



retail

Die Renaissance der Ortskerne

und der selbstständigen Kaufleute

Dossier

unter Mitwirkung von
Nah&Frisch und führenden
Nahversorgungsexperten



© Richard Stöger

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

Editorial

Warum in die Ferne schweifen ...

Liebe Leserinnen und Leser!

... denn das Gute liegt ja oft so nah ... Zum Beispiel bei Tanja und Burgi Lercher, hier auf der Titelseite vor ihrem Nah&Frisch Geschäft am Marktplatz in St. Veit im Pongau abgebildet. Sie eröffneten ihr Geschäft bereits im Sommer 2016, nachdem es vier Monate lang keine Nahversorgung im Ort gab.

Scheinbar erkennt man vielfach dann am besten, was einem wichtig ist, wenn deutlich wird, dass es plötzlich nicht mehr selbstverständlich ist. So ist es beispielsweise mit einigen Aspekten unserer Lebensqualität, die ja coronabedingt durchaus etwas gelitten hat. Ein sehr wichtiger Aspekt ist die Intensität unserer sozialen Kontakte in

unserem Alltag in der realen Welt, etwa das kleine Plauscherl beim Einkaufen, da, wo man nicht anonym, sondern persönlich bekannt ist. Da, wo man aus tiefster Überzeugung, aber auch aus Loyalität am liebsten lokale Produkte kauft, die von Menschen aus dem nahegelegenen Umfeld hergestellt und verkauft werden.

Das ist gut für alle

Mit diesem aktuell stark wachsenden Konsumentenwunsch erleben heute selbstständige Kaufleute einen wohlverdienten Aufschwung, der sich nachhaltig auf die Attraktivität der Ortskerne auswirkt. Ein Gradmesser dafür ist auch der beginnende Trend, dass auch die

Nachfrage nach Wohnraum im Ortskern wieder steigt und Familien, die aus ihrem Ort weggezogen waren, wieder zurückkommen möchten.

Mit diesem Dossier erhalten Sie einen Einblick in die Erfahrungen, die beherzte Kaufleute und engagierte Bürgermeister gemacht haben, als es darum ging, persönlich dafür zu sorgen, dass ihr Ortskern wiederbelebt und damit für alle in der Gemeinde noch attraktiver wird. Es ist im Auftrag und unter Mitwirkung von Nah&Frisch und weiterer führender Nahversorgungsexperten entstanden.

Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen
Oliver Jonke



Dossier: Renaissance der Ortskerne

Coverfoto: © Nah&Frisch

Inhalt

- 4 **Nah&Frisch, die No. 1**
Die Großhandelspartner Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl geben ihre Einschätzungen



© Richard Stöger

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

- 10 **Nahversorger-Familienalbum**
Die Vielfalt der Nah&Frisch Kaufmannschaft

- 12 **Jung und talentiert**
Im Gespräch mit Nah&Frisch Kaufmann Josef Heidenbauer

- 13 **Einfach zum Nachmachen**
Meiseldorf: pragmatische Lösung zum Nahversorger

- 14 **Der Nah&Frisch Campus**
Erfolg als Nahversorger kann man auch lernen & trainieren



© Sebastian Freiler

- 16 **Die Seele im Ort**
Nahversorgung etablieren

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:** Mai 2021

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

Nah&lokal versorgt

„Menschen, die da daheim sind, sind für Menschen da, die da daheim sind“, bringt es Nah&Frisch Geschäftsführer Hannes Wuchterl perfekt auf den Punkt.

••• Von Oliver Jonke

WIEN. Immer mehr Gemeinden setzen eine funktionierende Nahversorgung und revitalisierte Ortskerne auf ihre Agenda. medianet sprach darüber mit Hannes Wuchterl, Nah&Frisch Geschäftsführer und Nahversorgungsexperte.

medianet: *Welchem Trend folgt aktuell die Nahversorgung?*

Hannes Wuchterl: Wir sehen einen klaren Trend, dass sich Gemeinden verstärkt dafür interessieren, Nahversorgung in nachhaltiger Form möglich zu machen. Sei es sie zu halten oder neu in den Ort zu bringen.

Nicht immer ein einfaches Unterfangen, teilweise wissen sie auch nicht so recht ‚wie geh’ ich’s an?‘ Deshalb auch dieses Dossier. Es soll als Ideengeber mit Beispielen aus der Praxis dienen: Nahversorgung in kleinen Orten – so kann es gehen!

medianet: *Das klingt nach einem persönlichen Anliegen...*

Wuchterl: Ist es auch! Nämlich, dass es uns verstärkt gelingt, gemeinsam mit engagierten Bürgermeister, vielen anderen Menschen, egal ob auf Landes- oder Gemeindeebene, unseren selbstständigen Kaufleuten und Nah&Frisch Großhandelshäusern, die Nahversorgung in den ländlichen Gemeinden Österreichs – ich sage jetzt bewusst nicht sicherzustellen, sondern sie zu verbessern, sie weiter auszubauen.

Da sind wir als Nah&Frisch Familie natürlich auf engagierte Menschen in den Gemeinden angewiesen. Mein Dank gilt da besonders jenen Bürgermeistern, die ein enormes Engagement aufbringen, ihren Nahversorger im Ort zu halten oder einen in ihre Gemeinde zu bringen.



