



Gemeinsam Nahversorgung schaffen

Dossier

unter Mitwirkung von
Nah&Frisch und führenden
Nahversorgungsexperten



Herausgeber
Oliver Jonke
[o.jonke@medianet.at]

Editorial

Der Kaufmann bringt's

Liebe Leserinnen und Leser!

In der Coronakrise haben wir miterlebt, wie schwierig das Einkaufen und das Erledigen von alltäglichen Besorgungen plötzlich werden kann. Gerade da hat sich wieder ein Mal gezeigt: Je herausfordernder die Umstände, desto deutlicher trennt sich auch in diesem Bereich die Spreu vom Weizen. Die persönliche Beziehung, die etwa Nah&Frisch Kaufleute zu ihren Kunden über viele Jahre auf natürliche Weise pflegen, ermöglicht, dass sie sich gerade auch in Krisenzeiten gut auf sie einstellen können. Schnelle, sichere und verlässliche Lösungen, wie beispielsweise das adäquate persönliche Zustellen der Einkäufe, erfordern viel Flexibilität und großen persönlichen Einsatz, der sehr häufig eben auch aus der Bereitschaft resultiert, gesellschaftliche Verantwortung zu tragen. In dieser Nahversorgungsstruktur

bedient man nicht nur Kunden, sondern man fühlt sich für ihr Wohlergehen und ihre Gesundheit mitverantwortlich.

Zurück ins Zentrum

Es sind ebendiese Kaufleute, die mit viel Idealismus und Engagement gegen die Devastierung der Ortskerne antreten und auch den Lebensmittelproduzenten aus ihrer jeweiligen unmittelbaren Umgebung eine sehr gute Chance bieten, ihre Produkte an potenzielle künftige Stammkunden zu verkaufen. Das entspricht einem aktuellen Konsum-Trend: Kunden haben sich gerade in der Corona-Zeit bewusst und verstärkt für Lebensmittel aus ihrer unmittelbaren Umgebung entschieden.

Solche Nahversorger sind für die Einwohner von Gemeinden ein wahrer Segen. Kein Wunder, dass immer mehr Bürger-

meister sich darum bemühen, diese Kaufleute in der eigenen Kommune zu haben: Besonders in kleineren Ortschaften können durch sie auch unverzichtbare Post- und Bankdienstleistungen sowie Trafikprodukte wieder in eine für Ortsbewohner akzeptable Nähe zurückkommen. Ja, so wird man mitunter zum Mittelpunkt eines wieder-auferstandenen Dorflebens! In den Gemeinden, wo dies stattfindet, ist erkennbar, dass die Zufriedenheit größer ist, und dass sich Menschen wieder gern im Ort ansiedeln. Dieses Dossier entstand im Auftrag und unter Mitwirkung von Nah&Frisch und von Experten, die dieses Nahversorgungskonzept schon erfolgreich umgesetzt haben.

*Alles Gute für die kommende Zeit
wünscht Ihnen
Oliver Jonke*



Dossier: Nahe versorgen

Coverfoto: © PantherMedia/
Wavebreakmedia Ltd.

Inhalt

- 4 **Der Kaufmann bringt's, weil ...**
*Die Großhandelshäuser
Kastner, Kiennast,
Pfeiffer und Wedl im
Satzvervollständigungsspiel*



© Marktgemeinde Kammern

- 6 **Round Table**
*medianet-Herausgeber Oliver
Jonke diskutierte mit Top-
Experten über Nahversorgung*

- 10 **Engagierte Mischung**
*Im Gespräch mit Nah&Frisch
Kauffrau Maria Höllermann*

- 11 **Alles, was das Herz begehrt**
*Bei Nah&Frisch Kaufmann
Gebhard Baumann*

- 12 **Lebensmittelpunkt**
*Martin Wacker übernahm
Nah&Frisch in Kirchberg*

- 13 **Einkauf beim Freund**
*Zu Gast bei Nah&Frisch
Kaufmann Markus Berger*

- 14 **Treffpunkt? Herzog**
*Nah&Frisch Kauffrau Sabine
Herzog im Interview*

- 15 **Der Verein als Kaufmann**
*Geniales wie simples Konzept
am Beispiel Hohentauern*

- 16 **Die Seele im Ort**
*Wie man Nahversorgung
in Gemeinden bekommt*

Impressum

Medieninhaber:

medianet Verlag GmbH
1110 Wien, Brehmstraße 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

Leitender Redakteur dieser Ausgabe:
Helga Krémer (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:** Oktober 2020

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

Nahe versorgt sein

Was man braucht, merkt man meist erst, wenn es nicht mehr da ist. Dies gilt bezüglich Nahversorgung leider auch für viele Gemeinden in Österreich.

Gastkommentar

••• Von Hannes Wuchterl

WIEN. Nahe versorgt sein – ein Wunsch, der uns alle begleitet. Als Gemeinschaft, als Kunde, als Mensch. In all unseren Bedürfnissen, egal ob jung oder dann, wenn wir zur älteren Generation gehören. Ganz besonders dann, wenn in einer Zeit, wie der Coronakrise, in der

”

Wir, als der Partner für Nahversorgung im ländlichen Bereich, möchten in diesem Dossier jene Menschen sprechen lassen, die Nahversorgung für kleine und kleinste Gemeinden möglich machen.

“

wir viele unserer Gewohnheiten plötzlich komplett umstellen müssen, nichts mehr einfach und selbstverständlich ist.

Nahe versorgt zu sein. Etwas, das selbstverständlich sein sollte und doch für immer mehr Menschen in immer mehr Gemeinden so nicht mehr gegeben ist. Nahe zu versorgen, Nahversorgung zu haben, bedeutet nämlich weit mehr, als ‚nur‘ ein Supermarkt in meiner Nähe, in dem ich alles, was ich brauche (und vieles, was ich eigentlich nicht brauche), einkaufen kann.



Partner Der Geschäftsführer von Nah&Frisch Marketingservice, Hannes Wuchterl, über die Notwendigkeit der nahen Versorgung.

Bestens versorgt?

Nahversorgung, so wie wir sie verstehen, heißt, die Gemeinde neben einem Angebot an Lebensmitteln auch mit einer ganzen Reihe anderer Dienstleistungen zu versorgen: Lieferservice, Partyservice, Partner bei lokalen Festen, Veranstaltungen der freiwilligen Feu-

erwehren, Postpartner, Bankdienstleistungen und und und. Oder einfach nur ein ‚Eck‘ zum gemütlichen Zusammensitzen zu bieten, in dem bei einem guten Kaffee vor dem Einkauf der Dorftratsch ausgetauscht wird.

