



© Spar/Brunnbauer

Große und kleine Pfade in der Nahversorgung

Der Erfolg der Kaufleute ist bei Spar, Adeg, Nah&Frisch und Unimarkt unterschiedlich geschmiedet, aber gleich im Regionalbekenntnis.

Großkaliber

Klein ist, wer ein Kaufmann ist? Falsch, speziell bei Spar haben die Kaufleute auch das Klotzen gerne – wie im Bild der neue Eurospar der Kaufmanns-familie Uher in Bad Erlach.

••• Von Christian Novacek

Regionalität und Lokalität haben dem Kaufmannstum den Aufschwung verpasst: Der Nahversorger ist in. In der Sicht der Organisationen ist Selbstbewusstsein das Gebot der Stunde: „Die Spar-Kaufleute sind die besten Lebensmittelkaufleute Österreichs und sie

sind die Nr. 1 am jeweiligen Standort“, sagt etwa Spar-Sprecherin Nicole Berkmann.

Auch bei Adeg und Nah&Frisch schaltet die Mentalität von Defensive auf Offensive. „Für unsere Adeg-Kaufleute ist Regionalität ein Versprechen, das sie jeden Tag ihren Lieferantinnen und Lieferanten, ihren Produzentinnen und Produzenten, aber vor allem ihren Kundinnen

und Kunden geben. Sie waren schon regional, bevor es das Wort überhaupt gab“, kommentiert Adeg-Vorstand Brian Beck den Trend, der in den Genen liegt.

Und Hannes Wuchterl, Geschäftsführer von Nah&Frisch, konstatiert eine merklich gestiegene Wertschätzung in der Bevölkerung: „Immer mehr Gemeinden in Österreich wird es

bewusst – einen Nahversorger im Ort zu haben, ist ein wichtiger Bestandteil einer gesunden Dorfinfrastruktur.“

Eine Frage der Organisation

Aber wie stark sind die Kaufleute wirklich? Und gibt es sie noch, echte Auffassungsunterschiede unter den Flaggen von Spar, Adeg und Nah&Frisch? Ursprünglich war es (mutmaßlich)