

### Der Appell

An der Stärkung der Orte, daran arbeitet Nah&Frisch natürlich, man engagiert sich gewissermaßen gesellschaftspolitisch. „Wir kämpfen ganz stark dafür, dass Ortskerne nicht aufgegeben werden und auch dafür, die Kerne dort, wo sie aufgegeben wurden, wiederzubeleben“, führt er aus.

In diesem Zusammenhang gebe es mehrere Möglichkeiten vorzugehen. Zunächst brauche die Ortsmitte Leben. Um den sozialen Mittelpunkt wieder herzustellen, daran arbeitet man mit Bürgermeister, Gemeinderäten und Co: „Leben im Dorf muss weiterhin attraktiv bleiben. Dort, wo es gelingt, die Infrastruktur zu erhalten oder wieder herzustellen, herrscht Zuzug.“

Wuchterls Appell: Nahversorgung ist auch Infrastruktur. Es gebe „großartige Beispiele“, wo tolle Konzepte aufgestellt oder Vereine gegründet werden, um eine Nahversorgung sicherzustellen. Die Gemeinden bräuchten aber auch in dem Punkt Unterstützung auf Landes- und Bundesebene.

### Lokal, nicht regional

Dieses Denken ans Lokale – also noch enger gefasst als regional – wird auch im Angebot angewandt. Der Kaufmann ist selbstständig, kann in vielen Sortimentsbereichen entscheiden, was es lokal noch gibt; die Marke „aus'm Dorf“ unterstützt dabei. Die Kaufleute können direkt im Ort und rundherum zu Produzenten gehen und das Grundsortiment ergänzen: „Das ist Kreislaufwirtschaft. Da kommt der Bauer hinten mit dem Kartoffelsack hinein, geht dann vorne rein und macht seine sonstigen Einkäufe.“ In vielen Fällen

sind Produkt, Lieferant und Mitarbeiter direkt aus dem Ort.

So ein Arbeitsplatz, quasi vor der Haustür, das ist in ländlichen Gegenden, wo viele Wege einen fahrbaren Untersatz bedingen, ein Vorteil. Was unterscheidet Nah&Frisch von anderen LEH-Anbietern? „Den großen Unterschied macht der Kaufmann. Er ist der Inhaber und sucht sich seine Mitarbeiter aus. Sie schaffen es gemeinsam, das führt zu Nähe und Verbundenheit. Die Mitarbeiter haben ein

”

*Es gibt 600 Gemeinden, die keinen Nahversorger haben. Wenn es die Möglichkeit gibt, einen Standort auf kleiner Fläche zu sichern, werden wir das machen.*

**Hannes Wuchterl**

hohes Maß an Identifikation und bleiben oft jahrzehntelang.“ Ein großer Unterschied zu anderen: „Es kam auch schon vor, dass ein Mitarbeiter das Geschäft übernimmt, wenn der Kaufmann in Pension geht.“

### Die Unterstützung

Nah&Frisch unterstützt, wo es geht. So etwa auch beim neuen Pfandsystem, von dem noch nicht alle Details bekannt sind und das vermutlich wiederum kleine Händler mehr trifft als große Konzerne: „Das macht die Sache nicht einfacher. Wir warten noch auf Informationen, wie es funktionieren soll, speziell für



© Screenshot tv.medianet.at

Klein- und Kleinstbetriebe.“ Klar sei, dass man nicht mit Automaten-Systemen arbeiten wird können. Es wird entsprechend der gesetzlichen Vorgaben zu einer Rücknahme der Plastikgebinde kommen, vermutlich händisch an der Kassa. Die Lagerung ist nicht einfach, es bedarf noch der Klärung.

Eine Herausforderung von vielen, die auf die Kaufleute zukommen. Was Nah&Frisch erreichen will, ist, dass die zum Teil kleinen und kleinsten Flächen gut funktionieren: „Wir wünschen uns die durchschnittlich 200 Quadratmeter. Es gibt aber 600 Gemeinden, die gar keinen Nahversorger mehr haben, am Ende des Jahres könnten es 1.000 sein. Wenn es die Möglichkeit gibt, einen Standort auf kleiner Fläche zu sichern, werden wir das machen. Wir kämpfen um jeden Standort.“ Noch gibt es rund 1.250 bis 1.300 Kaufleute im ländlichen Bereich. Diese gelte es zu erhalten, auch wenn sich Hannes Wuchterl kaum Illusionen hingibt. Zentral dabei sei, dass es politische Unterstützung gibt: „Dort, wo ein Kaufmann ist, würde ein Filialist kaum hingehen. Wenn ein Kaufmann aufhört, dann gibt es dort sehr wahrscheinlich in Zukunft keine Nahversorgung.“

Den gesamten retail.conversations-Beitrag sehen Sie hier:

<https://tv.medianet.at>  
Redaktion TV: Andy Marada

### Klartext

**medianet-**  
Herausgeber  
Oliver Jonke im  
Gespräch mit  
Nah&Frisch-  
Geschäftsführer  
Hannes Wuchterl.

**322**  
Mio.

### Umsatz

Pro Geschäft wird im Schnitt ein Umsatz von 740.000 € erwirtschaftet; der Außenumsatz gesamt beträgt knapp 322 Mio. €.