hogast

Unser Service. Ihr Gewinn.

Verlässlichkeit ist zeitlos.

Der hogast-Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht **2013/2014**

Der Inhalt.

03 **Im Takt der Zeit:** Editorial Geschäftsführung

04 **Gut aufgezogen:** Editorial Aufsichtsrat

05 **Wie wir ticken:** Über uns

06 **Die Stunde der Wahrheit:** Lagebericht

07 **Rund um die Uhr:** Aktivitäten 2013/14

08–09 **Zeitlos wertvoll:** Good Corporate Governance

10–11 **Am Puls der Zeit:** Der hogast-Nachhaltigkeitsprozess – Nachhaltigkeit bei Produkten und Lieferkette

12–13 **Zur Zeit der Trend:** Die hogast im Dialog und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

14 **Das Ziffernblatt:** Bilanz / G + V hogast Österreich

15 **Von der ersten Stunde:** Entwicklung hogast Österreich

16 **Nachspielzeit:** Verantwortung für die Umwelt

17 **Der Zeit voraus:** Ausblick in die Zukunft

18–19 **Das Räderwerk:** Die Organe

20 **Neue Bestzeiten:** Top 30 Mitglieder und Lieferanten

21 **Die Gunst der Stunde:** Sponsoren

22–23 **Jede Stunde zählt:** GRI-Index

Im Takt der Zeit.

Trotz der schwierigen Voraussetzungen durch die Wetterkapriolen im Winter konnte die hogast das Wirtschaftsjahr 2013/2014 wieder mit einem Wachstum abschließen. Mit einem Umsatz von € 766,5 Mio. wurde eine Steigerung von 4,1 % realisiert. Aber Größe allein ist noch kein Wettbewerbsvorteil. Erst wenn die daraus entstehenden Vorteile für unsere Mitglieder genutzt werden, macht sie Sinn. Die Umsatzstärke gibt der hogast die Kraft, Anliegen der Mitglieder durch- und umzusetzen und ermöglicht gleichzeitig einen Expertenpool, der auch auf individuelle Anliegen der Mitglieder eingehen kann.

Das Wachstum resultiert aus neuen Betrieben, die von der hogast-Dienstleistung überzeugt werden konnten sowie einer zunehmend intensiveren Inanspruchnahme der Dienstleistungspalette. Mit Ende des Wirtschaftsjahres zählt die hogast 2.459 Betriebe zu ihren Mitgliedern, die jeweils einen durchschnittlichen Umsatz von € 311.715 zu verzeichnen hatten.

Das abgelaufene Wirtschaftsjahr stand ganz im Zeichen der Verbesserung unserer Dienstleistungsqualität im Bereich Investitionsgüter. Neben dem Ausbau des Lieferpartnernetzwerkes standen die Themen empfohlene Produkte, behördliche Überprüfungen sowie die Vertragsdatenbank im Mittelpunkt.

Durch unsere Mitglieder haben wir in der Zentrale eine große Erfahrung im Einkauf von Investitionsgütern. Auf dieser Basis haben wir für ausgewählte Warengruppen Produktempfehlungen ausgearbeitet, die eine schnelle und sichere Entscheidung erlauben. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Mitglieder bei der Umsetzung von behördlichen Vorgaben und Überprüfungen. Im ersten Schritt galt es, einen Überblick zur Verfügung zu stellen – darauf aufbauend werden wir im nächsten Jahr konkret vor Ort bei unseren Mitgliedsbetrieben tätig sein.

Seit 2013 wurden Verträge unserer Mitglieder in einer Vertragsdatenbank hinterlegt – mit dem Ziel, Verhandlungen im Bereich Service und Wartung zu bündeln und so Preis- und Konditionsverbesserungen zu ermöglichen. Nach der ersten Phase der Archivierung werden wir im kommenden Jahr erstmals auch diesbezügliche Ausschreibungen durchführen.

Mit EasyGoing haben wir schon seit langer Zeit eine einzigartige, lieferpartnerübergreifende Bestell- und Informationsplattform, die wir sowohl in Aussehen als auch Funktionalität stark verbessert haben.

Klare Strukturen, ein neues Suchsystem sowie die Möglichkeit der Personifizierung sollen unsere Mitglieder im Beschaffungsprozess unterstützen. Egal, ob es um Bestellungen, Informationen oder Auswertungen geht, bietet das System unverzichtbare Hilfestellungen, wenn alle Preis- und Zeitvorteile sowie der Informationsvorsprung, den die hogast bietet, effizient genützt werden sollen.

© hogast/Andreas Hauch

Mag. Barbara Schenk
Geschäftsführerin

Für das Wirtschaftsjahr 2013/2014 legen wir erstmals einen integrierten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative (G4) auf.

Nachhaltiges Handeln ist für die hogast ein ganzheitlicher Ansatz, den wir in einem beständigen Prozess zum Nutzen unserer Mitgliedsbetriebe weiterentwickeln. Eine intakte Umwelt ist eine wesentliche Existenzgrundlage für im Tourismus tätige Betriebe.

Die Stakeholder-Befragung hat die Themen Anti-Korruption, Produktkennzeichnung und Lieferpartnerkodex als besonders wichtig herausgestrichen. Hier werden bereits bestehende Maßnahmen optimiert bzw. neue Aktivitäten gesetzt.

Highlights im kommenden Jahr werden die blue-building-Zertifizierung unseres Bürogebäudes sowie die Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Quellen.

Ich bedanke mich für das Vertrauen, das uns unsere Mitglieder geschenkt haben und freue mich gemeinsam mit dem gesamten hogast-Team auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit im Wirtschaftsjahr 2014/2015.

Mag. Barbara Schenk

Gut aufgezogen.

Sind Sie mit den Ergebnissen des abgelaufenen Wirtschaftsjahres zufrieden?

Das Jahr war sicher schwierig. Auf Grund der Wetterkapriolen hatten wir im Winter um 1 Mio. Nächtigungen weniger. Da wir unseren Umsatz zu mehr als 50 % mit Speisen und Getränken machen, hängt unser Erfolg unmittelbar von den Nächtigungszahlen ab. Umso positiver ist es zu bewerten, dass die hogast wieder ein Wachstum erwirtschaften konnte. Dies ist einmal mehr ein Beweis, dass wir die Top-Hotellerie und -Gastronomie zu unseren Mitgliedern zählen, die mit den Herausforderungen wachsen. Es zeigt aber auch die Stärke, die sich die hogast inzwischen in den Bereichen Verbrauchs- und Investitionsgüter erarbeiten konnte, die kurzfristig nicht zur Gänze direkt mit den Nächtigungen korrelieren.

Welche Meilensteine konnten erreicht werden?

Das Konzept des intensiven Gruppeneinkaufs konnte erfolgreich umgesetzt werden. In diesen Gruppen können durch Konzentration auf ausschließlich einen gemeinsamen Lieferpartner pro Warenkategorie zusätzliche Konditionen erreicht werden. Hier nutzen wir die Effekte der Mengenbündelung und Logistikvorteile. Das bedingt zwar, dass der eine oder andere Kollege seinen Hauptlieferpartner wechseln muss, aber nur in der Einigkeit liegt hier die Kraft bzw. die Konditionsverbesserung.

Es ist gelungen, den Bereich der Investitionsgüter in vielen Köpfen zu etablieren. Dies gilt für einzelne Investitionen von Küchengeräten über Front-Office-Systeme bis Brandmeldeanlagen. Aber auch unsere Projektbegleitung wurde vermehrt in Anspruch genommen. Um diese Erfolge zu erreichen, wurde hart an der Dienstleistungsqualität gearbeitet und es wurden viele neue Tools in diesen Bereichen geschaffen, die den Einkauf für unsere Mitglieder verbessern und erleichtern sollen.

Wo sehen Sie in Zukunft die größten Herausforderungen?

Auch wenn wir schon ein schönes Stück des Weges zurückgelegt haben, im Investitionsgüterbereich geht noch viel mehr. In vielen Fällen ist Bauen noch Chefsache und wir müssen uns noch das Vertrauen erarbeiten, das uns beim F&B-Einkauf schon blind gegeben wird. Argumente gibt es da genug. Kohl & Partner hat z. B. unter den zehn bedeutendsten Bausünden viele Themen, die mit der hogast vermieden werden können, wie mangelhafte Ausschreibung, schlechte Vergabegespräche, Vergabe ohne ausgepreiste Ausschreibung und mangelhafte Kostenschätzungen. Hier müssen wir konsequent unsere Mitglieder vom Nutzen unserer Dienstleistung überzeugen.

Mag. Johannes Scheiblauer
Aufsichtsratsvorsitzender

Der Arbeitsmarkt wird sich auch in Zukunft nicht entspannen. Mit der hogastjob.com gibt es bereits seit vielen Jahren eine professionelle Vermittlungsplattform, die die Mitarbeitersuche und die Mitarbeiterverwaltung erleichtern soll. Wir kommen aber nicht umhin, auch ausländische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die österreichischen Betriebe zu gewinnen. In diesem Zusammenhang werden und müssen wir uns im kommendem Jahr der Sprachenproblematik annehmen, da zumindest rudimentäre Sprachkenntnisse Voraussetzung für eine Anstellung sind.

Nachhaltigkeit ist in aller Munde und ist insbesondere für unsere Betriebe ein existentielles Thema. Die hogast-Zentrale ist hier insbesondere durch den Neubau und die Installation einer Photovoltaik-Anlage bereits einen Schritt voraus. Wir wollen aber in diesem Zusammenhang Aktivitäten sowohl für die Zentrale als auch für unsere Mitglieder auf vielen Ebenen weiter vorantreiben.

Welche Umsatzziele strebt die hogast an?

Umsatzwachstum ist nicht unser originäres Ziel. Wir benötigen allerdings die Größe und das Wachstum, um die Interessen unserer Mitglieder erfolgreich wahrnehmen zu können. Als Gruppe könnte es uns im kommenden Geschäftsjahr gelingen die 1-Mrd.-Umsatzschwelle zu überspringen. Das wäre ein tolles Ergebnis, insbesondere, da wir nächstes Jahr auch unser 40-jähriges Jubiläum feiern.

