

EINE CHRONIK DES ERFOLGS

ahead

DIE ERSTEN
40 JAHRE



Gemeinsam einen Schritt voraus



Mag. Barbara Schenk
und Günther Obmascher,
hogast-Geschäftsführung

Liebe Leserinnen und Leser,

40 Jahre sind eine lange Zeit. Vor allem, wenn man es sich zur Aufgabe gemacht hat, stets einen Schritt voraus zu sein und zu bleiben. Die hogast hat das geschafft – soviel dürfen wir Ihnen bereits vor der Lektüre dieser Chronik verraten. Das Jubiläumsjahr ist für uns ein willkommener Anlass, die Geschichte der hogast Revue passieren zu lassen und Menschen und Erfolgsgeschichten vor den Vorhang zu holen. Eines der großen Erfolgsgeheimnisse findet sich im Slogan „Gemeinsam einen Schritt voraus“, den die hogast über viele Jahre verwendet hat. Daraus abgeleitet haben wir diese Publikation mit „ahead“ betitelt. Das erfüllt unseren Anspruch an Modernität. Für uns ist dieser Vorsprung Antrieb und Ziel zugleich: Wir arbeiten immer daran, ihn weiter auszubauen. Zum Nutzen jedes einzelnen Mitglieds.

Besonders wichtig ist das Gemeinsame, ohne das es die hogast nicht gäbe. Über die Jahrzehnte hat die gemeinsame Arbeit all das möglich gemacht, was die hogast heute ist. Von den ersten Tagen an haben Dutzende, später Hunderte, heute Tausende Mitglieder Zeit und Energie in die gemeinsame Sache investiert. Immer in der Gewissheit, dass es der Beitrag eines jeden einzelnen Mitglieds ist, der die hogast voranbringt.

Die gemeinsame Arbeit ist bis heute Kern unseres Daseins, Grundlage für jede Leistung und jeden Erfolg: Sei es in den vielen regionalen Einkaufsgruppen, im Gremium der Beiräte, in Workshops oder auf Veranstaltungen, im Aufsichtsrat, im Gespräch zwischen hogast-Mitarbeiter und Mitglied oder im Austausch mit Lieferpartnern. All diese Kontakte dienen dem einen höheren Ziel: gemeinsam noch besser zu werden. Bei der Beschäftigung mit den vergangenen Jahrzehnten hat uns

vor allem die Loyalität beeindruckt, mit der die Mitglieder seit jeher in der hogast aktiv sind. Uns ist es ein besonderes Anliegen, diese Loyalität weiter zu fördern. Sie ist der wichtigste Faktor dafür, dass wir einen Schritt voraus bleiben. Je größer die Unterstützung für Angebote und Dienstleistungen der hogast, desto mehr Nutzen hat jedes einzelne Mitglied davon.

Loyalität soll allerdings nicht als bedingungslose Unterstützung missverstanden werden. Wir brauchen Widerspruch, Unzufriedenheit und Vorausdenken, um stets besser zu werden – das zeigt unsere Geschichte ganz klar. Neue oder bessere Leistungen sind nur möglich, wenn Mitglieder, Beiräte und Funktionäre sich mit ihrer hogast identifizieren und Verbesserungsvorschläge einbringen. Teilen Sie uns Ihre Ideen doch ganz einfach mit oder diskutieren Sie mit Ihren Kollegen darüber, vielleicht ist das eine oder andere Thema ja für die Mehrzahl der Mitglieder relevant.

Auch zum Jubiläum freuen wir uns über Ihren Beitrag. Ein Magazin bietet nur begrenzten Platz, daher gibt es www.40jahrehogast.at als Ergänzung, um Raum für all das zu schaffen, was hier zu kurz kommt. Falls Sie gute Geschichten oder Erinnerungen mit Bezug zur hogast haben, dann posten Sie diese bitte im Menüpunkt „Ihr Beitrag“. Wie immer kommt dabei die Mitwirkung eines jeden Einzelnen allen zugute.

Wir sind dankbar für die Jahre, die wir nun schon Teil der hogast sein durften, und blicken mit Optimismus in die Zukunft. Auf viele weitere Jahre voller Erfolge für eine einzigartige Genossenschaft und Gemeinschaft!



Mag. Barbara Schenk



Günther Obmascher

content



06

Von Anfang an der Zeit voraus



Meilensteine des Erfolgs

12



„Jetzt ackern ma mit da Goaßl!“

10



Macher der hogast

18



Eine Branche nimmt ihr Schicksal selbst in die Hand

22



26

Hinter jedem Erfolg steckt ein starkes Team

Zahlenspiele

34



„Wir sind mit der hogast gewachsen“

37

42

Erbe und Auftrag



Wohin geht die Reise?
Ein Blick in die Zukunft

44

Editorial02
 Reportage vom Anfang06
 Pioniere08
 Interview mit Helmut Peter10
 Meilensteine und Wegbereiter12
 Die Geschäftsführer18
 Tagebuch-Erinnerungen20
 Was eine Genossenschaft ausmacht22
 Manches geht nur gemeinsam24
 Wie man Mauern zum Einstürzen bringt25
 Hinter jedem Erfolg steckt ein starkes Team26
 Die Leistungen im Überblick30

Lösungen für jede Anforderung32
 Zahlenspiele34
 Eine intensive Partnerschaft36
 Interview mit Peter Morandell37
 Nicht alles ist aufgegangen38
 Nachhaltig von Anfang an40
 Interview mit der Geschäftsführung42
 Ein Blick in die Zukunft44
 Gastbeitrag von Trendforscher Nils Müller46
 Next Generation am Wort48
 Dank an Unterstützer50
 Impressum50

Von Anfang an der Zeit voraus

In der heimischen Hotellerie und Gastronomie ist eine bislang undenkbbare Bewegung entstanden. Ausgehend von den jüngst in Mode gekommenen ERFA-Gruppen entsteht eine professionelle, österreichweit aktive Einkaufsorganisation. Kann das funktionieren? Eine bisher unveröffentlichte Reportage erzählt von den entscheidenden Momenten zwischen Herbst 1975 und Beginn der Wintersaison 1976.

3. September 1975

Uralte Gewölbe verleihen dem Treffen im Gmundner Restaurant Sonnenhof die Aura eines Geheimbundes. Und noch ist das, was hier entstehen soll, auch mehr oder weniger geheim. Eingeladen hat die ERFA-Gruppe Oberösterreich. Gekommen sind Vertreter einiger der bekanntesten heimischen Tourismusbetriebe – vorwiegend die junge Generation, das spürt man auch am Eifer der Diskussionen, die hier nun schon einen Nachmittag lang laufen. Es liegt etwas in der Luft, man kann förmlich spüren, dass die Idee das Potenzial hat, ganz groß zu werden. Schon länger versuchen ERFA-Gruppen oder regionale Gemeinschaften einen gemeinsamen Einkauf – neben den Oberösterreichern sind auch die Oberkärntner und Murtaler aktiv, auch in St. Wolfgang, Kitzbühel und rund um den Arlberg kooperieren Betriebe, die eigentlich in Konkurrenz stehen. Nun aber planen, nein, beschließen diese Gruppen, sich bundesweit zu verbünden und eine professionelle Einkaufsorganisation zu schaffen. Was mag das für Auswirkungen auf die Branche haben?

20. Februar 1976

Vom stimmungsvollen Kellergewölbe in einen monumentalen Bau an der Wiener Ringstraße: Man kann den Proponenten der hogast – nun hat das Kind einen Namen – und ihrem Ehrgeiz nur Respekt zollen. Nur ein halbes Jahr lag zwischen dem Beschluss und der heutigen Gründungsgeneralversammlung. Eben unterzeichnen 17 Gründungsmitglieder im noblen Hotel Bristol die Satzungen der neuen Einkaufsgenossenschaft. Möglich gemacht haben das auch starke Partner: Volle Unterstützung kommt von der Österreichischen Hotelierversammlung, Generalsekretärin Eva Traxler ist anwesend, sie will die Vorstellung der hogast und ihrer Vorteile auf ÖHV-Veranstaltungen ermöglichen. Finanzielle Unterstützung für die Anfangsphase kommt von der Österreichischen Volksbanken AG, Generaldirektor Erich Werner hat 500.000 Schilling und außerdem Räumlichkeiten in einer Volksbank zugesagt.



Im mondänen Hotel Bristol wurden die Satzungen der hogast von den Gründungsmitgliedern unterzeichnet.

1. Juli 1976

Der Tresorraum der Volksbank Taxham in Salzburg macht deutlich, wie die hogast aufgestellt ist: möglichst sparsam, ganz im Sinne ihrer Mitglieder, die eine effiziente Organisation verlangen. Salzburg wird als geografischer Mittelpunkt Österreichs der Hauptsitz der Gesellschaft. Mit Leopold Grafinger haben die Hoteliers und Gastronomen nun einen Fachmann für die Geschäftsführung gefunden. Dieser Tresorraum wird ab heute sein Arbeitsplatz sein. Unterstützung erhält er anfangs nur von ehrenamtlich tätigen Funktionären – seine Mitglieder und Eigentümer zugleich. Diese waren in den vergangenen Monaten eifrig bei der Werbung für die neue Einkaufsgenossenschaft, die nun bereits 122 Betriebe umfasst. Vorerst soll es dabei bleiben. Denn Leopold Grafinger will im ersten Schritt möglichst alle davon besuchen, um deren individuellen Bedürfnisse auszuloten. Parallel dazu sollen erste Verhandlungen mit Lieferpartnern starten. Der offizielle Einkaufsbeginn ist mit 1. Januar 1977 festgelegt worden.

29. Oktober 1976

Die erste „echte“ Generalversammlung findet im ehrwürdigen Hotel Pitter in Salzburg statt. Der dortige Gastgeber Karl Fellner ist ein glühender Unterstützer der ersten Stunde und hat bereits Räumlichkeiten zugesagt, sobald der Tresorraum, wie absehbar, zu klein wird. Helmut Peter vom Weissen Rössl wird ob seines unermüdlichen Einsatzes für die hogast als Vorstandsobmann bestätigt, ebenso wie der Vorsitzende des Aufsichtsrats, Franz Pölzl, der als Visionär zu begeistern weiß.

Er gibt auch den neuen Leitspruch aus: Individualisten im Verkauf, jedoch eine starke Gemeinschaft im Einkauf. Geschäftsführer Grafinger berichtet, dass die Lieferpartner noch nicht so recht daran glauben, dass mehr als 100 Betriebe wirklich konsequent gemeinsam einkaufen. Erst wenn das bewiesen sei, stelle die hogast eine Macht in einem umkämpften Markt dar und erhalte entsprechende Konditionen. Ab sofort werden auch wieder Betriebe aufgenommen. Jedes Mitglied soll ein neues werben und auf dessen Loyalität zur hogast achten. Zum Abschluss ruft Helmut Peter nochmals eindringlich dazu auf, die erste Einkaufsrunde zu unterstützen. Diese wird übrigens auf 1. Dezember 1976 vorverlegt, damit sich die Winterbetriebe noch eindecken können. Man ahnt, dass es nicht das letzte Mal ist, dass die hogast der Zeit voraus ist.



Im Herbst 1976 machten die Proponenten bei der ersten Generalversammlung klar, dass der Weg zum Erfolg über Loyalität führt.

Pioniere mit Weitblick

Die Gründung der hogast war nur möglich, weil Pioniere ihre kurzfristigen Eigeninteressen für eine visionäre Idee zurückgestellt haben. Einige davon werden hier näher vorgestellt, sie stehen stellvertretend für viele andere, die seither unfassbar viel Zeit und Energie in die Verwirklichung eines damals noch unsicheren Vorhabens investiert haben. Sie alle haben eine große Bühne verdient: Daher gibt es www.40jahrehogast.at, wo Erinnerungen veröffentlicht werden können, die hier fehlen.



