


Nah&Frisch feiert 40 Jahre Jubiläum mit fulminantem Fest

 retailreport.at/nahfrisch-feiert-40-jahre-jubilaeum-mit-fulminantem-fest

Nah&Frisch feiert das 40 Jahre Jubiläum mit einem fulminantem Fest am Wolfgangsee. Die "Kaufrfrau des Jahres" wurde gekürt.

Nah&Frisch Geschäftsführer Hannes Wuchterl und sein Team scheuten keine Kosten und Mühen das 40. Jubiläum der Nah&Frisch zu einem unvergesslichen Erlebnis werden zu lassen: Die Mayerin eröffnete das Fest mit einer berührenden Version ihrer Nah&Frisch Hymne „Da bin i dahoam“ und verzauberte dann alle als charmante Moderatorin. Tricky Niki zauberte mit seinen Tricks und als Bauchredner ein Lachen in die Gesichter der Gäste. Nach einem Barbecue, bei herrlichem Wetter am Ufer des Wolfgangsee, staunten die Gäste über die unglaubliche Mentalmagie der österreichischen Zauberweltmeister Thommy Ten und Amélie van Tass. Am Schluss ließen die Seer die Halle beben. Und zwischendurch drehten die besten drei ausgezeichneten Nah&Frisch Kaufleute mit einem ganz besonderen Oldtimer-Wasserflugzeug ihre Runden über den schimmernden Wolfgangsee. *Fotos sehen Sie in der Galerie.*

Die Realität hinter dem Fest

Am 4. Juni ließ man es sich richtig gut gehen und vergaß an diesem Abend die Sorgen und Gedanken ein großes Stück weit. 384 Kaufleute mit rund 430 Geschäften zählen zur Nah&Frisch und werden von den drei Großhändlern Kastner, Kiennast und Unigruppe beliefert. Der Umsatz 2022 inkl. N&F Punkt lag bei 322 Mio. Euro. „Es ist nicht immer einfach, aber es ist immer fair“, beschreibt Hannes Wuchterl in seiner Eröffnungsrede das Verhältnis zum Kunden, aber auch zur Industrie und weist dabei darauf hin, auch der Nah&Frisch manchmal ein Stück mehr entgegen zu kommen. Thomas Zechner, Geschäftsführer der Markant Austria, sieht ebenfalls in der Zusammenarbeit mit allen Partnern ein gutes Verhältnis, an dem man immer arbeiten muss.

KR Christof Kastner, Julius Kiennast jun. und Andreas Haider sind mit ihrem Großhandel die Schlüsselfiguren zwischen Kaufleuten, Industrie und den Werkzeugen, die man für alle Nah&Frisch Kaufleute bereitstellt. Ladenbau, Eigenmarken, Entwicklung der Marke „Aus'm Dorf“ (deren Erfinder Erich Falkner ausgezeichnet wird), das Kundenmagazin Griaß di (ebenfalls eine Auszeichnung erhielten die Gründer Daniela Vallaster und Marcus Fischer), Flugblätter, alle neuen Angebote im Digitalisierungsbereich stehen den Kaufleuten uneingeschränkt zur Verfügung. sie müssen nur genutzt werden.

Nah&Frisch - am Land die Nummer 1

Hannes Wuchterl beschreibt mit einem plakativen Beispiel die Rolle der Nah&Frisch Kaufleute: „Die Landeshauptstadt von Niederösterreich, St. Pölten, zählt rund 58.000 Einwohner. Im Ort gibt es rund 50 Einkaufsstätten, die sich die großen Mitbewerber von Vollsortimenter bis Diskonter untereinander aufteilen. Aber keinen Nah&Frisch. DENN: Nah&Frisch bekennt sich klar als Nummer 1 Nahversorger im ländlichen Raum“. Den Erfolg messen die Nah&Frisch-Verantwortlichen oftmals auch daran, dass sie in ihrem Tun von den „Großen“ Lebensmittelhändlern kopiert werden. Vor allem, wenn es um Lokalität, Nähe zum Konsumenten und Kooperationen geht. Doch egal, was nachgemacht wird: „Nah&Frisch messen wir nicht am Marktanteil, sondern am Herzensanteil bei unseren Kunden“, so KR Christof Kastner. „In den letzten 40 Jahren gab es viele Veränderungen im Lebensmittelhandel und auch viele Schließungen: Konsum, Zielpunkt oder Meinl fallen mir dabei ein“, so Kastner weiter. „Aber Nah&Frisch ist immer noch da und hat eine ganz starke Positionierung zum Konsumenten hin. Uns wird es auch in den nächsten 40 Jahren noch geben. Denn: nicht jeder Mensch will in einem Konzern arbeiten und hat eine andere vielleicht sogar bessere Einstellung zum Arbeitsleben“, so Kastner.

Andreas Haider und Julius Kiennast jun. sprangen für die Digitalisierung in die Bresche. „Auch als Kaufmann und Kauffrau muss man sich der Digitalisierung stellen. Ein hybrider POS, der auf die Einkaufsgewohnheiten der Kunden eingeht, ist mit Digitalisierung möglich. Verschiedene hybride Modelle stehen zur Verfügung, wir haben Konzepte und Tools“.

Über 1000 Produkte kaufen Nah&Frisch Kaufleute direkt in ihren Gemeinden und Nachbargemeinden ein, weiters werden viele tausende Produkte regionaler Anbieter von den Großhandelshäusern in der Region beschafft. Hannes Wuchterl: "Wir sehen uns nicht nur als Nahversorger für unsere Kunden, sondern auch als wichtiger und fairer Partner der österreichischen Bauern und vieler lokaler und regionaler Produzenten. 40 erfolgreiche Jahre Nah&Frisch sind auch 40 Jahre erfolgreiche Partnerschaft mit den Menschen in der Region. Und unsere Vision ist es, die Rolle als Nahversorger nicht nur zu erhalten, sondern als Nah&Frisch die Nahversorgung in Österreich nachhaltig zu verbessern."

Vielfältige Möglichkeiten im Arbeitsleben

Nicht nur die UniBox, auch andere Beispiele, wie ein Geschäftsmodell, das am Vormittag Bedienung und am Nachmittag Selbstbedienung vorsieht, sind in der Pipeline und schon erprobt. Sie erweisen sich als gute Möglichkeit für die Kaufleute.

Auch Amazon ist in der Entwicklung neuer Möglichkeiten für die letzte Meile und testet bereits seit einiger Zeit den „Walker“: Lieferungen - bis dato in einer Großstadt mit zum Beispiel Trafikanten getestet - kommen gesammelt zur Trafik und werden am Nachmittag/Abend von dem Kleinunternehmer tatsächlich in der näheren Umgebung

„ausgetragen“. Die Walker kennen die Umgebung und die Leute, was für die Zustellung ein Vorteil ist. Auch für Nah&Frisch Kaufleute ist diese neue Form der Zustellung in ihrem ländlichen Raum mit Sicherheit interessant.

Die Nah&Frisch Sieger

Im Rahmen der Veranstaltung ehrte Nah&Frisch seine besten Kaufleute. „Kauffrau des Jahres“ ist Sabine Holzer aus Wang in Niederösterreich. Ex-aequo an zweiter Stelle und nur ganz knapp geschlagen landeten Barbara Kager aus Bad Schönau (NÖ) und Herbert Sientschnig aus Schäffern (ST).

Die besten Nah&Frisch Eigenfilialen befinden sich in Leithaprodersdorf (Kastner), Gars am Kamp (Kiennast) und in Zwettl (Kastner).

Gabriele Jiresch





