

Confiserie Bachmann

120 Jahre Backkunst aus der Region

Immer der Nase nach

Jubiläum Die Luzerner Confiserie Bachmann präsentiert sich in ihrem 120sten Jahr als dynamisches Unternehmen, das in der Innerschweiz fest verankert ist und darüber hinaus von sich reden macht.



Farbtupfer im Alltag vieler Menschen in der Region: Mit Coffee to go bis hin zu feiner Chocolatier-Kunst kann man sich bei der Confiserie Bachmann verköstigen.

Bild: Eveline Beerkircher

Susanna Heim

Feine süsse Schwaden ziehen durch schmucklose, funktionale Büroflure. Die Wände scheinen aus Poren zu bestehen, die permanent den Duft von gebackenem Teig und flüssiger Schokolade abgeben. Wem jetzt noch nicht das Wasser im Munde zusammenläuft, der muss erkältet sein. Oder schon länger hier arbeiten und deshalb eine gewisse Immunität gegen diese Art der Verführung aufgebaut haben. Ein Duft, der den Alltag der Mitarbeiter wahrlich versüsst. Hier am Hauptsitz der Confiserie Bachmann im Luzerner Tribtschenquartier wird entwickelt, geformt, geknetet, vor- und zubereitet, geprüft und – ja klar: gebacken.

Draussen in den Regalen und hinter den Glasvitrinen der mittlerweile 19 Fachgeschäfte präsentiert sich das Ergebnis dieses emsigen Tuns als bunte Fülle von Back- und Confiserieswaren, aber auch von kleinen Mahlzeiten und Glaces. Es gibt wohl nicht wenige Kunden, die beim Anblick der Auslage den Eindruck haben, es komme wöchentlich zu einer wundersamen Produktvermehrung. Denn das, was vor 120 Jahren in der Backstube der Bachmann-Bäckerei in Sursee begann, ist im Jahr 2017 ein

Unternehmen, das neben Brot und Gipfeli auch exquisite Confiserie, Glace und Take-away-Produkte herstellt.

Heute wird das Unternehmen vor allem vom unermüdeten Geist der beiden Brüder Matthias und Raphael Bachmann geprägt. Mit ihnen ist die vierte Generation am Ruder. Wer in der Familien- und Firmengeschichte blättert, begreift jedoch schnell, dass bereits Vater Raymond, der das Geschäft ebenfalls von seinem Vater übernahm, ein Vordenker war, der stets das Neue suchte. Ausgestattet mit einem begnadeten Marketingtalent, hat Raymond Bachmann die Richtung vorgegeben, welcher seine Söhne mit Begeisterung und Umtriebigkeit folgen.

Innovation ist ein stetiger Antrieb

In Zeiten, in denen der Generationenwechsel bei vielen Unternehmen mit Reibungen oder gar Entzweigungen verbunden ist, ragt die Familie mit ihrer bruchlosen Firmen- und Familiengeschichte hervor. Die Bachmanns, sie sind so gar nicht wie die Familienmitglieder von «Lüthi und Blanc». Mit der legendären Schoggi-Soap (1999–2007) des Schweizer Fernsehens haben sie tat-

sächlich nur die «süsse» Firmengrundlage gemeinsam. Eher schon wirken sie wie das Paradebeispiel aus dem Lehrbuch für mittelständische Unternehmen. Dementsprechend haben sie stets über die Backschüssel hinausgeschaut und dabei ein Zauberwort entdeckt: In-

In dieser Beilage

Seite 2 und 3: Die Werte des Handwerks zu pflegen, ist nicht nur ein Trend, sondern auch eine Verpflichtung.

Seite 4: Gute Gene? Eine Familiensaga aus der Zentralschweiz.

Seite 5: Rosarote Geschichten: von Feng-Shui und anderen Geheimnissen.

Seite 6 und 7: Gefällt mir! Die Mitarbeitenden sind das wichtigste Kapital. Einige von ihnen erklären ihr täglich Brot.

Seite 8: Ein Ort, viele Gesichter. Das Café «La vie en rose» ist morgens ein Café und abends eine Bar. Wir haben Platz genommen und uns umgehört.

novation. Das ist zugegeben ein Wort, das im Abgang ein wenig nach Manager-Fertigsauce schmeckt. Bei den Bachmanns ist Innovation allerdings mit der Wirkung von Backpulver vergleichbar. Denn Raphael und Matthias Bachmann sind nicht in erster Linie Manager, son-

Bei den Bachmanns ist Innovation mit der Wirkung von Backpulver vergleichbar.

dern Macher. Neues wagen, Neues ausprobieren, Neues kreieren – das ist ihr Antrieb, der dazu geführt hat, dass die Confiserie Bachmann in ihrem 120. Jahr des Bestehens ein Unternehmen ist, das 478 Mitarbeitende beschäftigt und mit vielen Zulieferern in der Region zusammenarbeitet. Überdies haben die Brüder ein feines Näschen nicht nur für süsse, sondern auch für gesunde Trends. Für sie ist es nicht nur selbstverständlich, auf wertvolle Rohstoffe zu setzen und schonende Verfahren bei der Herstellung anzuwenden, auch neue Produkte wie Eiweissbrot oder vegane Backwaren kommen aus ihrer Backstube.

Schoggi-Duft an der Bahnhofstrasse

Mittlerweile reicht der Ruf – oder ist es der Duft? – der Confiserie Bachmann bis an die Zürcher Bahnhofstrasse, wo 2018 ein Fachgeschäft mit Café entstehen soll. Und dank Social Media hat die Firma weltweit eine Fangemeinde. Dennoch, so betonen die Inhaber, verstehe man sich als regionales Unternehmen, das hier seine Wurzeln hat – und so soll es bleiben. Der Radius der Innerschweiz ist weit genug. Nur für die 120 Kerzen auf der Torte dürfte es eng werden.



Wenn Kreativität auf handwerkliches Können trifft: Bei Bachmann fertigt man auch «persönliche Wunschtorten» an. Neben dem guten Geschmack ist vor allem Originalität gefragt.

Bilder: Eveline Beerkircher

Wertvolle Grundlage ohne Verfallsdatum

Erbe verpflichtet Die Rückbesinnung auf natürliche Herstellungsprozesse und die Werte des Handwerks sind ein Trend. In dieser Hinsicht bleibt bei den Bachmanns für einmal alles beim Alten.

