

pistorama



CONFISERIE AL PORTO SA, TICINO

Wie eine Marke Vertrauen schafft

FELD-BECK UND LIVE-BECK, WÄDENSWIL

Live backen vor Kunden

CONFISERIE AL PORTO SA, TICINO

Wie eine Marke Vertrauen schafft

Von der Alpenrepublik ins Tessin

Anton Froschauer kam als junger Gastronom – er ist gelernter Koch und Kellner – von Österreich in die Süd-schweiz und arbeitete vorerst in einem renommierten Hotel in Ascona. Bereits mit 30 Jahren nahm der junge Österreicher mit einer gesunden Portion Weitsicht sowie grossem Elan die Chance wahr, eine Karriere als Unternehmer zu starten: Gemeinsam mit geeigneten Partnern übernahm er die Tessiner Confiserie Al Porto.

Qualität und Tradition

Die Confiserie Al Porto machte zwar einen etwas veralteten Eindruck, genoss jedoch schon damals ein gutes

Image für traditionelle Spezialitäten von grosser Qualität. Mit dem Glauben an die Zukunft des Betriebs startete er vorerst mit den drei bestehenden Verkaufsstellen in der Umgebung Locarno-Ascona sowie dem Produktionsbetrieb in der Locarner Altstadt.

Premium-Produkte

Von Beginn weg war für Anton Froschauer klar, dass sich ein Preisduell mit dem Detailhandel nicht lohnt. Deswegen setzte er von Anfang an auf eine Premium-Strategie. Das Resultat sind unverwechselbare Produkte von überaus hoher Qualität, mit besonderen Geschmacksrichtungen sowie harmonisierenden Farben und Formen, die ihren Preis wert sind. «Bei uns steht das Produkt ganz klar im Vordergrund», pointiert er leidenschaftlich.

«Al-Porto»-Produktion

Die Backstube in der Altstadt von Locarno war bald zu klein. Die gesamte Produktion inklusive Administration wurde nach Tenero verlegt. Seit

2008 werden nun dort auf grosszügiger Fläche während 365 Tagen im Jahr sämtliche Produkte durch knapp 30 Mitarbeitende gefertigt, mit Liebe zum Detail verpackt und an die Verkaufsstellen geliefert.

Panettoni

Eine besondere Spezialität sind die Panettoni. Die Herstellung des luftigen Gebäcks benötigt enormes Fingerspitzengefühl und wird traditionell von Hand und mit «lievito madre» (Mutterhefe) hergestellt. Diese

ANTON FROSCHAUER

«The product is the hero»

benötigt besonders viel Pflege. Die Confiserie Al Porto hat es geschafft, aus dem ursprünglichen Weihnachtsg Gebäck ein Ganzjahresprodukt zu machen. So gehört unter anderem die beliebte Kreation «La Ciliegia» mit leicht kandierten Kirschen, welche 2013 mit dem ersten Preis am internationalen «Art & Pastry Festival» in

Kontakt

al Porto

locarno ascona lugano

Confiserie Al Porto SA

Via del Sole 1 | 6598 Tenero

Web: www.alporto.ch





Lugano ausgezeichnet wurde, zu den Panettone-Kreationen, ebenso wie «La Castagna», die saisonale Herbstvariante exklusiv mit Marronglacés.

Traditionsfarbe Rot

Nebst der Profilierung durch die Produktqualität war es Anton Froschauer wichtig, ein einheitliches Erscheinungsbild aufzubauen. Früh beauftragte er eine professionelle Agentur mit der Entwicklung eines passenden Corporate Design. Gleichzeitig brachte er die Confiserie durch eine Nacht-und-Nebel-Aktion zurück ins Gespräch: «Auf einen Schlag stellten wir alle Geschäfte wieder auf die Traditionsfarbe Rot um», erzählt er. Spätestens jetzt war klar, dass frisches Leben in die Confiserie eingekehrt war.

Genuss beim Flanieren

Bald schon folgte die Eröffnung eines mobilen Verkaufsstandes in der Einkaufspassage von Locarno. «Al Porto entrata Globus», unter den bekannten «Portici» (Arkaden), gleich beim Eingang zum Warenhaus.

Pikante Snacks und Sandwiches sowie knusprige Brote und verführerische Patisserie oder praktische Mitbringsel sorgen für Entspannung auf einer anstrengenden Shoppingtour. Zudem wirkt die warme Ausleuchtung der Waren extrem anziehend – Widerstand ist daher zwecklos.

«Al Porto» als Marke

Das auffällige Marketingkonzept in weisser Schrift auf rotem Hintergrund präsentiert die Marke «Al Porto» optimal. Die Werbeplakate beispielsweise ziehen Blicke an: Die Bilder der Spezialitäten im oberen Bereich werden durch die Marke unterhalb perfekt in Szene gesetzt. Ebenso auffällig sind die roten Lieferwagen mit schlichtem «Al-Porto»-Brand in Weiss. «Wir spüren ein grosses Vertrauen seitens der Kunden in die Marke «Al Porto», verbunden mit hohen Erwartungen an die Produktqualität», erklärt Anton Froschauer stolz und ergänzt sogleich: «Es ist eine sehr anspruchsvolle, aber schöne Aufgabe für uns, dies immer wieder von neuem zu beweisen.»



