

DAS MAGAZIN FÜR FILIALBETRIEBE UND PREMIUMBACKER

# Back Journal

8/2016  
AUGUST  
43. Jahrgang

ZKZ 1120 / ISSN: 0940-0362

**Neue Serie:**  
Website-  
Optimierung  
**ab Seite 28**

Juliane Bachmann  
vor der fließenden  
Schokoladenwand  
in Luzern.



## The Wall Bachmanns Chocolate World

Der Markendoktor: Rühren und Kneten:

Schön, wenn man eine Confiseur-Weltmeisterin in der Geschäftsführung hat: Juliane Bachmann vor der neuen Chocolate Wall.

# The Wall



## Am Schwanenplatz in Luzern gibt es neuerdings bei **Bachmann** eine **Wand aus fließender Schokolade** zu sehen. Es ist nicht die einzige **Attraktion**.

**E**s gibt viele Wege, Kunden in das eigene Geschäft zu ziehen. Eine wirklich geniale Idee, die wir bisher noch nirgendwo gesehen haben, zeigte uns bei unserem Besuch in Luzern Matthias Bachmann. Sein gerade runderneuerter Standort am Schwanenplatz liegt direkt gegenüber einem Busbahnhof. Hier stoppen in schneller Folge bis zu 80 Fernreisebusse am Tag und setzen Tausende Touristen aus aller Herren Länder ab. Und was macht der moderne Tourist zuerst, wenn er bei seiner Europarundreise in eine neue Stadt kommt? Genau, er sucht ein freies WLAN für sein Smartphone. Damit ist sein Weg zu Bachmann vorgezeichnet. Der Marktkieker-Preisträger bietet nämlich freies WLAN nicht nur in seinem Cafe, sondern auch auf dem Platz davor. Das Einwählen geht kinderleicht und auf dem Display erscheint ein Pfeil, der mir den Weg zu dem Bachmann-Standort weist, kombiniert mit einem digitalen Gutschein für ein kleines, süßes Geschenk. Schon pfiffig, was sich die Brüder Raphael und Matthias Bachmann da ausgedacht haben. Wobei gerade dieser Standort die geniale Werbung vielleicht gar nicht nötig hätte, er ist schon eine Weltattraktion. Die Bachmanns haben nämlich hier mit der „Flowing Chocolate Wall“ eh schon etwas zu zeigen, was einzigartig ist. Über 750 Kilogramm Schokoladenmasse aus einem Tank im Keller fließen im Kreislauf tropfenartig über die Wand. Die Masse besteht dabei aus nicht essbaren Kakaoextrakten, die für Dekorationszwecke verwendet werden. Konzipiert hat das Ganze der Luzerner Architekt Marc Jöhl, der speziell bei der Chocolate Wall auch als Ingenieur tätig war. Schon um die charakteristische Wellenform fließender Schokolade zu erreichen, war beispielsweise viel Tüftelarbeit notwendig. Schließlich installierte Jöhl noch kleine Düsen in der Wand, um den gewünschten Effekt zu erreichen.

**Weltattraktion.** Wie viele gute Ideen ist auch die Flowing Chocolate Wall Ergebnis knallharten Wettbewerbs. Der Luzerner Schwanenplatz ist einer der Hot Spots des Tourismusgeschäfts in der Schweiz. Entsprechend hoch sind die Mieten und der Druck auf die Betreiber der Läden, hohe Umsätze zu erzielen. In direkter Umgebung liegen keine Lebensmittelanbieter mehr, halten können sich hier nur Uhrenanbieter und Co., die mit ganz anderen Margen als Bachmann arbeiten. So sind rund um den Platz zwar extrem viele Kunden unterwegs, aber die haben auch oft extrem wenig Zeit und extrem viele Anbieter, die um ihre Gunst buhlen. So wird der strategische Sinn der Weltattraktion deutlich: Bachmann wollte etwas schaffen, über das überregional gesprochen wird. Hat er die Kunden dann erst einmal im Laden und Café mit dem 400 Quadratmeter großen Schokoladenparadies ist der Umsatz eigentlich garantiert. Um das Geschäft ohne einen Kauf zu verlassen, braucht es schon übermenschliche Selbstbeherrschung.

**Sonderfall.** Die kleine Einführung macht schon deutlich, dass es sich beim Chocolate World um einen Sonderfall handelt, der nur an ganz wenigen Standorten denkbar ist und entsprechend



[1] Der Sitzbereich im hinteren Gastroteil des Standortes. Feinste Confitserie wie sehr gute Pizza harmonieren problemlos. [2] Ein anderer Blick auf die Chocolate Wall, die in dieser Form weltweit einzigartig ist.





