MEIN
PLUS
HEISST
HOGAST.

HOGAST
Mein Plus

DIE ZUKUNFT IST DIE IDEE VON GESTERN, DER PLAN VON HEUTE UND DAS ZIEL VON MORGEN

GESCHÄFTSBERICHT 2018 2019

ALLES EINE FRAGE DES WIE, WO, WANN UND WARUM

04 EDITORIAL DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

06 EDITORIAL DES AUFSICHTSRATS

08 ÜBER UNS

10 TOURISTISCHER LAGEBERICHT

12 AKTIVITÄTEN 2018/2019

14 BILANZ

16 NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

18 AUSBLICK

20 DIE ORGANE

22 TOP-30-MITGLIEDER UND -LIEFERPARTNER

23 SPONSOREN

24 IMPRESSUM

2018/2019

387.275
DURCHSCHNITTSUMSATZ/
MITGLIED

6 %
STROMPRODUKTION
DURCH PHOTOVOLTAIK IN
DER HOGAST-ZENTRALE

1,3 MRD.
+ 6,15 %
UMSATZ HOGAST-
UNTERNEHMENSGRUPPE

3
TOCHTERFIRMEN:
HOGAST DEUTSCHLAND
HOTEL GASTRO POOL
HANDOVER

34,6 MIO.
+ 9,4 %
REGIONALER BONUS

976,3 MIO.
+ 4,97 %
UMSATZ HOGAST EINKAUFS-
GENOSSENSCHAFT

44,2 MIO.
+ 6,7 %
BONIFIKATIONEN

3.018
+58
MITGLIEDSBETRIEBE

WO SICH ALTES BEWÄHRT HAT, IST DIE BASIS FÜR NEUES GELEGT

MAG. BARBARA SCHENK
Vorständin

WO SICH ALTES BEWÄHRT HAT, IST DIE BASIS FÜR NEUES GELEGT

Wir freuen uns gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Eigentümern über ein erfolgreiches Wirtschaftsjahr 2018/2019. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!

Mit einem Umsatz von 976,3 Mio. Euro haben wir das Ergebnis des Vorjahres um 4,7 % übertroffen. Erstmals haben wir am Jahresende mehr als 10 Mio. Euro in Form einer Rückvergütung ausgeschüttet. Das ist eine Steigerung von 2,8 %, die sich auf den Konten der Mitglieder positiv bemerkbar macht. Aber Größe allein ist noch kein Wettbewerbsvorteil – erst wenn daraus ein Vorteil für jeden Einzelnen entsteht, macht sie Sinn. Wir haben hart gearbeitet, um so einiges auf die Beine zu stellen.

Regionalität wurde bei uns von Anfang an gelebt, nicht zuletzt durch den Gruppeneinkauf. Das Thema hat durch das Projekt „Wirt sucht Landwirt – Landwirt findet Wirt" eine neue Dimension. Hier unterstützen wir unsere Mitgliedsbetriebe, damit sie die richtigen regionalen Partner finden und sich so beim Gast profilieren. Wer möchte nicht die typischen „Schmankerln" der Region genießen? Gleichzeitig helfen wir kleinen landwirtschaftlichen Betrieben und vereinfachen für alle Beteiligten den Geschäftsprozess. Im abgelaufenen Wirtschaftsjahr kam es bereits zu mehr als 100 Partnerschaften, im kommenden Jahr wollen wir die Zahl mehr als verdoppeln.

Ein guter Wareneinsatz ist nicht nur eine Frage der Einkaufspreise, die wir zukünftig durch noch individuellere Warenkörbe sicherstellen wollen, sondern auch der optimalen Verwertung der Produkte. Mit unserer Beteiligung an der Initiative „United Against Waste" haben wir schon vor Jahren einen ersten Schritt gesetzt. Nun können wir Ihnen ein Partnernetzwerk von professionellen Köchen anbieten, die Sie bei der Vermeidung unnötiger Abfälle beraten.

Mit EasyGoing haben wir eine einzigartige, lieferpartnerübergreifende Bestell-, Informations- und Archivierungsplattform. Mit zahlreichen (vor allem individuellen) Schulungen haben wir die Nutzung der Plattform entscheidend gesteigert. Trotzdem ist das Bessere der Feind des Guten: Wir werden das System im Zuge eines Relaunches an die Konzeption eines B2C-Systems anpassen, damit es intuitiver bedient und von noch mehr Mitgliedern genutzt wird.

Auch bei unserer Job-Plattform **www.hogastjob.com** stehen die Zeichen auf Veränderung. Mit dem Relaunch unseres Systems wollen wir die Attraktivität steigern und Ihnen zu mehr Bewerbern verhelfen. Das nützt allerdings nur dann nachhaltig, wenn Sie auch bereit sind, sich als guter Arbeitgeber zu positionieren. Wir haben ein großes Netzwerk an Partnern geknüpft, die zum Thema Employer Branding viel Erfahrung und Ideen einbringen können. Nutzen Sie diese Möglichkeit, denn der frühe Vogel fängt den Wurm. Die Krönung ist die Auszeichnung mit dem HOGASTJOB-Arbeitgeber-Award, die Ihren Betrieb garantiert aus dem Inseratenmeer hervorhebt.

Daneben arbeiten wir auch daran, die Berufe unserer Branche wieder für Lehrlinge attraktiver zu machen. Nur so können wir den Arbeitskräftemangel auf Sicht beheben.

Gemeinsam mit dem gesamten HOGAST-Team freue ich mich auf ein erfolgreiches Miteinander im Wirtschaftsjahr 2019/2020!