Wie wir ticken.

Wer wir sind.

Die hogast ist eine auf die Hotellerie und Gastronomie spezialisierte Einkaufsgenossenschaft. Der Unternehmenszweck ist es, für alle Mitgliedsbetriebe Vorteile im Einkauf zu schaffen und Unterstützung bei der Prozessoptimierung zu bieten. Die hogast hat sich konsequent zu einem modernen, schlagkräftigen Dienstleistungsunternehmen entwickelt, das heute einen Umsatz von € 766,5 Mio. (Gruppenumsatz: € 959 Mio.) erzielt. Neben den Preisvorteilen ist die Qualität durch Beratung und Service zum wichtigsten Leistungsfaktor geworden. So profitieren bereits über 2.400 Mitgliedsbetriebe (hogast-Gruppe gesamt: 4.800) von den hogast-Leistungen und genießen Preisvorteile, exklusive Serviceleistungen und erhebliche Zeitersparnis im täglichen Geschäftsablauf. Zur Firmengruppe der hogast gehören die Tochterfirmen Hotel Gastro Pool GmbH, Anif (100 %), HandOver Beschaffungsdienstleistungs GmbH sowie die hogast Einkaufsgesellschaft für das Hotel- und Gastgewerbe mbH, München (100 %).

Was wir tun.

Unser Anspruch ist, unsere Mitglieder bei allen Beschaffungsfragen tatkräftig zu unterstützen. Dies betrifft Food & Beverage, Verbrauchs- und Investitionsgüter genauso wie Finanzdienstleistungen, Personalbeschaffung, Qualitätsmanagement und Verwaltungsarbeiten. Wir verhandeln mit unseren Vertragslieferanten Vereinbarungen über die Gestaltung ihrer Lieferverträge mit den Genossenschaftsmitgliedern und übernehmen das Delkredere und die Zentralregulierung. Unsere Mitglieder kommen so in den Genuss optimaler Konditionen, individueller Beratung und effizienter Prozesse.

Was war der Gründungsgedanke?

Eine kleine oberösterreichische Erfa-Gruppe mit sieben Betrieben legte 1975 den Grundstein für die heute – gemessen an der Zahl der Mitglieder sowie am Umsatz – größte österreichische Einkaufsgenossenschaft für Hotellerie und Gastronomie. Der Grundgedanke war die Schaffung von Preisvorteilen durch eine überbetriebliche Mengenbündelung sowie die Entlastung der einzelnen Betriebe von Routineaufgaben.

Wie lautet unsere Mission?

Unser zukunftsweisendes Beschaffungsmanagement optimiert den Ressourceneinsatz bei unseren Mitgliedern für Personal-, Sach- und Prozesskosten, ermöglicht ihnen volle Konzentration auf ihre Hauptaufgabe, den Dienst am Gast, und leistet so einen entscheidenden Beitrag zu nachhaltig wirtschaftlichem Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit. Unsere Mitglieder haben einen klaren wirtschaftlichen Vorteil gegenüber anderen Marktteilnehmern.

Welche Vision haben wir?

Die hogast-Gruppe ist die führende Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation Zentraleuropas als Gesamtdienstleister für Beherbergungs-, Bewirtungs- und Betreuungsbetriebe.

Die Stunde der Wahrheit.

Nächtigungsentwicklung.

Bis zum Ende des Jahres 2013 sah die Situation gemessen an den Nächtigungen und Ankünften noch sehr positiv aus. Die Nächtigungen stiegen um 1,2 % auf 132,6 Mio., die Ankünfte um 1,8 % auf 36,8 Mio.

Österreichs wichtigster ausländischer Herkunftsmarkt Deutschland legte 2013 bei den Nächtigungen mit 2,4 % wieder deutlich zu. Im langfristigen Trend stiegen die Gästezahlen aus dem zentral- und osteuropäischen Raum besonders schnell, die jährliche Wachstumsrate liegt im Schnitt bei acht Prozent.

Das Jahr 2013 brachte allerdings einen weiteren Rückgang der Aufenthaltsdauer (in- und ausländischer Gäste insgesamt) um 0,6 %, wobei sich die Dynamik – wie schon 2012 mit – 0,4 % – gegenüber dem langfristigen Trend seit 2000 abgeschwächt hat. Während die Aufenthaltsdauer im Burgenland, in Salzburg, der Steiermark und Tirol etwas stärker als im österreichischen Durchschnitt sank, zeigten sich in den anderen Bundesländern eher stagnative bis leicht positive Tendenzen.

Die Nächtigungsentwicklung nach der Herkunft zeigt, dass im Kalenderjahr 2013 die Nachfrage der inländischen Touristen um 0,6 % zurückging, jene der ausländischen Gäste dagegen um 1,9 % anstieg. Von den für Österreich wichtigen Herkunftsmärkten nahmen die Übernachtungszahlen aus China (+ 14,3 %), Russland (+ 9,4 %), Slowenien (+ 7,7 %), den USA (+ 6,3 %), der Slowakei (+ 6,0 %), Großbritannien (+ 5,1 %), Schweden (+ 2,5 %) und Deutschland (+ 62,4 %) relativ kräftig zu.

Die Nächtigungszahlen der wichtigen deutschen Gäste stiegen damit bereits das zweite Jahr überdurchschnittlich, sodass die langfristigen Verluste zum Teil aufgeholt werden konnten. Rückgänge ließen sich vor allem bei Gästen aus Ländern mit ökonomischen Problemen feststellen: Dazu gehörten Kroatien (– 6,0 %), Spanien (– 5,2 %), Italien (– 4,8 %), Rumänien (– 3,4 %), die Niederlande (– 2,7 %), Japan (– 1,2 %), Frankreich (– 0,6 %) sowie Ungarn (– 0,2 %).

Die wirtschaftliche Lage.

Die Entwicklung der Tourismuseinnahmen konnte mit der Nächtigungsentwicklung nicht mithalten. Die realen Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr (Tourismusexporte) stagnierten 2013 (+ 0,3 %), nachdem diese 2012 noch leicht angestiegen waren (+ 0,8 %); die realen Einnahmen im Binnenreiseverkehr waren weiterhin rückläufig (2013: – 2,9 %; 2012: – 1,4 %).

Insgesamt sanken die realen Einnahmen im Tourismus, nach einer Stagnation 2012 (+ 0,2 %), im Jahr 2013 um 0,5 % unter das Vorjahresniveau. In einer längerfristigen Betrachtung seit dem Jahr 2000 stagnierten die realen touristischen Einnahmen praktisch und lagen 2013 sogar etwas unter dem Niveau des Rezessionsjahres 2009. Noch kritischer ist die Entwicklung des realen Aufwands je Nacht zu beurteilen.

Der touristische Arbeitsmarkt.

Im Jahresdurchschnitt 2013 waren 195.894 unselbständig Beschäftigte im Tourismus tätig. Das sind um + 2,2 % mehr als im Vorjahr und entspricht einem Anteil von 5,8 % an den aktiv unselbständig Beschäftigten (gesamt: 3.391.705, + 0,6 %). Mit fast 2/3 weiblichen Beschäftigten (59 % Frauen, 41 % Männer) sind Tourismusbetriebe mehrheitlich Arbeitgeber für Frauen. 2013 waren durchschnittlich 83.669 Ausländerinnen und Ausländer im Tourismus unselbstständig beschäftigt; ihr Anteil an den Beschäftigten ist mit 42,7 % (gesamt: 16,0 %) vergleichsweise hoch.

Quelle: http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/TourismusInOesterreich/Documents/LAGEBERICHT%202013_mit%20Deckblatt_HP.pdf

Rund um die Uhr.

Gruppeneinkauf intensiv.

Der regionale Gruppeneinkauf ist wesentlicher Bestandteil des erfolgreichen hogast-Beschaffungsprozesses. Das im Vorjahr getestete Konzept von Intensivgruppen wurde im Wirtschaftsjahr 2013/2014 auf 20 Einkaufsgruppen ausgerollt. Durch die Konzentration auf einen Lieferpartner in ausgewählten Warenbereichen und entsprechende Einkaufsloyalität der Mitglieder konnten hier weitere Einkaufsvorteile realisiert werden.

Gemeinsam sind wir stark.

Das war schon vor nahezu 40 Jahren der ausschlaggebende Gedanke für die Gründung der hogast. Dieser Idee folgend wurde schon seit einigen Jahren die Nachfrage nach konkreten Produkten mit Vollmachten für unsere Mitglieder gebündelt, um Top-Preise und -Konditionen in der Zentrale verhandeln zu können. Im Wirtschaftsjahr 2013/2014 wurde der erfolgreiche Kontingenteinkauf bei Fleischedelteilen zur Saisonspitze sowie bei Fernsehern im Zuge des Technologiewechsels um den Warenbereich LED erweitert. Mit dem Kauf von 14.700 Leuchtmitteln konnte neben einer deutlichen Preisersparnis für unsere Mitglieder auch eine Energieeinsparung von 1 Mio. Kilowattstunden erzielt werden. Das entspricht dem Energieverbrauch eines Hotels mit 170 Betten im Ganzjahresbetrieb.

Investitionsentscheidungen schnell und sicher treffen.

Auf Basis ihrer Erfahrung mit mehr als 2.500 Mitgliedern haben die Fachexperten der hogast-Zentrale eine Vielzahl an „empfohlenen Produkten“ ausgearbeitet. Mit einer modernen Suchtechnologie kann man sehr rasch das für die Bedürfnisse am besten geeignete Produkt finden. So können kleinere Investitionsentscheidungen schnell, sicher und rund um die Uhr getroffen werden.

EasyGoing im neuen Kleid.

