



© Nah&Frisch

Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl.
Medianet Redaktion 15.03.2022

5,7% Umsatzplus: Erneut gutes Jahr für Nah&Frisch-Kaufleute

Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl im Rückblick auf das Corona-Jahr 2021.

WIEN. Dank einem starken Plus von 25% bei Nah&Frisch punkt konnte Nah&Frisch trotz sechs Standorten weniger als im Jahr 2020 ein Umsatzplus von vier Prozent erwirtschaften.

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. Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl: „Ganz besonders an diesen Standorten sehen wir ein Wachstum, das noch weit über unserem durchschnittlichen Wachstum bzw. Standort von knapp sechs Prozent liegt. Wir werden daher weiter unseren Fokus

darauf legen, in Standorte dort, wo es Sinn macht, zu investieren und für jene, wo wir kein Potenzial sehen, auch eine Schließung ins Auge fassen.“

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

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 Kauffrauen und Kaufmänner zugeschnitten. Die fortschreitende Modernisierung zukunftsträchtiger Standorte, gezielte Expansion an neuen Standorten, auch unter der Marke Nah&Frisch punkt, verbesserte Zusatzleistungen, wie Lieferservice und ein neues Kaffeekonzept, sind neben lokalen Produkten „aus'm Dorf“ die Eckpfeiler der weiteren Ausrichtung von Nah&Frisch.

Wuchterl: „Die Nah&Frisch-Kaufleute haben es verstanden, auch im Jahr 2021 noch einmal ihre Position zu stärken. Jetzt gilt es aber – und das ist mein Appell an alle in der Nah&Frisch Familie –, extrem wachsam zu sein.

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 sehr herausfordernd werden. Aber, so Hannes Wuchterl: „Wir haben die besten Kaufleute in Österreich, sie werden die Herausforderungen des Jahres 2022 am besten von allen meistern.“ (red)