



© Kastner/studiohuger.at

**Teamegeist**

Die Kastner-Geschäftsführer Andreas Blauensteiner, Christof Kastner und Herwig Gruber geben sich zuversichtlich für 2025.

# Kastner Gruppe: Mehr als 300 Mio. Euro Erlös

Die Kastner-Führungsrige zieht Bilanz über ein zwar schwieriges, aber letztlich erfolgreiches Geschäftsjahr. **32**



© Kastner/Studlohger.at

**Kastner-Team** Andreas Blauensteiner (GF u. Standortleiter Zwettl), Herwig Gruber (GF u. CSR-Beauftragter), Christof Kastner (geschäftsführender Gesellschafter), Rainer Neuwirth (GF myProduct u. Bereichsleiter Business Development), Horst Moser (Biogast), Alfred Hackl (Vertriebsleiter Abholmarkt & Gastrodienst, v.l.).

# Kastners Liga der erfolgreichen Herren

Die Zeiten mögen ruppig sein, aber mit einem Erlösplus von 3,5 Prozent gehört die Kastner Gruppe zu den erfolgreichsten Händlern im Land.

••• Von Christian Novacek

**F**ür Christof Kastner steht fest: „Wir leben in volatilen Zeiten. Ein Präsident Trump lässt nichts Gutes erwarten, Zölle werden steigen und Jobs verloren gehen.“ Was allerdings

die unmittelbare Rückschau betrifft, kann man in der Kastner Gruppe nicht viel murren, ist es doch 2024 erstmals gelungen, den Umsatz in diesem Geschäftsjahr über die stolze Barriere von 300 Mio. € hinauszuschieben. Genau genommen auf 300,4 Mio. €, was gegenüber

dem Vorjahr ein deutliches Plus von rund 3,5% darstellt. Des Weiteren zählt man mit diesem Umsatzgewicht nunmehr zu den 350 größten Unternehmen Österreichs.

„Als Familienunternehmen mit regionalen Wurzeln sind wir stabil und erfolgreich“, be-

tont Kastner und verweist dabei auch auf die gewachsene Zahl der Mitarbeiter – auf mittlerweile nahezu 1.000. „2024 war bei Kastner ein sehr zukunftsorientiertes Jahr und es wurden die Weichen für weitere Erfolge gestellt“, stellt der geschäftsführende Gesellschafter fest.



© studichgerat

Zwei dieser Weichenstellungen sind personeller Natur: Zum einen übernimmt Rainer Neuwirth (Geschäftsführer und Gründer von myProduct) zusätzlich die Funktion des Bereichsleiters für Business Development. Und Paul Robl wurde als Management Trainee für den Bereich Finanzen frisch ins Team geholt.

Frisch wird 2025 übrigens auch der Außenanstrich: Unter dem Motto „Frisches Design mit noch mehr Service“ wird sich die Kastner Gruppe demnächst mit einem überarbeiteten und modernisierten Markenauftritt präsentieren.

**Digitaler Vorreiter**

Der einst kleine Gemischtwarenhandler aus dem Waldviertel hat sich in den letzten beinahe 200 Jahren zum Multifachgroßhändler aufgeschwungen – und setzt heute auf die technische Weiterentwicklung und Integration von KI im operativen Arbeitsalltag. Beispielsweise war der Kastner WebShop einer der ersten, der mithilfe von KI das Einkaufen einfacher gestaltete. Der „Predictive Basket“, der das Einkaufserlebnis im Kastner WebShop erheblich leichter machen will, wurde erst 2024 mit

dem „Retail Innovation Award“ des Handelsverbands ausgezeichnet. Passend dazu ist neuerdings auf den Websites der Kastner Gruppe ein KI-gestützter Chatbot integriert.