Mag. Barbara Schenk

© Prost / Peter Christian Mayr

SCHNELLLEBIGE ZEITEN ERFORDERN LÄNGLEBIGE LÖSUNGEN

MARKUS TIPOTSCH, MSC
Aufsichtsratsvorsitzender

SCHNELLLEBIGE ZEITEN ERFORDERN LANGLEBIGE LÖSUNGEN

DAS WIRTSCHAFTSJAHR 2018/2019 WAR WIEDER SEHR ERFOLGREICH. WAS IST DENN IHRER MEINUNG NACH DAS GEHEIMNIS DES LANGJÄHRIGEN HOGAST-ERFOLGS?
Wir sind sehr nah am Mitglied, an seinen Wünschen und Bedürfnissen. Wir haben allein in Österreich 14 Einkaufsberater, die in den Betrieben unterwegs sind. Und wir machen jährliche Mitgliederbefragungen. Was vielleicht noch entscheidender ist: Wir hinterfragen uns und unser Angebot permanent, prüfen Trends auf Relevanz und halten engen Kontakt mit unseren Lieferpartnern, um unseren Mitgliedern Neuentwicklungen am Markt rechtzeitig anbieten zu können. Das Thema Digitalisierung zum Beispiel hatte bei uns schon lange, bevor es gehypt wurde, seinen Platz gefunden.

DIGITALISIERUNG IST JA WIRKLICH IN ALLER MUNDE. WAS BEDEUTET DAS FÜR DIE HOGAST?
Das Thema per se ist für uns nicht neu. Alle unsere Prozesse sind seit Jahren digital, sonst könnten wir unser Geschäftsvolumen mit unseren bestehenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern schon lange nicht mehr bewältigen. Wir haben auch entsprechende Lieferpartnernetzwerke für meine Kollegen. Was sich aber definitiv geändert hat, ist die Geschwindigkeit, mit der die Digitalisierung voranschreitet. Dabei tun sich interessante neue Felder für uns auf, die wir mit der gleichen Geschwindigkeit prüfen und gegebenenfalls implementieren müssen, sei es für die Zentrale oder für die Betriebe.

WAS KONKRET MACHT DIE HOGAST HIER?
Wir haben Positionen geschaffen, die den Fokus auf die digitalen Themen sicherstellen. Es gibt seit Kurzem den Bereich HOGAST.DIGITAL. Hier werden innovative digitale Produkte und Dienstleistungen am Markt erkundet – mit dem Ziel, Lieferpartnerschaften oder Kooperationen einzugehen. Wir müssen das Rad nicht immer neu erfinden. Es gibt auch viele interessante Start-ups, die unter Umständen gut in unser System passen. Auch in der Investitionsgüter-Abteilung haben wir einen neuen Bereich geschaffen, der Lieferpartner mit digitalen Lösungen im Fokus hat. Darüber hinaus stellen wir unseren Mitgliedern einen Datenschutzkoordinator bzw. Datenschutzbeauftragten zur Verfügung. Somit muss man sich nicht um alles rund um die DSGVO selbst kümmern. Ganz nach unserem Credo: Wir nehmen den Betrieben Arbeit ab, damit sie sich voll auf ihre Gäste konzentrieren können.

FÄLLT HIER AUCH DAS THEMA DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT HINEIN?
Natürlich. Die zunehmende Digitalisierung macht uns alle sehr verwundbar. Es gab schon viele Berichte in der Presse über Datenlecks aufgrund mangelnder IT-Sicherheit. Datenschutzbehörden verstehen da keinen Spaß und verhängen empfindliche Strafen. Daher ist die Datensicherheit für uns ein wichtiges Thema. Eine Cyberversicherung haben wir schon lange über das HOGAST-Versicherungsservice in unserem Leistungsportfolio. Bald werden wir auch die Dienstleistung eines IT-Auditors anbieten.

UND WO SEHEN SIE DIE ZUKÜNFTIGEN HERAUSFORDERUNGEN?
Wichtig wird sein, mit der rasenden Geschwindigkeit an Entwicklungen und Neuerungen am Markt Schritt zu halten. Ich denke, wir sind da mit unserer aktuellen Organisation gut aufgestellt. Wir müssen aber laufend prüfen, ob wir uns weiter anpassen und neue Ressourcen schaffen müssen.

Markus Tipotsch, MSc

© Franz Neumayr

FÜR ANDERE DA ZU SEIN IST DIE EDELSTE ALLER AUFGABEN

FÜR ANDERE DA ZU SEIN IST DIE EDELSTE ALLER AUFGABEN

WER WIR SIND.

Die HOGAST ist eine auf die Hotellerie und Gastronomie spezialisierte Einkaufsgenossenschaft. Der Unternehmenszweck ist es, durch Bedarfsbündelung für alle Mitgliedsbetriebe Vorteile im Einkauf zu schaffen und Unterstützung bei der Prozessoptimierung zu bieten. Die HOGAST ist ein modernes, schlagkräftiges Dienstleistungsunternehmen, das im Geschäftsjahr 2018/2019 inklusive Inkasso-Umsätze einen Umsatz von 976,3 Mio. Euro (Gruppenumsatz: 1,3 Mrd. Euro) erzielt hat. Neben den Preisvorteilen sind Beratung und Service zu den wichtigsten Leistungsfaktoren geworden. Mehr als 3.000 Mitgliedsbetriebe (HOGAST-Gruppe gesamt: 6.200) profitieren bereits von den HOGAST-Leistungen und genießen Preisvorteile, exklusive Serviceleistungen und eine erhebliche Zeitersparnis im täglichen Geschäftsablauf. Zur Firmengruppe der HOGAST gehören die Tochterfirmen HOTEL GASTRO POOL GmbH, Anif (100 %), HANDOVER Beschaffungsdienstleistungs GmbH, Anif (51 %) und HOGAST Einkaufsgesellschaft für das Hotel- und Gastgewerbe mbH, München (100 %).

WAS WIR TUN.

