

Nah&Frisch mit stabiler Entwicklung

Nah & Frisch

Mit 502 Standorten und knapp 300 Mio. EUR Umsatz verzeichnet Nah&Frisch ein stabiles Jahr 2015. Geschäftsführer Dr. Andreas Nentwich: "Die Modernisierung der Marke wird konsequent fortgesetzt."



``

Dr. Andreas Nentwich

© Markant

Nah&Frisch Strukturdaten 2015:

Umsatz: 295 Mio. Euro

Standorte: 502

Mitarbeiter: 2.000

Lehrlinge: 144

Verkaufsfläche: 100.000 m²

Durchschnittliche VKF: 200 m²

Post Partner: 174

Lotto/Toto-Annahmestellen: 213

Kaffee-Ecken: 270

Backstationen: 359

Nah&Frisch Geschäftsführer Dr. Andreas Nentwich zeigt sich über einen stabilen Umsatz bei gleichzeitig erfolgreicher Strukturbereinigung zufrieden. Nentwich: „Qualität vor Quantität! Gemeinsam mit unseren Großhandelspartnern verfolgen wir konsequent die Strategie, dass Standorte, an denen das Nah&Frisch Konzept nicht gelebt werden kann, auch nicht mehr unter Nah&Frisch firmieren. Gleichzeitig steigern wir kontinuierlich die Anzahl der Standorte mit unserem innovativen Ladenkonzept Nah&Frisch punkt“.

Aktuell beliefern die Großhandelshäuser Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl insgesamt 502 Nah&Frisch-Geschäfte in ganz Österreich. 2016 wird gezielt expandiert und dabei weiter

auch auf Nah&Frisch punkt gesetzt.

Die Gesamtverkaufsfläche der ländlichen Nahversorger beträgt 100.000 m², die durchschnittliche Verkaufsfläche 200 m². Per Jahresende wurde ein Außenhandelsumsatz von 295 Millionen Euro verzeichnet. Die Anzahl der MitarbeiterInnen beläuft sich auf 2.000. Die Nah&Frisch Kaufleute bilden österreichweit 144 Lehrlinge aus.

Modernisierung der Marke "Nah&Frisch wird fortgesetzt.

2015 wurden bei Nah&Frisch weitere Akzente zur Modernisierung des Markenauftritts gesetzt, sowohl inhaltlich als auch im Media Mix.

Nentwich: "Bei unserem Markenauftritt rücken wir die besondere Beziehung der Menschen zu ihren Kaufleuten im Dorf in den Mittelpunkt unserer Kommunikation. Die Kauffrau/der Kaufmann im Dorf ist aus unserer Gesellschaft nicht wegzudenken. Dem tragen wir Rechnung, indem wird das traditionelle Rollenbild mit modernstem 360° Marketing beleben. Neben dem neuen TV-Auftritt setzt Nah&Frisch vor allem auf Online, sowohl mit Werbeformen als auch mit der eigenen, persönlichen Website www.nahundfrisch.at (link is external). Nentwich: "Die Möglichkeit für unsere Kaufleute, ihre Angebote, Extras und Aktivitäten einfach und schnell zu posten und damit die Website persönlich mitzugestalten, ist einzigartig in der Branche. ". Darüber hinaus kooperiert Nah&Frisch mit der Online-Plattform wogibtswas.at, ist Partner von Cooking TV und auf Facebook präsent.