**Absage an den Plastikmüll**

Ein wichtiges Ziel der Kastner Nachhaltigkeitsinitiative „Aus gutem Grund“ ist „Raus aus Plastik“. Das am 1. Jänner 2025 in Kraft getretene Einwegpfand wird die Sammel- und Recyclingquoten von Aluminium und PET stark erhöhen. „Die Neuregelung ist derzeit noch nicht der Weisheit letzter Schluss“, meint Kastner, der sich dennoch optimal vorbereitet hat: In den Abholmärkten punkten die Rückgabeautomaten denn auch mit einem netten Zusatzservice, nämlich der Möglichkeit des Händewaschens direkt beim Rücknahmeautomaten. „Wir machen unseren Kunden die Umsetzung des Einwegpfands

so einfach wie möglich“, erklärt Kastner, der auch auf ein ergänzendes Rücktransportservice für Leergebinde verweist.

**Umbau Kastner Wien Nord**

Der Umbau des 12.000 m<sup>2</sup> großen Kastner-Standorts Wien Nord war ein Investitions-Highlight im Vorjahr, absolviert in mehreren Bauabschnitten. Als letzte große Baumaßnahme wird der 800 m<sup>2</sup> Schauraum von Kastner Geschirr&Co – der größte in Ostösterreich – neu gestaltet. Die maßgebliche Veränderung des Umbaus ist indes die Konzentration der Verkaufs- und Abholfläche auf einer Ebene. Die Eröffnung erfolgt im Frühling 2025.

Insgesamt beliefen sich die Investitionen in der Kastner Gruppe 2024 auf rund 6,5 Mio. €. 2025 bleibt das Niveau ambitioniert – Investitionen in der Höhe von € 6,7 Mio. sind geplant.

**„Aus gutem Grund“**

Die Digitalisierung des Leergutprozesses wurde nach einer Testphase am Kastner-Standort Zwettl auf allen Kastner-Standorten fix integriert. Das bringt eine Zeitersparnis von 85% bei der Erfassung der Mehrwegebinde. Die Arbeitsplätze im Wareneingang wurden optimiert und gezielt nach den Bedürfnissen der Mitarbeiter eingerichtet – augenscheinlich etwa dann, wenn der Kommissionierwagen/Terminal jetzt höhenverstellbar ist. Die optimale Anpassung an Mitarbeiterbedürfnisse gibt es bereits an den Kastner-Standor-

ten Wien Nord und Eisenstadt – die restlichen Kastner-Standorte folgen sukzessive.

Wer auf seine Mitarbeiter schaut, hat zumeist eine soziale Ader – auf Kastner trifft das zu: Das Waldviertler Unternehmen spendete 2024 für eine Vielzahl von Projekten und Organisationen. Unter anderem in der herausfordernden Zeit des Hochwassers im Herbst 2024 Warenspenden im Wert von 5.000 € an das Rote Kreuz Niederösterreich, um die Versorgung der Hochwasserkatastro-



© Kastner/studichgerat

**Umsatz Kastner Gruppe 2024**

Vertriebsschienen	Umsatz in Mio €			
	2022	2023	2024	±%
Kastner Großhandel Zwettl/Jennersdorf (netto), Nah&Frisch Großhandel, Kastner Stop+Shop, Biogast	103,28	104,54	106,76	+2,12
Kastner Einzelhandel (brutto)				
+ myProduct.at, MeinBioMarkt, Nah&Frisch Eigenfilialen	12,52	12,39	12,91	+4,21
Kastner Abholmarkt und Gastrodienst (netto)	151,71	173,50	180,80	+4,21
davon Abholmärkte	56,33	60,71	58,62	-3,44
davon Gastrodienst	95,38	112,78	122,18	+8,23
Kastner Gruppe gesamt	267,50	290,43	300,47	+3,46

Quelle: Kastner Gruppe

”  
*Als Unternehmen mit regionalen Wurzeln sind wir stabil und erfolgreich. Wir haben die Weichen für ein zukunftsorientiertes 2025 gestellt.*

**Christof Kastner**  
 Kastner Gruppe





© Kastner/studihuger.at

phe-Betroffenen sicherzustellen. Weiters wurde die Kooperation mit der Tafel Österreich ausgebaut.

#### E-Mobilität im Fokus

In Kooperation mit dem schwedischen Unternehmen Volta Truck startet Kastner 2025 in die aktive Testphase. Der elektrisch betriebene Lkw mit einer Reichweite von etwas mehr als 200 km punktet zum einen mit einer Tiefkühlung und zum anderen mit dem Umstand, das er in Österreich (Steyr/MAN) produziert wird.

