

Gemeinsam für's Dorf

Nah&Frisch-Kaufleute setzen sich österreichweit für Produkte von Bauern und Betrieben aus dem Ort ein. Ein eigenes Etikett – 'aus'm Dorf' – zeichnet diese Lebensmittel ab sofort aus. Die Vorteile für uns alle liegen auf der Hand.



Lebensmittel ‚aus'm Dorf‘ – dafür setzen sich die Nah&Frisch-Kaufleute ein

Dutzende Produkte von lokalen Herstellern hat Markus Hergovits (Nah&Frisch-Kaufmann aus Antau, Bgl.) im Sortiment. „Weil mir wichtig ist, unsere Bauern und Kleinproduzenten zu unterstützen. Denn die haben wirkliche Schätze.“ Für den engagierten Kaufmann ist das ganz einfach eine Frage der Überzeugung. „Denn was bringt es uns,

wenn die Konzerne noch größer werden und unsere Familienbetriebe im Dorf dafür eingehen?“

Jedes Produkt hat ein Gesicht

„Lokale Produkte bringen die Leut zusammen“, davon ist Nah&Frisch-Kauffrau Gabi Degenfellner aus

Waldneukirchen (OÖ) überzeugt. „Bei mir steht jeder Bauer einen halben Tag im Geschäft und stellt seine Produkte vor. Und nach einem halben Jahr noch einmal, damit er hört, was seinen Kunden schmeckt und was vielleicht weniger. Denn so kommt man ins Reden und lernt sich kennen“, schätzt die Kauffrau den direkten Kontakt.



„Ich verkaufe den Bio-Bergkäse meiner Senner, die wiederum kaufen bei mir ein. So ist es ein Kreislauf bei uns im Dorf, und jeder hat etwas davon.“

Nah&Frisch-Kauffrau Irmtraud Eckl
(Marul, Vbg.)

Lebensmittel aus'm Dorf fördern aber nicht nur die Begegnung, sondern auch den Zusammenhalt im Ort. „Man muss sich da heroben einfach unterstützen, sonst schaffen wir das nicht“, so Nah&Frisch-Kauffrau Irmtraud Eckl aus dem kleinen Bergdorf Marul (Vbg.) „Drum hab ich auch den Bergkäse von unserer Bio-Sennerei im Sortiment. Der hat Preise gewonnen und ist herrlich aromatisch, bis zu 100 Kilo verkaufe ich von dem jeden Monat. Umgekehrt kaufen halt auch die Senner bei mir ein – so ist es ein Kreislauf bei uns im Dorf, und jeder hat was davon.“

Die strategische Aufgabe der Marke ‚aus'm Dorf‘ ist es also, nicht nur den Kaufmann und seine lokalen Kunden in den Mittelpunkt des Dorf-Universums zu rücken, sondern auch die lokalen Produzenten. Die Nah&Frisch-Kaufleute sehen nämlich ihre Gemeinde mit dem unmittelbaren Einzugsbereich als ihre Region und verkaufen gerne all das, was tatsächlich in der unmittelbaren Nachbarschaft wächst und gegebenenfalls auch weiterverarbeitet wird. Sie führen dementsprechend zunehmend Produkte aus ihrem lokalen Umfeld – mit großem Erfolg.

Mehr Miteinander im Ort

Und sehr oft sind es genau diese lokalen Produkte, die den Kaufleuten die Chance geben, sich gegenüber dem filialisierten Einzelhandel zu profilieren. Denn Nah&Frisch ist mit seinen Kaufleuten mehr als nur

„Mir ist wichtig, unsere Bauern und Kleinproduzenten zu unterstützen. Die haben wirkliche Schätze. Denn was bringt es uns, wenn die Konzerne noch größer werden und unsere Familienbetriebe im Dorf eingehen?“

Nah&Frisch-Kaufmann Markus Hergovits
(Antau, Bgld.)

Nah&Frisch
PERSÖNLICH FÜR MICH DA

aus'm Dorf
Nah&Frisch

PREIS HIT Ich bin Bio!
50% billiger
729
Bio Schlierbacher Schlosskäse
Weichkäse mit Rotschmire
ca. 45% Fett absolut
2 x 62,5 g Pkg. (100 g = 1,03)

QUALITÄT aus Österreich

Ich bin Bio!
23% billiger
199
Mühlthaler Bio-Rauchsalami
geräucherte und gut getrocknete
Dünenspezialität
ca. 23% Fett | 100 g

QUALITÄT aus Österreich

Ich bin Bio!
109
Bio+ Vollmilch
langer frisch | 3,5% Fett
1 l Pkg.

