



■ Nah&Frisch Geschäftsführer Mag. Hannes Wuchterl über die Corona-Herausforderungen



Erfolg in schweren Zeiten

- Guter Umsatz in den 463 Nah&Frisch Märkten
- Herausforderungen: Lockdown, Hamsterkäufe und Bahnhöfe
- Pläne 2021: Ausbau Kaffee-Ecken und Lieferservice

TEXT: ANNA LENA WAGNER

Das Jahr 2020 war für die 420 Nah&Frisch Kaufleute durchwachsen. „Wir hatten schwierige Situationen und schöne Momente“, so Mag. Hannes Wuchterl, Nah&Frisch Geschäftsführer, im REGAL Interview. Die 463 Standorte hatten im März mit der Pandemie zu kämpfen: die Maskenpflicht im LEH sowie Kundenströme, die Germ, Klopapier, Nudeln und Reis hamsterten, „überrollten“ die Märkte. Schon während des ersten Lockdowns wurde der Lebensmittelhandel als Gewinner der Krise betitelt. Doch der Erfolg kam nicht ohne Preis: bauliche Veränderungen, Hygiene- und Mitarbeiter-Schulungen, Bodenmarkierungen, Plexiglasscheiben und teure Hauszustellungen.

„Durch die Krise wurde wieder sichtbar, wie wichtig die Kaufleute für den Markt, die

→ Nah&Frisch in Zahlen:

463 Standorte

420 Kaufleute

290 Außenumsatz: Millionen €

Durchschnitts-Fläche:

200 m²

Nah&Frisch punkt:

Über **25**

Quelle: Nah&Frisch

Gemeinde und die Kunden sind“, betont Wuchterl. „Der Kaufmann kennt seine Kunden und deren Bedürfnisse.“ Solidarität, Zustell- und Liefer-Angebote über die Grenzen der Gemeinde hinaus waren das Ergebnis. Und auch im zweiten Lockdown im Winter wurde der Lieferservice, den die meisten Nah&Frischler anbieten, angenommen. „Der zweite Lockdown verlief ruhiger, weder im Sortiment noch beim Lieferservice gab es solch einen Peak.“ Bemerkbar war der Lockdown aber in Hochfrequenzlagen: „Vor allem Hochfrequenz-Standorte wie zum Beispiel an Bahnhöfen, mussten im ersten und im zweiten Lockdown mit Umsatzverlusten kämpfen.“ Und auch Tourismusregionen leiden unter den Hotel- und Gastronomie-Schließungen.

Außenumsatz 290 Millionen Euro. Generell aber verzeichnet Nah&Frisch ein positives Jahr. „Wir haben, so wie der restliche LEH,

gute Umsätze erzielen können.“ Und weiter: „Kaufleute, die flexibel waren und sich anpassen konnten, neue Chancen adaptierten und umsetzten, konnten sich 2020 gut behaupten.“ 2019 machten die 463 Nah&Frisch Standorte einen Außenumsatz von 290 Millionen Euro. Im Gegensatz zum Jahr zuvor lag ein leichter Abschmelzungsprozess vor. Wuchterl macht das an den Pensionierungen einiger Kaufleute fest und zieht die Schlussfolgerung: „Anders als im Filialsystem macht es bei selbstständigen Kaufleuten nur Sinn, einen entsprechend wirtschaftlichen Standort weiterzuführen.“ Die herausfordernde Suche nach geeigneten und motivierten Kaufleuten und Mitarbeitern bleibt aber auch Nah&Frisch nicht erspart.

Pläne 2021. Für 2021 hat Nah&Frisch schon konkrete Pläne: „Die Weiterentwicklung von neuen Standorten und Modernisierungen steht auf dem Programm.“ Auch Zusatzleistungen wie Kaffee-Ecken – „diese litten natürlich unter Corona“ – werden im nächsten Jahr weiterentwickelt. Ein weiteres Thema, so Wuchterl, wird der Ausbau des Lieferservice sein.

Nah&Frisch punkt. Über 25 Tankstellenstandorte führt die Gruppe unter Nah&Frisch punkt. Für das nächste Jahr stehen auch hier einige Projekte in der Pipeline. „Vor allem das Großhandelshaus Kiennast führt aktiv und erfolgreich Tankstellenstandorte.“ Die Durchschnittsfläche der Tankstellen-Märkte liegt bei 70m².

Über 1.000 Eigenprodukte. Der durchschnittliche Nah&Frisch Markt hingegen umfasst 200 Quadratmeter. „Wir sind mit kleinen Standorten erfolgreich“, so der Geschäftsführer stolz. Auf wenig Fläche bringen die Nah&Frisch Kaufleute aber viel unter. Bei der Eigenmarke „Jeden Tag“ kann der Kaufmann mittlerweile aus über 1.000 Produkten wählen. „Einen Anteil von 40 Prozent Eigenmarken wird es bei uns aber sicher nie geben“, sagt Wuchterl bestimmt. „Nicht zu jedem Produkt der Industrie stellen wir eine Eigenmarke.“

Kurze Wege. Die Großhändler Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl arbeiten mit den Nah&Frisch Kaufleuten in puncto



Nah&Frisch Hofbauer, Röschitz



Nah&Frisch Pranzl, Molln



Nah&Frisch Hofbauer, Röschitz

Sortiment zusammen und decken die Trends Regionalität, Bio und Nachhaltigkeit ab. „Nachhaltigkeit wird bei Nah&Frisch nicht nur im Sortiment mit ‚Aus’m Dorf‘ gelebt, sondern auch beim Ladenbau.“ Neben LED-Beleuchtung und nachhaltigen Baustoffen werden auch lokale Tischler und Anbieter für die Märkte ausgewählt.

Ladenbau. Für die Nah&Frisch Märkte setzt Wuchterl auf ein „gutes und persönliches Einkaufserlebnis“. Ein gutes Raumgefühl und bewegliche Zweitplatzierungen sind das A und O. Die Herausforderung: der Frische- und TK-Bereich. „Dieser wächst immer stärker, hier braucht es mehr Fläche.“ Was Technik und Digitalisierung angeht, weiß der Geschäftsführer, „wir sind nicht Early-Adapter aber wir beobachten den Markt“. Den Trend sieht Wuchterl vor allem in der kleinen Fläche. Als Ziel gelten in den nächsten fünf bis zehn Jahren 500 Standorte.

annalena.wagner@regal.at