Ein weiterer Schritt in Sachen Elektrifizierung: Da bereits viele Kastner-Kunden ihre Einkäufe mit E-Mobilen erledigen,

hat Kastner sein E-Tankstellen-Netzwerk auf 14 Ladestationen ausgebaut.

#### Nah&Frisch auf Kurs

Im Jahr 2024 wurden acht neue Nah&Frisch-Standorte eröffnet und zehn Märkte übernommen. „Nach den Jahren der Stagnation bzw. des Rückgangs sind wir wieder auf einem positiven Weg“, freut sich der in der Kastner Gruppe für die Vertriebslinie verantwortliche Andreas Blauensteiner. Auch für das laufende Jahr stünden „einige Standorte in petto“.

Besonders erfreulich ist für Blauensteiner, dass das Konzept der Hybridmärkte von den Kastner Nah&Frisch-Kaufleuten gut

angenommen wird – wegen evidenten Erfolges, der sich u.a. darin widerspiegelt, das aufgrund der maximalen Ausschöpfung der Öffnungszeiten (72 h) die Umsätze um bis zu 20% steigen. Das i-Tüpfelr dabei: Die Umsatzsteigerung geht mit einer Personalkosteneinsparung einher.

Somit sind dem Pioniermarkt „Unser G'schäft in Reinsberg“ bereits einige weitere nachgefolgt – Kastners Nah&Frisch-Flotte verfügt heute über zwölf Hybridmärkte, 25 sollten es bald mal sein. „Für viele kleine Gemeinden ist das schlichtweg die optimale Möglichkeit, die Nahversorgung aufrechtzuerhalten“, so Blauensteiner.

#### Starke Online-Ambitionen

Das myProduct-Team wickelt aktuell den gesamten Onlinehandel für rund 500 Produzenten ab. Zusätzlich entwickelt und betreibt myProduct maßgeschneiderte Onlineshops für Markenhersteller auf seiner Shoparchitektur. Aushängeschilder sind Manner und Pago. 2024 konnte das Unternehmen renommierte Marken wie Haribo, Pago, David Fussenegger und Lebensbaum als Neukunden gewinnen.

Bemerkenswert ist der aktuelle Expansionstrieb des Formats: myProduct ist über shöpping.de nicht nur in Deutschland mit rd. 6.000 Artikeln vertreten, sondern darüber hinaus in insgesamt

#### Im Herzen des Waldviertels

Die Kastner-Zentrale in Zwettl/NÖ wartet auch mit einem Abholmarkt auf und ist eine logistische Drehscheibe für Gastronomie und Nah&Frisch.

rd. 100 Ländern. „Die Manner-Schnitte können Sie über uns sogar in Tibet bestellen“, kommentiert Geschäftsführer Rainer Neuwirth. In Österreich dürfte sich die Onlinepräsenz ebenfalls verstärken: Als Drittanbieter auf der Plattform von Kaufland.at (Ableger der Schwarz-Gruppe/Lidl) stehen die Zeichen weiter auf Expansion.

Ebenfalls eine Erwähnung wert ist der Schritt über den Lebensmittelhandel hinaus: Der Non-Food-Anteil bei myProduct beläuft sich auf satte 40%.

#### MeinBioMarkt am Start

Als völlig neue Vertriebschiene mit Franchise-Angebot ist im Vorjahr noch MeinBioMarkt in Graz gestartet. Zwar ist ein zweiter Markt (noch) nicht realisiert, aber dass Kastner/Biogast die Franchise-Option für Biomärkte ernst nimmt, zeigt nicht zuletzt der Beitritt zum Franchiseverband. Biogast-Geschäftsführer Horst Moser, der das Modell maßgeblich entwickelt hat, stellt in den Raum: „Unser Ziel ist es, dem Biofachhandel ein Mittel der Professionalisierung in die Hand zu geben.“

”

*myProduct ist heute bereits weltweit in rund 100 Ländern aktiv. Die Manner-Schnitte können Sie über uns sogar in Tibet bestellen.*

**Rainer Neuwirth**  
myProduct

“



© Kastner/studihuger.at