

Nah&Frisch: Mehr Umsatz, weniger Geschäfte

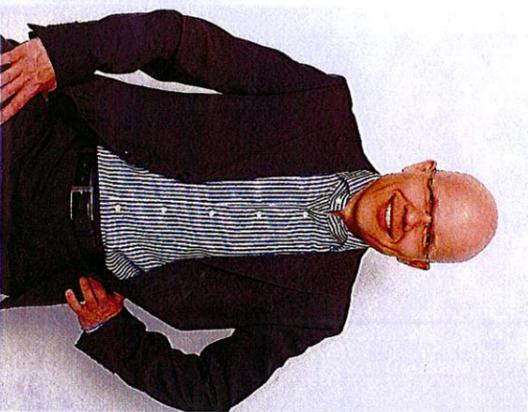
Die Standortoptimierung in Kombination mit der Markenmodernisierung trägt Früchte:

Mit knapp 500 Standorten und exakt 300 Mio. Euro Umsatz verzeichnet Nah&Frisch ein stabiles Jahr 2016.

Die Strategie, bei stabilem Umsatz die Ladenstruktur zu optimieren, ist aufgegangen: Mit 1 % weniger Geschäften hat Nah&Frisch ein Umsatzplus von 1,5 % erzielt. Der bereinigte Umsatz pro Kunde hat um 3 % zugelegt.

Nah&Frisch.punkt legt zu

Alte Standorte, die sich für den modernen Nah&Frisch-Auftritt nicht mehr eignen, werden sukzessive geschlossen, und mit



Nah&Frisch-Geschäftsführer
Andreas Nentwich.

N&F

Neueröffnungen bzw. Umbauten ersetzt. Im Laufe des vergangenen Jahres wurden weitere 5 % der Nah&Frisch-Geschäfte derart neu gestaltet. Neben dem klassischen Nah&Frisch-Design gewinnt auch das Convenience Store-Konzept an Bedeutung. Nah&Frisch.punkt hält bereits bei 20 Outlets. „Die Standortoptimierung in Kombination mit der Markenmodernisierung ist ein voller Erfolg. Wir spüren deutlich positive Signale von unseren Kunden und vor allem von unseren engagierten Kaufleuten. Hier wächst auch eine Generation der „Jungen Wilden“ heran, die unser Nahversorgungsmodell erfrischend beleben. Der Großhandel leistet tolle Arbeit, um unsere Nah&Frisch-Kaufleute bestmöglich zu unterstützen“, erklärt Nah&Frisch-Geschäftsführer Andreas Nentwich.

Neuer Marktrauftritt kommt gut an

Aktuell beliefern die Großhandelshäuser Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl 497 Nah&Frisch-Geschäfte in ganz Österreich. Die Gesamtverkaufsfläche der ländlichen Nahversorger beträgt rund 100.000 m², die durchschnittliche Verkaufsfläche 200 m².

2016 betrug der Außenhandelsumsatz inkl. Nah&Frisch.punkt 300 Millionen Euro. Der neue Marktrauftritt, der die Kaufleute ins Zentrum der Betrachtung stellt, hat

sich somit bestens bewährt und wird dementsprechend fortgesetzt. „Wir haben für 2017 einige Ideen, wie wir unsere Kaufleute noch stärker als nicht wegzudenkender

Bestandteil der örtlichen Gemeinde positionieren. Ein Dorf ohne Nah&Frisch Kaufmann ist eben wie ein Herz ohne Klopfen, so Nentwich.