© Richard Stöger

Herzensaufgabe Der Geschäftsführer von Nah&Frisch MarketingService, Hannes Wuchterl, über lokale Nahversorgung mit dem gewissen Etwas.

medianet: *Ein weiterer Trend war und ist Regionalität im LEH. Gibt es da eine verstärkte Nachfrage nach dieser Versorgungsart?*

Wuchterl: Ja, auf jeden Fall und genau hier liegt unsere Kompetenz: Die Stärke unserer Nah&Frisch Familie liegt darin: Wir leben Regionalität nämlich selber! Ich persönlich bin ein ganz großer Anhänger von gelebter Lokalität. Lebensmittel aus dem Ort, denen wir mit unserer Marke ‚Aus’m Dorf’ ja auch eine entsprechende Bühne zur Verfügung stellen. Tatsächlich gibt es flächendeckend Nah&Frisch Geschäfte und

daher viele, viele Produkte aus dem jeweiligen Dorfraum. Ich kann mir nicht vorstellen, dass das andere LEH-Konzepte von sich sagen können.

medianet: *Heißt das, ketzerisch gefragt, dass sich der Mitbewerb Lokalität nicht leisten will? Oder leisten kann?*

Wuchterl: Der Trend zur Lokalität ist dem Lauf der Zeit geschuldet – Menschen sind sich wieder verstärkt bewusst geworden, dass ‚von daheim’ eine gute Sache ist. Und wie das so ist im Wettbewerb, jeder versucht dann solche Themen verstärkt zu spielen bzw. wer-

den solche Themen dann teilweise auch strapaziert. Ich bin der tiefen Überzeugung, gerade was ‚von daheim’ kommt, also echte Lokalität betrifft, da sind wir unschlagbar! Uns ist lieber, eine Kauffrau oder ein Kaufmann verkauft Äpfel direkt vom lokalen Bauern. Unsere selbstständigen Kaufleute entscheiden frei, was sie von wem lokal beziehen wollen.

medianet: *Was ist also der Schlüssel zum Erfolg? Die Großhandelshäuser? Lokalität?*

Wuchterl: Beides. Die Großhandelshäuser haben ja auch einen besonderen Zugang zur Lokalität. Dadurch haben wir die Möglichkeit, wirklich für *jeden* Ort, für *jeden* Bürgermeister das perfekt passende Konzept zusammenstellen zu können – von den klassischen, von selbstständigen Kaufleuten geführten Geschäften bis hin zu den kommunal geführten. Diese Vielfalt, die nicht zuletzt auch unsere Großhandelshäuser ermöglichen, ist unsere große Stärke.

Nah&Frisch ist eine Gemeinschaft von vier Großhandelshäusern, von selbstständigen Kaufleuten und ihren Mitarbeitern in deren Geschäften. Wir geben dieser Gemeinschaft mit modernen Marketingmethoden ein professionelles Auftreten mit einem freundlichen Gesicht. Stellvertretend für die freundlichen Gesichter unserer vielen Kaufleute. Bei uns soll’s ‚menscheln’, denn unsere Geschäfte sind *mehr* als nur Geschäfte – sie sind sozialer Treffpunkt für den Ort!

medianet: *Könnten Sie das Nah&Frisch Konzept in einem Satz zusammenfassen?*

Wuchterl: Sehr gern: Menschen, die da daheim sind, sind für Menschen da, die da daheim sind.



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.“

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.“

Persönliche Nähe

Christof Kastner

*Geschäftsführender Gesellschafter
Kastner Gruppe*

„Mit Nah&Frisch können selbstständige Kaufleute ihre Individualität voll ausleben. Nah&Frisch Kaufleute sind *echte* Kaufleute: Das persönliche Service für ihre Kunden steht im Vordergrund und sie dienen als Nahtstelle in den Gemeinden. Der Erfolg der Nah&Frisch Kaufleute basiert sowohl auf einem bewährten Ladenkonzept als auch dem regionalen Nah&Frisch Großhandel, der den besten Überblick über Regionalität und Bedürfnisse hat. Die Kastner Gruppe als Großhandels- und Systempartner unterstützt und berät Nah&Frisch Kaufleute in allen Bereichen. Dies reicht von Sortiments-themen, über Werbemaßnahmen und innovative Kassenslösungen bis hin zur betriebswirtschaftlichen Beratung. Damit sich Nah&Frisch Kaufleute auf das fokussieren können, was sie so besonders macht: Ihre Individualität und die persönliche Nähe zum Kunden.“



© Stephan Huger/Studio Huger

die Besten sind

die Großhandelspartner der Nah&Frisch Kaufleute um ihre Einschätzungen.

Partnerschaftlicher Umgang

Lorenz Wedl

Geschäftsführer Wedl Handels-GmbH

„Es sind vor allem Werte wie Flexibilität sowie der partnerschaftliche Umgang auf Augenhöhe mit allen Partnern entlang der Wertschöpfungskette, die die Nah&Frisch Familie auszeichnen und differenzieren. Mit Nah&Frisch wird den selbstständigen Kaufleuten ein umfangreiches Paket an Dienstleistungen angeboten, die dem Kaufmann/der Kauffrau helfen, sich vom Wettbewerb abzuheben, den Kunden zu verblüffen und maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der jeweiligen Region einzugehen, ohne dabei die Kaufleute in ein rigides Korsett eines Geschäftsmodells zu stecken.

Nationale sowie lokale Werbekonzepte helfen dabei, den Bekanntheitsgrad der Marke und der einzelnen Geschäfte zu fördern. Zuletzt ist es aber auch die flexible und einzigartige Sortimentspolitik, die den Nah&Frisch Kaufleuten ermöglicht wird – die es erlaubt, genau auf die Ansprüche des jeweiligen lokalen Umfelds einzugehen und das anzubieten, für das die Region steht.“



© Wedl



© Richard Stöger

Gut versorgt im eigenen Ort

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

Meher und mehr Bürgermeister setzen auf lokale Nahversorgung und scheuen auch nicht davor zurück, die Initiative zu ergreifen. Man könnte fast meinen, der Ausspruch des Soziologen Bernd Marin während eines früheren **medianet** Round Tables habe ihnen in den Ohren. „Wenn Infrastrukturen kaputt sind, dauert es lange, sie wieder aufzubauen – es wird engagierte Bürgermeister brauchen, die ihre Gemeinden orchestrieren“, meinte Marin damals – und sollte Recht behalten.

