

KASTNER Presseinformation

Zwettl, Jänner 2022

Jahresbericht 2021 – KASTNER blickt positiv in die Zukunft

Die KASTNER Gruppe steht erfolgreich auf gesunden Beinen. Das beweist sie 2021 mit einem Umsatzplus von einem Prozent. Und das trotz herausforderndem ersten Halbjahr und Lockdowns in der Gastronomie. Der Lebensmittelgroßhändler steht in den Startlöchern für ein 2022 auf Vor-Pandemie-Niveau.

KASTNER – Einer für alles. Einer für's Impfen.

Durch ein rigores und vorausblickendes Krisenmanagement kam Österreichs Multifachgroßhändler Nr. 1 auch sicher durch das zweite pandemiegeprägte Jahr. Dank eigens organisierter Impfstraßen und einer hohen Impfbereitschaft der KASTNER Mitarbeiter:innen konnte gruppenweit eine Impfquote von rund 84% erreicht werden. Alles wird daran gesetzt, das bereits hohe Impfbewusstsein weiter zu steigern, beispielsweise durch die Unterstützung der Impfkampagne #GemeinsamGegenCorona, für welche der KASTNER Slogan kurzerhand von „KASTNER – Einer für alles“, auf „KASTNER – Einer für's Impfen“ abgewandelt wurde.

KASTNER ist bester Familienbetrieb Niederösterreichs

KASTNER wurde von einer Fachjury zum besten Familienunternehmen Niederösterreichs 2021 ausgezeichnet. Überzeugt hat der Lebensmittelgroßhändler mit seiner Persönlichkeit. KR Christof Kastner führt das Traditionsunternehmen mit Sitz in Zwettl bereits in 5. Generation. Seit 1828 hat sich der Lebensmittelgroßhändler vom Gemischtwarengeschäft zu einem bundesweit vernetzten Multifachgroßhändler mit sieben Großhandelsstandorten entwickelt. Heute ist KASTNER starker und verlässlicher Partner von rund 40.000 Kund:innen in der Abholung und Zustellung. Und genau hier kommt die Einzigartigkeit des Unternehmens zur Geltung: Der persönliche Kontakt zu den Kund:innen. Im Gegensatz zu Konzernen ist KASTNER ein eigentümergeführtes Familienunternehmen, an dessen Spitze KR Christof Kastner mit seinem Einsatz als direkter Ansprechpartner für Kund:innen und Mitarbeiter:innen handelt.

Der KASTNER Mostzwerg – Vom Burgtheater ins Mostviertel

Der KASTNER Standort Amstetten hat ein nicht zu übersehendes, neues Wahrzeichen erhalten: den KASTNER Mostzwerg. Der sieben Meter hohe Zwerg, einst Burgtheater-Requisite im Drama „Ein Volksfeind“, ist von Wien ins Mostviertel gewandert und wurde von zahlreichen Ehrengästen aus Landes- und Kommunalpolitik sowie aus dem Kulturbereich, darunter Landeshauptfrau-Stv. Dr. Stephan Pernkopf, Bürgermeister Christian Haberhauer und Geschäftsführer der Kulturregion Niederösterreich Martin Lammerhuber begrüßt. Der sieben Meter hohe KASTNER Mostzwerg befindet sich inmitten einer Vielzahl an kleineren Äpfeln. Denn der Apfel symbolisiert die KASTNER Gruppe und repräsentiert das Kernthema Lebensmittel. Der „Riesen-Zwerg“ vereint zwei vermeintlich widersprüchliche Aspekte: Die relative „Kleinheit“ der KASTNER Gruppe im internationalen Lebensmittelhandel und die beträchtliche Größe des mittelständischen Familienunternehmens in der Region. Durch dieses Kunstprojekt kommt die Leidenschaft für Kunst und Architektur der Familie Kastner einmal mehr zum Ausdruck.