Der Anspruch der HOGAST ist, die Mitglieder in allen Beschaffungsfragen zu unterstützen. Das betrifft Food & Beverage, Verbrauchs- und Investitionsgüter genauso wie Personalbeschaffung, Versicherungen, Qualitätsmanagement und Verwaltungsarbeiten. Wir schließen mit unseren Vertragslieferpartnern Vereinbarungen über die Gestaltung der Lieferverträge mit den Genossenschaftsmitgliedern ab und übernehmen das Delkredere und die Zentralregulierung. Unsere Mitglieder kommen so in den Genuss optimaler Konditionen, individueller Beratung und effizienter Prozesse.

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.

UNSERE MISSION.

Durch ihr zukunftsweisendes Beschaffungsmanagement optimiert die HOGAST die Personal-, Sach- und Prozesskosten der Mitglieder. Durch diese Entlastung ermöglichen wir unseren Mitgliedern die volle Konzentration auf ihre Kernkompetenzen und leisten einen entscheidenden Beitrag zu ihrem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. Mitgliedsbetriebe haben einen signifikanten Vorteil gegenüber anderen Marktteilnehmern. Die HOGAST ist für die Mitglieder ein fairer und zuverlässiger Partner.

UNSERE VISION.

Die HOGAST-Gruppe ist als führende Einkaufs- und Dienstleistungsorganisation im deutschsprachigen Raum ein Gesamtdienstleister für Beherbergungs-, Bewirtungs- und Betreuungsbetriebe sowie andere touristische Einrichtungen. Die positive Entwicklung des Unternehmens wird durch differenziertes qualitatives Wachstum sichergestellt. Im Vordergrund steht stets der praktische Nutzen für die Betriebe, das Dienstleistungsspektrum wird daher stetig an die Bedürfnisse der Mitglieder angepasst und erweitert.

DER ZWEITHÖCHSTE GIPFEL
IST AUCH NUR EIN ETAPPENZIEL

2,8%

MEHR NÄCHTIGUNGEN
IM JAHR 2018

DER ZWEITHÖCHSTE GIPFEL IST AUCH NUR EIN ETAPPENZIEL

2018 war für den österreichischen Tourismus ein weiteres Rekordjahr. Der Jubel war jedoch nicht ungetrübt. Zum einen blieben auch die Probleme der Branche, insbesondere der Personalmangel, bestehen. Zum anderen wurde das Wachstum zu Beginn des Jahres 2019 durch das Schneechaos im Jänner und das späte Osterwochenende leicht gebremst.

Die Jahresbilanz weist für das Vorjahr 149,8 Mio. Nächtigungen aus. 2017 waren es 144,4 Mio., das Plus beträgt 3,6 %. Die Ankünfte stiegen mit 4,1 % (44,8 Mio.) noch stärker – daraus folgt, dass auch der Trend zu einer immer kürzeren Verweildauer am Reiseort aufrechtbleibt.

DEUTSCHLAND BLEIBT NUMMER 1.

Die deutschen Gäste bleiben mit 14,1 Mio. Ankünften und 56,3 Mio. Nächtigungen die größte Gruppe. Knapp dahinter folgen Reisende aus Österreich. Deutliche Zuwächse gab es bei Urlaubern aus Tschechien (9,5 %), Ungarn (9,4), den USA (8,4) und China (8,2). Was die Reiseziele betrifft, war Wien mit über 6 % Zuwachs bei Ankünften und Nächtigungen der große Gewinner. Auch Oberösterreich hat ein sehr erfolgreiches Jahr hinter sich. Das stärkste relative Plus bei den Unterkunftsarten verzeichneten gewerbliche und private Ferienwohnungen (6,4 bzw. 10,5 %), doch auch in allen anderen Beherbergungsbereichen gab es Zuwächse.

Die Sommersaison 2018 brachte mit 76,7 Mio. Nächtigungen (+2,3 %) das beste Ergebnis seit 1992. 24,67 Mio. Ankünfte waren sogar ein absoluter Rekordwert. Auffällig hier war das erfreuliche Oktober-Ergebnis mit 8,01 Mio. Übernachtungen – Experten leiten daraus eine wachsende Bedeutung der Randsaisonen für das Gesamtergebnis ab.

WIEN ALS „WACHSTUMSMOTOR".

Die Wintersaison 2018/2019 brachte mit 1,4 % bei den Nächtigungen (72,9 Mio.) und 2,8 % bei den Ankünften (20,4 Mio.) letztlich noch moderate Zuwächse. Im Bundesländer-Vergleich ergeben sich aber große Unterschiede: Wien war mit zweistelligen Zuwachsraten der „Wachstumsmotor", während es in Vorarlberg, Tirol und der Steiermark sogar leichte Nächtigungseinbußen gab.

Erfreulich ist, dass das Nächtigungsplus zuletzt verstärkt in ein Umsatzplus umgemünzt wurde. Leider ist der Reingewinn aufgrund der hohen Kosten für den Betrieb eines Hotels oder einer Gaststätte unverändert gering. Das Hauptproblem der Branche bleibt aber der Personalmangel, der kurioserweise mit den Buchungsrekorden einhergeht.

GRÖSSERER PERSONALBEDARF DURCH WACHSTUM.

Setzt sich das Wachstum in den kommenden Jahren fort, braucht 2023 alleine die Hotellerie bis zu 8.000 Mitarbeiter mehr pro Monat. Darüber hinaus muss noch Personal ersetzt werden, das die Branche in der Zwischenzeit verlässt. In Summe ergibt das einen zusätzlichen Bedarf von 40.000 bis 60.000 Mitarbeitern.

