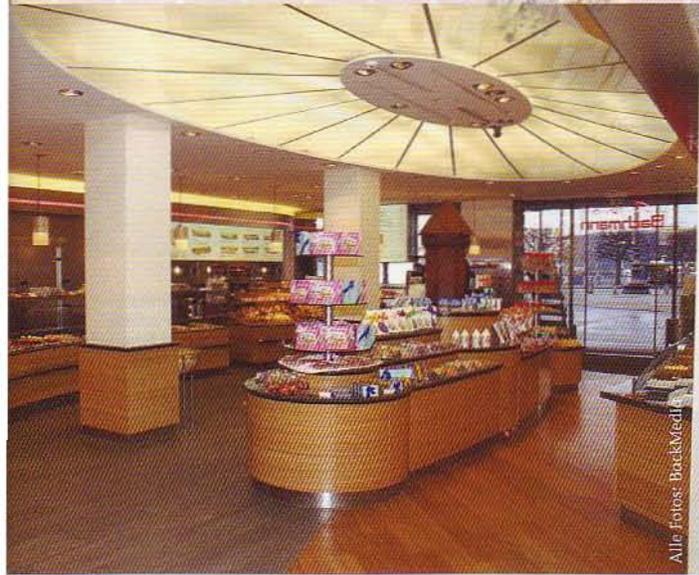




Der Schwanenplatz in Luzern hat durch die attraktive Filiale der Confiserie Bachmann an Attraktivität gewonnen. Das Konzept und die geforderten technischen Lösungen stellten hohe Anforderungen an Schweizer Ladenbau.



Alle Fotos: BackMedia



Die Lehren des Feng-Shui wurden bei der Planung berücksichtigt. Entsprechend tauchen viele Rundungen in der Einrichtung auf. Der ovale Lichthimmel setzt die Mittelinsel gekonnt in Szene.

# IM SCHOGGI LAND

Die Confiserie Bachmann aus Luzern am Vierwaldstättersee ist weit über die Grenzen der Schweiz hinaus bekannt. Innovationen aus Schokolade oder gebacken sind oft zum Gesprächsstoff bei Kunden aber auch in der Branche geworden. Seit vielen Jahren überrascht das Unternehmen, kreativ geführt von den Brüdern Matthias und Raphael Bachmann, nicht nur mit immer wieder neuen Produkten aus Bäckerei, Konditorei, Confiserie, sondern auch mit einzigartigen Konzepten für ihre Standorte. So ist die Filiale im Luzerner Bahnhof Railcity sicher eine der umsatzstärksten, die es aktuell in Europa gibt. Seit Dezember 2004 betreibt die Familien-AG in der vierten Generation als achte Verkaufsstelle in Luzern und Umgebung das Geschäft am Schwabenplatz, eine Top-Lage nahe der Uferpromenade am See, dem Bahnhof und der Innenstadt. „Diese Lage hatten wir bereits seit langem im Auge und haben entsprechend darauf hin gearbeitet. Jeder, ob er Luzern besucht oder hier wohnt, kommt dort vorbei und so

ist der Platz immer sehr stark frequentiert.“ Nach reiflichen Überlegungen und intensiven Verhandlungen entschloss sich die Familie, dieses außergewöhnliche Projekt zu realisieren. Doch mit der Unterzeichnung des Mietvertrags für das Ladenlokal, in dem früher ein Bekleidungsgeschäft ansässig war, war es nicht getan. Ein Konzept musste her und zwar eines, das genügend Umsätze verspricht. „Unsere Kernkompetenz liegt in der Confiserie wie auch in der Bäckerei, und das wollen wir unseren Gästen und Kunden täglich demonstrieren. Confiseur und Bäcker sind zwar auch heute noch immer zwei verschiedene Berufe, aber in der Schweiz definieren über 90 Prozent der Betriebe in unserer Branche ihre Kompetenzen klar im Schoggi- oder Brotbereich“, weiß Matthias Bachmann. Die Darstellung der verschiedenen Kompetenzen der Confiserie Bachmann war die Herausforderung für den Ladenbauer. „Wir sind sicher für jeden Ladenbauer eine echte Herausforderung, weil wir immer wieder neue Ideen haben, sei es in der Ladengestaltung, der Materialwahl oder

nur darum, weil wir den Gedanken des Feng-Shui verwirklicht haben wollen.“ Die Suche nach dem Ladenbaupartner war daher nicht leicht, denn um solche Ideen verwirklichen zu können sind viele neue Entwicklungen notwendig, die dann in kürzester Zeit realisiert werden müssen. Architekt Marc Jöhl, sowie der Projektmanager Thomas



