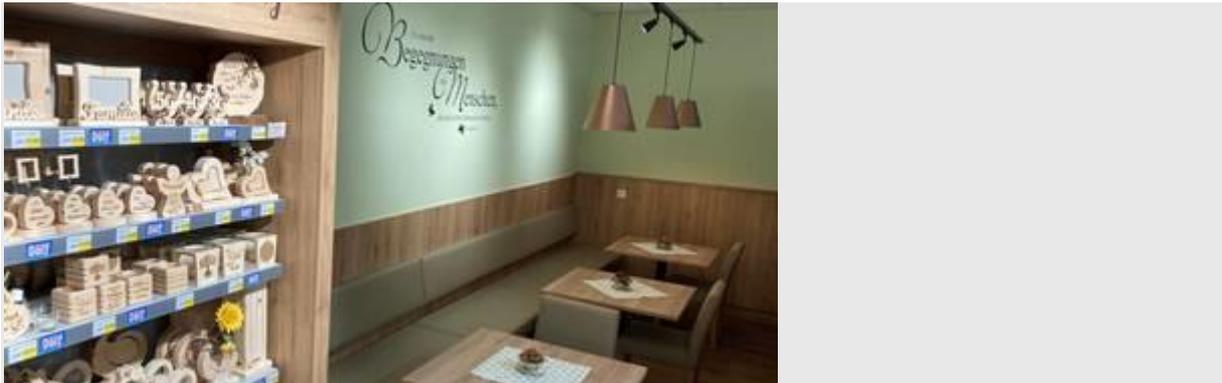


| 11. MÄRZ 2022 | 12:01 UHR



©Nah&Frisch Vestenthal

**5,7% UMSATZPLUS**

## **Erneut gutes Jahr für Nah&Frisch Kaufleute**

**Nah&Frisch Geschäftsführer Hannes Wuchterl im Rückblick auf das Corona-Jahr 2021: „Es lohnt sich für seine Kunden persönlich da zu sein: Im Schnitt haben unsere Kaufleute nach dem guten Jahr 2020 noch einmal um 5,7 % zulegen können.“**

Dank einem starken Plus von 25 % bei Nah&Frisch punkt erwirtschaftet [Nah&Frisch](#) trotz sechs Standorten weniger als 2020, ein Umsatzplus von 4,0 %.

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/Standort von knapp 6 % liegt. Wir werden daher weiter unseren Fokus darauf legen, Standorte dort wo es Sinn macht, zu investieren und für jene wo wir kein Potential sehen, auch eine Schließung ins Auge fassen.“

### **Vier neue Standorte im Jahr 2021**

Stark hat sich trotz heftigem Wettbewerb auch Nah&Frisch punkt entwickelt. Mit vier zusätzlichen Standorten wurde 2021 ein Plus von 25 % 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:“

© Hannes Wuchterl



## **Gezielte Expansion und verbesserte Zusatzleistungen**

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 zukunftssträchtiger 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 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 ein sehr herausforderndes werden.“ Aber, so Hannes Wuchterl: „Wir haben die besten Kaufleute in Österreich, sie werden die Herausforderungen des Jahres 2022 am besten von allen meistern.“

Business-live