Erfahrungsaustausch, kurz ERFA: Das wollten acht Betriebe quer durch Oberösterreich und die Begeisterung war groß. Initiator war Max Eidlhuber, damals Gastwirt und Hotelier, heute Präsident der Vereinigung „Schloss-hotels und Herrenhäuser“. Schon bald kristallisierte sich der Einkauf als gemeinsamer Nenner heraus: „Wir haben bei Rechberger Glas und Porzellan gemeinsam bestellt und bei Morandell Wein und Getränke“, erinnert sich Eidlhuber. Schon bald war klar gewesen, dass es eine breitere Basis braucht, um gute Ergebnisse zu erzielen. Nachdem Helmut Peter vom Weissen Rössl zur Truppe gestoßen war, nahm der Plan an Fahrt auf. Eidlhuber und Peter tourten durch Österreich und nutzten vornehmlich ÖHV-Landesversammlungen, um Kollegen von den Vorteilen eines gemeinsamen österreichweiten Einkaufs zu überzeugen. Wenig Überzeugung brauchte es bei Siegfried Brandstätter

vom Seehotel Jägerwirt auf der Turracher Höhe: „Auch unsere ERFA-Gruppe hat sich damals am gemeinsamen Einkauf versucht, aber die Ergebnisse waren bescheiden.“ Es sei klar gewesen, dass es ein professionelles Management braucht. Die gesamte Gruppe sei daher geschlossen und mit Begeisterung in die hogast eingetreten. Mehr Erfahrung und Erfolg mit dem gemeinsamen Einkauf hatte die ERFA-Gruppe Kärntner Oberland, die bereits ein beachtliches Umsatzvolumen aufweisen konnte. Die dortigen Protagonisten waren Reinhard Pulverer und Günther Ronacher, die Bad Kleinkirchheim auf den Weg zur Tourismushochburg geführt haben, sowie Arnold Pucher, der das Nassfeld erschlossen hat. Auch sie waren von Anfang an Feuer und Flamme für die hogast.

In Vorarlberg konnte Helmut Schwärzler der ERFA-Gruppe Arlberg-Montafon-Brandnertal seine Erfahrungen mit der Schweizer Einkaufsgesellschaft HOWEG schildern, in der er

Mitglied mit seinem liechtensteinischen Betrieb war. Auch aus dieser Erfahrung heraus war von Anfang an klar, dass die hogast selbst kein Lager und keine Auslieferung betreiben würde. Die Vorarlberger strebten ebenso wie die anderen Gruppen einen österreichweiten Zusammenschluss an. Die hogast fand aber auch frühe Unterstützer, die sich nicht dem Erfahrungsaustausch verschrieben hatten: Aus Salzburg war Karl Fellner mit dem Hotel Pitter von Anfang an dabei, in Kitzbühel waren DDr. Herbert Thurner vom Hotel Ehrenbachhöhe und Eva von Pasquali vom Hotel Tennerhof starke Fürsprecher und in Wien engagierte sich Direktor Gerhard Paul vom Hotel Bristol ab der ersten Stunde.

Zwei weitere relevante Unterstützer fanden sich in Wien: Die Österreichische Volksbanken AG (ÖVAG) und die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV). ÖVAG-Generaldirektor Erich Werner kam anderen Unterstützungsangeboten – etwa

vom umtriebigen Ministerialrat Dr. Anton Würzl – zuvor, indem er 500.000 Schilling für die Startphase der hogast bereitstellte. Entscheidend war auch die Unterstützung der ÖHV. Die damalige Generalsekretärin Eva Träxler ermöglichte es den hogast-Proponenten, ihre Ziele und Ideen bei den Landesversammlungen vorzustellen, um erste Mitglieder zu gewinnen. „Ohne ÖHV gäbe es die hogast heute nicht“, sagt Helmut Peter.

Max Eidlhuber ist überzeugt, dass es das frühe Engagement einer vergleichsweise großen Anzahl von namhaften Hoteliers und Gastronomen war, das zum schnellen Wachstum der hogast geführt hat: „Es hat wesentlich zum Gelingen beigetragen, dass so viele Persönlichkeiten aus ganz Österreich von der Idee überzeugt waren und die entsprechende Unterstützung bei der Gründung und beim Aufbau der hogast geleistet haben.“

„Jetzt ackern ma mit da Goafß!“

Helmut Peter, Alt-Wirt im Weissen Rössl, war erster Vorstandsboss der hogast. Seine Aufgabe war es, möglichen Mitstreitern zu zeigen, wie man „mit da Goafß ackert“ – den Einkauf also viel besser als bisher macht.

ahead: *Wie hat damals alles angefangen?*

Peter: Die Mitglieder der ERFA Oberösterreich wollten ihre Gruppe nach dem Vorbild der Zentralsport erweitern und sind auf mich zugekommen, weil ich in der Ferienhotelgruppe St. Wolfgang bereits Erfahrung im gemeinsamen Einkauf gesammelt habe. Wir haben dann die Idee sehr schnell an die ÖHV herangetragen, die uns die Chance gegeben hat, das Konzept bei deren Veranstaltungen vorzustellen. Dann ist es relativ schnell gegangen, offenbar hat mein G'satzerl bei diesen Versammlungen gewirkt. Wir hatten auch sehr starke Fürsprecher und Mitstreiter von Anfang an, etwa Eva von Pasquali aus Kitzbühel oder die ERFA-Gruppe Kärntner Oberland rund um die Tourismuspioniere Ronacher, Pulverer und Pucher, die bereits Erfahrung mit dem gemeinsamen Einkauf hatten.

ahead: *Aber es hat auch Widerstand gegeben?*

Peter: Wir waren damals fast alle um oder unter 30, viele ältere Herrschaften haben uns von unseren Plänen abgeraten. Ich erinnere mich an eine Sitzung in der Wirtschaftskammer in Wien, dort haben wir enthusiastisch von unseren Plänen erzählt, die durchwegs älteren Herren in ihren dunklen Anzügen waren aber nicht gerade begeistert. Aber wir jungen

Kerle hatten auch wertvolle Unterstützung von erfahrenen Leuten, man denke nur an Helmut Schwärzler aus Vorarlberg und Karl Fellner vom Hotel Pitter in Salzburg, die waren enorm wichtig für uns.

ahead: *Wie nahm die hogast nach der Gründung Fahrt auf?*

Peter: Mit Dr. Leopold Grafinger haben wir einen sehr kreativen Mann gefunden, der die Geschäfte geführt und die Idee verwirklicht hat. Es war ein echtes Start-up damals, nur dass wir halt im Tresorraum der Volksbank Taxham saßen und nicht in der Garage. Im ersten Jahr haben wir schon einen Umsatz von umgerechnet fast über 5 Millionen Euro verbucht. Als dann der Tresorraum zu klein wurde, hat uns Karl Fellner großzügigerweise ein Büro im Hotel Pitter zur Verfügung gestellt.

ahead: *Hat sich alles so entwickelt wie erhofft?*

Peter: Das große Ziel haben wir erreicht, ganz klar. Aus meiner Sicht hat es natürlich auch Fehler gegeben – den hobex-Verkauf und die Einstellung von hogast-Data etwa –, aber solche Entwicklungen sind ganz normal. Heute beobachte ich die Entwicklung mit Respekt, vor allem das enorme Know-how im hogast-Team ist beachtlich. Die Branche selbst ist mit der hogast und der Zusammenarbeit disziplinierter und vernunft-orientierter geworden. Das erspart den Betrieben, aber auch den Lieferpartnern enorme Kosten.

Helmut Peter war Gründungsmitglied der hogast und hat über viele Jahre im Vorstand und Aufsichtsrat entscheidend zum Aufbau und der Weiterentwicklung beigetragen.



