieb Confiseur Bachmann AG in Luzern. In dieser Funktion haben Sie Erfahrungen mit Bäckereien, Cafés und nun bereits auch erste Erfahrungen mit diesem Take-away im Bahnhof Luzern gesammelt. Was ist das Wichtigste an einem Take-away?

Matthias Bachmann: Das lässt sich gar nicht so einfach sagen. Es gibt natürlich ganz verschiedene Ansätze, um ein Take-away zu betreiben. Je nachdem, wo das Unternehmen seine Kompetenzen hat. Für uns kam jedoch nur ein Standort mit sehr hohen Frequenzen wie dieser Standort im Bahnhof Luzern in Frage.

F&NF: Nun gibt es solche Standorte nicht im Überfluss. Wie kamen Sie dazu? Durch gute Beziehungen?

Matthias Bachmann: Nein, nein, der Vermieter führt eine harte Auswahl durch und macht keine Geschenke. Es hatten sich einige qualifizierte Interessenten um diesen Standort bemüht. Aber es ist klar, dass der Vermieter sich für den besten Ertrag – über eine Umsatzmiete –, aber mit dem kleinsten Risiko entscheidet. Wir gehen davon aus, dass wir den Zuschlag bekamen, weil wir plausibel machen konnten, dass wir die hohen budgetierten Umsätze auch erreichen würden.

F&NF: Wo liegt denn nun das Geheimnis?

Matthias Bachmann: Das sind keine Geheimnisse: Sie brauchen so viele zufriedene Kunden, dass es immer zu einer kurzen Schlange vor dem Geschäft reicht. Die muss sein, dann reißt der Kundenstrom nicht ab. Sie darf aber nicht zu lang werden, sonst laufen die Kunden davon, bevor sie kaufen.

F&NF: Nun haben Sie ja den ganzen Tag offen, da ist es schwierig, immer Kunden vor dem Geschäft zu haben. Wie lösen Sie dieses Problem?

Matthias Bachmann: Sie müssen zuerst die Voraussetzungen schaffen, damit die Kunden jederzeit Top-Qualität erhalten. Und auch das entsprechende Sortiment für jede Tageszeit. Das ist vermutlich die grösste Herausforderung bei einem Take-away. Denn dies zu konzipieren und umzusetzen, das kostet Geld, sehr viel Geld. Und auch eine Anlaufzeit, in der die Umsätze allenfalls nur mittelprächtig sind. Hohe Umsätze erreicht man nur, wenn man auch neben den Spitzenzeiten gut verkaufen kann.

F&NF: Nun haben Sie ja tatsächlich gute Voraussetzungen für dieses Geschäft. Sie betreiben in der Stadt einen zentralen Produktionsbetrieb und hier nebendran ein sehr schönes Bäckerei-Konditorei-Ladengeschäft, bei dem man vor dem Sandwichsalter tatsächlich die kurzen Schlangen betrachten kann. Hilft Ihnen das beim Take-away?



Matthias Bachmann, Leiter Marketing und Verkauf, Confiseur Bachmann AG, Luzern

Matthias Bachmann: Vom Verständnis her schon. Aber wir grenzen uns bewusst mit einem klaren Konzept von der klassischen Bäckerei ab. «Pizza Pasta Panini» ist ein Konzept, das «Italianita» leben will. Wir produzieren deshalb – abgesehen von den Gipfeli zum Kaffee – alles auf diesen knappen 33 m² vor Ort. Die Pizzen, Pasti, Panini müssen authentisch sein, und auch der Kaffee. Wir verwenden hier einen speziellen Kaffee, den wir in keinem anderen Betrieb einsetzen.

F&NF: Das ist natürlich ein stolzer Anspruch, wenn man bedenkt, was einem an Take-aways etwa unter dem Namen Pizza zugemutet wird.

Matthias Bachmann: Genau das ist der Punkt, den ich angesprochen habe. Ich habe im Vorfeld dieses Projektes eine Vielzahl von Pizzen degustiert, die mit unterschiedlichen Technologien und Halbfabrikaten produziert wurden. Die allermeisten haben mich nicht befriedigt. Daher backen wir alles hier vor Ort, auch die Pizzaböden. Wir benötigen optimale Halbfabrikate, Anla-



gen und Arbeitsabläufe, damit wir sowohl in den Spitzenzeiten als auch zu den Randzeiten immer heisse, konstant gute Qualität anbieten können. Das gilt besonders auch für die Pasta und die Pommes frites, bei den Hot-Paninis ist die Technologie problemloser.

F&NF: Sie haben, auf diesen 33 m², wie Sie sagen, den Betrag eines kleinen Einfamilienhauses investiert. Es sind alles Spezialanfertigungen, welche den Raum optimal nützen müssen. Dann werden Sie auch stolze Preise machen müssen. Schon gar, wenn der Vermieter noch mitverdient.

Matthias Bachmann: Wir haben in allen unseren Betrieben für gleiche Produkte gleiche Preise. Unabhängig vom Standort. Die Frage des Preisniveaus stellt sich natürlich. Ich gehe auch davon aus, dass an einem solchen Standort allenfalls noch höhere Preise drinliegen würden.

Nur, es nicht unsere Politik. Wir verstehen uns als Unternehmer und Produzenten von Nahrungs- und Genussmitteln. Wir investieren langfristig und in die beste Technologie. Das zahlt sich langfristig aus. Aber noch

ein weiteres Beispiel: die Pasta. Wir verwenden die allerbesten Barilla TK-Halbfabrikate, die wir im Steamer sehr schnell konsumfertig machen können. Damit sind sie besser als in vielen Top-Restaurants. Und auch in Bezug auf die Hygiene und die Lebensmittelsicherheit können wir jederzeit die höchsten Standards halten.

Investitionen in die Technologie halten unsere variablen Kosten tief. Damit müssen wir keine Konkurrenz fürchten. Denn gerade an solchen Hochfrequenzlagen honorieren die Kunden gute Qualität zu akzeptablen Preisen. Wir sind immer gut gefahren, wenn wir die Preise nicht voll ausgereizt haben.

F&NF: Ein wichtiger Faktor ist das Personal. Wo liegen hier die Schwerpunkte?

Matthias Bachmann: Wir betreiben das Take-away mit drei bis sechs Personen. Mindestens eine Person ist immer in der Produktion. Entweder an der Front oder bei der Produktion der internen Halbfabrikate. Die anderen sind im Verkauf und an der Kasse oder auf Abruf bereit. Die Administration wird zentral erledigt. Wenn Personal

kurzfristig ausfällt, können wir die Lücke kurzfristig über andere Betriebe schliessen.

F&NF: Der Ausserhauskonsum boomt. Aber viele Gastronomiebetriebe kämpfen mit den Erträgen. Die Confiserie Bachmann betreibt auch verschiedene Cafés in der Stadt Luzern. Spüren Sie das auch?

Matthias Bachmann: Wir haben unsere Betriebe in den letzten Jahren reorganisiert. Und die Erkenntnisse daraus sind auch in dieses Take-away eingeflossen. Wir betreiben kein einziges Café mehr, das auf die Bedienung am Tisch ausgerichtet ist und dessen Erträge hauptsächlich aus dem Kaffee oder anderen Getränken fließen müssen.

Alle Cafés sind prinzipiell Konditoreien, die in Abhängigkeit vom Platz eine unterschiedliche Anzahl Tische enthalten. Die Bestellung und Bezahlung wird über die Theke organisiert. Damit sparen wir natürlich Personal und können beste Qualität zu marktconformen Preisen anbieten. Ω

Interview: Peter Laternser