Eine ordentliche Nahversorgung wird durchwegs zur

1

Wichtigkeit

Maßgeblich für alle: Das stimmige Konzept – ehrliches Marketing, kombiniert mit qualitativ hochwertigen Produkten.



denwünsche eingehen können. Dass der Zufall der Gemeinde auch noch eine engagierte, klassisch selbstständige und noch dazu einheimische Kauffrau bescherte, könnte als Glück der Tüchtigen bezeichnet werden.

Konstrukt KommunalGmbH

Ähnlich in Gastern (NÖ): Hier war zwar das Geschäft da, aber ebenso keine Nachfolge. Und weil nicht jede Gemeinde selbstständige Kaufleute in

konnte, wurde, so wie in Gastern, kurzerhand eine KommunalGmbH gegründet.

„Unser G'schäft für Ebenthal“ wird sehr gut angenommen, ist mittlerweile etabliert und sorgt für Impulse: So konnte eine Gewerbeimmobilie, ein Gasthof mit Unterkünften, endlich veräußert werden, da dem Käufer eine funktionierende Nahversorgung auf Verlangen zugesichert werden konnte. Aber ganz gleich, ob Vereins-



© Gemeinde Röschitz

„Mit Corona haben plötzlich alle erkannt, wie wichtig ein Nahversorger ist. Nah&Frisch hatte das passende Konzept für uns – mit gelebter Regionalität.“

Christian Krottendorfer

funktionierenden Infrastruktur einer Gemeinde gezählt – genauso so wie ein Kindergarten oder eine Schule. Da der Nahversorger oft im Ortszentrum liegt, geht mit ihm auch oft eine Belebung des Ortskerns Hand in Hand. Eine ordentliche Nahversorgung kann einer Gemeinde also wiederum unverhoffte Impulse geben.

Weitblick zahlt sich aus

Dass etwa ein bestehender Nahversorger seinen wohlverdienten Ruhestand antritt, kommt für die betreffende Gemeinde ja meist nicht wirklich aus heiterem Himmel. Hier zahlt sich ein gewisser Weitblick aus: Gibt es einen Nach-

folger? Bleibt die Örtlichkeit bestehen oder soll neu gebaut werden? Wer soll ihn betreiben? Welches Konzept passt zu uns? Wie wichtig sind uns lokale Produzenten? Wollen, brauchen wir überhaupt einen Nahversorger?

Die letzte Frage beantwortete die Gemeinde Röschitz (NÖ) mit einem entschiedenen „Ja!“ und investierte in einen Neubau, um ihrer Nahversorgung zum Start einen größeren Standort zu bieten. Regionalität ist den Röschitzern wichtig, genauso wie lokale Erzeugnisse vom lokalen Bäcker oder Fleischer. Starre Konzepte kamen daher erst gar nicht infrage – schließlich will man ja auf seine Kun-

Aussicht hat, wurde viel diskutiert: Vereinslösung oder KommunalGmbH? Schließlich wurde dem Modell der KommunalGmbH der Vorzug gegeben, ein Partner gesucht und gefunden, dem Regionalität genauso wichtig ist wie der Gemeinde selbst, und eine vor innovativen Ideen sprühende, ebenfalls einheimische, Marktleiterin.

Dann gibt es auch engagierte Bürgermeister wie etwa in Ebenthal (NÖ), die sich mit einem Nahversorger im Ort ihren größten Wunsch erfüllen. Und wahrscheinlich auch der ganzen Ortschaft, wurde doch ein Nahversorger schon seit zehn Jahren vermisst. Da keine „natürliche Person“ wollte bzw.

oder KommunalGmbH-Lösung, auf jeden Fall sollten sich Interessierte vom Steuerberater und Notar beraten lassen. Wer mit einer Übernahme liebäugelt, dem sei ein strenger Blick in die Betriebsbücher angeraten. Außerdem sei es ratsam, sich Experten-Know-how für kleine Flächen aus dem Handel zu holen.

Expertenwissen

In diesem Zusammenhang wurden unsere eingeladenen Kauffrauen und Bürgermeister nicht müde, ihre Großhandelspartner und die komplette Nah&Frisch Familie zu loben: Ladenbaukonzepte, Logistik, Sortimentsgestaltung, Aus- und



„
Unser Markt, die Kommunal GmbH ‚Unser G’schäft‘, ist zwar erst seit Kurzem offen, aber übertrifft unsere kühnsten Erwartungen. Weil: Nahversorgung zieht!

Christoph Veit

“

„

Meine Kundschaft schätzt das große lokale Angebot in Bio-Qualität. Produkte aus der Region sind bei mir zentral erhältlich, was meinen Kunden Zeit spart.

Katharina Dangl

“



„
Wir sehen einen ganz klaren Trend: Gemeinden interessieren sich verstärkt dafür, Nahversorgung in einer nachhaltigen Form möglich zu machen.

Hannes Wuchterl

“



© Richard Stöger (7)

Weiterbildung ... einfach jedwede Unterstützung, die man sich im LEH wünschen kann.

Besonders hervorgehoben wurde die persönliche und individuelle Betreuung, die es den Betreibern bzw. Kaufleuten ermögliche, perfekt auf Kundenwünsche einzugehen.

Regionale und lokale Produkte

Was Gemeinden, Kaufleute und alle Diskutanten zudem eint, ist ihre Liebe zu regionalen Produkten. Aber was heißt schon „regional“? Das Grundproblem dieses Begriffs ist sein großer semantischer Hof – soll heißen, etwas bedeutet viel und sagt zugleich wenig aus, denn jeder versteht etwas anderes darunter. Einen Ausweg aus dem „Begriff-Schlamassel“ bietet „Lokalität“. Es ist schlicht eindeutiger, Produkte des lokalen Bäckers anzubieten als von einer regionalen Bäckerei.

Zurück zur Liebe zur Lokalität. Alle Round Table-Mitwirkenden schätzen lokale Spezialitäten, Produkte „aus’m Dorf“. Keiner will nach dem normalen Einkauf noch alle Produzenten

der Umgebung abklappern – so er sie überhaupt kennt. Stichwort Touristen. (Ja, auch die werden wiederkommen, genauso wie wir wieder Veranstaltungen besuchen werden können resp. dürfen.)