Ein aktuelles Design und klare Strukturen sorgen dafür, dass der Nutzer ohne Umwege in den gewünschten Bereich kommt. Einen neues Suchsystem stellt sicher, dass in Sekundenbruchteilen auf mehreren Ebenen Ergebnisse zum Suchbegriff angeboten werden. Mit einer Personifizierung können sehr einfach und übersichtlich oft verwendete Funktionen, Bereiche und Auswertungen abgespeichert werden. Durch das responsive Design können unsere Mitglieder auch mittels Smartphones oder Tablet-PCs auf unser System zugreifen.

Der Online-Einkaufsführer ermöglicht eine rasche Orientierung und Auswahl der relevanten Partner.

WLAN – the name of the game.

WLAN ist zu einem der wichtigsten Hotel-Bewertungskriterien der Gäste geworden. Es ist inzwischen ganz normal, dass eine vierköpfige Familie mit mindestens vier wenn nicht mehr Endgeräten im Urlaub ins Internet gehen möchte. Damit unsere Mitglieder dafür gut gerüstet sind, wurde ein Kompetenzfolder zu diesem Thema zur Verfügung gestellt, in dem alles dazu Notwendige und Wissenswerte betreffend Hard- und Software sowie Datennetze verständlich aufbereitet wurde.

Finanzierungsdienstleistung erfolgreich etabliert.

Im Vorjahr wurde erfolgreich der Bereich Finanzierungsdienstleistungen implementiert und aufgebaut. Neben der laufenden Beratung in Themen wie Auswahl der optimalen Finanzierungsform, Verhandlung von Konditionen, Vertragsgestaltung und Refinanzierung wurde im Wirtschaftsjahr 2013/2014 auch ein Schwerpunkt auf Fachworkshops gelegt. Mehr als 300 Mitglieder haben die Seminarreihen „Optimale Unternehmensfinanzierung und Controlling“ sowie „Fit mit Zahlen“ besucht.

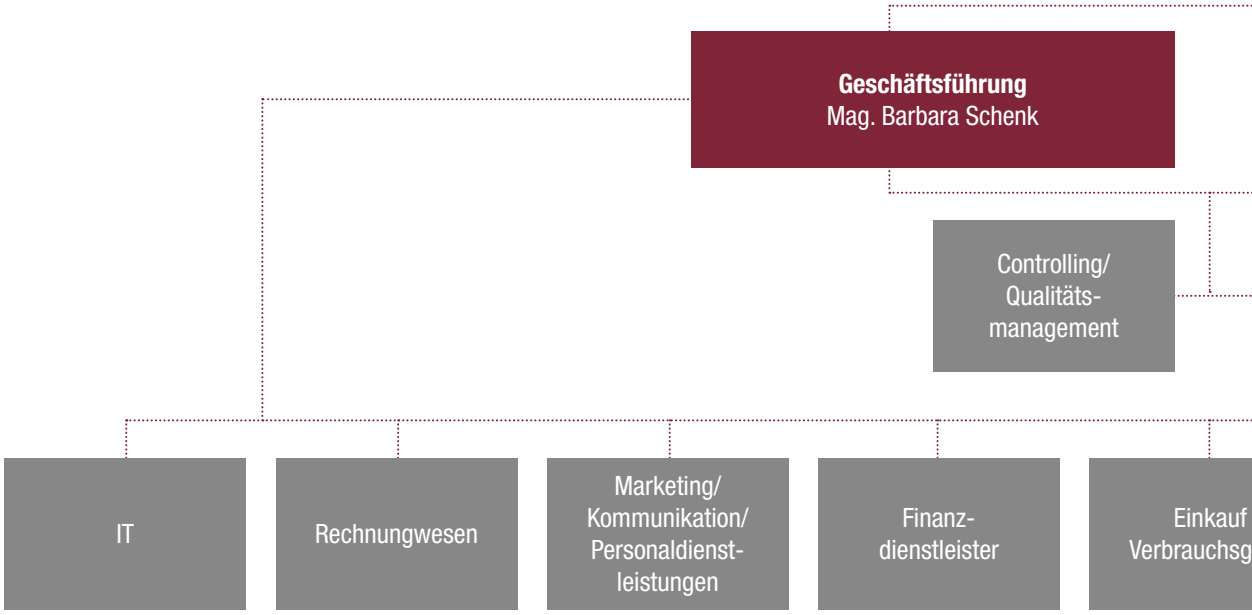
Mitarbeiter-Rekrutierung in Social-Media.

Soziale Medien – allen voran der Branchenprimus Facebook – spielen eine immer gewichtigere Rolle in der Anwerbung von Fachkräften. Über die eigene Facebook-Präsenz adressiert die hogast bereits über 50.000 interessierte Fans aus ganz Europa mit starker Affinität zum Österreich-Tourismus.
Jobsuchende werden direkt auf das hauseigene Tourismus-Jobportal www.hogastjob.com geleitet, das mit bis zu 200.000 Zugriffen und durchschnittlich 2.000 offenen Stellen pro Monat wiederum zu einer der größten branchenspezifischen Plattformen avancierte.

Nachhaltiges Food-&-Beverage-Sortiment.

In Kooperation mit Fairtrade, MSC, Rainforest Alliance sowie Label Online sind nachhaltige Produktsortimente im EasyGoing per Mausklick abruf- und bestellbar. Der Beschaffungskreislauf zwischen Lieferant und der Hotellerie/Gastronomie ist damit geschlossen worden.

Zeitlos wertvoll.



Führungsstruktur und Organe.

Die hogast ist in einer flachen Hierarchie organisiert. Damit sind schnelle Entscheidungswege sowie effizientes Arbeiten gewährleistet. Neben Vision, Mission, lang- und mittelfristigen strategischen Zielen hat die hogast Politiken implementiert, die als Richtschnur für die Bereiche Einkauf, Mitglieder, Personal, Lieferanten und Qualität dienen. Aufsichtsrat und Beiräte (siehe Seite 18) stellen zusätzlich die Mitgliederorientierung sicher.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der hogast.

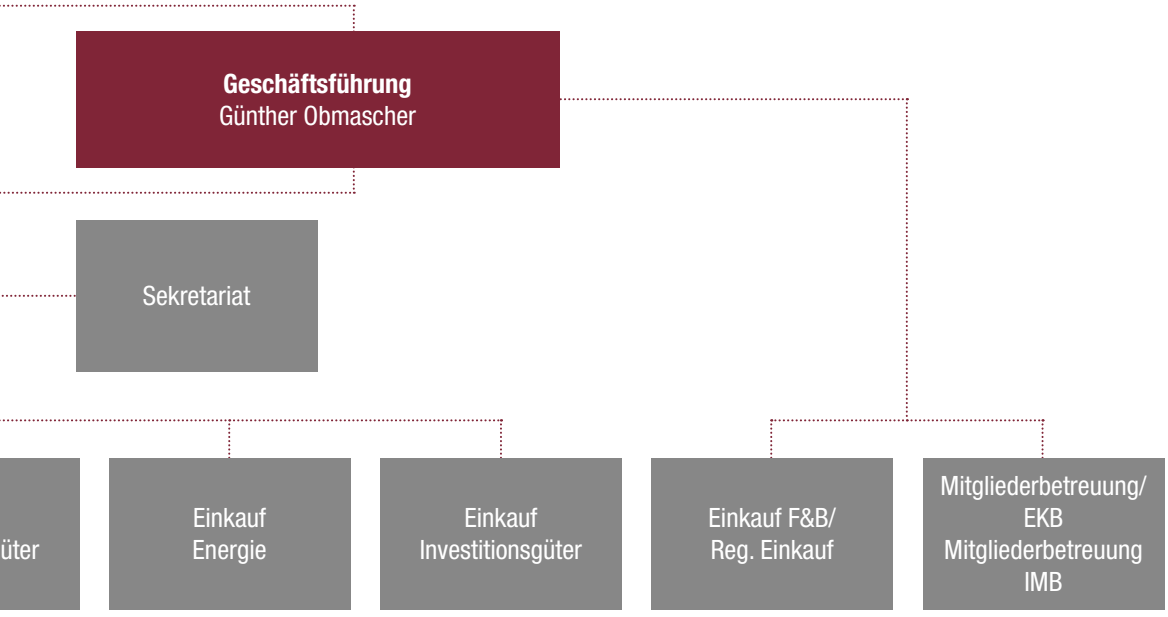
Nachhaltigkeitsgrundsätze.

Nachhaltiges Handeln ist für die hogast ein ganzheitlicher Ansatz, den wir in einem beständigen Prozess zum Nutzen unserer Mitgliedsbetriebe weiterentwickeln. Eine intakte Umwelt ist eine wesentliche Existenzgrundlage für im Tourismus tätige Betriebe.

Ein verantwortungsvolles Lieferpartnernetzwerk und neutrale Entscheidungskompetenz sind unsere Existenzgrundlage.

Ein wesentlicher Bereich der Geschäftstätigkeit liegt in der verantwortungsvollen Gestaltung des Lieferpartnernetzwerkes und der Sortimente. Die hogast übernimmt Verantwortung nicht nur gegenüber den Mitgliedern, sondern auch gegenüber Lieferanten und Produzenten. In diesem Sinne fordert die hogast von ihren Lieferanten die Einhaltung definierter Arbeits- und Produktionsbedingungen.

Der entscheidende Vorteil unserer Mitglieder bei der Nutzung der hogast-Dienstleistung ist die neutrale Position der hogast bei der Entscheidungsfindung. Mit ihrer Anti-Korruptionspolitik stellt die hogast faire Wettbewerbsbedingungen zu Gunsten ihrer Mitglieder sicher.



Organigramm
der hogast

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen im Mittelpunkt:

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der entscheidende Faktor für unseren Erfolg. Wir setzen auf eine gegenseitige faire und gewinnbringende Bindung zwischen Unternehmen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Schwerpunkte liegen in einem bedarfsgerechten und abwechslungsreichen Mix an innovativen Aus- und Weiterbildungsprojekten und einem gezielten Angebot an Präventivmaßnahmen im Gesundheitsbereich.

Anti-Korruption und Datenschutz.

Anti-Korruption.

