



haben wir im Waldviertel: Ein Kaufmann, der aus der Süßwarenindustrie zu uns gewechselt hat. Dann gibt es einen ehemaligen Bankangestellten, aber auch ganz junge Leute ohne kaufmännische Vorkenntnisse, dafür aber mit viel Herz und Begeisterung. Wir geben den zukünftigen Kaufleuten eine professionelle Begleitung in allen Bereichen. Deshalb ist der Umstieg fast für jeden machbar, der mit großem Herz und Engagement dabei ist.

medianet: Wie lange dauert der Prozess, bis jemand gefunden ist?

Wuchterl: Auch hierfür gibt es keine Standards. Manchmal geht es ganz schnell, manchmal wird ein Standort eine Zeit lang als Eigenfiliale weitergeführt. Manchmal machen wir es selbst oder sperren eine gewisse Zeit zu. Das gehört auch dazu.

medianet: Mit welcher Anzahl an Nachfolgefällen wird 2020 gerechnet?

Wuchterl: Ich gehe von einer ähnlichen Größenordnung aus wie 2019, also rund 20 bis 25. Manchmal ist es leider nicht vorhersehbar – wie bei plötzlichen Krankheitsfällen, die eine rasche Lösung erfordern.

medianet: Was sind die wichtigsten Themen für Nah&Frisch in diesem Jahr?

Wuchterl: Auch 2020 ist natürlich der wirtschaftliche Erfolg der Kaufleute und eine weitere Steigerung der Flächenproduk-

tivität wichtig. Das kann aber auch bedeuten, dass wir Standorte, die keinen Sinn machen, nicht mehr weiterbetreiben. Wir werden aber in diesem Jahr die Anzahl der Standorte halten.

”

Es findet ein Umdenken statt und es wird erkannt, dass es auch für das Dorfleben besser ist, ein kleines Geschäft als sozialen Treffpunkt zu haben.

Hannes Wuchterl
Nah&Frisch

“

medianet: Sind bereits neue Nah&Frisch-Standorte in Planung?

Wuchterl: Ja, denn das Thema der Nahversorgung ist für viele Gemeinden überlebensnotwendig. Manchmal kommen Bürgermeister auf uns zu, bewerben sich für einen Standort und suchen selbst einen Nahversorger, sprich einen selbstständigen Kaufmann. Diese Nah&Frisch-Geschäfte sind immer im Ortszentrum, nicht am Kreisverkehr auf versiegelten Flächen. Es ist schön, zu sehen, dass Bürgermeister die Initiative ergreifen, was wir auch klar dem Generationswechsel im Bürgermeisteramt zuschreiben. Es findet ein Umdenken statt und es wird erkannt, dass es auch für das Dorfleben besser ist, ein kleines Geschäft als sozialen Treffpunkt zu haben.

medianet: Wie wird bei Nah&Frisch die Regionalität mit der Dachmarke „Aus'm Dorf“ weiterentwickelt?

Wuchterl: Mit Regionalität und unseren kleinen Flächen sind wir absolut am Puls der Zeit. Und es passt ja auch gut zu Nah&Frisch, schließlich sind unsere Großhandelspartner alle österreichische Familien, die in Österreich Großhandel betreiben. Der Großhandel ist nah an den Produzenten in den einzelnen Regionen. Und das aus tiefer Überzeugung. Der Kaufmann selber ist dann noch näher in der Umgebung und hat die Möglichkeit, im Rahmen unserer Initiative „Aus'm Dorf“ direkt mit den Landwirten und lokalen Produzenten zusammenzuarbeiten. Was „regional“ bedeutet, wird von den Mitbewerbern nur zu oft sehr unscharf verwendet. Ausschlaggebend ist doch in Wahrheit Lokalität, das heißt, Produkte im Sortiment zu haben, die tatsächlich aus der unmittelbaren Umgebung kommen.

Wuchterl: Das ist unterschiedlich. Wann der Kaufmann den Schritt in den Ruhestand macht, ist letztlich seine Entscheidung. Manchmal ist es für den Kaufmann auch schwierig, den richtigen Zeitpunkt zu finden. 2019 hatten wir diese Herausforderung an vielen Standorten. An den meisten konnten wir den Übergang jedoch sichern. Aktuell wurden 23 Standorte übergeben. Das heißt, dass wir von unseren knapp 450 Standorten rund fünf Prozent erfolgreich nachbesetzt haben.

medianet: Wer ist diese neue Generation an Nah&Frisch-Kaufleuten?

Wuchterl: Die Nachfolge innerhalb der Familie ist der häufigste Fall. Also junge Menschen, die mit den Eltern und deren Liebe zum Beruf Kaufmann groß geworden sind. Es gibt aber auch immer mehr Quereinsteiger aus allen Altersklassen, die Nah&Frisch-Kaufmann werden. Ein Beispiel

Nah&Frisch: Facts

Strukturdaten 2019

(inkl. Nah&Frisch punkt): Umsatz: 290 Mio. €; Standorte: 463; Mitarbeiter: 2.000; Verkaufsfläche: 100.000 m²; Durchschnittliche VKF: 200 m²; Post Partner: 120; Lotto/Toto-Annahmestellen: 197; Kaffee-Ecken: 220

ZEV Nah&Frisch Marketingservice Gesellschaft m.b.H.

- gegründet 1983
- 463 Nah&Frisch-Geschäfte in Österreich
- Gesellschafter: Kastner, Kiennast, Unimarkt Gruppe, Wedl