HOGAST
Mein Plus

MEIN
PLUS
HEISST
HOGAST.

MENSCHEN, ZAHLEN & ERFOLGE.

GESCHÄFTSBERICHT 2016 | 2017

ALLES, WAS ZÄHLT

04 **DAS ERGEBNIS UNTERM STRICH.**
EDITORIAL GESCHÄFTSFÜHRUNG

06 **AUF DEM WEG ZUM OPTIMALEN 1 X 1.**
EDITORIAL AUFSICHTSRAT

08 **DAS GANZE IST MEHR ALS DIE SUMME SEINER TEILE.**
ÜBER UNS

10 **PLUS ODER MINUS – EINE BETRACHTUNG.**
LAGEBERICHT

12 **DAS GEGENTEIL VON NULLSUMMENSPIEL.**
AKTIVITÄTEN 2016/2017

14/15 **DIE BERECHNUNG DES JAHRES.**
BILANZ

16 **AUF DIE KORREKTE ABRUNDUNG KOMMT ES AN.**
NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG/GRI INDEX

18 **DIE FORMEL ZUM ZUKÜNFTIGEN ERFOLG.**
AUSBLICK

20 **DIE PERFEKTE LÖSUNG DER AUFGABE.**
DIE ORGANE

22 **MIT DENEN DARF MAN IMMER RECHNEN.**
TOP 30 MITGLIEDER UND LIEFERANTEN

23 **AUF KONSTANTEN KANN MAN SICH VERLASSEN.**
SPONSOREN

24 **IMPRESSUM**

2016/2017

6 %
STROMPRODUKTION DURCH PHOTOVOLTAIK IN DER HOGAST-ZENTRALE

1,13 MRD.
+ 6,1 %
UMSATZ HOGAST-UNTERNEHMENSGRUPPE

367.599,61
DURCHSCHNITTSUMSATZ/MITGLIED

4
TOCHTERFIRMEN:
HOGAST DEUTSCHLAND
HOTEL GASTRO POOL
HANDOVER
FALSTAFF KARRIERE

868,9 MIO.
+ 4,9 %
UMSATZ HOGAST-EINKAUFS-GENOSSENSCHAFT

36,7 MIO.
+ 7,5 %
BONIFIKATIONEN

8,13 MIO.
+ 5,7 %
RÜCKVERGÜTUNG

2.800
+ 100
MITGLIEDS-BETRIEBE

DAS ERGEBNIS
UNTERM STRICH.

MAG. BARBARA SCHENK
Vorständin

DAS ERGEBNIS UNTERM STRICH.

Wir freuen uns gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Eigentümern über ein erfolgreiches Wirtschaftsjahr 2016/2017. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!

Mit einem Umsatz von 868,9 Millionen Euro konnte das Ergebnis des Vorjahres um 4,9 Prozent übertroffen und unseren Mitgliedern eine Rückvergütung in der Höhe von 8,1 Millionen Euro geleistet werden. Das ist eine Steigerung von mehr als 5 Prozent, die sich auf den Konten jedes Einzelnen positiv bemerkbar macht. Aber Größe allein ist noch kein Wettbewerbsvorteil. Erst wenn daraus ein Vorteil für unsere Mitglieder entsteht, macht sie Sinn. Von diesen Vorteilen gibt es sehr viele und es werden immer mehr. Sie bewegen sich im Spannungsfeld von Preis, Qualität, Prozess und Wissen.

Ein guter Preis ist natürlich die Ausgangsbasis. Hier kann die HOGAST inzwischen mehr als 2.800 Mitgliedsbetriebe in den unterschiedlichsten Gruppenzusammensetzungen bei Verhandlungen als Argument in die Waagschale werfen. Mit dem Instrument des Kontingenteinkaufs, der einst mit Fleischedelteilen gestartet wurde und heute in vielen weiteren Warengruppen in den Bereichen F&B und Investitionsgüter eingesetzt wird, konnte durch verbindliche Mengenzusagen zusätzliche Preisvorteile verhandelt werden.

