



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 m<sup>2</sup> 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 m<sup>2</sup> Verkaufs- und Supermarktfäche pro Kopf deutlich über dem europäischen Durchschnitt von 1,02 m<sup>2</sup>.

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*

## Inhalt

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



© medianet/Krämer

- 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*



© sebastianfreiler.com

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

## Impressum

### Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH  
1110 Wien, Breitenstraße 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 Krämer (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



**Dossier: Nahversorgung der Zukunft**

Coverfoto:  
© PantherMedia/pressmaster