

**Eigenmarken und Onlinehandel beflügeln Geschäftsentwicklung des österreichischen Gastrogroßhändlers:
Eurogast mit deutlichem Umsatzplus!**

Kirchdorf/Tirol, 17.01.2020: Die Eurogast Gruppe mit 11 Standorten in ganz Österreich blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2019 zurück. Neben einer Umsatzsteigerung sorgen vor allem die Innovationen im C+C Bereich für Erfolg. Regionalität und Nachhaltigkeit, der Ausbau der Eigenmarken, sowie der Fokus auf hohe Qualitätsstandards sind die wesentlichen Erfolgsfaktoren der neuen Eurogast Markthallen. Zusätzlich konnte durch eine starke Onlineperformance auch der digitale Bereich wesentlich gesteigert werden.

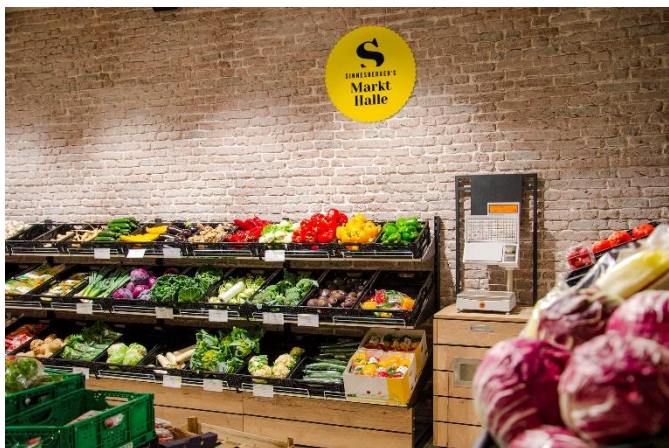


„Wir sind mit dem Geschäftsjahr 2019 sehr zufrieden und konnten den Umsatz um 3,62 % steigern und entwickeln uns in einem stagnierenden Markt über dem Durchschnitt“, berichtet Susanna Berner, uPM, Geschäftsführerin Eurogast Österreich. 2019 verzeichnete die Eurogast Gruppe einen Gesamtumsatz von €375 Mio. (im Vergleich dazu 2019: € 362 Mio.), überdurchschnittlich gewachsen ist dabei der Frischebereich. *„Genau das ist es, was uns als regionalen Gastrogroßhändler von den Konzernen unterscheidet. Frischeprodukte, direkt aus der Region, nachhaltig und von höchster Qualität, das wollen unsere Kunden und weiters auch die Gäste auf ihren Tellern haben!“*, erklärt Berner stolz. Dementsprechend positiv sieht man auch auf die Herausforderungen 2020.

„Im Bereich unseres mobilen Online Bestellsystems „Best Friend“ haben wir eine absolute Innovation für unsere Kunden entwickelt, die im Herbst am Markt kommt. Damit werden der gesamte Bestellvorgang und das Vorratsmanagement noch einfacher werden. Zugleich werden wir auch unsere eCommerce Plattform mit der Integration eines Nachrichtencenters einem Update unterziehen. Und zu guter Letzt gibt es auch noch Grund für ein Jubiläumsfest: Eurogast Österreich feiert sein 55-jähriges Jubiläum und Eurogast Zuegg feiert seinen 130. Geburtstag!“

Markthallen Konzept als Erfolgsgarant

Im Dezember 2019 eröffnete Eurogast Sinnesberger die Markthalle in Kirchdorf und legte mit dem Slogan „Einkaufen markt Freude“ einen fulminanten Start hin. Nach



Eurogast Riedhart in Wörgl und Eurogast Pilz & Kiennast in Gmünd ist Eurogast Sinnesberger der dritte Partner, der das einzigartige Eurogast Markthallenkonzept umsetzt. *„Das Konzept der Neugestaltung all unserer C+C Märkte beweist sich auch in Kirchdorf, das zeigen die ersten*

Wochen nach der Eröffnung schon eindrucksvoll“, so Berner. Bereits seit zwei Jahren werden die C+C Märkte von Eurogast erfolgreich einem Re-Design unterzogen, bei dem das Einkaufserlebnis, die Beratung und die Frische im Zentrum stehen. Auch in Gmünd und Wörgl ist man mit der Entwicklung der Markthallen äußerst zufrieden: „Auch wenn immer mehr Gastronomen online bestellen, sind die C+C Märkte unsere Visitenkarte. Wir bieten für alle Gastronomen, Hoteliers und leidenschaftlichen Köche einzigartige Vorteile, großartige Anreize und Ideen und vor allem eine qualitativ hochwertige Beratung!“, zeigt sich Berner stolz über diesen innovativen Schritt.