Allerdings, das Konzept der Lokalität muss erst einmal angeboten werden können, im Sinne von erlaubt sein. Und das Konzept muss *schlüssig* sein – das stand bei allen Teilnehmern ganz oben auf der Dringlichkeitsskala –, ehrliches Marketing, kombiniert mit qualitativ hochwertigen Produkten.

Willkommene Unterstützung

Hier kommt wieder Nah&Frisch ins Spiel, beziehungsweise die vier Großhandels Häuser Kastner, Kiennast, Pfeiffer und Wedl. Alle vier mit ihrem eigenen Zugang zur Regionalität/Lokalität und Nachhaltigkeit. Und diese Vielfalt können sich zukünftige Kaufleute oder Gemeinden zunutze machen, ist doch dadurch gesichert, dass das passende Konzept gefunden werden kann. Nah&Frisch sorgt dann für den perfekten Auftritt und



Die Teilnehmer

Katharina Dangi

Marktleitung Nah&Frisch
Dorfladen Gastern

Ilse Hofbauer

Selbstständige Nah&Frisch
Kaufrfrau Röschitz

Christian Krottendorfer

Bürgermeister Röschitz

Christoph Veit

Bürgermeister Ebenthal

Rainer Winkelbauer

Vizebürgermeister Gastern

Hannes Wuchterl

Nah&Frisch Marketingservice

Moderation: Oliver Jonke

Herausgeber medianet

hilft im laufenden Betrieb – sei es mit Seminaren oder Schulungen vor Ort im Geschäft.

Die Kaufleute ihrerseits machen das, was sie am besten und am liebsten machen: Sie ver- und umsorgen ihre Kundschaft. Als echte Nahversorger zeichnen sie sich durch die angebotene Vielfalt an Kulinarik

und Dienstleistungen aus und werden zum sozialen Treffpunkt.

Innovative, nachhaltige Ideen

Besonders positiv wurde das Selbstständige betont, dass eigene Ideen nicht nur erlaubt, sondern vielmehr *erwünscht* sind. Da kann ein eigenes Treuepunkteprogramm entwickelt oder dem eigenen Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit nachgegangen werden, indem man mittels App (Too Good To Go, Anm.) der Lebensmittelverschwendung entgegensteuert.

Oft werden neue oder neu übernommene Nahversorger besser angenommen als erwartet. Oft tritt eine Ortsverbundenheit und eine Zusammengehörigkeit zutage, die alle Beteiligten nur staunen lässt. Und oft überrascht der Konsument, der plötzlich beste Lebensmittelqualität und Service zu schätzen weiß. Nur, womöglich wusste er es ja auch nicht besser.

Nicht jedem ist das Glück eines Nahversorgers beschieden. Schade eigentlich.

”

Eine Gemeinde braucht im Ort ein Geschäft als wichtigen Teil einer guten Infrastruktur. Das gehört dazu, wie der Kindergarten oder die Schule.

Rainer Winkelbauer

“



”

Als Selbstständige will ich selbstständig arbeiten dürfen. Das Konzept Nah&Frisch ermöglicht diese Freiheit und war der Grund, warum ich Kaufrfrau wurde.

Ilse Hofbauer

“

”

Die Corona-Lockdowns haben in aller Deutlichkeit aufgezeigt, wie wichtig der Nahversorger für die Gemeinde ist: Ein Fels in der Brandung in Krisenzeiten.

Oliver Jonke

“



Aus dem Familienalbum der neuen Nahversorger

Jungunternehmer, Familienbetriebe und Quereinsteiger – die Vielfalt der Nah&Frisch Kaufmannschaft ist enorm. Allen gemein ist der starke Partner.

WIEN. Jeder Selbstständige, jeder Geschäftsführer, grundsätzlich jeder, der ein Team leitet, kenne das Gefühl: Ich brauche für wirklich gute Arbeit eine richtig gute Basis. Ich brauch' g'scheite Leut' hinter mir. Dann falle auch der Schritt in die Selbstständigkeit bzw. in die Marktleitung leicht. Und genau diese Basis finde man in der Nah&Frisch Familie. So lassen sich die Aussagen der „frischen“ Nah&Frisch Kaufleute, bei denen sich medianet umgehört hat, in aller Kürze zusammenfassen. Vier Kaufleute wollen wir genauer vorstellen.

Aus dem Bilderbuch

So hat etwa Nadin Kases mit ihren Anfang 20 eine Bilderbuchkarriere hingelegt, von der selbst die Wirtschaftskammer nur selten zu träumen wagt: Von der Lehre fast nahtlos zur Unternehmerin und Arbeitgeberin, betreibt die Einzelhandelskauffrau nun den neuen Nah&Frisch Standort im niederösterreichischen Japons und erfüllte sich damit ihren Lebenstraum.

„Durch die bevorstehende Pensionierung des bisherigen Lebensmittelkaufmanns entschloss sich die Gemeinde Japons zum Bau eines neuen Geschäftslokals direkt im Ortszentrum. Für unsere 800-Einwohner-Gemeinde war die langfristige Sicherung der Nahversorgung von großer



© Sebastian Freiler

aus'm Dorf

Nah&Frisch Kaufleute machen sich stark für

- Lebensmittel aus der Nähe
- unsere Umwelt
- den Zusammenhalt im Dorf
- unsere Bauern und Familienbetriebe



Bedeutung und so entwickelte Bürgermeister Karl Braunsteiner gemeinsam dem Großhandelshaus ein nachhaltiges Projekt. Die Gemeinde hat dann die Stelle ausgeschrieben, ich hab mich sofort beworben – und die Stelle bekommen“, erinnert sich Kases.

