



METRO Österreich, CEO Thierry Guillon-Verne

Gibt es neue Produkte und Dienstleistungen speziell für Gastronomen und Hoteliers?

Unsere Gastro Shops sind neugestaltet und so konzipiert, dass sie zu einem One-Stop-Shop für das Non-Food-Gastrosortiment werden. Vom Profi-Herd bis zur Kochschürze, vom Geschirrspüler bis zum Teller findet sich hier nun alles übersichtlich auf einer Verkaufsfläche. Ein neuer Schwerpunkt ist unsere Ultrafrisch-Offensive. Dabei nehmen wir jede Woche die Marktpreise genau unter die Lupe. Das bedeutet, dass die Preise von jeweils sechs Fleisch-, Obst und Gemüse-Artikel wöchentlich kalkuliert und aktualisiert werden.

Welche Maßnahmen werden unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit gesetzt?

Insbesondere im Frischebereich setzen wir auf Regionalität. Aktuell gibt es in den 16 METRO Großmärkten rund 3.000 Produkte, die unter dem Label „Regional“ gelistet sind. Das bedeutet, dass die Produkte von Kleinbetrieben mit weniger als 50 Mitarbeitern im Umkreis von maximal 100 Kilometer zum jeweiligen Großmarkt stammen. Mit unserem Modified Atmosphere Packaging (MAP) bieten wir eine innovative und nachhaltige Verpackungsmethode, bei der die richtige Luftmischung für jeden Fisch für längere Frische und optimale Farbgebung sorgt.

Welche aktuellen Trends beeinflussen den Gastro-Großhandel derzeit am meisten?

Das sind vor allem Personalmangel und Kostensteigerungen in der Gastronomie. Unsere Antwort lautet: Digitale Tools, die den Arbeitsalltag erleichtern und Produkte, die so aufbereitet sind, dass sie einfacher in der Handhabung und rasch beim Gast am Teller sind, etwa vorgeschnittenes Gemüse, vorgegartes Fleisch oder Fisch verpackt in gastrotauglichen Einheiten.

Das Schnitzel kommt regional, nachhaltig und digital

Der Gastro-Großhandel erlebt derzeit eine spannende Entwicklung: Eine Umfrage der ÖGZ unter den führenden Versorgern von Gastronomie und Hotellerie hat einen klaren Trend für die Zukunft ergeben: Mit KI bestellt, in wenigen Stunden „just in time“ geliefert und damit ultrafrisch und schneller auf den Teller.

Neuere Produkte und Dienstleistungen, technologische Innovationen und Investitionen in nachhaltige Maßnahmen stehen im Fokus von Eurogast, Kastner, Kröswang, Metro, Transgourmet und Wedl, wie sie ihren Kunden zukünftig mit noch mehr „Convenience-Dienstleistungen“ in Zeiten grassierender Personalmangels unterstützen können.

Text: Alexander Tempelmayr

Sauberer Strom, kurze Lieferwege

Nachhaltigkeit in der Gastronomie ist heute längst nicht nur eine Frage des Engagements, sie ist auch ein entscheidender Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg eines Betriebes. Rund die Hälfte der Österreicher treffe ihre Konsumentscheidungen aufgrund ihrer persönlichen Einstellung zur Nachhaltigkeit und bevorzuge Betriebe und Produkte, die bei diesem Thema Verantwortung und Initiative beweisen. Auf jüngere Konsumenten treffe das noch weitaus mehr zu – und zwar bis zu 90 Prozent, ist Metro CEO Thierry Guillon-Verne überzeugt. Der Trend geht eindeutig hin zu mehr Regionalität. Weitere damit verbundene Vorteile sind kürzere Lieferzeiten vom Kühlhaus in

die Küche und noch frischere Lebensmittel, die auf den Tellern der Gäste kommen. Im Gastro-Großhandel steige der Anteil in der Zustellung im Vergleich zur Abholung. Dies erfordere ausgeklügelte Logistikkonzepte, so Lorenz Wedl, Mitglied der Geschäftsführung bei Wedl.