Susanna Heim

Mit der Nachhaltigkeit ist es wie mit dem Cupcake. Vor zehn Jahren kannte sie kaum einer, heute ist sie in aller Munde. Anhand eines Familienunternehmens lässt sich gut aufzeigen, was dieser sperrige Begriff in seiner Breite und Tiefe umfassen kann. An die nachfolgende Generation zu denken – und zwar nicht nur an jene der eigenen Familie – ist bei einem Inhaber-geführten Unternehmen in der Regel genauso Herzens- wie Kopfsache. Nachhaltig bedeutet im besten Fall nicht nur, energieeffizient und möglichst natürlich zu produzieren, sondern für Werte einzustehen, die über den wirtschaftlichen Erfolg hinausgehen. Will heissen: verträgliches Wachstum, regionale Verankerung, ein fairer Arbeitgeber sein und ehrlich zu produzieren.

Tatsache ist aber auch, dass jedes Unternehmen dem Konkurrenzwettkampf ausgesetzt ist. Das heisst, die Her-

ausforderung besteht darin, den Werten treu zu bleiben und zugleich den Ansprüchen der Kunden und des Marktes gerecht zu werden. In einer schnelllebigen Zeit, in der sich Trends und Kundenbedürfnisse schnell ändern, braucht es das richtige Mass für das Verhältnis zwischen Bewahren und Bewegen.

Diese Herausforderung meistert man nur, wenn man sein Augenmerk auf die Mitarbeiter zum einen und die Innovationsfähigkeit zum anderen richtet, sagen Raphael und Matthias Bachmann. Im Gespräch mit ihnen fällt ein weiterer Aspekt auf: das Bekenntnis zur Region Zentralschweiz. Wenn immer möglich, werden die Zutaten von regionalen Lieferanten bezogen. Der Satz «Das war schon immer so» steht für einmal nicht für Stillstand, sondern für eine Form der Verbindlichkeit. Dennoch gilt ebenso eine andere Gewissheit: Jede Generation entwickelt etwas Neues und geht ihre eigenen Wege. Das ist auch bei den

«Solange es noch keine Maschine mit zehn Fingern und viel Gefühl gibt, bevorzugen wir Handarbeit.»

Raphael Bachmann

Bachmanns nicht anders als bei anderen Familien. Wer das Unternehmen über einen längeren Zeitraum beobachtet, erkennt die Werte, die seit Generationen Bestand haben.

Tradition und Innovation

«Solange es noch keine Maschine mit zehn Fingern und viel Gefühl gibt, bevorzugen wir die Handarbeit», sagt Raphael Bachmann. Mehr, als man angesichts des grossen Angebots annehmen könnte, wird in den Backstuben im Trieschenquartier noch von Hand gemacht. Zöpfe flechten und Brezel drehen ist nach wie vor Handarbeit.

Nicht zuletzt ist bei der Herstellung von Pralinés Fingerspitzengefühl gefragt. Der Chocolatier ist ein Handarbeiter. Nicht nur die traditionelle Rezeptur ist entscheidend für den Geschmack, sondern den Unterschied machen vor allem die erlesenen Zutaten sowie die

Qualität der Kakaobohnen und der Verzicht auf Konservierungsmittel. Nur diese Kombination verleiht den Schokoladekreationen ihre natürliche Frische.

Beim Pralinégenuss gilt die Regel: auf kürzestem Weg von der Hand in den Mund. Das meint in diesem Zusammenhang: täglich frisch produziert. Wer selber bäckt und kocht, weiss auch: Handarbeit und Sorgfalt verfeinern ein Essen auf eine beinahe unerklärliche Weise, deshalb schmeckt es auch anders als Industrieware. Man muss nicht gleich die Seele bemühen, die mitkocht oder -bäckt, aber mit Hingabe hat die Herstellung von gutem Essen gewiss zu tun.

Raphael Bachmann umschreibt dies so: «Rezepte sind zwar wichtig, aber nicht entscheidend», und fügt den Satz hinzu: «Man muss den Kunden mögen, um für ihn Produkte herzustellen.» Wenn die Tradition das Gute aus der Vergangenheit ist, dann ist die Innovation der Blick für die Zukunft. Es ist auch die



Die Arbeit mit Händen erfordert Sorgfalt, ob bei der Herstellung von Torten, Brot oder Pralinés. Für die Qualität der Produkte sind Rezeptur und Rohstoffe wichtig, genauso aber auch Handwerk und Hingabe.

Fähigkeit, die Chance für neue Produkte auf dem Markt zu erkennen. Ein Beispiel dafür ist die Glaceproduktion. Als die Brüder 2006 das Geschäft übernahmen, wurde ausser ein paar Glacetorten in diesem Bereich kaum etwas verkauft. Die beiden erkannten schnell, dass es neben der Industrieglace ein Bedürfnis gibt nach einer Glace mit einer natürlichen Rezeptur. Heute produziert Bachmann 70 Tonnen Eis pro Jahr. Einen Riecher für Trends hat die Firma mehrfach bewiesen. Ob vegane Müslis, Eiweissbrot (beliebt bei Trennkostanhängern), Allergiker-Pralinés oder reine Dinkelprodukte, stets wusste man, wonach es den Zeitgeist gelüftet.

Natürlichkeit und Frische

Der Trend, gesundheitsbewusst zu essen, führt dazu, dass die natürliche Herstellung an Bedeutung gewinnt. Dies betrifft vor allem die Delikatesse des Alltags: das Brot. Wie bekömmlich es ist, hängt entschieden von den verwendeten Rohstoffen und der Zubereitung ab. Ähnlich wie bei der frisch gedruckten Zeitung, die eine Geisterhand in den Briefkasten gelegt zu haben scheint, braucht es beim Brot lange Stunden des Arbeitens- und Ruhens.

Gut Ding will Weile haben. Und tatsächlich liegt in einer mehrstündigen Reifezeit des Teiges der Grund dafür, ob man das Brot gut oder schlechter trägt (siehe auch Box oben). Die hohe Qualität der Zutaten – und das meint vor allem auch, dass sie natürlichen Ursprungs sind – ist auch für das zweite und dritte Standbein, die Confiterie und das

Es gibt nicht wenige Menschen, die ein Chateaubriand für ein frisches Brot stehen liessen. Diesem Genuss zum Trotz haben einige Ernährungsdiskussionen in letzter Zeit am Image des Brotes gekratzt. Seine Bekömmlichkeit und die enthaltenen Nährstoffe wurden in Frage gestellt. Dabei ist die wichtigste Erkenntnis banal: Brot ist nicht gleich Brot.

