

Handel

Aus der Nähe eine Marke machen

Das können die Kaufleute am besten. Gerade Nah&Frisch-Kaufleute stehen außer für Persönlichkeit auch für die Nähe zum Kunden und zu den Produkten. Mit der neuen Dachmarke „Aus'm Dorf“ wird ihnen ein wichtiges Werkzeug gegeben.

GABRIELE JIRESCH

g.jiresch@wirtschaftsverlag.at

Nah&Frisch ist es gelungen, eine Dachmarke ins Leben zu rufen, die alle lokalen Produkte in einem Geschäft unter sich vereinen kann. Sie steht allen Kaufleuten aus der Gruppe zur Verfügung und wird werblich und auch vom Großhandel (Wedl, Pfeiffer, Kastner, Kiennast) unterstützt, auch wenn die Waren eigentlich vom Kaufmann selbst ins Geschäft gebracht werden. Vorteil: Die lokalen Produkte sind ein Zugpferd und schaffen somit Frequenz.

Die Marke „Aus'm Dorf“ fungiert als Dachmarke, 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 die Konsumenten, welches die Ortsverbundenheit der Nah&Frisch-Kaufleute und die Alleinstellung des Produktangebots herausstreicht.

In der Umsetzung ist die Marke „Aus'm Dorf“ so lokal wie möglich und so national wie notwendig. Andreas Nentwich, GF der ZEV Nah&Frisch Marketing-service: „Die Marke präsentiert sich direkt auf dem lokalen Sortiment der Kaufleute in Form von Etiketten, Bandero- len, als Verpackungs- und Werbematerial



Nah&Frisch und die Großhändler stehen hinter der neuen Dachmarke (v.l.): Hannes Wuchterl, GF ZEV Nah&Frisch Marketing-service Gesellschaft m.b.H.; Georg Pfeiffer, Pfeiffer Handels GmbH; Christof Kastner; Kastner Großhandels-gesmbH; Julius Kiennast, Julius Kiennast Lebensmittelgroßhandels GmbH (Vorsitzender ZEV Nah&Frisch Marketing-service Gesellschaft m.b.H.); Gerhard Hasenbacher, Wedl-Handels-GmbH; Andreas Nentwich, GF ZEV Nah&Frisch Marketing-service Gesellschaft m.b.H.

Katharina Schiffl

vom Regalstreifen bis zum traditionellen Emailschild für den Außenbereich. National wird die Wort-Bild-Marke „Aus'm Dorf“ sowie der Claim „Gutes aus der Nachbarschaft“ beworben – auf Flugblättern, in unseren Printmedien, online über ein eigenes Modul auf der Website und mit einer Sondermarke der Österreichischen Post.“

Die Marke „Aus'm Dorf“ unterstreicht die besondere Rolle der Nah&Frisch-Kauf-

Bestandteil der Dorfgemeinschaft und geben unseren Nah&Frisch-Kaufleuten für ihre Funktion als Gemeindebotschafter neue Inhalte. Bei unserem Markenauftritt werden wir 2017 dort weitermachen, wo wir 2016 aufgehört haben: Im Mittelpunkt unserer Kommunikation bleiben die Kaufleute im Dorf. Wir werden noch klarer zeigen, welche immer größer werdende Bedeutung die Kaufleute für die Dorfgemeinschaft haben. Nicht nur als Kauffrau oder als Kaufmann, sondern weit darüber hinaus als nicht wegzudenkender Bestandteil der dörflichen Gemeinde. Ein Dorf ohne Kaufmann ist eben wie ein Herz ohne Klopfen“, so Nentwich.

Die Nah&Frisch-Gesellschafter Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl liefern ihren Kaufleuten mit der Marke „Aus'm Dorf“ ein weiteres klares Bekenntnis zur Partnerschaft. Alle vier Großhandelshäuser unterstützen mit Begeisterung die Marke „Aus'm Dorf“, obwohl sie damit auf Umsatz verzichten, wenn sich die Nah&Frisch-Kaufleute zur Stärkung ihres lokalen Angebotes direkt mit Produkten „aus'm Dorf“ ausstatten. Andreas Nentwich weist: „Diese partnerschaftliche Einstellung der Großhandelshäuser ist in Österreich wohl einzigartig. Ich bin überzeugt, dass sie langfristig den Erfolg unserer Kaufleute und damit auch die ländliche Nahversorgung im ursprünglichen Sinn sichern.“

„Mit „Aus'm Dorf“ unterstreichen wir die Rolle von Nah&Frisch als integrativer