QUALITÄT aus Österreich

Ich bin Bio!
29% billiger
039
Bio+ Fruchtjoghurt
versch. Sorten | 150 g Becher
(100 g = 0,26)

QUALITÄT aus Österreich

www.nahundfrisch.at
Angebote gültig von Mi. 17.05.2017 bis Di. 23.05.2017

regional – Nah&Frisch ist LOKAL.

Mit ‚aus'm Dorf‘ wurde so eine Dachmarke entwickelt, die einerseits jeder Kauffrau, jedem Kaufmann die Freiheit lässt, sich mit Produkten direkt ‚aus'm Dorf‘ ein im wahrsten Sinne des Wortes einzigartiges Sortiment zusammenzustellen, andererseits ist die Marke ein allgemeingültiges Signal an alle Konsumenten, die die Ortsverbun-





Volles Angebot aus dem Dorf – für das Dorf. Da weiß man, wo es herkommt und dass es schmeckt

denheit der Kaufleute und die Alleinstellung des Produktangebots herausstreicht.

„Und hier bestätigt sich auch wieder mein Lieblingspruch aus unserer aktuellen Nah&Frisch-Kampagne: ‚Ein Dorf ohne Nah&Frisch-Kaufmann ist wie ein Herz ohne Klopfen‘“, so Dr. Andreas Nentwich/Geschäftsführer der ZEV Nah&Frisch Marketingservice GmbH.

Die Wort-Bild-Marke ‚aus’m Dorf‘ sowie der Claim ‚Gutes aus der Nachbarschaft‘ werden allgegenwärtig zu sehen sein – auf Flugblättern, Printmedien, online, auf Emailschildern, auf einer Sondermarke der Post, über ein eigenes Modul auf der Website und selbstverständlich auch auf umfassendem „Point of Sale“-Material. Damit können die Kaufleute einerseits ihre lokalen Produkte entsprechend attraktiv und mit Wiedererkennungswert präsentieren, andererseits fördern sie die lokalen Produzenten und so die Wertschöpfung und Arbeitsplätze im Ort.

Mit ‚aus’m Dorf‘ wird aber auch die

Rolle von Nah&Frisch als integrativer Bestandteil der Dorfgemeinschaft unterstrichen – sie geben den Nah&Frisch-Kaufleuten für ihre Funktion als Gemeindebotschafter neue Inhalte. Eine immens wichtige. Denn die Großhändler beraten und unterstützen die Kaufleute ja laufend in der Gestaltung ihrer Läden und ihres Sortiments. Für ‚aus’m Dorf‘ liefern sie nicht nur die gesamten POS-Materialien, sondern sorgen mit regionaler Werbung für

eine ganzheitliche Kommunikation. „Der Strategie- & Markenentwicklungsprozess hat von der ersten Idee bis zur Realisation in Summe gut sechs Monate in Anspruch genommen, was im internationalen Vergleich als recht ‚hurtig‘ eingeschätzt werden darf“, so Erich Falkner von der Marketingagentur falknerreiss GmbH. „Am Anfang des Markenentwicklungs-Prozesses wurde der Markt, die Marktbegleiter und deren Aktivitäten, die wichtigsten

„Bei mir steht jeder Bauer einen halben Tag im Geschäft und stellt seine Produkte vor. Und nach einem halben Jahr noch einmal, damit er hört, was seinen Kunden schmeckt und was vielleicht weniger. So kommt man ins Reden und lernt sich kennen.“