Fokussieren

Erkennen

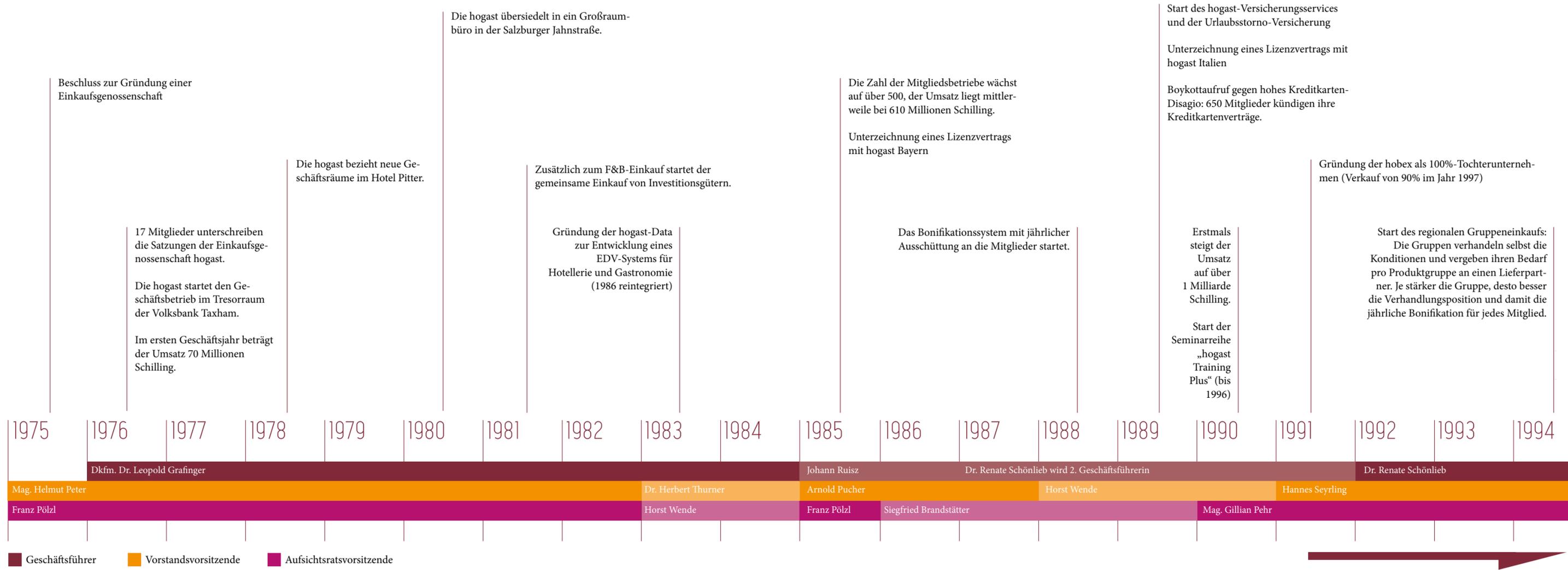
Handeln

Meilensteine des Erfolgs

12

13





■ Geschäftsführer ■ Vorstandsvorsitzende ■ Aufsichtsratsvorsitzende



DKFM. DR. LEOPOLD GRAFINGER
Geschäftsführer



FRANZ PÖZL
Aufsichtsratsvorsitzender



JOHANN RUISZ
Geschäftsführer



SIEGFRIED BRANDSTÄTTER
Aufsichtsratsvorsitzender



DR. RENATE SCHÖNLIEB
Geschäftsführerin und
Vorstandsvorsitzende



MAG. GILLIAN PEHR
Aufsichtsratsvorsitzende



MAG. HELMUT PETER
Vorstandsvorsitzender



DR. HERBERT THURNER
Vorstandsvorsitzender



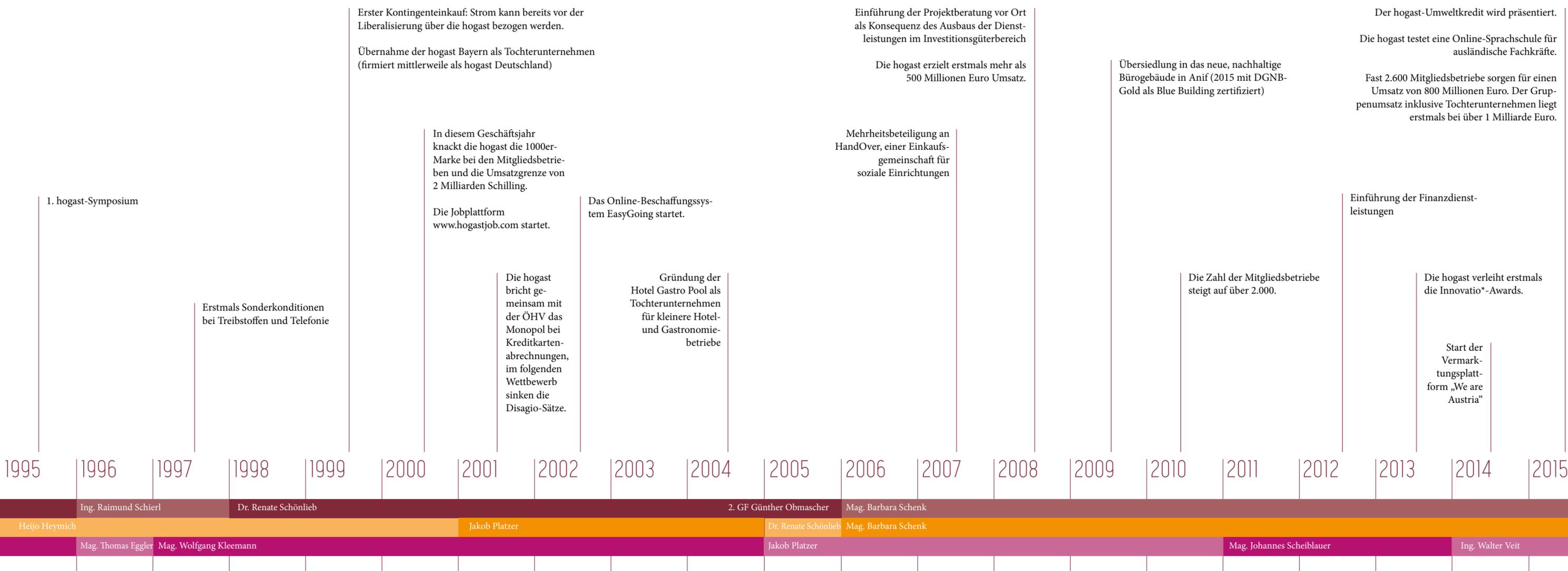
ARNOLD PUCHER
Vorstandsvorsitzender



HORST WENDE
Vorstands- und
Aufsichtsratsvorsitzender



HANNES SEYRLING
Vorstandsvorsitzender



■ Geschäftsführer
 ■ Vorstandsvorsitzende
 ■ Aufsichtsratsvorsitzende



ING. RAIMUND SCHIERL
Geschäftsführer



MAG. THOMAS EGLER
Aufsichtsratsvorsitzender



JAKOB PLATZER
Vorstands- und Aufsichtsratsvorsitzender



GÜNTHER OBMASCHER
Geschäftsführer



MAG. BARBARA SCHENK
Geschäftsführerin und Vorstandsvorsitzende



HEJO HEYMICH
Vorstandsvorsitzender



MAG. WOLFGANG KLEEMANN
Aufsichtsratsvorsitzender



MAG. JOHANNES SCHEIBLAUER
Aufsichtsratsvorsitzender



ING. WALTER VEIT
Aufsichtsratsvorsitzender

Bis 2005 rekrutierte sich der hogast-Vorstand aus Mitgliedern, anschließend wurden Vorstandsvorsitz und Geschäftsführung verschmolzen. Neben den hier präsentierten Vorsitzenden leisteten und leisten viele weitere Mitglieder in Vorstand und Aufsichtsrat wertvolle Arbeit.

Die Macher der hogast

Spricht man heute mit ehemaligen Funktionären der hogast, dann erzählen sie weniger von den eigenen Leistungen, als vielmehr von den Geschäftsführern der hogast. Sie alle genießen höchsten Respekt dafür, dass sie die Ideen und Vorgaben aus dem Aufsichtsrat und dem Vorstand in konkrete Leistungen zum Nutzen der Mitglieder umgesetzt haben.



Dkfm. Dr. Leopold Grafinger (r.) brachte die nötige Branchenerfahrung mit, um die hogast Wirklichkeit werden zu lassen.



Ing. Raimund Schierl (l.) führte die hogast während der Auszeit von Renate Schönlieb.



Dr. Renate Schönlieb verstand es, die hogast über Jahrzehnte auf zurückhaltende und doch einnehmende Art zu immer neuen Höhen zu führen.



Johann Ruisz (l.) brachte als Innovator viele Projekte ins Laufen und öffnete die hogast für neue Themen.

Es war ein Glück, dass wir Leopold Grafinger für die hogast gewinnen konnten. Ohne ihn wäre nichts gegangen“, sagt Gründungsmitglied Siegfried Brandstätter. Durch seine Arbeit für einen großen Spirituosenhersteller habe er bereits enormes Wissen über die Branche mitgebracht, das sei entscheidend für die Anfangsphase gewesen. Auch Helmut Peter ist voll des Lobes: „Alle Ehre gebührt Dr. Grafinger, er hat es verstanden, ein klares Geschäftskonzept zu entwickeln und es möglichen Mitgliedern näherzubringen.“

Die Arbeit damals war nicht einfach: Die hogast war noch nicht mehr als eine Idee und in der Branche weitestgehend unbekannt, mögliche Lieferpartner waren skeptisch, dazu waren die Proponenten überwiegend junge Burschen, auf die Grafinger als erfahrener Mann mit mehr als 40 Lenzen auf dem Buckel hören musste. Abgesehen von den ehrenamtlichen Funktionären wirkte er anfangs als Einzelkämpfer von einem Tresorraum aus.

Grafinger hat damals in kürzester Zeit enorme Fortschritte erzielt. Wenige Jahre nach dem Start hat er erste Investitionsgüter über die hogast verfügbar gemacht – ein visionärer Schachzug. In den ersten zehn Jahren hat er nicht nur alle bis heute gültigen grundlegenden Prozesse der hogast entwickelt, sondern die Genossenschaft auch auf mehr als 500 Mitgliedsbetriebe mit einem Umsatz von über 600 Millionen Schilling gebracht.

Auch am Erfolg seines Nachfolgers hatte Leopold Grafinger wesentlichen Anteil: „Johann Ruisz hat sehr viel von Grafinger gelernt, bevor er die Geschäftsführung übernommen hat, damit war der Wechsel kein Problem“, schildert Siegfried Brandstätter. Dazu kam seine Stärke als Innovator, der viele neue Projekte vorantrieb. So war Ruisz die treibende Kraft hinter der Seminarreihe „hogast Training Plus“, die bei den Mitgliedern allerdings nicht so gut wie erhofft ankam. Auch im Kampf gegen die steigenden Disagio-Sätze bei Kreditkarten war er an vorderster Front tätig, die darauffolgende Gründung der hobex hat Johann Ruisz in die Wege geleitet.

Dabei hatte er es so wie alle bisherigen Geschäftsführer nicht leicht, wie die ehemalige Aufsichtsratsvorsitzende Gillian Pehr schildert: „Hans Ruisz war wirklich sehr gefordert mit uns im Aufsichtsrat, wir waren gemeinsam mit dem Vorstand ständig mit der Weiterentwicklung des Unternehmens befasst und wollten einen Aufbruch einleiten.“ Doch Ruisz fand beispielsweise einen Weg, wie man erstmals auch Großbetriebe in die hogast aufnehmen konnte.

Bereits 1987, also zwei Jahre nach seinem Antritt, bekam Ruisz allerdings Unterstützung von einer Frau, die wie niemand sonst die Geschichte der hogast prägen sollte: Renate Schönlieb. Mit kurzer Unterbrechung war sie bis 2006 in der Geschäftsführung sowie später auch im Vorstand tätig. Ihr liegen die Funktionäre noch heute zu Füßen: „Frau Dr. Schönlieb hat das Unternehmen geführt, als wäre es ihr eigenes. Obwohl sie eigentlich tausende Chefs hatte, hat sie das bravourös gemeistert“, sagt Jakob Platzer, langjähriger Aufsichtsrats- und Vorstandsvorsitzender. Diese Identifikation mit der hogast streicht auch Helmut Peter hervor: „Renate Schönlieb hat die hogast auf ihre stille Art und mit ihrem einnehmenden Wesen wie ihr Kind betrachtet und toll entwickelt.“

Siegfried Brandstätter lobt vor allem ihre kommunikativen Fähigkeiten: „Eine sehr angenehme Frau, die ausgesprochen mitgliederorientiert gehandelt hat. Das hat damals viel ausgemacht, weil wir noch viele zusätzliche Betriebe aufnehmen konnten und wollten.“ Jakob Platzer ist noch heute überrascht, mit wie viel Respekt Schönlieb ihm, dem „34-jährigen Rotzlöffel, den sie ihr vor die Nase gesetzt haben“, damals begegnet sei. Die jahrelange Zusammenarbeit sei hervorragend gelaufen, hogast habe sich in der „Ära Schönlieb“ enorm entwickelt: „Renate Schönlieb ist die wahre Heldin der hogast“, sagt Platzer.

1996 wollte sich Schönlieb ins Privatleben verabschieden. Der langjährige hogast-Mitarbeiter Ing. Raimund Schierl übernahm daraufhin das Steuer und hielt die hogast auf Kurs. Gemeinsam mit dem damaligen Vorstandsvorsitzenden Heijo Heymich öffnete er die Genossenschaft für neue Themen wie Treibstoffe und Telefonie. Nach zwei Jahren kam allerdings die Nachricht von Renate Schönlieb, dass ihr das Privatleben allein nicht ausreichend Erfüllung bot. Die hogast wollte sich diese Chance angesichts der langjährigen positiven Erfahrungen nicht entgehen lassen. Schönlieb blieb anschließend noch weitere zehn Jahre in der Geschäftsführung, damit hatte sie während mehr als der Hälfte der gesamten hogast-Geschichte die Zügel in der Hand.

Über die aktuelle Geschäftsführung ist auch viel Positives von den ehemaligen Funktionären zu erfahren. Zu viel loben will jedoch noch niemand öffentlich, um die hohe Motivation nur ja nicht zu stören. Helmut Peter macht die Ausnahme, er zieht den Hut vor Günther Obmascher, seine Idee und das Geschäftskonzept für kleinere Betriebe, die heute im Tochterunternehmen Hotel Gastro Pool gebündelt sind, seien phänomenal gewesen. Und bei Barbara Schenk erkennt er die Identifikation mit dem Unternehmen, wie sie schon Renate Schönlieb gezeigt habe und die enorm wichtig sei, um eine so große Genossenschaft auf Kurs zu halten. Die beiden verstünden es, gemeinsam mit enorm fähigen Leuten in der Führungsebene und einem sensationellen Team Jahr für Jahr Bestleistungen zu liefern, die bemerkenswert seien.

Liebes Tagebuch ...

3.9.1975

Heute hat uns Helmut Schwärzler, unser "Grandseigneur" in der ansonsten durchwegs jungen Gründungsrunde, einen guten Tipp mit auf den Weg gegeben: "Die hogast, des muass a Brettle bleiben, des darf koa Apparat wern." Damit war der heute noch gültige Auftrag zu Effizienz und Effektivität an das Team in der Zentrale geboren. Vorarlberg ist in dieser Hinsicht bekanntermaßen ein Bundesland mit guter Vorbildwirkung!

Zensiert!

Ein Mitarbeiter (kein Name, kein Datum!) hat einen neuen Firmenwagen bekommen. Vorstand und Aufsichtsrat meinten, wenn die hogast den Wagen schon zahlt, dann sollte auch das Firmenlogo drauf sein. Das wollte der Mitarbeiter aber partout nicht. Karl Fellner vom Hotel Pitter hat daraufhin seinen privaten Mercedes rundum mit hogast-Logos beklebt, um dem Kollegen zu zeigen, dass man sich damit nicht schämen muss.

30.4.1990

Mit dem heutigen Tag ist klar, dass die hogast erstmals eine Milliarde Schilling umgesetzt hat. Das ist durchaus Grund zum Feiern, in der Zentrale dürfen wir das eine oder andere Fläschchen öffnen. Irgendwer hat bei dieser Gelegenheit beiläufig fallen gelassen, dass unser Aufsichtsratsvorsitzender, Siegfried Brandstätter vom Seehotel Jägerwirt, nun unser "Milliardenkaiser" ist. Wir haben das Gefühl, dass er diesen Spitznamen behalten wird.



30.4.2001

Unsere Mitglieder scheinen es mit den Milliarden zu haben, jetzt wird schon wieder gefeiert! Diesmal sind es die Tiroler, die es geschafft haben, allein eine Milliarde Schilling Einkaufsvolumen über die hogast abzuwickeln. Das Wachstum ist atemberaubend. Die heutige Feier in Seefeld ist auch legendär, wir versprechen den Mantel des Schweigens darüber auszubreiten.

14.10.2003

Größter anzunehmender Eventunfall! Heute beim Symposium haben Hunderte Gastronomen nichts zu essen bekommen. Keiner kann sagen, warum die Küche auf einmal den Betrieb eingestellt hat. Das war anfangs sehr ärgerlich, die Situation hat sich dann aber vom Absurden ins Lustige gewandelt: Aussteller wie Handel mit seinem Speck haben von ihren Ständen aus die größten Nöte gelindert, der Würstelstand hat einen Umsatzrekord gefeiert und der Pizzadienst hat auch zuverlässig geliefert.





Eine Branche nimmt ihr Schicksal selbst in die Hand

Was macht man, wenn man auf keine Unterstützung von Seiten der Politik hoffen darf? Man verbündet sich mit seinesgleichen. Genossenschaften eignen sich heute ebenso wie in den ersten Tagen der Industrialisierung ideal, gemeinsam mit anderen selbst für bessere Verhältnisse zu sorgen. Will man die immense Loyalität der Mitglieder zur hogast verstehen, muss man sich mit Genossenschaften auseinandersetzen.

fungskonditionen sein. Die Mitglieder bleiben jedoch immer selbstständig. Vertrauen in die eigene Kraft ist das oberste Credo der einzelnen Mitglieder von Genossenschaften. Womit wir wieder bei den Prinzipien der Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung angelangt wären.

