

# „Wir sind Nahversorger, keine Supermärkte“

Nah&Frisch-Chef Hannes Wuchterl freut sich über ein saftiges Umsatzplus – und ärgert sich über mangelnde Differenzierung.

••• Von Oliver Jonke und Paul Hafner

Hauptziel sei es, „ein profitables Wachstum möglichst für jeden Kaufmann zu schaffen“, erklärte der Nah&Frisch-Geschäftsführer im Jänner 2021 anlässlich des bevorstehenden Geschäftsjahres. Mit den vorliegenden Zahlen ist Hannes Wuchterl entsprechend sehr zufrieden; er warnt im medianet-Interview aber davor, die vergangenen beiden Jahre als Maßgabe für 2022 herzunehmen – die bevorstehenden Herausforderungen seien mannigfaltig.

”

*Der Umsatz pro Standort und damit auch pro Kaufmann hat 2021 eine sehr positive Entwicklung genommen – das freut uns und ist für uns auch das Wichtigste.*

“

**medianet:** *Das Wichtigste vorweg: Wie ist es Nah&Frisch 2021 ergangen?*

**Hannes Wuchterl:** Wir konnten das Jahr mit einem schönen Plus von vier Prozent abschließen – und das, obwohl wir 2021 um

zehn Standorte weniger hatten als 2020. Das Umsatzwachstum pro Standort beträgt im Schnitt 5,7 Prozent, was natürlich gleichzeitig bedeutet, dass auch der Umsatz pro Kaufmann eine sehr erfreuliche Entwicklung genommen hat – und das ist für uns das Wichtigste. Vor allem vor dem Hintergrund, dass die Aufrechterhaltung des Betriebs durch die diversen coronabedingten Ausfälle vielleicht noch schwieriger war als 2020. Eine sehr schöne Entwicklung verzeichnen wir auch bei Nah&Frisch punkt, wo wir die Zahl unserer Standorte von zwölf auf 15 ausbauen konnten. Hervorzuheben ist hier vor allem die Kooperation mit den Socar-Tankstellen. Konkret verzeichnen wir im Tankstellengeschäft – trotz des Drucks der großen Ketten – insgesamt ein Plus von 25 Prozent.

**medianet:** *Ist der Rückgang der Nah&Frisch-Standorte ein Wermutstropfen?*

**Wuchterl:** Nein. Die Standorte, die es nun nicht mehr gibt, gibt es mehrheitlich aus gutem Grund nicht mehr. Wir haben gleichzeitig in Summe 37 Standorte neu eröffnet bzw. umgebaut und mit neuen Kaufleuten nachbesetzt und damit die Qualität der Standorte wie in den vergangenen Jahren weiter angehoben – was sich auch im Umsatz und der Ertragssituation der Kaufleute widerspiegelt. Wir sehen auch eindeutig, dass sich Leute wieder stärker für den Beruf des Kaufmanns oder der Kauffrau interessieren, durchaus auch in den kleinen Gemeinden. Vor zwei bis drei Jahren war es ex-

trem schwierig, Standorte nachzubetzen; hier bemerken wir tatsächlich eine deutliche Verbesserung der Situation. Es wird sich angesichts der auf uns zukommenden Herausforderungen zeigen, wie diese Entwicklung weitergeht.



Im Tankstellengeschäft konnte Nah&Frisch 25 Prozent im Umsatz zulegen.

**medianet:** *Das ist ein gutes Stichwort. Mit welchen Herausforderungen haben die Kaufleute aktuell besonders zu kämpfen?*

**Wuchterl:** Eine Herausforderung, die sich schon in den ersten Monaten des neuen Jahres in aller Brutalität abzeichnet, sind die enormen Preissteigerungen in allen Bereichen. Neben den Energiekosten sind unsere Kaufleute vor allem von Erhöhungen im Bereich Papier betroffen. Das setzt den Kaufmann auch in der Form, wie er sein Angebot bewerben kann – Stichwort Flugblätter –, enorm unter Druck. Keiner weiß, wann wir das Ende der Fahnenstange erreicht haben, aktuell wird die Preisschraube gnadenlos weitergedreht. Der Kaufmann muss genau kalku-

lieren: Kann ich mir die Flugblätter noch leisten? Wenn er das nicht kann, erreicht er viele Haushalte mit seinen Angeboten nicht mehr, und das ist, bei dem Werbedruck um ihn herum, natürlich eine dramatische Situation. Zu dieser Kostenbedrohung

kommt die Inflation, welche die Konsumkraft allgemein schwächen wird. Das ist eine Herausforderung, die nicht nur uns, sondern den gesamten Lebensmittelhandel treffen wird. Wenn vor einem Jahr jemand gesagt hätte, was da für eine Kostenlawine auf uns zurollt – niemand hat das geahnt. Die aktuelle Lage ist eine Mischung aus tatsächlicher Knappheit und, mit Verlaub, ein Raubrittertum gewisser Produzenten, welche jetzt die Gunst der Stunde nutzen wollen.