Als Vermittler ist die hogast für die Auswahl der Lieferpartner verantwortlich und daher ist die Vermeidung von Korruptionsrisiken ein potenzielles Thema für die hogast. Korruption würde nicht nur zur Wettbewerbsverzerrung auf Lieferantenseite führen, sondern auch die Mitgliedsbetriebe benachteiligen, da nicht gewährleistet wäre, dass ausschließlich objektive Kriterien im Interesse der Mitgliedsbetriebe zur Lieferanten- und Angebotsauswahl herangezogen werden würden.

Daher wurde eine Anti-Korruptionsrichtlinie formuliert, die allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommuniziert wurde und intern für alle zugänglich ist.

Schutz der Mitgliederdaten.

Datenlecks und -missbrauch können zu wirtschaftlichem Schaden bei den Mitgliedsbetrieben führen. Durch Sicherstellung des Datenschutzes und Diskretion kann die hogast diesem vorbeugen.

Daher werden alle Maßnahmen ergriffen, die eine maximal mögliche Sicherheit der Mitgliederdaten gegen Datenverlust und unberechtigte Zugriffe gewährleisten. In einem jährlichen IT-Audit werden diese Maßnahmen auf Vollständigkeit und gelebte Praxis geprüft.

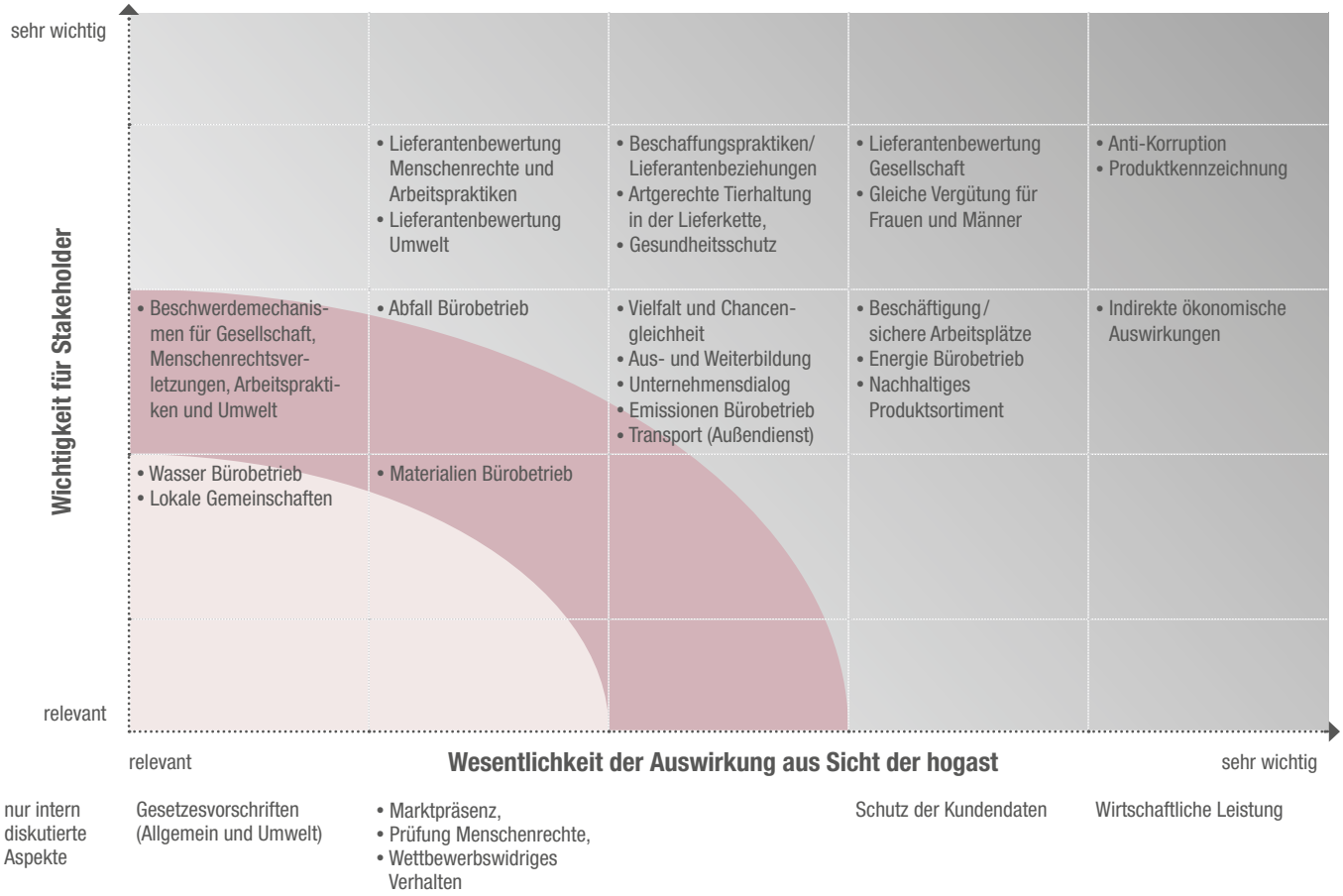
Am Puls der Zeit.

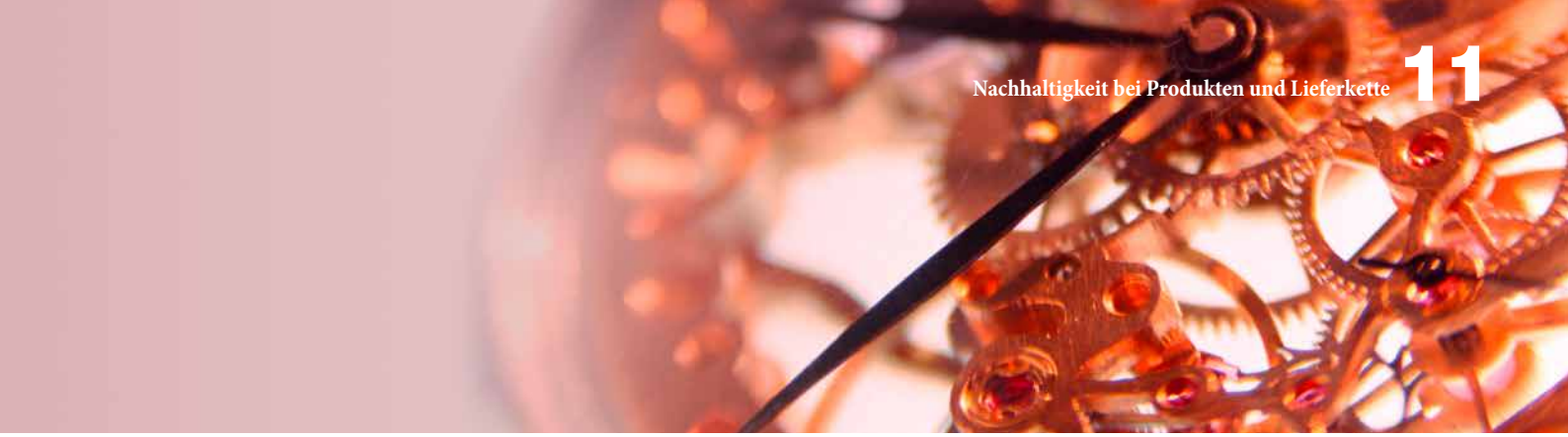
Die hogast startete im Sommer 2013 einen strukturierten Nachhaltigkeitsprozess, bei dem erstmals alle nachhaltigkeitsrelevanten Daten im Unternehmen erhoben wurden. Dafür stellte das Unternehmen ein Nachhaltigkeitsteam auf. Neben der Geschäftsführung bilden die Einkaufsleiter der drei Bereiche Food & Beverage, Verbrauchsgüter, Energie & Investitionsgüter sowie der Bereichsleiter für Controlling & Qualitätsmanagement das Nachhaltigkeitsteam.

Gemäß den Vorgaben der neuesten Generation der international anerkannten Leitlinie für Nachhaltigkeitsberichte, Global Reporting Initiative (GRI) G4, führte die hogast in weiterer Folge im Frühjahr 2014 einen Wesentlichkeitsprozess durch, um die wichtigen Nachhaltigkeitsthemen für die hogast zu identifizieren und im vorliegenden Bericht darzustellen. Die Priorisierung der Themen erfolgte einerseits im Nachhaltigkeitsteam basierend auf Auswirkungseinschätzungen und andererseits durch Befragung der Stakeholder der hogast.

Der vorliegende Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht erfasst das hogast-Geschäftsjahr 2013/2014, d. h. den Zeitraum 1. Mai 2013 bis 30. April 2014. Die Berichtsgrenze für die nachhaltigkeitsbezogenen Daten entspricht jener des Geschäftsberichts und umfasst die hogast Einkaufsgenossenschaft.

Die Wesentlichkeitsmatrix der hogast.





Nachhaltigkeit im Einkauf.

Schon heute können Mitglieder auf unserer elektronischen Bestell- und Informationsplattform auf Produkte und Sortimente zugreifen, die nach Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert wurden (z. B. AMA, Fairtrade, MSC, Nordic Swan, ecocert).