## DAS SAGEN MATTHIAS UND RAPHAELBACHMANN:

„Wir sind sicher für jeden Ladenbauer eine echte Herausforderung, weil wir immer wieder neue Ideen haben, sei es in der Ladengestaltung, der Materialwahl oder nur darum, weil wir den Gedanken des Feng-Shui verwirklicht haben wollen. Mit dem Team von Schweizer Ladenbau haben wir uns hervorragend ergänzt. Dabei konnten wir trotz oder vielleicht auch gerade wegen der vielen Innovationen die in der Einrichtung stecken immer auch von Projekten wie unserem Geschäft im Hauptbahnhof profitieren. Die Umsatzziele jedenfalls haben wir längst übertroffen.“



Hier wird gearbeitet: mit Öfen, Ausrollmaschine und Ceranfeld z.B. zur Herstellung der echten Luzerner Chatzestreckli. Der Schoggi Brunnen ist eine echte Attraktion. Auf vier Bildschirmen können sich die Besucher über die Arbeitsweise und Herstellung verschiedener Produkte informieren.

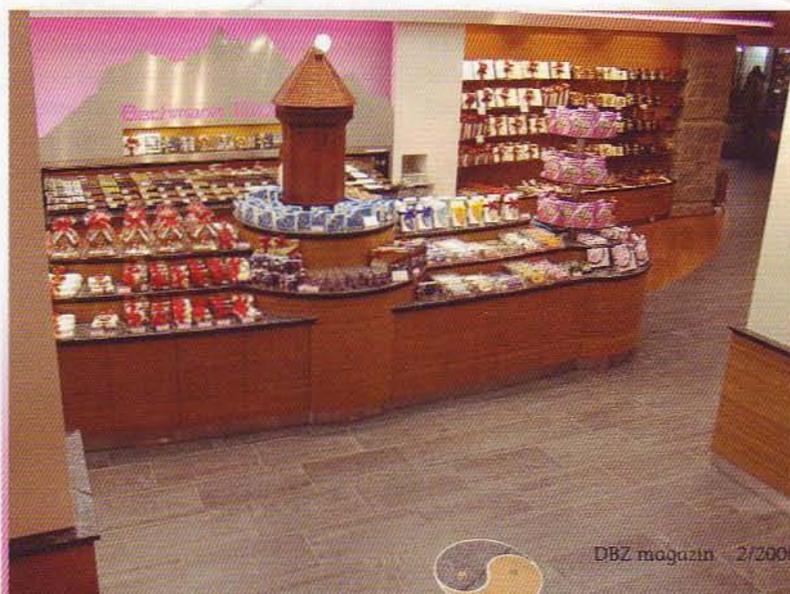
nien des Holzes neben einer in einer solchen bunten Angebotsvielfalt wohl auch notwendigen Beruhigung für das Auge so etwas wie Zug und Dynamik in den länglichen Laden. Der läßt sich grob in vier Achsen einteilen. Die Besucher werden rechts entweder an der Backwaren- und Gebäcktheke vorbeigeführt oder sie

Im Tiefkühlturm werden Eisspezialitäten gezeigt.



Das große Take-Away-Regal links neben dem Eingang kommt ebenso gut an wie die hausgemachten Konfitüren daneben.

Warenpräsentation im Zeichen von Ying und Yang. Ein gekühlter Luftstrom aus der Decke sorgt dafür, dass der ein Meter hohe Schokoladenturm lange erhalten bleibt.



Hinter den Theken gibt es keine Brotregale, die Backstation und die Edelstahlwände und -türen der verschiedenen Kälteanlagen bestimmen das Bild. Das weiße Schild über dem Take-Away-Fenster zählt die vielen Kaffeespezialitäten auf.

Lehmann und Gert Pichlbauer von Schweitzer Ladenbau bildeten das Team, für das in jeder Beziehung ehrgeizige Projekt. Zwischen Uhren, Schmuck und Banknoten werden dort heute auf immerhin 240 m<sup>2</sup> Gesamtfläche ofenfrisches Brot und Gebäck, Kaffee, Schokolade, Pralinen und vor allem reichlich Bäcker- und Confiseur- bzw. Konditoratmosphäre geboten. Knapp eine Million Euro kostete das neue Hauptgeschäft der AG.

