Reportage

Mag. Julius Kiennast

Prinz der Klein-Fläche

Kiennast hebt in Richtung 100 Millionen Euro Umsatz ab

Push bei Kiosken

- Expansion bei Nah&Frisch punkt: 60 Märkte bis 2022
- Neues Ziel: 95 Millionen Euro 2019
- Frische wird im gesamten Großhandel ausgebaut

Gars am Kamp. Waldviertel. Das Großhandelshaus Kiennast schaffte 2018 den Sprung auf eine neue Top-Marke: Insgesamt wurden satte 91,8 Millionen Euro erwirtschaftet. Ein Rekord-Wert. Unter dem Stich ein neuerlicher Schub um vier Prozent. Das Ende der Fahnenstange ist dabei noch lange nicht erreicht. „Wir rechnen 2019 mit weiteren Zuwachsraten", so Geschäftsführer Mag. Julius Kiennast im REGAL-Gespräch. Konkret sind 95 Millionen Euro eingetaktet. 100 Mille in Griffweite.

Einzelhandelsgeschäft im Aufwind. Ein Löwenanteil kommt mit 40,8 Millionen Euro aktuell aus dem Einzelhandels-Geschäft (Belieferung von Kaufleuten, Tankstellen und Justizanstalten-Kiosken). Hier spielten die Niederösterreicher 2018 ein Plus von 15,5 Prozent ein. Die Gründe liegen für Kiennast auf der Hand: „Ein großer Push kam von den Kiosken der Justizanstalten. Hier haben wir 2018 alle 27 modernisieren und ans Netz bringen können." Eine weitere Schubkraft kommt aus dem Nah&Frisch-punkt-Format. 25 Standorte sind mittlerweile aufgeschalten. „Zumindest fünf weitere sollen 2019 folgen", so Kiennast.

Nah&Frisch punkt. Nur ein Zwischenschritt, denn: Die Strategie-Papiere sehen in den nächsten fünf Jahren weitere wuchtige Expansions-Pläne vor. So drücken die Niederösterreicher vor allem bei den Nah&Frisch punkt-Konzepten aufs Tempo. Bis 2022 soll sich die Anzahl der Klein-Fläche sogar verdoppeln. „Da wollen wir mit 60 Standorten operieren." Hintergrund: Das Expansionsfeld habe sich 2019 mit dem Start von Kompakt-Flächen um die 40 m² Verkaufsfläche bei Doppler-Standorten auf den ÖBB-Bahnhöfen in Mistelbach, Horn und Hollabrunn erweitert. „Da gibt es noch einige interessante Regional-Bahnhöfe. Wir sind mit den ersten Zahlen zufrieden und aufgeschlossen, nach dem Testlauf weitere Outlets zu beliefern."

KR Julius Kiennast sen., Bürgermeister Alfred Pohl, Martin Schmutz (ÖBB), Franz Joseph Doppler und Erich Pirkl (ÖBB) freuen sich über die gelungene Kooperation und die Eröffnung des Bahnhofsgreißlers in Mistelbach. © ÖBB/Khopp

Tankstelle. Dazu boomt das Tankstellen-Geschäft. „Das bleibt die Basis." Weitere Realisierungen von Nah&Frisch punkt Standorten als Standalone in Wien stehen derzeit nicht auf der Agenda.

Nah&Frisch. Bei den klassischen Nah&Frisch-Standorten ist im Future Paper ebenfalls eine leichte Steigerung nach oben einkalkuliert. Derzeit performt die Armada „stabil." „Wir liegen derzeit bei 55 Kaufleuten und wollen hier pro Jahr um ein oder zwei Standorte wachsen." Derzeit zimmern die Garser in Zusammenarbeit mit den Gemeinden an neuen Flächen. Stichwort: Klein-Meiseldorf. Dort entsteht um 1,8 Millionen Euro ein schlagkräftiges Nahversorger-Zentrum. Im Brennpunkt: Ein 80 m² großer Nah&Frisch Standort. Ähnliche Pläne aber mit einer größeren Realisierung (150 m²) gibt es für Schwarzenau und Röschitz. „Bei letzterem wird es um einen Neubau an einem neuen Standort gehen."
Dabei ist das Muster bei derartigen Projekten gleich. „Wir entwickeln zusammen mit der Gemeinde die Immobilie, sind aber nicht Besitzer, sondern immer der Hauptmieter." Nur ein kleiner Bruchteil der bespielten Nah&Frisch-Standorte sind im Besitz des Großhandelshauses.

