

**DIE ZUKUNFT
BEGINNT
HEUTE.**

GESCHÄFTS- UND NACHHALTIGKEITSBERICHT



GEMEINSAM WEITERDENKEN.

INHALT

04

EDITORIAL DER
GESCHÄFTSFÜHRUNG

06

EDITORIAL DES
AUF SICHTSRATS

08

ÜBER UNS

10

TOURISTISCHER
LAGEBERICHT

11

AKTIVITÄTEN
2022/2023

12

BILANZ

14

NACHHALTIGKEITS-
BERICHTERSTATTUNG

16

GOOD CORPORATE
GOVERNANCE

18

NACHHALTIGKEITS-
PROZESS

19

ÖKOZOSIALE
KRITERIEN

20

DIE HOGAST
IM DIALOG

21

UNSERE
MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER

22

AUSBLICK

24

DIE ORGANE

26

TOP-30-MITGLIEDER
UND -LIEFERPARTNER

27

SPONSOREN

28

GRI-INDEX

30

IMPRESSUM

472.000

DURCHSCHNITTSUMSATZ/MITGLIED



118

MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER



13,36 MIO.

+ 33,6 %
HOGAST
RÜCKVERGÜTUNG



3

TOCHTERFIRMEN:
HOGAST DEUTSCHLAND
HOTEL GASTRO POOL
HANDOVER



1,187 MRD.

+21,63 %
UMSATZ HOGAST-
EINKAUFSGENOSSENSCHAFT



36,8 MIO.

REGIONALER
BONUS



3.571

+ 120
MITGLIEDSBETRIEBE



1,6 MRD.

UMSATZ HOGAST-
UNTERNEHMENSGRUPPE



22
23



**MAG. (FH) ALLEGRA
FROMMER**
Vorstandsvorsitzende

WIR WOLLEN NOCH BESSER WERDEN

Wer hätte je gedacht, dass nach drei turbulenten Covid-Jahren die bewegten Zeiten in dieser Art weitergehen. Die Freude unserer Branche über ungetrübte Öffnungszeiten wurde jäh unterbrochen durch einen Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine und die damit unwillkommenen Kostenexplosionen im Energiesektor. Die Folgen: eine hohe Inflation, überproportionale Preissteigerungen im F&B-Bereich und die Unsicherheit, wie internationale Reisemärkte auf die Nähe Österreichs zur Ukraine reagieren werden.

Die daraus resultierenden volatilen Energiemärkte stellen uns nicht nur retrospektiv vor eine Herausforderung, sondern zeigen uns auch, dass wir uns in Zukunft mit einem höheren Preislevel arrangieren müssen. Auch wenn sich die Schwankungen relativieren – wir alle haben nicht damit gerechnet, uns wieder mit Energiepreisen oder so schnell steigenden Bankzinsen beschäftigen zu müssen.

Trotz all dieser Komplikationen dürfen wir stolz auf das vergangene Jahr blicken, denn sehen wir uns heute die nackten Zahlen an, dann war die Entwicklung der Branche und damit die der HOGAST eine Positive. Die Gäste kamen nicht nur, sondern

sie waren dankbar, endlich wieder Urlaub machen zu können und haben diesen gerne in Österreich und Deutschland verbracht.

Gerade in diesen Zeiten war die HOGAST gefordert, denn die Vorteile einer starken Genossenschaft wurden wieder entdeckt und viele Betriebe wurden zu unseren Mitgliedern. Gemeinsam ist man nun mal stärker und das nicht nur auf der Verhandlungsseite, sondern auch im Meinungsaustausch.

Die HOGAST hat in diesem vergangenen Wirtschaftsjahr viele Betriebe willkommen heißen dürfen und somit auch ihre Verantwortung wahrgenommen, alle Mitglieder bestmöglich zu servieren. Damit das gelingt, wurden intern viele Prozesse analysiert, IT-Projekte konzipiert und die ersten Schritte eingeleitet, um auch in der Zukunft ein verlässlicher Partner zu sein.