Quellen: Österreich Werbung, Salzburger Nachrichten

DEIN PARTNER MISST DICH NICHT AN DEINEN WORTEN, SONDERN AN DEINEN TATEN

DEIN PARTNER MISST DICH NICHT AN DEINEN WORTEN, SONDERN AN DEINEN TATEN

MARKTPLATZ FÜR REGIONALE PRODUKTE.
Seit Herbst 2018 können Mitglieder regionale Lebensmittel online bestellen und über die HOGAST verrechnen lassen. Auf der HOGAST.REGIO-Plattform präsentieren regionale Direktvermarkter ihre Waren, um neue Kunden in der Gastronomie zu finden. Für die Betriebe wird der Zugang zu regionalen Produkten wesentlich erleichtert. Schon in den ersten Monaten wurden über 100 Partner Teil des HOGAST.REGIO-Marktplatzes, bei denen rund 1000 Bestellungen eingelangt sind. Im Wirtschaftsjahr 2019/2020 wird der REGIO-Schwerpunkt daher auf alle drei Tochterfirmen ausgeweitet.

MESSBARE PREISVORTEILE.
Als effiziente Instrumente der Mengenbündelung haben sich auch 2018/2019 die regionalen Gruppeneinkäufe im F&B-Bereich erwiesen. Ebenfalls messbare Preisvorteile brachten die Kontingenteinkäufe in zwölf Produktgruppen. Parallel dazu haben die Fachabteilungen ihre Fachkompetenz geschärft, um die Mitglieder noch besser beraten zu können. Beispiele dafür sind die Bereiche E-Bikes, Brandschutz und Frottierwaren.

UNTERSTÜTZUNG IM HRM-BEREICH.
Eine der größten Herausforderungen für die Tourismusbranche ist nach wie vor der Personalmangel. Die HOGAST hat mehrere Initiativen gestartet, um ihre Mitglieder im Recruiting und bei der Mitarbeiterbindung zu unterstützen. Der neue HOGASTJOB-Arbeitgeber-Award ist mit einer Mitarbeiter-Befragung verbunden. Die Teilnehmer erhalten somit ein Stimmungsbild aus ihrem Betrieb und ein Zertifikat, das für das Employer Branding genutzt werden kann. Ebenfalls ins Leben gerufen wurde eine Lehrlingsoffensive: Hier geht es darum, junge Menschen über den „Arbeitsplatz Tourismus" zu informieren und Vorurteile abzubauen.

UMFANGREICHE SCHULUNGEN.
Ausgeweitet wurden im abgelaufenen Wirtschaftsjahr die Schulungsaktivitäten der HOGAST. Neben den EasyGoing-Schulungen, die Mitgliedern den Umgang mit dem lieferpartnerübergreifenden Bestellsystem erleichtern, wurden auch DSGVO-Audits initiiert. Dabei besucht der HOGAST-Datenschutzkoordinator interessierte Mitglieder. Der Fachmann prüft die Aktivitäten der Betriebe in Sachen Datenspeicherung und Datenschutz im Hinblick auf deren Gesetzeskonformität und macht Verbesserungsvorschläge.

DIGITALISIERUNG IM BLICKPUNKT.
Auf die zunehmende Digitalisierung im Tourismus wurde mit der Neugründung des Bereichs HOGAST.DIGITAL reagiert. Ein eigener Experte sammelt Informationen über digitale Innovationen und prüft, inwieweit diese Innovationen in Hotels oder Gaststätten eingesetzt werden können.

EINE ZAHL SAGT MEHR
ALS 1000 WORTE

AKTIVA

A. ANLAGEVERMÖGEN	26.908.125,57
B. UMLAUFVERMÖGEN	
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	94.951.736,21
II. Wertpapiere und Anteile	48.032,18
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	28.022.929,45
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	150.578,04
D. Aktive latente Steuern	463.150,45
SUMME AKTIVA	150.544.551,90

PASSIVA

A. EIGENKAPITAL	
I. Nennkapital	1.739.760,00
II. Rücklagen	22.661.432,10
III. Bilanzgewinn	2.967.192,55
B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE	25.306,97
C. RÜCKSTELLUNGEN	2.135.738,00
D. VERBINDLICHKEITEN	120.779.964,28
E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	235.158,00
SUMME PASSIVA	150.544.551,90

