



Der Kurs auf die neue Nah&Frisch-Strategie wurde am zweiten Tag des Kaufleutetreffens mit einem Schiffsausflug von Krems durch die Wachau fortgesetzt.

Kurs auf Heimat

Mit der Repositionierung ihrer Marke will die Handelsorganisation Nah&Frisch ihrem Namen noch mehr gerecht und in den Dörfern zum Synonym für Nahversorgung werden.

Autor: Max Pohl

Anfang Juni fand im Stift Göttweig, das gemeinsam mit der Wachau zum UNESCO-Weltkulturerbe gehört, das alljährliche Kaufleutetreffen der Nah&Frisch-Familie statt. Die 300 Gäste, zu denen vor allem Kaufmänner und -frauen sowie Vertreter der Großhandelshäuser Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl zählten, reisten aus ganz Österreich an, um sich über die neue Werbelinie und aktuelle Marketingaktivitäten zu informieren. Geschäftsführer und Unternehmenssprecher Mag. Hannes Wuchterl erläuterte den Gästen, warum und wie die ZEV Nah&Frisch Marketingservice GmbH



gemeinsam mit den Großhandelshäusern die Repositionierung der Marke vorgenommen haben: „Wir gehen einen Schritt weiter von der vielgepriesenen Regionalität zur Lokalität und legen den Fokus auf die Nahversorgung im Dorf.“ Dort seien Nah&Frisch-Kaufleute integrative Bestandteile der Gemeinschaft, was sich sowohl in den neu gestalteten Flugblättern als auch in den TV-Werbespots widerspiegelt. Unter dem Motto „Nah is guat!“ werden lokale Kaufleute, lokale Produkte, lokale Rezepte, lokale Veranstaltungen et cetera vorgestellt. CASH hat über die wichtigsten Neuerungen bereits in der Mai-Ausgabe berichtet.

Fotos: Katharina Schiffl

Neue Tools, mehr Ausbildung

Im Stift Göttweig legte Wuchterl den Nah&Frisch-Kaufleuten auch die neue Website ans Herz. Hier kann jedes Geschäft individuellen Content unterbringen und somit auch über diesen Kanal unter dem Motto „Das gibt's nur bei mir“ lokale Stärke unter Beweis stellen. Im Übrigen soll die Nah&Frisch-Familie ihren Beitrag zu bewussterem Einkaufen und zum nachhaltigen Schutz von Natur und Umwelt leisten. Um all dies professionell umsetzen zu können, werden den Kaufleuten und ihren Mitarbeitern ab September noch mehr Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen unter dem neuen Namen „Nah&Frisch Campus“ angeboten. Das Fortbildungsangebot erstreckt sich dabei von einer umfassenden Basisausbildung für Jungunternehmer und Quereinsteiger über wertvolle Vorort-Verkaufstrainings für Mitarbeiter bis hin zu Erfolgs-Seminaren für „g'standene“ Kaufleute.

Nahversorger des Jahres

Nach dem informativen Ausblick in die Marketingaktivitäten der kommenden Jahre kam es zum Höhepunkt der Veranstaltung – zur Bekanntgabe der besten Nah&Frisch-Kaufleute Österreichs. 430 Standorte wurden in den vergangenen Monaten in zwei Durchgängen geprüft. Wuchterl unterstrich an dieser Stelle die positive durchschnittliche Umsatzentwicklung pro Geschäft, nämlich von 563.391 Euro (2014) auf 623.713 Euro (2018), was einem Plus von mehr als

zehn Prozent entspricht. Als Siegerin des Nah&Frisch Kaufleute-Wettbewerbes 2018/2019 konnte sich Michaela Moser mit ihrem Geschäft aus Stadl an der Mur in der Steiermark gegenüber ihren Kaufmannskollegen durchsetzen. Ausgezeichnet wurde sie mit einer Urkunde sowie einer vergoldeten Waage als Trophäe und einer Einladung zur Studienreise in die Normandie.

Kaiser und Donauschiffahrt

Eine Überraschung verbunden mit großem Staunen ist den Veranstaltern mit dem Auftritt des „Wir sind Kaiser“-Teams gelungen. Die vertragliche Verpflichtung von Robert Palfrader und Rudi Roubinek dürfte wohl vor deren Engagement als Jö-Bonus-Club-Testimonials erfolgt sein, tat dem Spaß aber keinen Abbruch. Mag. Thomas Zechner, Geschäftsführer der Markant Österreich GmbH, und Julius Kiennast mussten dem Kaiser ihre Aufwartung machen und einigen Schabernack über sich ergehen lassen. Aus rechtlichen Gründen dürfen wir leider keine Bilder davon veröffentlichen.

Der Kurs auf die neue Nah&Frisch-Strategie wurde schließlich am nachfolgenden Tag mit einem Schiffsausflug von Krems durch die Wachau fortgesetzt: mit Infoständen zu den wichtigsten Marketing-Neuerungen, einem zünftigen Buffet und Gute-Laune-Programm mit den Schlager- und Heurigenmusikern Michael Perfler und Erich Zib an Bord der Admiral Tegetthoff.



Die Plätze 1 bis 3 des Nah&Frisch Kaufleute-Wettbewerbes 2018/2019: Siegerin Michaela Moser (Stadl an der Mur/Stmk.), 2. Platz Alois Tölg (Wettmannstätten/Stmk.) 3. Platz ex aequo „Unser Nahversorger“ in Amaliendorf-Aalfang/NÖ (die Urkunde hat Manuela Stephan entgegengenommen) und Sonja Starlinger (Lungötz/Sbg.; nicht anwesend) ausgezeichnet von Thomas Zechner (li.) und Hannes Wuchterl.