[4] Artikel zur Selbstbedienung. Bachmann hat hier grundsätzlich keine Berührungsängste und bietet auch die Snacks verpackt an. [5] Den Baum findet man in vielen Bachmann Filialen – ebenso wie den Tortenkatalog mit ungetragenen Möglichkeiten.



eine Speziallösung darstellt. Dabei ist es allein schon spannend, Matthias Bachmann zuzuhören, wenn er die Tücken beim Betrieb eines Ladens beschreibt, an dem oft ein geradezu babylonisches Sprachgewirr herrscht. Zweisprachigkeit ist hier eine Grundqualifikation aller Verkäuferinnen. Ebenso doppelte Kassenschubladen für alle sieben Kassen, gefüllt mit Franken und Euro. Grund: Viele internationale Touristen sind auf einer der legendären Europatouren im Stile von „Sehen Sie 14 europäische Städte in zehn Tagen.“ Sie machen nur kurz in Luzern Station, bezahlen oft in Euro und fordern dann auch Euro als Rückgeld. Da Bachmann das dafür nötige Kleingeld in den passenden Mengen nicht mehr bei Schweizer Banken bekommt, schickt die Confiserie alle zwei bis drei Monate einen Geldtransporter los, um frisches Münzgeld aus Europa zu holen. Zu den weiteren Grundqualifikationen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehören weiterhin stahlharte Nerven und manchmal außerdem eine heisere Kommandostimme. Je nach Herkunftsland scheint Drängeln und Schubsen an der Kasse zur Kultur der jeweiligen Nation zu gehören. Das können die Schweizer Kunden überhaupt nicht leiden, dabei soll es den Stammkunden aber natürlich auch bei Bachmann gefallen. Entsprechend ist oft viel Finger-spitzengefühl von den Mitarbeitern beim Kulturenmanagement gefragt. Schließlich wird von dem Bachmann-Team erwartet,

dass grundsätzlich jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter jede Station besetzen kann.

**Kooperationen.** Den Standort am Schwanenplatz betrieb Bachmann auf kleinerem Niveau schon seit zehn Jahren. Das Angebot, nach hinten hin noch die Fläche eines Restaurants zu besetzen, gab den Anstoß für die komplette Neukonzeptionierung. Getreu der Bachmann-Philosophie eigentlich Unvereinbares miteinander zu kombinieren, wurde auch hier gearbeitet. Eine Flowing Chocolate Wall und eine große Gastrostation mit sehr guter Bäckerpizza müssen kein Widerspruch sein. Um den Personaleinsatz besser im Griff halten zu können, sind zwei Trennwände in den Laden eingebaut, die heruntergelassen werden können. Der vordere Bereich hat an manchen Tagen beispielsweise bis 23 Uhr geöffnet, dann wird der Gastroteil hinten abgeschirmt. Zum alten Konzept gehörte noch ein Straßenverkauf speziell für Eis. Die Theke hat Bachmann jetzt nach innen geholt, obwohl der Außenverkauf eigentlich erfolgreich war. Bachmann ist es allerdings wichtiger, die Kunden im Laden zu haben und dann noch Empfehlungskäufe zu realisieren. Interessant ist weiterhin die Zusammenarbeit mit Lindt & Sprüngli am Standort. Puristen mögen über die Zusammenarbeit des Premium-Handwerkers mit dem industriellen Anbieter die Stirn runzeln, aber auch hier



[6] Kooperation: Bachmann kooperiert am Schwanenplatz mit Lindt. Die Sortimente beider Unternehmen ergänzen sich, das Angebot von Lindt ist auch gerade auf die vielen Touristen optimiert. [7] Im hinteren Bereich gibt es noch einmal eine eigene Backwaretheke. Von hier ist der Weg zum Gastro-Sitzbereich kürzer.



Foto: BJ / Dirk Waclawek 2016

**Kundeninformation per Tablet-PC.**

kennt Bachmann keine Berührungsängste oder hat Angst vor großen Wettbewerbern. Lindt hat international einen guten Ruf und die Produkte beider Unternehmen ergänzen sich nach der Erfahrung von Bachmann gut. Gleichzeitig profitiere man vom großen Know-how von Lindt bei der Planung und Bestückung von SB-Regalen. Interessanterweise gibt es im Laden zwei Verkaufstheken für Backwaren, Snacks und Confiterieartikel. Die kleinere Theke mit reduziertem Sortiment und eigener Kaffeemaschine liegt direkt am Sitzbereich mit 65 Plätzen. Durch eine Tür in der Flowing Chocolate Wall können die Mitarbeiter schnell zwischen den Theken wechseln. Mit dem Neubau hielt außerdem eine Neuerung Einzug, die von den Kollegen besonders begrüßt wurde: ein Aufzug in den Keller. Hier stehen die Paletten mit Schokoladenartikeln und in dem alten Laden durfte die Ware zur Neubestückung der SB-Regale immer wieder die Treppe heraufgetragen werden. Die Umbauten erforderten überdies mehrere Wanddurchbrüche, sodass sich das Projekt sehr aufwändig gestaltete. Trotz des zweimonatigen Umbaus lief der Verkauf in Etappen weiter. Dass man bei Bachmann eine gewisse EDV-Affinität besitzt, zeigt sich an vielen Details im Laden. Die Angebote auf den Monitoren über den Regalen werden zentral eingespeist. Im Verkaufsraum sind diverse Tablets zur Kundeninformation installiert, die Bachmann-Homepage mit Online-Shop ist zweisprachig angelegt. Weiterhin setzt Bachmann auf ein sehr erfolgreiches Kundenkarten-Konzept, das inzwischen um eine App ergänzt ist. Rund sieben Prozent des Umsatzes laufen unternehmensweit über die Kundenkarte. Mit der Karte erhält man einen produktabhängigen Rabatt zwischen zwei und sechs Prozent, dazu kommt ein Mehrwert beim Aufladen der Karte mit mehr als 100 Franken. Schließlich sammeln Nutzer der Kundenkarte Schutzengeli-Punkte, die gegen Schutzengeli-Produkte eingetauscht werden können.

