

WTT  
YOUNG  
LEADER  
AWARD

**prenominated**

FHO Fachhochschule Ostschweiz



Praxisprojekt Managementkonzeption  
für die Confiserie Sprüngli AG

# Vertrieb im Raum Zürich – Innovative Lösungen für eine renommierte Confiserie

Welche Standorte in der Agglomeration Zürich (Hotspots) bieten Potenzial? Wie können Kundinnen und Kunden an diesen Hotspots erreicht werden? Diese zwei Fragen beschäftigen die Confiserie Sprüngli AG, die in letzter Zeit rückläufige Filialbesuche in der Stadt Zürich verzeichnet. Deshalb sollen neue Vertriebsideen für die Agglomeration zum Einsatz kommen.

## Confiserie Sprüngli AG

Sprüngli ist ein traditionsreiches und renommiertes Unternehmen in Zürich. Die Produktpalette reicht von Traiteur-Waren über Patisserie-Produkte bis hin zu Luxemburgerli. Alle Produkte werden aus Rohstoffen höchster Qualität und seit über 180 Jahren von Hand hergestellt. Sprüngli verkauft die Produkte in über 23 Filialen an Hochfrequenz-Lagen in der Schweiz, davon befinden sich 17 Verkaufsgeschäfte in und um Zürich.

## Methodik

Das Projektteam hat Experteninterviews geführt, Statistiken sowie Studien analysiert und 98 Arbeitnehmende in der Agglomeration Zürich persönlich befragt, um Hotspots zu eruieren. In einem nächsten Schritt wurden innovative Vertriebslösungen mithilfe von Sekundärquellen, qualitativen Interviews und Kreativitätstechniken ermittelt. Sechs theoretisch umsetzbare Ideen wurden in einer Nutzwertanalyse bewertet und zwei davon in je einem Business Case ausgearbeitet. Eine Empfehlung, welche Vertriebslösung in der Agglomeration zum Einsatz kommen soll, rundete das Projekt ab.

meration zum Einsatz kommen soll, rundete das Projekt ab.

## Ergebnisse

Als Hotspots hat das Projektteam Altstetten, Oerlikon und Opfikon eruiert. An diesen ist für Sprüngli aus der Vielzahl an ermittelten Vertriebslösungen ein Einsatz eines Take-Away-Stands und Sprüngli-Mobils denkbar. Für die beiden Lösungen sind Kundennutzen, finanzielle Aspekte, Implementierung, Risiken sowie rechtliche Rahmenbedingungen aufgezeigt und abgewogen worden. Aufgrund dieser Analyse empfiehlt die Projektgruppe die Umsetzung eines Sprüngli-Mobils. Dieser mobile Food-Truck ist flexibel an verschiedenen Standorten, zielgruppenspezifisch und mit grosser marketingtechnischer Hebelwirkung einsetzbar. Zur optimalen Auslastung kann Sprüngli zudem Events besuchen. Sprüngli kann somit Hotspots in der Agglomeration bedienen und sich mit dieser trendigen Einkaufsmöglichkeit von der Konkurrenz differenzieren.

[www.fhsg.ch/praxisprojekte](http://www.fhsg.ch/praxisprojekte)

## Projektteam (v. l. n. r.)

Rahel Fritschi, Roggwil  
Stefanie Althaus, Eschenbach  
Kevin Matanovic, Uzwil  
Ginny Postma, Algetshausen, Projektleiterin  
Julia Hobi, St. Gallenkappel

## Kundschaft

Confiserie Sprüngli AG, Zürich  
Maurice Ruckstuhl, Abteilungsleiter Firmenkunden  
[www.spruengli.ch](http://www.spruengli.ch)



Die Projektgruppe hat es geschafft, sich in kurzer Zeit in die Confiserie Sprüngli AG einzuarbeiten. Dank präziser und überlegter Analysen ist es gelungen, verschiedene Lösungsvarianten auszuarbeiten.

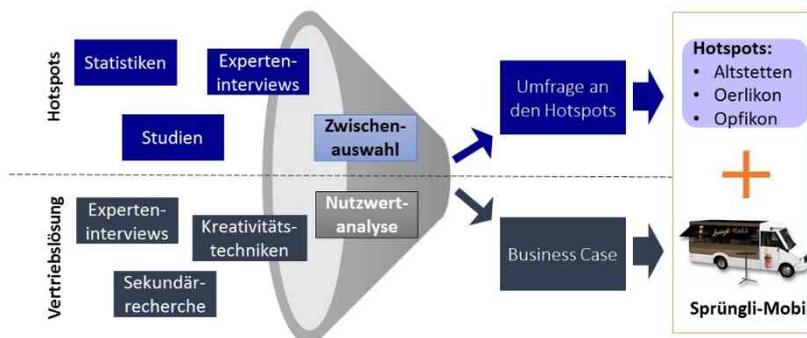
Die Zusammenarbeit sowie die Kommunikation während dieser Arbeit verliefen äusserst professionell und strukturiert. Die Ergebnisse waren und sind für unser Unternehmen sehr wertvoll und innovativ.

## Coach

FHS St.Gallen  
Rosella Toscano-Ruffilli, lic. oec. HSG



Die Projektgruppe hat mittels einer breit abgestützten Analyse Hotspots ermittelt, verschiedene Vertriebslösungen angedacht, diese bewertet und priorisiert sowie zwei detaillierte Business Cases für die von der Auftraggeberschaft präferierten Lösungen erarbeitet. Eine quantitativ umfangreiche Arbeit, die durch ihre qualitativen Eigenschaften überzeugt.



Vorgehen zur Evaluation der Hotspots und Vertriebslösungen.

Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an «Food-Truck».