Was ein guter Preis ist, kann ohne Qualitätsdefinition und -überprüfung schwer bewertet werden. Deshalb haben wir schon sehr früh mit individuellen F&B-Qualitätskontrollen vor Ort sowohl in den Mitgliedsbetrieben als auch bei den Lieferpartnern begonnen. Diese Überprüfungen wurden laufend verfeinert und bieten den Betrieben eine wertvolle Orientierungshilfe. Heute werden sie auch in anderen Bereichen wie z. B. Reinigungsmitteldosierung umgesetzt.

Ebenfalls zunichte gemacht werden kann der gute Preis durch einen suboptimalen Beschaffungsprozess. Das haben wir frühzeitig erkannt und mit EasyGoing eine einzigartige, lieferpartnerübergreifende Plattform geschaffen, die zahlreiche Vorteile bei der Bestellung bietet, beispielsweise Warenkorb- und Aktionskennzeichnungen, Preisvergleiche oder Bonushochrechnung, aber auch im Controlling und in der Archivierung wertvolle Unterstützung leistet. Schnittstellen mit allen gängigen Buchhaltungsprogrammen komplettieren den Prozess. Wir waren hier in der Lage, über die Jahre hinweg konsequent zu investieren, zuletzt beim HOGAST-Handscanner, stets mit dem Ziel, ein durchgängig elektronisch abbildbares System zur Verfügung zu stellen.

Teil des Beschaffungsprozesses ist auch das Finden jener Ware oder jener Dienstleistung, die das Bedürfnis bestmöglich abdeckt. Hier kann man viel Zeit am Computer mit diversen Suchsystemen verlieren oder die Vielzahl an Fachexperten in der HOGAST-Zentrale in Anspruch nehmen. Diese sind nicht nur am neuesten Stand, was die Angebote am Markt betrifft, sondern haben durch tagtäglichen Kontakt zu Mitgliedern und zu Lieferpartnern eine sehr hohe Empfehlungskompetenz. Auch EasyGoing ist in diesem Zusammenhang sehr hilfreich, da es sich in den letzten Jahren zu einer wertvollen Wissensdatenbank entwickelt hat.

Gemeinsam mit dem gesamten HOGAST-Team freue ich mich auf ein erfolgreiches Miteinander im Wirtschaftsjahr 2017/2018!

Mag. Barbara Schenk

AUF DEM WEG ZUM
ZUM OPTIMALEN 1 x 1.

WALTER VEIT
Aufsichtsratsvorsitzender

© Prost / Peter Christian Mayr

AUF DEM WEG ZUM ZUM OPTIMALEN 1 x 1.

DIE HOGAST HAT IM WIRTSCHAFTSJAHR 2016/2017 EINMAL MEHR EIN WACHSTUM VON FAST 5 PROZENT ERREICHT. WIRD IHNEN DAS NICHT UNHEIMLICH?
Es ist schon bemerkenswert, wie der Umsatz kontinuierlich gesteigert werden konnte. Er spiegelt einerseits die Leistung unserer Kolleginnen und Kollegen wider, andererseits das permanent steigende Dienstleistungsportfolio unserer HOGAST und die sehr gute Arbeit, die in der Zentrale geleistet wird. Ich bin zuversichtlich, dass diese Entwicklung weiter fortgesetzt werden kann. Der Aufsichtsrat wird weiterhin die notwendigen Mittel bereitstellen, um interne Strukturen an die wachsende Mitgliederzahl anzupassen. Uns sind die Anliegen aller Kolleginnen und Kollegen wichtig und wir wollen weitestgehend maßgeschneiderte Lösungen anbieten.

Auf Grund der Profitabilität können wir auch viele Dienstleistungen anbieten, die nicht unmittelbar in Umsatz münden bzw. bei denen wir keinen kurzfristigen Payback erwarten. Der Mitgliedernutzen steht für uns einfach im Vordergrund. Da denke ich vor allem an die §-82b-Überprüfungen, die von unserer Zentrale gestützt werden. Aber auch bei unserer relativ neuen Versicherungsdienstleistung, unserer Finanzdienstleistung oder der Projektbetreuung bei Investitionen geht Mitgliedernutzen vor Ertrag. So kann sich das Angebot seriös entwickeln und die Mitglieder werden sofort davon profitieren.

Das alles funktioniert aber nur mit einer hohen Loyalität, die ich hier wieder einmal einfordere!