DIE GEWINN-UND-VERLUST-RECHNUNG 1. MAI 2018 BIS 30. APRIL 2019

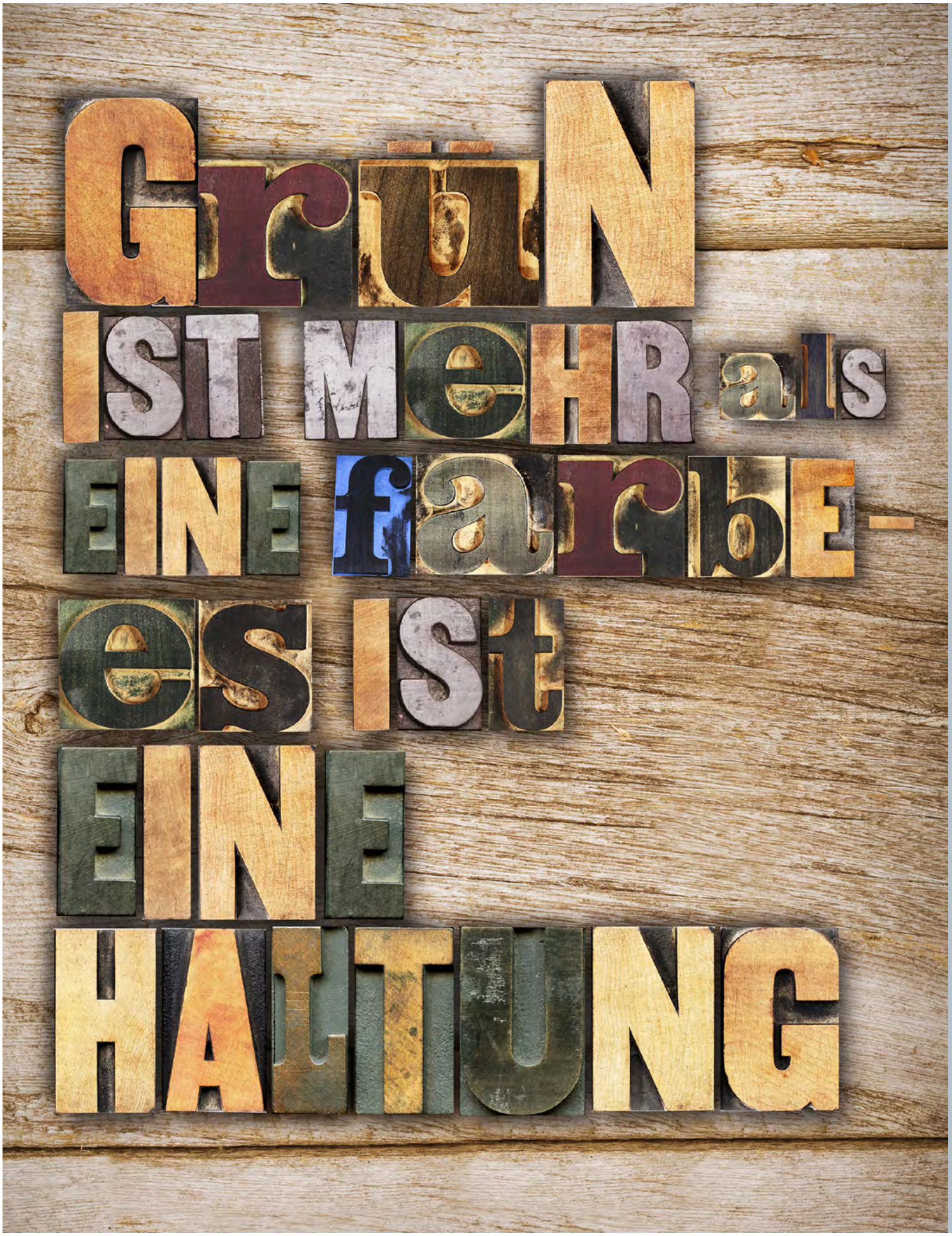
1. Umsatzerlöse	902.351.698,27
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.039.617,38
3. Warenaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	889.907.102,55
4. Personalaufwand	6.988.072,15
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	287.175,79
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	4.326.447,31
7. Betriebsergebnis Zwischensumme aus Z1 bis Z6	1.872.517,85
8. Erträge aus Beteiligungen	1.270.000,00
9. Erträge aus anderen Wertpapieren	288.882,13
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	9.585,70
11. Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	1.121.479,42
12. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	522.429,38
13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	51.785,24
14. Finanzerfolg (Zwischensumme aus Z8 bis Z13)	2.115.732,63
15. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	3.988.250,48
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	613.223,78
17. Jahresüberschuss	3.375.026,70
18. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	434.785,17
19. Jahresergebnis	2.940.241,53
20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	26.951,02
21. Bilanzgewinn	2.967.192,55

2.330
MITGLIEDER
(MIT EINKAUFSBERECHTIGUNG)

44,2 MIO.
+6,7 %
BONIFIKATIONEN

2,9 MIO.
GEWINN
(OHNE GEWINNVORTRAG)

Stand jeweils 30. APRIL	2016/2017	2017/2018	2018/2019
Umsatz (ohne Inkasso-Umsatz)	803.483.363,14	866.693.875,46	902.351.698,27
durchschnittlicher Umsatz/Mitglied	374.933,91	392.346,71	387.275,41
Gewinn (ohne Gewinnvortrag)	3.228.901,57	2.289.609,25	2.940.241,53
Mitglieder (mit Einkaufsberechtigung)	2.143	2.209	2.330
Mitarbeiter	87	94	99
Bilanzsumme	162.796.853,52	133.573.288,73	154.544.551,90
BONIFIKATIONEN	37.313.270,00	41.453.230,00	44.242.730,00
HOGAST-Rückvergütung	8.199.600,00	9.839.110,00	9.661.780,00
regionaler Bonus	29.113.670,00	31.614.120,00	34.580.950,00
davon Skonto	5.527.420,00	5.838.050,00	6.133.700,00
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	220.922,03	264.208,12	287.175,79
Mitarbeiterkosten/Zentralrabatt	33,33 %	32,77 %	34,01 %
sonstige Kosten/Zentralrabatt	22,04 %	18,23 %	16,99 %
HOGAST-BONIFIKATION/Zentralrabatt	44,63 %	49,00 %	49,00 %
Personalaufwand	6.122.609,19	6.554.976,75	6.998.072,15
Wareneinsatz	791.543.452,61	854.625.892,07	889.907.102,55
Erlöse inkl. HOGAST-BONUS	20.139.510,53	21.907.093,39	22.106.375,72
Zentralrabatt	18.371.420,73	20.004.224,72	20.576.603,49


GRÜN
IST MEHR als
EINE FARBE –
es ist
EINE
HALTUNG

6 %

STROMPRODUKTION DURCH PHOTOVOLTAIK IN DER HOGAST-ZENTRALE

333 t

IN DER HOGAST-ZENTRALE KLIMANEUTRAL KOMPENSIERT

GRÜN IST MEHR ALS EINE FARBE – ES IST EINE HALTUNG

Der Tourismus ist enorm wichtig für den österreichischen Arbeitsmarkt und die österreichische Wirtschaft. Voraussetzung für positive Gästezahlen ist wiederum eine gesunde Umwelt. Die HOGAST übernimmt auf vielen Ebenen ökologische Verantwortung.

NACHHALTIGES GEBÄUDEKONZEPT.

Die HOGAST-Zentrale in Anif wurde 2009 mit dem Ziel errichtet, den Energieverbrauch auf ein Minimum zu reduzieren. Mit einem Verbrauch von 192,7 MWh im Geschäftsjahr 2018/2019 ist dies erneut gelungen. 6 % des Stroms werden aus einer eigenen Photovoltaikanlage gewonnen, der Rest aus ausschließlich erneuerbaren Quellen zugekauft. Die CO_2-Emissionen aufgrund des Stromverbrauchs liegen seit 2014 bei null.