### Feng-Shui als Basis

Wie schon bei anderen Bachmann Projekten sollten auch am Schwanenplatz bei der Einrichtung die Lehren des Feng-Shui Berücksichtigung finden. "Wir haben damit sehr gute Erfahrungen gemacht. Die optimale Raumgestaltung ist schließlich nicht nur für die gewünschten Frequenzen verantwortlich, sondern auch für die

Zufriedenheit der Kunden und Mitarbeiter", stellt Raphael Bachmann heraus. Und so dominieren runde Formen und natürliche Materialien das Erscheinungsbild. Natürlich darf auch das Ying und Yang-Zeichen im Boden nicht fehlen. Der leicht blaue Boden leitet den Kundenfluss; blau symbolisiert das Wasser. Und das naturbelassene Bambusholz - zum ersten Mal überhaupt in einer Konditorei verwendet - bringt durch die horizontalen Li-

wählen die Variante entlang der Kühltheke für Take-Away-Artikel wie Snacks und Kaltgetränke, gefolgt von den Konfitüren und schließlich den Pralinen. Dazwischen liegt eine große Verkaufinsel für verpackte Schokoladen- und Pralinenspezialitäten, gekrönt von Luzerns Wahrzeichen, dem Wasserturm, nachgebildet aus Schokolade. Er steht in voller Pracht und ei-

Thekenseiten und Frontverkleidung sind in Bambus furniert mit einer Deckleiste aus Stein, auch die Taschenablage besteht aus Stein, die Sockelblende setzt mit der Verkleidung aus Edelstahl einen Akzent, dazu kommt die Hinterleuchtung der Thekenfront.

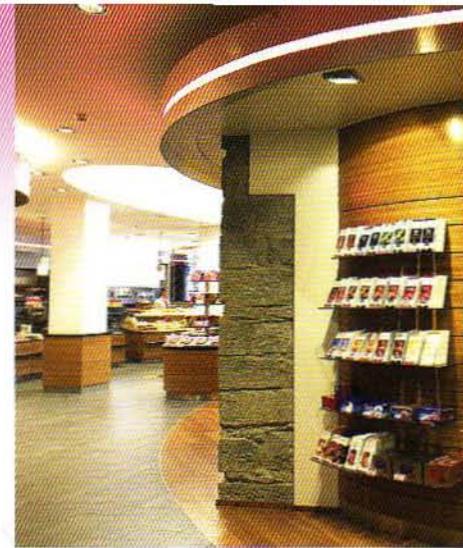
Ein Novum stellt die Brotauslage dar. Das Brot wird nicht wie üblich im Rückbereich an der Wand angeboten, sondern präsentiert sich in einer Vitrine vorne beim Kunden. Wegen des großzügigen Raumangebotes konnte man teilweise auf die Zwischenetage verzichten, um so eine bessere Präsentation zu erzielen. Die leichte U-Form der ganzen Vitrine ermöglicht dem Kunden einen schnellen Überblick. Das breite Backwarenangebot findet auf der schräg montierten Glaszwischenetage mit gleich doppelreihiger Lichtblende zusätzlichen Platz.

*Die Glasabdeckung, die sich auf Knopfdruck nach hinten versenken lässt, war eine große technische Herausforderung.*

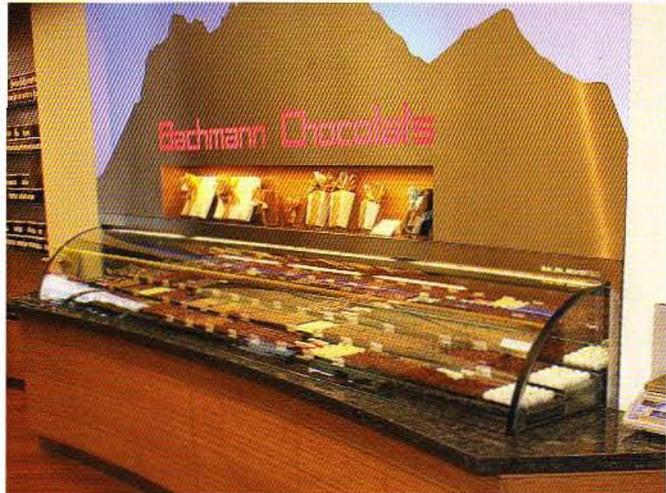
Das erste Thekenelement bietet ohne Zwischenetage Platz für drei runde Körbe, daran schließt sich die Gebäcktheke an.

