

Nah&Frisch Bleykolm

Regional-Power in Weiz

- Regional-Kunden werden immer jünger
- Regionale Fertiggerichte als Neuheit

Für Nah&Frisch Kaufmann Mag. Ronald Bleykolm war die, kurz vor Corona abgeschlossene, Verdoppelung seiner Geschäftsfläche die richtige Entscheidung. „Es war eine Riesen Investition, aber wir sind sehr zufrieden damit. Mit der Vergrößerung auf 490 m² haben wir uns gegen eine weitere Spezialisierung und für ein Vollsortiment entschieden“, erklärt der Kaufmann.

Regionale Frische. 70 Prozent des 6.000 Artikel schweren Sortiments bestehen aus Frische-Produkten. Davon wiederum sind ebenfalls 70 Prozent von regionalen Anbietern, also aus einem Umkreis von 30 bis 50 km. Regionalität, so Bleykolm, habe aber sehr viel mehr Aspekte: „Für mich ist wichtig, dass die persönliche Beziehung zum Lieferanten besteht. Mein Obst und Gemüse hole ich zur Erntezeit täglich frisch vom Produzenten. Das Verhältnis baut auf gegenseitigem Vertrauen auf, es geht weit über die Kilometeranzahl hinaus.“ Zum Teil kenne er seine Lieferanten über Jahrzehnte, besonders am Herzen liegt Bleykolm auch ein fairer Preis, für beide Seiten.

Mit einem Drittel Anteil am Sortiment ist die Feinkost ein wichtiger Umsatzbringer. Fast alle Produkte stammen hier aus Österreich. „Einzige Ausnahme ist unser Italien-Schwerpunkt, zu 90 Prozent baut die Theke allerdings auf österreichische Lieferanten auf.“ Was es in der Region gibt, findet auch den Weg in die Bleykolm-Theke: „Die wenigen Fleischer, die wir im Umkreis haben, sind sehr auf Qualität spezialisiert und stark bei mir vertreten. Besonders gut ver-

MAG.
RONALD
BLEYKOLM,
Nah&Frisch
Kaufmann



kauft sich auch der Arzberger Stollenkäse, der in einem alten Silberstollen reift. Umsatzmäßig macht er beim Käse den größten Anteil aus.“ Aber auch Wiener Beinschinken und Prosciutto Castello aus Kärnten zählen zum Sortiment des Frische-Enthusiasten. Zusätzlich gibt es eine Vielzahl an hausgemachten Mehlspeisen. Blechkuchen, Apfelstrudel, Cheesecake und Co. werden täglich zubereitet. „Unsere Küche ist mittlerweile sehr gut ausgestattet.“

Kundenstamm. Die Regional-Kunden haben sich, laut dem Unternehmer, etwas geändert. „In den letzten Jahren haben wir starken Rückenwind zu dem Thema gespürt. Corona hat das nur verstärkt. Zunehmend kommen junge Paare, die sich sehr über Regionalität und Bio informieren und wissen wollen, woher ihre Produkte stammen.“ Auch der neue Ladenbau soll zur Verjüngung des Kundenstamms beigetragen haben.

Wachstums-Neuheit sind spezielle Fertiggerichte aus der Region. „Das Krafthäferl, also Rindssuppe mit Einlage, Beuschel, Kürbissuppe und vieles mehr. Mittlerweile haben wir zwei Laufmeter Regalfläche dafür reserviert, das Segment entwickelt sich sehr gut.“ Die Spezialitäten aus dem

Glas werden vor allem fürs Büro und die Versorgung von Familienangehörigen gekauft. Wichtigste Produktsegmente sind dennoch die Feinkost, Obst und Gemüse und das Gebäck. „Ich sehe die Oststeiermark als Paradies, was die Produktvielfalt angeht. Von Teigwaren über Steirerreis, Schokolade, Obst, Gemüse, Wein und Spirituosen, wir leben im gelobten Land.“