KLIMANEUTRALITÄTSBÜNDNIS 2025.

Seit dem Jahr 2015 ist die HOGAST Mitglied im „Klimaneutralitätsbündnis 2025". Sämtlicher CO_2-Ausstoß des Unternehmens (Maschinen, Server, Mitarbeiter-Mobilität usw.) wird durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen. Im Jahr 2018 hat die HOGAST mit ihrer Geschäftstätigkeit 333 Tonnen CO_2 produziert (= standortbasierter CO_2-Wert) und durch die Unterstützung eines Projekts in Nicaragua kompensiert. Die HOGAST ist und bleibt somit klimaneutral.

	Energieverbrauch HOGAST-Gebäude	Daraus resultierende Emissionen (marktbasierter CO_2-Wert)
2011/2012	247,2 MWh	6,2 t
2012/2013	251,4 MWh	6,3 t
2013/2014	219,8 MWh	4,2 t
2014/2015	215,2 MWh	0 t
2015/2016	213,9 MWh	0 t
2016/2017	217,4 MWh	0 t
2017/2018	209,2 MWh	0 t
2018/2019	192,7 MWh	0 t

KONSEQUENTE ENTSORGUNG.

Konsequente Mülltrennung ist für die HOGAST selbstverständlich. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden folgende Entsorgungen durchgeführt: Papier (19 Entleerungen à 240 Liter), Karton (53 Entleerungen à 1.100 Liter), Metall (7 Entleerungen à 240 Liter) und Kunststoff (26 Entleerungen à 240 Liter). Die Erlöse aus der Wiederbefüllung sowie dem Wiederverkauf von Leertonern gingen zu Gunsten der Kinderkrebshilfe. Alte Firmenhandys wurden über die Ö3-Aktion wiederverwertet.

LEBENSMITTELABFÄLLE VERMEIDEN.

Ein wichtiges Umweltthema ist auch die Vermeidung von Lebensmittelabfällen, deshalb ist die HOGAST Kooperationspartner der Initiative „United Against Waste". Im Zuge dieser Zusammenarbeit unterstützt die Genossenschaft auch die Küchenprofi(t)-Beratung. Mitgliedsbetriebe erhalten Tipps für die Abfallreduktion, können damit nachhaltiger arbeiten und reduzieren außerdem ihre Wareneinsatz-Aufwendungen.

PRODUKTE UND LIEFERPARTNER.

Über unsere elektronische Bestellplattform EasyGoing können alle Mitglieder auf Produkte und Sortimente zugreifen, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Diese Artikel wurden zertifiziert, im Lebensmittelbereich etwa mit Gütesiegeln wie AMA, Fairtrade, UTZ, MSC, ECOCERT, und sind im Bestellsystem speziell gekennzeichnet. Auch die Lieferpartner sind angehalten, ökologische und soziale Standards einzuhalten, die in einem Lieferpartnerkodex festgeschrieben sind.

HOGAST-VERANSTALTUNGEN.

Veranstaltungen der HOGAST in Österreich werden, wenn möglich, als „Green Meetings" durchgeführt. Damit ist auch hier die Einhaltung ökologischer Prinzipien sichergestellt.

WER GROSSE PLÄNE SCHMIEDET, ÜBERWINDET KLEINE HINDERNISSE LEICHTER

WER GROSSE PLÄNE SCHMIEDET, ÜBERWINDET KLEINE HINDERNISSE LEICHTER

UNTERSTÜTZUNG IM F&B-EINKAUF.
Ein dominierendes Thema für HOGAST-Mitglieder ist der Lebensmittel-Einkauf. Im vergangenen Wirtschaftsjahr wurde mit dem HOGAST.REGIO-Marktplatz ein wichtiger Schritt gesetzt, um die Betriebe in diesem Bereich noch besser unterstützen zu können. Das Netzwerk an regionalen Lieferpartnern wird laufend erweitert. Gleichzeitig arbeitet die F&B-Abteilung intensiv am neuen WARENKORB.PLUS. Er wird 2019/2020 schon auf Gruppenebene genutzt und soll mittelfristig für jedes einzelne Mitglied individuell ausgestaltet werden.

SCHÄRFUNG DER FACHKOMPETENZ.
Im Non-Food-Bereich wird die Mitgliederbetreuung und -beratung weiter optimiert. Das passiert unter anderem durch die Schärfung der Fachkompetenz (z. B. bei Mietwäsche), persönliche Betreuung (Projektberatung, Chemie-Checks vor Ort), finanzielle Unterstützung (§82b-Prüfungen) und die Erweiterung des Monitoring-Systems zur Anlagendatenbank. Zudem wurde ein eigener Warengruppenmanager für den IT-Bereich – Hardware, Software, Front-Office-Systeme usw. – eingesetzt.

TECHNISIERUNG IM FOKUS.
Mit dem neuen Fachmann wird der zunehmenden „Technisierung" der Tourismusbranche Rechnung getragen. Auch die IT-Abteilung befasst sich mit diesem Thema, insbesondere der neue HOGAST-Experte für digitale Innovationen, der Produkte in diesem Bereich ausfindig und für die Mitglieder nutzbar macht. Außerdem wird der HOGAST-Datenschutzkoordinator seine Kompetenzen erweitern und den Mitgliedern als IT-Auditor künftig auch technische Lösungen für einen besseren Datenschutz anbieten.

RELAUNCH DER SYSTEME.
Natürlich machen Technisierung und Digitalisierung auch vor der HOGAST selbst nicht Halt. Deshalb wird das Bestellsystem EasyGoing in diesem Wirtschaftsjahr zu einem modernen B2C-System umgestaltet. Ebenfalls einem Relaunch wird die Recruiting-Plattform HOGASTJOB.COM unterzogen. Hier steht die Erhöhung der Anwenderfreundlichkeit im Mittelpunkt.