Es folgt die ebenfalls ca. fünf Meter lange Patisserie- und Snacktheke. Sie setzt sich zusammen aus zwei Snackheken mit statischer Kühlung - je ca. 120 cm lang - und zwei Patisseriekühltheken mit schonender Klima-Umluftkühlung und elektronisch gesteuertem Thermostat. Der Temperaturbereich liegt zwischen +5° und +12° C bei einer Luftfeuchte von 35 - 40% über Umgebungsfeuchte. Außerdem gibt es noch zwei mobile Snackheken. Den Abschluß bildet ein technisches Highlight. Der Tiefkühlurm, eine weithin einmalige Lösung, entwickelt eigens für den Schwanenplatz, ist eine Vitrine mit Rundverglasung und Isolierglastür, ca. 165 cm hoch. Er dient zum Lagern und Präsentieren z.B. von Eistorten bei Temperaturen von -18 bis -22° C.

Ein weiteres Highlight, in Form wie Technik einmalig, ist die Pralinentheke auf der gegenüberliegenden Seite. Das Sortiment bei Bachmann ist außergewöhnlich groß: 60 hausgemachte Pralinésorten und Truffes präsentieren sich auf der drei-stufigen Warenbank in Granit in bestem Klima



und optimaler Auslage in einer 3,3 Meter langen Pralinévitrine. Die technische Herausforderung für den Ladenbauer lag in der Glasabdeckung, die sich auf Knopfdruck nach hinten versenken lässt. Zur Warenvervielfachung ist an der Rückwand ein mehrteiliger Spiegel angebracht, dahinter liegt der Umluft-Verdampfer, angeschlossen an eine Zentralkühlung. Die Temperaturregelung erfolgt mit elektronischem Raumthermostat mit Temperaturanzeige. Eine spezielle



*Im hinteren Bereich gibt es einen zweiten Eingang. Hier werden Schokoladenspezialitäten als Mitnahmeartikel verkauft.*

nem Meter Größe im Zentrum des Ladens. Das Meisterstück dreht sich um die eigene Achse und verkörpert Luzern als Schoggi-Land. Ein gekühlter Luftstrom aus der Decke sorgt dafür, dass dieses Stück lange erhalten bleibt.

Die Mitarbeiter bewegen sich ebenfalls in zwei Längsachsen, die eine im Bedienungsbereich hingewendet zum Kunden im Bedienbereich, eine zweite dahinter liegend im Arbeitsbereich. Die Thekenanlage beginnt mit der ca. fünf Meter langen Backwaretheke.



FACTS



**Confiserie Bachmann AG**  
Schwanenplatz 7  
CH-6002 Luzern  
www.confiserie.ch

Inhaber: Matthias & Raphael Bachmann  
Gegründet: 1914  
Verkaufsstellen: 8

Mitarbeiter (umgerechnet auf Vollzeit): 189  
Produktion: 86 Vertrieb/Logistik: 12  
Verkauf: 71 Verwaltung: 20

Sortiment (Sorten täglich):  
Brot: 28  
Brötchen/Kleingebäck: 14 Feingebäck: 16  
Pralinen: 50  
Torten: 12  
Snacks: 20

Preisniveau (eigene Einschätzung): mittel

Preise (Euro):  
Brötchen: 0,50 Mischbrot 1 kg: 2,80  
Spezialbrot 750 g: 4,60 Berliner: 1,25  
Croissant: 0,80 Tasse Kaffee: 2,00  
Belegtes Brötchen: 2,40  
Paillasse Schinken Sandwich: 3,95

Umsatz: 15 Mio. Euro.



Die Rückwand ist aufwendig klimatisiert. Aus vielen kleinen Öffnungen strömt gekühlte Luft.

## AUF DEN PUNKT GEBRACHT



Die Präsentation der Frische der Backwaren wird durch das permanente Backen im Laden unterstrichen. Es werden Umluft- und Etagenöfen eingesetzt.

Der Schoggi Brunnen ist eine echte und vielbestaunte Attraktion. Die Kunden erleben die Herstellung von Schokoladenspezialitäten live mit.

Zur Umsetzung des Konzeptes waren seitens des Ladenbauers eine Vielzahl von Neuentwicklungen notwendig. Neben dem Tiefkühlraum, in dem Eisspezialitäten präsentiert werden, stellte die gekühlte Hinterlüftung der Rückwände und natürlich die exquisite Pralinentheke mit ihrer 3,5 m langen Scheibe, die sich auf Knopfdruck hebt und senkt, hohe Anforderungen an die Entwicklungsabteilung.



## HYGIENE

Anders als in Deutschland steht in der Schweiz keine ganze Torte in der Kühlung, vielmehr wird das Tortenstück einzeln und bereits mit einer Folie umhüllt angeboten. Damit wird die Problematik der Hygiene beim Tortenschneiden vermieden.

