

06.07.2017

Kulinarische Kooperation mit Konstantin Filippou:
**Eurogast Österreich setzt Innovationsskurs fort und
verzeichnet Rekordergebnisse!**



Rückfragehinweise für die Medien:

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

Aktuelles Bildmaterial finden Sie unter www.pressecenter.reichlundpartner.com

Eurogast: Zahlen/Daten/ Fakten Geschäftsjahr 2016 und 1. HJ 2017

Die Eurogast Gruppe - ein Zusammenschluss von elf privaten Gastronomiegroßhändlern - ist mit zwölf Standorten in ganz Österreich vertreten. Eurogast Österreich wurde 1965 gegründet und beschäftigt mehr als 1.160 Mitarbeiter. Das gesamte Sortiment besteht aus rund 36 000 Produkten, die individuell auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Gastronomie, Hotellerie und Großverbraucher angepasst sind.



Im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2016 konnte Eurogast einen Umsatz von €334 Mio. erzielen, das entspricht einer Steigerung von 4,2 % im Vergleich zum Vorjahr. 2016 ist damit das erfolgreichste Jahr der Eurogast Gruppe seit Bestehen: *„Das erneute Umsatzplus macht uns sehr stolz. Unsere Werte wie Handschlagqualität, Vertrauen und regionale Verankerung, gepaart mit unserer nationalen Organisationsstruktur und der internationalen Expertise überzeugen unsere Kunden.“*, berichtet Mag. Thomas Walser,

Geschäftsführung Eurogast Österreich, eCommerce, Logistik und Personal.

Vor allem auch das erste Halbjahr des aktuellen Geschäftsjahres 2017 ist sehr erfolgreich angelaufen. Besonders die Monate Jänner, Februar und März waren – auch begünstigt durch die gute Schneelage in Österreich und den boomenden Wintertourismus - sehr erfolgreich und lagen deutlich über dem Vorjahr. *„Diesen positiven Trend konnten wir mittnehmen, auch der Frühling, insbesondere der Mai und der Juni zeichneten sich durch ein Umsatzwachstum aus. Verantwortlich für diese Steigerung sind einerseits unsere Stammkunden, des Weiteren freuen wir uns über viele Neukunden in ganz Österreich.“*

06.07.2017

Besonders der Frischebereich verzeichnet deutliche Umsatzzuwächse, die wir unserer Neupositionierung und der Schwerpunktsetzung in diesem Bereich verdanken.", erklärt Mag. Walser weiter.

Neupositionierung: 2017 im Zeichen der Innovation und Modernisierung



Mit der Markthalle von Eurogast Riedhart in Wörgl eröffnete im Dezember 2016 der erste neu gestaltete C+C Markt. Fortgesetzt wurde die Innovationswelle mit dem Umbau von Eurogast Pilz & Kiennast (Gmünd), der im Juni 2017 startete. Bis Ende November werden hier über

2000m² Verkaufsfläche umgestaltet und modernisiert. *„Mit dem neuen Ladenbau-Konzept entfernen wir uns deutlich vom Mainstream-Großhandel und leisten einen wesentlichen Beitrag zum Genuss auf höchstem Niveau!“*, erklärt Mag. Armin Riedhart, Geschäftsführung Eurogast Einkauf und Sortiment. Die neu gestalteten C+C Märkte sind perfekt auf die Bedürfnisse von Gastronomie und Hotellerie abgestimmt und bieten den Kunden zukünftig noch mehr Frische und eine größere Auswahl an Produkten. *„Qualität, Regionalität und Service wird bei Eurogast schon seit Jahrzehnten groß geschrieben. Mit unseren modernen, neuen C+C Märkten werden wir den Anforderungen unserer Kunden durch noch mehr Frische, einer größeren Auswahl an Produkten und dem Plus an persönlicher Beratung gerecht!“*, erklärt Mag. Riedhart die Strategie.

06.07.2017

Auch wenn die Zahl der getätigten Online-Käufe steigt, dienen die C+C Märkte als Aushängeschild der Eurogast Gruppe und sind für die Gastronomen Inspiration und ein wichtiger Beratungs- und Kommunikationstreffpunkt.

„Wir merken, dass vor allem die professionelle Beratung unseres geschulten Fachpersonals vor Ort immer mehr an Bedeutung gewinnt. Egal ob Fisch-, Fleisch- oder Obst- und Gemüseabteilung, jeder Bereich wird von bestens ausgebildeten MitarbeiterInnen betreut, die sowohl die neuesten internationalen Produkttrends, als auch besondere heimische Insidertipps parat haben!“, berichtet Mag. Kiennast, Geschäftsführung Eurogast Österreich Marketing und Vertrieb.