Und so verfolgen wir weiter konsequent unsere Ziele, bauen den Betrieb HOGAST aus und fokussieren uns auf einen zentralen Gedanken: **Wir wollen besser werden!** Für unsere Mitglieder, für unsere Partner – um gerade in Zeiten wie diesen eine echte Stütze zu sein.



Allegra Frommer



WERNER MAGEDLER
Aufsichtsratsvorsitzender

„IM KOLLEKTIV IST MAN STÄRKER“

„NACH DER KRISE IST VOR DER KRISE“ – IST DAS DAS MOTTO DES VERGANGENEN WIRTSCHAFTSJAHRES?

Wenn man die vergangenen Jahre betrachtet, könnte man das durchaus so formulieren. Ein Krieg, der praktisch vor unserer Haustüre stattfindet, Energiepreise, die durch die Decke gehen und kaum mehr vorhersehbar sind, eine nach wie vor hohe Inflation – das sind nicht gerade Vorzeichen, um jeden Tag zu lächeln. Aber es ist auch eine Zeit, um seinen Betrieb genauer zu analysieren und in weiterer Folge zu optimieren. Gerade im Energiesektor kann man durch genaue Verbrauchsanalysen viel gewinnen. Das spielt nicht nur finanziell eine zentrale Rolle, sondern ist auch im Sinne der Nachhaltigkeit relevant. Darüber hinaus haben viele Betriebe begonnen, ihre internen Prozesse zu verbessern, zum Beispiel im Bereich Food Waste. Gerade in Zeiten von hohen Preisen ein wichtiges Thema und ebenfalls nachhaltig im Umgang mit unseren Ressourcen.

Wir alle lernen also in Krisenzeiten dazu und das wird uns auch mittelfristig Erfolg bringen.

WELCHE HERAUSFORDERUNGEN SEHEN SIE NUN FÜR UNSERE BRANCHE?

Wie schon erwähnt, halten uns alle Kostensteigerungen ordentlich auf Trab. Im kommenden Jahr hoffen wir natürlich auf sinkende Preise und werden auch mit unseren Partnern in Verhandlungen treten, so dass diese auch schnellstmöglich an unsere Betriebe weitergegeben werden.

Aber nicht nur die Preise sind ein Thema für uns, sondern auch die Suche nach qualifizierten Mitarbeitern stellt uns weiter vor

eine Herausforderung. Ohne ein gutes Team können wir keine Gäste empfangen – so einfach ist das. Aus diesem Grund legen wir auch bei der HOGAST großen Wert auf alle Projekte, die bei der Mitarbeitersuche auf HOGASTJOB gestartet wurden. Hier werden wir in jedem Fall weitere Schritte gehen.

IST IN ZEITEN WIE DIESEN EINE GENOSSENSCHAFT NOCH ZEITGEMÄSS?

Gerade jetzt ist eine Genossenschaft wieder aktuell. Die HOGAST-Unternehmensgruppe besteht aus mittlerweile ca. 7000 Mitgliedern, davon rund 3000 nur bei HOGAST Österreich. Egal, in welchem Bereich – es bedeutet nur Vorteile. Ob Verhandlungen mit unseren Lieferpartnern, die guten Gespräche und Netzwerkmöglichkeiten oder auch, wenn es darum geht, von den Besten lernen zu können – wir spüren, dass viele Betriebe Interesse zeigen und erkennen, dass man im Kollektiv stärker ist.

BLEIBEN SIE OPTIMISTISCH, WENN SIE IN DIE ZUKUNFT BLICKEN?