Stolz ist die junge Kauffrau, dass man neben einem breiten Bio-Sortiment auch Produkte lokaler Erzeuger in ihren Regalen findet: „Da war mir besonders wichtig, genauso wie

das selbstständige Arbeiten. Als gelernte Einzelhandelskauffrau weiß ich, worauf es beim täglichen Umgang mit meinen Kunden ankommt, und kenne die Wünsche der Bevölkerung beim Lebensmitteleinkauf. Als Mitglied der Nah&Frisch Familie kann ich darauf perfekt eingehen.“

Nahtloser Übergang

Das familiäre Klima wird auch von Nah&Frisch Kauffrau Patricia Trafler aus Piesendorf, Salzburg, sehr gelobt und noch mehr geschätzt. Sie hat erst kürzlich das Geschäft von Papa Günter übernommen: „Es war sehr plötzlich für uns beide, dass er so schnell in Pension gehen durfte.“ Ob sie sich etwas anderes als Nah&Frisch vorstellen könnten? „Nein. Auf keinen Fall!“, kommt es wie aus der Pistole geschossen. „Wir wollen freie, kreative Kaufleute sein und bleiben!“

Dies wiederum werde von der Nah&Frisch Familie garantiert: Nah&Frisch selber stelle wunderbare Marketingtools zur Verfügung und unterstütze bei allen Anliegen. Ebenso das Großhandelshaus: So könne man sich auf ein riesiges und qualitativ höchstwertiges Sortiment verlassen. Jedoch wolle man selbstständig entscheiden, was wo in die Regale kommt. Zum Vorteil der Kundschaft. So haben die Traflets ein großes Angebot von lokalen Produkten von unterschiedlichsten lokalen Erzeugern im aus'm Dorf-Angebot.

„Unsere Kunden kommen gern zu uns, weil wir *persönlich* für sie da sind“, sagt Patricia Trafler und spricht die herausfordernden Zeiten an: „Die

Nadin Kases

„Als Mitglied der Nah&Frisch Familie kann ich perfekt auf Kundenwünsche eingehen.“

Pandemie war anfangs keine einfache Zeit für uns alle, hat aber unser Team noch mehr zusammengeschweißt. Wir haben dann sogar einen Schichtbetrieb eingeführt, und der bestehende Bestell-, beziehungsweise Lieferdienst ist extrem gut in Anspruch genommen worden.“ „Viele Kunden haben durch die Entwicklungen der letzten Wochen und Monate gemerkt, wie wichtig ein Nahversorger im Ort ist“, ergänzt „Kaufmann in Ruhe“ Günter Trafler.

Unverhoffter Erfolg

Oft sind auch Quereinsteiger bei den Nah&Frisch Kaufleuten zu finden, wie Viktoria Troger aus dem steirischen Gusswerk. „2017 habe ich meine Arbeitsstelle als Ordinationsassistentin aufgrund der Pensionierung meines Chefs verloren und ich musste mich entscheiden, was ich weiter machen wollte. Ich habe dann damals von meiner Nah&Frisch Vorgängerin erfahren, dass sie auch in Pension geht und somit das Geschäft vor der Schließung stand“, denkt Troger zurück.

Die weitere Vorgangsweise sei denkbar einfach gewesen: „Bewerbung beim Großhandelshaus, Anmeldung des Gewerbes und Vorstellung bei der Gemeinde. Nach nur drei Wo-



© Katharina Schiffl

Patricia und Günter Trafler

Schon Papa Günter schätzte das familiäre Nah&Frisch Klima. Genauso Tochter Patricia nach erfolgter Übernahme.

Viktoria Troger

„Ich fühle mich bei Nah&Frisch bestens verstanden und aufgehoben.“

chen Umbauzeit erstrahlte das Geschäft dann in neuem Glanz. Die neue Obst- und Gemüseabteilung im Eingangsbereich, die moderne Feinkostabteilung und die neuen Regale schafften ein sehr einladendes Ambiente.“

Es zähle aber nicht nur die Optik, sondern vielmehr das Konzept dahinter, „da bin ich bei Nah&Frisch bestens aufgehoben. Denen ist Nachhaltigkeit und Lokalität genauso wichtig wie mir.“

Institutionsnachfolge

Wie Troger ist auch Robert Rußmann, Nah&Frisch Kaufmann im oberösterreichischen Molln, ein Quereinsteiger. „Ich war schon im Kaufhaus Pranzl Stammkunde und lege viel Wert auf Regionalität“, erzählt Rußmann. Interessiert verfolgte der 46-Jährige die Suche nach einem Nachfolger und gab sich schließlich einen Ruck: „Es wäre einfach zu schade gewesen, diesen Nahversorger zu verlieren“, schließlich sei Kaufhaus Pranzl, das älteste Geschäft im Steyrtal, fast schon eine Institution.

„Voraussetzung für mich war, dass ich die fünf langjährigen Mitarbeiterinnen übernehme, sonst hätte ich es nicht gemacht“, so Rußmann. Drei Wochen lang wurde das 400 m² große Nah&Frisch Geschäft mit regionalen Handwerkern und mit Unterstützung des Großhandelshauses vom Boden

bis zur Decke renoviert und umgestaltet. Auch die beliebte Nah&Frisch Kaffecke Meiß Eck' gibt es jetzt.

Der Mollner legt den Fokus mehr auf Lebensmittel aus der Region und will den ökologischen Aspekt vertiefen: „Schritt für Schritt werde ich das ohnehin schon große ‚Aus'm Dorf‘ Angebot an regionalen Lebensmitteln noch weiter vergrößern. Mit noch mehr lokalen Produzenten, das hält mir auch die Lieferwege kurz.“

Starkes Fundament

Zurück zur eingangs angesprochenen Basis. Ganz gleich, welche Nah&Frisch Kauffrau, welchen Nah&Frisch, ganz gleich wo in Österreich die Kaufleute ihre Märkte haben, ihre Statements belegen das starke Nah&Frisch Fundament: Das Konzept von Nah&Frisch überzeugte mich restlos ... Den Bekanntheitsgrad der Marke will ich nicht mehr missen ... Der Unterstützung von Nah&Frisch und meinem Großhandelshaus kann ich mir jederzeit sicher sein ... Es passt alles, sei es mit einem super Sortiment oder tollen Angeboten ... Ich kann selbstständig arbeiten, unterstützt von starken Partnern ... Wir sind einfach eine große Nah&Frisch Familie!

