

Nah & Frisch: der Game-Changer ist da

#Yes tail retailreport.at/nah-frisch-der-game-changer-ist-da



PeterPodpera

2023 war ein erwartbar schwieriges Jahr für die selbstständigen Nah&Frisch Kaufleute. Doch es gibt eine zukunftsweisende Lösung, die neue Perspektiven eröffnet.

2023 war für Österreichs Wirtschaft ein erwartbar schwieriges Jahr – so auch für den Lebensmittelhandel und so auch für die Kaufleute von Nah&Frisch. Hohe Energiekosten, Inflation und Personalkosten blieben an den selbstständigen Unternehmern hängen. „Aber die Stärke der Kaufleute ist es sich auf die herausfordernde Situation einzustellen und durch ihr hohes Maß an Resilienz, persönliches Engagement und Einsatz jene Dinge aus dem Weg zu räumen, die sich ihnen in den Weg gelegt haben“, so Hannes Wuchterl, Geschäftsführer der Nah&Frisch. Nachhaltige Unterstützung gab es diesbezüglich auch von den Großhandelshäusern Kastner, Kiennast und Unigruppe.

„Allerdings ist nicht jeder Standort krisenresistent genug, wenn es um solche extrem explodierende Erhöhung der Kosten geht“, so Wuchterl. Es hat im Zuge der Wirtschaftskrise eben einen Strukturwandel gegeben – wie auch bei anderen Mitbewerbern.

Hannes Wuchterl ortet hier jedoch auch politisches Versagen, denn für „KMUs, wie unsere Kaufleute es sind, fehlte zielgerichtete Unterstützung, beziehungsweise sie kam oft zu spät. Der Energiekostenzuschuss war bereits zu Weihnachten 2022 angekündigt und es hat bis weit in den Herbst 2023 gedauert, bis er ausbezahlt wurde. Für den einen oder anderen Standort war das zu spät“, so Wuchterl.

„Ja, wir haben 2023 Standorte verloren, ich will hier gar nicht schönfärben, ABER: es waren deutlich weniger, als wir befürchteten“. Aktuell zählt Nah&Frisch 351 Kaufleute und 34 Nah&Frisch punkt Märkte. „In Summe sind es 16 Standorte weniger als 2022“. Der Außenumsatz konnte sogar um 6,2% gesteigert werden.

„Es geht uns nicht schlechter als den anderen“

Diese Aussage muss man immer wiederholen, denn mancherorts wird Nah&Frisch gerne schlechter dargestellt, als es ist. Dennoch: auch das Jahr 2024 hat seine Anforderungen an die Handels-Unternehmer: die Inflation ist nach wie vor höher als im EU-Raum und die Preisforderungen der Industrie ist eine Herausforderung. „Es scheint so, als denke die Industrie, dass es bei uns leichter ist Preise durchzusetzen als bei den Filialisten oder Diskontern“, pocht Hannes Wuchterl auf Fairness. „Was die Industrie dabei vergisst, ist, dass jedes Nah&Frisch-Geschäft Kontakt mit Konsumenten bedeutet. Kontakte, die es sonst nicht gäbe. Wir sind ein wichtiges Fenster zum Kunden“, so Wuchterl. Ob sich die Industrie mit den hohen Preisforderungen etwas Gutes tut, sei dahingestellt. „Nah&Frisch ist seit jeher ein verlässlicher Partner der Industrie. Umso weniger verstehe ich, dass man von Industrie-Seite auf das letzte ‚Promillchen‘ pocht“.

Das Fenster zum Konsumenten

Nah&Frisch Kaufleute punkten mit einem enormen Fachwissen – nicht nur an der Theke, sondern auch am Ende des Einkaufsvorganges – an der Kassa. Und da merken die Kunden auch: „Das Delta zwischen einem Einkauf beim großen Mitbewerber und bei Nah&Frisch ist gar nicht so groß, wie alle sagen. Dafür ist das verfügbare Service rund um den Kunden immens groß“, sagt der Geschäftsführer. Persönliche Nähe, Beratung, einladende Feinkosttheken, persönliche Extras sind die wahren Rezepte gegen die Krise.