Wir, als der Partner für Nahversorgung im ländlichen Bereich, möchten in diesem Dos-

sier jene Menschen sprechen lassen, die Nahversorgung für kleine und kleinste Gemeinden möglich machen. Die erzählen, wie sie das geschafft haben, wie sie Nahversorgung leben. Die erzählen – über die schönen, aber auch die schweren Zeiten als Nahversorger.

Bürgermeister aus Österreich, die erzählen, wie sie einen Nahversorger in die Gemeinde zurückgeholt haben, die von Bürgern erzählen, die auf ihre Art dazu beitragen, Nahversorgung möglich zu machen.

Mehr als nur Lebensmittel

Wir lassen Kaufleute sprechen, die oft seit Jahren und Jahrzehnten Nahversorgung leben. Nicht nur Lebensmittel in der Gemeinde verkaufen, sondern für und mit der Gemeinde Nahversorgung nicht nur erhalten, sondern Schritt für Schritt verbessern und zusammen weiterentwickeln.

Wir wollen gemeinsam mit medianet mit diesem Dossier einen Beitrag dazu leisten, dass sich wieder mehr Kommunen in Österreich Gedanken darüber machen, wie Nahversorgung bei ihnen machbar sein kann. Was echte Nahversorgung wirklich bedeutet, welche Ideen, welche Energie, welches Engagement und vor allem welche Menschen es dafür benötigt.

Für eine Seele der Ortschaft

Wenn uns mit diesem Dossier ein Gedankenanstoß in dieser Richtung gelingt, dann hat sich die Arbeit aller Beteiligten dafür jedenfalls gelohnt.

Ich bin der tiefsten Überzeugung: Mit mehr Bürgermeistern und Kaufleuten, wie die in diesem Heft Porträtierten, wird es uns gemeinsam gelingen, in Zukunft mehr und mehr Gemeinden in Österreich (wieder) *nahe zu versorgen*.



Konzepte schreiben Erfolgsstory

Andreas Haider

Geschäftsführer Unimarkt Gruppe

... er die guten Konzepte, die in der Servicezentrale vorgedacht und entwickelt wurden, für seine Kundenzielgruppe maßgeschneidert finalisieren und umsetzen kann.

Die tollen Unternehmerpersönlichkeiten in den ländlichen Regionen bringen die relevanten Vertriebsmarken und deren Grundwerte sowie die Konzepte in einer geballten Stärke zum Konsumenten. Keine Organisation und Marke funktioniert ohne Multiplikatoren. Unsere Kaufleute greifen für sich jene Konzepte auf, die den Unternehmer sowie den Unternehmensstandort zu einer echten *Erfolgs-story* machen. Damit's die Kaufmannschaft im Ort bringt, muss ein starker Großhandelspartner mit Kompetenz und Know-how im Hintergrund stehen. Durch die Arbeitsteilung – Dienstleistung aus der Servicezentrale, Kompetenz in der Kundenbearbeitung durch die Unternehmerpersönlichkeit vor Ort – entsteht eine unschlagbare Wertschöpfungspartnerschaft und Wahrnehmung der Marke.

Der Kaufmann im Ort bringt'

Was meinen die Großhandelshäuser der Nah&Frisch Märkte dazu? Wir baten zum



Lokale Wertschöpfung stärken

Julius Kiennast

*Geschäftsführer Julius Kiennast
Lebensmittelgroßhandel GmbH*

... er immer ein offenes Ohr für seine Kunden hat.

Er kennt die meisten seiner Kunden beim Namen, ist hilfsbereit und serviceorientiert. Der Nah&Frisch Kaufmann ist der Kommunikationstreffpunkt eines Ortes durch seine Multifunktionalität mit Angeboten wie Lotto-Toto, Tabak, Post und dem neuen Kaffeeconcept von Nah&Frisch „mei Eck“. Der Nah&Frisch Kaufmann macht Hauszustellungen persönlich und liefert an Vereine und Feste. Regionale und lokale Produzenten können ihre Produkte im Geschäft verkaufen, das stärkt die regionale Wertschöpfung und stärkt die Kundenbindung. Durch die Nah&Frisch Kaufleute werden die Ortszentren belebt, die ländliche Infrastruktur gestärkt, Arbeitsplätze im Ort gesichert und ein nachhaltiges Gemeindeleben gefördert. Unsere Nah&Frisch Kaufleute bringen's einfach für's Dorf!

Systempartner als Unterstützer

Christof Kastner

Geschäftsführender Gesellschafter
Kastner Gruppe

... er als sozialer und gesellschaftlicher Mittelpunkt maßgeblich zur Lebensqualität und Ortskernbelebung beiträgt. Persönlich, nah und für alle da: Die Nah&Frisch Kaufleute sind als etablierte Nahversorger die ersten Ansprechpersonen im Ort. Sie sind die zentrale Anlaufstelle für regionale und lokale Lebensmittel, die Jause zwischendurch, Partner bei Feiern und Festen und tragen somit wesentlich zur Stärkung der örtlichen Gemeinschaft bei. Als Systempartner unterstützen und beraten wir Nah&Frisch Kaufleute in allen Bereichen: von Sortimentsfragen, über die Umsetzung von Vertriebskonzepten, die Auswahl von Werbemaßnahmen und modernen Kassen- und Online-Lösungen bis hin zur betriebswirtschaftlichen Beratung. Damit sich die Nah&Frisch Kaufleute auf das fokussieren können, was sie so besonders macht: die persönliche Nähe zum Kunden.



© Stephan Huger/Studio Huger

s, weil ...?

Satzvervollständigungsspiel.

Lebensader des Ortskerns

Lorenz Wedl

Geschäftsführer Wedl Handel GmbH

... weil er mit seiner Tätigkeit eine elementare Aufgabe erfüllt – nämlich die Nahversorgung in teils kleinstrukturierten Ortschaften zu sichern. Durch Integration weiterer Dienstleistungen (Post, Tabak, Lotto, Gastronomie, Geldautomaten, etc.) fungiert der Kaufmann mit seinem Geschäft somit überwiegend als Lebensader zum Erhalt des Ortskerns. Zudem sind Kaufleute durch den intensiven persönlichen Austausch im Umfeld bestens in der Region vernetzt und kennen somit die Anliegen ihrer Kunden wie kein anderer. Die flexible Sortimentspolitik, die den Nah&Frisch Kaufleuten gegeben wird, ermöglicht es darauf aufbauend, genau auf die Bedürfnisse der jeweiligen Region einzugehen und das anzubieten, für das die Region steht. Das kommt sowohl den einheimischen, aber auch den touristischen Kunden zugute, die so ein authentisches Einkaufserlebnis erfahren. Dies spiegelt sich auch im extra dafür entwickelten ‚aus'm Dorf'-Vermarktungskonzept wider, das die meisten Kaufleute bereits erfolgreich im Einsatz haben.