Bereits 70 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet Transgourmet in der Zustellung, Tendenz steigend. Um dem adäquat zu begegnen, werde auf umweltfreundliche Fahrzeuge umgestellt, so Transgourmet-Geschäftsführer Thomas Panholzer. Dem nicht genug. Die Gastro-Großhändler setzen auf grünen Sonnenstrom und Wärmerückgewinnung, um ihre Betriebsstätten mit sauberem Strom zu versorgen und die Energiekosten zu senken, aber auch um – so wie Transgourmet – den E-Fuhrpark mit „selbstgemachtem Öko-Strom“ zu versorgen. „Nur mit von Anfang bis Ende durchgedachten, konkreten Strukturen kann für uns nachhaltiges Handeln messbar Wirkung entfalten“, meint Panholzer und ergänzt: „Um Wege in der Zustellung und auch der Abholung möglichst kurz zu halten, kommen wir näher zu unseren Kundinnen und Kunden.“ So wurde in Klagenfurt ein Abhol- und Zustellstandort eröffnet und im Vorjahr in Krems.

Auf sein neues Frischezentralager, welches „das modernste der Branche ist“, ist Manfred Kröswang stolz. Ein einzigartiges Logistiksystem, über das Kröswang direkt auf die Läger ausgewählter Fleischproduzenten zugreifen und somit im Nachtsprung die Ware für alle Kunden verfügbar machen kann sowie die Belieferung aller elf Standorte im Nachtsprung ermöglichen Auslieferungen an Kunden innerhalb von 24 Stunden, so Manfred Kröswang.

Sicher bestellen mit KI

Auch der Bestellvorgang selbst wirkt sich unmittelbar auf die Lieferzeit vom Großhandel in den Gastrobetrieb aus. Künstliche Intelligenz hat schon längst Einzug in die Ordersysteme gehalten. Bestellungen per App, die online und offline funktionieren, sind heute schon Standard. Auf KI setzt die Kastner Gruppe bereits seit 2018. „Mit dem Predictive Basket, einem System im Kastner WebShop, das Kunden basierend auf individuell berechneten Bestellrhythmen Produkte vorschlägt die sie voraussichtlich benötigen aber noch nicht im Warenkorb haben, haben wir Pionierarbeit im Einsatz von KI



Manfred Kröswang, Eigentümer

Gibt es neue Produkte und Dienstleistungen für Gastronomen und Hoteliers?

Mit unserer Regionalitäts-Offensive „ZEIT FÜR FLEISCH. Aus Österreich“ bieten wir über 500 Frischfleischprodukte aus Österreich an, die just in time – sprich innerhalb von 24 Stunden verfügbar sind. Dies betrifft das gesamte Fleischsortiment, wie Rind-, Kalb- und Schweinefleisch sowie das gesamte Frischgeflügel.

Welche Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden gesetzt?

Ich denke, den größten Effekt im Rahmen der Nachhaltigkeit hat der Lebensmitteleinkauf. Deshalb haben wir bei Kröswang mittlerweile zwei Drittel des Sortiments aus Österreich. Kurze Wege der Produkte, hohe Qualitätsstandards und eine hohe Wertschöpfung in Österreich – das ist Nachhaltigkeit, wie wir sie verstehen.

Welche aktuellen Trends beeinflussen den Gastro-Großhandel derzeit?

Ich sehe einen Trend nach Regionalität und einer klaren Differenzierung. Auch wenn es 2024 teilweise spürbar ist, dass manche Gastronomen sehr preisbewusst einkaufen, merken wir ganz klar, dass jene Gastronomen am erfolgreichsten sind, die ein klares Profil haben und sich mit ihrem Angebot vom Wettbewerb differenzieren. Gerade in schwierigen Zeiten ist es in der Regel noch wirkungsvoller, sich mit einem klaren Profil am Markt zu unterscheiden. Sprich langfristig macht es für die Gastronomen Sinn, den Trend der letzten Jahre gerade jetzt weiter zu verfolgen und sich durch Qualität und Transparenz zu profilieren.

