

**KASTNER nimmt
Umsatz-Schallmauer**

HANDEL AKTUELL

Großhandelshaus Kastner
legt weiter zu

Kastner bricht die Schallmauer

 KR Christof
Kastner

- ➔ Umsatz steigt auf 300,47 Mio. Euro
- ➔ Nah&Frisch-Flotte stabilisiert sich
- ➔ Neuer Wachstumsschub bei Biogast und Zustellung

VON HERBERT SCHNEEWEIß

Neue Bilanz-Daten, neue Rekordzahlen. Auch 2024 pushte KR Christof Kastner sein Unternehmen zu weiteren Steigerungsraten. „Heuer konnten wir die Schallmauer von 300-Millionen-Euro nehmen“, so der Firmen-Chef. Unter dem Strich erwirtschafteten die Niederösterreicher ein Plus von 3,5 Prozent und 300,47 Millionen Euro. Dementsprechend zufrieden äußerte sich der Geschäftsführer, denn: „Wir sind im Ertrag noch wesentlich stärker gewachsen als

im Umsatz. Und vergessen wir nicht. Wir haben enorme Kostensteigerungen in den letzten drei Jahren verkraften müssen. Alleine im Personal galt es ein Plus von 20 Prozent zu verdauen.“ Nachsatz: „Schauen Sie sich andere Bilanzen an. Wir konnten Zahlen liefern, die manch andere Handelshäuser nicht vorlegen können.“ Und dennoch: Kastner wird seinem Ruf als unermüdlicher Vorwärtsmarschierer, als Innovator und Motor gerecht und will 2025 die Umsätze neuerlich massiv nach oben drehen. 316 Millionen Euro sind anvisiert, 2026 könnte dann auch das Fernziel von 333 Millionen Euro fallen. „Wäre die Pandemie nicht gewesen, dann hätten wir diese Zahl schon hinter uns gelassen.“

Wachstum. Die Niederösterreicher sind auf Wachstum, Expansion und Ausbau der Geschäftsfelder getrimmt. Die größten Wachstumschancen liegen für Kastner dabei weiter klar bei der Gastronomie-Zustellung und der Biogast. Gerade die Bio-Tochter hat eine gigantische Wachstumskurve auf



© STUDIO HUGER/STEPHAN HUGER

mittlerweile 64,6 Millionen Euro im abgelaufenen Jahr zu bieten. Expansion inklusive: Denn längst lugt Kastner auch in die Nachbarländer Slowakei, Tschechien, Slowenien oder zuletzt Italien. „Die Biogast macht uns große Freude.“

Investitionen. Tempo gehört zur DNA des Handelshauses und so stehen die Zwettler investitionsseitig auch 2025 nicht auf der Bremse. „Wir werden heuer 6,7 Millionen Euro bereitstellen und liegen mit dieser Zahl im Mittel der letzten Jahre.“ Wichtigster Investitionsbaustein bleibt der 12.000 m² große C&C-Standort Wien Nord, dessen Umbau nach der Aufschaltung eines 800 m² Schau- raums für Geschirr & Co im Mai abgeschlossen wird. „Wir haben die Logistikflächen er- weitert, den Abholmarkt umgebaut und die Büroräume vergrößert, auch die Biogast ist hier bereits eingezogen.“

Zwettl. Visionen verliert der Firmenchef nicht aus den Augen. Dementsprechend lie-

gen die Pläne für einen Ausbau des Head- quarters in Zwettl weiter auf dem Tisch. Ein Vorhaben, für das Kastner 50 Millionen Euro bereitstellen will. Ausgebremst wird das Pro- jekt noch von äußeren Rahmenbedingungen. Es hakt am Ankauf der notwendigen Flächen. „Zumindest haben wir von der Stadtgemein- de grünes Licht ein Straßengrundstück kau- fen zu können.“ Der Startschuss ist aber nicht in Sichtweite.

Zahlenwerk. Kastner gewährt aber auch einen genauen Einblick in die Entwicklungen des Unternehmens: Ein Blick in das Zahlen- werk zeigt ein Plus von 2,12 Prozent auf 106,75 Millionen Euro bei der Position Kastner Großhandel Zwettl/Jennersdorf (Nah&Frisch Großhandel, Kastner Stop+Shop und Biogast). Im Kastner Einzelhandel steht eine Steige- rungsrate von 4,21 Prozent auf 12,91 Millio- nen Euro zu Buche. Das größte Geschäftsfeld bleibt Kastner Abholmarkt und Gastrodienst mit einem Schub um 4,21 Prozent auf 180,80

Millionen Euro. „Wobei wir im Gastrodienst allei- ne um 8,33 Prozent auf 122,18 Millionen Euro wachsen konnten.“ Und das trotz Gegenwind: Der Abschmelzungsprozess im Gastrogewerbe sei nicht wegzudiskutieren. „Wir haben Zahlen für 2023 vorliegen, dass in diesem Jahr rund zehn Prozent der Anbieter ver- schwunden sind.“



© STUDIO HUGER

Umsatz Kastner Gruppe 2024

Vertriebsschienen	Umsatz 2022	Umsatz 2023	Umsatz 2024	%
Kastner Großhandel Zwettl/Jennersdorf (netto) Nah&Frisch Großhandel, Kastner Stop&Shop, Biogast	€ 103,28 Mio.	€ 104,54 Mio.	€ 106,76 Mio.	+ 2,12%
Kastner Einzelhandel (netto) + myProduct.at + MeinBioMarkt Nah&Frisch Eigenfilialen	€ 12,52 Mio.	€ 12,39 Mio.	€ 12,91 Mio.	+ 4,21%
Kastner Abholmarkt und Gastrodienst (netto) davon Abholmärkte davon Gastrodienst	€ 151,71 Mio. € 56,33 Mio. € 95,38 Mio.	€ 173,5 Mio. € 60,71 Mio. € 112,78 Mio.	€ 180,80 Mio. € 58,62 Mio. € 122,18 Mio.	+ 4,21% - 3,44% + 8,33%
Kastner Gruppe gesamt	€ 267,50 Mio.	€ 290,43 Mio.	€ 300,47 Mio.	+ 3,46%

