



Nah&Frisch Vorsitzender Dr. Erich Schönleitner

## Nah&Frisch:

# Der Paukenschlag

- ▶ Nah&Frisch stellt rund 10 Prozent der Outlets um
- ▶ 700.000 Euro Umsatz pro Geschäft
- ▶ Verkaufsflächendurchschnitt auf 220 m<sup>2</sup> angehoben

**P**aukenschlag bei Nah & Frisch. 10 Prozent der 660 Outlets sollen bis 2012 auf ein neues Erscheinungsbild umgestellt werden. „Jedes Großhandelshaus wird in den nächsten ein bis zwei Jahren 10 bis 15 Standorte umrüsten“, bestätigt Nah&Frisch-Vorsitzender Dr. Erich Schönleitner.

**Das neue Design.** Das bewährte Logo wurde mit spritzigen Wassertropfen be-



Bei 349 Kaufleuten werden derzeit regionale Sortimente verkauft.

reichert sowie der Kaufmanns-Schriftzug modernisiert. Pilotmärkte mit dem neuen Design sind dabei bereits am Netz. Zuletzt startete Kaufmann Hofbauer in Enzersfeld in die Testphase.

**Expansion.** Auch der Ausbau der Kaufmanns-Armada soll 2010 vorangetrieben werden. „Wir wollen im zweiten Halbjahr ordentlich Bewegung in die Akquise bringen“, kündigt Nah&Frisch GF Mag. Erwin Wichtl an.

2009 konnte sich die Kaufmanns-Linie über 55 Neuzugänge freuen. Der größte Brocken entfiel mit 38



Derzeit sind 660 Nah&Frisch Kaufleute am Netz.



GF Mag. Erwin Wichtl

Standorten auf die Adeg. Drei weitere Rewe-Flächen wurden ebenfalls adaptiert. „Wobei die Nah&Frisch ihrerseits keinen einzigen Kaufmann an eine andere Vertriebschiene verloren hat“, so der Geschäftsführer weiter. Dennoch musste die Gruppe aufgrund von Stilllegungen einen Abgang von 40 Geschäften hinnehmen. „Bei 22 weiteren Märkten konnte die Nachfolgerproblematik noch rechtzeitig gelöst werden.“

**Umsatz.** Insgesamt konnte der Außen-Umsatz der Nah&Frisch-Flotte 2009 auch Dank der Neuzugänge auf 460 Millionen Euro geschraubt werden. Das bedeutet ein Plus von rund

13 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr. „Wenn wir die Zahlen bestehender Kaufleute mit 2008 vergleichen, dann kommen wir auf eine nominelle Null“, so Wichtl. Die Preise seien im vergangenen Jahr überhaupt um 5 – 5,5 Prozent gesunken.

**Durchschnitts-Umsatz.** Die Verkaufsfläche hat sich 2009 bei mehr als 140.000m<sup>2</sup> eingependelt. „Die durchschnittliche Outletgröße stieg um mehr als 20m<sup>2</sup> auf 220m<sup>2</sup> an“, so Nah&Frisch GF Manfred Müller, der dieser Tage hochverdient in den Ruhestand geht. Auch der Umsatz pro Geschäft ist im Schnitt von 662.000 auf 697.000 Euro angewachsen.

**Extras.** Weiter forciert wird das Postpartnerprogramm. Derzeit wickeln bereits 102 Nah&Frisch Kaufleute Postgeschäfte auf ihrem Standort ab. 430 weitere Flächen bietet die Post derzeit an: „Hier orten wir noch ein Reservoir von 30 bis 40 für unsere Nah&Frisch Kaufleute“, so Wichtl.

**Auch auf Regionalität** werde konsequent gesetzt: „Bei 349 Kaufmanns-Standorten werden derzeit regionale Sortimente verkauft“, so Wichtl. Kaffecken werden zudem immer mehr zum Standard (bei 274 Flächen) genauso wie Handy E-Loading Stationen (bei 394 Geschäften). ■

*Herbert Schneeweiß*

### Factsheet

#### Strukturdaten Nah&Frisch per 31.12.2009 (vgl. 2008)

**Läden EH gesamt:**

1.100 (+20)

**davon Nah&Frisch:**

660 (-20)

**Außenumsätze:**

515 Mio. Euro (+15 Mio. Euro)

**Nah&Frisch:**

460 Mio. Euro (+10 Mio. Euro)

Tel.: 0043/2235/44 170-0  
e-mail: office@laimer.co.at