STEHT DIE UNTERNEHMENSGRÖSSE NICHT IM WIDERSPRUCH ZUR GENOSSENSCHAFTLICHEN ORGANISATIONSFORM, BEI DER IN SEINER URSPRÜNGLICHEN AUSRICHTUNG DIE BETEILIGUNG DER EIGENTÜMER GROSS GESCHRIEBEN WIRD?
Ich bin überzeugt, dass die Rechtsform einer Genossenschaft für die Beschaffung nach wie vor die optimalste Form ist. Wir alle sind und bleiben Miteigentümer der HOGAST. Natürlich unterscheidet sich die HOGAST 2017 von der HOGAST der Anfangsjahre gewaltig. Aber bis heute ist sichergestellt, dass sich über den Beirat und den Aufsichtsrat sowie durch den engen Kontakt zwischen den Einkaufsberatern und den Mitgliedern jeder mit Ideen, Verbesserungsvorschlägen und konstruktiver Kritik einbringen kann.

Langer Rede kurzer Sinn: Ich schaue hochmotiviert und zuversichtlich in die Zukunft und bin sicher, dass wir alle gemeinsam diese erfolgreiche Entwicklung fortsetzen können.

NUR GEMEINSAM SIND WIR STARK – DAS ZEIGT SICH NICHT NUR BEI VERHANDLUNGEN, SONDERN AUCH BEI DER GEMEINSAMEN ENTWICKLUNG UNSERES UNTERNEHMENS. WELCHE PROJEKTE SIND IM WIRTSCHAFTSJAHR 2017/2018 IM FOKUS?
Regionalität hat sich die HOGAST schon immer auf die Fahnen geschrieben. Das Thema hat jüngst zusätzliche Dynamik aus dem Markt bekommen. Hier gilt es, Systeme zur Verfügung zu stellen, um all jenen Kolleginnen und Kollegen, die regionale Produkte vermarkten wollen, seriöse Bezugsquellen anzubieten.

Die Personalsituation ist und bleibt weiterhin eine große Herausforderung. Hier werden wir zu Themen wie z. B. Employer Branding Konzepte entwickeln, um die Betriebe von innen heraus bei der Personalsuche zu unterstützen.

Walter Veit

DAS GANZE IST MEHR
ALS DIE SUMME SEINER TEILE.

2.800
+ 100
MITGLIEDSBETRIEBE

1,13 MRD.
+ 6,1 %
UMSATZ HOGAST-UNTERNEHMENSGRUPPE

1975
WURDE DIE HOGAST ALS ERFA-GRUPPE GEGRÜNDET

DAS GANZE IST MEHR ALS DIE SUMME SEINER TEILE.

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 2016/2017 einen Umsatz von 868,9 Mio. Euro (Gruppenumsatz: € 1,13 Mrd.) erzielt hat. Neben den Preisvorteilen ist die Qualität durch Beratung und Service zum wichtigsten Leistungsfaktor geworden. Derzeit profitieren bereits rund 2.800 Mitgliedsbetriebe (HOGAST-Gruppe gesamt: 6.000) 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 %), HOGAST Einkaufsgesellschaft für das Hotel- und Gastgewerbe mbH, München (100 %), sowie die Falstaff-Jobs GmbH, Wien (50 %).

WAS WIR TUN.
Der Anspruch der HOGAST ist, die Mitglieder in allen Beschaffungsfragen zu unterstützen. Das betrifft Food & Beverage, Verbrauchs- und Investitionsgüter genauso wie Finanzdienstleistungen, Personalbeschaffung, Versicherungen, Qualitätsmanagement und Verwaltungsarbeiten. Wir schließen mit unseren Vertragslieferanten 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. Teilnehmende Betriebe haben durch ihre Mitgliedschaft einen signifikanten Vorteil gegenüber anderen Marktteilnehmern. Die HOGAST ist für die Mitglieder ein fairer und zuverlässiger Partner.

UNSERE VISION.
Die HOGAST-Gruppe ist 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.

PLUS ODER MINUS – EINE BETRACHTUNG.

4,2 %
MEHR NÄCHTIGUNGEN
IM JAHR 2016

PLUS ODER MINUS – EINE BETRACHTUNG.