Das betont man auch in den Backstuben von Bachmann, wo man sich dem Reinheitsgebot verpflichtet fühlt. Das heisst, es werden hochwertige Inhaltsstoffe statt Zusatzstoffe verwendet. Daneben ist für die ernährungsphysiologische Verträglichkeit des Brotes die Ruhezeit des Teiges entscheidend. Industriell gefertigtes Brot hat in der Regel eine kurze Reifezeit, was bei empfindlichen Menschen Magen- und Darmprobleme verursachen kann.

Der Teig braucht Zeit, damit sich daraus ein Brot mit lockerer Porung und feiner Kruste backen lässt. Bachmann-

Take-away, ein wichtiger Grundsatz. Salate, Sandwiches, Suppen und Menüs werden mit regionalen Zutaten frisch zubereitet, weshalb es auch keine Konservierungsstoffe braucht.

Selbstverständlich ist auch die Füllung des Nussgipfels keine mit künstlichen Aromen hergestellte Masse, vielmehr werden die Haselnüsse täglich

Brote und -Brötchen überschreiten die «magische» Reifegrenze von vier Stunden deutlich. Die Teigzutaten werden ausschliesslich aus natürlichen Rohstoffen gewonnen, und das Salz im Brot ist 100% naturbelassenes Meersalz.

Neben der Teigruhezeit ist das Ausbacken ein wichtiger Indikator für die Qualität des Brotes. Obendrein werden die Brote und Brötchen von Bachmann mit einem hausgemachten Natursauerteig hergestellt. Die Milchsäurebakterien des Sauerteigs sind für den menschlichen Körper wertvoller als Hefe, ausserdem verleiht die Zugabe von Natursauerteig dem Brot ein feines Aroma.

Goldkeimlinge sorgen für mehr Vitamine

Lüften wir gleich noch ein weiteres Geheimnis: Getreidekörner enthalten sogenannte Keimlinge, die Vitamine und Vitalstoffe einschliessen. Leider werden diese bei der Herstellung von Mehl häu-

frisch gemahlen und zu einer Füllung gemixt. Wenn ein grosses Warenangebot natürlich und frisch und jederzeit verfügbar sein soll, braucht es dahinter eine ausgefeilte Logistik. Die Fachgeschäfte von Bachmann werden bis zu sechsmal täglich frisch beliefert. Die Verantwortlichen in den Verkaufsstellen wiederum müssen wissen, was, wie viel und wann

fig entfernt. Bachmann lässt die Getreidekörner stattdessen extra keimen, so entstehen die Bachmann'schen Goldkeimlinge, weshalb das Brot mehr Vitamine und Spurenelemente enthält. Und natürlich spielt auch das bei der Teigherstellung verwendete Wasser eine wichtige Rolle. Hier setzt man zum Beispiel auf speziell aufbereitetes Wasser.

Das dritte Geheimnis, das über das Bachmann-Brot verraten werden kann, ist das Vakuumbacken. Das Herstellungsverfahren arbeitet mit der im Teig entstandenen Wärme und braucht beim Ausbacken folglich weniger Hitze. Dies wiederum schont die wertvollen Inhaltsstoffe, ausserdem ist das Brot länger haltbar. Die gesundheitsbewussten Zeitgenossen haben also eine grosse Auswahl an verschiedenen Broten, vom klassischen Weissbrot über das Dinkelvollkornbrot, das Roggen- und Biobrot bis hin zum Eiweissbrot, das wenig Kohlenhydrate enthält.

bestellt werden muss. Denn das oberste Gebot lautet: möglichst so zu produzieren, dass nichts weggeworfen werden muss. Etwas bleibt allerdings meistens übrig. Aus diesem Grunde engagiert sich Bachmann auch bei unterschiedlichen Food-Waste-Projekten und spendete beispielsweise im Jahr 2015 rund 2315 Kilogramm Lebensmittel an den

Verein «Tischlein deck dich». Womit wir bei einem weiteren Wert sind, der für das Unternehmen wichtig ist: die soziale Verantwortung.

Soziales Engagement und karitative Stiftung

Vielen Stiftungen liegt der Gedanke zugrunde, wenn es einem selber gut gehe, müsse man etwas für jene tun, die nicht so viel Glück haben. In diesem Sinne ist auch die Bachmann-Stiftung entstanden. Sie unterstützt hilfsbedürftige Menschen. Vom Verkauf der Schutzengel-Produkte gehen jährlich mindestens 20 000 Franken in den Topf der Stiftung. Ein Projekt, das in den letzten drei Jahren regelmässig unterstützt wurde, ist eine Schule in Ghana. Einem Land, aus dem der wichtigste Rohstoff für die Confiterie, der Kakao, kommt. Armut und Ungleichheit prägen den Alltag der Menschen in den Kakao-Anbauländern. Es ist ein Helfen in kleinen Schritten. Ein Beispiel dafür ist die Elfenbeinküste, wo die Bachmann-Stiftung eine «Family Farm School» unterstützt, deren Ziel es ist, die jungen Menschen auszubilden und die lokale Wirtschaft anzukurbeln, indem man sie mit den Kenntnissen für einen nachhaltigen Kakaobohnen-Anbau ausstattet. Eine Kakaobohne, die vielleicht irgendwann in der Schweiz landet und später als Wasserturm-Stein verzehrt wird.

Dem legendären Filmklassiker «Forrest Gump» verdanken wir den Satz: «Das Leben ist wie eine Schachtel Pralinés: Man weiss nie, was man kriegt.» Forrest Gumps Mutter hat ihre Pralinés eben nie bei Bachmann gekauft.

Das täglich Brot

Im Doppel erfolgreich

Familie Die beiden Lausbuben, die in der Backstube ihrer Eltern vom Teig naschen und sich auch mal einen Streich erlauben durften, sind heute so tüchtige wie angesehene Unternehmer und Geschäftspartner. Eine Annäherung an die Bachmann-Brüder.

Antonio Russo

Wenn zwei das Gleiche tun, so ist es noch lange nicht dasselbe. Beispiele dafür gibt es in Sport, Kultur und Wirtschaft einige. Zu den berühmt gewordenen Brüderpaaren, die sich der gleichen Leidenschaft widmen, aber unterschiedlich erfolgreich sind, gehören etwa die kickenden Boatengs oder die boxenden Klitschkos. Von der Filmleinwand her kennen wir die britischen Brüder Ralph und Joseph Fiennes. Ein anderes Beispiel aus der Wirtschaft: die deutschen Brüder Adi und Rudi Dassler, die zunächst gemeinsam eine erfolgreiche Schuhmanufaktur gründeten, dann aber in einem verbissenen Streit auseinandergingen und unabhängig voneinander die beiden Weltmarken Adidas und Puma entwickelten.

