

Geschäftsführer
KR Christof Kastner

Nah&Frisch ein Konzept mit Zukunft

- 30 Millionen Euro will Kastner in den nächsten fünf Jahren investieren
- Nah&Frisch und Biogast sind weiter Umsatzmotoren
- 2022 wollen die Zwettler wieder auf 245 Millionen Euro Umsatz wachsen

INTERVIEW: HERBERT SCHNEEWEIß

REGAL: Metro übernimmt neun AGM-Märkte. Hatte Kastner kein Interesse an den Standorten?

KASTNER: Uns wurde in den letzten 15 Jahren die AGM zwei Mal angeboten. Ich denke, wir hatten ein wirklich gutes Konzept in der Schublade, mit entwickelten Überlegungen für die AGM Wolfsberg und die AGM Zell am See. Wir hätten eine österreichische Lösung bieten können. Aber das ist jetzt natürlich alles vom Tisch. Wobei wir alle Maßnahmen ausschöpfen werden, damit diese Übernahme in dieser Ausprägung nicht kommt.

Wie werden diese Maßnahmen aussehen?

Wir werden eine Stellungnahme bei der BWB abgeben. Wobei die Bundeswettbewerbsbehörde zwei Ebenen überprüfen muss. Erstens, wie der Marktanteil des übernehmenden Unternehmens sich nach dem Deal verändern wird und zweitens – wie bei anderen C&C-Standorten in der Vergangenheit schon passiert – wie sich die Marktsituation in einem Einzugsgebiet von 50 bis 70 Kilometer um die Standorte verändert. In Sankt Pölten, Klagenfurt und Wiener Neustadt stehen AGM und Metro beispielsweise Tür an Tür. Ich denke, da spricht die Situation für sich. Das kann nicht ohne Auflagen gehen.

Es ist die Rede von einer vollständigen Integration der betroffenen Standorte?

Es wäre auch nicht nachvollziehbar, wenn Metro die Marke AGM weiterführt. Es wäre ja dann trotzdem ein Unternehmen, das mit zwei Marken nach außen kommuniziert. Die Politik ist gefordert. Wenn diese Übernahme durchgewunken wird, dann verstehe ich die Welt nicht mehr. Das führt dann verschiedene aktuelle Versuche – etwa unsere Technologien zu schützen, ebenfalls ad absurdum.

Falls der Deal durchgeht, dann ...?

Dann ist zu befürchten, dass sich die zwei großen Player matchen und ihre Marktmacht ausspielen und Familienunternehmen darunter leiden.

Wird sich Ihre Strategie eingedenk der neuen Situation verändern?

Wir müssen unsere Pläne und Szenarien neu bewerten, aber werden uns von unseren Vorhaben nicht abbringen lassen. Das Investitionsvolumen bleibt unverändert.

30 Millionen Euro in den nächsten fünf Jahren?

Das haben wir vor.

Wie werden sich diese Volumina aufschlüsseln?

Bitte verzeihen Sie, dass wir unsere Vorhaben in Anbetracht der derzeitigen Situation noch nicht genau aufschlüsseln wollen.

Trotzdem noch ein Blick auf das C&C-Geschäft: Wie war der Geschäftsverlauf in den letzten Monaten?

Es geht bergauf. So waren wir im August mit sechs Prozent vorne. Und dennoch: Wir müssen nur daran denken, dass die Wiener Hotellerie weiter nur eine Auslastung von 30 Prozent hat. Und auch der Impffortschritt lässt zu wünschen übrig und damit ist zu befürchten, dass wieder irgendwelche Restriktionen kommen. Ein Lockdown ist unbedingt zu verhindern. Deshalb unterstützen wir auch die 1G-Lösung. Es braucht aber ein höheres Impf-Tempo, bei der Kastner-Gruppe haben wir einen Impf-Fortschritt von 78 Prozent.