Robert Rußmann

Noch mehr lokale Produzenten will Quereinsteiger Rußmann in sein ohnehin schon großes aus'm Dorf-Sortiment aufnehmen.



© Nah&Frisch (2)



Jung und talentiert

Seine Liebe zum Beruf und ein bisschen Glück im Unglück brachten Josef Heidenbauer auf den Weg zum Erfolg.

WÜRMLA. Immer mehr sehr junge Menschen überzeugen ihr Umfeld mit dem Schritt in die Selbstständigkeit. Nah&Frisch Kaufmann Josef Heidenbauer ist einer von ihnen. Sein jugendlicher Enthusiasmus ist auch in seinem Markt spürbar. Wir trafen uns zum Interview.

medianet: Was hat Sie dazu gebracht, Nah&Frisch Kaufmann zu werden?

Josef Heidenbauer: Nun, in der Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann wird immer gelehrt von Kundenbindung, Freundlichkeit, auf Kunden einzugehen et cetera. In der Praxis bleibt in den großen Handelsketten davon nichts mehr übrig. Ich hatte immer viele Ideen, konnte sie aber selten umsetzen, da alle großen Supermärkte ganz genaue Vorgaben, Richtlinien und Bestimmungen betreffend Sortiment haben – eine unbefriedigende Situation.

Als Nah&Frisch Kaufmann kann ich praktisch alles selber entscheiden und habe trotzdem Support von meinem Großhandelshaus. Ich habe lange überlegt, ob ich diesen Schritt mit 25 Jahren wagen soll. Was soll ich sagen? Ich bereue nichts. Es war die beste Entscheidung in meinem Leben.

medianet: Wie kamen Sie zu Ihrem Standort?

Heidenbauer: Der Vorbesitzer hatte neben diesem Geschäft noch andere Firmen und es war ihm schlicht zu viel. Er hatte damals in einem emotionalen Brief an alle Haushalte in unserer Gemeinde und in umliegenden Gemeinden um Hilfe gebeten – ich hab das sofort als meine Chance gesehen. Die Übernahme selbst lief völlig unkompliziert mit sehr großer Unterstützung vom Großhandelshaus und meinem Vorgän-



© z.Vg.

Josef Heidenbauer

„Man möchte ja als Selbstständiger allein arbeiten und entscheiden, aber es ist ein super Gefühl, wenn man weiß, dass ein erstklassiges Team hinter dir steht.“

ger. Es ist mir wirklich leicht gefallen ...

medianet: Sie haben Einzelhandelskaufmann gelernt – ein Vorteil?

Heidenbauer: Ja und nein, eine fundierte Ausbildung hilft sicher. Auch langjährige Erfahrung im Handel. Ich weiß aber von ‚Quereinsteiger-Kollegen‘, dass großer Wille, Lernfähigkeit und Durchhaltevermögen auch zum Erfolg führen.

Im Angebot

Neben einem Lebensmittelvollsortiment werden regionale Spezialitäten „aus'm Dorf“ angeboten. Auch das gemütliche „Mei Eck“, die Nah&Frisch Kaffeecke, gibt's.

medianet: Was könnten Sie zukünftigen Kaufleuten raten?

Heidenbauer: Ein Standort, an dem schon die Handelsriesen vertreten sind, ist deutlich unattraktiv. Am besten wäre ein Ort, an dem es entweder gar kein Geschäft gibt, oder wo immer ein gut eingeführtes Geschäft war. Im Idealfall in der Nähe des Wohnorts oder im Wohnort.

Es muss einem selbstständigen Kaufmann, einer selbstständigen Kauffrau schon klar sein, dass man gerade am Anfang sehr viel Zeit, Arbeit und Schweiß ins Geschäft investiert. Daher: Machen Sie nicht alles auf einmal – verwirklichen Sie Ihre Ideen Schritt für Schritt. Das macht es auch für die Kunden spannend, wenn immer etwas Neues kommt.

medianet: Was macht Nah&Frisch für Sie persönlich zur Nr. 1 für selbstständige Kaufleute?

Heidenbauer: Nah&Frisch ist die Marke im Nahversorgerbereich. Wir haben tolle Fernseh- und Radiowerbung, ein super wöchentliches Flugblatt mit starken Aktionen und sehr viel Unterstützung von den Großhandelshäusern. Man möchte ja als Selbstständiger allein arbeiten und entscheiden, aber es ist ein super Gefühl, wenn man weiß, dass ein erstklassiges Team hinter dir steht.

medianet: Und umgekehrt? Was macht Ihren Erfolg aus?

Heidenbauer: Meine Kunden lieben es, dass ich praktisch immer selbst im Geschäft anzu-treffen bin, dass ich sie mittlerweile alle beim Namen kenne, weiß, was sie täglich kaufen. Und dass ich sie etwa auch manchmal erinnere: Na, heute keine Zeitung? Das schätzen meine Kunden sehr.



© Großhandelshaus Kienast



Eröffnung

Der Spatenstich erfolgte Dezember 2018, am 7. November 2019 wurde das Nah&Frisch Geschäft eröffnet.

Nahversorger als KommunalGmbH

Der Weg zur florierenden Gemeinde führt über eine etablierte Nahversorgung. Gerne als KommunalGmbH.

MEISELDORF. Über den Werdegang zu „seinem“ Nahversorger berichtet Meiseldorfs Bürgermeister Niko Reisel: „Eine kleine Gemeinde im Waldviertel mit 900 Einwohnern stellte sich schon länger die Frage, wie es weitergehen soll – damals, 2016. Bauplätze vorhanden, mäßige Nachfrage und geringe, aber stetige Abwanderung. Es gab keinen definierten Dorfplatz, kein Wirtshaus, dafür ein baufälliges Jugendzentrum, und der letzte Greißler hatte vor mehr als zehn Jahren geschlossen. Soweit die damalige Lage.