2016 war für die heimische Tourismuswirtschaft ein Rekordjahr. Bei den Nächtigungen wurde erstmals die 140-Millionen-Marke überschritten. Und erstmals wurden auch deutlich mehr als 40 Millionen Gästeankünfte gezählt. Getragen wurden diese Bilanz in erster Linie durch das Plus an einheimischen Gästen und Urlaubern aus den Nachbarländern.

Die Tourismusaufwendungen von in- und ausländischen Reisenden in Österreich lagen bei 40,03 Mrd. Euro. Daraus ergaben sich direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte von 30,91 Mrd. Euro (+4,1 % gegenüber 2015) sowie ein Beitrag zum BIP von 8,8 Prozent. Weniger dynamisch war im Vergleichszeitraum die Entwicklung der Tourismuseinnahmen: Konnte nominell eine ähnliche Steigerung wie für die mengenmäßige Nachfrage realisiert werden (+4,0 %), blieben die preisbereinigten Umsätze mit +1,7 Prozent zurück. Innerhalb der EU konnte Österreich seinen Marktanteil um 0,2 Prozent steigern, mit insgesamt 5,0 Prozent liegt man europaweit weiterhin auf Rang sieben.

Die insgesamt sehr positive Entwicklung ist nicht zuletzt auf das Wirtschaftswachstum in Österreich und ganz Europa zurückzuführen. Da dieser Trend 2017 anhalten dürfte, ist auch mit einem weiteren Nächtigungs- und Einnahmenzuwachs zu rechnen.

NÄCHTIGUNGSENTWICKLUNG.
Österreichs Beherbergungsbetriebe haben im Vorjahr 140,85 Millionen Nächtigungen gezählt, das waren um 5,65 Millionen bzw. 4,2 Prozent mehr als 2015. Ein Plus gab es sowohl bei den in- als auch ausländischen Übernachtungen (4,4 bzw. 4,1 %). Mit 41,45 Millionen Touristen wurde 2016 erstmals die 40-Millionen-Marke übertroffen – ein Plus von 5,2 Prozent gegenüber dem Jahr davor. Die Zahl der inländischen Gäste stieg um 5,1 Prozent auf 13,34 Millionen, jene der ausländischen Urlauber um 5,2 Prozent auf 28,11 Millionen.

Die Nächtigungen von deutschen Gästen erhöhten sich um 4,9 Prozent auf 52,64 Millionen. Zuwächse gab es auch bei Übernachtungen von Gästen aus den Niederlanden (3,6 %), der Schweiz (3,4) und dem Vereinigten Königreich (4,3). Noch einmal deutlich eingebrochen sind hingegen die Nächtigungszahlen von Gästen aus Russland. Nachdem es bereits 2015 zu einem Rückgang von gut einem Drittel kam, waren es 2016 noch einmal um 17,8 Prozent weniger (977.000). Auch bei Gästen aus Italien (-1,8 %) und den USA (-2,0) wurden weniger Übernachtungen registriert.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer pro Unterkunft lag bei 3,4 Nächtigungen und blieb damit im Vergleich zum Vorjahr erstmals seit langem konstant, wenn auch auf niedrigem Niveau. Die Verweildauer ausländischer Touristinnen und Touristen lag mit 3,7 Nächtigungen deutlich über jener inländischer Gäste (2,84). Von den internationalen Gästen verweilten jene aus den Niederlanden (5,1 Nächte), Belgien (5,0) und Luxemburg (4,8) am längsten in Österreich.

Der Trend zu hochwertigen Unterkünften schwächte sich 2016 ab. Die stärksten Zuwächse gab es bei gewerblichen Ferienwohnungen, wo die Übernachtungen um 9,4 Prozent stiegen. In 5- und 4-Sterne-Hotels gab es ein Plus von 3,5 Prozent. Privatquartiere stagnierten mit einem Minus von 0,1 Prozent.