KASTNER Team: Neue Funktionen, Pensionierungen und ein Jubiläum der besonderen Art

In der größten KASTNER Vertriebschiene KASTNER Abholmarkt und Gastrodienst wurden zwei neue Positionen geschaffen und sogleich kompetent besetzt: Der gelernte Haubenkoch Christoph Thaler verantwortet seit Juni 2021 als Verkaufsleiter den Bereich KASTNER Gastrodienst. Alexandra Leihls BA übernimmt mit dem Jahreswechsel als Verkaufsleitung die fachliche Gesamtverantwortung für die sieben KASTNER Abholmärkte. Beide unterstützen KASTNER Abholmarkt und Gastrodienst Bereichsleiter Prok. Alfred Hackl.

Als neuer stellvertretender Zentraleinkaufsleiter wurde Markus Kitzler-Walli, der auch die Funktion des gesamtverantwortlichen Sortimentsmanagers für den Bereich KASTNER Abholmärkte und Gastrodienst innehat, bestellt. Er unterstützt damit den Zentraleinkaufsleiter Prok. Gerald Traxler.

Der Bereichsleiter für Sicherheit und HACCP Franz Breinhölder trat nach 35 Jahren bei KASTNER den wohlverdienten Ruhestand an. In seine Fußstapfen tritt Ing. Daniel Fuchs, der sowohl die Funktion des COVID-19-Beauftragten innehat, als auch als Assistent der Organisationsentwicklung tätig ist.

2021 war auch ein Jahr zum Feiern: KR Peter Kastner wurde 80 Jahre alt. Er war der Motor der Expansion der KASTNER Gruppe bis zu seiner Pensionierung im Jahr 2006.

KR Christof Kastner übernahm nach der letzten Wirtschaftskammerwahl 2020 die Funktion des stellvertretenden Bundesgremialobmanns für die gesamte Lebensmittelbranche in der Wirtschaftskammer Österreich.

Investitionen in die Zukunft

Modernisierungen, Umbauten, Erweiterungen: 2021 gab den Startschuss für eine weitere Investitionsoffensive. In der Zentrale in Zwettl wurden rund 600 m² neue Bürofläche geschaffen. Für die Erweiterung des Logistikzentrums in Zwettl konnte sich KASTNER ein angrenzendes Nachbargrundstück in der Größe von 26.000 m² sichern. Die Planungsarbeiten für den Aus- und Zubau werden in Kooperation mit dem Fraunhofer Institut durchgeführt. In den nächsten Jahren wird die KASTNER Gruppe in der Zentrale Zwettl in mehreren Etappen weit über € 20 Mio. investieren, um das stark wachsende Umsatzvolumen abwickeln zu können.

Auch an den beiden KASTNER Standorten in der Bundeshauptstadt Wien sind für die nächsten zwei Jahre Investitionen von insgesamt rund € 9 Mio. geplant. Modernisierungen der Verkaufsflächen in den KASTNER Abholmärkten sowie neue, funktionelle Logistikbereiche und eine Erweiterung der Büroräumlichkeiten stehen auf der Bauagenda.

Auch am KASTNER Standort Eisenstadt werden die gekühlten Expeditkapazitäten mit einem Investitionsvolumen von rund € 1 Mio. erweitert.

Aus gutem Grund nachhaltig

Die KASTNER Gruppe erreichte 2020 im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsinitiative „Aus gutem Grund“ ein bedeutendes Etappenziel: Eine CO₂-neutrale Eigenlogistik. Durch das Setzen gezielter Maßnahmen zur CO₂-Reduktion, wie beispielsweise dem Einsatz modernster Technologie zur Tourenplanung, der Installation von Photovoltaikanlagen oder nachhaltigen Modernisierungen und Umbauten der KASTNER Gebäude. Unvermeidbarer CO₂-Ausstoß wird gemeinsam mit der Nachhaltigkeitsorganisation „Plant-for-the-planet“ kompensiert. Gemeinsam mit der Initiative hat der Lebensmittelgroßhändler bereits 12.000 Bäume gepflanzt – jährlich kommen rund 4.000 hinzu.