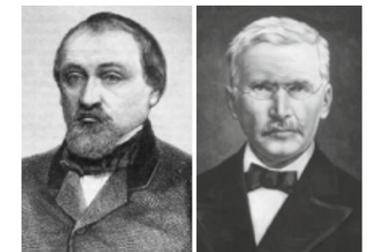
Auch heute sehen sich Gewerbetreibende einem starken Wettbewerbsdruck ausgesetzt, zusätzlich belasten hohe Steuern und diverse Bürokratie-Auswüchse jeden einzelnen Betrieb. Kein Wunder, dass eine über Jahrzehnte perfektionierte Genossenschaft wie die hogast attraktiver ist denn je. Indem sie sich zusammenschließen, erhalten die Gastronomen und Hoteliers sowohl zeitliche als auch finanzielle Vorteile. Dieser Vorsprung kann den Unterschied im harten, auch internationalen Wettbewerb ausmachen.

Jede Genossenschaft setzt ein hohes Maß an Loyalität voraus. Würde jemand illoyal agieren, würde er gegen die Interessen aller handeln und sich als Miteigentümer auch direkt ins eigene Fleisch schneiden. Je mehr jedes einzelne Mitglied bestrebt ist, das gemeinsame Ziel zu erreichen, desto erfolgreicher werden alle. Auch die Genossenschaft wird dadurch attraktiver. Dass sich im konkreten Fall der hogast mittlerweile rund 2.600 Betriebe zur Loyalität für die gemeinsame Sache bekennen, zeigt, wie stark diese Gemeinschaft ist. „Ich schätze das Vertrauen und die Loyalität unserer Mitglieder sehr. Wir haben so die Möglichkeit und den Freiraum, jene Dinge schnell anzupacken, die getan werden müssen“, so Vorstandsvorsitzende Barbara Schenk.

Aus der Genossenschaftsbewegung des 19. Jahrhunderts stechen zwei Personen heraus: Friedrich Wilhelm Raiffeisen rief 1847 den ersten Hilfsverein zur Unterstützung der notleidenden ländlichen Bevölkerung ins Leben, etwa 500 Kilometer entfernt startete Hermann Schulze-Delitzsch eine Hilfsaktion für in Not geratene Handwerker. Mit dem „Vorschussverein“ gründete er kurz danach den Vorläufer der heutigen Volksbanken. Dessen Grundsätze Selbsthilfe, Selbstverwaltung und Selbstverantwortung machen klar, dass die kleineren Betriebe nicht unbedingt auf Hilfe von außen hoffen in ihrem Wettbewerb mit der aufkommenden Industrie. Diese Prinzipien drücken aber auch das Vertrauen in die eigene Stärke aus, das die Handwerker aus ihrem Zusammenschluss gewonnen hatten.

Solche wirtschaftlichen Kooperationen gab es natürlich schon viel früher: Der Begriff *Genossenschaft* wurzelt in dem altdeutschen Wort *noz*, das übersetzt Vieh bedeutet. Hatte jemand Anteil an einer Viehweide, so wurde er als *Ginoz* bezeichnet. Ging es um eine gemeinsame Viehhaltung, so war das Angelegenheit der *ginozvaf*. So entwickelte es sich, dass Gefährten mit gemeinsamen Erfahrungen oder Zielen als Genossen bezeichnet wurden.

Wenn wir heute von Genossenschaften sprechen, so meinen wir freiwillige Zusammenschlüsse von mindestens drei Mitgliedern. Gemeinsame Ziele und Interessen voranzutreiben ist das oberste Gebot einer Genossenschaft. Das können zum Beispiel Kostenvorteile durch die günstigen Beschaf-



Hermann Schulze-Delitzsch (l.) und Friedrich Wilhelm Raiffeisen: Die hogast hat Verbindungen zum Erbe beider Gründerväter der Genossenschaftsbewegung. Gegründet wurde die hogast im Österreichischen Genossenschaftsverband nach Schulze-Delitzsch, mittlerweile prüfen die Revisoren von Raiffeisen die Geschäftsgebarung.



Jedes einzelne hogast-Mitglied bestimmt selbst mit, wie die gemeinsamen Ziele erreicht werden sollen.

Der Geist der freien Genossenschaft ist der Geist der modernen Gesellschaft.

Hermann Schulze-Delitzsch,
Gründervater der gewerblichen Genossenschaftsbewegung

Gemeinsam wie ein großes Unternehmen auftreten



Die Vorteile des gemeinsamen Einkaufs zeigen sich besonders gut beim Tanken und Telefonieren: hogast-Mitglieder erhalten dabei Konditionen, die sonst großen Konzernen mit zigtausenden Mitarbeitern vorbehalten sind. Angesichts der vielen Mitglieder sind Telekommunikations- und Mineralölunternehmen natürlich daran interessiert, mit der hogast ins Geschäft zu kommen. Ein klassisches Beispiel dafür, wie sich gemeinsame Loyalität im Einkauf auf jede einzelne Geldbörse positiv auswirkt.

Gemeinsam Experten für den eigenen Erfolg einladen



Symposium und Powertag sind Pflichttermine für viele Mitglieder. Jedes Jahr nimmt man dort von absoluten Größen ihres jeweiligen Fachs wertvolle Einsichten mit, um den eigenen Betrieb besser und erfolgreicher zu führen. Ein Hotelier oder ein Gastronom allein könnte sich solche Vortragenden niemals leisten. Vielleicht noch wichtiger und lehrreicher als die Experten: der persönliche Austausch bei diesen Veranstaltungen mit anderen Mitgliedern, Lieferpartnern und dem hogast-Team.

Manches geht nur gemeinsam

Gemeinsam Technologie maßschneidern lassen



Heutzutage beruht Professionalität und Effizienz in den allermeisten Fällen auf ausgereifter Software, die einfach zu bedienen ist. Im Einkauf mag es dafür viele Tools geben, aber so etwas wie die Online-Bestellplattform EasyGoing kann nur die hogast schaffen: Hunderte Lieferpartner sind mit ihrem Sortiment transparent und vergleichbar auf einer Plattform gelistet, dazu stehen alle relevanten Schnittstellen zu den eigenen Systemen zur Verfügung – ein Betrieb allein könnte eine solche Technologie niemals entwickeln.

Gemeinsam einen unabhängigen Profi engagieren



Kaum eine Branche ist so investitionsfreudig und damit kreditabhängig wie Hotellerie und Gastronomie. Natürlich verbindet einen mit der Hausbank meist eine jahrzehntelange Hassliebe oder Zweckehe – je nachdem. Aber wie gut sind die Konditionen wirklich? Worauf kommt es bei dem vielen Kleingedruckten wirklich an? Gemeinsam kann eine Branche einen unabhängigen Finanzexperten in der hogast-Zentrale engagieren, der für Durchblick sorgt und das wirklich beste Finanzierungsangebot für die nächste Investition findet.

1989

Fall der Kreditkartenmauer

Wenn wir nichts unternommen hätten, wären die Disagio-Sätze immer weiter gestiegen.

Siegfried Brandstätter, damals AR-Vorsitzender

1989 ist nicht nur die Berliner Mauer gefallen, auch hierzulande haben starre Strukturen zu bröckeln begonnen. Die steigenden Disagio-Sätze bei Kreditkarten waren den hogast-Mitgliedern schon länger ein Dorn im Auge. Da Verhandlungen darüber nicht gefruchtet hatten, entschied sich die hogast zum Generalboykott: 650 der damals 670 Mitglieder unterschrieben eine Blanko-Kündigung, um die hogast in den Verhandlungen zu stärken. Die Kreditkartenfirmen waren darüber „not amused“, es gab Krisensitzungen und sogar eine Empörung über diese Vorgangsweise in einem Radiobeitrag. Aber der Kampf hat damit erst begonnen. Immer noch nicht zufrieden, gründete die hogast kurzerhand ein eigenes Tochterunternehmen für das bargeldlose Bezahlen, nämlich hobex, an dem die hogast seit 1997 noch zu 10 Prozent beteiligt ist. Und an der Front der Kreditkarten-Abwicklung führte eine gemeinsame Klage mit der ÖHV bei der EU zum Erfolg: Das Monopol wurde gelöst und kurz darauf wechselte eine relevante Anzahl von Hoteliers und Gastronomen zu einem neuen Anbieter, mit dem bereits bessere Konditionen verhandelt waren. Auch wenn dieser Kampf lange gedauert hat – er konnte überhaupt erst geführt werden, weil man gemeinsam aufgetreten ist. Viele Millionen Euro Ersparnis für die Branche seither sprechen dafür, solche Kämpfe auszutragen.

Hinter jedem Erfolg steckt ein starkes Team

In 40 Jahren hat das hogast-Team enormes Wissen über jeden relevanten Einkaufsposten in Hotel- und Gastronomie-Betrieben aufgebaut. Von dieser Erfahrung profitieren Tag für Tag alle Mitglieder – vor allem durch bessere Preise, wertvolle Zeitersparnis und mehr Sicherheit bei Entscheidungen.

EVA MITTEREGGER
WARENGRUPPENMANAGERIN

DIETMAR WINKLER
BEREICHSLIETER

STEFANIE MAIRER
ASSISTENTIN

GEORG BARONIGG
EINKAUFBERATER





DATENVERARBEITUNG ANNO DAZUMAL

DIE ERSTEN ECHTEN BÜORÄUMLICHKEITEN DER HOGAST IM HOTEL PITTER IN SALZBURG

Die Grundüberlegung ist recht einfach: Wahrscheinlich versteht jemand mehr davon, worum es beim Kauf eines Aufzugs geht, wenn er im Jahr 100 Aufzüge bestellt als nur einen in 20 Jahren. Genau dafür ist das Team der hogast da. Um beim Beispiel zu bleiben: Der zuständige hogast-Berater kennt nicht nur alle passenden Anbieter und Modelle, er kann auch schnell darüber Auskunft geben, auf welche versteckten und/oder laufenden Kosten zu achten ist. Darüber hinaus rät er vielleicht davon ab, gewisse Funktionalitäten zu ordern, die ohnehin nicht gebraucht werden. Ein einzelner Hotelier bräuchte viele Stunden für die Recherche, um sich einen auch nur annähernd vollständigen Anbieter-Überblick zu verschaffen. Vom Rest ganz zu schweigen. Die Alternative: ein Anruf bei der hogast, der Kosten- und Zeitersparnis sowie Sicherheit bringt.

Diese Marktkenntnis ist nicht nur bei komplexen Produkten relevant, die selten gebraucht werden. Die Verbrauchsgüterabteilung beispielsweise ist bekannt dafür, relevante Produkte auf Herz und Nieren zu testen und umfassende Vergleichsanalysen zu liefern. Das geht so weit, dass Mitglieder Empfehlungen zur Dosierung der Chemie erhalten, um bei möglichst geringem Wareneinsatz zufriedenstellende Ergebnisse zu erreichen. Was im Privathaushalt vernachlässigbar wäre, ergibt hochgerechnet auf einen größeren Betrieb und mehrere Jahre eine erkleckliche Summe.

Die hogast funktioniert nur, weil jede und jeder Einzelne einen Beitrag leistet. Es ist bewundernswert, wie der Mitgliedernutzen im Fokus des gesamten Teams steht.

Barbara Schenk, hogast-Vorstandsvorsitzende

Ob in den einzelnen Warengruppen, im Außendienst, in der IT, in der Personaldienstleistung oder in der Rechnungskontrolle – im Grunde leisten sich die Mitglieder gemeinsam Experten, an die sie Aufgaben outsourcen können, und dafür mit Zeit, Geld und Sicherheit belohnt werden. Doch eigentlich ist der Begriff „sich leisten“ falsch, denn das hogast-Team kostet das Mitglied in den allermeisten Fällen nichts. Im Gegenteil: Der Zentralrabatt, den die hogast zusätzlich zu den verhandelten Best-Konditionen für die eigenen Dienste einbehält, wird zum Teil wieder an die Mitglieder in Form von Rückvergütungen ausgeschüttet. Je effizienter und effektiver das Team, desto höher die Rückvergütung. Mittlerweile erreicht dieser Wert 47 Prozent des Zentralrabatts.

Über die Jahre hat sich viel verändert. Während man anfangs beispielsweise Rechnungen nur überblicksartig grob kontrollieren konnte, funktioniert das heute vollautomatisiert. Das hogast-Team hat neue Technologien stets schnell zum Vorteil der Mitglieder eingesetzt. Ideen kommen zwar oft von Seiten engagierter Mitglieder, aber funktionierende Lösungen dafür findet das Team. Das geht so weit, dass die hogast ein eigenes Tochterunternehmen gründet, weil das Konzept eines Mitarbeiters so gut war – so geschehen 2004 mit Hotel Gastro Pool, die Idee dazu hatte der heutige Geschäftsführer Günther Obmascher.