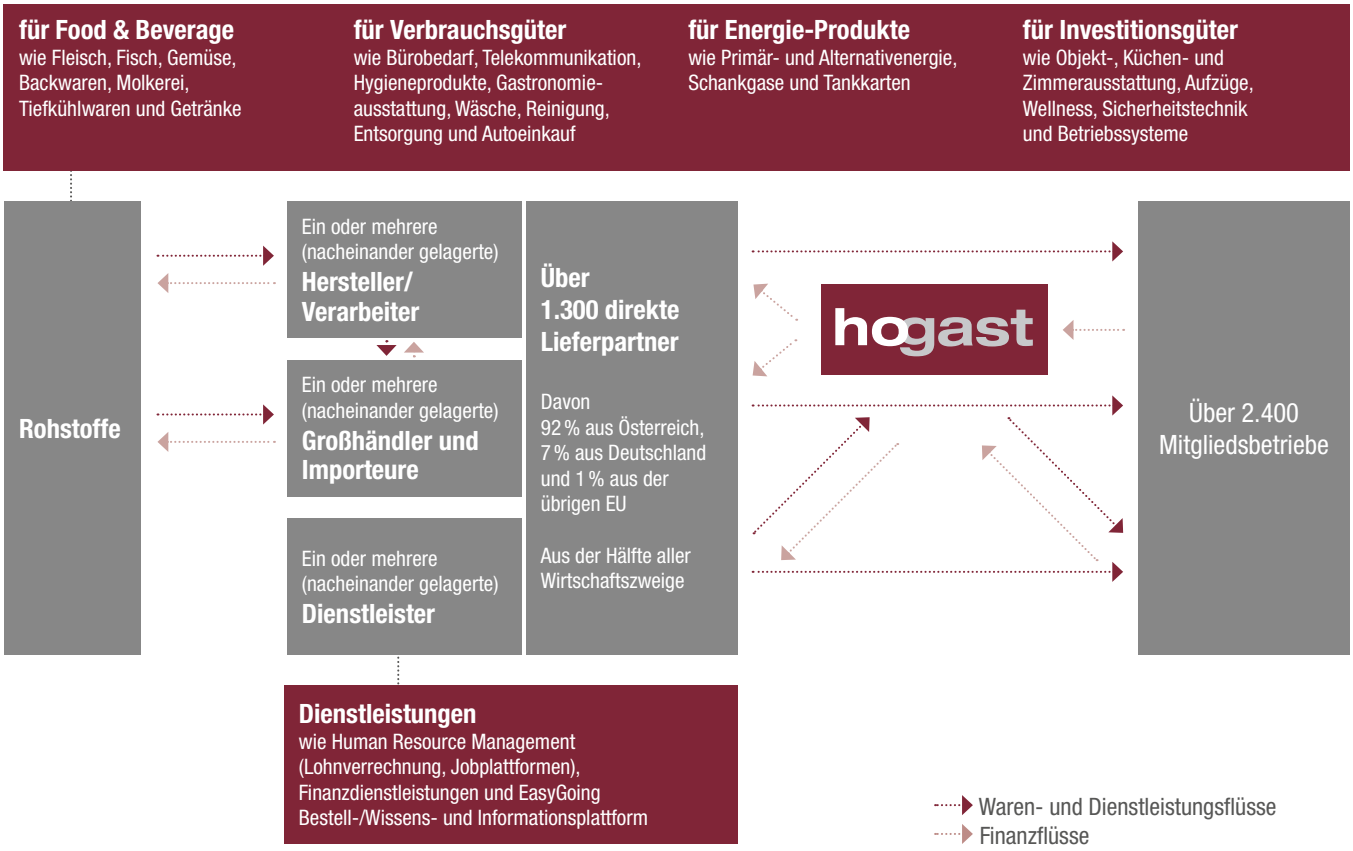
Im Rahmen eines 3-Jahres-Projekts, das im Wirtschaftsjahr 2012/2013 gestartet wurde, wird die Dienstleistungskompetenz und das Lieferpartnernetzwerk bei den Themen Alternativenergie und Energieeffizienz auf- und ausgebaut. Dies betrifft leitungsgebundene Energie, alternative Energieformen wie Solarenergie, PV-Anlagen, Biomasse – um nur einige zu nennen – sowie energiesparende Produkte und Sortimente bei Lieferpartnern.

Seit Herbst 2013 werden alle nationalen Veranstaltungen als Green Meetings organisiert.

All diese Aktivitäten sollen es unseren Mitgliedern erleichtern, Nachhaltigkeit in ihren Beschaffungsprozess zu integrieren.

Wichtiger Ausgangspunkt eines nachhaltigen Beschaffungsprozesses sind unsere Lieferfirmen. Schon heute müssen sie eine Vielzahl an Bedingungen erfüllen, um Lieferpartner werden zu können. Das Thema Nachhaltigkeit in all seinen Ausprägungen ist hier allerdings noch nicht berücksichtigt. Daher soll ein Lieferpartnerkodex erstellt und mit den Lieferpartnern vereinbart werden, der ein Mindestmaß an Kriterien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitspraktiken, ökologische Nachhaltigkeit und geschäftliche Integrität berücksichtigt.

Lieferkette des hogast-Portfolios.
Das hogast-Portfolio umfasst rund 100 Produkt- und Dienstleistungsgruppen



Zur Zeit der Trend.

Die hogast pflegt mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Mitgliedern und Lieferanten einen engen Austausch – ein wertschätzender Umgang in dieser Partnerschaft ist dabei selbstverständlich.

Die Mitglieder werden in ihren Betrieben sowie auf regionalen Tagungen durch Einkaufsberater persönlich betreut und können den hogast-Innendienst in Salzburg jederzeit telefonisch erreichen. Neben der hogast-Website werden die Mitglieder durch Newsletter und Mailings auf dem Laufenden gehalten. Plattformen für intensiven Austausch und Vernetzung bieten das jährliche hogast-Symposium, der hogast-Powertag sowie das Magazin, die hogast family. In zweijährlichen Mitgliederbefragungen wird zudem die Zufriedenheit der Mitglieder erhoben.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird neben dem laufenden Unternehmensdialog und alltäglichen Austausch in jährlichen Mitarbeitergesprächen Raum geboten, um über ihre fachliche Arbeitssituation und alle Aspekte der Zusammenarbeit sowie über Weiterbildung zu sprechen. Daneben findet alle ein bis zwei Jahre eine externe und anonyme Umfrage unter Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern statt, um ein Gesamtbild über das Betriebsklima zu erhalten.

Neben dem laufenden Kontakt mit den Lieferpartnern, führt die hogast mindestens jährlich persönliche Gespräche über Preise und Konditionen sowie über Stärken und Schwächen der Zusammenarbeit und gibt dabei auch Feedback der Mitglieder an die Lieferpartner weiter. Auch Produktneuheiten und Marktinformation, Vermarktungshilfen und Verkaufsförderung sowie Boni sind wichtige Themen im Austausch mit den Lieferpartnern.

Mitgliederbefragung 2012.

Die letzte Mitgliederbefragung, die 2012 online unter Mitgliedsbetrieben aus ganz Österreich stattfand, zeigt eine hohe Zufriedenheit, Bindung und Loyalität der hogast-Mitglieder. Knapp Dreiviertel sind mit der Kontakthäufigkeit zufrieden und 93 % fühlen sich über das Leistungsangebot sehr gut oder gut informiert.

Stakeholder Umfrage 2014.

Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für die hogast zu identifizieren, holte die hogast im Frühjahr 2014 die Sicht seiner Stakeholder ein. Neben Mitgliedern, Lieferpartnern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurden auch Interessensvertreter und Nachhaltigkeitsexperten nach ihrer Meinung gefragt. Welche Themen den Stakeholdern neben Anti-Korruption und Beschaffungspraktiken noch wichtig sind, sehen Sie in der hogast-Wesentlichkeitsmatrix auf Seite 10.

Feedback zu sozialen und ökologischen Anliegen.

Die Einrichtung einer Beschwerdemöglichkeit zu den Themen Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten sowie zu Arbeitsbedingungen und ökologischen Themen kann helfen, dass potenzielle Fälle solcher wirtschaftlich und gesellschaftlich unerwünschten Fehlleistungen der hogast zur Kenntnis gelangen. Um daher für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Mitglieder, Lieferanten und andere Stakeholder neben dem direkten Kontakt und Gesprächen auch eine leicht zugängliche formelle Feedback- bzw. Beschwerdemöglichkeit zu gesellschaftlichen und ökologischen Themen zu schaffen, wird im neuen Geschäftsjahr eine Feedbackmöglichkeit auf der Website der hogast implementiert. Daneben haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen sowie anonymen Umfragen die Möglichkeit, etwaige wahrgenommene Mängel und Verbesserungsvorschläge in Bezug auf die Arbeitsbedingungen und Gleichbehandlung einzubringen.

Die Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist ausschlaggebend für die Qualität der Dienstleistung und damit für unseren Erfolg. Dafür sind Gesundheit und fachliche sowie soziale Kompetenz eine notwendige Voraussetzung:

Daher ist uns ein umfassendes und abwechslungsreiches jährliches Aus-und Weiterbildungsprogramm sehr wichtig, für das wir auch ausreichend Budget zur Verfügung stellen. Es enthält fachliche Module ebenso wie Module zur Persönlichkeitsentwicklung.

Für die Gesundheit als Basis der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren wir jährlich in Präventivmaßnahmen. Diese umfassen Seminare zu Themen wie gesunde Ernährung und Lebensstil und sollen im kommenden Wirtschaftsjahr durch die Möglichkeit eines umfassenden Gesundheitschecks ergänzt werden.

Vor allem junge Menschen liegen uns am Herzen. Unser Ziel ist es, die Anzahl unserer Ausbildungsstellen für Lehrlinge auf fünf weiter zu erhöhen und auch benachteiligten Menschen eine Chance für einen guten Start ins Berufsleben zu geben. Bei Einstellung und Beförderung ist Chancengleichheit bei der hogast selbstverständlich, auf Lohngerechtigkeit wird besonderer Wert gelegt. Angebote wie Gleitzeit, Homeoffice und Altersteilzeit tragen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben bei.

Mit unserer jährlichen Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterbefragung steht uns ein gutes Instrument zur Verfügung, Feedback zu unseren Maßnahmen zu erhalten und auf Bedürfnisse entsprechend zu reagieren.

Wer trägt zum Erfolg der hogast bei?