Edle Verpackungslinie

Das Farbkonzept wird auch bei der hochwertigen Verpackungslinie weitergezogen. Weiss auf Rot, ergänzt durch die edle Confiserie-Linie, in Weiss mit goldener Brand, für schokoladige Genüsse. Das attraktive Gesamtbild ist beim Flanieren unter

Ausstellungsfläche. Die vielfältige Auslage mit grosser Brotauswahl, köstlicher Patisserie, Hochzeitstortenmodellen sowie umfangreicher Geschenkkollektion kommt hervorragend zur Geltung. Das Sortiment wird mit einem kleinen Lebensmittelangebot für Frühstücks- und Zwi-

schenverpflegung sowie der neuen Gourmet-Linie mit hausgemachter Pasta und Sauce sowie Grissini und Nüssen ideal ergänzt. Ausserdem wissen die Kunden

ANTON FROSCHAUER

«Tessiner lieben das Parken direkt vor dem Eingang zum Laden!»

den «Portici Locarnesi» schon von weitem sichtbar. Die Formen der Schachteln und Tüten sind grundsätzlich unaufdringlich, sorgen aber dank dem starken Farbkontrast zweifellos für Wiedererkennung. Ein ebenso guter Werbeträger sind die Tragtaschen: Auffallend ist wie viele rote «Al-Porto»-Taschen durch die Gassen von Locarno und Lugano getragen werden...

den die Parkplätze unmittelbar vor dem Geschäft besonders zu schätzen. Auch die zweite Filiale in Ascona, «Al Porto Piazza Ascona», ist ein Bijou: Direkt an der berühmten Piazza gelegen, ist sie nicht nur bei Touristen beliebt, sondern sorgt bei allen Gästen für Urlaubsstimmung.

Das Juwel

Anfangs als winziger Quartierladen geführt, wurde die Filiale «Al Porto Ascona» alsbald einem Aus- und Umbau unterzogen. Seither präsentiert sich die zweitstärkste Verkaufsstelle elegant mit zentraler Theke, umgeben von einer grosszügig gestalteten

Zwei Cafés in unmittelbarer Nähe

Von den drei Filialen in Locarno liegen zwei nur unweit voneinander entfernt. Ein gänzlich anderer Auftritt der beiden Cafés verhindert interne Konkurrenz und ermöglicht, verschiedene Kundengruppen anzusprechen. Das Warenangebot wird zwar auf die Kundenbedürfnisse der



jeweiligen Läden abgestimmt, ohne jedoch die Premium-Strategie ausser Acht zu lassen: Die Produkte zeigen es deutlich, sie sind überall von identisch hoher Qualität. Die starke Differenzierung der Standorte erlaubt zudem eine teilweise anders gestaltete Preisstruktur. Allerdings mit dem Nachteil, dass nicht alle Zielgruppen angesprochen werden können und die Zahl möglicher Filialstandorte begrenzt wird. In Locarno und Ascona sind die Möglichkeiten schon seit Jahren praktisch ausgereizt.

Wo Geschichte geschrieben wurde

Ein triftiger Grund, um neue Wege einzuschlagen. So expandierte Anton Froschauer im Jahre 2000 mit dem Grand-Café-Konzept südwärts nach Lugano. Anstelle einer klassischen «Al-Porto»-Filiale übernahm er den berühmten «Salotto» (Salon) von Lugano. Ein geschichtsträchtiges Restaurant mit historischen Räumlichkeiten, in denen bereits viele berühmte Persönlichkeiten empfangen wurden.

Stilvoll und exquisit

Die attraktive Präsentation der «Al-Porto»-Köstlichkeiten aus Bäckerei, Konditorei und Coniserie im stilvollen Ambiente des «Ristorante Grand Café Al Porto» besticht ebenso wie die lukullischen Gerichte des Küchenchefs. Wo früher geheime diplomatische Treffen abgehalten wurden, werden heute wichtige Ereignisse gefeiert, Business-Lunches abgehalten oder man trifft sich einfach so unter Freunden.

Trotz viel Skepsis seitens der Konkurrenz ist die von den Gästen so geschätzte Atmosphäre voller Kultur und Geschichte im dezent renovierten «Ristorante Grand Café Al Porto» wieder aufgelebt. Und die Marke «Al Porto» hat sich auch in Lugano erfolgreich etabliert.



«Al Porto Café Lago»

Ein einzigartiges Erlebnis

- Für Geniesser und Feriengäste
- Café mit Terrasse in edlem, einzigartigem Ambiente
- Das gewisse Extra mit wunderschöner Aussicht auf die Seepromenade
- Aufmerksamer, kompetenter Service
- Angebot: Patisserie (Mousses, Tartelletes, Cakes etc.), Glace-Spezialitäten (aus hausgemachten Gelati), Frühstücke, Salate, Suppen und «Mezze Folie» (kleine Menüs im Snackbereich)

Spezielles

- Im Jahr 2010 eröffnet
- Abends längere Öffnungszeiten – im Hochsommer bis 22 Uhr
- Beliebt für «dolce far niente»

«Al Porto Piazza Stazione»

Wo man sich trifft

- Treffpunkt beim Bahnhof
- Begegnungszone – ein stetes Kommen und Gehen
- Bar, die zum Verweilen einlädt
- Kunden aller Art: Reisende, Schüler/Studenten, Geschäftsleute, Touristen, Pensionäre, Arbeiter etc.
- Sortiment: Take-away-Artikel wie Sandwiches, Quiches, Salate, Bircher-müesli und Patisserie sowie Süssgebäck/Viennoiseries
- Im Café: Genuss aus der Ladenvitrine

Spezielles

- Bewährt seit 40 Jahren
- Die Schaufensterauslage ist unwiderstehlich
- Vielseitige Auswahl an Brioches, gefüllt und ungefüllt
- Stärkste «Al-Porto»-Verkaufsstelle trotz kleinster Verkaufsfläche