Wer am Wirtschaftsstandort Schweiz hingegen nach gemeinsam erfolgreichen Brüdern sucht, kommt schnell mal auf die Freitags aus Zürich und die Bachmanns aus Luzern. Erstere sind mit ihren Taschen aus Lastwagenblachen international bekannt geworden. Ganz so berühmt wie die beiden Zürcher sind die Luzerner Brüder nicht – oder noch nicht. Erfolgreich sind sie aber alleweil, und das schon lange: Matthias (47) und Raphael (45) Bachmann traten 1997 gemeinsam in den Familienbetrieb ein, der heuer sein 120-jähriges Bestehen feiert. Wer sind diese beiden Männer, die das Unternehmen heute führen? Was denken sie unter ihren rosa Bäckerhauben? Und was macht sie so unzertrennlich?

In Mehl und Schokolade gross geworden

Ein Blick ins Familienalbum der Bachmanns zeigt die beiden Brüder als Knirpse: Der Jüngere küsst einen riesigen Osterhasen aus Schokolade, der Ältere vergnügt sich – Hände und Gesicht weiss gepudert – mit einer Schüssel Mehl. Unweigerlich lassen diese Bilder an Wilhelm Buschs Lausbubenpaar denken: Max und Moritz, die sich in ihrem sechsten Streich in einer Backstube zu schaffen machen. «Auch wir waren manchmal ziemlich Luusbuebe, die Backstube unser Spielplatz», erinnern sich die beiden Brüder. Von ihren Eltern Raymond und Margrith Bachmann bekamen sie stets etwas Teig, den sie nach ihrem Gusto formen und backen durften. «Es kam schon mal vor, dass am Ende nicht mehr alles am gleichen Ort war und der Zucker mit dem Salz verwechselt wurde», schmunzelt Matthias.

In der elterlichen Quartierbäckerei im Wesemlin wuchsen die beiden Brüder in einem Milieu auf, das sie stark geprägt hat.

«Für mich war schon immer klar, dass ich in die Fussstapfen meines Vaters treten würde», sagt Raphael, für den es als Kind das Grösste gewesen sei, seinem Vater in der Backstube zu helfen oder sonntags mit ihm die Ware ausliefern zu dürfen. «Bäcker, Konditor, Chocolatier – das wollte ich auch werden.» Trotzdem meldeten die Eltern ihn beim Berufsberater an. «Den Termin liess ich aber sausen», lacht Raphael.

Ganz so eindeutig war die Berufswahl für den Bruder Matthias im Alter von 13 Jahren noch nicht. Mit 15 aber trat er «voller Überzeugung» eine Lehre als Konditor-Confiseur in St. Gallen an, weit weg von zu Hause. «Mir ist dort rasch klar geworden, dass auch in meinen Adern im Grunde Schokolade fliesst», sagt er, der nach einer zusätzlichen Lehre als Kaufmann heute derjenige ist, der sich bei den Bachmanns um die Zahlen kümmert.

Dass die Brüder ihre Eltern zu den einflussreichsten Vorbildern zählen, ist nicht verwunderlich: «Unsere Mutter war eine äusserst geschickte Kauffrau, sie hat uns mit ihrem Wesen stark ge-



Margrith und Raymond Bachmann haben ihren Söhnen nicht nur die Liebe zum Beruf vermittelt, sondern ihnen auch gezeigt, dass man es mit Handwerk und Erfindergeist weit nach oben bringt.

prägt», sagt Sohn Raphael. «Und Vater hat uns gezeigt, wie wichtig es ist, den Blick stets nach vorn zu richten», ergänzt Matthias. Überhaupt, der Vater: Raymond Bachmann, der 1965 die Bäckerei wiederum von seinem Vater übernahm, ist eine Schlüsselfigur in der Erfolgsgeschichte der Luzerner Traditionsconfiserie. Er habe ihnen täglich vorgelebt, was es heisst, als Unternehmer neugierig, einfallreich und ehrgeizig zu bleiben, gleichzeitig aber auch verantwortungsvoll zu handeln, sagen seine Söhne unisono.

Raymond Bachmann baute das Familienunternehmen, das er in der dritten Generation führte, alle paar Jahre weiter aus. Neue Fachgeschäfte in und um Luzern, die Inbetriebnahme der Produk-

tion im Tribschenquartier sowie die Schoggi-Boutique «Au cœur fou» und ein Café kamen dazu. Dazwischen sorgte er mit überraschenden Coups immer wieder für Aufsehen. Etwa mit einer Riesentorte, einem Riesenlebkuchenhaus (beides brachte einen Eintrag ins Guinness-Buch) sowie einer rekordträchtigen Riesencrèmeschnitte, die an einem Muttertag auf dem Rathaussteg für grosses Staunen und Schlemmen sorgte.

Den Namen im Gespräch zu halten und mit Positivem zu verknüpfen, das gelingt auch der vierten Generation Bachmann immer wieder: mit weiteren Fachgeschäften – das jüngste wird nächstes Jahr an der Zürcher Bahnhofstrasse eröffnet – oder etwa der im vergangenen Jahr eingeweihten «Flowing Chocolate

Der eine wirkt in der Backstube, der andere hat die Zahlen im Griff: Raphael (links) und Matthias Bachmann führen das Familienunternehmen heute in der vierten Generation.
Bilder: PD



Wall» im Geschäft am Schwanenplatz, die von Tausenden Touristen bewundert und von der in- und ausländischen Konkurrenz gern auch zu kopieren versucht wird. Auch das ein Zeichen von Erfolg.

Erfolg verpflichtet

Die Verführung, auf seinen Lorbeeren sitzen zu bleiben, wäre süß. Doch die Bachmanns haben von ihren Eltern auch diese Lektion mit auf den Weg bekommen: Erfolg verpflichtet. «Sie vermittelten uns nebst der Freude am Beruf auch die Dankbarkeit, selbstständig zu sein. Und sie lebten uns den wertschätzenden Umgang nicht nur mit Kunden, sondern auch mit den Mitarbeitenden jeden Tag aufs Neue vor.» Darin liegt wohl auch

der Grund, warum im Unternehmen, das inzwischen bald 500 Mitarbeiter zählt, viele schon 20 und mehr Jahre dabei sind. Dass die Bachmann-Brüder ihr Metier von der Pike auf gelernt haben und auch im Ausland ihre Erfahrungen sammeln konnten, kommt den beiden Chefs zugute. «Wir kennen die Produktionsschritte aus dem Effeff, und wir sind nahe am Geschehen», so die beiden Brüder einstimmig.