© Wedl



Nahversorger – (k)ein Luxusgut

Bürgermeister und Nah&Frisch-Kaufleute diskutierten mit **medianet**-Herausgeber Oliver Jonke im Rahmen eines Experten-Round Tables über Corona im Handel und die Notwendigkeit der lokalen Nahversorgung.

Wie wichtig lokale Nahversorger sind, konnte man während des Corona-Lockdowns besonders gut beobachten. Wie wichtig Bürgermeister für die Infrastruktur einer Gemeinde sind, das kommt jetzt auch nicht überraschend. Überraschend aber allemal, mit welcher Hingabe und Ausdauer manche von ihnen einen Nahversorger in ihren Ort bekommen wollen oder zu halten versuchen. Denn – und auch das ist keine echte Überraschung – eine lebendige Gemeinde, egal wie groß oder wie klein, steht und fällt mit ihrer Infrastruktur. Glücklicherweise können sich die Kommunen schätzen, die etwa einen engagierten Kaufmann im

300

Seele im Ort

Knapp 300 Mitglieder hat der Verein „Unser Geschäft in Kammern“. Der Mitgliedsbeitrag beträgt 10 € pro Jahr.



© Marktgemeinde Kammern (2)

”

Wir haben tolle Produkte, die es beim Wettbewerb nicht gibt. Ich darf und muss meine Bevölkerung immer wieder aufrufen: Unterstütze lokal! Kauf lokal!

Karl Dobnigg

“



Ort haben, aktive Vereine und umtriebige Bürgermeister.

Not macht erfinderisch

So wollte sich etwa die steirische Gemeinde Kammern im Liesingtal nicht damit abfinden keinen Nachfolger für ihr Nah&Frisch Geschäft zu finden und wurde erfinderisch – kurzerhand wurde der Verein „Unser Geschäft in Kammern“ mit dem Vereinszweck „Sicherung der Nahversorgung in Kammern“ gegründet und bei der Bezirkshauptmannschaft Leoben eingetragen. Zurzeit hat der Verein knapp 300 Mitglieder; die derzeit sechs Angestellten im Geschäft sind alle beim Verein angestellt.

Auch die Gemeinde Hohentauern schlug den Weg über

eine Vereinslösung ein und war ob der Resonanz im Ort überwältigt – die Kosten für die sogenannte Erstbestückung waren bereits innerhalb von vier Monaten erwirtschaftet. Wie in fast allen Nah&Frisch Geschäften hat man in Hohentauern ebenfalls sowohl regionale als auch lokale Produkte „aus’m Dorf“. Die, sobald Gäste aus dem Ausland da sind, auf einen Schlag leergekauft sind – ein Umstand, der übrigens nicht nur in Hohentauern beobachtet wird.

Corona-Konsumverhalten

Es war schon abzusehen, aber Corona verstärkte den Effekt: Es wird tendenziell lieber in kleineren Geschäften eingekauft. Und: Es wird weniger oft, dafür aber deutlich mehr

eingekauft. Auch gehe der Trend weg vom Selbstbedienungs-Regal hin zur Theke, besonders beim Fleisch und den Wurstwaren. Was wiederum daran liegt, dass Herr und Frau Österreicher mehr auf die Qualität schauen. Und die wird an der Theke vermutet.

Corona veränderte unser aller Konsumverhalten auch dahingehend, dass wir mehr dort einkaufen wollen, wo wir uns sicher fühlen. Im Idealfall dort, wo man einander kennt, wo auch die Dorf-Kommunikation stattfindet. Und wo geliefert, besser formuliert, zugestellt wird. Dabei ist zu beachten, den Lieferservice bzw. die Hauszustellung nicht mit einem Online-Bestellservice zu verwechseln. So kann es bei einem

typischen Online-Bestellservice schon vorkommen, dass z.B. am Montag für Dienstag bestellt wird – die tatsächliche Lieferung jedoch erst am Freitag oder gar erst später eintrifft. Bei der Hauszustellung, die viele Nah&Frisch Kaufleute immer schon angeboten haben, heißt es unisono: Was am Vormittag bestellt wurde, wird am Nachmittag geliefert.

Gemeindevverhalten

Corona brachte aber auch den Einfallsreichtum mancher Gemeinden (noch mehr) zum Vorschein. Es ist für alle Bürgermeister völlig klar: Eingekauft wird beim Kaufmann, bei der Kauffrau im Ort! Und als Bürgermeister hat man da ein gewisses Lenkungs-Spiel.



„
Jedes Dorf hat andere Bedürfnisse. Wir sind ein ländlicher Tourismusort: Wenn etwa die Belgier oder Holländer kommen, ist die regionale Ecke sofort leergekauft.“

Heinz Wilding

„
Mein Schwerpunkt ist der Lieferservice. Nicht nur in Selzthal, sondern auch in den Nachbargemeinden. Als Alleinstellungsmerkmal helfen solche Dienstleistungen.“

Evi Wechsler



„
Als Konzeptpartner fragen wir uns stets: Welchen Beitrag können wir leisten, um Nahversorgung in den Gemeinden zu etablieren oder auch dort zu halten?“

Hannes Wuchterl



© Marktgemeinde Kannern (7)

Da werden etwa Vereine sehr wohl unterstützt, aber in Form von Gutscheinen, die nur beim lokalen Lebensmittelmarkt einlösbar sind, damit die Wertschöpfung im Ort bleibt. Und da werden für all jene, die nicht mobil sind, auch Shuttle-Dienste von der Gemeinde angeboten – eben um neben Arzt und Apotheke zum lokalen Nahversorger zu kommen.

Lokaler Mehrwert

Im Grunde ist es doch so: Die Gemeinde, der Bürgermeister unterstützt seinen Nahversorger und der Nahversorger unterstützt seine Gemeinde. Wie?

Multifunktionalität heißt das Zauberwort. Von der Kaffee-Ecke über die „warme Theke“, des Post- und Bankservice, Festbelieferung bis hin zum Tabakangebot alles Mögliche angeboten. Im Sortiment finden sich auch oft selbstgemachte „Schätze“ – diverse Wurst- und Käseplatten, hausgemachte Torten und Mehlspeisen sowie die beliebten Partybrezen. Der Nahversorger zeichnet sich durch die angebotene Vielfalt an Kulinarik und Dienstleistungen aus und wird zum sozialen Treffpunkt.

