

BLUMEN METZGER IN SCHÖNAICH

Bewahren, aber nicht verharren



Michael Metzger ist nach seiner Meisters Ausbildung in die Geschäftsführung eingestiegen und leitete den Betrieb gemeinsam mit seinem Vater, der sich aus gesundheitlichen Gründen nun ganz zurückziehen musste. Seine Frau Louisa Metzger kümmert sich derzeit um die fünfte Metzger-Generation und wird nach der Elternzeit im Büro unterstützen. Die beiden haben im vergangenen Jahr in der Gärtnerei geheiratet.

Blumen Metzger ist eine Marke in der Region Böblingen – wenn es um Blumen und Pflanzen geht, geht man „zum Metzger“. Michael Metzger führt die charmante Gärtnerei in der vierten Generation. Er schätzt das besondere Ambiente der Gewächshäuser, die noch die Handschrift seines Vaters und Großvaters tragen. Gleichzeitig will er den Betrieb fit für die Zukunft machen – ein wichtiger Schritt war der Umbau des Ladens.

Text und Bilder: Grit Landwehr, Stuttgart

Wachstum nicht möglich. „Es stand auch immer mal wieder ein Neubau auf der grünen Wiese im Raum. Mein Steuerberater rät mir schon seit Jahren, ich soll die Gärtnerei abreißen und das Grundstück verkaufen“, erzählt Michael Metzger. Das sei für ihn aber nie infrage gekommen. „Diese Mauer hier stammt von meinem Opa, diese wurde von meinem Vater gebaut. Dieser Laden erzählt Geschichte, unsere Geschichte“, erklärt er.

Kunden durch den ganzen Laden leiten

Manchmal kann es ihm nicht schnell genug gehen – viele Ideen warten im Kopf von Michael Metzger darauf, in die Realität umgesetzt zu werden. Er hat Spaß an der Weiterentwicklung des Familienunternehmens, er brennt für Neues, will verändern – aber nicht unbedacht und übereilt. Der Gärtnermeister hat den Betrieb von seinem Vater, dem Floristen Siegfried Metzger, übernommen. Die kleine charmante Gärtnerei mitten im Wohngebiet in Schönaich atmet Geschichte, ist hier am Standort Generation für Generation gewachsen. Umringt von Wohnhäusern ist ein weiteres

Innerhalb dieser gewachsenen Hülle brennen ihm dennoch notwendige Veränderungen schon seit Jahren auf den Nägeln. Eine davon: die Kundenführung. Diese zu optimieren, schwebt ihm schon seit der Meisterschule 2012 im Kopf herum. Auf der IPM 2017 war er zum ersten Mal am Stand von Ladenbauer Matthias Golze, auch 2018 sprachen sie in Essen miteinander, 2019 dann mit konkreten Plänen der Gärtnerei. Als der Startschuss für den Umbau im Februar dieses Jahres fiel, ging dann alles sehr schnell. Der letzte Verkaufstag war der Tag nach Valentin, am

2. März wurden die Ladentüren wieder geöffnet und am 5. März schließlich große Eröffnung gefeiert.

„Meinem Vater hat schon das Herz geblutet, als wir mit dem Abriss der alten Einrichtung begonnen haben“, erzählt Michael Metzger. „Klar, das war sein Laden, den

Bessere Kundenführung durch Öffnung des Ladens zum Glashaus

er gebaut hat. Aber er war einfach in die Jahre gekommen, es hat sich alles im Eingangsbereich abgespielt, die Eingangstür war sehr klein, da haben sich in der Hochsaison die Kunden gestaut, während es in anderen Bereichen der Gärtnerei viel zu unbelebt war“, erklärt er.

Im ersten Schritt wurden die Einbauten im Eingangsbereich und die abgehängte Decke entfernt und die Eingangstür zum Laden vergrößert. „Die Anmutung hier war sehr rustikal und dunkel, zur damaligen Zeit war der Landhausstil sehr modern. Wir wollten hier mehr Luft schaffen“, erklärt Ladenbauer Matthias Golze. Die



Idee, den Ladeneingang in den hinteren Bereich des Gewächshauses zu verlegen, um die Kunden auch durch diesen Bereich zu führen, wurde schnell wieder verworfen. Dafür wurde der vordere Ladenbereich in Richtung Gewächshaus geöffnet. Vom Eingang kann man nun bis zum Ende des Gewächshauses schauen – und umgekehrt. „Wir wollen entlang dieser Sichtachse gezielt Highlights platzieren, um die Kunden auf den gewünschten Rundweg zu führen“, erklärt Michael Metzger.