DER TOURISTISCHE ARBEITSMARKT.
Im Jahresdurchschnitt 2016 waren 208.144 unselbstständig Beschäftigte im Tourismus (Beherbergung und Gastronomie) tätig. Das sind um 2,6 Prozent mehr als im Vorjahr, was einem Anteil von 5,9 Prozent an den aktiv unselbständig Beschäftigten (insgesamt 3.502.431, +1,6 %) entspricht. Die Beschäftigung im Tourismusbereich in Österreich ist durch einen hohen Frauenanteil (57,4 %), zunehmende Beschäftigung von Ausländer/-innen und stark zunehmende geringfügige Beschäftigung gekennzeichnet. Ein weiteres Charakteristikum der Beschäftigungsstruktur im Beherbergungs- und Gaststättenwesen stellt das überdurchschnittlich junge Personal dar. 19,1 Prozent (gesamtwirtschaftlich: 12,6 %) der unselbstständig Beschäftigten sind unter 25 Jahre, 29,8 Prozent (gesamt: 39,8 %) über 45 Jahre alt.

Quelle: Bundeministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (Hg.): Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2016

DAS GEGENTEIL VON NULLSUMMENSPIEL.

DAS GEGENTEIL VON NULLSUMMENSPIEL.

WARENKORB 2020.
Ein Großprojekt hat im Wirtschaftsjahr 2016/2017 seinen Anfang genommen, der „Warenkorb 2020". Dahinter steckt das Ziel, dass jedes Mitglied diese wichtige Orientierungshilfe im Einkauf an die individuellen Bedürfnisse und die eigenen Einkaufsgewohnheiten anpassen können sollte. Schon im kommenden Wirtschaftsjahr sollen Teile des Projekts umgesetzt und für die Betriebe nutzbar gemacht werden.

AUSBAU DER FACHKOMPETENZ.
Im Investitionsgüter- und Verbrauchsgüter-Bereich haben die Innendienst-Expertinnen in mehreren, für die Mitglieder wesentlichen Bereichen ihr Fachwissen erweitert und teilweise auch den Lieferpartner-Pool vergrößert. Dazu zählen Trockenbau, Sicherheitssysteme, Fitnessräume, Wäschereimaschinen und Dosiertechnik.

VG-PROJEKTUNTERSTÜTZUNG.
Viele Tourismusbetriebe haben die Notwendigkeit erkannt, bei Neu- und Umbauten auch auf Details zu achten. Von Matratzen über Frotteewaren bis zu Geschirr und Besteck, alles muss an den Gästebedürfnissen orientiert werden. Die HOGAST-Verbrauchsgüterabteilung hat 2016/2017 mehrere Bauprojekte begleitet und einen wesentlichen Anteil an der erfolgreichen Neu- bzw. Wiedereröffnung gehabt.

KERNTHEMA RECRUITING.
Die Personalbeschaffung ist für viele Tourismusunternehmen ein Kernthema. Das schlägt sich auch in steigenden Abo-Zahlen im HOGAST-JobOffice nieder. Um das Recruiting über diese Online-Plattform leichter zu machen und die Erfolgsaussichten weiter zu erhöhen, wurde das JobOffice im Wirtschaftsjahr 2016/2017 einem Relaunch unterzogen. Erfreulich für die HOGAST-Mitglieder ist das Plus an registrierten Bewerbern und die steigende Zugriffsrate auf die Suchseite www.hogastjob.com.

NEUE EASYGOING-TOOLS.
Das elektronische Einkaufssystem EasyGoing wurde im Wirtschaftsjahr 2016/2017 um neue Tools erweitert. Ein Bestell-, ein Rezeptur- und ein Kalkulationsmodul erleichtern die Einkaufskontrolle im F&B-Bereich. Die HOGAST-Mitglieder können mit diesen Funktionen herausfinden, ob die richtigen Waren in der richtigen Menge geliefert werden, wieviel ein bestimmtes Gericht an Herstellungskosten verursacht und wie groß die Gewinnspanne ist.

CORPORATE DESIGN.
Die gesamte HOGAST-Unternehmensgruppe hat im Jahr 2016/2017 ein neues Corporate Design erhalten. Dieses soll darstellen, dass die HOGAST nach wie vor ein junges, dynamisches und flexibles Unternehmen ist. Die neue Außendarstellung wird seitdem schrittweise in allen Firmenbereichen implementiert.

DIE BERECHNUNG DES JAHRES.