**IN KÜRZE**

**Confiseur Bachmann AG**  
 Werkhofstraße 20  
 CH – 6005 Luzern  
 Tel.: +41 41 227 70 70

Internet: [www.confiserie.ch](http://www.confiserie.ch)

**Geschäftsführung:**  
 Raphael und Matthias Bachmann  
**Gegründet:** 1897  
**Anzahl der Filialen:** 17  
**Mitarbeiter:** über 480

**Besuchter Standort:**  
 Chocolate World  
 Schwanenplatz 7  
 CH – 6004 Luzern

**Öffnungszeiten:**  
 Mo. - Mi.: 7:00 bis 19:00 Uhr  
 Do.: 7:00 bis 21:00 Uhr  
 Fr.: 7:00 bis 19:00 Uhr  
 Sa.: 7:00 bis 17:30 Uhr  
 So.: 9:30 bis 18:00 Uhr



Foto: Bachmann 2016

**Anzahl der Plätze**  
 a) innen: 65  
 b) außen: keine  
**Größe:** 400 m<sup>2</sup>  
**Mitarbeiter vor Ort:** 26

**Preise ausgesuchter Produkte**  
 (außer Haus)  
 Buttergipfeli: 1,40 CHF  
 Schoggibrötli: 2,10 CHF  
 Schnecke: 2,50 CHF  
 Nussgipfel: 2,20 CHF  
 Weggli Fleischkäse: 4,50 CHF  
 Paillasse Schinken: 6,70 CHF  
 Urdinkel Vollkorn (450g): 4,30 CHF  
 Erdbeertörtli: 4,40 CHF  
 Cremeschnitte: 3,40 CHF

**Fließpunkte.** Noch einige Details zur Chocolate Wall: Die Masse aus nicht essbaren Kakaoextrakten hat gegenüber einer essbaren Schokolade den Vorteil, dass sie beim Fließpunkt etwas toleranter ist. Der Standort wird natürlich aufwändig gekühlt, dennoch macht das etwas größere Temperaturspektrum die Sache doch um einiges leichter zu handhaben. Nur stippen kann man halt nicht und hin und wieder müssen die Mitarbeiterinnen Kunden abhalten, eben dieses zu tun. Aber auch diesen Gästen kann geholfen werden. Vor der Chocolate Wall gibt es jetzt nämlich auch noch einen kleinen, klassischen Schokoladenbrunnen.

Dirk Waclawek

Anzeige

# HAÜSSLER

## Ladenbacköfen mit Schamottestein für perfekte Backergebnisse

[www.haeussler-gmbh.de](http://www.haeussler-gmbh.de)  
 Telefon 0 73 71 / 93 77-0

**RS Backwaren**  
 Software für Bäcker.

- Einkauf - Verkauf
- Filialmanagement
- Materialwirtschaft
- Produktion
- Kommissionierung / Verteilung
- Kalkulation
- Nährwerte / Deklaration
- Qualitätsmanagement
- Chargenverwaltung
- Prognosen
- Bestelloptimierung
- Kassenanbindung
- Transport
- Rezepte

[www.rs-ag.com](http://www.rs-ag.com) | [info@rs-ag.com](mailto:info@rs-ag.com)  
 Telefon: 0331-23 06 0  
[www.rsbackwaren.de](http://www.rsbackwaren.de)

**Seit 1900** der Schlüssel zu allem Laugengebäck

**Pfisterer Backlaugenkonzentrate®**

**Pfisterer Brezelglanz®**

**Pfisterer Brezellauge®**

**Frosterlauge®**

Aus quecksilberfreiem Membranverfahren  
 in bekannt guter Qualität und auf die neuzeitliche Technologie beim Verarbeiten von TK-Teiglingen und Laugengebäck abgestimmt.

**Karl Pfisterer GmbH & Co. Brezellauge KG**  
 74182 Obersulm-Willsbach  
 Telefon: 07134-981110 Telefax: 07134-17815  
[www.brezellauge.de](http://www.brezellauge.de) E-Mail: [info@brezellauge.de](mailto:info@brezellauge.de)

Durch die **BÄKO**-Genossenschaften und Ihren **Fachgroßhandel**