Nach Alter und Geschlecht (per 30. April 2014)

Alter	Männer	Frauen	Gesamt
unter 20	1	6	7
20 – 30	5	14	19
30 – 40	2	9	11
40 – 50	18	16	34
50 – 60	5	9	14
über 60	4	2	6
Gesamt	35	56	91

Vollzeit/Teilzeit nach Geschlecht (per 30. April 2014)

	Männer	Frauen	Gesamt	Teilzeitquote
Teilzeit	0	13	13	
Vollzeit	35	43	78	
Gesamt	35	56	91	14,29 %

Führungsstruktur

Altersgruppen	Aufsichtsrat	Geschäftsführung	Bereichsleitung
30 – 40	1	0	1
40 – 50	3	0	5
50 – 60	2	2	2
über 60	0	0	0
Frauen	1 von 6	1 von 2	1 von 8
Anteil	16,70 %	50,00 %	11,11 %

2 von 10 Führungskräften (ohne AR) sind Frauen = 20 %

Fluktuation

2011/12	2012/13	2013/14
14,50 %	14,54 %	6,69 %

Neuzugänge (Anzahl)

2011/12	2012/13	2013/14
13	17	7

Krankenstände, Angabe in Tagen

2011/12	2012/13	2013/14
440,00	577,00	567,00

Weiterbildung, Kosten in €

2011/12	2012/13	2013/14
52.708,32	70.009,56	70.300,61

Weiterbildung, Stunden

2011/12	2012/13	2013/14
151,50	248,50	214,00

Betriebliche Leistungen

- Betriebsausflug, Weihnachtsfeier, Essen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Essensgutscheine
- Fahrtkostenersatz für Lehrlinge
- Kaffee, Tee, Mineralwasser, diverse Speisen kostenlos

Das Zifferblatt:

Die Bilanz zum 30. April 2014.

AKTIVA		PASSIVA	
A. ANLAGEVERMÖGEN	26.279.959,51	A. EIGENKAPITAL	
B. UMLAUFVERMÖGEN		I. Nennkapital	1.426.260,00
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	71.825.934,55	II. Rücklagen	27.348.124,49
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	19.298.259,76	III. Bilanzgewinn	2.400.231,05
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	151.254,46	B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE	28.470,32
		C. RÜCKSTELLUNGEN	1.606.680,00
		D. VERBINDLICHKEITEN	84.568.542,42
		E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	177.100,00
Summe AKTIVA	**117.555.408,28**	**Summe PASSIVA**	**117.555.408,28**

Die Gewinn- und Verlustrechnung

1. Mai 2013 bis 30. April 2014.

1.	Umsatzerlöse	729.773.184,88	12.	Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	380.586.89
2.	Sonstige betriebliche Erträge	1.207.373,06	13.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	6.345,80
3.	Warenaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	719.134.773,22	14.	Finanzerfolg Zwischensumme aus Z8 bis Z13	759.292,00
4.	Personalaufwand	5.479.044,36	15.	Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3.356.739,65
5.	Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	185.450,37	16.	Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	700.826,57
6.	Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.583.842,34	17.	Jahresüberschuss	2.655.913,08
7.	Betriebsergebnis Zwischensumme aus Z1 bis Z6	2.597.447,65	18.	Zuweisung zu Gewinnrücklagen	355.591,31
8.	Erträge aus Beteiligungen	540.000,00	19.	Jahresergebnis	2.300.321,77
9.	Erträge aus anderen Wertpapieren	282.938,08	20.	Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	99.909,28
10.	Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	59.711,86	21.	Bilanzgewinn	2.400.231,05
11.	Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	263.574,75			

Von der ersten Stunde.

STAND JEWEILS 30. APRIL	2011/2012	2012/2013	2013/2014
Umsatz	672.573.792,28	703.236.743,11	729.773.184,88
Durchschnittsumsatz/Mitglied	355.482,98	362.680,12	361.095,09
Gewinn (ohne Gewinnvortrag)	1.893.997,79	2.675.132,05	2.300.321,77
Mitglieder (mit Einkaufsberechtigung)	1.892	1.939	2.021
Mitarbeiter	78	84	87
Bilanzsumme	98.379.886,82	107.686.324,61	117.555.408,28
Bonifikationen	27.875.000,10	29.736.593,40	33.088.243,00
hogast-Bonus	5.423.000,00	5.852.000,00	6.496.000,00
regionaler Bonus	22.452.000,10	23.884.593,40	26.592.243,00
davon Skonto	4.400.555,44	4.564.262,00	4.704.180,00
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	334.508,15	247.991,18	185.450,37
Kostenentwicklung			
Mitarbeiterkosten/Zentralrabatt	36,42 %	34,85 %	34,54 %
Sonstige Kosten/Zentralrabatt	25,58 %	27,15 %	24,46 %
hogast-Bonifikation/Zentralrabatt	38,00 %	38,00 %	41,00 %
Personalaufwand	5.169.620,04	5.374.386,46	5.479.044,36
Wareneinsatz	662.540.588,59	692.414.466,41	719.134.773,22
Erlöse inkl. hogast-Bonus	15.456.203,69	16.674.276,70	17.134.411,66
Zentralrabatt	14.194.191,44	15.423.195,62	15.860.810,91

Die Nach-
spielzeit.

Die hogast übernimmt auf zahlreichen Ebenen konkret Verantwortung für unser wichtigstes Gut, nämlich unsere Umwelt.

Nachhaltiges Gebäudekonzept.

Die hogast-Zentrale wurde 2009 als energieeffizientes Bürogebäude auf Basis eines Konzeptes von Arsenal Research mit dem Ziel, möglichst wenig Heiz- und Kühlenergie zu benötigen, errichtet.

Für die Wärme- und Kälteverteilung sorgt eine Betonkernaktivierung. Die Kühlung der Büroräume erfolgt durch die Nutzung des Brunnenwassers. Geheizt wird mit Rückgewinnung der Serverraumabwärme sowie einer effektiven Grundwasser-Wärmepumpe. Eine kontrollierte Lüftung ermöglicht eine hocheffiziente Wärmerückgewinnung.

Die Nutzung der gebäudeintegrierten Speichermasse, die Isolierung der Außenwände und Decken, die Optimierung der Fensterflächen sowie die Verwendung einer Spezialverglasung sowie Jalousien mit sonnenstandgeführter Steuerung tragen zur Energieeffienz der Gebäudehülle und des Baukörpers bei.

Energieverbraucher werden konsequent reduziert: Von der Beleuchtung mit Bewegungsmeldern über eine zentrale Abschaltung der EDV und der Anlagen bis hin zur Neuanschaffung energieoptimierter Geräte.

Mit der Umstellung auf Strom aus ausschließlich erneuerbaren Quellen setzt die hogast im nächsten Geschäftsjahr ein weiteres Zeichen für die Umwelt.

Gebäudedaten.

Verbrauch.

- 2011/12: 247,2 MWh
- 2012/13: 251,4 MWh
- 2013/14: 219,8 MWh

- 94 % des Gesamtverbrauchs durch Zukauf (davon bis 30. April 2014 über 90 % aus erneuerbaren Quellen, ab 1. Mai 2014 zu 100 % aus erneuerbaren Quellen)
- 6 % des Gesamtverbrauchs durch Eigenproduktion (Photovoltaik), Einsparung durch Photovoltaik-Anlage: rund 12,3 MWh/Jahr

Emissionen aus dem Stromverbrauch.

- 2011/12: 6,2 t
- 2012/13: 6,3 t
- 2013/14: 4,2 t

Emissionen aus dem Fuhrpark.

- 207 t/Jahr

Abfall.

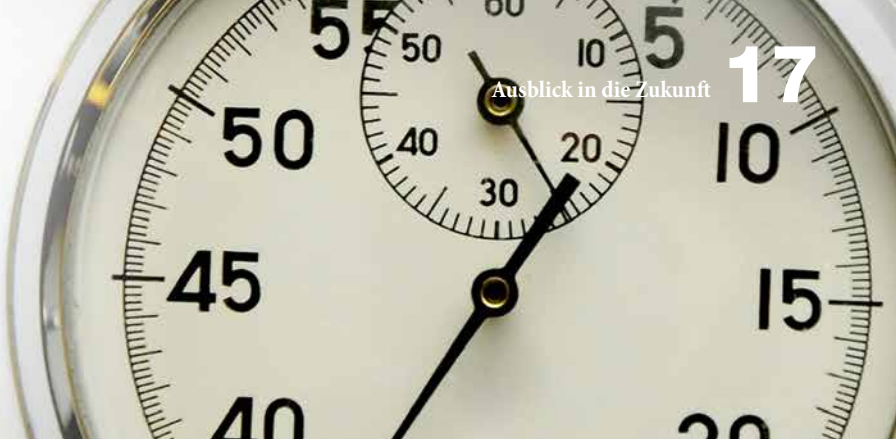
Im vergangenen Geschäftsjahr fielen bei der hogast 4,6 t Altpapier (27,5 %), 80 kg Glas (0,5 %) und 12,2 t Restmüll (72 %) an.

CO_2-reduzierte Mobilität.

Im hauseigenen Fuhrpark werden für alle Hierarchieebenen nur mehr Fahrzeuge mit einem Schadstoffausstoß von derzeit maximal 120 Gramm CO_2 je Kilometer angeschafft.

Abfallvermeidung.

„United Against Waste“ startet im kommenden Wirtschaftsjahr mit einem österreichweiten Pilotprojekt mit 30 Testbetrieben als breite Brancheninitiative: Neue Abfallvermeidungs-Maßnahmen sollen die Umwelt und die Betriebe entlasten. Öffentliche Hand, Forschung und NGOs unterstützen das Projekt. Auch die hogast ist als Partner mit dabei.



Der Zeit voraus.

Mengenbündelung mit Vollmachten.

Das erfolgreiche Konzept des Kontingenteinkaufs wird auf weitere Warengruppen ausgeweitet. Neben einer Wiederholung der bereits erprobten Bereiche wird erstmals auch bei energiesparenden Handbrausen und Zimmersafes eine Mengenbündelung durchgeführt. Bei Gartenmöbeln wird eine Pre-Order unserer Mitglieder den Lieferpartnern die Möglichkeit geben, rechtzeitig mit fixen Mengen in den Beschaffungsprozess in Fernost zu gehen.

Fachkompetenz in brandaktuellen Themen.

Oft erhalten altbekannte Themen aus gesetzlichen Gründen oder durch geändertes Verbraucherverhalten neue und hohe Aktualität. Hier sehen wir uns in der Pflicht, unsere Mitglieder rechtzeitig ausreichend zu informieren und ihnen einen Leitfaden an die Hand zu geben. Dies werden wir zu den Themen Barrierefreiheit und Hintergrundmusik im Wirtschaftsjahr 2014/2015 umsetzen.

