



© privat

ker wie Beuschel oder Ochsen-salat kommen grundsätzlich gut an. „Wir sind noch relativ kurz in der Filiale, ich habe allerdings ein sehr gutes Gefühl betreffend des Umsatzes“, zeigt sich Murauer optimistisch.

In Zahlen

Eine Macht am Land

Die ZEV Nah&Frisch Marketinggesellschaft m.b.H. wurde 1983 gegründet. Aktuell gibt es unter der Dachmarke 487 Nah&Frisch-Geschäfte in ganz Österreich, die vor allem im ländlichen Raum stark vertreten sind, und 420 Kaufleute. Die Gesellschafter sind Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl.

Ferdinand Penz, der seinen Nah&Frisch-Markt in St. Margarethen nahe Knittelfeld betreibt, stößt ins selbe Horn. „Was mir ganz stark auffällt: Die Kunden wollen weg vom billigen Fleisch, und weil der Fleischkonsum allgemein etwas weniger geworden ist, muss es dann, wenn sie Fleisch essen, auch etwas wirklich Gutes sein. Dementsprechend sind zum Beispiel Edelteile vom Rind sehr gefragt.“

Saisonware muss sein

In Sachen Beratung, wo der Kaufmann stark mit persönlicher Nähe punkten kann, sieht er einen deutlichen Trend weg

”

Die Kunden wollen weg vom billigen Fleisch, und weil der Fleischkonsum allgemein etwas weniger geworden ist, muss es dann etwas wirklich Gutes sein.

Ferdinand Penz

Nah&Frisch
Kaufmann

“

vom SB-Regal hin zur offenen Theke: „Wir hatten durchaus Jahre, da kamen die abgepackten Sachen gut an, aber die große Menge möchte das Fleisch nicht im Packerl kaufen und die Wurst sowieso frisch heruntergeschnitten haben.“

Den klassischen Fleischkonsumenten, so man diesen bestimmen kann, verortet Penz „zum Beispiel beim männlichen Single, der sein perfektes Steak haben möchte, und bei Familien, die auf Faschiertes und Schnitzfleisch setzen“. Aktuell bauen beide Kaufleute ganz klassisch auf Wild: „Saisonware, das muss sein, das wünschen sich die Kunden“, tönt es unisono.

STASTNIK
SEIT 1898

**120 JAHRE
SALAMI SLOW-HOW.**

120 Jahre
HANDWERK

Haus Salami