

Interview mit GF
Christof Kastner
Exklusiv

Ja, unser

- ▶ Schon 30 Märkte auf neues Konzept umgestellt
- ▶ Logistik-Projekt bringt 7–10 % Einsparung

REGAL: Wie verläuft das Jahr 2010?

Kastner: In der gesamten Gruppe liegen wir fast auf drei Prozent Plus. Wie Sie ja wissen, Kastner ist immer der Zeit voraus.

REGAL: Auch bei Nah&Frisch?

Kastner: Im Bereich Nah&Frisch ist der neue Außenauftritt voll aufgegangen. Wir als Kastner konnten schon über 30 Märkte umstellen. Wir sind hier sehr aktiv.

REGAL: Im Bereich Nah&Frisch beliefert Kastner rund 150 Geschäfte. Ist da noch eine Abschmelzung vorhanden?

Kastner: Nein. Wir verzeichnen heuer elf neue Kunden. Und was ebenso wichtig ist: als Kastner haben wir einen Netto-Zuwachs bei der



■ Folge des Sparpakets: Mineralölsteuer

Erfolg mit Bio und den *Kaufleuten*

Anzahl der Standorte. Das kann sich in der Branche und im Nah&Frisch-Bereich unter den Kollegen-Firmen sehen lassen. Bei uns läuft auch die Akquise sehr gut.

REGAL: Die Regierung plant ein Sparpaket, das kann kosten.

Kastner: Aber ganz sicher. Zum Beispiel bei der Mineralölsteuer. Umso wichtiger sind unsere Projekte, etwa im Bereich Logistik.

REGAL: Und zwar?

Kastner: Wir haben 300.000 Euro investiert, um die LKW-Flotte technologisch komplett aufzurüsten, etwa mit Bordcomputern. Wir rechnen ab Jänner mit Logistikeinsparungen im Bereich von sieben bis zehn Prozent. Außerdem haben wir

das Touren- und Fuhrparkmanagement überarbeitet.

REGAL: Das dient zur Senkung der Kosten.

Kastner: Darf ich da gleich dazu Stellung nehmen. Richtig: die Kosten sind ein großes Thema. Es braucht laufend Projekte, um wieder mit den Mehrbelastungen fertig zu werden.

REGAL: Sie forcieren ja gewaltig das Thema Bio mit Steigerungen im höheren zweistelligen Bereich. Lassen sich die Vorhaben umsetzen?

Kastner: Die Biogast ist ein starker Teilbereich, der voll aufgegangen ist. 2011 sind wir am Weg zur Nummer 1 im österreichischen Bio-Großhandel.

REGAL: Wie läuft es in der Gastronomie?

Kastner: Hier gibt es in der Abholung und der Zustellung einen extremen Wettbewerb. Das ist auf allen Ecken und Enden zu sehen. Wir haben jetzt eine Studie zur spontanen Markenbekanntheit in Auftrag gegeben, die herausbekommen hat, dass wir uns in der Kernzielgruppe weiter verbessert haben.

REGAL: Und die Pläne im nächsten Jahr?

Kastner: Da werden wir zusätzliche Millionen für Baumaßnahmen im zentralen Bereich aufwenden.

REGAL: Vielen Dank für das Gespräch.

Gregor Schuhmayer