Wir alle sind Unternehmer und wissen, dass es nicht hilft, negativ zu denken. Man muss immer mit den Gegebenheiten zurechtkommen und aus den Situationen lernen. Das trifft auch für die HOGAST zu. Natürlich brauchen wir alle wieder positive Nachrichten, aber ich blicke grundsätzlich positiv in die Zukunft. Als HOGAST haben wir viele Projekte gestartet – in der Digitalisierung, in der Optimierung der internen Prozesse und auch bei der Frage, wie wir welche Unternehmensbereiche stärken können. Wenn das alles wie geplant umgesetzt wird, sehe ich optimistisch in die nächsten Jahre.



Werner Magedler

**EINFACH
MEHR
ERFOLG!**



WIR GESTALTEN ZUKUNFT

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 2022/2023 inklusive Inkasso-Umsätze einen Umsatz von 1,187 Mrd. Euro (Gruppenumsatz: 1,6 Mrd. Euro) erzielt hat. Neben den Preisvorteilen sind Beratung und Service zu den wichtigsten Leistungsfaktoren geworden. Rund 3.571 Mitgliedsbetriebe (HOGAST-Gruppe gesamt: 7.233) profitieren bereits von den HOGAST-Leistungen und genießen Preisvorteile, exklusive Serviceleistungen und eine erhebliche Zeitersparnis im täglichen Geschäftsablauf. Zur Firmengruppe der HOGAST gehören die Tochterfirmen HOTEL GASTRO POOL GmbH, Anif (100 %), HANDOVER Beschaffungsdienstleistungs GmbH, Anif (51 %) und HOGAST Einkaufsgesellschaft für das Hotel- und Gastgewerbe mbH, München (100 %).

WAS WIR TUN.

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

DER GRÜNDUNGSGEDANKE.

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

UNSERE MISSION.

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

UNSERE VISION.

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

NÄCHTIGUNGEN FAST AUF VORKRISENNIVEAU

Wie kaum eine andere Branche hatte die Tourismuswirtschaft in den vergangenen Jahren immense Herausforderungen zu meistern. Nach den Einschränkungen durch die Pandemie stellten der Ukraine-Krieg, die Null-Covid-Politik Chinas, die Energiepreise und letztlich die Inflation die Branche auf eine harte Probe.

Die gute Nachricht: Trotz schwieriger Rahmenbedingungen wurden 2022 in Österreich 137 Millionen Nächtigungen gezählt – damit liegt man nur noch zehn Prozent unter den Werten von 2019.

Auch nach Ende der Pandemie und dem Wegfall von internationalen Reisebeschränkungen kommt den inländischen Gästen noch immer große Bedeutung zu. 2019 lag der Anteil bei 26,2 Prozent der Gesamtnächtigungen, 2021 bedingt durch die Pandemie bei 37,2 Prozent und 2022 noch immer bei 28,4 Prozent, was 38,9 Millionen Nächtigungen entspricht.

Zudem sind die internationalen Gäste zurückgekehrt, hier hat sich die Anzahl der Nächtigungen im Vergleich zu 2021 verdoppelt.

Mit zuletzt 53,4 Millionen Nächtigungen bleibt Deutschland der insgesamt wichtigste Quellmarkt im österreichischen Tourismus.

STARKE NACHFRAGE SORGT FÜR ERHÖHTEN PERSONALDRUCK

Zum Aufwärtstrend haben zum einen die Hoteliers und Gastronomen beigetragen, die ihre Betriebe sicher durch die Krisen geführt haben. Zum anderen haben auch jene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter großen Anteil daran, die der Branche die Treue gehalten haben. Auch dank ihnen wurden die positiven Erwartungen für 2022 weit übertroffen.

Qualifizierte Arbeitskräfte weiterhin zu halten und gleichzeitig neue Mitarbeiter zu gewinnen wird eine der größten Herausforderungen der Zukunft sein. Denn gerade eine starke Nachfrage im heimischen Tourismus bedeutet, dass der Personaldruck weiterwächst.

NEBENSAISON WIRD ATTRAKTIVER

Auch wenn die wirtschaftlichen Herausforderungen weiter bestehen, wird bei der touristischen Nachfrage kein erneuter Rückgang erwartet.

