



Kaufleute-Kette mit tollem Zuwachs

Wahnsinn Nah&Frisch

MAG. HANNES
WUCHTERL,
NAH&FRISCH
GESCHÄFTSFÜHRER

- ➔ 5,7 Prozent Umsatzplus
- ➔ 430 Standorte
- ➔ 37 Eröffnungen

TEXT: GREGOR SCHUHMYER

Trotz Oligopol, trotz Marktmacht von Konzernen und Diskontern, und trotz Preisschlacht: die Nah&Frisch hat im Vorjahr eine Punktlandung hingelegt. „Im Schnitt haben unsere Kaufleute nach dem guten Jahr 2020 noch einmal um 5,7 Prozent zulegen können“, sagt Nah&Frisch Geschäftsführer Mag. Hannes Wuchterl. Die Zahlen sprechen für sich. Kaufleute mit 430 Standorten erzielten im Vorjahr 321 Millionen Euro Umsatz. Das sind durchschnittlich 750.000 Euro pro Standort. Damit leistet Nah&Frisch einen unverzichtbaren Beitrag zur Nahversorgung.

Dank eines starken Plus von 25 Prozent bei Nah&Frisch punkt erwirtschaftet Nah &



GF KR CHRISTOF
KASTNER:
143 Nah&Frisch
Märkte sowie
14 Ladenbau Projekte
für 2022

Frisch trotz sechs Standorten weniger als 2020, ein Umsatzplus von 4,0 Prozent.

37 Eröffnungen. 2021 hat Nah&Frisch 37 Standorte eröffnet bzw. gemeinsam mit Kaufleuten neu adaptiert. Immer öfter paart sich jetzt das besondere persönliche Service der Kaufleute mit modernem Nahversorger-Design. Wuchterl: „Ganz besonders an diesen Standorten sehen wir ein Wachstum, das noch weit über unserem durchschnittlichen Wachstum pro Standort von knapp sechs Prozent liegt. Wir werden daher weiter unseren Fokus darauf legen, an Standorten, wo es Sinn macht, zu investieren und für jene, wo wir kein Potential sehen, auch eine Schließung ins Auge fassen.“

Nah&Frisch punkt. Stark hat sich trotz

ZEV Nah&Frisch Marketingservice Ges.m.b.H.

- ➔ gegründet 1983
- ➔ 430 Nah&Frisch Geschäfte in Österreich
- ➔ Gesellschafter: Kastner, Kiennast, Unigruppe, Wedl



heftigem Wettbewerb auch Nah&Frisch punkt entwickelt. Mit vier zusätzlichen Standorten wurde 2021 ein Plus von 25 Prozent erwirtschaftet. Für 2022 sind eine Reihe weitere Nah&Frisch punkt Standorte geplant. Wuchterl: „Für uns ein strategisch ganz wichtiges Standbein mit enormen Potential für die Marke, auch im urbaneren Bereich.“

TV Kampagne. Auch 2021 blieb Nah&Frisch seiner strategischen Ausrichtung treu: Stärkung der Kaufleute als Markenkern getragen durch eine erfolgreiche neue TV-Kampagne ganz auf die Nah&Frisch Kaufleute zugeschnitten. Die fortschreitende Modernisierung zukunftsträgiger Standorte, ge-

→ Nah&Frisch Strukturdaten

321 Millionen Euro
Umsatz

1.881 Mit-
arbeiter

81.800

m² Verkaufsfläche

197 m² durch-
schnittliche
Verkaufsfläche

430 Standorte

Strukturdaten 2021 (inkl.
Nah&Frisch punkt)

zielte Expansion an neuen Standorten, auch unter der Marke Nah&Frisch punkt, verbesserte Zusatzleistungen wie Lieferservice und ein neues Kaffeeconcept, sind neben lokalen Produkten „aus'm Dorf“ die Eckpfeiler der weiteren Ausrichtung von Nah&Frisch.

Kosten. Explodierende Energie- und Rohstoffkosten, der Ukraine-Krieg und die damit zu erwartenden Lieferausfälle auch für Lebensmittelproduzenten, werden uns an allen Ecken und Enden kostenseitig unter Druck setzen. Wir sehen uns aber gerüstet und unseren Kunden verpflichtet, die sich immer rascher drehende Preisspirale so gut wie möglich abzufedern. Das Jahr 2022 wird jedenfalls für die Nah&Frisch Kaufleute ein sehr herausforderndes werden. Aber, so Hannes Wuchterl: „Unsere Kaufleute werden die Herausforderungen des Jahres 2022 meistern.“

Pläne. Auch Nah&Frisch punkt wird gepusht. Nach fünf Realisierungen mit Socar ist bei Kiennast die Gesamtflotte auf 22 angewachsen. „Ich denke, dass wir mit Socar noch weitere Standorte umbauen können“, sagt Kiennast-Chef Mag. Julius Kiennast REGAL. Alleine Kiennast peilt 50 bis 60 Nah&Frisch punkt Multiplikationen an.