Die KASTNER Nachhaltigkeitsinitiative „Aus gutem Grund“ wurde überarbeitet und in drei Bereiche untergliedert. Dabei stehen die drei Bereiche nachhaltige Geschäftsmodelle (Nahversorgung, selbständige Kaufleute etc.), nachhaltige Lebensmittelsortimente (Bio, Fair, Öko, Gut zum Tier, aus der Region etc.) und nachhaltiges Unternehmen (Klimaneutralität, Teller statt Tonne, Arbeit mit Sinn etc.) noch mehr im Fokus.

KASTNER Nah&Frisch

KASTNER Nah&Frisch: Auszeichnungen und Expansionen

Nah&Frisch Österreich kürte seine besten Kaufleute. Ganz vorne dabei: Die KASTNER Nah&Frisch Kauffrau Christina Rammel aus Bad Traunstein. Sie wurde zur zweitbesten Kauffrau Österreichs gekürt. Kaufmann Martin Freiler aus Edlitz belegte den ausgezeichneten vierten Platz. Dies bestätigt den Nah&Frisch Systempartner KASTNER in seiner Vision, ein modernes Einkaufserlebnis in jeder ländlichen Region zu bieten. So wurden im vergangenen Jahr zusätzlich zwei Nah&Frisch Standorte eröffnet, acht Nah&Frisch Geschäfte an selbständige Kaufleute übergeben und insgesamt 26 Ladenbau-Projekte und Regaloptimierungen umgesetzt. Bereits vor über 40 Nah&Frisch Standorten sind 24h-Automaten installiert, um den Nah&Frisch Kund:innen rund um die Uhr eine Einkaufsmöglichkeit bieten zu können.

Digitalisierung soweit das Auge reicht

Mit der Einführung der bereits vierten MDE-Generation seit den 1980er Jahren können KASTNER Nah&Frisch Kaufleute Bestellungen jetzt noch effizienter abwickeln. Die direkte Verknüpfung mit dem KASTNER WebShop bringt weitere innovative Lösungen und KI-Features, wie beispielsweise einen Bestellassistenten, mit sich. Das virtuelle Messekonzept wurde weiterentwickelt und erneut äußerst erfolgreich umgesetzt. Kurz gesagt: KASTNER setzt große Digitalisierungsschritte, um für seine Kund:innen immer die neusten Lösungen parat zu haben und diesen in weiterer Folge zu einer noch größeren Wettbewerbsfähigkeit zu verhelfen.

Brandneue Nah&Frisch Werbelinie

Seit Anfang Juni stellt Nah&Frisch seine Kaufleute mit einer neuen Werbekampagne noch stärker in den Mittelpunkt. Herzstück sind TV- und Radiowerbespots, in welchen die Nah&Frisch Kaufleute ihre tiefe Verbundenheit mit den Menschen im Dorf zeigen. Die Amadeus Preisträgerin „Die Mayerin“ hat mit ihrem neuen Hit „Dahoam“ die passende Musik dazu geliefert.

KASTNER Abholmarkt und Gastrodienst

Erste virtuelle KASTNER Genussmesse

Im Bereich KASTNER Abholmarkt und Gastrodienst waren die Auswirkungen der monatelangen Schließungen der Gastronomie am größten. Vielfältige Maßnahmen wurden gesetzt, die KASTNER Abholmärkte zur Kompensation auch für Privatpersonen geöffnet. So konnte die Logistik für Großverbraucher abgesichert werden. Die alljährlich stattfindenden KASTNER Genussmessen in Bad Vöslau und Bad Gleichenberg wurden aufgrund der Pandemie zum ersten Mal in den virtuellen Raum verlagert und zeitlich so getaktet, dass KASTNER Kund:innen durch Messerabatte und Incentives wie den KASTNER Coin optimal beim Restart nach dem Lockdown unterstützt wurden. Das begeisterte mehr als 1.000 Gastronom:innen. Auch der Genuss kam trotz virtueller Abhaltung nicht zu kurz: Im Rahmen von zwei Weinverkostungen zu den Themen „Himmliche Weine: 1000 Jahre Weinkultur“ und

„Vini Italiani: Che Passione!“ unterhielten die beiden Experten Marko Wöber und Christian Bauer mehr als 300 Teilnehmende, die davor ein Weinverkostungspaket erhalten hatten. Das virtuelle Messeformat ist gekommen um zu bleiben: In Zukunft wird die KASTNER Genussmesse sowohl wie gewohnt physisch als auch virtuell abgehalten.

