



Herausgeber
Oliver Jonke
[o.jonke@medianet.at]

Editorial

Noch näher geht's nicht

Liebe Leserinnen und Leser!

Nah&Frisch behauptet sich seit über 35 Jahren auf einem wirklich heiß umkämpften Markt im LEH. Wie geht das? Der Name ist Programm.

„Nah“ definiert sich hier nicht nur durch gelebte Kundennähe der Nah&Frisch Kaufleute, die über Jahrzehnte ihre Stammkunden beraten. Die Kundennähe ergibt sich auch faktisch durch die Standorte in den Ortszentren: Hier geht man zu Fuß einkaufen!

„Nah“ heißt auch kein Pendeln, Mitarbeiter kommen ohne lange Anreise zur Arbeit, die meisten sind aus dem unmittelbaren Einzugsgebiet ... Immerhin hat die Nah&Frisch Organisation ca. 2.000 Mitarbeiter!

„Nah“ stehen dem Unternehmen auch die Produzenten aus der Umgebung: Für Nah&Frisch geht „Regionalität“ noch nicht

weit genug. Hier wird mit Lokalität gepunktet. Mit Produkten im Sortiment aus der unmittelbaren Umgebung, die mit der nationalen Dachmarke „aus'm Dorf“ vermarktet werden. Dies wiederum bedeutet naturgemäß kurze Warentransportwege, auf die auch Konsumenten immer größeren Wert legen.

Während Nah&Frisch auf Standorte mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 200 m² in den Ortskernen setzt, besteht bei Gewerbeimmobilien der Trend darin, großflächig außerhalb zu bauen – dieser Trend hat leider zur Devastierung so mancher Ortskerne beigetragen sowie zu dem erschreckend hohen Bodenverbrauch in Österreich. Täglich werden bei uns 10–13 Hektar Boden neu verbaut. Österreich ist mit 1,74 m² Verkaufs- und Supermarktfläche pro Kopf deutlich über dem europäischen Durchschnitt von 1,02 m².

Viele essenzielle Leistungen wandern von den Ortszentren ab, es gibt immer weniger Filialen der Post, Tabaktrafiken, Putzereien und immer weniger Möglichkeiten, sich im Ort zu treffen. Natürlich neigen unter diesen Umständen dann auch die Menschen dazu, aus den Ortskernen wegzuziehen. Viele riskieren später, im Alter isoliert zu sein. Nah&Frisch hat sich zum Ziel gesetzt, Verantwortung zu übernehmen und durch die Übernahme neuer Aufgaben diesem Trend entgegenzuwirken. Die Nahversorgung der Zukunft beginnt eben mit ... Nähe.

Das hier vorliegende Dossier entstand auf Initiative und im Auftrag von Nah&Frisch sowie unter Mitwirkung von führenden Nahversorgungsexperten.

*Eine spannende Lektüre wünscht Ihnen
Oliver Jonke*



Dossier: Nahversorgung der Zukunft

Coverfoto:
© PantherMedia/pressmaster

Inhalt

- 4 **Ohne sie geht's nicht**
*Die Großhandels Häuser
Kastner, Kiennast,
Pfeiffer und Wedl*



© medianet/Krémér

- 6 **Round Table**
*medianet-Herausgeber Oliver
Jonke diskutierte mit Top-
Experten über Nahversorgung*

- 10 **Aus'm Dorf**
*Lokale Spezialitäten aus der
unmittelbaren Umgebung*

- 12 **Für unsere Umwelt**
*Erfolgsrezepte der gelebten
Nachhaltigkeit in der
Nah&Frisch Familie*

- 14 **Wir kaufen nachhaltig!**
*Persönliches: So interpretieren
Nah&Frisch Kaufleute
und Kunden Nachhaltigkeit*



© sebastianreiter.com

- 16 **Zahlen, Daten und Fakten**
*Das Nah&Frisch Konzept
– grafisch aufbereitet*

Impressum

Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG
<http://www.medianet.at>

Diese Sonderausgabe wurde von medianet unter Mitwirkung von Nah&Frisch erstellt.

Konzept: Oliver Jonke (Herausgeber)
Kontakt: o.jonke@medianet.at

Leitende Redakteurin dieser Ausgabe:
Helga Krémér (hk)

Lektorat: Christoph Strolz **Grafik/Produktion:**
Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion/**
Lithografie: Beate Schmid **Druck:** Ferdinand
Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn
Erscheinungsort: Wien **Stand:** April 2019

Für den Inhalt verantwortlich:
Z-E-V „Nah&Frisch“ Marketingservice
Gesellschaft m.b.H.
1020 Wien, Radingerstraße 2a



**Abo, Zustellungs- und
Adressänderungswünsche:**

abo@medianet.at
oder Tel. 01/919 20-2100