Brüderliche Bande

Matthias und Raphael Bachmann sind, was man als «ein Herz und eine Seele» bezeichnet – ein unzertrennliches Brüderpaar seit Kindesbeinen an. Auch das beeinflusst wohl das gute Betriebsklima, das man als Besucher auf dem Rundgang durch die Produktionsstätten im Tribschen wahrnimmt. «Es mag kitschig klingen», sagt Matthias, «aber in den zwanzig Jahren, in denen wir zusammenarbeiten, gab es nie Rivalitäten zwischen uns. Ich gönne meinem Bruder mehr als mir selbst, und ich weiss, dass er umgekehrt genauso empfindet.»

Das solle aber nicht heissen, dass die beiden nicht auch um Entscheide ringen und für eine Sache hart kämpfen würden. «In der Familie wie auch in einem wachsenden Unternehmen ist es zentral, sich einzuordnen und – wenn es der Sache dient – sich auch unterzuordnen», findet Raphael und ergänzt: «Toleranz, Respekt und bedingungsloses Vertrauen sind der Grundstein für eine solche Bruderliebe.» Konflikte werden bei den Bachmanns in der Familie und in der Firma, in deren Geschäftsleitung auch Raphaels Ehefrau Juliane Bachmann sitzt, nach bewährtem Rezept gelöst: sachlich bleiben, nicht nachtragend sein, nach vorne blicken. Und: «Man muss auch einmal sorry sagen können!»

Wer so eng und so häufig zusammenarbeitet, muss hin und wieder auch Abstand voneinander nehmen. Doch die Bachmanns sind Familienmenschen durch und durch, da fällt es wohl tatsächlich schwer, eine Linie zwischen Arbeit und Familie zu ziehen. «Wir fühlen uns zusammen am wohlsten», so das Motto. Die einzige Massnahme, die etwas zur Distanz zwischen den beiden Brüdern beitrage, sei der Wohnort: Der eine lebt mit seiner Familie auf der linken See- seite, der andere auf der rechten in der Stadt Luzern. Einen gewissen Ausgleich zum Beruf finden die beiden Patrons immerhin im Ausdauersport: Sie sind erfahrene Marathonläufer. Zeit für andere Tätigkeiten bleibt den Bachmanns allerdings kaum, denn «unser grösstes Hobby ist gleichzeitig unser Beruf».

Die rosarote Zukunft

Die fünfte Generation des Familienunternehmens steckt buchstäblich noch in den Kinderschuhen. Denken die beiden Väter schon an eine Nachfolge- regelung? «Ich erwarte nicht, dass meine beiden Söhne in die Firma einsteigen», sagt Raphael Bachmann. «Aber es ist mir wichtig, dass sie verstehen, was ich tue und warum. Ausserdem möchte ich ihnen vermitteln, dass man im Leben Visionen haben muss und dafür stetig hart arbeiten sollte.»

Für Matthias Bachmann sei das Wichtigste, seinen drei Kindern eine unbeschwertere Kindheit zu schenken, wie auch sein Bruder und er sie hatten. «Sie sollen ihr Lebensglück in ihrer persönlichen Entfaltung finden – was immer sie auch einmal werden.» Auch wenn es also noch zu früh ist, um Nachfolgefragen zu klären: Die rosarote Haube tragen die fünf jüngsten Bachmanns jedenfalls schon heute mit Stolz auf dem Haupt, wie im Familienalbum zu sehen ist.



Illustration: Oliver Marx

Durch die rosarote Brille geschaut

Zum Weitererzählen Familienunternehmen wie die Confiserie Bachmann sind eine Welt voller Anekdoten, die man sich wie das Brotkörbchen gerne weiterreicht.

So wird man ein Wahrzeichen

Etwas Geheimniskrämerei hat noch keiner Marke geschadet, im Gegenteil: So macht man sie noch interessanter. Ein Beispiel dafür aus dem Bachmann-Universum ist der Wasserturmstein, übrigens auch eine eingetragene Schutzmarke. Sein Rezept ist so geheim, dass die Herstellung hinter verschlossenen Türen abläuft. Nach draussen gedrungen ist bisher Folgendes: Es ist eine handgefertigte Spezialität mit Kirschwasserfüllung oder Baileys, zartem Biscuit und Gianduja sowie Schokolade. Kein Wunder, läuft vielen beim Blick des Luzerner Wasserturms in der Reuss bereits das Wasser im Munde zusammen.

Alles im Fluss, auch die Schokolade

Aus den Empfangshallen von Hotels und Banken kennt man fließende Wasserwände, aber Schokolade, die kontinuierlich über eine Wand fliesst, gibt es nur im Bachmann'schen Geschäft am Schwanenplatz. Dort gleiten 750 Kilogramm Schokolade in einem Kreislaufsystem über die Wand. Neudeutsch: «Flowing Chocolate Wall». Das süsse Spektakel wird «beschützt» von mehreren Schutzengeli. Mittlerweile wird die Attraktion auf Social-Media-Kanälen rund um die Welt geteilt, und auf der Plattform Tripadvisor ist die Wand als eines der Luzerner Highlights gelistet. Wichtiges Detail: Die Schokoladenmasse besteht aus nicht essbaren Kakaoextrakten, die für Dekorationszwecke verwendet werden.

Gut kopiert Japanischer Back-Mann

Da staunte die Familie Bachmann nicht schlecht: In der Nähe von Tokio gibt es ein Geschäft, das nahezu rosarot-gleich aussieht wie das Original in Luzern inklusive Wasserturm im Firmenlogo. Dahinter steht ein «Wissensklau» der besonderen Art mit freundlicher Genehmigung der Bachmanns. Ein japanischer

Geschäftsmann lernte an der Bäckereifachschule Richemont die Rezepturen kennen, den Rest schaute er sich vor Ort in Luzern ab. Die Bachmanns nahmen die «Raubkopie» mit Humor. «Ihre» Filiale in Japan haben die Brüder längst besucht und gleich mal in der Backstube Hand angelegt.

Weltmeisterlich Mit Süßem trainiert

Selbst eine Weltmeisterin gehört zur Familie. Juliane Bachmann-Wölke gewann 1999 als erste Frau die Weltmeisterschaft der Konditoren und Chocolatiers. Damals startete sie noch für das Team Deutschland. Als Vorbereitung hatte sie monatelang trainiert und mit den Zutaten experimentiert, um das perfekte Werk zu

kreieren. Mit Erfolg. Längst aber ist die Schweiz ihre Heimat. Die Ehefrau von Raphael Bachmann ist als Mitglied der Geschäftsleitung zuständig für das Produktmanagement und die Sortimentsentwicklung. Die hohe Qualität zu halten, ist für Juliane Bachmann bis heute die grösste Freude an ihrem Beruf.