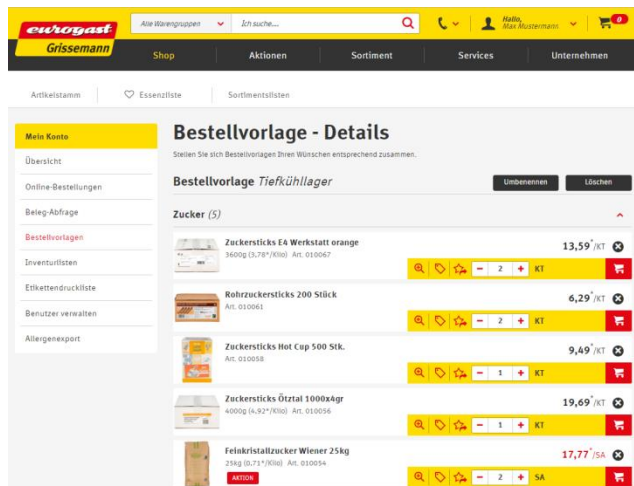
Eurogast spannt den Bogen zwischen Regionalität und internationaler Expertise



Eurogast Österreich schafft es den Bogen zwischen Regionalität und internationaler Unternehmensorientierung zu spannen. Durch die Mitgliedschaft im europaweiten ECD-Netzwerk ist es Eurogast gelungen internationale Unternehmen, wie die Hotelgruppe Motel One oder den schwedischen Möbelhersteller IKEA als Kunden zu gewinnen.

„Eurogast Österreich zählt zu den Gründungsmitgliedern des ECD und hat auch heute noch eine Vorreiterrolle inne. Der ECD ist ein Zusammenschluss von Großhändlern mit dem Ziel sich über den europaweiten Einkauf auszutauschen und Synergien zu nutzen. Mittlerweile stehen die internationalen ECD-Mitglieder in den Bereichen nationale Key-Accounts, IT und Webshop eng miteinander in Verbindung“, erklärt Alexander Kiennast weiter.

All-in-one-Konzept: der neue Eurogast Webshop



Die neue Version des Eurogast Onlineshops wurde mit Mai 2017 von allen Eurogast Mitgliedern österreichweit übernommen. Eigens für Eurogast entwickelt ist er perfekt auf die Bedürfnisse der Gastronomie abgestimmt. Das All-in-one-Konzept von Shop und Website punktet durch die moderne grafische Aufmachung. Der komplette Shop kann ohne

Tastatur bedient werden. Somit ist ein Bestellen von unterwegs mit allen mobilen Endgeräten möglich. Schnell und übersichtlich gestaltet sich die Befüllung des Warenkorbes auch mit Hilfe von Essenzlisten und Bestellvorlagen, die automatisch gespeichert werden. Somit wird der Bestellvorgang mit jeder Bestellung einfacher und schneller. Der verbesserte Artikelfilter nach Warengruppen zählt zu den weiteren Vorteilen des neuen Systems. Nach dem Abschluss der Bestellung, kann man nun Lieferschein und Beleg als PDF speichern oder online abrufen. Zurzeit wird ca. 30 % des Eurogast Umsatzes online erwirtschaftet.

„Schon jetzt geben einige unserer Kunden die gesamte Bestellung online auf, diese Tatsache wird sich noch verstärkt zeigen. Der neue Webshop hilft nicht nur Zeit zu sparen, er macht das stressige Leben in der Gastronomie besser planbar.“, so Thomas Walser.

Schwein ist fein- Genuss 360



Der Anspruch und das Ziel des Eurogast „Genuss 360“-Sortiments ist es, neue, spannende, innovative und besonders geschmackvolle Produkte vorzustellen. Geprägt ist das Sortiment von dem Begriff des „Slow Food“ – die Auswahl der Lebensmittel soll sich wieder an regionalen Kulturen und dem saisonalen Angebot orientieren. Guter Geschmack, absolute Frische und regionale Bio-Produkte stehen dabei im Mittelpunkt. Eurogast will damit nicht nur Produkttrends widerspiegeln, vielmehr auch die Produzenten und das Lebensgefühl dahinter.