**Nah&Frisch-Kauffrau
Gabi Degenfellner
(Waldneukirchen, OÖ)**

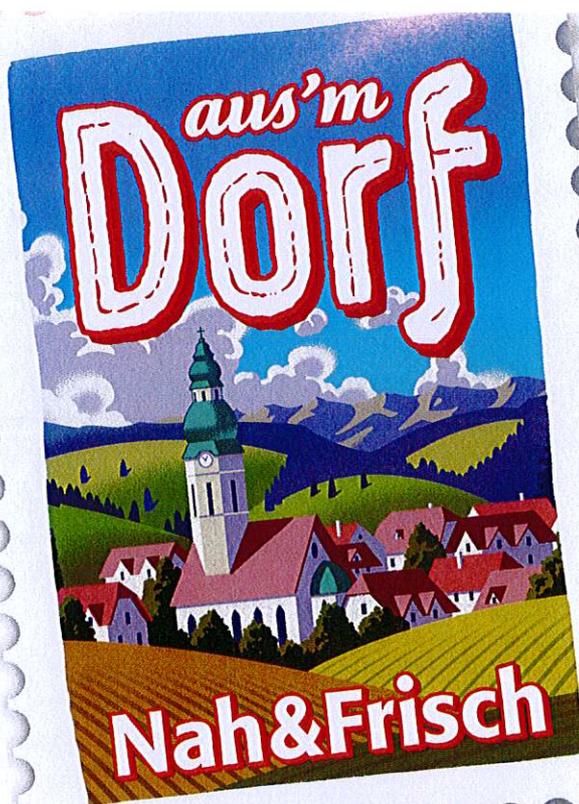


Trends und die unterschiedlichen Zielgruppen analysiert. Dann haben wir uns jene Fragen gestellt, die man beantworten muss, bevor man eine Marke launcht: Was wollen wir speziell für wen tun – welchen Hauptnutzen hat diese neue Marke für unsere Kunden? Warum und wie werden wir es tun – wie die Marke vorstellen und anschließend stringent führen? Und last but not least: Was ist unser Hauptnutzen – was haben wir von der neuen Marke?“

Das daraus entwickelte Manifest beschreibt, welche Rolle die Marke ‚aus’m Dorf‘ künftig übernehmen soll.

Das Manifest ‚aus’m Dorf‘

Es erklärt die Motivation dahinter: „Warum wir das machen? Weil wir der Überzeugung sind, dass ‚Nahe‘ gut für uns alle ist. Gut für unsere Kunden, unsere Betriebe in der Umgebung und für unsere Umwelt. Und Nahe ist auch gut für unseren Zusammenhalt als dörfliche Gemeinschaft. Wir sind aus tiefstem Herzen ein Teil unserer Dorfgemeinschaft, nicht nur als Kaufleute, sondern auch als Nachbarn und Freunde. Und darum kaufen wir hier ein, bei unseren Nachbarn und Freunden. Wir sind nämlich stolz auf die Spezialitäten aus unserem Dorf und wir vertrauen den Menschen, die sie produzieren. Wir kennen die Menschen, wir kennen ihre Felder und Betriebe. Wir wissen also, wo die Produkte herkommen, denn wir schütteln beinahe täglich die Hände derer, die sie produzieren und



Produkte ‚aus’m Dorf‘ sorgen für kurze Wege. Das festigt die Dorfgemeinschaft, hilft der Umwelt und schafft zudem Wertschöpfung und Arbeitsplätze in den Gemeinden

werden da gefertigt und von dort geliefert oder abgeholt, wo wir zu Hause sind. Bei uns im Dorf. Das festigt unsere Dorfgemeinschaft und hilft unserer Umwelt. Wir helfen, Wertschöpfung und Arbeitsplätze in unserer Gemeinde zu schaffen. Wir Kaufleute von Nah&Frisch freuen uns, in Zukunft noch viel mehr Produkte

zubereiten. von ganz nahe präsentieren zu dürfen. Wir sind stolz auf die Menschen und ihre Produkte bei uns daheim – ‚aus’m Dorf‘.“

zubereiten. Unsere Produkte ‚aus’m Dorf‘ sorgen für kurze Wege. Keiner muss weit fahren. Die Produkte

FALKNEREISS

falknereiss GmbH ist eine eigenümergeführte Agentur für Change-Marketing. Unter der Leitung von Fred Reiss und Erich Falkner arbeiten im 10. Wiener Gemeindebezirk zehn Kommunikations- und Werbeexperten für namhafte nationale und internationale Kunden. Unter dem Motto „zuhören – denken – handeln“ bedient falknereiss Unternehmen aus Handel, Finanz, Pharma, Bau, Automotive, Gastronomie, Kunst und Kultur mit einem Full-Service-Angebot. Zu den Kunden gehören neben Nah&Frisch AirPlus, Austrian Business Agency, Diners Club, Kabelplus, Kika, Leyrer+Graf, Nestlé Health Science, Raiffeisen Property Holding International, Rainer Gruppe, Takeda Pharma u.a. ■

www.falknereiss.com

NAH&FRISCH

Nah&Frisch ist das Markendach für mehr als 450 selbstständige Kaufleute mit insgesamt 490 Geschäften und steht für persönliche Nahversorgung im ländlichen Raum. Als Markeninhaber zeichnet die ZEV Nah&Frisch Marketing-service Ges.m.b.H. verantwortlich für die gesamte Kommunikation. Deren Gesellschafter sind die Großhandelshäuser Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl, welche die Belieferung der Kaufleute vor Ort übernehmen. Neben dem Verkauf von Lebensmitteln bieten Nah&Frisch-Kaufleute umfassende Service-Leistungen und die oft fehlende Infrastruktur im Ort, von der Post/Bank bis zur Lotto-Aannahmestelle. ■

www.nahundfrisch.at