

Neue Geschäftsführung, Neugestaltung der C+C Märkte und „Genuss 360“: Eurogast hat 2018 viel vor



Eurogast Managementboard Marcello Posch, Susanna Berner, Peter Krug
Copyright: © Eurogast, Andreas Kolarik

Kirchdorf/Tirol: 2017 war ein ereignisreiches Jahr für die Eurogast Gruppe. Relaunch des Eurogast Journals, „Genuss 360“-Thema Schwein mit prominenter Unterstützung durch Konstantin Filippou, Umstellung auf den neuen Webshop und zuletzt die Neuaufstellung der Geschäftsführung. Auch 2018 warten spannende Themen auf die Gastronomen.

„Das vergangene Geschäftsjahr ist für uns sehr positiv verlaufen. Unsere Strategie, auf exklusive Kooperationen mit regionalen Unternehmen wie gourmetfein zu setzen und mit einem der besten Köche Österreichs im Rahmen des „Genuss 360“-Sortiments zusammenzuarbeiten, ist voll aufgegangen“, berichtet Susanna Berner, uPM, Geschäftsführerin Eurogast Österreich. 2017 verzeichnete Eurogast Österreich ein Umsatzplus von 5,31 %. Der Gesamtumsatz der Eurogastgruppe konnte 2017 auf € 351 Mio. gesteigert werden. (im Vergleich dazu 2016: € 334 Mio.) Vor allem im Frischebereich konnte Eurogast deutlich zulegen.

Innovationswelle in den C+C Märkten

Bereits 2016 hat Eurogast mit dem Umbau von Eurogast Riedhart eine Innovationswelle gestartet. Die Bilanz nach einem Jahr der Wörgler Markthalle spricht für sich: Insgesamt wurde ein Umsatzanstieg von 12 % verzeichnet. Auch das neue Bistro mit dem erweiterten Frühstück fungierte als zusätzlicher Frequenzbringer. Die Innovationswelle wird nun auf ganz Österreich ausgeweitet. 2017 folgte bereits der Spatenstich von Eurogast Pilz&Kiennast und für 2018 ist Eurogast Speckbacher geplant. „Die neu gestalteten C+C Märkte sind genau auf die Bedürfnisse von Gastronomie und Hotellerie abgestimmt und bieten den Kunden zukünftig noch mehr Frische und eine größere Auswahl an Produkten“, informiert Susanna Berner. Mit dem neuen Ladenbaukonzept unterscheidet man sich deutlich vom Mainstream-Großhandel. An den Bedientheken für Fleisch oder Fisch wie auch in der Vinothek stehen kompetente Fachberater zur Verfügung, das alles macht das Einkaufen bei Eurogast zu einem Erlebnis mit Mehrwert für den Gastronomen. „Wir wollen die Eurogast C+C Märkte als Visitenkarte, als Treffpunkt für Gastronomen, und als Angelpunkt für Zukunftstrends positionieren“, so Berner.

13 % Auftragsplus im neuen Webshop

Ein weiteres Highlight 2017 war die Gestaltung und Einführung des neuen Webshops: „Mit Mai ging dieser bei allen Eurogast-Mitgliedern online. Das All-in-One Konzept von Shop und Website macht den Einkauf für Gastronomen übersichtlicher und schneller“, berichtet Marcello Posch, Mitglied des Eurogast Managementboards. „Dadurch wurden 2017 rund 13 % mehr Aufträge über den Webshop abgewickelt, der Online-Umsatzanteil liegt österreichweit bei über 30°%“, so Posch abschließend. Das Eurogast Journal erhielt im vergangenen Jahr ebenfalls einen komplett neuen Anstrich, der den Innovationsgeist des Unternehmens bestens widerspiegelt.

Auch 2018 das Schwein im Fokus

Bis Mitte 2018 wird Eurogast das Spezialitätensortiment zum Thema „Das Schwein ist fein“ weiter forcieren, informiert Peter Krug, Mitglied des Eurogast Managementboards: „Wir haben damit den Puls der Zeit perfekt getroffen und sind mit der Kooperation mit Konstantin Filippou und auch unserem Exklusiv-Lieferanten gourmetfein sehr glücklich.“ Auch der neue Messestand stand heuer ganz im Zeichen von „Nose-to-Tail“. Im Juli 2018 wird Eurogast mit einem neuen Trendthema inklusive hochwertigem Sortiment auf den Markt kommen.

Eigenmarken weiter am Erfolgskurs

Qualität und Preis-Leistung stehen bei den Eurogast Eigenmarken an oberster Stelle, aber auch das Thema Nachhaltigkeit der Produkte rückt vermehrt in den Mittelpunkt. 2017 hat Eurogast ein Vorzeigeprojekt mit dem Eurogast Sauna- und Butterschinken umgesetzt: „Hier konnten wir erstmals die Regionalität bis zum Endverbraucher bringen. Durch konzeptionelle Frühstücksbuffetlösungen, wie der Auslobung des Bauern am Etikett, ist die Rückverfolgbarkeit zu 100 % möglich!“, erklärt Peter Krug. Für 2018 erwartet die Eurogast Kunden eine großartige Erweiterung im Frische- und Meeresbereich. Hier wird vor allem auch auf Nachhaltigkeit und Sortierung der Produkte geachtet, um ein optimales Qualitätsergebnis zu erreichen.

Eurogast stellt die Weichen für die Zukunft

Mit Jänner 2018 hat Eurogast die Geschäftsführung neu aufgestellt. Ein Managementboard mit der Sprecherin und Geschäftsführerin Susanna Berner, upM, sowie Peter Krug und Marcello Posch, hat seit 1. Jänner 2018 die Gesamtverantwortung für Österreichs größten privaten Gastrogroßhändler übernommen. „Mir ist wichtig, das einzigartige Konstrukt der Eurogast Gruppe weiter erfolgreich in die Zukunft zu führen“, so die frisch gebackene Geschäftsführerin und ergänzt: „Dank unseren Investitionen in die Zukunft, wie dem neuen Webshop, der sukzessiv durchgeführten Modernisierung der Märkte bis hin zum jährlich wechselnden Trendsortiment „Genuss 360“, werden wir unseren Erfolgsweg auch im neuen Jahr weitergehen!“

Über Eurogast Österreich:

Eurogast Österreich ist ein Zusammenschluss von 11 privaten Gastronomiegroßhändlern mit 12 Standorten in ganz Österreich. Das Unternehmen bietet seinen Kunden über 36.000 Produkte und beschäftigt mehr als 1.160 Mitarbeiter.

- Gastro-Vollsortiment mit über 36.000 Artikeln
- 135 moderne LKWs mit Dreikammer-Kühltechnik
- Über 45.000 Kunden (Gastronomie, Hotellerie, Großverbraucher)
- Über 1.160 Mitarbeiter, davon weit mehr als 120 Lehrlinge
- 351 Mio. Euro Umsatz (2017)
- 95.000 m² Lagerfläche
- 50.000 m² Verkaufsfläche

Rückfragehinweise für die Medien:

Mag. Daniela Strasser, Reichl und Partner PR GmbH

+43 664 8284083, daniela.strasser@reichlundpartner.com

Aktuelles Bildmaterial finden Sie unter <http://pressecenter.reichlundpartner.com>