



Erster Bio Franchise-Markt von Kastner in Graz

TEXT: HERBERT SCHNEEWEISS

02.11.2023

Kastner mit neuem Konzept eines Bio-Supermarktes in Graz

## **Kastner: Bio-Mustermarkt**

- 600.000 Euro für Muster-Markt in Graz investiert
- Neues „MeinBioMarkt“-Konzept soll 400 freie Biohändler ansprechen

Werbung

**Paukenschlag bei Kastner.** Das Zwettler Großhandelshaus bringt unter dem Biogast-Dach mit „MeinBiomarkt“ ein komplett neues Bio-Format in Stellung. Konkret geht es dabei um ein Konzept für die selbstständigen Bio-Händler.

**Erster Markt.** Den 400 m<sup>2</sup>-Premieren-Markt ließen die Niederösterreicher in Graz Elisabethstraße vom Stapel. „Wir haben für diesen Piloten rund 600.000 Euro investiert und wollen herzeigen, wie wir uns einen Bio-Markt vorstellen“, so KR Christof Kastner im REGAL-Gespräch. Dabei wird der Muster-Markt auch künftig als Filiale geführt. „In diesem Geschäft werden wir künftige Entwicklungen ausprobieren und das Konzept weiterentwickeln und nachschärfen“, so Biogast-Geschäftsführer Horst Moser beim exklusiven REGAL-Rundgang.

**Franchise.** Schon jetzt werden 400 freie Bio-Händler beliefert. „Sie sind natürlich ein erster Ansprechpartner für ‚MeinBiomarkt‘“, so Kastner. Doch auch komplett neue Realisierungen sind möglich. „Wir haben uns den Markennamen auch in anderen Sprachen schützen lassen. Ich glaube, das soll unterstreichen, wohin die Reise noch führen kann.“

Keine genauen Angaben will Kastner über Franchise-Gebühr und notwendige Investments für die Neo-Partner machen. Aber: „Rund ein Drittel der Kosten wird der Franchiser aufbringen müssen“, so Moser. Je nach Standort könnte sich dieser „Unkosten-Beitrag“ zwischen 50.000 und 200.000 Euro abspielen.



KR Christof Kastner (li) und Biogast-Geschäftsführer Horst Moser

**Auch kleinere Flächen möglich.** Dabei bietet die Biogast auch mehrere unterschiedliche Module des neuen Formats an. „Wir können auch Flächen von 150 oder 200 m<sup>2</sup> mit dem neuen Modell bespielen“, so Moser.

**Theke.** Interessant: „MeinBioMarkt“ setzt auf eine wuchtige Bedientheke, die auch als Kommunikationsdrehscheibe dienen soll. Die wichtigen Eckpunkte dabei: Gastronomie, sowohl Fleisch- und Wurst als auch Käse in Bedienung sowie ein Backwarenschop, der mit Joseph Brot-Artikel bespielt wird. „Dazu haben wir die gesamte Fläche in unterschiedliche Welten aufgeteilt.“ Neben O&G, Wein, Kosmetik, Trockenware gibt es auch mehrere Regalmeter mit Großverpackungen. „Auf diese Weise können wir unseren Kunden auch sehr attraktive Preise bieten“, so Kastner. Ein weiterer Benefit: „Wir haben jeden Artikel mit einem QR-Code versehen, der den Kunden hilft, bequem mehr Informationen über das jeweilige Produkt zu erhalten.“

**Mehrweg.** Was fehlt, sind große Überlegungen für die Lösung der Einwegpfand-Problematik. „Das ist nicht nötig. Wir haben eigentlich kein Plastik im Sortiment, Bio ist auf Mehrweg aufgebaut“, so Moser.

**6.000 Artikel** finden in jedem Fall im Muster-Markt ihren Platz. „Es gibt nur biologische Produkte. Und das im Vollsortiment.“ Während im Biogast-Großhandel der Austro-Anteil bei einem Drittel liegt, „wird sich diese Relation in den Bio-Märkten nach oben schieben, weil wir hier auch kleine bioregionale Produkte listen wollen.“

**Umdasch** zeichnet sich für die Regalierung des Grazer Pilot-Standorts verantwortlich. Für die Beleuchtung ist Molto Luce, für den Boden Wineo und für die Kühlung Pirker der Partner. „Wir haben in jedem Bereich auf Nachhaltigkeit und geringen Material-Einsatz gesetzt.“