Umfragen zeigen, dass die Reiselust ungebrochen groß ist. Was allerdings zu beobachten ist, ist ein verändertes Urlaubsverhalten. Als Reaktion auf die gestiegenen Preise verschiebt sich die Nachfrage stärker in die Nebensaison. Auch ist eine Verringerung der Reisedauer und des Urlaubsbudgets zu beobachten. Laut einer Umfrage wird zudem bei Nebenausgaben in der Gastronomie und im Handel gespart.

NACHHALTIGKEIT ALS WICHTIGES KRITERIUM

Ganz deutlich zeigt sich auch, dass bei der Urlaubsentscheidung vermehrt auf Qualität und Serviceniveau geachtet wird. Unter anderem spielen Nachhaltigkeitskriterien immer häufiger eine Rolle. Viele Betriebe sind sich hier ihrer Verantwortung bewusst, was sich unter anderem beim Einsatz von alternativen Energieträgern zeigt.



EIN JAHR MIT VIELEN LICHTBLICKEN

1. IT-INFRASTRUKTUR

Im letzten Jahr haben wir mit der Grundsäule unserer IT-Infrastruktur begonnen und uns das Thema Datensicherheit und Performance vorgenommen. So wurde eine georedundante Datenleitung installiert und unsere Daten wurden aus der Zentrale in ein hoch performantes und abgesichertes Rechenzentrum transformiert. Dieses IT-Outsourcing bringt eine massiv verbesserte Daten- und Ausfallsicherheit sowie eine Leistungssteigerung unserer Systeme inklusive der Onlineshops der gesamten HOGAST-Gruppe.

2. VERTRIEB NON-FOOD

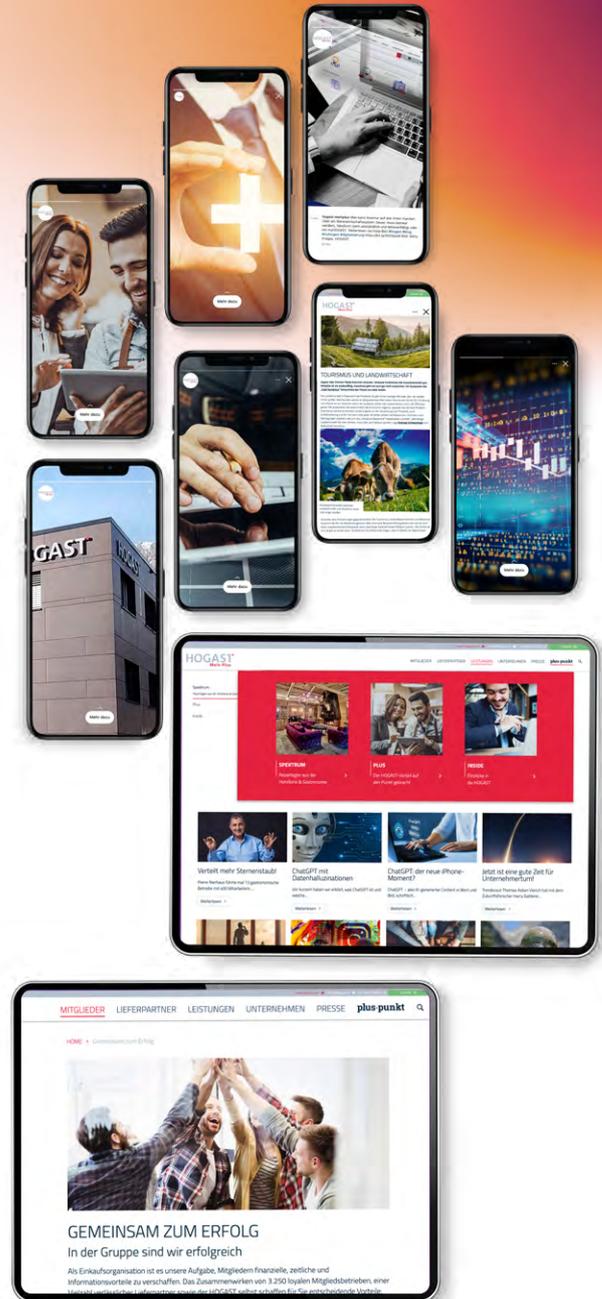
Sieht man sich die Umsätze der HOGAST in den vergangenen Jahren an, so wird jedem auffallen, dass wir nicht nur stark im Bereich von Food and Beverage sind, sondern stetig unser Fachwissen und das Angebot im Non-Food-Sektor erweitert haben. Damit wir gerade in diesem komplexen Bereich die Beratungsqualität verbessern können, haben wir in einer Testregion begonnen, einen eigenen Vertrieb für den Non-Food-Bereich zu etablieren. Wir spüren, dass wir hier den Puls der Zeit getroffen haben, und setzen weiter auf Beratung und Begleitung vor Ort.