„WIE KOMMT ES, DASS DAS VERBRAUCHSGÜTERTEAM IMMER SO UNVERBRAUCHT AUSSEHT?“

„JETZT VERSUCH' MAL GANZ ERNST ZU SCHAUEN.“

„ALLE AUF DIE STIEGE, DAS GEHT SICH LOCKER AUS!“

„MODE KOMMT JA IMMER WIEDER. OB DAS AUCH FÜR DIE KRAWATTEN-MUSTER GILT?“

„WELCHE SCHINDEREI HABT IHR DIESMAL BEIM POWERTAG FÜR UNS EINGEPLANT?“

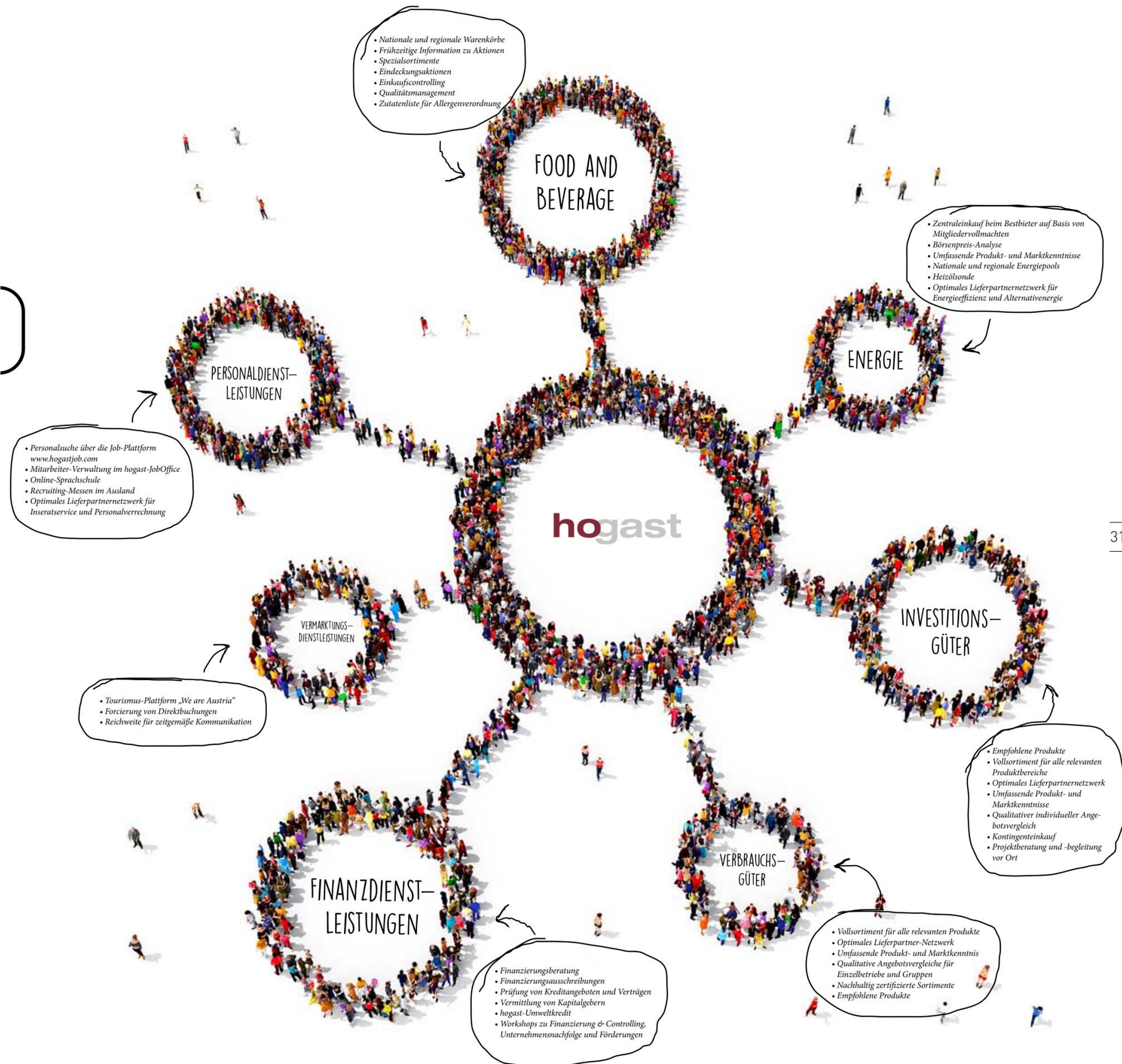
„WIE VERMISSEN WIR DIE 80ER!“

Eine für alle(s)

In 40 Jahren hat sich das Portfolio der hogast enorm verbreitert. Aus gutem Grund: weil es funktioniert. Nach und nach wurden zusätzliche Produktgruppen erschlossen und die Beschaffung in allen Bereichen perfektioniert.

Die hogast bietet heute für fast jeden nur denkbaren Bedarf im Hotel oder Restaurant ein entsprechendes Sortiment oder eine passende Dienstleistung. Zusätzlich hat das Team in allen relevanten Bereichen einen Schatz an Erfahrungen aufgebaut, den jeder Mitgliedsbetrieb nutzen kann, indem er sich bei spezifischen Fragen zu Produkten und Lösungen beraten lässt. Darüber hinaus steht mit EasyGoing eine Online-Plattform zur Verfügung, auf der zusätzlich zur nutzerfreundlichen Bestellmöglichkeit bei mehr als 1.000 Lieferpartnern auch umfangreiche Informationen und Statistiken zur Verfügung stehen.

Die hogast war schon immer experimentierfreudig, wenn aus den Reihen der Mitglieder die Aufforderung kam: „Könnt ihr da nicht was machen?“ Viele dieser Leistungen kamen und kommen immer noch gut an, dementsprechend umfassend ist das Angebot heute. F&B und Verbrauchsgüter wurden von Anfang an geführt, in den frühen 80er-Jahren kamen erste Investitionsgüter hinzu und um die Jahrtausendwende auch Telekommunikation, Treibstoffe und Energie, kurz danach die Personaldienstleistungen. Auf dem Weg hin zum Full-Service-Anbieter hat die hogast jüngst Finanzierungs- und Vermarktungsdienstleistungen entwickelt.



Für jede Anforderung ...

... die richtige Lösung

F&B-MANAGEMENT

Die F&B-Managerin kümmert sich für ein Seminar im Haus um ein Angebot an hochwertigen Rum-Sorten. Im Gespräch mit der hogast-Beraterin erfährt sie, welche Sorten derzeit besonders gut ankommen, und auch der eine oder andere Geheimitipp ist dabei.



BUCHHALTUNG

In der Buchhaltung ist vergleichsweise wenig zu tun, da vorkontierte Sammelrechnungen von der hogast kommen. Deswegen laufen Personalsuche und -entwicklung auch hier zusammen, ebenfalls mit Unterstützung der hogast.



HAUSTECHNIK

Der Haustechniker organisiert den Umstieg auf LED-Beleuchtung. Dank des letzten Kontingenteinkaufs sind die Kosten überschaubar und überall kommt die passende Markenware zum Einsatz.



GESCHÄFTSFÜHRUNG

Neben ihrer Rolle als Gastgeberin hat die Chefin des Hauses auch alle Zahlen im Blick. Mit dem Einkaufscontrolling im Online-Bestellsystem sieht sie genau, wie man in welchen Bereichen noch klüger einkaufen kann.



KÜCHE

Der Koch überlegt, ob er nicht mehr vegetarische und vegane Speisen auf die Karte nehmen soll. Im EasyGoing-Bestellsystem findet er entsprechende Sortimente mit allen weiterführenden Informationen darüber auf einen Klick.

INVESTITIONEN

Derzeit mehr Bauherr als Gastgeber: Ein Ausbau samt Modernisierung des Wellnessbereichs steht an. Vom ersten Tag an begleiten erfahrene Berater der hogast das Projekt, das gibt Sicherheit und senkt die Baukosten.

NACHFOLGE

Die Junior-Chefin bereitet sich nach einigen Jahren im Ausland darauf vor, den Betrieb zu übernehmen. In eigenen hogast-Workshops speziell zu diesem Thema erhält sie dafür das nötige Rüstzeug in allen relevanten Bereichen.

HOUSEKEEPING

Ein Matratzentausch steht an. Das Housekeeping tendiert zu den aktuellen Modellen von „hogast line“. Wegen der guten Erfahrungen und weil Qualitätsprodukte von österreichischen Herstellern auch bei den Gästen gut ankommen.

Zahlenspiele

Die hogast ist in den vergangenen 40 Jahren konstant gewachsen – in jeder relevanten Dimension, also bei den Mitgliedern ebenso wie beim Dienstleistungsangebot und in Folge dessen beim Umsatz. Diese geballte Einkaufsmacht kommt natürlich allen Mitgliedern zugute. Um die heutige Größe besser zu veranschaulichen, haben wir einige interessante Daten und Fakten gesammelt.

Zuletzt setzte die gesamte Unternehmensgruppe mehr als eine Milliarde Euro pro Jahr um. Der Großteil davon, nämlich rund 800 Millionen Euro, entfällt auf die hogast selbst. Die Tochterunternehmen entwickeln sich jedoch prächtig und wachsen relativ gesehen deutlich schneller als das Mutterunternehmen. Die hogast Deutschland nähert sich der Marke von 100 Millionen Euro Umsatz, Hotel Gastro Pool – die Gemeinschaft für kleinere Hotel- und Gastronomiebetriebe – nähert sich den 80 Millionen Euro und HandOver, die Einrichtungen aus dem Pflege-, Sozial- und Bildungsbereich betreut, nimmt Kurs auf 40 Millionen Euro. Die Daten und Fakten auf dieser Seite machen diese Dimensionen anschaulicher.

Gold

Das international anerkannte DGNB-Gold-Zertifikat wird nur für herausragende Gebäude verliehen. Die hogast-Zentrale konnte bei den ökologischen Faktoren ebenso überzeugen wie bei ökonomischen, technischen, prozessspezifischen, soziokulturellen und funktionalen.

47%

DES ZENTRALRABATTS

schützt die hogast mittlerweile in Form von Bonifikationen an die Mitglieder aus, mehr als je zuvor.

5

AWARDS

vergibt die hogast jährlich an innovative Hoteliers und Gastronomen, die der Branche als Vorbild dienen.

28.000

LED-LEUCHTEN

wurden allein beim letzten Kontingenteinkauf geordert – die Ersparnis betrug im Schnitt 59,2 Prozent auf den Listenpreis, zusätzlich werden jährlich 1,6 Millionen Kilowattstunden Energie gespart.

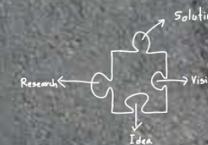
Target



700.000

KILOMETER

legt der hogast-Ausendienst pro Jahr zurück.



9.535.090.000

EURO UMSATZ

hat die hogast Österreich in den vergangenen 40 Jahren insgesamt verzeichnet

5.300

MITGLIEDSBETRIEBE

umfasst die hogast-Gruppe. Die hogast selbst hat rund 2.600 Mitglieder, Hotel Gastro Pool kommt auf mehr als 1.600, die hogast Deutschland zählt rund 600 Mitglieder und HandOver mehr als 500.



60.000

GB SPEICHERPLATZ

besitzt das hogast-Serversystem – würde man dafür Lochkarten wie in den Anfangstagen verwenden, würden diese aneinandergereiht 3,76-mal um die Erde reichen.

160.722

HEKTOLITER BIER

wurden 2014/15 über die hogast bezogen, das entspricht dem Ausstoß einer mittelgroßen Brauerei. Beim Oktoberfest 2014 lag der Verbrauch bei 65.000 Hektolitern.



Garanten für Qualität



Man möchte meinen, dass eine Einkaufsgenossenschaft eine Bedrohung für Lieferpartner darstellt. Nach 40 Jahren stellt sich diese Frage gar nicht mehr. Zwar bedingt die Zusammenarbeit ein hohes Maß an Qualität, Transparenz und Effizienz, aber das macht die Lieferpartner selbst auch erfolgreicher. Und wer denkt, über die hogast gibt es nur den Allerweltsbedarf, der irrt. Die Spanne reicht von den bekannten Großhändlern und Spezialisten über erfolgreiche Nischenanbieter bis zum Bäcker ums Eck.

