

● Nah&Frisch



V.l.n.r.: Hannes Wuchterl (Nah&Frisch), Georg Pfeiffer (Pfeiffer), Christof Kastner (Kastner), Julius Kiennast (Kiennast), Gerhard Hasenbacher (Großhandelshaus Wedl) und Andreas Nentwich (Nah&Frisch)

Authentisch nah am Kunden

Am 25. und 26. April 2017 lud Nah&Frisch seine Kaufleute ins niederösterreichische Pielachtal. Mit einem Umsatzplus von drei Prozent im vergangenen Jahr und einer Modernisierung der Marke blickt man positiv in die Zukunft.

Autor: Manuel Stenger

Am 25. und 26. April empfing Nah&Frisch zahlreiche Gäste zum Kaufleute-Treffen 2017 im Steinschaler Dörfel im niederösterreichischen Pielachtal. „Es macht gerade unheimlichen Spaß, Nah&Frisch-Botschafter zu sein. Derzeit läuft es einfach gut“, so Nah&Frisch-Geschäftsführer Andreas Nentwich. Der Erfolg lässt sich auch in Zahlen einordnen: Ein dreiprozentiges Umsatzwachstum konnten die Nah & Frisch-Kaufleute im vergangenen Jahr erwirtschaften. Mit hoher Zufriedenheit auf Kundenseite: Teilweise verweisen Kaufleute von Nah&Frisch auf

einen Stammkundenanteil von bis zu 80 Prozent. „Regional sind alle anderen, wir sind lokal“, wie es Hannes Wuchterl, der gemeinsam mit Nentwich die Geschäfte von Nah&Frisch leitet, ausdrückt. Julius Kiennast sieht das Alleinstellungsmerkmal von Nah&Frisch gerade in der Kundennähe: „Wir sind auch in den kleinen Orten vertreten und agieren als ehrlicher Nahversorger.“

Im Zuge der Modernisierung der Marke setzt Nah&Frisch auch an der Kommunikation an. Vor Ort wurde die neue App präsentiert, die künftig die Infobroschüre im grünen Kuvert ersetzen wird.

Die Nah&Frisch-Kaufleute werden mit der Anwendung künftig in Echtzeit auf digitalem Weg informiert werden. Die App vermittelt den Kaufleuten weiterhin Tipps, die den Umsatz ankurbeln sollen. Ein SMS-Service ermöglicht es darüber hinaus, den Kaufleuten, Angebote an ihre Kunden zu schicken. Auch im Bereich Social Media hat man verstärkt gearbeitet: Beiträge von Cooking-TV, in denen Nah&Frisch-Kaufleute ihre Lieblingsgerichte nachkochen, werden auf Facebook geteilt. Der Print-Kanal wurde bereits vor einem Jahr mit dem Launch des Nah&Frisch-Kundenmagazins „Griaß

Fotos: Katharina Schiffl



Die Topplatzierten des Markantitio 2017 auf der Bühne des Nah&Frisch Dörfli

di“ erweitert, das neben Rezepten und Produktempfehlungen die Kaufleute in den Mittelpunkt rückt. Weitere Marketingaktionen sollen das Geschäft ankurzeln: Mit der Aktion „Messerscharf“ will man laut Wuchterl „die Treue belohnen“. Der Nah&Frisch-Kunde kann so hochwertige Messer von Fissler zu vergünstigten Konditionen kaufen.

Lokal, nicht regional

Nentwich sieht Nah&Frisch in einer Vorreiterrolle, wenn es um das Thema

Lokalität geht. „Lokale Produkte von lokalen Anbietern, das ist für Nah&Frisch nicht nur ein Lippenbekenntnis“, so Nentwich. „Wir leben das. Und es ist nicht nur Kommunikation, sondern unser tägliches Geschäft.“ Modernität und lokale Produkte – diese beiden Punkte müssen sich also nicht ausschließen. Ebenfalls präsentiert wurde die neue Marke „aus'm Dorf“. Mit dieser stärkt man nicht nur den regionalen Kaufmann, sondern auch den Produzenten vor Ort. (Ein Interview hierzu mit Geschäfts-

führer Andreas Nentwich können Sie in unserer April-Ausgabe auf S. 56 nachlesen) „Nah&Frisch ist eine Marke, die authentisch nah am Kunden ist“, wie Wuchterl betont. Daher stammt auch jedes Produkt, das mit dem Etikett „aus'm Dorf“ versehen ist, von lokalen Herstellern aus dem Ort des Kaufmanns oder der näheren Umgebung.

Die Gewinner des Markantitio 2017

Einer der Höhepunkte beim Kaufleute-Treffen war die Ehrung der besten Nah&Frisch-Kaufleute des Wettbewerbs Markantitio, bei dem durch Mystery Shopping die persönliche Leistung des Händlers beurteilt wird. Nentwich selbst übergab die Urkunden an die 30 besten Kaufleute und die drei besten Eigenfilialen – unterstützt vom Kabarett-Duo „Die Kernölamazonen“. Bei den Kaufleuten teilten sich Irmgard Eckl aus Marul und Thomas Kreuzhuber aus Hohenzell den Platz an der Spitze. In der Kategorie der besten Eigenfilialen von Nah&Frisch setzte sich die Julius Kiennast Einzelhandels GmbH & Co KG aus Gars am Kamp durch. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Top 30 der Kaufleute beim Markantitio 2017 konnten 93 Prozent der untersuchten Faktoren erfüllen. Diese Leistungen sollen auch in Zukunft möglich sein. So wurde das Kaufleute-Treffen selbst zur Weiterbildung genutzt. In Workshops erfuhren die Kaufleute letztendlich, wie man die Marke aktiv mitgestaltet und interne Kommunikation neu denkt. ●

Nah&Frisch – Interner Leistungswettbewerb

Markantitio 2017

Top 10 Kaufleute

Nah&Frisch	PLZ, Ort
1) Irmtraud Eckl	6741 Marul
1) Thomas Kreuzhuber	4921 Hohenzell
2) Alois Tölg	8521 Wettmannstätten
3) Daniela Moser	3910 Großglobnitz
4) Philipp Riepl	4272 Weitersfelden
5) Michaela Moser	8862 Stadl a.d. Mur
6) Karl Riederich GmbH	3720 Ravelsbach
7) Rene Loidl	8272 Sebersdorf
8) Nahversorger Gemeinde Lichtenegg	2813 Lichtenegg
9) Sabine Herzog	3543 Krumau
10) David Winklehner	4263 Windhaag bei Freistadt

Top 3 Eigenfilialen

Nah&Frisch	PLZ, Ort
1) Julius Kiennast Einzelhandels GmbH & Co KG	3571 Gars am Kamp
2) Kastner Einzelhandels Ges.m.b.H.	2443 Leithaprodersdorf
3) Kastner Einzelhandels Ges.m.b.H.	2485 Wimpassing a.d. Leitha
3) Kastner Einzelhandels Ges.m.b.H.	3804 Allentsteig