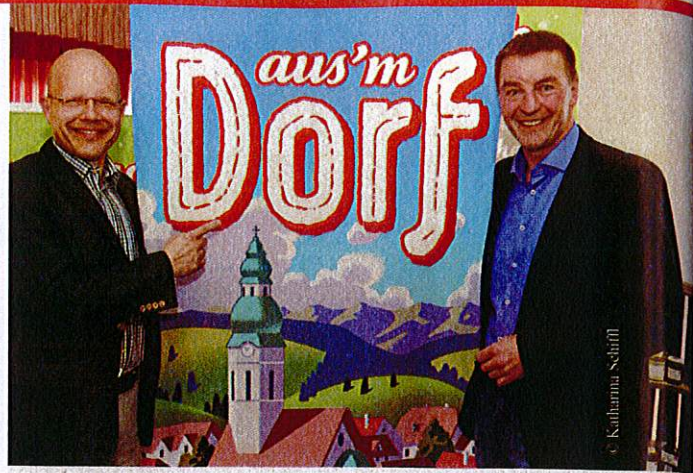


- Interview mit Nah&Frisch  
Geschäftsführer Dr. Andreas  
Nentwich zur neuen Kampagne



Nah&Frisch GF Nentwich und Wuchterl

## Nah&Frisch:

# Kampagne läuft ...

- ▶ Die neue Nah&Frisch-Kampagne „aus'm Dorf“ kommt gut an
- ▶ Investment tragen Zentrale, Großhandel, Kaufleute

**REGAL:** Wie viel hat die ZEV Nah&Frisch in die neue Kampagne „aus'm Dorf – Nah&Frisch“ investiert?

**Nentwich:** Jede Menge Herzblut und einen großen Schuss Vertrauen, dass dieser strategische Baustein den Nah&Frisch Kaufleuten hilft, sich im nationalen Wettbewerb zu behaupten.

Die Kommunikation für „aus'm Dorf“ ist Thema der aktuellen Nah&Frisch Werbung und deckt alle klassischen und modernen Medien ebenso ab wie die POS-Gestaltung. Das Investment tragen die Zentrale in Wien, die Großhandelshäuser und unsere Kaufleute.

**Welche bzw. wie viele Kaufleute haben die Kampagne schon erfolgreich umgesetzt?**

Täglich werden es mehr Kaufleute, die Produkte, die sie bereits im Sortiment haben, als „aus'm Dorf“-Produkte platzieren. Teilweise mit

wunderschönen und authentischen Sonderplatzierungen. Wir gehen davon aus, dass ein Großteil der Kaufleute „aus'm Dorf“ bereits mit Begeisterung umgesetzt hat.

**Der Umsatzanteil regionaler Produkte liegt bei Nah&Frisch zwischen ein und drei Prozent. Wie soll sich dies durch „aus'm Dorf“ weiter nach oben entwickeln?**

Wir zielen nicht auf Umsatzprozente ab. Uns geht es, gemeinsam mit den Großhandelshäusern, um die Profilierung unserer Kaufleute als lokale Anbieter. Das Konzept „aus'm Dorf“ zielt darauf ab, eine echte und qualitativ wertvolle Nahversorgung zu schaffen, die auch die lokalen Produzenten vor Ort unterstützt.

**Es ist ja geplant, die Initiative auf landesweiter Ebene auszubauen. Wie und wann soll dies umgesetzt werden?**

Wenn es uns, wie es das erste Feedback zeigt, gelungen ist, unsere Nah&Frisch Kaufleute für das neue Konzept zu begeistern, dann passiert die Umsetzung schnell. Denn Treiber sind, wie immer bei Nah&Frisch, unsere Kaufleute selbst.

**Welche Imagefaktoren sollen mit der Kampagne verbessert werden?**

Wir sind schon jetzt für unsere Kunden der Nahversorger, der „persönlich für mich da“ ist und somit integrativer Bestandteil der Gemeinde. „Aus'm Dorf“ verstärkt diese Verbindung durch Einbeziehung der Produzenten vor Ort und trägt damit auch zur wirtschaftlichen Entwicklung und Sicherung der Arbeitsplätze bei. Wir agieren im Sinne der Dorfgemeinschaft, die in jeder Hinsicht zusammenhält.

**Wo sehen Sie die Zukunft von Nah&Frisch?**

Die Zukunft von Nah&Frisch sehe ich genau in der echten, persönlichen Nahversorgerrolle, die wir heute schon haben. Wir werden den eingeschlagenen Erfolgsweg konsequent weitergehen. ■

*Gregor Schuhmayer*