2020 konnte Kastner einen Umsatz von 225,5 Millionen Euro einfahren. Mit einem Minus von 9,3 Prozent kam Ihr Unternehmen noch mit einem blauen Auge davon. Wie schaut die Entwicklung 2021 aus?

Wir haben als Ziel, die Zahlen von 2020 zu übertreffen und 2021 wieder auf das Niveau von 245 Millionen Euro zurückzukehren.

Biogast und Nah&Frisch waren zuletzt die Umsatz-Motoren?

Das ist nach wie vor so. Bei Biogast wollen wir heuer die 60-Millionen-Euro-Marke nehmen und auch bei Nah&Frisch sind wir vorne, obwohl wir während der Corona-Zeit überproportional wachsen konnten.

Lässt sich diese Zahl auch beziffern?

Wir liegen akkumuliert 1,5 Prozent vorne.

Wie hat sich die Standort-Anzahl bei Ihrer Nah&Frisch-Flotte verändert? Am Ende des Jahres lagen Sie bei 156 Geschäften?

Wir werden Ende 2021 bei 160 Standorten landen.

Und bei den Eigenfilialen?

Da haben wir drei Märkte privatisiert und neun eigene Geschäfte am Netz. Es ist auch das Ziel, dass wir zwischen sieben und neun Eigen-Märkten behalten, weil wir das auch als Auffang-Becken für Standorte sehen, die wegen verschiedenen Begebenheiten nicht weitergeführt werden können.

Welche Gründe können das sein? Warum werden Standorte aufgegeben?

Die wenigsten Betreiber geben aufgrund von wirtschaftlichen Gründen einen Standort zurück. Es sind vielmehr Pensionierungen oder familiäre Veränderung, die als Hauptgründe angeführt sind.



Sehen Sie eigentlich eine Renaissance der Kleinfläche?

Wenn wir uns das Nielsen-Universum ansehen, dann ist das Supermarkt-Format der klare Marktanteils-Gewinner. Aber sich nur auf diese 21 Milliarden Euro zu beschränken, geht für mich zu kurz. Es werden Bio-Läden, Fachhändler, Ethno-Märkte in großer Zahl nicht abgebildet. Darüber hinaus muss der Großhandel ebenfalls berücksichtigt werden. Alles in allem geht es um 32 Milliarden Euro, damit relativieren sich die Marktanteile wieder.

Vor einigen Jahren – in Zeiten der ZEV – war eine klare Front für die Marke Nah&Frisch gegeben. Besteht diese Zusammenarbeit nach wie vor? Und hätte die Marke mittlerweile schon eine größere Schlagkraft?

Nah&Frisch funktioniert seit über 40 Jahren zum Konsumenten sehr gut. Die Zusammenarbeit läuft frictionslos, auch wenn es natürlich auch einen Wettbewerb unter den Großhändlern gibt, schreiben wir gemeinsam eine Erfolgsgeschichte. Das lässt sich an der Umsatzentwicklung und an den neuen Standorten ablesen. Nah&Frisch ist ein Zukunftsmodell.

Sind auch konkrete Zukunftsvisionen auf dem Tisch?

Kastner (lacht): Das sind einige. Schauen Sie sich unseren Standort im Mostviertel an, da haben wir einen 24-Stunden-Automaten installiert. Das ist nur ein Beispiel von vielen.

Vielen Dank für das Gespräch.

Besuchen
Sie unser
Weinlesefest:
2. Oktober 2021
12-20 Uhr

HOFKELLEREI DES FÜRSTEN VON
LIECHTENSTEIN
SEIT 1436
ANZEROLA
Wein
Selektion Karsberg

Erhältlich im
gut sortierten
Fachhandel

HOFKELLEREI DES FÜRSTEN VON
LIECHTENSTEIN
SEIT 1436

**Beeindruckende
Kellergewölbe**

Feine Weine

**Nur 40 Minuten
von Wien entfernt**

Hofkellerei des Fürsten von Liechtenstein
Brünnerstraße 8, 2193 Wilfersdorf
+43 2573 221927, wein@hofkellerei.at