Die tiefer liegende Kühlung ermöglicht durch ihre Luftführung ein optimales Lagerklima für die Sahnegebäcke. Die Lagertemperaturen sind damit besser einzuhalten.



Die Kunden können live die Herstellung der Chätzstrecckerli verfolgen.

Luftführung sorgt für die Vermeidung von Scheibentrübungen. Auch die verpackten Schokoladenartikel werden übrigens in bestem Klima präsentiert. Die Wände werden durch einen Luftstrom, der aus feinen Löchern in der Wand austritt, gekühlt. Nichts geht eben über Qualität und zwar sowohl im großen vorderen, wie auch im hinteren Bereich, der

Snacks einmal anders. In der Schweiz sind solche Canapées sehr gefragt.



über den zweiten Eingang von einer Passage aus betreten wird und viel Platz zur Präsentation von Schokoladenspezialitäten bietet. Die Ware wird an einem Tresen, wo auf Wunsch auch zum Geschenk verpackt wird, bezahlt.

### Aktion bitte!

Im ganzen Laden geben vier große Plasmabildschirme über DVDs Einblick in die Produktion. Aber auch vor Ort wird dem Kunden die Frische und handwerkliche Herstellung verschiedener Produkte nahe gebracht.

Zum Backen von Brot wurden hinter einer halbhohen Wand drei Umluftöfen und zwei Etagenöfen eingebaut. Der Steinofen mit Keramikplatten ergibt sehr knuspriges Brot und ist vor allem für das beliebte Pain Paillasse hervorragend geeignet. Mit dem Brot holt Bachmann den täglichen lokalen Kunden und profitiert gleichzeitig von wichtigen Zusatzverkäufen im Schokoladenbereich. Pizzas, Großbrote, Zöpfe und Kuchen lassen sich damit ebenfalls stetig frisch ausbacken. Der Umluftofen ist vor allem für Kleingebäcke wie Gipfeli geeignet. Sandwiches und Gebäcke lassen sich so schnell nachproduzieren. Frisch pro-

duziert zwischen zwei heißen Platten werden auch die Hot-Panini. Natürlich werden die Sandwiches auch frisch an einer Belegstation hergestellt, wo die verschiedenen Kühlgeräte und Kühltsche in einer Zone hinter dem eigentlichen Verkaufsbereich der insgesamt zwölf Verkäuferinnen liegen.

„Die integrierte Produktion schafft Vertrauen und verkörpert sichtbare und erlebbare Frische.“ Dazu sind auch zwei, bisweilen sogar drei Konditoren vor Ort.

Die Herstellung der berühmten Luzerner Spezialität, der Luzerner Chätzstrecckerli, wurde vollkommen in das neue Fachgeschäft integriert. Kunden können sich selber von den edlen Zutaten und der aufwändigen Herstellung überzeugen. Außerdem gibt es einen Schokoladenbrunnen und einen Schokoladen-Wärmeschrank zur Herstellung verschiedener Schokoladenspezialitäten. Der Schoggi-Brunnen mit fließender Schweizer Milkschokolade ist einer der Magnete und Attraktionen des Ladens. Über dem exquisiten Stück zeigt ein großer Plasmabildschirm die Gewinnung und Herstellung der Schokolade.

### Kaffee und Take-Away

Am Servicefenster für den Außer-Haus-Verkauf, frontseitig neben dem Eingang, stehen dem Kunden 16 verschiedene Kaffeegetränke zum Mitnehmen zur Auswahl. Das Konzept wurde für die Filiale im Bahnhof entwickelt und konnte übernommen werden. Die Take-Away-Vitrine kann in der Temperatur dem Inhalt angepasst werden. Für Patisserie, Sandwichs und Canapées wird die Temperatur auf 5 °C heruntergekühlt. Im Winter kann dieselbe Vitrine für warme Quiches und Käseküchlein aufgeheizt werden und an heißen Sommertagen lässt sie sich durch eine Eis-Vitrine austauschen.

hk.kleinemeter@backmedia.info/0224-9019932

## PRODUKTHIGHLIGHT

### Luzerner Chätzstrecckerli

Die Herstellung der Luzerner Chätzstrecckerli wurde vollkommen in das neue Fachgeschäft integriert. Das beliebte Mitbringsel besteht aus Mandeln, Honig, Aprikosenmarmelade und einem Mürbteigboden. In der rosafarbenen Verpackung sind zehn Stückchen. Sie kosten 12.80 CHF.