Im Jahr 2015 startete das „Genuss 360-Sortiment“ zum Thema „Burger“, gefolgt vom Frühstück 2016. *„Das ist unser absoluter Mehrwert für unsere Kunden. Wir sind kein internationaler Konzern, sondern sitzen direkt am bei unseren Kunden, wissen damit was sie brauchen, was sich ihre Gäste wünschen und können unmittelbar darauf reagieren!“*, zeigt sich Thomas Walser stolz. 2017 steht ganz im Zeichen des Schweins. Unter dem Motto „Schwein ist fein“ wird das Thema Schwein und sein Stellenwert in der Spitzengastronomie näher beleuchtet. Genauso vielfältig wie sein Fleisch ist auch das Einsatzgebiet des Borstentiers. Wurde Schweinefleisch jahrelang als qualitativ minderwertig angesehen, hat sich sein Ruf in den letzten Jahren deutlich gewandelt. Das Schwein wird zwar nach wie vor als Nutztier gehalten, man geht aber weg von Low-Budget hin zu qualitativ hochwertigem Fleisch aus Rassetierhaltung mit Bio-Qualität.

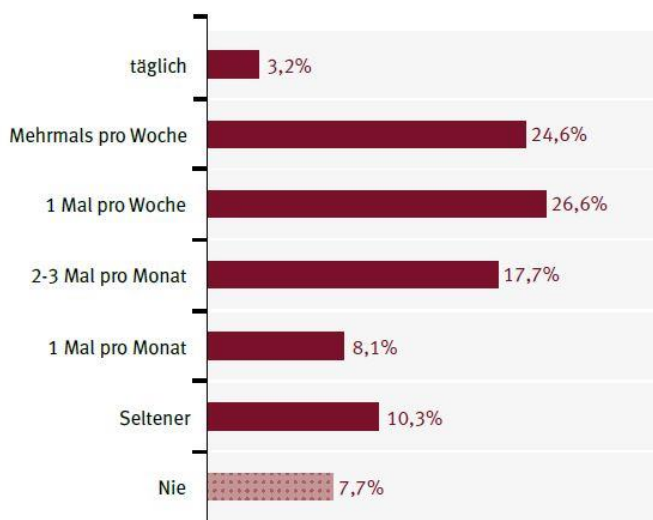
Fast jeder zweite Österreicher kann nicht auf Schweinefleisch verzichten



Eurogast hat in Zusammenarbeit mit dem marketagent.at¹ eine österreichweite repräsentative Onlineumfrage durchgeführt und herausgefunden, dass 66% der Österreicher mindestens einmal pro Woche Schweinefleisch konsumieren. Drei von zehn Landsleuten greifen sogar mehrmals

wöchentlich zum Fleisch des Borstentiers. In Bezug auf das Lieblingsgericht aus Schwein mögen es Herr und Frau Österreicher gerne klassisch: Der Spitzenreiter unter den Schweinefleisch-Gerichten ist bei mehr als der Hälfte der Befragten das Schweinsschnitzerl, knapp gefolgt von Faschiertem und dem zünftigen

Wie häufig essen Sie selbst im Durchschnitt Schweinefleisch?



Schweinebraten. Die Umfrage ergab auch, dass die Österreicher beim Kauf von Schweinefleisch besonders auf die Herkunft und die Qualität achten. 75% der Befragten konsumieren Schweinefleisch aus österreichischer Zucht. Jeder zweite Österreicher nimmt es mit der Herkunft noch genauer und wählt am liebsten ein Schwein aus der eigenen Region.

¹ marketgent.at :Repräsentative Umfrage zur Bedeutung von Schweinefleisch in Österreich, n=540, webaktive Personen zwischen 14 und 69 Jahren. Durchführungszeitraum April 2017.

Kulinarische Kooperation mit Konstantin Filippou



In der Spitzengastronomie setzt man auf gut marmoriertes Fleisch mit hohem Fettanteil und intensivem Geschmack. Konstantin Filippou, erfolgreicher Spitzengastronom und Koch des Jahres 2016, liebt Schweinefleisch nicht nur aufgrund seiner Kindheitserinnerungen, er schafft es auch immer wieder daraus unvergessene Köstlichkeiten zu zaubern. Der Ausnahme-Gastronom ist seit Juni 2017 neues Gesicht für das Genuss 360 Sortiment von Eurogast. Mit ihm als Testimonial ist es der Unternehmensgruppe gelungen frischen Wind in die Gastro-Szene zu bringen. „Wir freuen uns sehr, dass wir einen derartigen

Ausnahmekoch für uns gewinnen konnten. Mit seinen einzigartigen Gerichten, seinem besonderen und sorgsamem Umgang mit Produkten und deren Herkunft ist er ein optimales Testimonial, das unsere Philosophie unterstreicht.“, zeigt sich Susanna Berner, Leitung Eurogast Österreich begeistert.

Bereits in der ersten Ausgabe des neuen Eurogast Journals gewährte Konstantin Filippou Einblicke in seine Küche. Im kommenden Jahr wird der gebürtige Grazer mit griechischen Wurzeln Eurogast immer wieder zum Thema Schwein mit besonderen Tipps und Gerichten unterstützen und beraten.