AKTIVA

A. ANLAGEVERMÖGEN	30.228.466,52
B. UMLAUFVERMÖGEN	
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	80.047.896,34
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	52.067.855,27
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	236.412,42
D. Aktive latente Steuern	216.222,97
SUMME AKTIVA	162.796.853,52

PASSIVA

A. EIGENKAPITAL	
I. Nennkapital	1.628.880,00
II. Rücklagen	18.070.562,45
III. Bilanzgewinn	21.237.341,77
B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE	26.572,31
C. RÜCKSTELLUNGEN	1.932.283,38
D. VERBINDLICHKEITEN	119.634.833,61
E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	266.380,00
SUMME PASSIVA	162.796.853,52

DIE GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG 1. MAI 2016 BIS 30. APRIL 2017

1. Umsatzerlöse	803.483.363,14
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.009.845,03
3. Warenaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	791.543.452,61
4. Personalaufwand	6.122.609,19
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	220.922,03
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	3.924.630,33
7. Betriebsergebnis Zwischensumme aus Z1 bis Z6	2.681.594,01
8. Erträge aus Beteiligungen	920.000,00
9. Erträge aus anderen Wertpapieren	242.040,30
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	28.004,76
11. Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	760.122,96
12. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	218.014,93
13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	36.622,80
14. Finanzerfolg (Zwischensumme aus Z8 bis Z)	1.695.530,29
15. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	4.377.124,30
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	675.493,55
17. Jahresüberschuss	3.701.630,75
18. Auflösung unversteuerter Rücklagen	18.000.000,00
19. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	472.729,18
20. Jahresergebnis	21.228.901,57
21. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	8.440,20
22. Bilanzgewinn	21.237.341,77

2.800
+ 100
MITGLIEDSBETRIEBE

36,7 MIO.
+ 7,5 %
BONIFIKATIONEN

367.599,61
DURCHSCHNITTSUMSATZ/MITGLIED

Stand jeweils 30. APRIL	2014/2015	2015/2016	2016/2017
Umsatz	762.830.273,37	762.033.994,53	803.483.363,14
durchschnittlicher Umsatz/Mitglied	371.749,65	367.599,61	374.933,91
Gewinn (ohne Gewinnvortrag)	2.759.484,28	1.948.724,87	3.228.901,57
Mitglieder (mit Einkaufsberechtigung)	2.052	2.073	2.143
Mitarbeiter	87	86	87
Bilanzsumme	124.220.988,19	132.642.101,32	162.796.853,52
BONIFIKATIONEN	33.897.310,00	36.664.480,00	37.313.270,00
HOGAST Bonus	7.419.270,00	7.706.200,00	8.199.600,00
regionaler Bonus	26.478.040,00	28.958.280,00	29.113.670,00
davon Skonto	5.004.860,00	5.384.720,00	5.527.420,00
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	188.073,04	230.867,37	220.922,03
Mitarbeiterkosten / Zentralrabatt	33,95 %	33,76 %	33,33 %
sonstige Kosten / Zentralrabatt	22,15 %	22,64 %	22,04 %
HOGAST Bonifikation / Zentralrabatt	43,90 %	43,60 %	44,63 %
Personalaufwand	5.731.071,01	5.965.288,49	6.122.609,19
Wareneinsatz	752.173.114,89	750.741.581,14	791.543.452,61
Erlöse inkl. HOGAST Bonus	18.076.428,48	18.998.613,39	20.139.510,53
Zentralrabatt	16.878.968,41	17.667.651,38	18.371.420,73

AUF DIE KORREKTE ABRUNDUNG
KOMMT ES AN.

6 %
STROMPRODUKTION DURCH PHOTOVOLTAIK IN DER HOGAST-ZENTRALE

310 t
IN DER HOGAST-ZENTRALE KLIMANEUTRAL KOMPENSIERT

AUF DIE KORREKTE ABRUNDUNG KOMMT ES AN.

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 217,4 MWh im Geschäftsjahr 2016/2017 ist dies erneut gelungen. 6 Prozent 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 2016 hat die HOGAST mit ihrer Geschäftstätigkeit 310 Tonnen CO_2 produziert und durch die Unterstützung eines Projekts in Malawi/Afrika kompensiert. Die HOGAST ist und bleibt somit klimaneutral.