Im Hintergrund unterstützen auf der anderen Seite Nah&Frisch mit den vier Großhandelshäusern Kastner, Kienast, Pfeiffer und Wedl. Nicht zu vergessen: die ganzen lokalen – regional wäre da schon zu weit gegriffen – Produzenten, die für die bereits erwähnten speziellen Schmankerl sorgen.

Gemeinde-Gewinner

Die Rede ist immer wieder davon und Corona hat das Thema wieder angefachert beziehungsweise um eine Facette erweitert: Wie werden wir wo arbeiten? Und wie lange?

Experten gingen schon länger davon aus, dass wir in Zukunft weniger arbeiten werden. Über die 4-Tage-Woche wird regelmäßig diskutiert, und der Corona-Lockdown zeigte zwei Dinge deutlich: Homeoffice ist nicht nur möglich, es wird mittlerweile von den meisten Arbeitnehmern sogar bevorzugt. Und: Wer konnte zog aus der Großstadt aufs Land, der Zweitwurde oft zum Erstwohnsitz.

Gemeinden mit einer gut funktionierenden Nahversorgung waren und sind da klar im Vorteil. Sie sind auch punkto Zuzug anderen Gemeinden



Die Teilnehmer

Karl Dobnigg

Bürgermeister Kammern im Liesingtal

Erwin Hinterdorfer

Bürgermeister St. Margarethen bei Knittelfeld

Ferdinand Penz

Nah&Frisch Lebensmittelmarkt St. Margarethen bei Knittelfeld

Evi Wechsler

Nah&Frisch Lebensmittelmarkt Selzthal

Heinz Wilding

Bürgermeister Hohentauern

Hannes Wuchterl

Nah&Frisch Marketingservice

Moderation: Oliver Jonke

Herausgeber medianet

meilenweit voraus. Der Umkehrschluß zeigt sich im Weinviertel: Günstige Genossenschaftsbauten alleine reichen nicht um Zuzug zu generieren, wenn die Infrastruktur fehlt.

In St. Margarethen bei Knittelfeld lässt sich schon länger ein Umdenken erkennen: Junge Einheimische haben „ihr Daheim“ und die heimatliche Infrastruktur wieder entdeckt. Sie kommen aus der Grazer

Umgebung und aus Niederösterreich zurück und lassen sich Häuser bauend daheim nieder. Hier wäre auch die Politik gefragt, um den Begriff „daheim“ in seiner Wertigkeit zu stärken. Was jetzt aber nicht heißen soll, dass der Fortpflanz gar nimmer ausziehen braucht.

Geld und Länder

Gefragt wären außerdem die Länder: Was steckt denn nun tatsächlich hinter „Stärkung des ländlichen Raums“? Wie und wo kann ich als Gemeinde oder als Kaufmann zu Förderungen kommen?

Nur in NÖ gibt es genau dafür die NAFES – Niederösterreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung des Einkaufs in Orts- und Stadtzentren mit z.B. Förderprojekten für Gemeinden zur nachhaltigen Sicherung der Nahversorgung. Österreichs einzigartiger Zusammenschluss von Land- und Wirtschaftskammer, der sich bereits bewährte, aber in anderen Bundesländern noch keine Nachahmung fand.

In der Zwischenzeit liegt es in der Hand des Konsumenten, was er wo kauft, was er nachhaltig im Topf und am Teller haben will.

”

Wir haben Glück, unser Nahversorger hat seine Nachfolge schon geregelt – der Sohn wird übernehmen. Die Unterstützung der Gemeinde ist ihm sicher.

Erwin Hinterdorfer

“



”

Du musst ein g'scheites Sortiment haben und vom Hosenträger bis zum Zucker alles anbieten können. Regionalität und ‚Selbstgemachtes‘ sind entscheidend.

Ferdinand Penz

“

”

Das Thema Corona wird uns noch eine Weile begleiten, besonders im Handel. Der lokale Nahversorger wird hier – Stichwort Hauszustellung – punkten können.

Oliver Jonke

“



Engagierte Mischung

Etwas Besonderes wollte Familie Höllermann in Mannswörth tun – und übernahm die Nahversorgung in der Gemeinde.

MANNSWÖRTH. Manche Gemeinden haben das Glück, dass Gemeindemitglieder selber auf die Idee kommen, einen Nah&Frisch Standort weiterführen zu wollen. Und bei manchen kommt das Glück von außerhalb. So geschehen vergangenes Jahr in Mannswörth bei Schwechat.

medianet: Frau Höllermann, Sie stammen aus Scharndorf; wie kamen Sie auf die Idee, den Nah&Frisch Standort in Mannswörth zu übernehmen?

Maria Höllermann: Wir wollten als Familie gemeinsam wirken. Meine Mutter war bereits seit 20 Jahren im Einzelhandel tätig, mein Mann jahrzehntelang in der Gastronomie und ich kam aus der Wirtschaft. Wir befanden das für eine gute Mischung, um zusammen etwas Besonderes zu tun.

medianet: Was hatten Sie sich vorgestellt?

Höllermann: Bevor wir übernommen haben, hatten wir genaue Vorstellungen, was wir umsetzen möchten. Ein Sommerfest war geplant, um unser einjähriges Bestehen gemeinsam mit unseren Kunden und Lieferanten zu feiern, Verkostungstage mit regionalen Produzenten und noch vieles mehr. Dann kam Corona und wir mussten einige unserer Pläne verschieben.

medianet: Mit Corona kam ja einiges auf den Handel zu ...



© Nah&Frisch

Hausgemacht

Der Kümmelbraten von Maria Höllermann ist unter den anderen Schweinsbraten der Renner bei den selbstgemachten Spezialitäten.



© PantherMedia/phb.cz

Höllermann: Als am Freitag, dem 13. März, die Corona-Maßnahmen angekündigt wurden, gab es ja einen regelrechten Ansturm auf alle Lebensmittelgeschäfte. Wir waren quasi leer. Unser Großhandelshaus Kastner hat allerdings noch am selben Tag einen Lkw mit Ware für unser Geschäft losgeschickt, und so waren wir am 14. März wieder voll bestückt.