Welche Lebensmittel- oder Getränkeangebote liegen besonders im Trend?

Im Trend liegen hochwertige Produkte aus Österreich. Dies betrifft bei uns vor allem unser hochwertiges Frischfleischsortiment. Seit Jahren merken wir insbesondere im Bereich hochwertiger Convenience-Produkten auf Grund des Personalmangels eine gestiegene Nachfrage.

geleistet. Dieses System unterstützt Kunden bei der Beschaffung und verhindert, dass Gastronomen vergessen, etwa Semmelbrösel für ihr Schnitzel zu bestellen“, zeigt Christof Kastner die Vorteile auf. Künstliche Intelligenz und zwar ohne Sprachbarrieren hält demnächst auch im Bestellwesen von Eurogast Österreich Einzug.

Bestellung per Sprachsteuerung oder per Scan des EAN-Codes bietet auch die Wedl-App. „Durch die Warenkorbsynchronisation können unsere Kunden ihren Einkauf nahtlos zwischen verschiedenen Geräten fortsetzen“, so Lorenz Wedl. Genauso wichtig seien für ihn aber auch Investitionen in die Cybersicherheit.

DISH heißt die digitale Branchenlösung von Metro.

Mit dem System könne man das Geschäft verwalten und Betriebsabläufe optimieren. Neben dem Kassensystem bietet DISH weitere Lösungen wie etwa ein Reservierungstool und ein Bestelltool, so Thierry Guillon-Verne.

Einen neuen Weg geht Kastner mit der Kooperation mit dem Start-Up Ordito, um eine innovative Onlineanwendung anzubieten. Diese ermöglicht es Kunden, die aktuelle Speisekarte digital auf der Website oder über Social Media einzusehen um bequem über das Internet zu bestellen.

Mit Convenience gegen Arbeitskräftemangel

So wie auch in anderen Branchen, so leidet auch die Gastronomie und Hotellerie be-

sonders arg unter dem Mangel an Arbeitskräften in allen Bereichen des Betriebs. Das fängt im Service an und hört in der Küche auf. Personalmangel und Kostensteigerungen zählen deshalb zu den größten Herausforderungen, einen Betrieb überhaupt offen zu halten und den eigenen Qualitätsanforderungen entsprechend zu führen, sind die Experten überzeugt. „Der Fachkräftemangel verstärkt die Nachfrage nach zeitsparende Lösungen sowie hochwertigen Produkten aus diesem Segment, die höchsten Qualitätsansprüchen genügen“ ist Lorenz Wedl überzeugt. Daran wird sich in absehbarer Zeit zweifellos auch nichts ändern. Vorgeschnittenes Gemüse, vorgegartes Fleisch, Fisch verpackt in gastro-tauglichen Einheiten sind ein Gebot der Stunde.



Peter Krug, Geschäftsführer Eurogast Österreich

Gibt es neue Produkte und Dienstleistungen speziell für Gastronomen und Hoteliers?

Als Innovationsführer im Großhandel setzen wir auf generative künstliche Intelligenz. Mit unserem neuen Service „Best.Friend Voice“ können unsere Gastronomiekunden künftig rund um die Uhr ihre Bestellungen per Spracherkennung aufgeben. Die KI erkennt die gewünschten Produkte, gleicht diese mit dem über 40.000 Artikel umfassenden Eurogast-Sortiment ab, nutzt die Einkaufshistorie des Kunden und erstellt eine maßgeschneiderte Bestellung mit den bevorzugten Produkten. Dieser Service wird demnächst in unsere bestehende Eurogast Best.Friend App integriert und über Sprachassistenten verfügbar sein. Ein weiterer Meilenstein: Sprachbarrieren werden durch automatische Übersetzungen überwunden und damit können Kunden künftig rund um die Uhr, auch außerhalb der Geschäftszeiten, ihre Bestellungen in allen Sprachen aufgeben. Die künstliche Intelligenz wählt dabei ihre bevorzugten Produkte aus. Mit dieser KI-generierten Bestelllösung sind wir Vorreiter im DACH-Raum.