3. BEGLEITUNG VON BAUPROJEKTEN

Auch im vergangenen Jahr hat unser Projekt-Team viele Bauvorhaben erfolgreich begleiten dürfen. Die Expertise im Haus wächst stetig, das Portfolio unserer Lieferpartner wird zusehends größer, und wir freuen uns, als echte Stütze durch unsere Mitglieder und Partner wahrgenommen zu werden.

4. ERSTE SCHRITTE IN EIN KOMPETENZZENTRUM

Die HOGAST-Unternehmensgruppe entwickelt sich stetig und positiv. Viel Wissen ist nun in allen Tochtergesellschaften gewachsen und so ist der Schritt nur logisch, das gemeinsame Wissen zu bündeln und bestmöglich im Sinne unserer Mitglieder einzusetzen. Unsere Mitarbeiter haben begonnen, Fachbereiche auszubauen, so dass alle Mitglieder der Unternehmensgruppe zukünftig von einer hohen Dienstleistungsqualität und einem großen Angebotsportfolio profitieren können.





IN ALLER OFFENHEIT

DIE BILANZ 1. MAI 2022 BIS 30. APRIL 2023

AKTIVA

A. ANLAGEVERMÖGEN	33.863.441,38
B. UMLAUFVERMÖGEN	
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	121.722.845,25
II. Wertpapiere und Anteile	0,00
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	50.167.828,53
C. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	483.668,22
D. AKTIVE LATENTE STEUERN	454.569,69
SUMME AKTIVA	206.692.353,07

PASSIVA

A. EIGENKAPITAL	
I. Nennkapital	1.981.980,00
II. Rücklagen	34.449.178,27
III. Bilanzgewinn	4.102.348,86
INVESTITIONSZUSCHÜSSE	22.776,25
C. RÜCKSTELLUNGEN	1.800.342,14
D. VERBINDLICHKEITEN	164.059.521,55
E. RECHNUNGSABGRENZUNGSPOSTEN	276.206,00
SUMME PASSIVA	206.692.353,07

DIE GEWINN-UND-VERLUSTRECHNUNG 1. MAI 2022 BIS 30. APRIL 2023

1. Umsatzerlöse	1.187.835.506,03	12. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	1.418.117,96
2. Sonstige betriebliche Erträge	1.309.464,28	13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	162.071,21
3. Warenaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.172.130.189,22	14. Finanzerfolg (Zwischensumme aus Z8 bis Z13)	1.645.861,29
4. Personalaufwand	8.307.286,08	15. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	4.959.709,78
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	328.715,37	16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	344.617,68
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	5.064.931,15	17. Jahresüberschuss	4.615.092,10
7. Betriebsergebnis Zwischensumme aus Z1 bis Z6	3.313.848,49	18. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	561.509,21
8. Erträge aus Beteiligungen	2.029.000,00	19. Jahresergebnis	4.053.582,89
9. Erträge aus anderen Wertpapieren	97.215,43	20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	48.765,97
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	244.126,00	21. Bilanzgewinn	4.102.348,86
11. Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	855.709,03		

2.516

MITGLIEDER
(MIT EINKAUFSBERECHTIGUNG)

50,7 MIO.