Klar gibt es Eigenmarken

Doch auch mit Eigenmarken kann Nah&Frisch aufwarten. „Jeden Tag“ ist die etablierte Vorzeigemarke und im Markt auch kompetitiv. „Wir müssen uns bei der Qualität der Produkte sicher nicht verstecken. Bei Nah&Frisch hat „Jeden Tag“ einen wichtigen Platz, aber wir werden nicht zum klassischen Eigenmarken-Anbieter“.

Das Gesicht von Nah&Frisch am POS hat sich in den letzten Jahren sehr gewandelt. Die Geschäfte sind moderne Nahversorger, energieeffizient, nachhaltig. Es interessieren sich auch immer öfter junge Leute für die Übernahme eines Geschäftes, sehen sich dabei aber nicht mehr in der Rolle eines klassischen Kaufmanns.

Game-Changer steht vor der Tür

Es ist heute schwieriger jemanden für die Selbstständigkeit zu begeistern, als dies noch vor Jahrzehnten der Fall war. Die Menschen wollen den Sinn hinter ihrer Arbeit sehen und auch Auszeiten einplanen können. „Diese Möglichkeit wird nun geschaffen, indem wir auf Hybridmärkte setzen. Sie sind der Game-Changer in der ländlichen Nahversorgung!“, freut sich Hannes Wuchterl. Aktuell sind 20 Hybridmärkte am Netz und weitere folgen. „Nahezu alle neu aufgesperrten Nah&Frisch Märkte nutzen die Möglichkeit des hybriden Angebots für die Konsumenten“, so Wuchterl. Das Tempo für die neuen Märkte wird sich erhöhen, weitere Konzepte sind fertig und erprobt.

Vorteil auf kleiner Fläche

Die Vorteile liegen auf der Hand:

1. Die Kauffrau/der Kaufmann kann die Öffnungszeiten auf 72 Stunden ausweiten. Das war bisher fast unmöglich
2. Der Konsument kann mit Karte ins Geschäft und auch zahlen.
3. Bestehende Märkte kommen mit geringeren Personalkosten aus.
4. Es entsteht eine neue Lebensqualität für die Kaufleute
5. Auch wenn der Kaufmann/die Kauffrau alleine im Geschäft ist, kann sie/er die Theke bedienen und der Kunde checkt selbst aus.

„Nah&Frisch“ ist somit Innovator. Gemeinsam mit den Großhandelshäusern haben die Kaufleute neue Wege gefunden. Projekte wie diese könnten auch in New York oder London stehen und alle wären begeistert. Vor allem ist es ein echter Lichtblick für Gemeinden, die keinen Nahversorger mehr haben“, so Hannes Wuchterl. Denn: Einkaufen, ohne mobil sein zu müssen, wird im Zeitalter der Nachhaltigkeit und Bodenversiegelung immer wichtiger.

Nah&Frisch stellt sich auf die Beine

Für Unmut bei den Nah&Frisch Kaufleuten sorgt das Thema „Plastik-Einwegpfand“. Man stellt sich nicht gegen das Pfand, aber wie die Thematik von politischer Seite her umgesetzt wird, das stößt Hannes Wuchterl auf. Mit einem Schreiben wandte er sich an diverse politische Stellen, um den Fördertopf für die selbstständigen Kaufleute nochmals aufzufüllen. „Ich habe bis auf eine Stelle (das Finanzministerium) nicht einmal eine Antwort bekommen – und diese eine Stelle erklärte mir ihre Unzuständigkeit“, ärgert sich der verantwortliche Geschäftsführer. „Was für ein Gefühl hinterlässt das bei einem Nah&Frisch

Kaufmann/Kauffrau, wenn der Mitbewerb die Umsetzung der Pfand-Automaten größtenteils zu 100% gefördert bekommt und er nicht?“. Wuchterl vermisst hier die Fairness: „Auf der einen Seite will man den Nahversorger im Ort halten, auf der anderen Seite macht man ihm das Leben schwer“. Wenn hier die Politik noch unterstützen würde, wäre 2024 ein durchaus willkommenes Jahr für die Nah&Frisch-Kaufleute.