Welche digitalen Lösungen bietet Eurogast Österreich darüber hinaus?

Eurogast Österreich fokussiert sich schon seit einiger Zeit auf praxistaugliche Digitallösungen. Unsere Best.Friend App, das Best.Friend PRO-Gerät sowie die Eurogast Webshops zählen zu den besten Lösungen der Branche. Aktuell erwirtschaften wir in den touristischen Top-Regionen bereits mehr als 75 Prozent des Umsatzes über innovative E-Commerce-Plattformen.

Mit Best.Friend Voice wird dieses Service nun erweitert. Aufgrund dieser erfolgreichen Entwicklung werden wir auch in den nächsten Jahren die Digitalisierung mithilfe modernster KI-Technologien vorantreiben. Die Zukunft des Einkaufs ist digital und wir sind stolz darauf, an vorderster Front dieser Entwicklung zu stehen.



Christof Kastner, Geschäftsführer Kastner Gruppe

Gibt es neue Produkte und Dienstleistungen für Gastronomen und Hoteliers?

Unser breites und vielfältiges Convenience-Sortiment lässt keine Wünsche offen. Der Qualitätsanspruch ist dabei klar definiert: Mindestens so gut wie selbst gekocht. Mit dem Kastner Eventservice bieten wir von A wie Apfelsaft bis Z wie Zapfhahn alles aus einer Hand. Durch unsere Leihhausrüstung sparen Kunden Kosten für selten genutztes Equipment.

Welche Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden gesetzt?

Die Kastner Gruppe hat in Zusammenarbeit mit der Tafel Österreich und Pacovis die TafelBox 2.0 veröffentlicht. Mit dem Relaunch der TafelBox erhalten Gastronomie, Hotellerie, der Eventbereich und – neu – auch Privatkunden eine Take-away-Lösung, die doppelt nachhaltig wirkt. Mit jeder Box werden nicht nur Lebensmittel gerettet, sondern auch 20 Cent an die Tafel Österreich gespendet, um armutsbetroffene Menschen zu unterstützen.

Welche Trends beeinflussen den Gastro-Großhandel derzeit am meisten?

Der Fokus liegt auf effizienter Produktion, wobei unseren Kunden einfache, schnelle und zugleich qualitativ hochwertige sowie anspruchsvolle Produkte geboten werden. In der heutigen Gesellschaft spielen Umweltschutz und nachhaltige Lösungen zur Reduzierung von Verpackungsmaterial eine zentrale Rolle. Mit der Nachhaltigkeitsinitiative 'Teller statt Tonne' kämpfen wir gegen Lebensmittelverschwendung.

Welche Lebensmittel- oder Getränkeangebote liegen derzeit besonders im Trend?

Der „Bio Klarheit Vodka“ mit 39% vol. überzeugt durch 10-fache Kupferkolonnen-Destillation und österreichisches Urgesteinwasser. In der Gastronomie ist ebenfalls der Trend zu Burgern erkennbar. Besonders hervorzuheben sind hier die beiden Extreme: Mini-Burger und XL-Burger.



Thomas Panholzer, Geschäftsführer Transgourmet Österreich

Gibt es neue Produkte speziell für Gastronomen und Hoteliers?

Wir bauen laufend unsere Bio und Nachhaltigkeits-Sortimente aus: Sie sind die Wachtumsieger des Vorjahres und als Händler haben wir naturgemäß den größten Hebel hin in Richtung Nachhaltigkeit über das Sortiment. Die Produkte richten sich speziell an Profs – wir nennen das Angebot unserer jungen Bio-Eigenmarke Natura daher „Bio für große Ansprüche“. In Summe bieten wir über 2.000 Bio-Produkte an! Weil Fleisch nach wie vor begehrt ist, widmen wir uns heuer der Ganztiervermarktung. Unter „Kalbin Gourmet“ wird heimisches Kalbfleisch auch abseits der Edelteile forciert – wir zeigen damit neue Möglichkeiten für Gastronomen auf.

