

Nah&Frisch hat sich frisch konsolidiert

Im schwierigen Jahr 2020 setzten sich starke Kaufleute bei Nah&Frisch mit einem Erlösplus von mehr als 13% durch.

••• Von Christian Novacek

Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl resümiert über ein Jahr im Handel, wie es das in der Form noch nie gegeben hat: „Die Nah&Frisch-Kaufleute, die das herausfordernde Jahr 2020 überstanden haben, können sich im Schnitt über ein Umsatzplus von 13 Prozent freuen“, freut er sich über das Survival of the Fittest – wohl bewusst, dass die Coronakrise auch ins Nah&Frisch-Gefüge Kerben geschlagen hat: „Leider haben sich einige Kaufleute angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen entschieden, nicht weiterzumachen“, so Wuchterl weiter. Insgesamt ist sich aber für Nah&Frisch im Jahr 2020 trotz 27 Standorten weniger ein Gesamtumsatzplus von 6,5% ausgegangen, das waren dann 309 Mio. € im Erlös.

Das Extra macht's

Was für die gestandene Nah&Frisch-Kauffrau oder den gestandenen Kaufmann dann letztlich den Unterschied zwischen Wohl und Wehe ausgestaltete, war einmal mehr das auch werblich bestens apostrophierte „mei Extra“.

Dieses Extra war mehr als einmal ein Lieferservice, das speziell anhand der Epidemie-Angst punkten konnte. Besonders gut performte der Nah&Frisch-Bereich beim Waldviertler Großhändler Kastner. Dort wurde mit zusätzlichen acht Standorten und 13 Übergaben von Nah&Frisch-Geschäften an neue, selbstständige Kaufleute



Gerüstet

Für Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl ging ein herausforderndes Jahr 2020 vorüber – um nahtlos in ein herausforderndes 2021 überzugehen.