Kompetenzausbau im Bereich der Finanzierungsdienstleistung.

Nach wie vor steht natürlich die Unterstützung unserer Mitglieder beim Zugang zu optimalen Finanzierungen im Mittelpunkt. Keine Branche wie die unsere ist gezwungen laufend das Angebot zu optimieren und zu investieren. Darüber hinaus gibt es jedoch zwei zusätzliche Themen, derer wir uns annehmen werden. Im Zusammenhang mit Investitionen stellt sich immer naturgemäß die Frage nach Förderungen. Darüber hinaus stehen viele Betriebe vor dem Generationswechsel und damit vor der Herausforderung einer guten Betriebsübergabe. Zu beiden Themen werden Fachworkshops in Zusammenarbeit mit Fachexperten in diesen Themen angeboten.

Alternativenergie und Energieeffizienz.

Im Jahr drei dieses Projekts geht es vor allem um Kompetenzaufbau in der Zentrale und der Entwicklung eines passenden Lieferpartnernetzwerkes bei Themen wie Windenergie, Biogas, Brennstoffzellen und Öko-Strom sowie die Produktbereiche Fenster, Betonkernaktivierung und Dämmung. Am Ende des Wirtschaftsjahres 2013/2014 können wir unsere Mitglieder bei allen Themen, die den schonenden Umgang mit Ressourcen betreffen, sehr gut unterstützen und ihnen Entscheidungsunterlagen professionell aufbereiten.

Gesetzliche Überprüfungen.

Auf Basis des § 82b der Gewerbeordnung wird dem Betriebsinhaber die Pflicht auferlegt, selbst die Rechtskonformität seiner Anlage in regelmäßigen Zeitabständen sicherzustellen. Die hogast bietet in Kooperation mit dem TÜV gestützte Tarife für § 82b-Überprüfungen an. So können die Mitglieder ihre Betriebsanlagen zum vergünstigten Preis prüfen lassen und haben somit einen aktuellen Überblick über die gewerberechtliche Situation in ihrem Betrieb.

Mobiler Einkaufsführer.

Durch die steigende Nutzung von Smartphones, mobilen Tablets und Rechnern im Unternehmensalltag stellt der mobile Zugang zu Einkaufsinformationen einen enormen Zeitgewinn dar. Der Einkaufsführer wird als eigene Version für den Gebrauch mit mobilen Endgeräten entwickelt. Mitglieder können damit rasch und unkompliziert auf die Lieferpartner der hogast zugreifen.

Nachhaltigkeit bleibt kein Lippenbekenntnis.

Eine intakte Umwelt ist eine wesentliche Existenzgrundlage für im Tourismus tätige Betriebe. Daher hat sich die hogast schon bisher in diesem Thema engagiert – sei es mit Spezialsortimenten, die nach nachhaltigen Kriterien zertifiziert sind oder durch den Kompetenzausbau bei den Themen Energieeffizienz und Alternativenergie. Die Zentrale selbst ist durch den Neubau des Bürogebäudes und die Errichtung einer Photovoltaik-Anlage beispielgebend vorangegangen. Auf Basis einer Stakeholder-Befragung, die im Wirtschaftsjahr 2013/2014 durchgeführt wurde, werden wir uns den Themen Anti-Korruption, Lieferantenbewertung und Produktkennzeichnung verstärkt widmen.

Das Räderwerk.

Der Aufsichtsrat der hogast:

Mag. Johannes Scheiblauer
Vorsitzender
Hotel Kothmühle, Neuhofen/Ybbs

Ing. Walter Veit
Vorsitzender Stellvertreter
Hotel Enzian, Obertauern

Gudrun Peter
Mitglied des Aufsichtsrats
Romantik Hotel Weisses Rössl, St. Wolfgang

Thomas Herburger
Mitglied des Aufsichtsrats
Hotel Weisses Kreuz, Feldkirch

Dietmar Krenn
Mitglied des Aufsichtsrats
Family & Sporthotel Kärntnerhof, Bad Kleinkirchheim

Markus Tipotsch, MSc
Mitglied des Aufsichtsrats
Hotel Gletscher & Spa Neuhintertux, Hintertux

Der Vorstand der hogast:

Mag. Barbara Schenk
Vorstand

Günther Obmascher
Vorstand

Beiräte der individuellen Mitgliederberatung:

Thomas J. Bauer, Vamed Vitality World, Wien
Wolfgang Burgschwaiger, Hotel Übergossene Alm, Dienten/Hochkönig
Horst Dilly, Dilly's Wellnesshotel, Windischgarsten
Karl Heymich, Hotel Löwe, Hotel Bär, Serfaus
Karl Koller, Robinson Club Amade, Kleinarl
Gerhard Schönbauer, Landgasthof Holznerwirt, Eugendorf

Die Beiräte der hogast/Beirat Nord:

Roland Ballner, Seehotel Cortisen, St. Wolfgang
Fritz Breitfuß, Sport- und Spasshotel Neuhaus, Saalbach
Dino Gerns, Hotel Sonnleiten, Saalbach
Hans Gruber, Sporthotel Cinderella Spa & Resort, Obertauern
Franz Hainbuchner, Hotel Restaurant Häupl, Seewalchen
Thomas Hasenauer, Hotel Restaurant Römerhof, Dorfgastein
Werner Hörl, Romantik Hotel Zell am See, Zell am See
Roman Kerschbaumer, Hotel Kerschbaumer, Rußbach
Georg Lackner, Hotel Lacknerhof, Flachau
Jörg Leithner, Romantikhotel Almtalhof, Grünau/Almtal
Johann Mader, Hotel Mader, Steyr
Johannes Roither, Gasthof Mitten in der Welt, Neusserling
Johann Schütz, Gasthof Die Eidenberger Alm, Eidenberg
Albert Schwaighofer sen., Hotel Adler, Hinterglemm
Georg Segl, Hotel Alpenblick, Zell am See
Thomas Steiner, Hotel Steiner, Obertauern
Mag. Christian Wendl, Hotel Dietlgut, Hinterstoder
Wilfried Winzer, Hotel Winzer Wellness & Spa, St. Georgen im Attergau
Johann Lüftenegger, Alm.Gut, St. Margarethen

Die Beiräte der hogast/Beirat West:

Stefan Burger, Hotel Berghof, Lech
Mag. Thomas Eggler, Hotel Arlberghaus, Zürs am Arlberg
Manfred Furtner, Hotel Wiesenhof, Pertisau
Josef Greil, Hotel Greil, Söll
Dieter Oberhöller, Hotel Montfort, Feldkirch
Walter Hopfner, Sporthotel Bichlhof, Kitzbühel
Oskar Jäger, Familienhotel Jägeralpe, Warth
Fritz Kaltschmid jun., Ferienhotel Kaltschmid, Seefeld
Karl Luggen, Hotel Adler, Serfaus
Christoph Mallaun, Wellnesshotel Mallaun, See
Franz Stöckl, Hotel Kristall, Gerlos
Thomas Putz, Hotel Standlhof, Uderns
Josef Sailer jun., Hotel Sailer, Innsbruck
Markus Saletz, Hotel Post, Lermoos
Wolfgang Schwärzler, Kneipp-Kurhaus Rossbad, Krumbach
Martin Schwenniger, Hotel Schönegg, Seefeld
Wilhelm Steindl, Activ Sunny Hotel Sonne, Kitzbühel
Hans-Peter Steiner, Hotel Austria, Obergurgl
Andrea Schneeberger, Hotel Alpin Spa Tuxerhof, Tux
Othmar Walser, Hotel Vier Jahreszeiten, St. Leonhard im Pitztal
Artur Wieser, Brauhaus Falkenstein, Lienz
Hannes Wolf, Hotel Olympia, Ischgl
Jürgen Zudrell, Panoramagasthof Kristberg, Silbertal im Montafon

Die Beiräte der hogast/Beirat Süd:

Walter Bachler, Bergrestaurant Waldtratte, Bad Kleinkirchheim
Heinz Ferner, Gasthof Ferner, Murau
Erich Gumpitsch, Restaurant Burgruine Landskron, Villach
Christoph Pirafelner, Gasthof Zur Ennsbrücke, Admont/Hall
Roland Gyger, Hotel Schütterhof, Rohrmos, Steir. Ennstal
Georg Hochegger, Alpengasthof Hochegger, Bad St. Leonhard
Horst Jernej, Panoramagasthof Rosenheim, St. Primus
Dietmar Krenn, Hotel Kärntnerhof, Bad Kleinkirchheim
Stefanie Aniwanter, Hotel Am See „Die Forelle“, Millstatt
Burghard Neumann, Hotel Zum Hirschen, Altaussee
Mario Notdurfter, Hotel Glocknerhof, Heiligenblut
Peter Ochensberger, Hotel Ochensberger, St. Ruprecht/Raab
Johann Peheim, Kur- und Fremdenverkehrsbetriebe, Bad Radkersburg
Hubert Pferzinger, Hotel Süd, Graz
Georg Rippel, Hotel Mariazellerhof, Mariazell
Alfred Speckmoser, Pension Speckmoser, Bad Mitterndorf
Stefan Sternad, Sternad's Restaurant Pavillon, Velden am Wörthersee
Gerald Stoiser, Thermenhotel Stoiser, Loipersdorf
Wolfgang Stündl, Sonnentherme Lutzmannsburg, Lutzmannsburg

Die Beiräte der hogast/Beirat Ost:

Roland Beck, Landhotel Birkenhof, Gols
Franz Boindl, Austria Hotels – Head and Sales Office, Wien
Gerhard Böhm, Gasthof Böhm, Persenbeug
Johann Böswarth, Seminarhotel Lengbachhof, Altlengbach
Heinz Hipfinger, Hotel Wachau, Melk
Brian Johnston, Hotel Marienhof, Reichenau
Karl Krc, Amon's Gastwirtschaft, Wien

Neue Bestzeiten.