In der Gründungszeit musste Geschäftsführer Dr. Leopold Grafinger viel Überzeugungsarbeit leisten, um mögliche Lieferpartner für die damals noch unbekanntere hogast zu gewinnen. Vor der ersten Bestellrunde wollten sie nicht glauben, dass sich so viele Hoteliers und Gastronomen am gemeinsamen Einkauf beteiligen würden. Dennoch sahen viele Unternehmen bereits von Anfang an die Chancen, die sich aus den beachtlichen Bestellmengen ergaben, und ermöglichten zufriedenstellende Abschlüsse. Einige Gastro-Lieferanten wollten für die hogast anfangs überhaupt kein Angebot erstellen, die meisten änderten ihre Auffassung aber schnell, nachdem ihre Vertreter von den solidarischen hogast-Betrieben ohne Aufträge zurückgekommen waren.

Über die Jahrzehnte hat die hogast immer mehr Unternehmen von sich überzeugen können und das Portfolio so auf alle relevanten Bereiche des Einkaufs ausgedehnt. Mit ihrem Grundbestreben nach größtmöglicher Effizienz hat die hogast gemeinsam mit den Lieferpartnern alle relevanten Prozesse optimiert, um möglichst günstige Konditionen zu erhalten. Bestes Beispiel dafür ist EasyGoing, die lieferantenübergreifende Online-Plattform, die 2002 gestartet wurde.

Wie vielfältig der Bedarf der heimischen Hotels und Restaurants ist, zeigen vor allem die Lieferpartner, die Geschäftsbeziehungen mit der hogast pflegen. Einen enormen Schub an neuen Anbietern brachte der regionale Gruppeneinkauf, bei dem mehrere Betriebe ihren Bedarf gemeinsam ausschreiben und an einen Lieferpartner vergeben. In vielen Fällen kommt dabei ein regionaler Anbieter zum Zug. Ein Blick auf die Unterstützer dieser Publikation auf der letzten Seite zeigt diese Vielfalt eindrucksvoll. Und Peter Morandell macht die Vorteile im Interview rechts anschaulich.



Schon früh waren Lieferpartner bestrebt, ihre Produkte bei Hausmessen im Rahmen der hogast-Generalsammlungen zu präsentieren.

„Wir sind mit der hogast gewachsen“

„Bua, hast jetzt Gehirnferien?“ So lautete der wenig begeisterte Kommentar seines Vaters, als der junge Peter Morandell vor 40 Jahren beschloss, Geschäftsbeziehungen mit der eben erst ins Leben gerufenen hogast zu knüpfen. Im Rückblick erwies sich die Entscheidung als goldrichtig und von großer Tragweite für den nachhaltigen Erfolg des bedeutenden österreichischen Handelsunternehmens für Getränke.

Als einer der ersten Lieferpartner der 1972 gegründeten ERFA-Gruppe Oberösterreich – der winzigen Urzelle der heute rund 2.600 Mitglieder umfassenden Einkaufsgenossenschaft – hat Peter Morandell Initialzündung, Durchbruch und Entwicklung der hogast aus nächster Nähe miterlebt. Bei anfänglichen Verhandlungen mit dem ersten Geschäftsführer Dr. Leopold Grafinger im Hotel Pitter in Salzburg gab das Gefühl finanzieller Sicherheit den Ausschlag: „Ich war Feuer und Flamme, einen Partner zu haben, bei dem ich nicht um unser Geld bangen musste.“

„**Ein hogast-Kunde
hat bei uns Priorität**“

Peter Morandell, Geschäftsführer
Morandell International GmbH

Das seit 1926 bestehende Weinhandelshaus Morandell war 1949 in das internationale Exportgeschäft mit Wein aus Österreich eingestiegen – ein unternehmerisch bedeutender Schritt, der für die Firma im Gegenzug vom Landwirtschaftsministerium genehmigte Importkontingente eröffnete und damit „einen lebenswichtigen Ast des Weinhandels“ stärkte. Weine aus Südtirol, Italien, Frankreich, Spanien und Ungarn wurden bei Morandell in Flaschen abgefüllt. Die Gastronomie und auch der Lebensmittelhandel konnten daher mit guten und preiswerten Weinen beliefert werden.

Die einschneidende Zäsur des Glykol-Wein-Skandals 1985 veränderte die Situation drastisch, der Export österreichischer Weine kam nahezu zum Erliegen. Als im Zuge der Neuordnung und Erholung Konzerne wie SPAR, REWE oder MEINL eigene Kellereien zu betreiben begannen, schrumpfte auch der Bereich der Importabfüllung bei Morandell empfindlich. KR Morandell erinnert sich: „Es gab für uns nur eine Chance zu überleben – auf die Gastronomie zu fokussieren. Dafür war die expandierende hogast genau der gewünschte Partner.“ Rückblickend muss man sich vergegenwärtigen, dass der Österreich-Tourismus seit den 1970er-Jahren boomte und in manchen Bundesländern 15 bis 20 Hotels pro Jahr neu eröffnet wurden.

Die Zusammenarbeit intensivierte sich, der Plan ging auf. Heute beschäftigt Morandell an die 200 Mitarbeiter, ist bundesweit mit Depots in Imst, Eugendorf, Lendorf bei Spittal,

Graz, Teufenbach und Schwechat vertreten und unterhält einen entsprechenden Fuhrpark. Auch die hogast wuchs kräftig: Peter Morandell konnte über die Jahre beobachten, welche Betriebe sich anschlossen, und berichtet von „vielen treuen Familien, die zu hundert Prozent hinter der hogast stehen“. Früher stach einem in den Entrees von Hotels und Restaurants immer wieder ein rot-weiß-rotes Plakat ins Auge: „Wir kaufen nur bei hogast-Lieferanten.“ Es lag in der Natur der Sache, dass sich alle bedeutenden Gastro-Lieferanten bemühten, zukünftige Lieferungen über die hogast abzuwickeln.

Über die Jahrzehnte ist Morandell zu einer wichtigen Säule des Konzepts hogast geworden und wirkt als Komplettanbieter auf dem Getränkesektor – neben dem umfangreichen Weinsortiment kann ein hogast-Mitglied auch Spirituosen aller Art, Biere österreichischer und internationaler Brauereien, Fruchtsäfte sowie bedeutende Mineralwassermarken aus dem In- und Ausland beziehen.



Gut gemeint, aber ...

In 40 Jahren hat die hogast eine Vielzahl an Produkten und Dienstleistungen entwickelt. Der Großteil davon hat sich als Erfolg erwiesen. Es gibt aber auch Initiativen, die nicht angekommen sind. Ein Blick darauf hilft zu verstehen, was die hogast wirklich ausmacht und was eben nicht.

Ein umstrittenes Thema unter ehemaligen und heutigen Funktionären ist hogast-Data. Das Ziel war bei der Gründung im Jahr 1983 klar: Computer sind die Zukunft, daher soll die hogast ein sogenanntes Einzelplatzsystem entwickeln, bei dem die Mitglieder alles von der Schulung über die Hard- und Software bis hin zum Back-up und zum Service als Komplettpaket erhalten. Für das Tochterunternehmen wurden der Steuerberater Dr. Prodingler und der Betriebsberater Dr. Edinger als Partner mit ins Boot geholt. Die Geschäftsführung übernahm Helmut Peter selbst, direkt nach seinem Ausscheiden als Vorstandsobmann der hogast.

Noch heute denkt er, dass die Einstellung der Entwicklung nur wenige Jahre später ein Fehler war: „hogast-Data hätte der Branche mindestens so viel Geld sparen können wie die hogast selbst. Man betrachte nur die Kosten für die IT heutzutage. Ich hätte die Verantwortlichen damals vielleicht besser informieren sollen.“ Andere meinen, dass hogast-Data sehr schnell nicht mehr konkurrenzfähig war, die Mitbewerber-Systeme einfach besser. Jedenfalls führte das dazu, dass sich die hogast auf die Kernaufgabe konzentrierte und Lieferpartner dazu brachte, besser und günstiger zu werden, anstatt sich mit ihnen in deren Metiers zu messen.

1990 war die hogast wieder der Zeit voraus und entwickelte mit „hogast Training Plus“ eine Seminarreihe – als einer der ersten Anbieter hierzulande. Das Konzept sah vor, dass die Mitglieder entsprechend den Genossenschaftsanteilen auch Bildungswertbriefe zeichnen und damit an Fortbildungen in diversen Bereichen von Persönlichkeitsentwicklung bis hin zum Küchen-Fachkurs teilnehmen konnten. Wertbriefe, die nicht eingelöst wurden, sind verfallen. Das hat dazu geführt, dass zuerst informeller Handel mit den Wertbriefen eingesetzt hat, später wurde eine Tauschbörse eingerichtet.

Jedenfalls waren die Mitglieder nicht glücklich mit der Verpflichtung, Bildungswertbriefe zu zeichnen. Auch die Umstellung auf ein freiwilliges System half nichts, 1996 wurde ent-

schieden, „hogast Training Plus“ einzustellen. Die Erkenntnis daraus: Eine solche Verpflichtung der Mitglieder – und sei sie noch so sinnvoll – passt nicht zur hogast. Mittlerweile bringt die hogast mit freiwilligen Workshops wertvolles Wissen in die Branche, das Spektrum reicht von Nachfolge-Themen über Finanzierung bis hin zu F&B-Fachkursen.

Um die Jahrtausendwende kam die Idee auf, die Marktmacht der hogast durch eine weitere Expansion in Südosteuropa zu steigern. Mehr Mitglieder, bessere Konditionen – so einfach klang das. Aber ebenso wie die Partner in Südtirol nicht wirklich in Rest-Italien Fuß fassen konnten oder wollten und die Expansion über Bayern hinaus in Deutschland nur langsam in die Gänge gekommen ist, so mühsam gestaltete sich auch der Einstieg in Ungarn und Slowenien, die den Anfang machen sollten. Da sich der gewünschte Erfolg nicht



Manche Dinge brauchen auch nur Zeit, wie das Tochterunternehmen in Deutschland, das mittlerweile sehr erfolgreich ist.

Jakob Platzer
ehem. Vorstands- und Aufsichtsratsvorsitzender

eingestellt, wurden diese Experimente – wie in diesem Fall geplant – nach kurzer Zeit wieder beendet. Offenbar ist das hogast-Konzept nur im Alpenraum richtig erfolgreich.

Im Geschäftsjahr 2007/2008 zeichnete sich ab, dass es schwieriger wird, geeignete Fachkräfte zu finden. Wiederum als

Innovator hat die hogast mit „best for people“ ein Zertifikat für die besten Arbeitgeber im Tourismus entwickelt. Bedingung dafür war, dass man sich als Arbeitgeber von einem externen Institut überprüfen lassen musste. Das Projekt wurde wegen der zu geringen Beteiligung im Jahr 2013 beendet,

einige Betriebe nützen das Zertifikat und die dazugehörige Jobplattform aber weiter intensiv. Für die hogast war es ein klares Zeichen, dass Innovationen noch stärker darauf ausgerichtet werden sollten, was für die Mehrzahl der Mitglieder relevant ist.

Nachhaltigkeit liegt in den „Genen“ der Branche



GRÜNE TECHNOLOGIE

Die hogast unterstützt die Mitglieder u. a. mit effizienten Geräten, LED-Beleuchtung, nachhaltiger Gebäudetechnik, alternativen Energieformen und Beratung zu energieoptimierter Bauweise bzw. Sanierung.

VERANTWORTUNGSVOLLES SORTIMENT

Über die hogast lassen sich ganz einfach nachhaltige Produkte beziehen. Zertifizierte Lieferpartner und Produkte sind z. B. im Online-System EasyGoing per Mausklick zu finden – vom Fisch bis hin zum Reinigungsmittel.