Planung und Baubeginn

Im Rahmen einer Wohnbauforschung zum Thema Leerstände und Ortskerne konnte gemeinsam mit der Ortsbevölkerung das im Gemeindebesitz befindliche Grundstück entwickelt werden: Dorfplatz, Jugend- und Veranstaltungszentrum sowie einen Nahversorger mit Sitz-

plätzen zur Kommunikation. Es wurden alle Mitglieder des österreichischen LEH eingeladen und der für uns attraktivste Großhandelspartner gewählt. Baubeginn Dezember 2018.

Im Sommer 2019 zeigte sich, dass es keinen Betreiber gibt, der unser neues Geschäft übernehmen wird. Damit wurde die damals durchaus mutige Entscheidung getroffen, als Gemeinde eine KommunalGmbH zu gründen. Warum KommunalGmbH? Im Vergleich zu einem Verein oder einer Genossenschaft ist die KommunalGmbH universell erweiterbar, etwa für einen Bauhof.

Die nötigen Schritte

Zuallererst wurde mit unserem Großhandelspartner Kiennast eine lange Kooperation eingegangen. Weiter zum Notar, Steuerberater, Wirtschaftskammer, Gemeinderatssitzungen und zugegebenermaßen einige

schlaflose Nächte: Als Bürgermeister jetzt auch Geschäftsführer, Nah&Frisch Kaufmann und Arbeitgeber ...

Geldfragen und Mitarbeiter

Die Gemeinde hat für die GmbH 35.000 € investiert. Damit konnten die Unkosten für GmbH-Gründung und die Erstausstattung im Nahversorger finanziert werden. Die Gebäude und die Einrichtungen sind im Eigentum der Gemeinde. Die Finanzierung ist langfristig angelegt und wurde mit EU-Leader-Förderung und NÖ-Landesmitteln unterstützt. Auch die Nafes-Förderung konnte in Anspruch genommen werden – sie war am einfachsten und am schnellsten da.

Heute sind wir sehr stolz auf unseren Nahversorger, die Mitarbeiterinnen haben sich eingearbeitet und kennen ihre Kunden samt ihren Wünschen persönlich. Hier noch ein Tipp: Das AMS hat interessante Pro-

gramme und auch Förderungen, wie die Eingliederungsbeihilfe. Und: Ausreichend Zeit für Auswahl und Ausbildung der Mitarbeiter berücksichtigen!

Beste Entscheidung

Ja, ich würde es wieder tun und es freut mich, dass sich zwei Bürgermeister an unserem Projekt orientiert und ebenfalls die selbe mutige Entscheidung für ihre Gemeinden getroffen haben. Wie im Hausbau könnte man das eine oder andere besser machen – mit einem Lächeln würde ich einige Quadratmeter mehr Geschäftsfläche planen.

Heute sind de facto alle Bauplätze verkauft, der Hausbau läuft, die Nahversorgung ist etabliert, das Dorfzentrum quasi fertig. Alles in allem war es die beste Entscheidung für meine Gemeinde.“



Niko Reisel, Bürgermeister Meiseldorf.

Erfolg als Nahversorger kann man auch lernen

Der eigene Nah&Frisch Campus mit seinen speziellen Trainingsprogrammen für Nah&Frisch Kaufleute und deren Mitarbeiter lassen keine Wünsche offen.

WIEN. „Lebenslanges Lernen ist in der heutigen Zeit einer der Schlüsselfaktoren für Erfolg“, bringt es Hannes Wuchterl, Geschäftsführer bei Nah&Frisch, auf den Punkt und führt aus: „Unser Fortbildungsangebot erstreckt sich dabei von einer umfassenden Basisausbildung für Jungunternehmer und Quereinsteiger, über wertvolle Vor-Ort-Verkaufstrainings für Mitarbeiter bis zu Erfolgseminaren auch für g'standene Kaufleute.“ Hört sich verlockend an. Das schauen wir uns genauer an, denn gerade in Zeiten, in denen sich Regeln und Gesetze, aber auch Wünsche und Bedürfnisse der Kunden und gesellschaftliche Strömungen oft und schnell ändern, ist es wichtig, auf dem jeweils aktuellsten Stand der Entwicklungen zu sein, sie früh genug zu erkennen und zu bedienen.

Große Auswahl an Trainings

Das vielfältige Angebot gliedert sich in zwei Übergruppen: eine für Kaufleute, eine für deren Mitarbeiter. Wobei: „Die Mitarbeiterschulungen sind auch für Kaufleute selber sehr interessant und lehrreich. Da war ich doch überrascht“, erinnert sich Lisa Tavare, Nah&Frisch Kauffrau im steirischen Spital am Semmering.

Tavare hat mit ihren Mitarbeitern schon zahlreiche Trainings absolviert und kann sie nur jedem, der mit Verkauf zu tun hat, wärmstens empfehlen: „Da wirst du oft auf Dinge aufmerksam gemacht, da wär ich mein Leben nicht draufgekommen ... Denn vieles im Verkauf hat mit Psychologie zu tun, und welche Kaufleute haben schon Psychologie studiert?“



Voller Wissen

Alle Trainings und Seminare sind unter dem Dach des „Nah&Frisch Campus“ zusammengefasst.

Sabine Kuni, Nah&Frisch Kauffrau in Pama, Burgenland, kann dem nur beipflichten: „Seit meine Mitarbeiter und ich die Trainings machen – und wir haben schon viele davon gebucht –, gehen wir viel selbst-

bewusster und offener mit unseren Kunden um. Unsere Persönlichkeiten sind eindeutig gestärkt worden, das merkt man in jeder Hinsicht und nicht nur im Geschäft!“ Auch dass die Trainer zu den Kaufleuten kom-

men, wird als überaus positiv empfunden.

