



■ Nah&Frisch GF Mag. Hannes Wuchterl
über den Weg der Nah&Frisch



Nah&Frisch hält klar den Kurs

- ▶ 297 Millionen Euro Außenumsatz mit 479 Standorten
- ▶ Plus 1,6 Prozent mehr Umsatz pro m²
- ▶ 200 Kaufleute setzen auf „Aus'm Dorf“

„Wir können es besser als die anderen“, sagt Nah&Frisch Geschäftsführer Mag. Hannes Wuchterl selbstbewusst. Gemeint ist das Kaufmann-Sein auf kleinen Flächen und an der Tankstelle. 26 Nah&Frisch punkt-Standorte zählten, laut Wuchterl, 2018

zum Netz. Fast alle an einer Tankstelle angesiedelt. „Wir beteiligen uns nicht am Preiskampf. Bei einem Tankstellen-Shop muss dem Betreiber noch mehr übrigbleiben als in einem konventionellen Nahversorgungsstandort. Die Spanne muss eine bessere sein“, so Wuchterl im REGAL-Gespräch.

Nah&Frisch punkt. Die zuletzt eingegangene Kooperation mit den ÖBB mit Standorten an Bahnhöfen soll für weitere Expansion sorgen. „Schwerpunkt bleibt aber nach wie vor die Ausweitung an und mit Tankstellen.“ Eine Verdopplung von Convenience-Märkten in den nächsten ein bis zwei Jahren ist für Wuchterl vorstellbar. „Und wir sind auch weiter offen für Kooperationen ähnlicher Art“, lässt der Unternehmenssprecher und Geschäftsführer der Nah&Frisch weitere Pläne durchklingen. Das Mini-Nahversorger-Konzept mit rund 80 Quadratmetern scheint aufzugehen. „Wir ▶

HANDEL

haben gelernt, kleine Flächen gut zu bewirtschaften.“

297 Millionen Euro Außenumsatz. Mit 479 Standorten startete Nah&Frisch ins Jahr 2019 (2018: 484). Im Außenumsatz konnte die Kaufleute-Organisation der Großhändler Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl um 0,3 Prozent auf 297 Millionen Euro zulegen. Damit nehmen die Nah&Frisch Kaufleute rund 1,5 Prozent Marktanteil am LEH-Kuchen ein. „Viel wichtiger ist uns aber, dass wir den Umsatz pro Standort um 1,3 Prozent verbessern konnten.“ Konkret heißt das: Von 612.000 auf 620.000 Euro.

Eine Entwicklung, die sich auch positiv im Ertrag für die Kaufleute niederschlug. Die durchschnittliche Verkaufsfläche beziffert Wuchterl mit 200 Quadratmetern. Auch der Umsatz pro Quadratmeter konnte zuletzt um 1,6 Prozent auf 3.230



Foto: Zeumerova

Neuer Nah&Frisch in Niederfladnitz, Weinviertel

Euro gesteigert werden. „Wir betreiben keine Standorte mehr, die nicht unseren Kriterien entsprechen.“ Die 500er-Marke will der Geschäftsführer dennoch nicht aus den Augen lassen. Rund 30 Kaufleute sind in der Nah&Frisch-Familie, die zwei bis vier Geschäfte führen.

Eigenmarken. Am großen Eigenmarken-Wettlauf will sich Nah&

Frisch auch weiterhin nicht beteiligen. „Preiseinstiegsmarken sind eine Herausforderung für den Kaufmann.“ Die Range des Eigenmarken-Anteils bewege sich, je nach Standort, zwischen fünf und 15 Prozent.

Aus'm Dorf. Als Triebfeder entpuppt sich die Lokal-Dachmarke „Aus'm Dorf“. Etwa 200 Kaufleute nutzen die bunte Offensive, die lokale Produkte am POS noch mehr pushen soll. Etwa 1.500 Produkte tragen inzwischen die Dachmarke.

Zusatz-Angebote. Hilfreich bei der von Wuchterl erwähnten „effizienten Bewirtschaftung“ sind die neu entstandenen multifunktionalen Ladenbau-Tools für Kaufleute. „Es geht uns aber nicht darum, Lösungen zu kreieren, wo weniger Personal gebraucht wird.“ Herzstück sei eine ansprechende und funktionierende Bedientheke. Für SB-Kassen oder ESL sieht Wuchterl derzeit kein Potenzial. Viel eher ginge es um Zusatz-Artikel und -angebote, die für Mehrumsatz sorgen. „Das reicht von der klassischen Kaffee-Ecke bis hin zum Coffee to go, aber auch Services wie Postpartnerschaften oder Kooperationen mit Vereinen.“

In der Werbung hält Nah&Frisch an seinem Medien-Mix fest: TV-Spots mit Nah&Frisch-Kunden oder Koch-Videos von Kaufleuten auf oe24. Eigene Online-Auftritte der Kaufleute seien keine geplant. „Im Rahmen das nationalen Online-Auf-

Nah&Frisch	2018	vgl. 2017	Entwicklung in %
1. Standorte			
GESAMT	479	484	-1,0
2. Außenumsätze (Mio. EUR; gerundet)			
GESAMT	297	296	+0,3
3. Umsatz pro Geschäft (in Tsd, gerundet)			
GESAMT	620	612	+1,3
4. Verkaufsfläche gesamt (m²)			
GESAMT	91.941	93.163	-1,3
5. Verkaufsfläche pro Geschäft (m²)			
GESAMT	192	192	0,0
6. Umsatz pro m²			
GESAMT	3.230	3.177	+1,6
7. Beschäftigte gesamt			
GESAMT	1.970	2.004	-1,7
8. Beschäftigte pro Geschäft			
GESAMT	4	4	0,0

Quelle: ZEV Nah&Frisch Marketingservice Gesellschaft m.b.H., Betriebskennzahlenvergleich per 31.12.2018, national

HANDEL

trittes von Nah&Frisch hat jeder Kaufmann seine individuelle Seite.“ Überlegungen gäbe es allerdings zu Click&Collect. Woran gearbeitet wurde, ist die Auffindbarkeit. „Wir ha-

ben einiges in Google My Business investiert, damit unsere Nah&Frisch Kaufleute auf Google und Google Maps besser gefunden werden.“ ■

Verena Widl



Kaufleute mit ...	2018	2017
Kaffee-Ecke	261	263
Imbiss	119	121
Frischfleisch BED	198	199
Frischfleisch SB	292	290
Bankomat	397	393
Scanning	402	396
E-Loading	269	269
Tabak	339	336
Lotto-Totto	230	227
Post-Partner	169	170
Putzereiannahme	174	177
Käsetheke SB	206	204
Regionale Produkte	395	391
Backstationen	352	349
Bio-Zertifizierung	80	90

Quelle: ZEV Nah&Frisch Marketingservice Gesellschaft m.b.H.