BONIFIKATIONEN

4,1 MIO.

BILANZGEWINN

Stand jeweils 30. APRIL

2020/2021

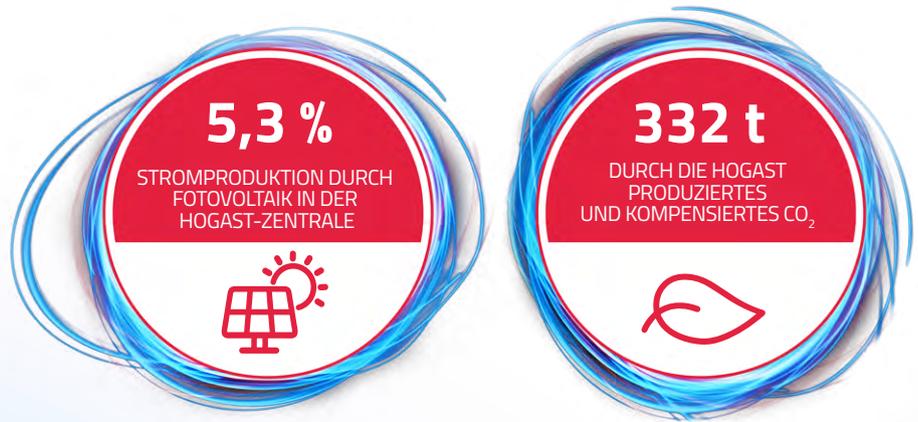
2021/2022

2022/2023

Umsatz (ohne Inkasso-Umsatz)	414.692.558,06	895.594.700,65	1.187.835.506,03
durchschnittlicher Umsatz/Mitglied	172.932,68	369.927,59	472.112,68
Gewinn (ohne Gewinnvortrag)	2.562.680,92	1.676.431,91	4.053.582,89
Mitglieder (mit Einkaufsberechtigung)	2.398	2.421	2.516
Mitarbeiter	109	111	113
Bilanzsumme	84.167.094,35	173.405.521,28	206.692.353,07
BONIFIKATIONEN	37.677.564,45	25.262.938,77	50.687.666,04
HOGAST-Rückvergütung	5.226.283,22	10.000.499,23	13.442.464,96
regionaler Bonus	32.451.281,23	15.262.439,54	37.245.201,08
davon Skonto	3.413.036,16	5.904.675,09	7.565.065,12
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	439.251,22	441.394,07	328.715,37
Mitarbeiterkosten/Zentralrabatt	50,11 %	38,24 %	31,09 %
sonstige Kosten/Zentralrabatt	-0,11 %	11,76 %	18,91 %
HOGAST-BONIFIKATION/Zentralrabatt	50,00 %	50,00 %	50,00 %
Personalaufwand	5.249.447,190	7.629.190,42	8.307.286,08
Wareneinsatz	407.989.764,50	883.701.578,21	1.172.130.189,22
Erlöse inkl. HOGAST-BONUS	11.929.076,78	21.893.621,67	29.147.781,77
Zentralrabatt	10.475.446,47	19.950.040,64	26.718.519,80

**MIT AUGENMERK
AUF DIE UMWELT**





DIE BLICKRICHTUNG STIMMT

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 199,8 MWh im Geschäftsjahr 2022/2023 ist dies erneut gelungen. 5,3 Prozent des Stroms werden aus einer eigenen Fotovoltaikanlage gewonnen, der Rest aus ausschließlich erneuerbaren Quellen zugekauft. Die CO₂-Emissionen aufgrund des Stromverbrauchs liegen seit 2014 bei null.

KLIMANEUTRALITÄTSBÜNDNIS 2025.