2022: Das Jahr der KASTNER Jubiläen

Die Vorfreude auf 2022 ist groß – denn es gibt viele Gründe zu feiern! Drei KASTNER Standorte feiern (halb-)runde Geburtstage: KASTNER Krems wird 35, Amstetten 25 und Wien Nord 20 Jahre. Die Marke KASTNER Geschirr&Co gibt es nunmehr seit 15 Jahren. An den KASTNER Standorten Jennersdorf und Eisenstadt ist jeweils ein Tag der offenen Tür geplant.

60.000 Artikel auf Knopfdruck

Die jüngste KASTNER Innovation lautet „KASTNER Prime“. Dank dieser Neuerung können Kund:innen mithilfe einer internen just-in-time Logistik über den KASTNER WebShop auf das gesamte KASTNER Sortiment aller Standorte direkt zugreifen.

Gastro goes digital mit Ordito

Im Jänner 2021 hat KASTNER das Startup Ordito mit seiner Gastronomie-Bestellplattform übernommen. Sowohl die Abwicklung von Speisenbestellungen im Restaurant als auch die Gästeregistrierung sind damit optimal abzuwickeln. Die bereits bei Ordito integrierte Funktionalität, Take-Away-Bestellungen auch online abwickeln zu können, wird in Zukunft weiter ausgebaut. So wird eine umfassende Gastro-Bestellplattform inkl. Zahlungsabwicklung und Logistikköpfung geschaffen.

BIOGAST

BIOGAST expandiert ins Ausland

Bereits seit mehreren Jahren werden auch in den benachbarten Ländern Bio-Fachhändler und Gastronomiebetriebe von BIOGAST beliefert. Neben der bereits sehr erfolgreichen Expansion in Slowenien wird nunmehr der Vertrieb in Tschechien und der Slowakei ausgebaut.

Zweite virtuelle BIOGAST Messe

Bereits erprobt und zum zweiten Mal in Folge ging die BIOGAST Messe virtuell über die Bühne. Mehr als 120 Aussteller:innen präsentierten 1.200 Besucher:innen ihr nachhaltiges Bio-Sortiment. Rund 4.000 Artikel wurden zu attraktiven Messepreisen angeboten. Virtuelle Live-Verkostungen und der virtuelle BIOGAST Branchentag zum Thema „unverpackt“ waren die Highlights dieser Online-Veranstaltung. BIOGAST Geschäftsführer Horst Moser blickt positiv in die Zukunft: „2022 freue ich mich darauf, alle Kund:innen und Lieferant:innen wieder persönlich bei der BIOGAST Messe in Wels anzutreffen!“

Im Zentrum aller Überlegungen: Die Umwelt

Ein wesentlicher Themenschwerpunkt in der BIOGAST Nachhaltigkeitsarbeit ist, so wie in der gesamten Bio-Branche, die Optimierung von Produktverpackungen. Zu diesem Zweck engagiert sich BIOGAST beispielsweise in einer dafür gegründeten Arbeitsgemeinschaft des „Bund Naturkost Naturwaren“, um nach branchenweiten Lösungen zu suchen und Möglichkeiten zur Reduktion von Verpackungsmaterial zu diskutieren.

Seit 2021 werden BIOGAST Preislisten nicht mehr gedruckt sondern ausschließlich auf elektronischem Weg an die Kund:innen übermittelt. Dies ist eine weitere Maßnahme, um Rohstoffe einzusparen.

myProduct

Ein ausgezeichnetes Jahr

myProduct konnte durch den boomenden Online-Handel auch im vergangenen Jahr stark profitieren. Das brachte zahlreiche Auszeichnungen: Von der Wirtschaftskammer Niederösterreich wurde myProduct.at zum Mutmacher des Jahres gekürt. Ausgezeichnet wurden hier innovative Maßnahmen und kreative Geschäftsideen, die heimische Unternehmen während der Corona-Zeit entwickelt haben. Vom Land Niederösterreich holte der Onlineshop für Kleinproduzent:innen den Titel „durchstarter21“. Hier wurden herausragende niederösterreichische Erfolgsgeschichten prämiert. Und auch wenn es um die organisch sichtbarsten Onlineshops in Österreich geht, hat myProduct.at die Nase vorn und belegt den dritten Stockerlplatz.