**medianet:** *Zu den aktuellen Herausforderungen kommt eine eher langfristige dazu: 2025 wird das Einwegpfand eingeführt. Wie bereiten sich die Kaufleute darauf vor?*





**Wuchterl:** Es wird gerade auf den unterschiedlichsten Ebenen an der zugehörigen Verordnung gefeilt. Ich hoffe, dass sich die Qualität der Gesetzgebung jetzt langsam wieder auf ein Niveau verbessert, sodass die von den Verordnungen Betroffenen auch

”

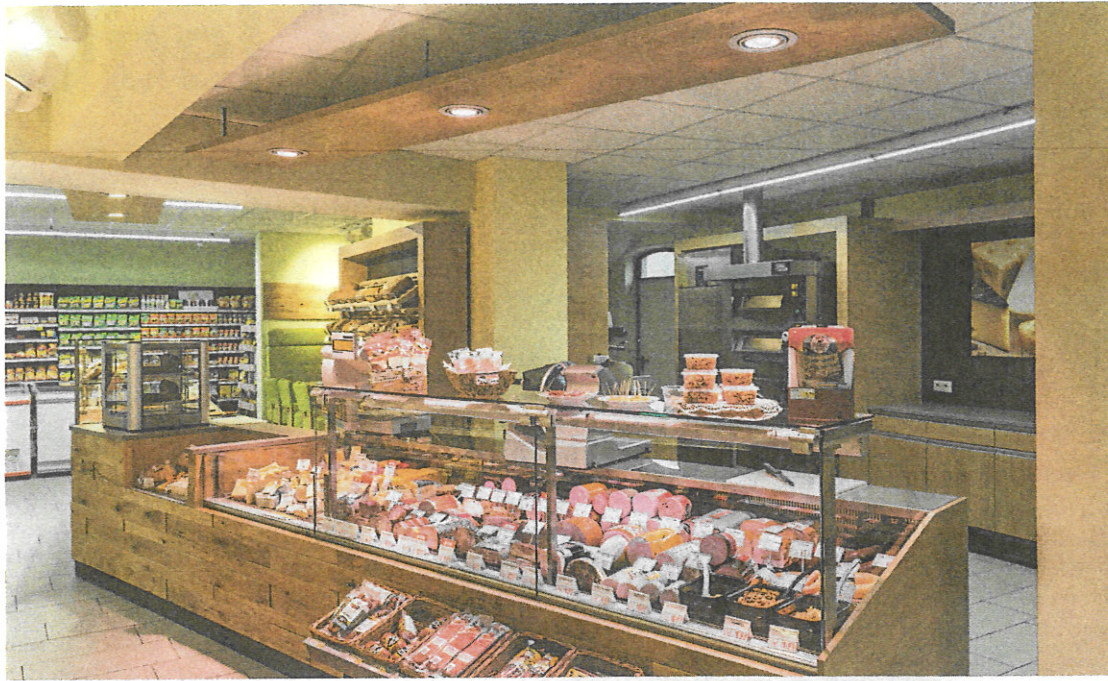
*Vor zwei bis drei Jahren war es extrem schwierig, Standorte nachzubesetzen. Hier bemerken wir eine deutliche Verbesserung der Situation.*

**Hannes Wuchterl**  
Nah&Frisch

“

vernünftig damit planen können – und sich auch langfristig darauf verlassen können. Die Gremien werden vor allem von den großen Handelspartnern und einigen führenden Getränkeherstellern dominiert. Wir sind als Kaufleute durch die Wirtschaftskammer mitvertreten, die sich – da muss ich jetzt auch einmal ein dickes Lob aussprechen – wirklich sehr bemüht, uns da mit ins Gespräch zu bringen und unseren Anliegen Gehör zu verschaffen. Es gibt hier noch sehr viele Unklarheiten, speziell beim zweistufigen Handel wie bei uns, zum Beispiel: Wie kommt das Plastik, das bei den





© Stephan Huger

Kaufleuten zurückgegeben wird, wieder in den Kreislauf zurück? Die Großhändler, die den Kaufmann beliefern, sind *Versorger*, keine *Entsorger*. Auch bei der Ausgestaltung der Handling-Fee und Förderungen ist noch viel zu klären. Das Zeitkorsett ist dabei relativ knapp: Der Verordnungstext soll bis Sommer stehen, das ist sehr ambitioniert. Es wird noch spannend für die ‚Kleinen‘.