Fokus Nachhaltigkeit in allen Bereichen

Im Bereich Eigenmarken verzeichnete Eurogast im Kalenderjahr 2019 einen Zuwachs von 9,5%. Größter Wachstumstreiber im Segment war der Frischebereich mit einem Plus von 24 %. Auf den Plätzen folgten Non Food (+21%) und Tiefkühl (+18%). Signifikante Steigerungen konnten bei Produkten wie Eurogast Butter- und Saunaschinken verzeichnet werden, für die neuen Tiefkühl Fische (u.a. Garnelen oder Pangasius) gilt dies ebenso. *„Im Bereich Eigenmarken ist Nachhaltigkeit im Vormarsch und das bestimmende Thema“*, so Peter Krug, Mitglied des Management



Boards und Leitung Einkauf. *„Mit unserer Strategie, auf Kooperationen zu setzen und nachhaltige Produkte mit Top-Qualität zu listen, haben wir das Vertrauen unserer Kunden gewonnen. Dieses Konzept setzen wir auch bei Produkten aus Übersee, wie den Black Tiger Garnelen, fort.“* Damit soll gewährleistet werden, dass Importware den

gleichen Standard wie heimische Produkte aufweist. Eurogast setzt dabei auf kontrollierte, gleichbleibend hohe Qualität und eine 100%ige Rückverfolgbarkeit bis zum Zuchtteich. *„Im heurigen Jahr arbeiten wir an der laufenden Erweiterung der Eurogast Eigenmarken mit Fokus auf dem Ausbau des Fischsortiments!“* gibt Krug einen Ausblick.

Erfolgreicher Webshop: Über 500 Bestellungen täglich

Der Eurogast Webshop konnte seinen Erfolgslauf aus dem Vorjahr fortsetzen: 193.000 Online-Aufträge stehen für 2019 zu Buche, 2018 waren es noch 166.125 gewesen – eine Steigerung der Onlinebestellungen um 16%. Jede Stunde werden somit durchschnittlich 44 Bestellungen über den Eurogast Webshop abgewickelt.



„Unsere E-Commerce Plattformen werden laufend weiterentwickelt, Kundenfeedback wird nach Möglichkeit rasch umgesetzt. Das macht den Einkauf für Gastronomen kundenfreundlich und übersichtlich. Außerdem bietet unser Eurogast Gourmetblog unter blog.eurogast.at auch immer aktuelle

Inspirationen zum Nachkochen, Informationen zu Gastronomie- und Food-Trends sowie spannende Interviews mit erfolgreichen Küchenchefs und Gastronomen“, erklärt Berner.

Themenschwerpunkt Rind



Aufgrund des großen Erfolges wurde der Rinderschwerpunkt auch 2019 fortgesetzt, entwickelte sich kontinuierlich positiv und fand bei den Kunden großen Anklang. *„Hierbei geht es uns nicht nur um eine Absatzsteigerung, vielmehr wollen wir damit unsere Beratungskompetenz in den Vordergrund rücken. In dem wir die Metzger und deren Know-how vor den Vorhang holen, zeigen wir unseren Kunden den Mehrwert, den Ihnen Eurogast bieten kann: erstklassige Produkte, die perfekt von Profis ganz nach Wunsch verarbeitet werden“,*

berichtet Susanna Berner. Im Zuge des „Genuss 360“-Sortiments hat Eurogast vier österreichweit einzigartige Rindfleischstandards für die Gastronomie definiert. „Anhand dieser Kriterien schaffen wir für unsere Kunden ein einheitliches und vergleichbares Qualitätssortiment“, erklärt Peter Krug die Intention hinter diesem Projekt. „Wir bieten Dry-Aged oder Wet-Aged Rind, bei dem Temperatur, pH-Wert und Reifezeit streng kontrolliert werden. Das, Eurogast Reifesiegel‘ garantiert mindestens 20 Tage Reifung“, ergänzt Krug.

IFS Broker: Eurogast Österreich Einkauf erneut ausgezeichnet

Der Eurogast Österreich Einkauf ist seit Oktober 2018 IFS-Broker zertifiziert und kann seinen Kunden daher beste Qualitätsstandards bieten. Auch 2019 schaffte man erneut eine Auszeichnung auf konstant sehr hohem Niveau (97,22%).

Der Lebensmittelstandard IFS-Broker bezieht sich auf die Sicherheit und Qualität beim Handel mit Rohstoffen und Produkten in der Lebensmittel-Lieferkette. *„Ziel eines IFS-Brokers ist es, auf der Grundlage eines einheitlichen Bewertungssystems die Sicherheit und Qualität von Produkten zu gewährleisten“*, erklärt Peter Krug, Mitglied des Management Boards und Leitung Einkauf. Ein IFS-Broker erwartet von seinen Händlern, dass sie in Übereinstimmung mit Produktsicherheits- und Qualitätsanforderungen agieren. *„Unsere Produkte werden aus unterschiedlichen Quellen weltweit bezogen. Daher wird es nie möglich sein, dass unsere Einkäufer mit allen Waren in Berührung kommen. Als IFS-Broker schließen wir diese Lücke in der Prozesskette“*, unterstreicht Krug das Verantwortungsbewusstsein bei Eurogast Österreich.

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.

Rückfragehinweise für die Medien:

Mag. Daniela Strasser, Reichl und Partner PR GmbH
+43 664 8284083, daniela.strasser@reichlundpartner.com

Aktuelles Bildmaterial finden Sie unter pressecenter.reichlundpartner.com