Außerdem wurde das myProduct.at-Sortiment bedeutend erweitert: Ab sofort können neben österreichischen Sortimenten auch Produkte der besten Kleinproduzenten Deutschlands gekauft werden.

myProduct entwickelt sich zum führenden E-Commerce Dienstleister

Neben dem Kerngeschäft rund um den Onlineshop myProduct.at wird eine weitere Dienstleistung für Produzent:innen geboten: e-Commerce as a Service. Große Unternehmen wie Manner, Rauch oder Mars nutzen dieses Service bereits, um auf Marktplätzen, wie zum Beispiel shöpping.at oder neckermann.at präsent zu sein. Um die optimale Logistik für alle Onlineshops zu gewährleisten, wurde das Fulfillment-Lager am Standort Amstetten ausgebaut. „Wir machen Produzent:innen durch innovative Technologien und effiziente Prozesse den Onlinevertrieb so einfach und nachhaltig wie möglich und bringen sie auf die relevantesten Onlineshops und Marktplätze. Damit Produzent:innen wieder Zeit für das haben, was ihnen Spaß macht: Nämlich gute Produkte zu produzieren“, so Rainer Neuwirth MA, Mitgründer und Geschäftsführer.

myProduct.at bringt Onlineshop-System auf neuestes technologisches Level

Rund ein Jahr wurde entwickelt, 2021 war es soweit: Der Relaunch des myProduct.at Onlineshops. Der Fokus liegt dabei ganz klar auf bester Performance und Usability. Viele innovative Funktionalitäten und ein neues Look and Feel machen einen Besuch im neuen myProduct.at Onlineshop zu einem besonderen Einkaufserlebnis.

myProduct erweitert das Shopnetzwerk um das Thema Qualitätswasser

Mit dem neuen Onlineshop WaterOfLife.at macht myProduct Qualitätswasser einfach online beziehbar. In weiterer Folge soll dieser immer weiter zu einer Bestellplattform für die ganzheitliche Gesundheit ausgebaut werden.

Umsatz KASTNER Gruppe 2021

Vertriebsschienen	Umsatz 2020	Umsatz 2021	%
KASTNER Großhandel Zwettl/Jennersdorf (netto) Nah&Frisch Großhandel, KASTNER STOP+SHOP, BIOGAST	€ 104,60 Mio.	€ 106,94 Mio.	+ 2,23%
KASTNER Einzelhandel (brutto) + myProduct.at Nah&Frisch Eigenfilialen, REAL-Markt Jennersdorf	€ 13,30 Mio.	€ 12,33 Mio.	- 7,29 %
KASTNER Abholmarkt und Gastrodienst (netto) davon Abholmärkte davon Gastrodienst	€ 107,60 Mio. € 44,57 Mio. € 63,03 Mio.	€ 108,46 Mio. € 43,77 Mio. € 64,69 Mio.	+ 0,79% - 1,79 % + 2,63 %
KASTNER Gruppe gesamt	€ 225,51 Mio.	€ 227,73 Mio.	+ 0,98 %

Foto:




Die KASTNER Geschäftsführer rund um KR Christof Kastner freuen sich auf ein 2022 auf Vor-Pandemie-Niveau.
v.l.n.r.: Rainer Neuwirth MA, Horst Moser, KR Christof Kastner, Andreas Blauensteiner MBA, Mag. Herwig Gruber

Bei **Rückfragen** wenden Sie sich bitte an:

Carina Müllner BA, carina.muellner@kastner.at, +43 2822/9001-303

Weitere **Informationen** finden Sie unter www.kastner.at/news

Folgen Sie KASTNER auf

-  **Instagram** www.instagram.com/kastnergruppe,
-  **Facebook** www.facebook.com/kastnergruppe,
-  **LinkedIn** www.linkedin.com/company/kastnergruppe.