

Versuchungen, soweit das Auge reicht

Das Sortiment von Sweets.ch enthält mehr als 2500 Produkte – viele davon wecken Kindheitserinnerungen

Den in Rütli ansässigen Onlineshop Sweets.ch gibt es erst seit 15 Monaten. Der Weg zu einem der grössten Onlineshops für Süssigkeiten war mit viel Arbeit verbunden – und steinig.

Sie sind unscheinbar, die Lager- und Büroflächen von Sweets.ch an der Ferrachstrasse. Man übersieht sie leicht, wenn man von der Post Richtung Restaurant Sonne fährt. Jedoch haben dort Cynthia Schwendener-Dätwyler und ihre Eltern innerhalb von 15 Monaten einen Online-Versandhandel für Süssigkeiten aufgebaut, der heute zu den grössten der Schweiz zählt.

15 Mitarbeiter sorgen dafür, dass hunderte von Bestellungen täglich abgepackt und verschickt werden, damit die Kunden diese am nächsten Tag in Empfang nehmen können. Dabei kann man über 2500 Süssigkeiten, Snacks, Schokolade und Getränke bestellen, die man bei den bekannten Detaillisten oder den offiziellen Distributoren nicht (mehr) antrifft. Somit hat Sweets.ch viele Kunden, die vor allem Süssigkeiten aus ihrer Kindheit bestellen: «Das Retro-Sortiment ist der Renner bei uns.»

Die Idee dazu entstand bei einem gemeinsamen Essen in der Familie. Damals, im Februar 2021, sei aufgrund der Massnahmen etwas Zeit für neue Gedanken vorhanden gewesen. «Wir dachten, wir sollten einen On-

line-Shop aufbauen, um meinen Vater nach seiner Pensionierung zu beschäftigen», sagt die gebürtige Rütnerin verschmitzt. Wie genau sie dann bei Süsswaren gelandet sind, wisse sie heute nicht mehr.

Überhaupt ist für Cynthia die Familie sehr wichtig. Die Firma hinter dem Shop wurde «Family Commerce AG» getauft, weil zwei Familien in drei Generationen direkt involviert sind.

Mindestbestellmengen bei Lieferanten

Cynthia gibt unumwunden zu, dass sie anfangs keine Ahnung von der Materie hatten. «Als wir die ersten Lieferanten angeschrieben hatten, wurden wir erst mal belächelt», beschreibt Cynthia die ersten Kontakte. Das habe sie aber nicht zum Aufgeben bewogen, sondern hatte einen gegenteiligen Effekt: Der Ansporn war umso grösser, mit den Lieferanten ins Geschäft zu kommen. «Dort, wo uns Steine in den Weg gelegt wurden, waren wir umso motivierter, diese aus dem Weg zu räumen.» Fleiss und Hartnäckigkeit sowie viele Arbeitsstunden seien damals vonnöten gewesen, um den Aufwand bewältigen zu können.

Doch auch nach diesem ersten Kontakt oder einem ersten Besuch war es nicht getan: bei vielen Lieferanten gibt es Mindestbestellmengen von mehreren tausend Franken. «Wenn man dann zum ersten Mal eine Bestellung mit einem doch sehr hohen Gegenwert auslöst, dann atmet man vorher doch noch mal kurz durch», so die Mutter dreier Kinder. Mittlerweile werden die Lieferungen aber täglich von mehreren Lieferanten in Rütli abgeladen.

Die Ideen für neue Produkte kommen dabei von vielen Seiten. Einerseits werden die Suchanfragen der eigenen Webseite sowie über Google gescannt, um zu sehen, was die Kunden wünschen. Andererseits machen die Kinder auf neue Süssigkeiten oder Getränke aufmerksam, die sie auf Tiktok sehen, einer bei Teenagern sehr beliebten Social-Media-Plattform. «Wir haben dabei festgestellt, dass Süssigkeiten sehr oft Hand in Hand mit aktuellen Trends und Kinofilmen gehen – und das bezieht sich nicht nur auf Kinderfilme.»

Cynthia und ihr Team haben dabei den Anspruch, das breiteste Sortiment mit dem besten Service zu verbinden. Unter anderem findet man im Shop Produkte, die zuckerfrei, vegan, vegetarisch, hallal oder kosher sind. Die Lagerung der Produkte

ist dabei besonders wichtig: «Wir kühlen unseren Lagerraum auf 17 Grad herunter, um keinen Qualitätsverlust zu haben.» Aus diesem Grund werden im Sommer Schokoladenprodukte auch aus dem Sortiment genommen, weil man die produktgerechte Lagerung im Postversand nicht garantieren könne.

Auch ungewöhnliche Kunden

Ein Onlineshop, der mitten in der Pandemie eröffnet wurde – eine weitere Herausforderung, der sich Cynthia stellen musste. Gerade auf Lieferantenseite gab und gibt es immer mal wieder Verzögerungen: «Interessanterweise waren nicht die Lebensmittel knapp, sondern viel eher die Verpackungsmaterialien.» Sie sagt aber auch, dass man online nur anbiete, was man auch an Lager habe. So kann sich der Kunde darauf verlassen, das Paket am nächsten Tag zu erhalten, wenn er bis 13 Uhr bestellt. Zu den Kunden gehören übrigens nicht nur Kinder oder junge Erwachsene, wie man vermuten könnte. Dank einer sehr analytischen Vorgehensweise weiss Cynthia, dass der durchschnittliche Kunde 34 und weiblich ist. Während den Pandemie-Massnahmen kamen aber ungeahnte Kunden hinzu: «Schulen haben bei uns Produkte bestellt, damit die Schüler nach den salzigen Corona-Spucktests mit etwas Süssem belohnt werden konnten.» Weiter bestellen Firmen Produkte als Geschenk für ihre Mitarbeiter.

Bei so vielen Versuchungen im Alltag stellt sich die Frage, wie viele Süssigkeiten Cynthia und ihre Familie essen. Ab und zu probieren müsse sie die Produkte, sagt sie mit einem Zwinkern. Es halte sich aber im Rahmen. Auch ihre Kinder würden mittlerweile eher selten zugreifen, wobei die Versuchung zu Beginn natürlich viel grösser war.

Alex Schüpbach



Cynthia Schwendener-Dätwyler



Heinz Dätwyler



Sandra Dätwyler