Welche Nachhaltigkeitsmaßnahmen werden gesetzt?

Nachhaltigkeit ist das „neue Bio“. Transgourmet betreibt die größte „Öko-Flotte“ des Landes. 26 E-LKW sind täglich im Großraum Wien im Einsatz. Das ehrgeizige Ziel lautet, innerhalb von vier Jahren in ganz Österreich mit 100 E-LKW umweltfreundlich, geräuscharm und vor allem CO₂-neutral zuzustellen. Transgourmet ist auch Teil des Projektes „Zero Emission Transport“, bei dem sich Unternehmen verpflichten, emissionsfrei in den 1. und 2. Wiener Gemeindebezirk zu fahren. Die E-LKW werden auch mit „selbstgemachtem Öko-Strom“ versorgt. Dazu wurden bzw. werden die 16 Standorte mit Photovoltaik-Anlagen ausgestattet.

Welche Lebensmittel- oder Getränkeangebote liegen derzeit im Trend?

Passend zu den Temperaturen „ganz heiß“ sind alkoholreduzierte oder alkoholfreie Drinks. Neben alkoholfreiem Wein boomen Alternativen zu Wermut, Gin und Rum – sind sie doch vielseitig in Longdrinks und Cocktails einsetzbar. Selbst Destillate gibt es „mit – ohne“. Made in Austria ist der potenzielle Aperol-Nachfolger Jojo Rosé. Der Weinaperitif Johanna Markowitsch und Hans Reisetbauer jun. wird aus Rotweinträuben und Damaszener-Rosen-Gin hergestellt.



Lorenz Wedl, Mitglied der Geschäftsführung bei Wedl

Gibt es neue Produkte und Dienstleistungen speziell für Gastronomen und Hoteliers?

Als Vollsortimentsanbieter bekommen unsere Kunden (beinahe) alles aus einer Hand. Neben exklusiven Highlights in den fünf Wedl Genusswelten liegt ein Fokus auch auf hochwertigen, zeitsparenden Convenience-Produkten. Salatmischungen, ultrafrisch geschnittenes Gemüse und Feinkostsalate nach nationalen sowie internationalen Rezepten erfreuen sich großer Beliebtheit.

Welche Maßnahmen werden unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit gesetzt?

Der Großteil unserer Standorte ist mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. In Verbindung mit LED Beleuchtungskonzepten sparen wir markant

beim Strom. Durch die Einbindung der Wärmerückgewinnung aus den Kälteerzeugungsanlagen kann der Energieverbrauch insgesamt erheblich gesenkt werden. Mit dem Container-Sicherungssystem „RolliCoat“, das aus zertifiziertem Recyclingmaterial besteht reduzieren wir massiv den Einsatz von Plastik-Wickelfolie. Zuletzt wurde auch die PKW-Flotte durch E-Autos ergänzt, Ladestationen wurden errichtet, alternative Antriebsformen bei LKWs werden getestet.

Welche aktuellen Trends beeinflussen den Gastro-Großhandel derzeit am meisten?

Ernährungsbewusste Konsumenten bevorzugen zunehmend regionale sowie qualitativ hochwertige Produkte, nicht nur beim Einkauf, sondern

auch beim Essen außer Haus. Diese Veränderungen spiegeln sich in einer verstärkten Offenheit neuen Geschmackserlebnissen gegenüber wider, wobei ein Trend Richtung mehr Gemüse, innovativen Variationen und insgesamt höherer Qualität zu beobachten ist.

Welche Lebensmittel- oder Getränkeangebote liegen derzeit besonders im Trend?

Besonders im Trend liegen – bestätigt durch den Wedl Food Report – regionale und hochwertige Lebensmittel. Unsere Eigenmarke „Wedl Gourmet“, erfreut sich großer Beliebtheit. Zudem sehen wir eine wachsende Nachfrage nach „Bio“ und „Vegan“. Zu guter Letzt punkten wir im Getränkebereich neuerdings auch mit alkoholfreien Weinen und Sekten.