

Modernes Konzept der Confiserie Bachmann im Pilatusmarkt

Glace ist ein trendiges Produkt

Frisch hergestellte Glace, vor Ort produziert, ist bei den Konsumenten äusserst beliebt, wie der enorme Erfolg der Confiserie Bachmann im Krienser Pilatusmarkt beweist.

Ziel war, im neuen Einkaufszentrum einen speziellen Anziehungspunkt zu schaffen. Aufgrund der positiven Erfahrungen in der Filiale am Schwanenplatz in Luzern entschied sich die Confiserie Bachmann, eine Gelateria zu realisieren und vor den Augen des Publikums frische Glace herzustellen.

In einem Einkaufszentrum kann das ganze Jahr über Glace verkauft werden, wogegen es in der Innenstadt ganz klar ein saisonales Produkt ist. Raphael Bachmanns Begründung: «In einem Zentrum ist es selbst im Winter relativ warm, die Leute schwitzen auch in den kalten Jahreszeiten, da sie sich mit Winterkleidern in warmen Räumen bewegen, und bekommen daher Lust auf eine Abkühlung.»

Sowohl der Konsum im gemütlich eingerichteten Café als auch der Verkauf über die Gasse in 0,5 bzw. 0,9 l-Einheiten sind im Pilatusmarkt sehr gut ange-

laufen. An Spitzentagen wie über Ostern wurde die gesamte Thekenkapazität von 150 Liter verkauft! Der grösste Absatz wird mit Cornets erzielt.

Von A-Z frisch hergestellt

In der Küchenproduktion arbeiten im Pilatusmarkt-Café 2,5 Personen, die multifunktionell tätig sind und sowohl backen, verkaufen und servieren als auch Glace frisch zubereiten.

Qualität ist oberstes Gebot, deshalb arbeitet die Confiserie Bachmann ausschliesslich mit erstklassigen Rohmaterialien wie frischem Fruchtputee. Bei den Fruchtglacen ist der Fruchtanteil entscheidend, bei den Sorbetglacen beträgt er 60–65%.

Die Rahmglace wird nach dem Abkochen während 24 Stunden im Kühler gelagert, wodurch sich der Geschmack besser entfaltet und eine schönere Struktur entsteht.

Die Masse verkauft!

Entscheidenden Anteil am hohen Glaceabsatz misst Raphael Bachmann der Präsentation bei: «Eine gut gefüllte und vor allem saubere Glacetheke animiert den Konsum unwahrscheinlich.»

Frischglace sollte innerhalb von zwei bis drei Tagen verkauft sein. In der Verkaufstheke, wo die Glace bei –10°C gelagert wird, damit sie schön portionierbar ist, lässt sie sich nur beschränkt aufbewahren.



Gekonnte Glacepräsentation.



Raphael Bachmann

toren an Standorten mit hohen Kundenfrequenzen das Glacegeschäft mit Erfolg betreiben können: «Dazu braucht es praktisch keine Mehrkapazitäten, vielmehr kann in der warmen Jahreszeit der rückläufige Absatz von Süssgebäcken mit Glace bestens kompensiert werden.»

Wo der Offenverkauf aus Platzgründen nicht möglich ist, kann die Glace problemlos vorportioniert verkauft werden.

Für Kleinbetriebe geeignet

Raphael Bachmann empfiehlt die Herstellung von frischer Glace auch dem Kleinbetrieb:

«Bei ungenügender Kapazität oder zu hohem Investitionsbedarf lohnt sich die Zusammenarbeit mit einem Berufskollegen, der die Glace anlieert.»

Bedeutende Investition

Nicht zu unterschätzen sind die Anfangsinvestitionen, die bei guten Verkaufszahlen jedoch bald amortisiert sind. Für die Vitrine muss mit 10–50 000 Fr. gerechnet werden, für die Glacemaschine mit 25–70 000 Fr. Dazu kommt eine Tiefkühlanlage mit ausreichendem Platzbedarf.

Nicht unterschätzt werden darf der Aspekt der Hygiene, wie Raphael Bachmann betont: «Glace ist ein sehr heikles Produkt, weshalb einwandfrei und sauber gearbeitet werden muss.» Raphael Bachmann ist überzeugt, dass viele Bäcker-Kondi-

Für den Kunden ist entscheidend, dass es sich um Konditorenglace handelt, er erwartet nicht, dass alles hausgemacht ist. Am schlimmsten ist für mich, Industrieglace ins Sortiment aufzunehmen, da ein solcher Betrieb austauschbar ist.»

Seit die Confiserie Bachmann Glace im Offenverkauf anbietet und frisch vor Ort herstellt, hat sich der Glaceumsatz enorm gesteigert und füllt das Sommerloch problemlos. Raphael Bachmann: «Es ist erstaunlich, wie schnell man sich einen guten Namen schaffen kann.» *Tg*



Beliebter Glaceverkauf über die Gasse im Pilatusmarkt in Kriens.