Durch das Training vor Ort kann auf die jeweilige Verkaufssituation mit Kunden eingegangen werden. Die Vor-Ort-Trainings unterstützen bei

der täglichen Arbeit, man lernt dabei Werkzeuge kennen, die den Umgang mit Kunden und Produkten erleichtern. Qualifizierte Trainer mit langjähriger Erfahrung in den einzelnen Bereichen erarbeiten gemeinsam mit den Kaufleuten und deren Mitarbeitern individuell auf deren Standort zugeschnittene Lösungen.

Training am „Tatort“

„Das Trainieren vor Ort ist ein wesentliches Erfolgsmodell, da wir das System komplett umgedreht haben: Nicht die Mitarbeiter kommen zum Training, sondern die Trainer kommen zu den Mitarbeitern“, sagt Mathias Cimzar, Geschäftsführer MTraining, dem Trainingspartner von Nah&Frisch, und erklärt: „Dadurch können wir einen individuellen Bezug auf die jeweiligen Voraussetzungen und Kundentypen nehmen, denn jedes Nah&Frisch Geschäft ist einzigartig. Die Kaufleute sparen durch das Vor-Ort-Training obendrein Geld, die Mitarbeiter sind unter sich und wir können deutlich mehr Personen erreichen als im Seminarraum.“

Ein weiterer Vorteil sind die echten Verkaufssituationen, die die Trainer anschließend mit den Mitarbeitern besprechen.

Die Klassiker

Von den gebuchten Trainings entfallen laut Cimzar der Großteil auf Schulungen für Mitarbeiter, ein Viertel aller Trainings werde von den Kaufleuten für sich selbst gebucht. Die beiden „Klassiker“ darunter sind „Mein Geschäft aus Kundenperspektive“, bei dem aus unterschiedlichen Blickwinkeln das Einkaufserlebnis der Kunden beleuchtet und mögliche Verbesserungen abgeleitet werden. Daneben werde auch oft „Erfolgreich handeln“ gebucht; dabei steht die persönliche

Gestärkt

Nah&Frisch
Kaufrau Sabine Kuni kann seit den Trainings noch besser mit ihren Kunden umgehen.



Fanclub Spital

Lisa Tavare bucht sehr gern und regelmäßig Trainings, sie ist ein „Fan“ vom Nah&Frisch Campus Angebot – und von Mathias Cimzar.

Weiterentwicklung der jeweiligen Kauffrau oder des Kaufmanns im Mittelpunkt.

Mitarbeiter-Lieblinge

Die meistgebuchten Mitarbeiterschulungen sind seit jeher die beiden Basistrainings „Verkaufen an der Feinkost“ und „Verkaufen mit Stammkunden“ – die Grundwerkzeuge für erfolgreichen Verkauf. Die Feinkost-Abteilung ist mit Abstand einer wichtigsten Warenbereiche im Nah&Frisch Geschäft, passiert hier doch der meiste Kundenkontakt.

„Dafür geben wir den Mitarbeitern praxisnahe Werkzeuge in die Hand, die sie im Training ausprobieren und dann im Arbeitsalltag einsetzen können. Darüber hinaus gibt es für jeden Bereich im Geschäft ein passendes Training wie z.B. Obst und Gemüse, Regalbetreuung, Kassa und seit Neuestem auch für ‚Mei Eck‘“, so Cimzar. Mit „wir“ meint Cimzar sein Trainings-Team – insgesamt sind für Nah&Frisch bei den Vor-Ort-Trainings mehrere Trainer im Einsatz, damit auch geografisch alle Regionen gut abdeckt werden.

Mittlerweile haben Cimzar und sein Team schon viele



© Rita Skot-Peschetz

Trainer

Mathias Cimzar studierte Handelswissenschaften & Wirtschaftspädagogik an der WU Wien. Seine Expertise reicht von Kommunikation & Auftritt, über Selbst- & Konfliktmanagement bis zu Kundenorientierung und Verkauf.

Standorte für Trainings besuchen dürfen, quer durch alle Bundesländer sind sie dafür schon gefahren. Sehr viele Kaufleute buchen regelmäßig ein Training für sich oder ihre Mitarbeiter. In etlichen Geschäften war Cimzar schon öfter, denn auch wenn schon alles aus dem Trainingskatalog gebucht wurde, gebe es jedes Mal Neues zu entdecken und zu vermitteln. Abgesehen davon ist auch die regelmäßige Wiederholung und Übung bei der Festigung von neuen Fähigkeiten nützlich.

Beiderseitige Wertschätzung

„Wir schätzen ‚unseren‘ Mathias sehr und freuen uns schon immer ungemein, wenn er uns besucht und uns wieder etwas Neues beibringt“, findet Tavare nur lobende Worte für „ihren“ Trainer.

Und umgekehrt? „Was unsere Trainerherzen jedes Mal höher schlagen lässt, ist die direkte Rückmeldung von den Mitarbeitern bzw. den Kaufleuten, wie hilfreich und leicht anwendbar unsere Tipps sind. Nach solchen Telefonaten weiß ich, dass wir mit unserem Trainingskonzept den richtigen Ton für die Nah&Frisch Kaufleute und ihre Mitarbeiter getroffen haben“, freut sich Cimzar.



© Sebastian Freiler (2)

Machen wir Nahversorgung!

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!

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 Kaufrin oder Kaufmann 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 eines unserer vier Nah&Frisch Großhandelshäuser auf Ihrem Weg weiterbegleiten.

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

Nah&Frisch



Julius
KIENAST

pfeiffer
Großhandel

**HANDELSHAUS
WEDL**

38 Jahre

Seit 1983 steht Nah&Frisch vor allem für eines: Nahversorgung! Wir sehen uns damit mitverantwortlich für das Wohl vieler Gemeinden in Österreich. Denn es sind unsere 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.