

**Neue Helden**

Das Eurogast Managementboard Marcello Posch, Susanna Berner und Peter Krug setzt besonders auf einen starken Frischebereich.

Eurogast hat viel vor für 2018

Neue Geschäftsführung, Neugestaltung der C+C Märkte und „Genuss 360“.

KIRCHDORF. 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. „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 Eurogast Österreich Geschäftsführerin Susanna Berner.

Innovationsreigen gestartet

Bereits im Jahr 2016 hat Eurogast mit dem Umbau von Eurogast Riedhart seine Innovationswelle gestartet. Die Bilanz nach einem Jahr der Wörgler Markthalle spricht für sich: Insgesamt wurde ein Umsatzanstieg von zwölf Prozent verzeichnet. Auch das neue Bistro mit dem erweiterten Frühstück fungierte als zusätzlicher Frequenzbringer. Jetzt sollen diese Innovationen auf ganz Österreich ausgeweitet werden.

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“, sagt Berner.

Neue Optik, neues Konzept

Mit dem neuen Ladenbaukonzept will sich das Unternehmen klar vom Mainstream-Großhandel absetzen. An den Bedientheken für Fleisch oder Fisch wie auch in der Vinothek stehen somit kompetente Fachberater zur Verfügung. Alles in allem soll letztlich ein Einkaufserlebnis mit Mehrwert für den Gastronomen herauskommen. „Wir wollen die Eurogast C+C Märkte als Visitenkarte, als Treffpunkt für Gastronomen und als Angelpunkt für Zukunftstrends positionieren“, so Berner.

Ein weiteres Highlight 2017 war die Gestaltung und Einführung des neuen Webshops: „Mit

„

Unsere Strategie, auf exklusive Kooperationen mit regionalen Unternehmen wie gourmetfein zu setzen, ist voll aufgegangen.

Susanna Berner
Eurogast
Geschäftsführerin

“

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 Prozent mehr Aufträge über den Webshop abgewickelt, der Online-Umsatzanteil liegt österreichweit bei über 30 Prozent“, so Posch abschließend.

Das Eurogast Journal hat im vergangenen Jahr ebenfalls einen komplett neuen Anstrich erhalten: seit mehr als 15 Jahren am Markt, ist es bei mehr als 45.000 Lesern beliebt – nun wird es nicht nur modern, sondern gleichfalls kritischer. (red)

Facts & Figures

Eurogast Österreich

Sortiment	36.000 Artikel
Fuhrpark	135 Lkws
Kunden	45.000
Mitarbeiter	1.169
davon Lehrlinge	rd. 125
Umsatz	351 Mio. €
Lagerfläche	95.000 m ²
Verkaufsfläche	50.000 m ²

Quelle: Eurogast