Am Montag, den 16. März, trafen wir die Entscheidung, unser Hauszustellungsservice ab sofort *täglich* anzubieten. Alle Kunden, die bis 13 Uhr telefonisch ihre Bestellung gemacht haben, erhielten noch am selben Tag die Produkte nach Hause geliefert. Dieses Service hat sich blitzschnell herumgesprochen, und am darauffolgenden Freitag lieferten wir nicht nur in Mannswörth und Schwechat aus – wir fuhren ab in *alle* Katastralgemeinden, in benachbarte Ortschaften und in den angrenzenden elften Wiener Gemeindebezirk, um den Bedarf der Kunden zu decken.

Regional-lokal

Was an Gemüse nicht lokal zu bekommen ist, wird regional etwa bei den Wiener Gärtnern in Simmering besorgt.



© Höllermann

Diese Flexibilität und das prompte Service machen den Nahversorger in herausfordernden Zeiten umso wichtiger.

medianet: Was macht Ihr Geschäft so besonders für die Bevölkerung Ihrer Gemeinde?

Höllermann: Wir versuchen, jeden Kundenwunsch ehestmöglich zu erfüllen. Ob nun eine spezielle Backzutat oder eine besondere Flasche Wein benötigt wird. Gemeinsam mit unserem Großhandelshaus können wir binnen kürzester Zeit genau das bereitstellen, was gewünscht wird. Unsere hausgemachten Spezialitäten, wie die selbstgemachten Schweinsbraten oder den Höllermannaustrich, gibt es nur bei uns. Und mit unserer Kaffee-Ecke bieten wir einen Treffpunkt, um kurz zu plaudern und zu lachen oder die frische, warme Leberkäsemmel gemütlich zu genießen.

medianet: Worauf legen Sie in Ihrem Geschäft Wert?

Höllermann: Es ist uns ein besonderes Anliegen, dass jede Kundin, jeder Kunde unser Geschäft mit einem Lächeln verlässt. Auf *Regionalität* legen wir – für unsere Kunden – besonderen Wert. Wir beziehen daher unser Gemüse zum größten Teil von den benachbarten Wiener Gärtnern. Honig, Wein, Fruchtnektar und Traubensaft werden ebenfalls von regionalen Produzenten angeboten.

medianet: Was bedeutet Nah&Frisch für Sie?

Höllermann: Nah&Frisch bedeutet für uns, dass wir einfach *nah* bei unseren Kunden sind und *frische* und hervorragende Qualität anbieten. Ein begeisterter Kunde kommt wieder und erzählt seinem Bekannten- und Freundeskreis von uns. Das ist die beste Werbung überhaupt.

Alles, was das Herz begehrt

Baumanns Geschäft gilt als Institution im Burgenland, seine Expertise überzeugt auch Feuerwehrausrüster.

Gebhard Baumann

Rosenbauer-Vertragspartner für das gesamte Burgenland und Kohfidischs erste Adresse für Spezialitäten.

KOHFIDISCH. Das Nah&Frisch Geschäft im Ortskern von Kohfidisch im Südburgenland wird bereits in vierter. Generation seit 1899 betrieben. Auf etwas mehr als 300 m² bietet Gebhard Baumann den Kunden ein Sortiment, das im Einzelhandel nicht so schnell vorzufinden ist.

Bekannt und begehrt

„Neben dem täglichen Bedarf an Lebensmitteln bieten wir den Kunden ein Party- und Plattenservice, eine heiße Leberkäsetheke, Brötchen und Partybrezen sowie täglich frisch gepresste Obst- und Gemüsesäfte“, erläutert Gebhard Baumann.

Seine selbstgemachten Spezialitäten wie sein heißer Kümmelbraten, Grammelschmalz und Bratlfett'n sind mittlerweile überregional bekannt und begehrt, genauso wie seine ofenfrischen, selbstgemachten Pizzen, sein Imbissstüberl mit Gasthauskonzession und sein regelmäßiges Hendlgrillen mit Getränkestand vor dem Geschäft.

„Der Bezug zur Heimat liegt mir, aber auch meinen gesam-

ten Team besonders am Herzen. Wir versuchen, unsere regionale Verbundenheit im Sortiment widerzuspiegeln, etwa mit lokalen Weinen wie Uhudler und Uhudlerfrizzante oder Honigspezialitäten“, so Baumann. Betrieben wird unter anderem ein Schulbuffet mit der Auszeichnung „G'sunde Schuljause“, man ist Schulartikel- und Schulbuchlieferant, oe-Ticket-Partner und darüber hinaus Feuerwehrausstatter.

Rosenbauer-Vertragspartner

„Als einziger Vertragspartner von Rosenbauer, dem größten Feuerwehrausrüster der Welt, statte ich auch Feuerwehren im gesamten Burgenland mit Bekleidung, Ausrüstung, Gerätschaften und vielem mehr aus. Bei mir gibt es alles für die Feuerwehr – bis auf Feuerwehrautos“, erklärt Baumann.

Der Rosenbauer-Shop ist im Lager des Hauptgeschäfts integriert – quasi als Hybrid der „Shop-im-Shop“-Lösung. Seit über 25 Jahren betreibt Baumann diese Partnerschaft: „Dadurch bin ich auch über-



© Sebastian Freiler



Bei Baumann gibt es über Bekleidung bis Geräte alles für die Feuerwehr.

regional bekannt geworden, weil ein Besuch im Rosenbauer-Shop selten ohne irgendeinen Einkauf im Nah&Frisch Geschäft endet.“

Eine Synergie beider Sparten, die nicht mehr wegzudenken wäre.

Dank und Anerkennung

Corona hat auch Nah&Frisch Kohfidisch getroffen, dem Lockdown wurde mit einer kon-

taktlosen und unkomplizierten Hauszustellung der Schrecken genommen, erinnert sich Baumann: „Ein herzliches Willkommen, eine höfliche Verneigung, manchmal sogar Tränen in den Augen von den Kunden durch die Glasscheibe bei der Lieferung sind der schönste und größte Dank und eine Anerkennung für den Kaufmann. Eine Bestätigung für die Wichtigkeit dieser Tätigkeit!“



Produzenten und Kaufleute

Johann und Monika Pscheiden vom Biohof Pscheiden in Kirchberg an der Raab, Lebensgefährtin Barbara Schwanner, Kaufmann Martin Wacker und Sohn Elias (v.l.).

Nahversorger und Lebensmittelpunkt

Ihm wurde Kirchberg zum Lebensmittelpunkt, sein Nah&Frisch Markt Mittelpunkt für alle Kirchberger.