ZUKUNFTSTRÄCHTIGE MOBILITÄT

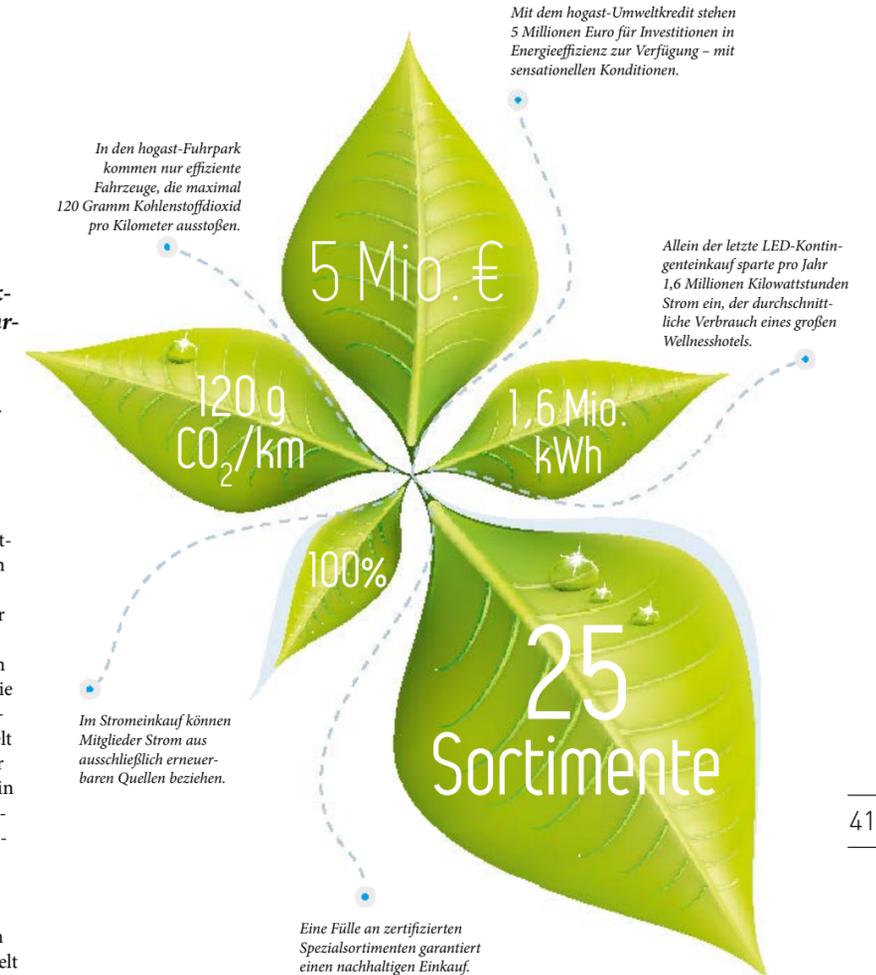
Schon heute können Mitglieder ihren Fuhrpark mit der hogast komplett auf nachhaltige Fahrzeuge umstellen. Elektroautos und -fahrräder sind ebenso verfügbar wie Erdgasfahrzeuge und Modelle mit hocheffizienten Diesel- oder Benzinmotoren.

Kaum ein Betätigungsfeld verspricht derartige Vorteile für Hotellerie und Gastronomie wie die Nachhaltigkeit. Geringere Kosten, besseres Image, intakte Umwelt, zukunftssträchtige Strukturen – die hogast hilft den Mitgliedern seit Jahrzehnten dabei, ganzheitlich besser zu werden. In den vergangenen Jahren sind Ökologie und Energieeffizienz ins Zentrum der Aufmerksamkeit gerückt.

Seit Beginn stärkt die Einkaufsgenossenschaft eine Branche, die für Beschäftigung und Wertschöpfung in allen Teilen des Landes sorgt. In den Anfangstagen der hogast brachte es der 2014 verstorbene Tourismus-Pionier Günther Ronacher auf den Punkt: „Kooperieren, um selbstständig zu bleiben!“ Heute gibt es neben Hotellerie und Gastronomie nur noch wenige Branchen, die weitestgehend von kleineren und mittelständischen Betrieben dominiert werden. Auch ein lebenswertes Umfeld spielt für die Mitgliedsbetriebe eine große Rolle. Seit jeher ist der Einkauf in der Region – ob Brot, Fleisch oder Mobiliar – ein Garant dafür. Bereits 1994 sorgte die hogast mit dem regionalen Gruppeneinkauf dafür, dass dieser auf einer betriebswirtschaftlich vernünftigen Basis weiter möglich bleibt.

Nachhaltigkeit im engeren Sinn von Ökologie beschäftigt die Branche ebenso wie die gesamte Gesellschaft seit vielen Jahren. Einerseits liegt es in der Natur der Sache, die Umwelt zu erhalten – ist sie doch als Panorama, Rohstoffquelle oder Sport- und Spielplatz der wichtigste Entscheidungsfaktor für die Gäste. Jene Unternehmen, die eine Vorreiterrolle übernehmen, können sich damit profilieren und Wettbewerbsvorteile erzielen. Andererseits bietet ein effizienter Einsatz von nachhaltiger Energie auch wirtschaftliche Vorteile. Um diese Chancen für die Mitglieder einfacher nutzbar zu machen, hat die hogast ein umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm gestartet. In allen Unternehmensbereichen wurde wertvolles Know-how aufgebaut, das den Betrieben nun zugute kommt. Die hogast geht als Organisation selbst mit gutem Beispiel voran und betreibt zusätzlich über die eigenen Medien und Veranstaltungen Bewusstseinsbildung in der Branche.

Die Vorteile für die einzelnen Mitgliedsbetriebe und die Umwelt sind umfassend. Ein gutes Beispiel dafür sind die Kontingenteinkäufe, etwa für energieeffiziente LED-Leuchten oder wassersparende Duschköpfe. Unmengen an Energie und Ressourcen werden nach diesen Großeinkäufen eingespart, das entlastet die Unternehmen ebenso wie die Natur. Aber das Know-how der hogast reicht noch viel weiter, die Berater begleiten etwa Investitionsprojekte von Anfang an, um den Mitgliedern Sicherheit und günstige Preise bei Entscheidungen zu zukunftsweisenden Technologien zu geben. Auch die Lieferpartner beteiligen sich: Bereits jetzt hat ein Großteil der Geschäftspartner einen umfassenden Kodex zu nachhaltigem Wirtschaften unterschrieben, schon in wenigen Jahren sollen es alle sein.



Das 2009 errichtete hogast-Gebäude wurde kürzlich mit DGNB-Gold als Blue Building zertifiziert. Dieses international anerkannte Siegel zeichnet ganzheitlich nachhaltige Gebäude aus.



Erbe und Auftrag

Im Interview erläutern die hogast-Geschäftsführer Barbara Schenk und Günther Obmascher, welche Erfahrungen und Erfolge der vergangenen 40 Jahre direkten Einfluss auf heutige Entscheidungen und zukünftige Entwicklungen haben.

ahead: *Anlässlich des Jubiläums haben Sie sich beide mit der Vergangenheit des Unternehmens beschäftigt. Was fasziniert und bewegt Sie am meisten?*

Barbara Schenk: Dass dieses Unternehmen überhaupt entstanden ist. Die Gründer haben äußerst visionär Eigeninteressen zurückgestellt und sich mit der hogast gemeinsam Vorteile verschafft bei Dingen, die für sie nicht wettbewerbsentscheidend sind. Immerhin waren und sind die Mitglieder ja trotz alledem Mitbewerber.

Günther Obmascher: Mich begeistert die Entwicklung, also das enorme Wachstum bei Mitgliedern und Leistungen über die vergangenen 40 Jahre. Auch die Loyalität der Mitglieder zu ihrer hogast und der Zusammenhalt draußen in den Regionen sind einmalig.

ahead: *Was waren für Sie die wichtigsten Momente, in denen die hogast klar der Zeit voraus war und dadurch der Branche einen Vorsprung verschafft hat?*

Günther Obmascher: Ganz klar bei der Einführung des regionalen Gruppeneinkaufs in den 90er-Jahren. Wir nehmen so Rücksicht auf die Gegebenheiten vor Ort und konzentrieren den Einkauf einer Gruppe von Betrieben verbindlich auf die besten Anbieter in der Region. Auch beim Stromeinkauf können wir schon seit vielen Jahren mit unserem Kontingenteinkauf phänomenale Ergebnisse erzielen, Basis dafür ist das Vertrauen unserer Mitglieder, von denen uns schon fast 80 Prozent eine Vollmacht dafür gegeben haben.

Barbara Schenk: Wie früh die digitale Welt genutzt wurde. Heute haben wir mit EasyGoing eine elektronische Plattform, die gewaltig ist. Wenn dieser Weg damals nicht rechtzeitig beschritten worden wäre, wären wir heute nicht dort, wo wir sind.

ahead: *Sie beide sind ja nun schon viele Jahre für die hogast im Einsatz. Was waren Ihre persönlichen Sternstunden in dieser Zeit?*

Günther Obmascher: Um die Jahrtausendwende haben wir allein in Tirol einen Umsatz von einer Milliarde Schilling erreicht. Dazu haben wir es geschafft, endlich auch im Paznaun Fuß zu fassen, wo wir bis dahin kein Mitglied hatten. Das hat sich dann aber sprunghaft geändert – wir haben mit einem Betrieb angefangen und hatten innerhalb von drei Monaten 25 neue Mitglieder.

Barbara Schenk: Für mich ist es die Entwicklung im Investitionsgüterbereich. Hier hat uns lange das volle Vertrauen unserer Mitglieder gefehlt, um richtig durchzustarten. Mittlerweile beweisen wir Tag für Tag mit einem starken Team, dass wir das können – was sich nicht mehr nur in der Qualität der Dienstleistungen ausdrückt, sondern auch in den Umsätzen, die über uns abgerechnet werden.

ahead: *Wenn Sie den Blick von der Vergangenheit in die Zukunft schweifen lassen: Was nehmen Sie mit als Auftrag für zukünftige Aufgaben und Herausforderungen?*

Die Loyalität der Mitglieder zur hogast und der Zusammenhalt draußen in den Regionen sind einmalig.

Barbara Schenk: Effizienz – wir sind trotz unseres Wachstums und unserer Größe sehr effizient und kostenbewusst geblieben. Dieser verantwortungsbewusste und bodenständige Umgang mit den Mitteln der Eigentümer ist unser wichtigster Auftrag.

Günther Obmascher: Ständig in allen Bereichen noch besser werden, schnell sein, nur so bleibt man einen Schritt voraus. Das hat bislang klar unseren Erfolg ausgemacht. Möglich wird das durch unseren ständigen Austausch mit den Betrieben und die intensive Arbeit mit den Beiräten, die ebenso wie unsere Aufsichtsräte Unglaubliches für die gesamte Organisation leisten.



Gute Ohren.

Guter Riecher.

Gute Beine.

Wohin geht die Reise? Ein Blick in die Zukunft

Jubiläen eignen sich hervorragend, um zurückzublicken und Bilanz zu ziehen. Richtig wertvoll wird diese Arbeit dann, wenn man die dabei gewonnenen Erkenntnisse für den weiteren Weg nutzt. Wir werfen gemeinsam mit dem aktuellen Aufsichtsratsvorsitzenden Walter Veit einen Blick auf jene Themenfelder, die derzeit unter Beobachtung stehen und für die es bald neue Lösungen geben wird.

Ein Megathema wird die Mobilität. Auf Hotellerie und Gastronomie kommen unweigerlich Veränderungen zu, wenn immer weniger Privatfahrzeuge zur Verfügung stehen, viele Gäste keinen Führerschein mehr haben oder sich neue Antriebsarten durchsetzen. „Eine Frage ist etwa, wie wir unsere Gäste zum Urlaub oder Restaurantbesuch bis ins hinterste Gebirgstal bringen und wie wir sie vor Ort mobil halten“, sagt Walter Veit. Die hogast könne dabei auf verschiedenen Wegen tätig werden, von kostensparenden gemeinsamen Transferdiensten über ein E-Tankstellen-Netz bis hin zur Kooperation mit großen Technologiekonzernen sei vieles denkbar, was die Mitgliedsbetriebe allein unmöglich leisten können. Für die Unternehmen selbst ist die Umstellung des Fuhrparks ein wichtiger Aspekt: Die hogast kann dafür sorgen, dass zukunftsfrüchtige Modelle früher rentabel werden.

Absehbar ist auch, dass Ökologie und Nachhaltigkeit als Entscheidungskriterien für Gäste noch wichtiger werden. „Die hogast hat dafür jetzt schon eine Fülle an Angeboten für unsere individuellen Ansatzpunkte“, so Walter Veit. Es sei aber wichtig, noch mehr und noch bessere Lösungen zu finden, die sich noch schneller rentieren. Ganzheitlich gedacht, zählt auch Barrierefreiheit zur Nachhaltigkeit, dafür brauche es ebenso Expertise.

In der Vermarktung hat die hogast mit dem Tourismusportal „We are Austria“ bereits einen ersten Schritt getan. „Das Ziel ist klar: Direktbuchungen. Alles, was uns unabhängiger von Vermittlern und deren Provisionen macht, ist zu begrüßen. Die Hotellerie muss wieder die Preishoheit bekommen“, sagt Veit. Moderne Kommunikationsformen und -wege dürfe man dabei nicht außer Acht lassen, aber das erfordert auch entsprechendes Know-how in den Betrieben. Gemeinsam könne man von der Schulung bis hin zur Reichweite deutlich mehr erreichen, und das zu besseren Preisen.

