



Aus'm Dorf – lautet die neue Kampagne für die Nah&Frisch-Kaufleute: Alles aus der nahen Umgebung unter einem Dach.

Thinkstock

## „Man schaut auf uns“

In unsicheren Zeiten besinnt sich der Mensch gerne auf die Qualität seines sicheren Umfeldes. Ein Pluspunkt für die Nah&Frisch-Kaufleute.

GABRIELE JIRESCH

gjiresch@wirtschaftsverlag.at

Lässt man die Jahre Revue passieren, so kommt einem die Entwicklung der Nah&Frisch-Kaufleute wie eine Berg- und Talfahrt vor. Kaufleute sind die Urzelle des Handels, in den letzten Jahrzehnten hat sich ihre Situation stark verändert: Durch SB-Märkte, Filialstrukturen der großen Mitbewerber und ein nicht immer vorteilhaftes Raumordnungsgesetz ist die Existenz schwieriger geworden. Die Nahversorger aus manchen Orten sind verschwunden, man sagte dem Greiffler den Untergang voraus.

Nun treffen jedoch zwei Faktoren zusammen, die das Blatt zu einer guten Wendung brachten: Aufgrund der Strukturveränderungen mussten sich die selbstständigen Unternehmer selbst verändern. Darwins Prinzip hat gegriffen, die guten und starken Kaufleute haben sich von den anderen abgehoben und sich den neuen Anforderungen der Konsumenten und Gesetze angepasst – was nicht zu

ihrem eigenen Schaden war. Der zweite positive Einfluss auf die gute Entwicklung der Kaufleute ist die Tatsache, dass die Finanzkrisen der letzten Jahre, aber auch die Unruhen in der Welt die Sehnsucht der Konsumenten nach Ruhe und heimatlicher Sicherheit massiv verstärkt haben. War Globalisierung das Schlagwort der 90er Jahre, so ist es jetzt Regionalität und Heimat.

Eine dritte Komponente, die allerdings nur die knapp 500 selbstständigen Kaufleute unter dem Nah&Frisch-Dach betrifft, die von den Großhandelshäusern Kiennast, Kastner, Pfeiffer und Wedl beliefert werden, ist die Neubesetzung des Nah&Frisch-Marketingteams mit Andreas Nentwich und Hannes Wuchterl an der Front. Das Power-Duo hat in den letzten Monaten mächtig umgerührt und die Kaufleute mit einem frischen Elan inspiriert. Um es an Zahlen und Fakten festzumachen: Die Profilierungssortimente wurden mehr, neue Website, SMS-Service, Kommunikation als integrativer Bestandteil der Marke Nah&Frisch ergeben ein

Umsatzwachstum von 3 % (Umsatz bereinigt pro Kunde) – und das bei einer geringeren Gesamtfläche der Kaufleute. Aus Kaufmannskreisen hört man sogar, dass der eine oder andere bis zu 6 % zulegen konnte.

Diese beachtlichen Resultate bringen noch mehr erfreuliche Neuheiten: Der Bruttoumsatz ist im letzten Jahr um 1,9 % gestiegen und auch der Bruttoumsatz pro Kunde legte um 2,4 % zu. Die Standortoptimierungen in Kombination mit der Markenmodernisierung brachten 300 Mio. Euro Umsatz.

Wie bereits berichtet werden alte Standorte, die sich für den modernen Nah&Frisch-Auftritt nicht mehr eignen, sukzessive geschlossen. Im Laufe des vergangenen Jahres wurden weitere 5 % der Nah&Frisch-Geschäfte neu gestaltet. Die Gesamtverkaufsfläche, die von den erwähnten Großhändlern beliefert wird, beträgt 100.000 m<sup>2</sup>, die durchschnittliche Verkaufsfläche 200 m<sup>2</sup>. Nun beginnen die gestarteten Ideen zu greifen

Fortsetzung: Seite 4

# Nah&Frisch auf dem Erfolgsweg



Katharina Schiftl

Im Rahmen des Kaufleute-Treffens wurden die Sieger des Markantitio 2017 gekürt. Sie werden – wie gewohnt – durch Mystery Shopping eruiert. Der 1. Platz ging heuer an zwei Sieger, da beide 100 % beim Ergebnis geschafft haben: Irrtraud Eckl und Thomas Kreuzhuber. Erstmals wurden auch Nah&Frisch-Eigenfilialen ausgezeichnet. Im Bild sehen Sie die Sieger mit dem Nah&Frisch-Management-Team Andreas Neutwich (li.) und Hannes Wuchterl (hinten rechts) sowie den Damen des Kabarett-Duos „Kernölamazonen“, die das Programm begleiteten (Mitte vorne und Mitte).

## Fortsetzung von Seite 1

Den Erfolg kann man auch daran erkennen, dass Mitbewerber Attribute übernehmen. „Wir erkennen Tendenzen, dass unser Extra ‚persönlich‘ sehr gerne verwendet wird“, so Hannes Wuchterl, Geschäftsführer der Nah&Frisch Marketingservice GmbH.

Er ist es auch, der am Kaufleute-Treffen im Steinschaler Dörf in Niederösterreich zwei bahnbrechende Neuheiten vor 240 Kaufleuten vorstellt: Zum einen wird der Nah&Frisch-Stammstisch (die Infobroschüre für alle N&F-Kaufleute als gedrucktes Infoblatt im grünen Kuvert) eingestellt und noch effizienter durch eine APP ersetzt. Diese APP kann man sich am Mobiltelefon, Tablet oder am Computer installieren. Die grundsätzlichen Aufgaben des Kaufmannes werden in Echtzeit kommuniziert. Auf aktuelle Entwicklungen kann sofort reagiert werden. Weiters gibt es den Tipp des Tages, das sind Aktionen, die dem Kaufmann, der Kauffrau helfen können, ihr Geschäft zu entwickeln. Er kann in ein Angebot für die Kunden umgestaltet

werden. Die Kundendatenbank kann der Kaufmann selbst verwalten und via SMS-Service Neuheiten und Angebote an seine Kunden schicken. Über die Kontaktdatenbank Kaufleute und Servicezentrale kann man sich untereinander austauschen.

Besondere Promotions begleiten das zweite Quartal: Die Kinderpost ist nach wie vor gern gelesen; Griaß di, die Kundenzeitung, zeigt von Qualität auf hoher Ebene. Eine Aktion in Kooperation mit Fisserl-Messern „Messerscharf“ stellt Kundenbindung in den Mittelpunkt, und für die Kleinen gibt es nach den „Schmoozies“ nun auch die herzigen „Gmtüüsis“ als Kuscheltiere.

Nicht zuletzt stellt Nah&Frisch mit der neuen „Eigenmarke“ „Aus'm Dorf“ die Möglichkeit auf, alle Produkte aus der sehr nahen Umgebung zu promoten. Aus'm Dorf wird umfassend beworben und bietet dem Kaufmann eine weitere Profilierungsmöglichkeit gegenüber allen anderen Händlern.

Beim verliehenen Markantitio 2017 wurde das Spitzenfeld immer enger, was von verbesserter Qualität zeigt.

## Nah&Frisch – interner Leistungswettbewerb

### MARKANTITIO 2017 Endergebnis Mystery Shopping – TOP 3 – EIGENFILIALEN

Nah&Frisch	PLZ, Ort
1 Julius Kiennast	3571 Gars am Kamp
2 KASTNER	2443 Leithaprodersdorf
3 KASTNER	2485 Wimpassing a.d. Leitha
3 KASTNER	3804 Allentsteig

### Endergebnis Mystery Shopping – TOP 10

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