Recycling Aus Brot wird Bier

Zusammen mit dem Verein «United Against Waste» hat die Confiserie Bachmann ein interessantes Testprojekt lanciert: Aus trockenem Brot wird in einer Schweizer Brauerei Bier ge-

macht. Wie das gehen soll? Nach der Zerkrümelung und Röstung des Brotes wird es mit Gerste, Hopfen und Hefe angereichert. Nachhaltigkeit, die schmeckt. Prost.

Brot-Doping für Läufer

Was machen zwei Confiserie-Inhaber, die auch Marathonläufer sind? Man ahnt es: Sie entwickeln ein Marathon-Brot. Das von Matthias Bachmann entwickelte Brot (Marathon-Pain-Paillasse) ist leicht verdaulich und mit Trockenfrüchten angereichert. Ausserdem

enthält es Haselnüsse, die gute Vitamin- und Mineralstofflieferanten sind. Gleich vier Geschäftsleitungsmitglieder stehen beim Swiss City Marathon in Luzern jährlich am Start. Neben den Brüdern laufen auch Jacqueline Di Marco und Daniel Weber die Langstrecke.

So viel und gut Zahlen, bitte!

65 Tonnen Schokolade werden in der Produktionsstätte im Tribtschen jährlich verarbeitet. Unter anderem wird sie auch verwendet für die über 30 Pralinesorten, die jeweils frisch hergestellt werden. Bachmann tanzt ja auf vielen Hochzeiten, und das sogar mehr als einmal täglich im Durchschnitt: 380 Hochzeitstorten kreiert die Confiserie jährlich.

Schnellschmecker Essen per Velo

Auf den Strassen Luzerns braucht man manchmal Geduld oder einen Velokurier. Er bringt nicht nur eilige Unterlagen, sondern auch ein feines Zmittag. Morgens online bestellte Ware (Salate, Suppen und kleine Menüs) liefert der Velokurier zu den Kunden, ob am See, im Büro oder zu Hause.

Positive Energie dank Feng-Shui

Die Asiaten kopieren ja gerne. Umgekehrt kommt aber auch vor. Die Bachmann-Brüder haben sich von Feng-Shui inspirieren lassen. Seit Jahren werden sämtliche Geschäfte nach dem Feng-Shui-Prinzip gestaltet, um die positive Energie in den Räumen zu stärken und bei den Kunden und den Mitarbeitenden ein Wohlgefühl auszulösen.



Bilder: Eveline Beerkircher

« Ich mag die Abwechslung in meinem Beruf und den Umgang mit Menschen. Den Überblick zu bewahren und nicht gestresst zu sein, ist eine Herausforderung.»

Andrea Fernandes ist seit drei Jahren Assistentin der Verkaufsleitung. Ihr Lieblingsprodukt ist der Apfelstrudel.

Fascht e Familie

Köpfe und Hände Viele verschiedene Menschen und Berufe gibt es bei der Confiserie Bachmann. In die Aus- und Weiterbildung wird investiert.

Die Confiserie Bachmann gehört zu den grössten Arbeitgebern in der Backbranche. Derzeit sind es 478 Mitarbeitende, die täglich für eine hohe Qualität der Produkte sorgen. Wie alle Handwerksunternehmen

ist Bachmann auf gut ausgebildete Fachleute angewiesen. Auch deshalb engagiert man sich in der Ausbildung, so gibt es beispielsweise derzeit 48 junge Auszubildende im Betrieb. Die ganze Belegschaft

ist so etwas wie eine erweiterte Grossfamilie. Hier haben unterschiedliche Charaktere und ihr Können sowie verschiedene Nationen ihren Platz. Wir haben einige von ihnen über ihre Arbeit befragt.



« Der Wasserturmstein ist ein komplexes Produkt. Umso anspruchsvoller ist es, die hohe Qualität zu halten. Mit Schokolade muss man exakt arbeiten, das macht mir immer noch viel Freude, und mein Job ist kreativ.»

Irène Duss ist Konditorin-Confiseurin und seit 21 Jahren im Unternehmen. Der Wasserturmstein ist immer noch ihr Lieblingsprodukt.



« Das Beste ist, dass ich jeden Tag etwas Neues hinzulerne. Ständig kommen neue Technologien auf den Markt. Diese in unserem Betrieb sinnvoll einzusetzen, ist meine Aufgabe und zugleich meine Herausforderung.»

Mirzet Vuckic ist seit vier Jahren Leiter Technik. Soll er einen Favoriten aus dem Bachmann-Sortiment nennen, dann sind es die Macarons.



« Ich liebe es, Torten zu garnieren. Mein Beruf gibt mir die Möglichkeit, jeden Tag kreativ zu sein. Mir gefällt es, ausgefallene Kundenwünsche umzusetzen. Das ist zwar oft anspruchsvoll, aber gleichzeitig spornt es mich an, das makellose Produkt zu schaffen.»

Karin Brunner, gelernte Konditorin-Confiseurin, ist seit fünf Jahren bei Bachmann. Ihr Lieblingsprodukt ist ganz zart – das Schutzengeli.



