



Nah&Frisch schreibt 2018 ein Plus.

ÖSTERREICH

Nah&Frisch setzt neue Akzente

NAH&FRISCH. Für 2018 wieder Umsatz-Plus erwartet

Die Nah&Frisch ist in Österreich heuer gut unterwegs. So wird es wieder ein Umsatzplus im niedrigen einstelligen Prozentbereich geben. „Flächenbereinigt liegen wir sogar um drei bis vier Prozent über dem Vorjahr“, sagt Geschäftsführer Mag. Thomas Zechner im Interview mit REGAL. Besonders gut entwickle sich auch das Convenience-Konzept „Nah&Frisch punkt“. Bei der Expansion habe sich auch das Handelshaus Kastner mit zehn neuen Märkten sehr initiativ gezeigt. Zuletzt sorgte die Eröffnung eines Nah&Frisch von Kiennast mit der ÖBB am Bahnhof Hollabrunn (Weinviertel) für Aufsehen. Insgesamt kann die Nah&Frisch Gruppe heuer die Anzahl von 500 Märkten verteidigen. „Der große Abschmelzungsprozess

ist vorbei“, bestätigt Zechner. Der Endumsatz der Kaufleute bewegt sich bei guten 300 Millionen Euro. 2019 läutet Nah&Frisch eine Regionalitäts-Offensive ein. In der Werbung setzt man auf TV, Print, Flugblatt und Online, nicht aber auf Radio. Auch Modernisierungen sind 2019 wieder geplant. Kleinere Erneuerungen beziffert Zechner mit einem Invest von 100.000 bis 150.000 Euro, größere Standorte belaufen sich schon auf 300.000 Euro. Gut läuft es auch bei der Markant Österreich. So wird der Verrechnungs-Umsatz heuer um 2,6 Prozent steigen, gibt Zechner bekannt. Der Umsatz könnte sich bei knapp 2,3 Milliarden Euro einpendeln. Am ungarischen Markt ist Markant mit dm, Müller und Rossmann seit einem Jahr gut unterwegs.



GF Mag. Thomas Zechner

G. Schuhmayer