ARBEITGEBER-AWARD.
Im Bereich Personaldienstleistungen wird die Lehrlingsoffensive fortgesetzt, die junge Menschen zu einer Lehre im Tourismus motiviert. Zu einem wichtigen Instrument im Employer Branding soll der neu geschaffene HOGASTJOB-Arbeitgeber-Award werden. Der Award und die damit verbundene Befragung werden von der HOGAST finanziell unterstützt.

Der Name ist nur ein Schleifchen, das Geschenk ist der Mensch dahinter

AUFSICHTSRAT:

Markus Tipotsch, MSc
Vorsitzender
Hotel Gletscher & Spa Neuhintertux, Hintertux

Gudrun Peter
Vorsitzender-Stellvertreterin
Romantik Hotel Weisses Rössl, St. Wolfgang

Thomas Herburger
Mitglied des Aufsichtsrats
Hotel Weisses Kreuz, Feldkirch

Peter Ochensberger
Mitglied des Aufsichtsrats
Garten-Hotel, St. Ruprecht/Raab

Werner Magedler
Mitglied des Aufsichtsrats
Rainers Hotel und Hotel Senator, Wien

Wolfgang Burgschwaiger
Mitglied des Aufsichtsrats
Übergossene Alm Resort, Dienten

VORSTAND:

Mag. Barbara Schenk
Vorständin

Günther Obmascher
Vorstand

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte der individuellen Mitgliederberatung:

Eduard Altendorfer, Pauls, Linz
Thomas J. Bauer, Vamed Vitality World, Wien
Horst Dilly, Dilly's Wellnesshotel, Windischgarsten
Isabella Edler, Glöckl Bräu, Graz
Karl Heymich, Hotel Löwe, Hotel Bär, Serfaus
Peter Kammerlander, Almhof Family Resort & SPA, Gerlos
Karl Koller, Robinson Austria Clubhotel, Villach
Florian Mayer, Leading Family Hotel + Resort Dachsteinkönig, Gosau
Irmgard Querfeld, Café Landtmann, Wien

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte Nord:

Fritz Breitfuß jun., Sport- und Spaßhotel Neuhaus, Saalbach
Christian Fischer, Seegasthaus Fischer Wirt, St. Gilgen
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
Johann Lüftenegger, Alm.Gut, St. Margarethen
Johann Mader, Hotel Mader, Steyr
Johannes Roither, Gasthof Mitten in der Welt, Neußerling
Gerhard Schönbauer, Landgasthof Holznerwirt, Eugendorf
Georg Schürrer, Lindenhof, Spital am Pyhrn
Johann Schütz, Gasthof Die Eidenberger Alm, Eidenberg
Albert Schwaighofer jun., Hotel Adler, Hinterglemm
Georg Segl, Hotel Alpenblick, Zell am See
Thomas Steiner, Hotel Steiner, Obertauern
Wilfried Winzer, Hotel Winzer Wellness & Spa, St. Georgen im Attergau
Franz Ziegelböck, Gasthof Hoftaverne, Almtal

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte West:

Stefan Burger, Hotel Berghof, Lech
Mag. Thomas Eggler, Hotel Arlberghaus, Zürs am Arlberg
Manfred Furtner, Hotel Wiesenhof, Pertisau
Christian Giselbrecht, Gasthof Alpenblick, Sulzberg
Josef Greil, Hotel Greil, Söll
Walter Hopfner, Sporthotel Bichlhof, Kitzbühel
Oskar Jäger, Familienhotel Jägeralpe, Warth
Fritz Kaltschmid jun., Ferienhotel Kaltschmid, Seefeld
Karl Luggen, Hotel Adler, Serfaus
Erich Lumpert, Hotel Sägerhof, Tannheim
Christoph Mallaun, Wellnesshotel Mallaun, See
Dieter Oberhöller, Hotel Montfort, Feldkirch
Thomas Putz, Hotel Standlhof, Uderns
Josef Sailer jun., Hotel Sailer, Innsbruck
Martin Schwenniger, Hotel Schönegg, Seefeld
Wilhelm Steindl, Activ Sunny Hotel Sonne, Kitzbühel
Hans-Peter Steiner, Hotel Austria, Obergurgl
Franz Stöckl, Hotel Kristall, Gerlos
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:

Beiräte Süd:

Stefanie Aniwanter, Hotel Am See „Die Forelle", Millstatt
Walter Bachler, Bergrestaurant Waldtratte, Bad Kleinkirchheim
Heinz Ferner, Gasthof Ferner, Murau
Alexander Gulewicz, Hotel Seevilla, Altaussee
Dir. Erich Gumpitsch, Restaurant Burgruine Landskron, Villach
Roland Gyger, Hotel Schütterhof, Rohrmoos, steir. Ennstal
Georg Hochegger Georg, Alpengasthof Hochegger, Bad St. Leonhard
Horst Jernej, Café-Restaurant Seerose, St. Kanzian
Dietmar Krenn, Hotel Kärntnerhof, Bad Kleinkirchheim
Josef Monschein, Gasthof Turmwirt, Kindberg
Mario Notdurfter, Hotel Glocknerhof, Heiligenblut
Prok. Johann Peheim, Kur- und Fremdenverkehrsbetriebe, Bad Radkersburg
Christoph Pirafelner, Gasthof Zur Ennsbrücke, Admont/Hall
Rainer Ogrinigg, Gut Pössnitzberg, Leutschach
Josef Rath, yes – rasten, shoppen und auftanken, Großpesendorf
Georg Rippel, Hotel Mariazellerhof, Mariazell
Alfred Speckmoser, Pension Speckmoser, Bad Mitterndorf
Gerald Stoiser, Thermenhotel Stoiser, Loipersdorf
Martin Waldner, Hotel Gartnerkofel, Hermagor
Tono Wrann, Wrann Hotels, Velden