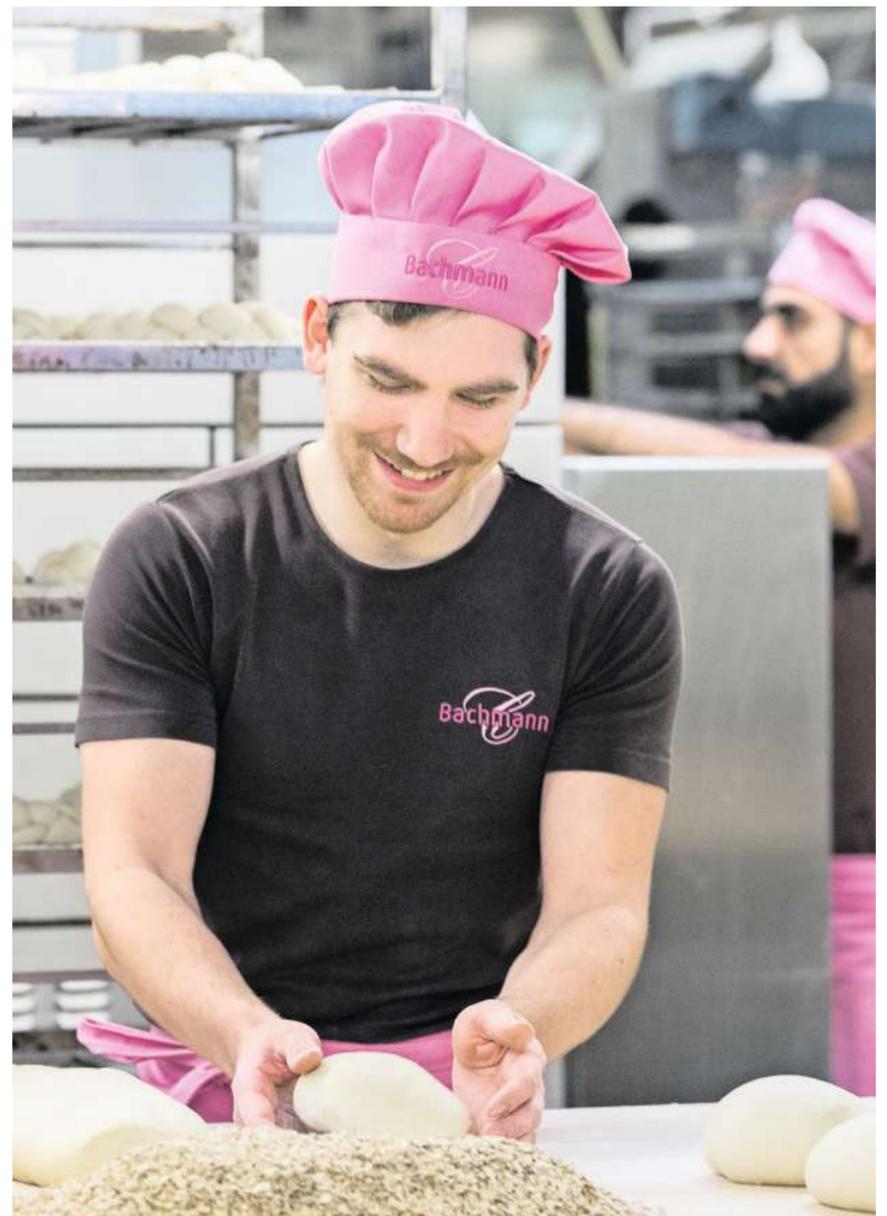
« Alles muss bei uns möglichst reibungslos funktionieren und am richtigen Ort sein. Mir macht das Freude.»

Edmond N'Tiamoah ist Speditionsleiter und seit sieben Jahren bei Bachmann. Nicht missen möchte er das helle Paillasse-Brot.



« Ich habe einen Schoggi-Job! Denn er ist abwechslungsreich. Ich bin in verschiedene Projekte involviert, und vor allem kann ich mit Menschen zusammenarbeiten. Neue Produkte zu entwickeln, ist eine spannende Sache. Der grösste Anspruch besteht darin, die Qualität konstant auf hohem Niveau zu halten.»

Carsten Rindom ist Leiter Qualitätsmanagement und bereits 18 Jahre im Unternehmen. Am liebsten greift er beim Bio-Schlaumeier-Brot zu.



« Ich arbeite unheimlich gerne mit Lebensmitteln. Eine qualitativ hochwertige Ernährung ist nicht nur vom Geschmack und vom Aussehen abhängig, sondern auch von den verwendeten Inhaltsstoffen. Darauf achte ich – und das nicht nur, weil es meine tägliche Aufgabe ist.»

Jan-Philipp Schwarz ist seit mehr als einem Jahr stellvertretender Produktionsleiter und arbeitet auch im Qualitätsmanagement. Am liebsten isst er das Bachme-Rogge-Brot.

Aufgeschnappt Gut belegt

Es ist ja so: Kaum beschäftigt man sich mit einem Thema oder einer Person, taucht es oder sie überall auf. Plant man beispielsweise Ferien in Indien, findet man plötzlich nur noch beunruhigende Nachrichten über das Land, oder ist man in einen Hugo oder eine Yvonne verliebt, begegnen einem dauernd deren Namensvetter. In unserem Fall sind es also die Bachmanns. Kaum sitzt man im Zug, wird die Luzerner Confiserie zum Gesprächsthema – von Zürcherinnen.

Man kann ja nicht anders als lauschen. «Ich hätte mehr Brot kaufen sollen», sagt die eine Frau, Typ Dozentin mit Familie und Eigenheim. Die Jüngere erweist sich als Luzerner-Insiderin. «Das nächste Mal gehen wir zu Bachmann, die haben das beste Brot, das ich kenne. Innen leicht feucht, aussen mit schöner Kruste. So etwas findest du in Zürich nirgendwo, nicht mal auf dem Markt.» Die Ältere murmelt: «Hm, habe ich gar nicht gesehen.» Man fragt sich insgeheim, ob die Frau rosa-blind ist. «Kann nicht sein. Bachmann gibt es mehrmals in Luzern. Als ich noch hier studiert habe, habe ich mich stets auf die Brote und die feinen Salate gefreut.»

Jetzt wird's ein Werbespot, denkt man. Tatsächlich trägt die junge Frau noch eine Schicht Lob auf und fügt hinzu, dass ein Grossverteiler versuche, die trendigen und gesunden Salate zu kopieren – «allerdings kommen die nicht ans Original ran». Wir nennen hier keine Namen von Gescholtenen, verraten den Zürchern aber: Bachmann gibt's bald auch bei euch. (she)

BON

Vier Franken Rabatt auf 8er-Schutzengeli



Eine Packung
8er-Schutzengeli für
Fr. 8.70 statt Fr. 12.70.

Dieser Jubiläumsbon ist
gültig bis am 31. 1. 2018.

Jubiläumsbon ist nicht kumulierbar.
Angebot täglich so lange vorhanden.
Pro Einkauf, Person und Tag ein
Gutschein einlösbar in allen Confiserie-Bachmann-Fachgeschäften.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.
Öffnungszeiten siehe:
www.confiserie.ch/standorte



Impressum

Sonderbeilage der «Luzerner Zeitung» vom 24. November 2017 im Auftrag von Confiserie Bachmann AG, Luzern.

Herausgeberin: Luzerner Zeitung AG, Malihofstrasse 76, 6002 Luzern, Doris Russi Schurter, Präsidentin des Verwaltungsrates.

