

Online-Shop zurzeit keine Option

Sihlquai 255
Postfach 1977, 8031 Zürich
info@sff.ch
Tel. +41 (0)44 250 70 60
Fax +41 (0)44 250 70 61

Marcel Wüest, Geschäftsleiter chämi metzg ag, Fislisbach

Eine Metzger für alle – der stationäre Laden und der direkte Kundenkontakt im Mittelpunkt des Vertriebskonzeptes

Im Umfeld des aktuellen Online-Hypes würde wohl kaum ein im Detailhandel tätiger Geschäftsmann freimütig zugeben, dass ein Online-Shop zurzeit für ihn keine Option ist und er stattdessen auf ein stationäres Ladenkonzept, den direkten persönlichen Kundenkontakt, ein gutes Angebot von höchster Qualität, Innovationen und in diesem Zusammenhang vor allem auf Freundlichkeit setzt. Der das sagt und tut, führt gemeinsam mit seinem Team eine Metzgerei, die sich über stetig wachsende Umsätze freuen kann und deren Personalbestand innerhalb von fünfzehn Jahren von neun auf neunundzwanzig Mitarbeitende gewachsen ist. Und dies in einem zunehmend schwierigeren Markt, der von Preiskämpfen geprägt ist. Ein eigentliches Patentrezept für diesen flexibel, den Umständen angepasst und nachhaltig erkämpften Erfolg, gibt es nicht. Unter dem Motto „auf dem Boden bleiben“ entwickelte Marcel Wüest, Geschäftsleiter des familiengeführten Betriebs, in den fünfzehn Jahren, seit er den Betrieb von seinen Eltern übernommen hat, ein bei der lokalen und regionalen Kundschaft hochgeschätztes Unternehmen im Herzen des in der Agglomeration von Baden gelegenen Fislisbach. Dabei konnten er und sein Team zweifellos auf den von seinen Vorgängern erarbeiteten Geschäftserfolg aufbauen. Die von ihm verfolgte Strategie sieht weder die geografische Expansion über den angestammten Betrieb hinaus noch den Produktevertrieb über einen Online-Shop vor. Gesetzt wird auf organisches, nachhaltig erzielt Wachstum und nicht auf Umsatzerweiterung um jedem Preis. Die chämi metzg soll eine Metzger für alle sein, die sich mit ihrem Angebot klar von den übrigen Anbietern abhebt. Für die wohlbetuchte Kundschaft vom Mutschellen genauso wie für die Gastronomiebetriebe und Vereine der Region sowie die Normalverbraucher, die für vernünftige Preise hochwertige Lebensmittel einkaufen möchten.

Der Betrieb, den Marcel Wüest 2003 von seinen Eltern und ihrem damaligen Partner übernommen hat, hat viel damit zu tun, wie sich die chämi metzg heute präsentiert. Eine Schlüsselfunktion kam dabei dem Totalumbau des Betriebs im Jahre 2006 zu. Damals entstand unter beachtlichem finanziellem Aufwand, den der kleine Betrieb erstmal stemmen musste, ein modernes Fleischfachgeschäft, das mit seinem breiten Sortiment an Spezialitäten eher die Anmutung eines Comestible-Geschäfts als diejenige einer Metzgerei hat. Etwas ungewöhnlich für eine Metzgerei thront inmitten des Ladens eine Insel mit einem flexiblen Angebot an Gemüsen und Früchten. Dies ganz entsprechend der Philosophie, dass der Kunde, wenn er zum Einkauf von Fleischspezialitäten in den Laden kommt, schnell und einfach auch die weiteren Zutaten für das geplante Gericht finden soll. Der Umbau machte sich bezahlt. Im renovierten Laden verdoppelte sich der Umsatz innert kurzer Zeit beinahe. Das Erfolgskonzept hat sich seit langem auch in

Fachkreisen herumgesprachen. So kommt es regelmässig vor, dass Erfa-Gruppen von Metzgerkollegen der chämi metzg ihre Aufwartung machen.

Der Verzicht auf die geografische Expansion bedeutet aber keineswegs, dass dies auch für den Produktebereich und das Serviceangebot gilt. Hier setzt man auf Innovationen und die Bearbeitung von Geschäftsfeldern mit Wachstumspotenzial. Dazu gehört das bereits vor langen Jahren von den Vorgängern aufgebaute Sortiment an Dip- und Barbecue Saucen aus eigener Produktion. Dieses konnte in den letzten Jahren stetig Zunahmen verzeichnen. Zu den Abnehmern dieser geschätzten, in Grosspackungen vertriebenen Saucenprodukte gehörten bis anhin vor allem Metzgereibetriebe. Hier ortet Marcel Wüest nach wie vor ein starkes Wachstumspotenzial, in welches investiert werden soll.