**medianet:** Haben Sie das Gefühl, die Anliegen der Kaufleute wurden gehört?

**Wuchterl:** Gehört ja, verstanden glaube ich nicht. Ich höre immer von den ‚Ausnahmen für die kleinen Geschäfte‘ bis 200 oder 400 m<sup>2</sup>. Aber das ist ja eine Mogelpackung: Ich kann als Kaufmann gar nicht sagen, ich nehme das nicht zurück, auch als kleiner nicht. Was macht der Kunde da? Er geht dorthin wo er es zurückgeben kann, und dort kauft er dann auch ein. Kleine Geschäfte von der Rücknahmepflicht zu ‚befreien‘ kann man vergessen, da ist der Kunde weg. Das ist völlig weltfremd – und daher hoffen wir auch, dass diese Ausnahmen in keiner Weise zum Greifen kommen. Wir wollen ein gescheites System, an dem *alle* teilnehmen können und das den kleinen Kaufmann bei einer Fläche von unter 400 m<sup>2</sup> nicht unnötig belastet. Und dass

er entweder dafür eine adäquate Handling-Fee bekommt oder zu 100 Prozent gefördert wird, wenn er sich einen Automaten aufstellt.

**medianet:** Auch abseits von der Einwegpfand-Thematik gewinnt man den Eindruck, dass der mediale Diskurs zwischen Politik und Handel aktuell angeheizt wie selten zuvor ist.

**Wuchterl:** Ich würde ersuchen, und das ist ein direkter Appell an die Politik im Generellen, dass man endlich aufhört, von den Supermärkten und Supermarktketten zu reden, die dieses und jenes nicht machen, die lokale Produzenten schlecht behandeln, die alles zubetonieren – und damit alle Marktteilnehmer über einen Kamm schert. Wir sind Nahversorger und keine Supermärkte. Diese mangelnde Differenzierung entspricht nicht der Struktur, wie wir sie am Land draußen vorfinden, und sie spiegelt sich auch darin, wie die Politik tätig ist: Da wird über den Handel grundsätzlich einmal drübergefahren. Er knebelt die kleinen Anbieter, er ist eigentlich der Feind der österreichischen Bauern. Das schwingt da immer mit: *die Supermärkte*. Es gibt Supermarktketten, die großen Filialisten, mit einer enormen Marktmacht, das stimmt. Aber es gibt auch andere Marktteil-

nehmer, wie zum Beispiel uns, mit einer sehr engen Verbindung zu den lokalen Produzenten.

**medianet:** Wie lässt sich dieser mangelnden Differenzierung entgegenwirken?

**Wuchterl:** Ich würde mich sehr gerne einmal mit Landwirtschaftsministerin Elisabeth Köstinger an einen Tisch setzen und ihr darlegen: Frau Ministerin, da gibt es jemanden im Lebensmitteleinzelhandel, der ist eigentlich genau so, wie Sie sich das wünschen – klein, regional, lokal, arbeitet ganz eng, partnerschaftlich und respektvoll mit den lokalen Produzenten zusammen und stellt damit sicher, dass sich diese keinem ohnmächtigen Abhängigkeitsverhältnis ausliefern und damit ihren Beitrag zur kulinarischen Vielfalt des Landes leisten können.

**medianet:** Wie sieht der Ausblick für 2022 angesichts der vielfältigen Herausforderungen aus?

**Wuchterl:** Es gibt viele Unwägbarkeiten. Es passiert momentan nichts auf diesem Planeten, das zu einer Entspannung der Rohstoffkrise beiträgt. Der Krieg in der Ukraine, Treibstoff, Energie, Versorgung mit Gas in Österreich, Papier ... keiner weiß, wie lange und wohin das gehen wird. Kostenseitig wird das

### Update

Die Modernisierung schreitet kontinuierlich voran: Insgesamt hat Nah&Frisch 2021 37 Standorte neu eröffnet bzw. umgebaut und nachbesetzt.

also ein sehr schwieriges Jahr. Der Lebensmittelhandel war in den vergangenen beiden Jahren dadurch, dass sich der Kunde zeitweise nur dort seine Kalorien holen konnte, sicherlich sehr verwöhnt. Dementsprechend wird das Jahr 2022, wenn man über Wachstum nachdenkt, sehr, sehr herausfordernd werden. Da werden wir alle sehen, dass die Bäume nicht in den Himmel

”

*Es passiert momentan nichts auf diesem Planeten, das zu einer Entspannung der Rohstoffkrise beiträgt. Keiner weiß, wie lange und wohin das gehen wird.*

“

**Hannes Wuchterl**

wachsen, wie schon Luther gesagt hat. Dass die Leute jetzt – Gott sei Dank, sage ich dazu – endlich wieder normal in die Gastronomie essen gehen können, werden ausnahmslos alle Lebensmittelhändler zu spüren bekommen. Daher appelliere ich auch an alle Nah&Frisch-Kaufleute, schon jetzt sehr genau auf die Kostenseite zu schauen und sich entsprechend auf andere Umsatzniveaus als 2020 und 2021 einzustellen.