Verlag: Jürg Weber, Leiter NZZ-Regionalmedien, Bettina Schibill, Leiterin Lesermarkt, Stefan Bai, Leiter Werbemarkt, NZZ Media Solutions AG, Malihofstrasse 76, 6002 Luzern, Tel. 041 429 52 52, verlag@lzmedien.ch

Konzeption und Redaktion: Susanna Heim, Antonio Russo.

Bild und Grafik: Eveline Beerkircher, Dominik Wunderli (Fotos); Oliver Marx (Illustration); Lene Horn (Bildredaktion)

Layout: Sven Gallinelli

Technische Herstellung: LZ Print/Luzerner Zeitung AG

Haltestelle im Alltagsfluss

Café-Kultur Mit «La vie en rose» hat die Confiserie Bachmann das Konzept des Cafés als eines wandelbaren Ortes realisiert. Ein Treffpunkt für Morgen- und Nachtmenschen.



Ein Ort zum Verweilen, Geniessen, Reden, Lesen, Schauen – das Café ist eine Institution mit hohem Unterhaltungs- und Entspannungswert.

Bild: Dominik Wunderli

Susanna Heim

Es gibt nicht viele Orte, an denen sich das Alleinsein so behaglich anfühlt wie im Café. Das ist womöglich auch der Grund, warum viele Menschen trotz dem Becher-zum-Weglaufen noch immer lieber auf einem Stuhl sitzen und aus einer Tasse trinken. Natürlich ist das Café nicht nur eine Wohlfühlinsel für Einzeltäter, sondern wird auch von all jenen geschätzt, die Berufliches besprechen, Hausaufgaben machen oder ungestört in den Schicksalen der Prominenten blättern wollen. Den Wienern sagt man nach, dass sie für jeden Zweck ein eigenes Kaffeehaus haben. Eines für die ungestörten Verhandlungen, eines für die Kuchenlust, eines für das heimliche Rendezvous, eines fürs Arbeiten und eines für das Einfach-nur-Sein.

Um diese Auswahl kann man sie hierzulande beneiden. Auf der kulinarischen Landkarte der Schweiz ist noch viel Platz für neue Interpretationen der Cafékultur. Das war auch ein Grund für die Confiserie Bachmann, 2015 gegenüber der Kantonalbank in Luzern ihr erstes Café mit Bedienung zu eröffnen. Der Name war aus farbtechnisch naheliegenden Gründen schnell gefunden: «La vie en rose». Um einiges länger hat man an einem Konzept für das Café herumgedacht. Man wollte, so erklärt es Raphael Bachmann, ein Lokal entwerfen, das je nach Tageszeit wandelbar ist. Am Morgen eine Kaffeebar, über Mittag ein Restaurant, am Nachmittag ein Traditionscafé und am Abend eine Apéro-Bar.

Architektonisch hält sich «La vie en rose» alles offen: Es bietet eine Kulisse für den Jogginganzug wie fürs Abendkleid. Tatsächlich ist nicht nur das Ambiente dank der vielen Lichtelemente höchst wandelbar, es sind je nach Tageszeit andere Gäste, die im «La vie» Platz



Im «La vie» fühlen sich Gäste jeden Alters wohl.

Bild: Eveline Beerkircher

nehmen. Am Morgen drängen sich die Mitarbeiter der umliegenden Banken und Geschäfte auf einen schnellen Wachmacher an der Theke, zwischen 9 und 10 Uhr kommen dann die Latte-Macchiato-Mütter und die Menschen,

Und manchmal setzt sich an einem ruhigen Nachmittag plötzlich die Welt neben einen.

die nicht mehr den Zwängen eines Arbeitsalltags unterliegen, um schliesslich gegen Mittag von jenen abgelöst zu werden, die die Pause für eine schnelle und schmackhafte Verpflegung nutzen.

Nach 14 Uhr ist es, als würden die dicken Steinmauern aufseufzen, das Vibrierende lässt nach. Es kehrt eine entspannte Gelassenheit ein. Jetzt erweist sich der Müsiggang im Café als eine Alternative zur Yogastunde. Es ist die Zeit, in der sich jene niederlassen, die sich der Zeitungslektüre noch mit Hingabe widmen können und wollen. An einem dieser ruhigen Nachmittage fällt uns eine Dame besonders auf. Nicht wegen des samtigen Reifs, den sie im schulterlangen grauen Haar trägt, sondern weil sie die Fähigkeit hat, ein Vermicelles zu geniessen, ganz ohne Ablenkungszwang. Sie scheint nicht einmal der Musik von «Radio Jazz» zuzuhören. So selbstversunken im Genuss zu sein, ist pure Entspannung. Und manchmal setzt

sich plötzlich ganz unvermittelt die Welt neben einen. An diesem sonnigen Dienstagnachmittag sind es vier indische Geschäftsleute, die tatsächlich ein Verkaufsgespräch über in Indien hergestellte Schokolade führen. Es scheint ihnen nicht bewusst zu sein, dass sie dies ausgerechnet in einer Luzerner Schokoladen-Institution tun. Letztlich liegt ja das Spannende am Sitzen im Café darin, dass man vom Leben der anderen gestreift wird – ob man will oder nicht. Dies wirft die wichtige Frage auf: Wo sitzt man denn hier am besten?

Eine Bühne, auf der die Figuren auf- und abtreten

Ein Kollege, zu dessen Samstagsritual es gehört, über den Markt zu schlendern und danach im «La vie» Zeitungen zu lesen, sitzt am liebsten im hinteren Teil des Cafés. «Das hat etwas von einem intimen Rückzugsort», meint er, der nicht nur wegen der Gipfeli kommt, sondern auch «weil es dort viele Zeitschriften und Gratis-WLAN hat». Ein Café ist stets auch eine Bühne, auf der die Figuren auf- und abtreten. Wer diesem Schauspiel folgen will, setzt sich am besten an die Fensterfront mit freiem Blick ins Rauminnere oder an die Steinwand unter dem grossen Bilderrahmen.

Nicht daheim und doch zu Hause – so hat einmal einer den Grund erklärt, warum die Menschen ins Café gehen. Zwei Jahre nach der Eröffnung hat auch «La vie en rose» seine Stammgäste. Man erkennt sie daran, dass sie nicht aufschrecken, wenn um 9, 12, 15 und 19 Uhr jeweils die «Klanglampe» erklingt, eine Konstruktion aus Leuchter und Orgelpfeifen. An der nahe gelegenen Kantonalbank halten dreizehn Buslinien. Im «La vie en rose» kann man hingegen den Tagesfahrplan unterbrechen und für kurze Zeit aus dem Alltagsfluss aussteigen.