Auf der Serviceseite geht es vor allem darum, der Schnellebigkeit der Zeit Rechnung zu tragen und dem Kunden einerseits ein lustvolles, aber auch unkompliziertes und schnelles Einkaufserlebnis zu bieten. Umso bemerkenswerter ist dabei der, auch aus Platzgründen, bewusste Verzicht auf Selbstbedienung. Der persönliche und von Freundlichkeit geprägte Kontakt soll im Mittelpunkt des Einkaufserlebnisses stehen. Schnelligkeit bedingt aber auch, dass stets genügend Verkaufspersonal zur Verfügung steht. Um Engpässe zu vermeiden, kann es deshalb zu Spitzenzeiten durchaus vorkommen, dass zwölf und mehr Mitarbeitende hinter der Ladentheke stehen. Auch hier ist man flexibel und schnell, wenn es darum geht Kunden zuvorkommen und für diese unkompliziert zu bedienen und zu beraten. Zur verlangten Schnelligkeit gehört auch, dass Kunden immer kurzfristiger bestellen. Das kann bei grösseren Bestellungen für Anlässe zu einer echten Herausforderung bei der Materialbeschaffung werden. Auch in diesem Bereich ist man jedoch durch die Beziehung zu Spitzenlieferanten gut aufgestellt und bietet zudem, ungewöhnlich für einen Betrieb dieser Grössenordnung, einen Sonntagspikettdienst an.

Ein weiteres innovatives Angebot ist der sogenannte Kanalgrill. Diese schmalen langen Holzkohlengrills eignen sich bestens für Gartenpartys und ähnlich Anlässe. Solche Grills können für wenig Geld gemietet werden. Interessant ist dabei natürlich, dass im Rahmen dieses Angebots, das massgeschneiderte Angebot an Grillgut von der chämi metzg gleich mitgeliefert werden kann. Auch dieses Konzept hat sich zu einem veritablen Erfolg entwickelt.

Ein Thema, bei dem es sich lohnt, noch genauer hinzuschauen, ist der erwähnte Verzicht auf einen Online-Shop. Aufgrund seiner Erfahrungen ist Marcel Wüest entschieden der Meinung, dass eine solche Verkaufsplattform nicht zur Kundschaft der chämi metzg passt und der Philosophie des direkten Kundenkontaktes diametral entgegenlaufen würde. Dagegen setzen er und sein Team auf eine Website mit stark kulinarischer Anmutung, die täglich aktualisiert wird und mit authentischen, selbst geschossenen Bildern bestückt ist, die den Kunden eine klare Vorstellung von den angebotenen Produkten bietet. So, wie sie sind und nicht so wie sie sein sollten. So kann der Kunde stets an aktuellen Beispielen nachvollziehen, was er für sein Geld bekommt.

chämi metzg ag – Nähe zum Kunden und Freundlichkeit als Erfolgsfaktor

Badenerstrasse 2, 5442 Fislisbach, www.chaemimetzg.ch

Übernahme der bereits bestehenden Metzgerei Brunnenhof durch Guido Wüest und seine Frau Verena Wüest am 1. Oktober 1974. Umbenennung in Chämi-Metzg mit Spezialisierung in Richtung Chämi-Grill und Cheminée

Start der Partnerschaft mit Paul Kneubühler, der 1975 zum Betrieb stiess und dem Betrieb viele neue Impulse brachte. So unter anderem der Einstieg an das nach wie vor expandierende Saucengeschäft.

Umwandlung in eine Kollektivgesellschaft im Jahre 1977. 2003 verliess Paul Kneubühler das Unternehmen nach 26 Jahren erfolgreicher Partnerschaft und ebnete damit auch den Weg für einen konzeptionellen Neuanfang.

Übernahme des Betriebs und der Geschäftsleitung durch Marcel Wüest, Sohn von Guido und Verena Wüest im Jahre 2003. Umwandlung der chämi metzg in eine AG und Eintrag als Familienunternehmen ins Handelsregister.

Grundlegende Renovation des ganzen Betriebs nach modernsten Gesichtspunkten im Jahr 2006. Nach abgeschlossener Renovation präsentierte sich die „neue“ chämi metzg ag im neuen, den Erfordernissen der Zeit angepassten Kleid.

Starkes und anhaltendes Umsatzwachstum am bestehenden Geschäftssitz, welcher laufend sanft den räumlichen Erfordernissen angepasst wurde.

Das Team besteht aktuell aus insgesamt 29 Mitarbeitenden.

Im Zentrum des Verkaufskonzepts steht der stationäre Laden, der direkte und persönliche Kundenkontakt, welcher geprägt ist von Freundlichkeit, einer hervorragenden Servicequalität, Flexibilität in der Anpassung an Kundenwünsche und Schnelligkeit in der Verkaufsabwicklung (keine langen Wartezeiten). Als weiteres wichtiges Kommunikationsinstrument wird die modern und mit kulinarischem Appeal gestaltete Website eingesetzt, die täglich auf den neusten Stand gebracht hat wird.

Die Strategie sieht zurzeit keine räumliche Expansion ausserhalb der gegebenen Lokalität vor. Der Online-Verkauf über einen Webshop, welcher den strategisch wichtigen persönlichen Kundenkontakt unterminieren würde, ist aktuell keine Option.

Die angebotenen Produkte stammen nach Möglichkeit (Verfügbarkeit) aus der regionalen Umgebung. Dabei wird auf bewährte Schweizer Qualität gesetzt. Neben den Fleischprodukten beinhaltet das Sortiment viele weitere Angebote von Fisch, über Brot und Gemüse bis hin zum passenden Wein.