

Back Journal

9/2021
SEPTEMBER
48. Jahrgang

ZKZ 1120 / ISSN: 0940-0362

MARKTKIEKER 2021

Anton Froschauer (Al Porto), Christopher und Georg Krimhove, Max Kugel und Sonja Biggs, Tanja und Ingmar Krimmer sowie Eva-Maria und Axel Schmitt sind am 21. August mit dem Marktkieker ausgezeichnet worden.



Al Porto: Schweizer Goldstandard

Selbst für die gehobenen Verhältnisse in der **Eidgenossenschaft** schuf **Anton Froschauer** das Referenzmodell in Sachen **Qualität** und **Marketing**.



Foto: BJ / Friso Gentsch 2021

Anton Froschauer freut sich über den Preis. Er ist der erste Österreicher, der den „deutschen“ Marktkieker mit einem Betrieb aus der Schweiz gewonnen hat.

Mit Anton Froschauer ist jetzt ein Österreicher Teil der eidgenössischen Marktkieker-Familie. Und dass er am 21. August einen Marktkieker in Händen halten konnte, hat er natürlich vor allem der eigenen Leistung, allerdings auch dem Qualitäts- und Gerechtigkeitssinn seiner Schweizer Kollegen zu verdanken: „Warum hat Al Porto noch keinen Marktkieker?“ „Ihr dürft nicht vergessen, Al Porto auszuzeichnen.“ Nachdem in den letzten Jahren kein Besuch in der Schweiz ohne entsprechende Ermahnungen mehr möglich war, blieb uns kaum noch etwas anderes übrig, als Juroren in die italienische Schweiz zu entsenden. Und die beiden – Prof. Michael Kleinert und Rainer Pastätter – kamen mit leuchtenden Augen zurück. Qualitativ markiert Al Porto den Goldstandard – selbst unter den eh schon hohen Maßstäben bei den Schweizer Topbetrieben. Aber auch die anderen Teile des Jurybewertungsbogens waren voll mit Superlativen: „Perfekt“ tauchte mehrfach auf, und die Frage nach den Gründen, die gegen eine Aus-

IN KÜRZE

Confiserie Al Porto SA
Via del Sole 1
CP 276
CH-6598 Tenero
www.alporto.ch

Standorte: 6
Mitarbeiter 133

Foto, BJ / Friso Gentsch 2021



Foto, BJ / Friso Gentsch 2021



[1] Anton Froschauer war von seinen Mitarbeitern Patrizia Roder (Verkaufsleiterin) und Paolo Loraschi (Maître Créateur) nach Osnabrück begleitet worden. Al Porto gilt auch international als feine Adresse, entsprechend arbeiten Fachleute aus vielen Ländern bei ihm. [2] Preisübergabe durch die Juroren Rainer Pastätter und Prof. Michael Kleinert, die den Betrieb auch in der Schweiz besucht hatten.

zeichnung sprechen konnten, war den Auditoren nur ein „nichts“ eingefallen. Zum Premiumkonzept von Al Porto gehört, dass man die Produkte nicht im Detailhandel findet. Dafür beliefert Froschauer gerne Firmenkunden, denen er auch individuell gebrandete Produkte anbietet – eine Möglichkeit, die viele Unternehmen gerne annehmen, um ihren Kunden besondere Geschenke machen zu können. Bei den Mitarbeitern setzt Froschauer auf Erfahrung und lange Treue zum Betrieb. Für die Qualität steht hier beispielsweise, dass der Produktionsleiter Paolo Loraschi dann auch mal in der Jury bei der World Chocolate Master's in Paris ist. Welchen Wert ein eingespieltes Team gerade in der Backstube besitzt, kann man bei einem Besuch der Produktion erleben. Hektik scheint hier ein Fremdwort zu sein und dennoch stimmt trotz hohen Anteils von Handarbeit die Personaleinsatzquote. Froschauer hat gelernt, dass man hier beständig Feinarbeit leisten muss – natürlich auch beim Controlling der Filialen. Die Filialleiterinnen treffen sich regelmäßig zum Zahlenfrühstück, es wird besprochen, ob sich die Geschäfte noch im Zielkorridor bewegen. Ansonsten verfolgt man bei Al Porto schon lange die Strategie, Umsatzwachstum nicht aus dem Wachstum der Filialzahl zu generieren. Falls

Sie übrigens einen Vorwand suchen, auf Marktkieker-Besuchstour zu gehen und bei den Preisträgern dieses Jahres vorbeizuschauen, fällt das vielleicht bei Al Porto am leichtesten. Werfen Sie einfach einmal Dr. Google an und geben Sie die Suchworte „Lugano“ und „Grand Café al Porto“ ein.

Begründung der Jury. Die Confiserie Al Porto überzeugte mit Qualität auf allen Ebenen, die selbst für die gehobenen Schweizer Verhältnisse Maßstäbe setzt. Geschäftsführer Anton Froschauer ist es als vorbildlichem Arbeitgeber gelungen, ausgezeichnete Fachleute – auch international – für sein Unternehmen zu gewinnen. Hinter dem perfekten Marketing steht eine ausgefeilte Strategie. Die sozialen Medien bespielt Al Porto intensiv inklusive eines sehenswerten Instagram-Accounts, ins Konzept eingebunden sind sogar geo-lokalisierte Spots.

Dirk Waclawek

Juror Prof. Michael Kleinert:

„Al Porto ist das Paradebeispiel für ein optimal den eigenen Markt verstehendes Unternehmen.“

Foto, BJ / Friso Gentsch 2021