KIRCHBERG/RAAB. Seit mehr als 90 Jahren – in dritter Generation – führte Familie Neumeister das Kaufhaus im oststeirischen Kirchberg an der Raab. Vor rund einem Jahr hatte sie ihren Nah&Frisch Standort an Martin Wacker übergeben. Man habe in Wacker einen jungen, dynamischen und zuverlässigen Unternehmer aus Kärnten gefunden, dem Kirchberg seit geraumer Zeit zum Lebensmittelpunkt geworden sei, hieß es damals.

Umbau & Weiterentwicklung
Dem Markt ließ die Unimarkt-Gruppe (Pfeiffer Großhandel) einen Komplettumbau des gesamten Verkaufsraums inklusive multifunktionaler Lösung mit Lotto, Toto, Tabak und Postpartnerschaft angeheißen.

Auf den Umbau-Lorbeer will sich Martin Wacker aber keinesfalls ausruhen, vielmehr ist er um eine stetige Weiter-

entwicklung bemüht. Das sieht man auch am neuen Kommunikationstreffpunkt der Kirchberger. „Durch das neue Konzept ‚mei Eck‘ von Nah&Frisch haben wir ein gemütliches Plätzchen einrichten können, das von unseren Kunden sehr geschätzt wird. Besonders, da dort auch der Mittagstisch eingenommen werden kann. Gemeinsam haben wir für uns das beste Konzept zusammengestellt.“

Lokal & nachhaltig

Das Konzept beinhaltet unter anderem auch die beliebten, lokalen Spezialitäten „aus'm Dorf“, das „Baby“ von Wackers Lebensgefährtin Barbara Schwanner, um das sie sich mit viel Herzblut kümmert.

Angeboten werden etwa allerlei Teigwaren aus unterschiedlichstem Getreide, Eingelegtes in den verschiedensten Gemüsekombinationen, Säfte, Wein, Spirituosen – und ein Bio-Zertifikat.

Diese staatliche Genehmigung erlaubt Wacker, Bio-Produkte selbst herzustellen – ein Konzept, das ankomme, meint der Kaufmann: „Durch das Coronavirus spürt man enorm, wie wichtig für jeden Einzelnen lokale, regionale und nachhaltige Produkte sind. Auch die Kooperation mit unseren gemeindeeigenen Bauern und Produzenten funktioniert hervorragend.“

Unter den lokalen Produzenten ist auch Kirchbergs Bürgermeister Helmut Ofner. Er und seine Frau versorgen die engagierten Kaufleute speziell mit Kürbiskernprodukten – im Bereich der Nahversorgung eine weitere perfekte Kombination zwischen Bürgermeister und Kaufmann im Ort.

Einstellung & Herzblut

Wie ist dem frischgebackenen Nah&Frisch Kaufmann eigentlich das erste Jahr ergangen? „Der Umstieg von der Gastronomie in den Handel war am Anfang nicht ganz einfach, aber man lernt täglich dazu – mit der richtigen Einstellung und mit Herzblut ist sehr viel möglich“, lacht Martin Wacker. Schließlich sei eine gute Infrastruktur wichtig für die Kirchberger und ihre Nachbargemeinden.



Das gemütliche Plätzchen „mei Eck“ – ausnahmsweise ohne Gäste.

Einkauf beim Freund

Bergers großes Sortiment ist gut und schön, aber die wahre Verlockung ist seine Kaffee-Ecke und das familiäre Umfeld.

NIEDERWALDKIRCHEN. Im Mühlviertel, im Auslaufgebiet des Linzerwaldes, liegt die hübsche Marktgemeinde Niederwaldkirchen. Laut Gemeinde sind hier derzeit rund 40 Gewerbebetriebe ansässig. Nah&Frisch Kaufmann Markus Berger ist einer von ihnen. Wir trafen uns zum Interview.

medianet: Herr Berger, was macht ein attraktives Dorf aus?
Markus Berger: Wichtig für ein Dorf ist eine intakte Infrastruktur. Bei uns gibt es einen Kindergarten, Krabbelstube, Volks- und Neue Mittelschule, Bank, Ärzte, Wirtshaus, unsere eigene Bäckerei und eben unser Lebensmittelgeschäft – damit sind schon einige Bedürfnisse abgedeckt, sodass die Bewohner nicht aus dem Ort fahren müssen. Wenn alles da ist, was man zum Leben und Wohlfühlen braucht, wird solch ein Dorf auch wieder für den Zuzug interessant.

medianet: Inwieweit haben Sie als Nah&Frisch Kaufmann Anteil daran?

Berger: Sehr weit (lacht). Wir sind, wie fast alle Nah&Frisch Kaufleute, mehr als ‚nur‘ der Nahversorger im Ort. Wir sind zentraler Treffpunkt. Bei uns, oder auch mit uns. Und manchmal sind wir das ‚verlängerte Wartezimmer‘ von den Ärzten gleich neben unserem Geschäft.

Anderes Beispiel: Jeden Sonntag von 7 bis 12 Uhr findet unser Frühschoppen im bzw. vorm Geschäft statt. Mit frischem Gebäck und Bier – wie es sich für einen Frühschoppen gehört –, aber natürlich auch anderen Speisen und Getränken. So etwas ist wichtig für die Dorfgemeinde.

medianet: Neben einer funktionierenden Infrastruktur gelten



Markus Berger

„In unserer Gegend gibt es den ‚Granitpilgerweg‘, da kommen immer wieder Wanderer zu uns, die die Vorzüge unseres familiären Marktes und unser Angebot loben.“

ja auch Vereine als wichtig für eine Gemeinde – wie sind da Ihre Erfahrungen?

Berger: Wir unterstützen uns gegenseitig. Die Vereine kaufen aber auch wirklich alles für ihre Festl'n oder den Kantinenbetrieb bei mir, von mir gibt es Sponsoring und Ware auf Kommission. Das heißt, abgerechnet wird erst nach dem belieferten Fest, wenn klar ist, was der Verein hat verkaufen können.

Und wir sind auch immer für die Vereine da – sei es einfach bei der persönlichen Beratung oder beim prompten Nachliefern, wenn's Bier grad ausgeht.

Im Zentrum

Nah&Frisch Berger ist stets zentraler Treffpunkt. Ob innen oder außen beim Erntedankfest.



medianet: Abgesehen von der eigenen Bäckerei – wie unterscheiden Sie sich noch vom Wettbewerb?

Berger: Mit Freundlichkeit, Kundenbezogenheit – wir kennen etwa 80 Prozent unserer Kunden beim Namen. Mit regionalen und lokalen Produkten wie Eier, Milch, Käse, Joghurt, Topfen, Hofstettner Bier, Bio-Öle von farmgoodies oder Säfte. Außerdem versuchen wir stets, sämtliche Kundenwünsche so gut wie möglich zu erfüllen.

medianet: Welche Abteilung ist Ihnen sonst noch wichtig?