Modernisierung. Während die Expansion punktuell vorangetrieben wird, will Kiennast das Tempo bei der Modernisierung erhöhen. „Drei Viertel unserer Märkte sind bereits auf einem guten Niveau. Wir werden auch heuer wieder fünf bis acht Standorte angreifen." Ein Eckpunkt dabei: Ein Ladenbau, der auf einen geringen Personaleinsatz abzielt. „Nach einem entsprechenden Umbau sind Umsatzsteigerungen von bis zu 30 Prozent möglich."
Neben den Nah&Frisch-Selbständigen beliefern die Garser noch rund 60 Liefer-

stellen. Darunter: Kaufleute, Bäckereien oder Fleischereien. „Die aus verschiedenen Gründen lieber mit ihren eigenen Marken operieren wollen oder das Nah&Frisch-Konzept nicht zur Gänze umsetzen können."
Insgesamt sei es weiter schwierig die richtigen Kaufleute zu finden. „Wir probieren mit Gemeinden und Partnern die Investition für künftige Kaufleute gering zu halten. Dennoch braucht es für die erste Warenbestückung zwischen 30.000 und 50.000 Euro." Ein Reißbrett Nah&Frisch muss danach bei einer Verkaufsfläche von 200 m² im Jahr zwischen 700.000 Euro und 800.000 Euro erwirtschaften, um erfolgreich zu performen.

Gastro. Ein weiteres wichtiges Geschäftsfeld bleibt der Gastro-Bereich. 41,5 Millionen Euro lukriert Kiennast aus diesem Segment. 2017 waren es noch 43,4 Millionen Euro. „Das war ein Knick, den wir aktiv in Kauf genommen haben. Es geht am Ende auch um die Rentabilität von Aufträgen." Die Delle sei 2019 bereits ausgeklopft. „Wir sind wieder im Plus." Dabei konnte so die Zusammenarbeit mit Ikea verdichtet werden. Zum Aufwind trage auch der 2018 ans Netz gebrachte C&C in Gmünd bei. „Wir sind mit der aktuellen Entwicklung zufrieden." Dort wurden zwei Millionen Euro verbaut. Als Mittelfrist-Umsatz-Ziel wurden zehn Millionen Euro ausgegeben.

Aktionen. Grundsätzlich gelte es die Sortimente frischelastiger aufzustellen. „Den Frische-Anteil im gesamten Großhandel wollen wir bis 2022 von 42 Prozent auf über 50 Prozent anheben, wobei wir bei Nah&Frisch am POS und im Großhandel schon bei über 50 Prozent angekommen sind." An der Aktionsschraube will Kiennast nicht drehen. „Wir liegen derzeit bei einem Anteil bei Nah&Frisch zwischen zehn und 15 Prozent. Aus unserer Sicht ein gesunder Wert."
Dabei bleibt das eigene Category Management eine wichtige Erfolgskomponente. „Wir lassen rund 70 Prozent unseres Volumens über den Top-Team Zentraleinkauf und Eurogast Österreich verhandeln." Der Rest wird über die eigene Einkaufsmannschaft vor allem in den Kategorien Fleisch und Obst & Gemüse regional und direkt abgewickelt. Die Sortimentsarbeit ist essentiell und aufwändig. „Wir haben es aktuell zwischen 100 und 200 Ein- und Auslistungen zu tun." ■

Herbert Schneeweiß