Die hogast verdankt ihren Erfolg und ihre Entwicklung nicht zuletzt dem großen Engagement ihrer Mitglieder und Partner. Durch deren uneingeschränkte Loyalität sowie den vollen Einsatz unseres Teams konnte die hogast an die Spitze der Serviceanbieter für Hotel- und Gastronomiebetriebe aufsteigen. Und dafür möchten wir uns bei unseren Mitgliedern und Partnern herzlich bedanken!

Die 30 umsatzstärksten Mitglieder nach Betriebsstätten alphabetisch gereiht:

Aldiana Clubhotel, Bad Mitterndorf
Alpenrose, Lermoos
Alpenrose, Maurach/Achensee
Aqua Dome, Längenfeld
Burghotel, Lech
Engel, Grän
Ferienhotel Kaltschmid, Seefeld
Feuerberg, Bodensdorf
Friesacher, Anif
Fun & Spa Hotel Strass, Mayrhofen
Golf & Thermenresort/Reiters, Bad Tatzmannsdorf
Grand Hotel, Wien
Grand Hotel, Zell am See
Hochschober, Turracherhöhe
Intercont, Wien
Jungbrunn, Tannheim
Kohlerhof, Fügen
Linsberg Asia, Bad Erlach
Löwe Bär, Serfaus
Posthotel, Achenkirch
Reiters Reserve, Bad Tatzmannsdorf
Reiters Supreme, Bad Tatzmannsdorf
Ritz Carlton, Wien
Sacher, Wien
Schlosshotel Fiss, Fiss
Schwarzbrunn, Stans
Stock, Finkenberg
Trofana Royal, Ischgl
Vienna Marriott Hotel, Wien
Warmbaderhof, Villach

Die 30 umsatzstärksten Lieferanten alphabetisch gereiht:

A1 Telekom, Wien
AGM, Österreich
Brau Union, Linz
Brolli, Graz
Energie Steiermark, Graz
Fleischhof Oberland, Imst
Grabher & Co Fruchtexpr., Frastanz
Grissemann, Zams
Hagleitner, Zell am See
Handl, Pians
Holluschek, Zirl
Karnerta, Klagenfurt
Kofler Tiefkühl, Landeck
Kröswang, Grieskirchen
Metro, Vösendorf
Morandell, Wörgl
Neurauter, Ötztal Bahnhof
OMV, Wien
Pfeiffer, Traun
R&S Gourmet Express, Wals
Rechberger, Linz,
Resch & Frisch, Linz
Riedhart, Wörgl
Salesianer, Wien
Salzburg Ag, Salzburg
Sinnesberger, Kirchdorf
Stiegl, Salzburg
Tiwag, Innsbruck
VKW, Bregenz
Wedl, Mils

Die Gunst

der Stunde.

hagleitner

hört hört hörtnagl
FÜR BESSER-ESSER!

Öller Brandstätter

Miele
PROFESSIONAL

Vorarlberger Kraftwerke AG

AFICOM
Paris
Guest Amenities

BMW

Der Spezialist für Sauberkeit, Hygiene und Wohlbefinden.
hollu

Nestlé
Schöller

hogast VB LEASING
LEASINGSERVICE

JACOBS
BARISTA TEAM
Die Profis für Kaffeegenuss

Europäische
Reiseversicherung

Coca-Cola

PayLife
Bringt Leben in Ihre Karte.

TEEKANNE
SEIT 1882

Salzburger
Stiegl

goingsoft®
www.goingsoft.com

ESKIMO®

Jede Stunde zählt.

Nachfolgender Index gibt einen Überblick über die berichteten GRI-Indikatoren nach dem Standard G4 *)

G4 Code	Inhalt nach G4 (Kern) – Allgemeine Standardangaben	Verweis / Anmerkungen
1	Stellungnahme des höchsten Entscheidungsträgers	S. 3
3 – 10	Unternehmensprofil der hogast	S. 5, 13, Impressum
11	Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Kollektivvereinbarungen	Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterliegen dem Kollektivvertrag Handel.
12	Lieferkette	S. 11
13	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	Dies ist der erste integrierte Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht.
14	Vorsorgeprinzip	S. 8 – 9
15 – 16	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen sowie Mitgliedschaften	Raiffeisen-Genossenschaftsverband, United Against Waste
17 – 21	Informationen zur Berichts- und Systemgrenze	S. 10, 22 – 23
22 – 23	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten sowie Veränderungen des Umfangs und der Systemgrenzen der Aspekte	Dies ist der erste integrierte Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht.
24 – 27	Informationen zur Stakeholdereinbindung	S. 10, 12
28 – 32	Informationen zum Berichtsprofil, GRI-Index sowie Publikationszyklus und Ansprechpartnerinnen und -partner	S. 10, 22 – 23, Impressum, jährlicher Berichtszyklus
33	Externe Prüfung des Berichts bzw. von Berichtsinhalten	Der Bericht wurde nicht extern geprüft.
34	Führungsstruktur der Organisation	S. 8 – 9, 18 – 19
56	Unternehmenswerte, Prinzipien und Verhaltenskodizes	S. 8 – 9

Ermittelte wesentliche Aspekte	G4 Indikatoren (Kern) – Spezifische Standardangaben		Verweis / Anmerkungen
Managementansätze (DMA)			
Informationen zu den Managementansätzen sind bei den Verweisen der einzelnen Indikatoren ersichtlich			
Wirtschaft			
Wirtschaftliche Leistung	EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	S. 14 – 15
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	EC8	Art und Umfang indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	S. 3, 5
Beschaffung	EC9	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferanten	S. 11, 8
Umwelt und Beschaffung			
Energie	EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation (Scope 1 und 2)	S. 16
	EN6	Verringerung des Energieverbrauchs durch Effizienzmaßnahmen	S. 16
Emissionen	EN15	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	S. 16
	EN16	Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)	S. 16
	EN19	Reduktion der Treibhausgasemissionen	S. 16
Abfall	EN23	Abfallmenge insgesamt nach Art und Entsorgung	S. 16

Ermittelte wesentliche Aspekte	G4 Indikatoren (Kern) – Spezifische Standardangaben		Verweis / Anmerkungen
Umwelt und Beschaffung			
Transport	EN30	Umweltbelastungen durch den Transport von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern	S. 16
Lieferantenbewertung hinsichtlich nachhaltiger Aspekte	EN32, LA14, HR10, SO9	Anteil neuer Lieferanten, die nach ökologischen, sozialen, menschenrechts- sowie gesellschaftsrelevanten Kriterien geprüft wurden	S. 8, 11
	SO10	Negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 9
Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung			
Beschäftigung	LA1	Neueinstellungen und Fluktuation	S. 13
	LA2	Betriebliche Leistungen (für Vollzeitbeschäftigte)	S. 13
	LA6	Ausfalltage/Krankenstände	S. 13
	LA8	Einbindung von Sicherheit und Gesundheit in Tarifverträgen	In Österr. gesetzlich geregelt
Aus- und Weiterbildung	LA9	Anzahl an Trainingsstunden	S. 13
	LA10	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen	S. 13
	LA11	Feedback an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bzgl. ihrer Leistung und Karriereentwicklung	S. 12, 13
Vielfalt und Chancengleichheit	LA12	Zusammensetzung der Unternehmensführung und der Belegschaft nach Geschlecht, Altersgruppe und Minderheiten	S. 13
Gleiche Vergütung von Frauen u. Männern	LA13	Gehalts- und Vergütungsverhältnis zwischen Frauen und Männern	S. 13
Menschenrechte			
Gleichbehandlung	HR3	Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	S. 12, 13, keine Vorfälle
Gesellschaft			
Anti-Korruption	SO4	Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	S. 9
Beschwerdemechanismen und Produktverantwortung			
Beschwerdemechanismen hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	EN34, LA16, HR12, SO11	Durch formelle Beschwerdemechanismen angesprochene und gelöste Beschwerden im Bereich Umwelt, Arbeitspraktiken, Menschenrechte und hinsichtlich der Auswirkungen auf die Gesellschaft	S. 12, keine Beschwerden im Berichtszeitaum, anonymes Beschwerdeformular: www.hogast.at/ Kontakt/Beschwerde
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	PR3	Art der Informationen zu Produkten und Dienstleistungen und Anteil der Produkte, die davon betroffen sind	S. 11
	PR5	Umfrageergebnisse zur Kundenzufriedenheit	S. 12
Schutz der Kundendaten	PR8	Beschwerden in Bezug auf Verletzung des Schutzes von Kundendaten	S. 9, keine Vorfälle
Nachhaltiges Produktsortiment	FP2	Anteil des Umsatzvolumens nach Nachhaltigkeitsstandards	S. 11, Anteile können in nachfolgendem Geschäftsjahr berichtet werden.

*) Die hogast hat den Anspruch, die eigenen Leistungen kontinuierlich gemäß nachhaltigen Kriterien zu messen und zu bewerten. Um die Daten vergleichbar und transparent aufzubereiten, orientiert sich das Unternehmen an den Leistungsindikatoren der Global Reporting Initiative (GRI). Der vorliegende Bericht wurde gemäß GRI-Definition „in Übereinstimmung“ mit den Leitlinien erstellt und erfüllt die „Kern-Option“. Sofern im Index nicht anders vermerkt, gilt als Systemgrenze für alle Aspekte die hogast Einkaufsgenossenschaft.

Für Fragen zu diesem Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wenden Sie sich bitte an:

Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS
Bereichsleiter
Marketing/Komm./Personaldienstleistungen
T: +43 (0)6246 8963 501
F: +43 (0)6246 8963 990
dietmar.winkler@hogast.at
www.hogast.at

hogast Einkaufsgenossenschaft f. d.
Hotel- und Gastgewerbe reg. Gen.m.b.H.
Sonystraße 4, A-5081 Anif

Dieser Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wird nur in digitaler Form aufgelegt. Zur Ressourcenschonung verzichten wir auf eine Printversion sowie den postalischen Versand.