„UNITED AGAINST WASTE".

Ein wichtiges Umweltthema ist auch die Abfallvermeidung, deshalb ist die HOGAST Mitglied der Initiative „United Against Waste". Diese branchenübergreifende Plattform verfolgt das ambitionierte Ziel, die vermeidbaren Lebensmittelabfälle im Küchenbereich bis zum Jahr 2020 um die Hälfte zu reduzieren.

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 Lieferanten sind angehalten, ökologische und soziale Standards einzuhalten, die in einem Lieferpartnerkodex festgeschrieben sind.

HOGAST-VERANSTALTUNGEN.

Seit Herbst 2013 werden alle Veranstaltungen der HOGAST in Österreich als „Green Meetings" durchgeführt. Damit ist auch hier die Einhaltung von Nachhaltigkeitsprinzipien gewährleistet.

DIE FORMEL ZUM
ZUKÜNFTIGEN ERFOLG.

DIE FORMEL ZUM ZUKÜNFTIGEN ERFOLG.

NEUE KOMPETENZTHEMEN.
Auch im Wirtschaftsjahr 2017/2018 steht bei der HOGAST die Schärfung der Fachkompetenz im Fokus, um die Mitglieder noch besser beraten zu können. So wird im F&B-Bereich, den Mitgliederwünschen entsprechend, dem Thema Regionalität ein hoher Stellenwert eingeräumt. Die Verbrauchsgüter-Abteilung wird sich den Themen Dosiertechnik, Mietwäsche und Reinigungsgeräte intensiv widmen, das Investitionsgüter-Team den Bereichen Facility Management, Fenster und Türen, Sicherheitstechnik und Datenschutz (in Zusammenarbeit mit den HOGAST-IT-Expertinnen und -Experten).

EASYGOING-SCHULUNGEN.
Das EasyGoing wird mit weiteren Funktionen ausgestattet, insbesondere einem Sonderpreis-Infotool, um den Mitgliedern einen Überblick über die bei einzelnen Lieferanten vereinbarten Sonderkonditionen und die Laufzeit dieser Vereinbarungen zu verschaffen. Um den Betrieben und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den Umgang mit dem elektronischen Einkaufssystem zu vermitteln, wird eine neu eingesetzte EasyGoing-Schulungsbeauftragte die einzelnen Regionen besuchen und dort Schulungen abhalten. Weiters geplant sind u. a. eine lieferpartnerunabhängige Artikelsuche, eine Lieferpartnerbewertungsplattform und die Implementierung des Warenkorbs 2020.

NEUES EVENT-FORMAT.
Was die Präsentation der HOGAST nach außen betrifft, steht neben der weiteren Umsetzung des Marken-Relaunches ein neues Event-Format im Mittelpunkt: „NEXT 2017" richtet sich speziell an Jungunternehmer und Unternehmensnachfolger. Die junge Generation soll mit spannenden Vorträgen inspiriert und zum innovativen Denken und Handeln ermutigt werden. Außerdem besteht im Rahmen der Veranstaltung die Möglichkeit für einen spannenden Erfahrungsaustausch.

WEITERE MASSNAHMEN.
Ein Alleinstellungsmerkmal der HOGAST in ihrer Branche ist die persönliche Betreuung der Betriebe durch Mitgliederberater. Diese Betreuung wird durch die die Aufstockung des Einkaufsberater-Teams weiter intensiviert. Das „Empfohlene-Produkte"-Service im EasyGoing wird z. B. um Tischtennistische erweitert. Mit der Bedarfsbündelung, u. a. bei Kaffeemaschinen, soll die Preiskompetenz weiter geschärft werden. Und nicht zuletzt soll die JobOffice-Plattform optimiert werden, um die Tourismusbetriebe bei der Personalsuche optimal unterstützen zu können.

EMPLOYER BRANDING
Hinter dem Begriff „Employer Branding" steckt das Ziel, das eigene Unternehmen intern und extern als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren. Darüber hinaus soll die Mitarbeiterbindung verstärkt werden – das Personal soll sich mit den Zielen des Tourismusbetriebs identifizieren und Mitarbeiter sollen zu Markenbotschaftern gemacht werden. Im Mittelpunkt steht die optimale Positionierung des Unternehmens im Rahmen einer Corporate-Identity-Strategie, welche insbesondere die Markenwahrnehmung zum Ziel hat. Die Entwicklung der Arbeitgebermarke kann mit Hilfe verschiedener Konzepte umgesetzt werden, individuell – je nach Betrieb.