Berger: Vor allem die Feinkostabteilung, denn hier bieten wir ein zusätzliches Angebot an verschiedenen Aufstrichen, hausgemachten Knödeln, ofenfrischen Bratln, Schnitzel, Ripperln, selbstgemachter Sulz und belegten Brötchen – die gern auch manchmal von der Gemeinde für ihre Veranstaltungen bestellt werden. Unsere gemischten Platten sind auch sehr beliebt.

medianet: Apropos Gemeinde – ein guter Kunde?

Berger: Oh ja, früher hat sie etwa für Jubilare oder frischgebackene Eltern Geschenkkörbe bei mir gekauft. Das wurde mittlerweile auf die beliebteren Gutscheine umgestellt und hilft mir doppelt.

medianet: Was glauben Sie schätzen Ihre Kunden an Ihnen?

Berger: Unser gemütliches Café, das familiäre Umfeld und die freundlichen, zuvor kommenden Mitarbeiter. Unser Feinkost-Platten-Catering. Die besondere Kombination aus Einkauf und Café wird ebenfalls gern gesehen und auch genutzt.

Treffpunkt? Herzog!

Bei Familie Herzog sind nicht nur Lebensmittel zu bekommen. Wir sprachen über soziale Kontakte, Anglerbedarf und süßen Honig.

KRUMAU/KAMP. Über Angebot und Nachfrage lässt sich ähnlich gut diskutieren, wie über das Henne-Ei-Problem. Was war zuerst? Die Nachfrage oder doch das Angebot? Einerlei, wenn beides passt. Wie in Krumau am Kamp, bei Nah&Frisch Kauffrau Sabine Herzog.

medianet: Frau Herzog, was bedeutet Ihr Nah&Frisch Geschäft für die Gemeinde?

Sabine Herzog: Unser Nah & Frisch Geschäft ist viel mehr als nur ein Laden, wo die Kunden Dinge des täglichen Bedarfs einkaufen können. Bei uns treffen sich die Leute und besprechen die aktuellsten Neuigkeiten und haben somit auch einen sozialen Kontakt zur Dorfgemeinschaft.

In kleinen Gemeinden erhält der Nahversorger die Infrastruktur aufrecht, denn gibt es keinen Kaufmann mehr, folgen meistens noch der Wirt, die Bank, etc ... und das Leben im Ort stirbt aus.

medianet: Die Gegend um Krumau am Kamp liegt ja im ‚wild-romantischen‘ Teil des Waldviertels, eine mittelalterliche Burg direkt über der Ortschaft, der Thurnberger Stausee ist auch nicht weit – da werden Urlauber und Ausflügler nicht weit sein. Wirkt sich das auf Ihr Geschäft aus?

Herzog: Der Thurnberger Stausee liegt praktisch vor den Toren des Geschäfts und zieht neben Abkühlung suchenden Badelustigen auch ganzjährig viele Angler an. Genauso der Kamp. Daher haben wir das Sortiment nicht nur auf die Nahversorgung ausgerichtet, sondern auch auf die Besucher von nah und fern – so ist das Geschäft unter anderem auch Tankstelle, Trafik, Lotto/Toto-Annahme-



© Sebastian Freiler (3)

stelle und mit einem Bankomat ausgestattet. Außerdem bietet es neben Frischfleisch und Feinkost auch resches Brot, Gebäck und feine Backwaren sowie köstliche Partybrezen. Hobbyangler finden jede Menge Anglerbedarf bei uns.

In Krumau gibt es einen Campingplatz, eine Bootsvermietung, allerlei Sporteinrichtungen und auch Wanderwege; dadurch kommen auch sehr viele fremde Kunden in unser Geschäft; diese schätzen besonders die große Auswahl auf der kleinen Fläche und vor allem die persönliche Betreuung.

medianet: Die Ihnen im Blut liegt?

Herzog: (lacht) Stimmt. Das Kaufhaus wurde ja bereits 1867 gegründet und ist seither in vierter Generation in Familienbesitz. Unsere Familie ist schon sehr lange verwurzelt in Krumau. Da hier jeder jeden kennt, ist unser Geschäft ein wichtiger Treffpunkt und nicht mehr wegzudenken aus dem Ort.

medianet: Nicht mehr wegzudenken sind auch die Spezialitäten ‚aus'm Dorf‘ und aus der Region ...

Herzog: ... die mir besonders am Herzen liegen. Bei uns reihen sich Erdäpfelchips, diverse Sugos und Öle neben Buchweizenmehl, Reis und vieles mehr aneinander. Alles Bio, alles ohne weite Transportwege aus dem Ausland. Auf ein Produkt bin ich besonders stolz: auf den Miëlo-Honig aus nachhaltiger und bienenfreundlicher Honigproduktion. Durch den Kauf fördert man ein Öko-Projekt in Krumau.

medianet: Sie wissen nicht zufällig, welches?

Herzog: Es ist ein Biodiversitätsprojekt. Der Imker, Ernst Brandl, bezahlt die Landwirte, die seine Grundstücke bewirtschaften, dafür, auf ökologischen und pestizidfreien Landbau umzusteigen. Daher der Bio-Honig.

medianet: Wann haben Sie übernommen? Was hat sich seither verändert?

Herzog: Im Jahr 2013 habe ich das Nah&Frisch Geschäft von meinem Schwiegervater übernommen; seitdem führe ich es mit drei Mitarbeitern mit viel Herz und Elan. Es wurden seit dieser Zeit viele Dinge modernisiert, um am aktuellen Stand zu bleiben, doch der ursprüngliche Charakter des Kaufhauses, der blieb und bleibt bestehen.

Lokal-Größen
Kauffrau Sabine Herzog mit Imker Ernst Brandl.

Übernahme
Sabine Herzog mit ihren Schwiegereltern Josef und Hildegard Herzog.



Spezialitäten

Bei Nah&Frisch Herzog gibt es unter anderem Miëlo-Honig und Miëlo Ale, ein obergäriges, bernsteinfarbenes Honigbier in Zusammenarbeit mit der Brauerei BrauSchneider.



Nahversorgung als Vereinszweck

Kein Kaufmann mehr da? Schade, aber nicht schlimm. Man kann als Verein einen Nah&Frisch Laden führen.

Wieder offen

Nah&Frisch in Hohentauern ist seit jeher sowohl bei Einheimischen als auch Touristen höchst beliebt. Die Nachfolge wurde via Verein „Wir für unser G'schäft am Tauern“ gelöst.