Die einzelnen Gebäudeteile miteinander verbinden

„Damit das gelingt, war es uns wichtig, eine Verbindung vom Laden zum Gewächshaus zu schaffen“, erklärt Matthias Golze. Neben der Öffnung des Ladens zum Gewächshaus hin soll die Architektur der

weißen Balkendecke zum Glashausdach überleiten. Auch die neuen filigranen Ladenregale aus schwarzem Roheisen greifen das Gewächshausflair auf. Die massiven Betonpodeste aus dem Gewächshaus finden sich nun auch im Laden wieder. Massive, helle Schränke teilen und gliedern den Raum und bringen die einzelnen Sortimente – Gefäße und Dekoartikel, Feinkost- und Küchensortimente, aber auch Taschen, Schmuck und Produkte für Kinder – nun viel besser zur Geltung. „Das war hier vorher eine organische Wildnis“, erklärt Matthias Golze lächelnd. Nun werden die Sortimente viel besser wahrgenommen, lassen sich auch Details entdecken, fügt der Ladenbauer hinzu. „Wir haben die Produkte gar nicht verändert, aber die Kunden entdecken plötzlich neue Dinge“, bestätigt Michael Metzger. Das einzige, was neu hinzugekommen ist, ist das „Unverpackt-Sortiment“. Die Idee

1 Um die Kunden stärker in Richtung Gewächshaus und auf den gewünschten Rundweg zu leiten, wurde der Laden nach hinten geöffnet. Vor dem Umbau gab es lediglich einen Übergang durch eine kleine Tür.

2 Zu Beginn des Rundwegs dominieren filigrane Regale aus schwarzem Roheisen, die mit Klarlack behandelt wurden. Sie können immer wieder anders gestellt werden.

3 Die Theke ist das Herzstück des neuen Ladens, die alte Mauer im Hintergrund kam beim Abriss zum Vorschein und passt perfekt zum freundlich-einladenden Ambiente, das durch das warme Licht der großen Leuchten und die massive Eichenholzplatte noch verstärkt wird. Mit dem Umbau wurde auch das Obst- und Gemüse-sortiment im Ladeninneren integriert, bis dahin wurde es vor der Eingangstür verkauft. Auf alten Paletten und in Holzkisten hochwertig präsentiert, entsteht Marktflair.



4 Alte Mauerelemente verleihen der Gärtnerei einen besonderen Charme und transportieren die Geschichte des Familienunternehmens. Diese zu erhalten, ist Michael Metzger wichtig.

5 Auch beim neuen Unverpackt-Sortiment arbeiten die Metzgers mit regionalen Partnern zusammen. Der größte Teil der Lebensmittel kommt aus der nahe gelegenen Altdorfer Mühle und zu einem kleinerem Teil vom Bio-Hersteller Koro. Im Angebot sind Nüsse & Saaten, Müslis & Flocken, Reis & Hülsenfrüchte, Trockenfrüchte, Snacks und Leckereien.

6 Michael Metzger bezieht seine Pflanzen von regionalen Produzenten, kauft aber auch auf dem Stuttgarter Großmarkt dazu.

7 Massive, weiß lackierte Holzregale teilen den Raum, sodass vom Eingang aus ein Hin- und ein Rückweg entsteht. Alte Möbel und Accessoires wie der Küchenschrank und der Herd wurden bewusst in die neue Einrichtung integriert.

kam von Betriebsleiterin Natalie Karliczek – kurz vor Beginn des Umbaus. Aber nicht nur der sportliche Zeitplan machte das Ganze zur Herausforderung. Die Integration unverpackter Lebensmittel in einer Gärtnerei ist grundsätzlich kein leichtes Unterfangen. Mithilfe der Erfahrung von Matthias Golze, der schon einige Unverpackt-Läden eingerichtet hat, gelang die kurzfristige Umsetzung jedoch. Und vor allem die älteren Kunden genießen das „Tante-Emma-Laden-Flair“.

„Die Unverpackt-Sortimente sind natürlich noch nicht die Top-Umsatzbringer“, erklärt Michael Metzger. Aber er sei zufrieden, wie sie in den ersten Wochen angenommen wurden. Eine zusätzliche Internetseite für dieses Sortiment und die stärkere Bewerbung auf den eigenen Social-Media-Kanälen sollen weitere Kunden bringen.

„Bis sich ein solches Sortiment etabliert hat, braucht es in der Regel zwei Jahre“, ist die Erfahrung von Matthias Golze. Der Umbau des Ladens stieß bei den Kunden auf ein durchweg positives Feedback.

„95 % der Kunden sind begeistert“, freut sich der Unternehmer.

Kunden und Mitarbeiter schätzen das neue Ambiente

Und auch das Team genießt das neue Ambiente. „Sie waren schon mit Feuereifer und mit großem Engagement beim Umbau dabei“, lobt Michael Metzger seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die teilweise bis tief in die Nacht auf der Baustelle gearbeitet haben. „Ich habe ein tolles Team, das Lust auf die Arbeit hier hat“, sagt er stolz. Dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wohl fühlen, ist dem Unternehmer wichtig. Und wenn er über die vielen Ideen spricht, die er in den nächsten Jahren umsetzen will, hat er auch sein Team im Blick, wenn er sagt: „Ich will, dass sich etwas bewegt, aber nicht mehr als möglich ist.“ Zudem muss die Investition an der richtigen Stelle erfolgen und gut gemacht sein, so das Credo des Unternehmers. ■