Mehr als nur relevant für den Geschäftserfolg sind qualifizierte Fachkräfte. Die hogast unterstützt die Mitglieder seit vielen Jahren mit Personaldienstleistungen und Walter Veit erwartet nicht, dass es einfacher wird: „Wir werden auf mehrere Pferde setzen müssen. Im Inland geht es darum, der Branche mit Schüler- und Lehrlingskampagnen die gebührende Aufmerksamkeit zu verschaffen, im Ausland spielt die frühzeitige Sprachvermittlung die Hauptrolle.“ Mit der neuen Online-Sprachschule testet die hogast bereits einen effizienten Weg dafür.

Nicht zuletzt wird die Finanzierung weiterhin ein wichtiges Betätigungsfeld bleiben. Neben den bestehenden Beratungs- und Service-Angeboten könne die hogast weitere Wege schaffen, um den Mitgliedern zu den nötigen Mitteln zu verhelfen. „Wir haben alle Stammgäste, denen wir mit den entsprechenden Rahmenbedingungen über Crowdfunding eine genussvolle und erholsame Rendite verschaffen könnten“, so Walter Veit. Er will sich auch dafür einsetzen, dass Banken laufend Tourismusfonds auflegen, über die man in hogast-Betriebe investieren kann – die breite Risikostreuung bringt Anlegern Sicherheit.



Walter Veit, Hotelier in Obertauern und Aufsichtsratsvorsitzender der hogast

Es ist die Stärke der hogast, frühzeitig Lösungen zu liefern, wann immer die Gemeinschaft Herausforderungen besser meistern kann als einzelne Betriebe.

Watch – Think – Act

Ein Gastbeitrag von Nils Müller, Zukunftsforscher und Gründer der TRENDONE GmbH

Viele Triebkräfte formen unser gesellschaftliches Zusammenleben. Die Digitalisierung schreitet voran und verändert Strukturen und Prozesse des Alltags so umfassend wie zuletzt die industrielle Revolution. Seit der Agrar-, über die Industriegesellschaft bis zur heutigen Wissensgesellschaft mit der wachsenden digitalen Durchdringung von Arbeit, Freizeit und Familie sind Jahrhunderte vergangen. Heute dreht sich das Rad der Veränderung schneller als je zuvor. Der technologische Wandel führt auch zu wirtschaftlichem Wandel und wir müssen nachhaltige Lösungen andenken, um unsere Gesellschaft zu einer Ära der Post-Wachstums-Ökonomie hinzuführen.



Zahlreiche Innovationen ändern nicht nur die Regeln des Alltags, sondern erfinden ihn ganz neu. Wir sehen ausgehend von Unternehmen wie Airbnb oder Uber neue Unternehmensstrukturen und Businessmodelle (Platform Business), und damit einhergehend ein Erstarren der Zivilbevölkerung, eine neue Solidarisierung in p2p-Netzwerken.

Wir bekommen mit der derzeitigen Virtual-Reality-Welle ein veritables Vehikel für neue Unterhaltungssysteme und -inhalte. Wir bereisen im Virtual Travel exotische Orte von unserer Couch aus, erleben Live-Führungen durch die Museen der Welt und vielleicht steuern wir bald sogar Forschungsroboter am Meeresgrund.

Wir werden mit 3-D-Druckern unser eigenes Zuhause mit Do-it-yourself-Spirit füllen und individualisieren, den Industriesektor für Kleinteile dezentralisieren und neue Erregenschaften in der Medizinforschung feiern! Wir werden die Autobahnen entlasten, den Luftraum nutzen und mittels Drohnentechnologie Logistiksysteme verbessern und gleichzeitig Wartezeiten verkürzen. Sowohl urbane Ballungsräume als auch entlegene Gebiete werden davon profitieren.

Wir werden eine Revolution in der Ernährung erleben und nachhaltige, nährstoffreiche Nahrungsressourcen erschließen. Algen und Insekten sind bereits in vielen Teilen der Welt Bestandteile der Ernährung. Unsere Welt braucht CO₂-arme Lebensmittelherstellung und ein endgültiges Ende des Hungerleidens.

Was sehen Sie vor Ihrem geistigen Auge, wenn Sie das Wort „Zukunft“ hören? Warum ist diese Frage wichtig, werden Sie denken. Nun, all unsere individuellen Vorstellungen von Zukunft ergeben ein kollektives Zukunftsbild. Wir sind es, die jeden Tag Stück für Stück die Zukunft gestalten mit unseren Gedanken, die sich in Handlungen ausdrücken. Denn wir tragen die Verantwortung gemeinsam.

Oft stehen wir Veränderungen skeptisch gegenüber. Ein wachsames Auge, ein kritischer Geist sind wichtige Begleiter. Doch vergessen Sie nicht: Solange man Angst hat, dass etwas eintrifft, ist es noch nicht eingetroffen. Angst ist völlig umsonst. Sehen Sie optimistisch in die Zukunft. Noch ist vieles offen, gestalten Sie mit!

Worauf es in Zukunft ankommt

Die hogast mit ihrem zentralen Einkauf ist aus der österreichischen Hotellerie nicht mehr wegzudenken. In Zeiten von Steuer- und Fixkostenerhöhung ist sie ein wichtiges Instrument zur Kostenkontrolle. In Zukunft entscheiden sich bestimmt noch mehr Hoteliers für die Dienstleistungen der hogast, weil wir nicht nur bei Einkauf und Jobbörse gemeinsam mehr erreichen können, sondern auch bei Finanzen und Vermarktung.

Unsere Interessenvertretung muss sich mehr für unsere Branche einsetzen und den zunehmenden Bürokratieaufwand abbauen. Jede Initiative, die uns mehr Zeit verschafft, um uns aufs tägliche Geschäft zu konzentrieren, ist zu begrüßen. Wir Österreicher sind geborene Gastgeber und wollen dies mit ganzen Herzen auch bleiben. Nichtsdestotrotz blicken wir positiv und mit viel Ehrgeiz und Überzeugung in die Zukunft.

Die hogast hat junge Gastronomen und Hoteliers gefragt, was sie bewegt, wenn sie an die Zukunft der Branche denken. Wir freuen uns auf weitere Beiträge unter www.40jahrehogast.at!

Als Wirt eines Traditionsgasthauses lege ich besonders großen Wert auf regionale Produzenten. Da vertrauen mir meine Gäste, dass sie bei mir absolut perfekte, heimische Qualität bekommen – und ich vertraue auch meinen Lieferanten, die mir diese Qualität tagtäglich liefern.

Bei mir kehren sehr viele Graz-Besucher ein, die sich einen Eindruck von unserer berühmten steirischen Gastlichkeit verschaffen wollen. Wir versuchen diese bestmöglich zu transportieren – wir arbeiten in steirischer Tracht, legen großen Wert auf Herzlichkeit und Tradition und servieren klassische steirische Schmankerln.



Christina & Christoph Brandstätter
Seehotel Jägerwirt, Turndorfer Höhe



Fritz Breitfuß
Das Neuhaus, Saalbach



Robert Grossauer
Gösser Bräu, Graz



Isabella Edler
Gösser Bräu, Graz

Die kommende Generation darf nicht nur die Wege der Vorgänger beschreiten und sich auf die damals eingeschlagenen Richtungen verlassen. Wir müssen als junge Unternehmer wieder Pioniergeist zeigen, für Gäste und Mitarbeiter gleichermaßen unter positivem Strom stehen und die Gastwirts-Tugenden hochleben lassen. Wir verkaufen Lebensqualität, Zeit und Emotionen, die gilt es smart zu vermarkten.



Christof Widakovich & Herti Grossauer
Restaurant Schlossberg, Graz

Mit vier Standorten unseres Steaklokals ist es besonders wichtig, dass wir in allen Betrieben die gleiche Produktqualität anbieten können. Controlling der Produzenten und Preissicherung auf einen längeren Zeitraum spielen bei uns kalkulatorisch sowie qualitativ eine große Rolle.



Michael Grossauer & Peter Kazianschütz
(im Bild mit Senior-Chef Franz Grossauer)
el Gaucho, Wien/Baden/Graz/München



Florian Mayer
Kinderhotel Alpenrose, Leornoo



Andrea & Thomas Steiner
Hotel Steiner, Oberdanern

Eines unserer Kriterien ist „Weniger ist mehr“: Wir bieten lieber weniger, dafür hochwertige Produkte von ausgezeichneter Qualität an, vorzugsweise aus der Region. Ein anderes ist „Im Kleinen Großes sehen“: Wir klären vorab mit dem Gast so viel wie möglich, um ihm vor Ort Zeit zu sparen. Außerdem sammeln wir alle diese kleinen Wünsche und Vorlieben in unserem System, damit der nächste Besuch noch entspannter wird.

Danke

Eine starke Einkaufsgenossenschaft wie die hogast ist für die Lieferpartner naturgemäß eine Herausforderung. Unser Auftrag ist es, die Interessen unserer Mitglieder durch- und umzusetzen. Daher machen wir unseren Lieferpartnern die Arbeit nicht leicht, kontrollieren alle Vorgänge sehr streng und verlangen kostensparende Prozesseffizienz. Die vergangenen 40 Jahre beweisen, dass diese Strategie die richtige ist – nicht nur für die Mitglieder, sondern auch für die Lieferpartner. Inzwischen zählen mehr als 1.200 Betriebe zu dieser Gruppe und der Grund für das stetige Wachstum ist klar: Die Vorteile überwiegen. Der Zugang zu so gut wie allen Top-Betrieben der Branche ist der wichtigste Aspekt. Es gibt wohl kaum einen besseren Weg, seine Zielgruppe ohne Streuverlust so genau zu erreichen. Daneben bemühen wir uns stets um eine faire und korrekte Zusammenarbeit mit jedem einzelnen Unternehmen, egal ob es sich um einen Branchenprimus handelt oder einen Nahversorger im Bergdorf. Wir nutzen diese Gelegenheit, all unseren Partnern für die meist jahre- und oftmals jahrzehntelange gemeinsame Arbeit zu danken. Ein besonderer Dank gilt jenen Unternehmen, die diese Publikation unterstützt haben.



Impressum ahead – die ersten 40 Jahre. Veröffentlichung: Oktober 2015 · Herausgeber: hogast Einkaufsgenossenschaft f. d. Hotel- u. Gastgewerbe regGenmbH · Sonystraße 4 · A-5081 Anif UID-Nr.: ATU34003805 · Online: www.40jahrehogast.at · Konzeption & Redaktion: Plenos – Agentur für Kommunikation GmbH · Paracelsusstraße 4 · A-5020 Salzburg · E office@plenos.at · Grafik: Plenos Creative GmbH · Paracelsusstraße 4 · A-5020 Salzburg · Sabine Rammer grafikdesign · Mitarbeiter dieser Chronik: Sabrina Glas, Simon Wagner, Ursula Wirth · Fotos: hogast Einkaufsgenossenschaft, Florian Stürzenbaum, Foto Hackenberg, Weisses Rössl, Schwärzler Hotels, Günther Sturm, Johann Barth, Michael Mauracher, Morandell/Christoph Ascher, Sky Blue, Prost/Peter Christian Mayr, Seehotel Jägerwirt, Shutterstock: Andrey_Popov, Anna.zabella, Arthimedes, Daxiao Productions, Dominique Landau, Franck Boston, Giggietto, Glück, Jamen Percy, Jiang Hongyan, Kurhan, Ljupco Smokovski, LuckyImages, Lukiyanova Natalia / frenta, mexrix, Minerva Studio, My Life Graphic, Pavel Ignatov, quweichang, Ronald Summers, ruigsantos, SpeedKingz, tai11, Vadim Ivanov, Viktor Gladkov, Vladislav Gajic, Wisiel, xenOmn, Yuriy Seleznev · Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 und 2 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten. Der Offenlegungstext gem § 25 MedG ist unter www.40jahrehogast.at/impressum abrufbar. · Für die Richtigkeit und Vollständigkeit von per ISDN oder E-Mail übertragenen Dokumenten oder Anzeigen kann keine Verantwortung übernommen werden. Bei nicht ausgewiesenen Bild- und Fotorechten handelt es sich um von den Unternehmen bereitgestelltes und zum Abdruck freigegebenes Fotomaterial. Nachdruck nur mit Quellennachweis und schriftlicher Genehmigung gestattet. Irrtümer und Änderungen vorbehalten. · Druckauflage: 5.000 Stück · Druck: Salzkammergut Media, Gmunden · Im Sinne der flüssigen Lesbarkeit können wir die weibliche Formulierung nicht immer hinzufügen. Es werden jedoch überall gleichermaßen Männer wie Frauen angesprochen.

Voll Leidenschaft für
die nächsten 40 Jahre.

