



### *Individuelle Ausrichtung*

**Andreas Haider**

*Geschäftsführer Unimarkt Gruppe*

„Nah&Frisch Kaufleute sind die Nummer eins in der ländlichen Grundversorgung mit dem gewissen *Extra*: Durch das persönliche Engagement der gesamten Unternehmerfamilien bringen sie ihre ganz persönliche Note ein und stimmen die Ausrichtung sehr individuell auf die Bedürfnisse des jeweiligen Standorts ab.

Keine andere Handelsorganisation lässt die Unternehmerpersönlichkeit in ihrer Individualität so stark strahlen wie die Nah&Frisch Organisation. Keine Lebensmittelhandelsmarke in Österreich ist so authentisch, individuell und nachhaltig wie das gemeinsam geschnürte Kraftpaket zwischen Kaufmannsfamilie, Großhandelshaus und die sehr gut geführte und emotional aufgeladene Marke Nah&Frisch. In unserer Nah&Frisch Organisation zählen die Menschen und nicht die Marktanteile.“

© Unimarkt Gruppe

# Warum Nah&Frisch Märkte

Was macht Nah&Frisch zur Nummer eins für selbstständige Kaufleute? Wir baten



### *Regionale Verankerung*

**Julius Kiennast**

*Geschäftsführer Julius Kiennast  
Lebensmittelgroßhandels GmbH*

„Nah&Frisch ist der Partner und Spezialist für die Kleinfläche und rein auf den zweistufigen Handel in der Zusammenarbeit mit Kaufleuten ausgerichtet. Vier Großhändler garantieren die regionale Verankerung, wobei der Fokus unserer Großhandelshäuser auf den Serviceleistungen für unsere Nah&Frisch Partner liegt. Wir unterstützen sie mit einem umfangreichen Leistungsspektrum, die Geschäfte betriebswirtschaftlich positiv zu führen – von Ladenbauberatung, einem attraktiven Sortiments- und Werbekonzept, Betriebsberatung und umfangreichen Schulungen für Kaufleute, Mitarbeiter und Jungunternehmer. Mit ‚Aus'm Dorf‘ wird den Kaufleuten darüber hinaus eine eigene Marke geboten, unter der sie regionale Produkte im Geschäft anbieten können. Damit schaffen wir die richtigen Rahmenbedingungen, aber letztendlich sind die Kaufleute mit ihrem persönlichen individuellen Leistungsangebot diejenigen, die den Erfolg der Nah&Frisch Geschäfte ausmachen.“

© Reinhard Podolsky/mediadesign