HOHENTAUERN. Normalerweise steht eine natürliche Person hinter resp. in einem Nah&Frisch Geschäft. Mittlerweile tun dies auch juristische Personen – dies sind nicht natürliche Personen, sie sind geschaffen durch einen Rechtsakt, können aufgrund gesetzlicher Anerkennung rechtsfähig und somit Träger von Rechten und Pflichten sein. Wie ein Verein. Klingt kompliziert, ist es aber – mit Unterstützung – nicht.

Am Beispiel Hohentauern kann anschaulich erklärt werden, wie ein Verein einen Nah&Frisch Standort weiterführen kann. Gleiches gilt selbstverständlich auch für neue Standorte.

Statuten und Gründung

Damit weiterhin eine Nahversorgung im Ort gewährleistet werden kann, entschlossen sich Bürgermeister Heinz Wilding und Vizebürgermeister Gernot Jetz zur Gründung des Vereins

„Wir für unser G'schäft am Tauern“.

Mit Unterstützung von Nah&Frisch und der Gemeinde Kammern im Liesingtal wurden die notwendigen Statuten (Gründungsvereinbarung) erarbeitet.

Da sind etwa Name und Ort des Vereins drin, eine Beschreibung des Vereinszwecks (z.B. die Sicherung der Nahversorgung in ...), die für die Verwirklichung des Vereinszwecks vorgesehenen Tätigkeiten und die Art der Aufbringung finanzieller Mittel, Rechte und Pflichten der Mitglieder des Vereins, Organe des Vereins (Obmann, Kassier, Schriftführer und deren Stellvertreter).

Mit diesen Statuten geht es zur Bezirkshauptmannschaft, diese prüft die Statuten auf ihre Gesetzeskonformität. Bei positivem Abschluss des Prüfungsverfahrens darf der Verein seine Tätigkeit aufnehmen und gilt als errichtet. Aufsperrn darf der Verein aber noch nicht – dazu aber später.

Reden wir über's Geld

Da in den Statuten vom Geld die Rede ist, sollte man sich vorher überlegen, wie man sein Tun finanziert. In Hohentauern wurden, um ein Grundkapital zu erzielen, „100 €-Bausteine“ aufgelegt, die in den Folgejahren als Einkaufsgutschein refundiert werden.

„Das Ergebnis hat uns mehr als bestätigt, dass Nahversorgung das Thema in der Bevölkerung ist. Die Bausteine gingen weg wie die warmen Semmeln“, erinnert sich Wilding. „Der Erfolg der ersten Monate – wir haben im Juni eröffnet – hat all unsere Erwartungen über-



© Nah&Frisch

troffen. Wie haben auch aktiv um Mitglieder geworben – ab zehn Euro ist man dabei. Der Großteil unserer Bevölkerung ist nun auch Mitglied, was das Wir-Gefühl noch einmal verstärkt.“

Worauf Sie achten müssen!

Im Vergleich zu anderen Vereinen ist auf ein Detail besonders zu achten, will man doch ein Geschäft aufsperrn und Handel treiben: die Gewerbeberechtigung.

Diese wird durch eine formlose Anmeldung bei der

zuständigen Gewerbebehörde (Bezirkshauptmannschaft) erlangt. In diesem Zusammenhang wird ein Gespräch mit der örtlichen Wirtschaftskammer dienlich sein; die weiß nämlich auch über etwaige Förderungen oder finanzielle Zuschüsse, Geschäftsführer, Angestellte, etc. Bescheid.

Soweit die Eckpunkte. Von der (Vereins-)Idee, über die Eröffnung, während des gesamten erfolgreichen Geschäftslebens stehen die Nah&Frisch Experten immer mit Rat und Tat zur Seite.



Heinz Wilding, Bgm. Hohentauern.

Nahversorgung als Seele im Ort

Ein Ort lebt von seiner Infrastruktur – dazu ist eine funktionierende Nahversorgung nötig. Sie haben keine und wollen eine? Kontaktieren Sie uns! Wir unterstützen Sie auf Ihrem Weg zum Nahversorger.

Wir sind da, um Nahversorgung zu erhalten und zu verbessern. Auch in Ihrer Gemeinde.
Als Konzeptpartner unterstützen wir Sie ab Ihrer ersten Nahversorgungs-Idee – sei es, weil Sie als Bürgermeister einen Nahversorger im Ort haben wollen, sei es, weil Sie selber Nahversorger werden möchten.
Werden Sie Mitglied unserer Nah&Frisch Familie!

Nah&Frisch

Vorteile eines Nah&Frisch Nahversorgers im Ort:

- Erhaltung der Wertschöpfung und Kaufkraft im Ort
- zusätzliche Dienstleistungen, wie etwa das beliebte Lieferservice, Postpartner, Bankpartner, Lotto/Toto, etc.
- lokalen Produzenten mit aus'm Dorf eine „Bühne“ geben

Sie haben erkannt, dass Ihre Gemeinde einen Nahversorger braucht? Egal ob als Bürgermeister oder als engagiertes Gemeindemitglied, das den Einstieg in die Welt der Nahversorgung als Kaufmann oder Kauffrau überlegt: Nah&Frisch ist Ihr Ansprechpartner und Anlaufstelle Nummer 1.

Wir unterstützen Sie ab Ihrem ersten Schritt!
Kontaktieren Sie unseren Geschäftsführer Hannes Wuchterl telefonisch unter 01/214 56 95-33 oder per E-Mail an hannes.wuchterl@nahundfrisch.at oder nutzen das Formular (siehe QR-Code).



Ganz nach Ihren Bedürfnissen wird Sie einer unserer vier Nah&Frisch Großhandelshäuser auf Ihren Weg weiter begleiten.



Auf www.gruenderservice.at, einer Servicewebsite der Wirtschaftskammer Österreich, können Sie Ihre unternehmerischen Eigenschaften überprüfen.

37 Jahre

Seit 1983 steht Nah&Frisch vor allem für eines: Nahversorgung! Damit ist der Konzeptpartner direkt sowie indirekt für das Wohl vieler Gemeinden in Österreich verantwortlich. Denn es sind seine Kaufleute, die die Ortschaften lebendig und attraktiv machen.



Regional, lokal und bio – logisch

Der Fokus auf regionale und biologische Produkte macht Nah&Frisch zu einem modernen Nahversorger. So wurde mit der Marke „aus'm Dorf“ im Jahr 2017 ein starker, einheitlicher Auftritt für alle lokalen Produkte geschaffen.