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte Ost:

Roland Beck, Landhotel Birkenhof, Gols
Thomas Hopfeld, Hotel Restaurant Drei Königshof, Stockerau
Brian Johnston, Hotel Marienhof, Reichenau
Karl Krc, Amon's Gastwirtschaft, Wien
Markus Madar, Madar Café Restaurant zum Fürsten Melk, Melk

WER DEN WEG HAND IN HAND GEHT, EMPFINDET DOPPELTE FREUDE

Jede Umsatzsteigerung der HOGAST ist in erster Linie ein Erfolg für ihre Mitglieder und Eigentümer sowie für ihre Lieferpartner. Das System der Einkaufsbündelung funktioniert nur dank der Loyalität der Betriebe gegenüber der Genossenschaft und des fairen Miteinanders von Mitgliedern und Partnern. Daraus ergibt sich jene Win-win-Situation, die von der HOGAST angestrebt wird.

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN MITGLIEDER

nach Betriebsstätten, alphabetisch gereiht:

Aldiana Clubhotel, Bad Mitterndorf
Alpenrose, Lermoos
Alpenrose, Maurach
Aqua Dome, Längenfeld
Burghotel, Lech
Dachsteinkönig, Gosau
Engel, Grän
Feuerberg, Bodensdorf
Friesacher, Anif
Hochschober, Turracher Höhe
InterContintenal, Wien
Jungbrunn, Tannheim
Kurparkhotel, Bad Hofgastein
Löwe & Bär, Serfaus
Posthotel, Achenkirch
Reiters Allegria, Stegersbach
Reiters Reserve, Bad Tatzmannsdorf
Ritz Carlton, Wien
Robinson Club Amadé, Kleinarl
Rogner, Bad Blumau
Rogner Non Food, Bad Blumau
Sacher, Wien
Schlosshotel, Fiss
Sporthotel, Wagrain
Stegerhof, Donnersbachwald
Tauern Spa, Kaprun
Thermenzentrum, Geinberg
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
Grabher & Co Fruchtexpress, Frastanz
Grissemann, Zams
Hagleitner, Zell am See
Handl, Pians
Hollu, Zirl
Karnerta, Klagenfurt
Kastner, Eisenstadt
Kofler Tiefkühl, Landeck
Kröswang, Grieskirchen
Metro, Vösendorf
Morandell, Wörgl
Neurauter, Ötztal-Bahnhof
R&S Gourmet Express, Wals
Rechberger, Linz
Resch & Frisch, Linz
Riedhart, Wörgl
Salesianer, Wien
Salzburg AG, Salzburg
Sinnesberger, Kirchdorf
Stiegl, Salzburg
Tiwag, Innsbruck
Transgourmet Österreich
Voglauer, Abtenau
VKW, Bregenz
Wedl, Mils
Winkler Obst, Ötztal-Bahnhof

WER DOPPELTE FREUDE EMPFINDET,
SAGT EINFACH DANKE

ADA INTERNATIONAL
AMANN Kaffee
BIO TECH
BMW
MINI
BWT BEST WATER TECHNOLOGY
cleanfix
Coca-Cola
Dallmayr GASTRONOMIE-SERVICE
DELTA HAMBURG Lieferant der Gastronomie
doppler
dutzler design
eBike
easyleasing Like it. Lease it.
eurogast Österreich
Europäische Reiseversicherung
OUTDOOR living EXITO WWW.EXITO.AT
FAHNEN GÄRTNER
FBF bed&more
GO IN
GOTTARDI & PARTNER
Pure Freude an Wasser GROHE
hagleitner Innovative Hygiene.
Haubis
hollu so geht sauber.
hobex PAYMENT SYSTEMS
in:sp:i:re the learning institute
Kerzen & Licht JEKA
kapsch challenging limits
kelag
Julius Meinl
METRO Partner für Profis
MORANDELL
ncm.at Ihr Erfolg im Internet.
NESPRESSO
Nestlé PROFESSIONAL MAKING MORE POSSIBLE
Pappas Gruppe
PHYSIOTHERM Infrarotkabinen
Resch & Frisch AM LIEBSTEN IMMER.
rota SCHAFFT STRUKTUR
Rentokil Initial
RÖMERQUELLE
Ronnefeldt TEA EXCELLENCE SINCE 1823
R EXPRESS
SALZBURG AG
salzkammergut DRUCK DAS ORIGINAL - BEEINDRUCKEND SEIT 1900
SCHÄFER SHOP
Schlumberger seit 1842
SPECIAL COFFEE QUALITY
Sport-Tiedje Professional Fitness Equipment
Salzburger Stiegl
SYMPHONIC Objekt Design & Maßanfertigung
TESTA ROSSA caffè
TGS Umfassender Service für Gebäudetechnik
TÜV AUSTRIA
UKO TECHNIK
UNYKAT INTERIOR DESIGN, LIVING ROOMS.
SALZBURGER UNIQA
VKW Vorarlberger Kraftwerke AG
VOGLAUER HOTEL CONCEPT
VOSSEN A TOUCH OF ENERGY
websLINE internet & marketing GmbH
Werner & Mertz Professional

HOGAST
Mein Plus

BEI FRAGEN ZU DIESEM GESCHÄFTSBERICHT WENDEN SIE SICH BITTE AN:

Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS
Bereichsleiter
Marketing/Kommunikation

T: +43 (0)6246 8963 451
F: +43 (0)6246 8963 9451

dietmar.winkler@hogast.at
www.hogast.at

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

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

Im Sinne der flüssigen Lesbarkeit können wir die weibliche Formulierung nicht immer hinzufügen. Es werden aber überall gleichermaßen Männer wie Frauen angesprochen.

Bildnachweis © iStock (S.1, 8, 10, 12, 16, 18)