HANDEL AKTUELL

Nah&Frisch. Die selbstständige Kaufmannschaft biegt in ruhigere Gewässer ein. Bei den Nah&Frisch-Kaufleuten ortet Kastner eine „positive Umsatzentwicklung“ und eine Ertragssteigerung. Die Flottenanzahl hat sich mit Jahresende bei einer Anzahl von 140 eingependelt. „Ich gehe davon aus, dass wir 2025 aber mit einem Plus abschließen können“, so der Geschäftsführer. Auch Neubauprojekte seien im heurigen Jahr in der Pipeline. 2024 wurden acht neue Märkte ans Netz genommen, zehn Geschäftsübernahmen standen auf der To-do-Liste, 24 Ladenbauprojekte und sechs Regaloptimierungen wurden abgearbeitet. Ein Tempo, das im laufenden Jahr fortgesetzt werden soll.

Hybrid. Insgesamt will Kastner insbesondere auch die Hybrid-Welle vorantreiben. 17 Standorte sind bereits umgestellt, „sieben oder acht sollen 2025“ folgen. Tendenz weiter steigend. Dabei kostet die Umstellung zwischen 40.000 oder 50.000 Euro. „Das Hybrid-Modell hat für viele Geschäfte eine Relevanz, weil durch die Erweiterung der Öffnungszeiten im Durchschnitt ein Umsatzplus von 20 Prozent möglich ist und in der Relation dazu auch 15 bis 20 Prozent weniger Personalkosten notwendig sind.“ Besorgniserregende Schwundraten gibt es nicht. „Wir befinden uns mit unseren Geschäften nicht in einem Ballungsraum.“ Nachsatz: „Bei einem Standort mit einer schlechten Frequenz oder mit einer schwierigen Entwicklung macht eine Umrüstung aber keinen Sinn.“

Eigenfilialen. Die Eigenfilialanzahl liegt derzeit bei zwölf. „Wobei wir hier weiter auf konsequente Privatisierung setzen.“ Privatisierung ist auch bei Bio ein wesentliches Thema. Beim Bio-Format „Mein Bio-Markt“ soll es 2025 „mit Sicherheit“ zu einer ersten Realisierung kommen.

KI. Einen großen Fokus legt der Multifachgroßhändler darüber hinaus auf die technische Weiterentwicklung und Integration von



© STUDIO HUGER/STEPHAN HUGER

Kastner Geschäftsführung: Andreas Blauensteiner MBA, KR Christof Kastner, Mag. Herwig Gruber

Kastner Facts 2024:

Kastner Großhandel
Zwettl/Jennersdorf
(netto)

106,76
Mio. €

Kastner Einzelhandel
(netto)
+ myProduct.at
+ MeinBioMarkt

12,91 Mio. €

Kastner Abholmarkt und
Gastrodienst (netto)

180,80
Mio. €

Quelle: Kastner

KI in den operativen Arbeitsalltag. So setzen die Waldviertler im Webshop auf den innovativen „Predictive Basket“, seit Kurzem ist außerdem auf den Websites der Kastner-Gruppe ein KI-gestützter Chatbot integriert, der allen Interessierten rund um die Uhr mit Rat und Tat zur Seite steht. Unverändert hoch ist das Tempo bei der Nachhaltigkeit. „Wir wickeln zum Beispiel 90 Prozent der Leergutscheine elektronisch ab, werden bis 2030 80 Prozent unserer Firmen-PKWs auf Elektro-Fahrzeuge umgestellt haben“, so Kastner-Geschäftsführer Mag. Herwig Gruber. Ein weiteres Herzensprojekt: Eine Kooperation mit Volta Truck. „Dabei geht es darum einen elektrischen Warentransport im urbanen Raum zu ermöglichen. Hier wird die Testphase im April beginnen, wobei wir die Hoffnung haben, dass die Regierung die Förderkonzepte in diesem Bereich nicht kippt.“

Myproduct.at. Auf der Erfolgswelle schwimmt myproduct.at. „Wir haben unser Shop-Netzwerk weiter ausgebaut und werden heuer noch um namhafte Shops wachsen“, so Rainer Neuwirth MA, myProduct-Geschäftsführer und Bereichsleiter für Business Development. Dazu gehören bekannte Plattformen wie amazon.de, shöpping.at sowie der Kaufland Marketplace in Deutschland und neuerdings auch in Österreich. „Zudem wurde der Versand um 37 weitere Länder erweitert, sodass mittlerweile Lieferungen in 110 Länder weltweit, darunter Amerika, Australien und Großbritannien, möglich sind.“ Das myProduct-Team wickelt aktuell den gesamten Onlinehandel für rund 500 Produzentinnen und Produzenten ab. Zusätzlich betreibt die Kastner-Tochter maßgeschneiderte Onlineshops für Markenhersteller:innen auf einer innovativen Shoparchitektur. 2024 konnte das Unternehmen renommierte Marken wie Haribo, Pago, David Fussenegger und Lebensbaum als Neukundinnen und Neukunden gewinnen.