

Boucherie Yerly, Gubloux

## Renovierte Metzgerei bringt neuen Schwung ins Team

**Die Renovation der Boucherie Yerly hat sich nicht nur für den Geschäftsinhaber gelohnt, sondern auch für die Mitarbeiter und Kunden.**

Die Freude ist gross bei der Boucherie Yerly im freiburgischen Gubloux. Der Betrieb wurde grundlegend renoviert und erstrahlt nun in neuem Glanz. Die Umbauarbeiten des Verkaufsladens und der Produktion waren schon im Februar abgeschlossen worden, die Arbeiten an der Fassade und den Aussenanlagen Ende März. Dies möchte Geschäftsinhaber Gérard Yerly am Samstag, 4. Mai, mit einem grossen Fest feiern.

Zur Entscheidung, den Betrieb umzubauen, trugen verschiedene Faktoren bei. Zum einen waren die Räumlichkeiten der 40-jährigen Metzgerei schon etwas in die Jahre gekommen. Zum anderen wurde der Platzmangel zu einem Problem. Ausserdem denkt Gérard Yerly auch an die Zukunft. Wenn er eines Tages einen Nachfolger für sein Fleischfachgeschäft finden wolle, müsse dieses in einem Superzustand sein, sagt er. Jetzt ist der Betrieb ganze



Das Ehepaar Yerly freut sich, die Kunden nun in diesem schönen Verkaufsraum bedienen zu können. (Bild: db)

37 Quadratmeter grösser und durch eine energiesparende Heizung, neue Lampen und die Isolierung um einiges ökologischer. In den neuen Vitrinen hat es fast 20% mehr Platz für Produkte und der Verkaufsraum ist hell und freundlich.

Die grosse Fensterfront wirkt einladend und bietet vom Inneren des Fleischfachgeschäftes einen optimalen Blick auf die Strasse. Die Kunden sind zufrieden mit der

renovierten Metzgerei. Viele kämen ins Geschäft und sagten «wow», berichtet Yerly. Der Komfort hat sich auch für sie erhöht. Gerade wer schwer mit Einkaufstüten beladen ist, schätzt eine automatische Türe. Und während die Leute warten, bis sie an der Reihe sind, werden sie durch den Bildschirm hinter der Theke abgelenkt, auf dem neben Werbung auch Wissenswertes rund um Fleisch gezeigt wird. Yerly

glaubt, dass sich sein Umsatz durch den Umbau steigern wird.

Das Team ist ebenfalls begeistert. Die Vorfreude auf die renovierte Metzgerei war gross. Es ist eine schöne Herausforderung, die neuen Schwung ins Team bringt. Yerly hat die Umbauarbeiten positiv erlebt. Der Anfang, bis alles mit den Behörden geklärt gewesen sei, sei zwar etwas kompliziert gewesen, räumt er ein, aber danach sei alles reibungslos verlaufen. Bis der Innenausbau abgeschlossen war, dienten Baucontainer während fünf Monaten als Metzgerei. Schliesslich musste das Tagesgeschäft ja weitergehen.

Yerly war es wichtig, das Fleischfachgeschäft modern zu gestalten, aber gleichzeitig auch nicht zu modern, sodass es den Leuten in 15 Jahren immer noch gefällt. Der Patron ist äusserst zufrieden mit dem Umbau. Berufskollegen, die ihr Geschäft ebenfalls renovieren wollen, empfiehlt er, sich Inspirationen bei kürzlich renovierten Metzgereien zu holen. Und er weiss: «Wenn Sie ein schönes Schmuckstück verkaufen möchten, müssen Sie es in einer schönen Schatulle präsentieren. Für Fleisch gilt dasselbe.» **db**

Metzgerei Eichenberger, Wetzikon

## So funktioniert's mit den Filialen

**Die Geschäftsführer der Metzgerei Eichenberger setzen bei ihren Filialen vor allem auf eine sorgfältige Auswahl der Filialleiter.**

Ein Fleischfachgeschäft zu führen, ist kein einfaches Unterfangen. Nicht mit einem Standort und schon gar nicht mit mehreren Filialen. Doch bei der Metzgerei Eichenberger, deren Hauptgeschäft in Wetzikon (ZH) ist, kennt man es nicht anders. «Wir sind eigentlich schon immer so aufgestellt gewesen. Bereits mein Grossvater hatte Filialen», erzählt Geschäftsführerin Claudia Eichenberger über das 1951 gegründete Unternehmen.

Die Filialen in Hinwil, Tann und Oberwetzikon sind zwar nicht mehr dieselben wie zu Grossvaters Zeiten, aber das Erfolgsrezept ist immer noch das gleiche: gute Standorte, alles an Lager haben und trotzdem die Frische gewährleisten, fähige Mitarbeiter und – am wichtigsten – die richtigen Filialleiter auswählen. Schliesslich haben diese eine hohe Eigenverantwortung. Personen mit Fachwissen und Erfahrung, gerne auch mit Weiter-



Claudia Eichenberger und Guido Lehmann können auf ihre Mitarbeiter zählen, auch wenn diese teilweise an anderen Standorten tätig sind. (Bild: db)

bildungen im Portfolio, müssen es sein. Ausserdem sollten sie das richtige Gespür dafür haben, die Kunden abzuholen und sie trotzdem nicht zu überrennen, oder mit anderen Worten: Filialleiter sollten echte Verkaufstalente sein.

Filialen bringen den Vorteil, dass der Name des Geschäfts besser gestreut wird. «Im Zürcher Oberland kennt man uns», sagt Geschäftsführer Guido Lehmann.

Um den Wiedererkennungswert zu erhöhen, platziert das Unternehmen zudem auf alle Produkte, die es selbst produziert hat, das eigene Logo, ein Eichhörnchen.

Mit Fleisch aus der Region träfen sie den Zeitgeist, sind sich die Geschäftsführer einig. «Unser Ziel war es schon immer, auf Qualität zu achten, unser Handwerk gerne zu machen und das auch zu zeigen», fasst Claudia Eichenberger die Fir-

menphilosophie zusammen. Man müsse neue Kreationen liefern und innovativ sein. Innovativ zeigte sich die Metzgerei Eichenberger jüngst mit der Idee, jeden Monat auf einem kleinen Plakat im Verkaufsraum einen Mitarbeiter und sein Lieblingsprodukt aus dem Sortiment vorzustellen.

Doch auch bei der Metzgerei Eichenberger ist mit den Filialen nicht alles eitel Sonnenschein. Beim Standort Oberwetzikon ziehen dunkle Wolken auf. Das Gebäude, in dem sich die KAGfreiland-Filiale befindet, soll abgerissen werden. Mit dem Neubau wird es weniger bis gar keine Parkplätze mehr vor dem Haus geben, und dies kann ja bekanntlich äusserst geschäftsschädigend sein.

Noch sind Eichenberger und Lehmann unschlüssig, ob sie die über 20-jährige Filiale fortführen werden. Ursprünglich wurde das Sortiment an diesem Standort mit Bioprodukten ausgestattet, um den Nachwirkungen der BSE-Krise entgegenzuwirken. Zudem fand man es aufgrund der örtlichen Nähe zum Hauptgeschäft besser, wenn sich das Sortiment von dem üblichen unterscheidet. **db**