DIE PERFEKTE LÖSUNG
DER AUFGABE.

DER AUFSICHTSRAT DER HOGAST:

Ing. Walter Veit
Vorsitzender
Hotel Enzian, Obertauern

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

Gudrun Peter
Mitglied des Aufsichtsrats
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

DER AUFSICHTSRAT DER HOGAST:

Mag. Barbara Schenk
Vorständin

Günther Obmascher
Vorstand

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 Mader, Hotel Mader, Steyr
Johannes Roither, Gasthof Mitten in der Welt, Neusserling
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
Mag. Christian Wendl , Höss-Salettl, Hinterstoder
Wilfried Winzer, Hotel Winzer Wellness & Spa, St. Georgen im Attergau
Johann Lüftenegger, Alm.Gut, St. Margarethen
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
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
Erich Lumpert, Hotel Sägerhof, Tannheim
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:

Beiräte 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, Rohrmoos, Steir. Ennstal
Georg Hochegger, Alpengasthof Hochegger, Bad St. Leonhard
Horst Jernej, Cafe-Restaurant Seerose, St. Kanzian
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
Johann Peheim, Kur- und Fremdenverkehrsbetriebe, Bad Radkersburg
Daniel Kaufmann, Hotel Restaurant Staribacher, Leibnitz/Kaindorf
Rainer Ogrinigg, Gut Pössnitzberg, Leutschach
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
Martin Waldner, Hotel Gartnerkofel, Hermagor
Josef Monschein, Gasthof Turmwirt, Kindberg
Josef Rath, yes – rasten. shoppen. auftanken., Großpesendorf

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte Ost:

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

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte der individuellen Mitgliederberatung:

Thomas J. Bauer, Vamed Vitality World, Wien
Franz Boindl, Austria Hotels – Head and Sales Office, 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

MIT DENEN DARF MAN IMMER RECHNEN.

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 Lieferanten. Daraus ergibt sich eine Win-win-Situation für beide Seiten, die von der HOGAST angestrebt wird.

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN MITGLIEDER

nach Betriebsstätten, alphabetisch gereiht:

Aldiana Clubhotel, Bad Mitterndorf
Alpenrose, Lermoos
Alpenrose, Maurach/Achensee
Aqua Dome, Längenfeld
Burghotel, Lech
Dachsteinkönig, Gosau
Engel, Grän
Feuerberg, Bodensdorf
Friesacher, Anif
Grand Hotel, Wien
Hochschober, Turracherhöhe
Intercont, Wien
Jagdhof, Hof/Salzburg
Jungbrunn, Tannheim
Robinson Club, Ampflwang
Linsberg Asia, Bad Erlach
Löwe & Bär, Serfaus
Quellenhof, Leutschach
Pichlarn, Aigen
Posthotel, Achenkirch
Reiters Allegria, Stegersbach
Reiters Reserve, Bad Tatzmannsdorf
Rogner, Bad Blumau
Sacher, Wien
Schlosshotel, Fiss
Sporthotel, Wagrain
Tauern Spa, Kaprun
Thermenzentrum, Geinberg
Trofana Royal, Ischgl
Warmbaderhof, Villach

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN LIEFERANTEN

alphabetisch gereiht:

A1 Telekom, Wien
AGM Österreich
Brau Union, Linz
Brolli, Graz
Energieallianz, Wien
Fleischhof Oberland, Imst
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
Tigas, Innsbruck
Tiwag, Innsbruck
Transgourmet Österreich
VKW, Bregenz
Wedl, Mils

AUF KONSTANTEN KANN
MAN SICH VERLASSEN.

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

Dieser Geschäftsbericht wird nur in digitaler Form aufgelegt.
Zur Ressourcenschonung verzichten wir auf eine Printversion
sowie den postalischen Versand.

Bildnachweis © iStock (S.1, 3, 8, 10, 12, 14, 16, 18)