

„Bei Nah&Frisch geht Qualität vor Quantität“

Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl über die Gründe, warum am Ende des Tages Nah&Frisch-Kaufleute die besten sind.

••• Von Christian Novacek

Bei Nah&Frisch arbeiten derzeit 420 Kaufleute an 487 Standorten in ganz Österreich. Sie werden von vier Großhandelshäusern beliefert und kennen laut Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl ein Ziel: Die Besten sein. Inwiefern das in Zeiten von Overstoring und der immer mehr Fahrt aufnehmenden Digitalisierung im Handel heute noch möglich ist, legt Wuchterl im großem medianet-Interview dar.

medianet: Die Zahl der Nah&Frisch-Geschäfte nimmt, wenngleich geringfügig, ab. Gleichzeitig verkünden Mitbewerber wie Billa und Spar die Expansion. Wo steht Nah&Frisch in diesem Umfeld?

Hannes Wuchterl: Wir nehmen den starken Druck des filialisierten Wettbewerbs wahr, allerdings rechnen und denken wir nicht in der Zahl der Standorte. Bei uns zählen Kaufleute, deren Geschäft funktionieren muss. Wir können nicht mit fünf profitablen einen nicht profitablen Standort stützen – bei Nah&Frisch muss jeder Kaufmann und zunehmend jede Kauffrau wirtschaftlich rentabel agieren.

medianet: Und wie ist es um diese Rentabilität derzeit bestellt?

Wuchterl: Wir sind als Gruppe mit der Entwicklung sehr zufrieden, stets unter dem Aspekt, dass bei uns Qualität vor Quantität geht. Die Qualität ist hoch und wird weiter gesteigert.

Sie finden bei uns Kaufleute, die keinerlei negative Auswirkung auf ihren Geschäftsgang spüren, wenn am Kreisverkehr vor dem Ort der Mitbewerber Geschäfte hinpflanzt. Nah&Frisch ist – sehr oft im Herzen des Orts – kerngesund.

medianet: In Bezug auf die Fitness von Nah&Frisch sind Sie dabei, Regionalität frisch zu definieren.

Wuchterl: Mit unserer Marke ‚aus’m Dorf‘ beleben wir das Thema neu. Wir definieren eine neue Stufe der Regionalität, nämlich echte Lokalität, denn die Ware kommt aus dem Dorf oder aus der Nachbargemeinde.

”

Wir nehmen den starken Druck des filialisierten Wettbewerbs wahr; allerdings rechnen und denken wir nicht in der Zahl der Standorte.

Hannes Wuchterl
Nah&Frisch

medianet: Da werden es einige leichter haben als andere. Vielleicht sollte die steirische Kauffrau Kernöl gegen Waldviertler Kartoffeln abtauschen?

Wuchterl: Das kann passieren, aber dann kann es nicht unter der Marke ‚aus’m Dorf‘ laufen. Prinzipiell werden sich aber Kaufleute in der Südoststeier-



© Katharina Schiffl

mark mit ihrer Produktvielfalt aus dem Dorf vielleicht etwas leichter tun als jene im Waldviertel.

medianet: Was sagt der Großhandel zur Idee? De facto schneidet er sich doch ins eigene Fleisch, weil einiges in der Frische nicht mehr bei ihm gekauft wird.

Wuchterl: Da die vier Großhandelshäuser da und dort andere Schwerpunkte haben, ist es einfach fantastisch, dass sich beim ‚aus’m Dorf‘-Konzept alle einig zeigten. Alle gaben ein klares Bekenntnis dazu ab – weil ihnen bewusst ist, dass wir uns damit erfolgreich weiterentwickeln, weil es ein gemeinsames klares Bild gibt, wohin wir uns entwickeln möchten.

medianet: Das heißt, Sie nehmen Abschlüge im Großhandels-geschäft in Kauf, um den

Im Gespräch

Nah&Frisch-Geschäftsführer Hannes Wuchterl diskutiert mit retail-Chefredakteur Christian Novacek.

4

Großhandel

Die vier Nah&Frisch-Großhandelshäuser Kiennast, Kastner, Pfeiffer und Wedl sind sich einig, dass das Gute „aus’m Dorf“ kommen muss.