Seit dem Jahr 2015 ist die HOGAST Mitglied im „Klimaneutralitätsbündnis 2025“. Sämtlicher CO₂-Ausstoß des Unternehmens (Maschinen, Server, Mitarbeiter-Mobilität usw.) wird durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen. Im Jahr 2022 hat die HOGAST mit ihrer Geschäftstätigkeit 332 Tonnen CO₂ produziert (= standortbasierter CO₂-Wert) und durch die Unterstützung eines kommunalen Aufforstungsprojekts in Nicaragua kompensiert. Die HOGAST ist und bleibt somit klimaneutral.

KONSEQUENTE ENTSORGUNG.

Konsequente Mülltrennung ist für die HOGAST selbstverständlich. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden folgende Entsorgungen durchgeführt: Papier/Karton (52 Leerungen à 1100 Liter), Metall (9 Leerungen à 240 Liter) und Glas (1 Leerung à 240 Liter). Die Erlöse aus der Wiederbefüllung sowie dem Wiederverkauf von Leertönen gingen zu Gunsten der Kinderkrebshilfe. Alte Firmenhandys wurden über die Ö3-Aktion wiederverwertet.

LEBENSMITTELABFÄLLE VERMEIDEN.

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

Energieverbrauch HOGAST-Gebäude Daraus resultierende Emissionen (marktbasierter CO₂-Wert)

Jahr	Energieverbrauch (MWh)	Emissionen (t CO ₂)
2013/2014	219,8	4,2
2014/2015	215,2	0
2015/2016	213,9	0
2016/2017	217,4	0
2017/2018	209,2	0
2018/2019	192,7	0
2019/2020	193,0	0
2020/2021	175,5	0
2021/2022	198,0	0
2022/2023	199,8	0

PRODUKTE UND LIEFERPARTNER.

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

HOGAST-VERANSTALTUNGEN.

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

VERANTWORTLICHES HANDELN

FÜHRUNGSSTRUKTUR UND ORGANE.

Die HOGAST ist in einer flachen Hierarchie organisiert. Damit sind schnelle Entscheidungswege und effizientes Arbeiten gewährleistet. Neben Vision, Mission sowie mittel- und langfristigen strategischen Zielen hat die HOGAST Richtlinien für Einkauf, Mitglieder, Personal, Lieferpartner und Qualität festgelegt. Auch Aufsichtsrat und Beiräte (siehe S. 24/25) stellen die Mitgliederorientierung sicher.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE UND -GRUNDSÄTZE.

Nachhaltiges Handeln ist für die HOGAST ein ganzheitlicher Ansatz, den wir in einem beständigen Prozess weiterentwickeln – auch zum Nutzen unserer Mitgliedsbetriebe. Schließlich ist eine intakte Umwelt eine wesentliche Existenzgrundlage für touristische Betriebe.

NEUTRALE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG.

Ein wesentlicher Bereich der Geschäftstätigkeit ist die verantwortungsvolle Gestaltung des Lieferpartnernetzwerks und der Sortimente. Die HOGAST übernimmt Verantwortung nicht nur gegenüber den Mitgliedern, sondern auch gegenüber Lieferpartnern und Produzenten. In diesem Sinn fordert die HOGAST von ihren Lieferpartnern die Einhaltung definierter Arbeits- und Produktionsbedingungen. Alle neuen Lieferpartner werden im Hinblick auf soziale und Menschenrechtskriterien geprüft. Lieferpartner, die mit ihrem Produkt- bzw. Dienstleistungsspektrum nicht zur Nachhaltigkeitsstrategie der HOGAST passen, werden nicht aufgenommen. Der entscheidende Vorteil der Mitglieder bei der Nutzung der HOGAST-Dienstleistungen ist die neutrale Position der HOGAST bei der Entscheidungsfindung. Mit ihrer Anti-Korruptionspolitik stellt die HOGAST faire Wettbewerbsbedingungen zugunsten ihrer Mitglieder sicher.

MITARBEITER IM FOKUS.

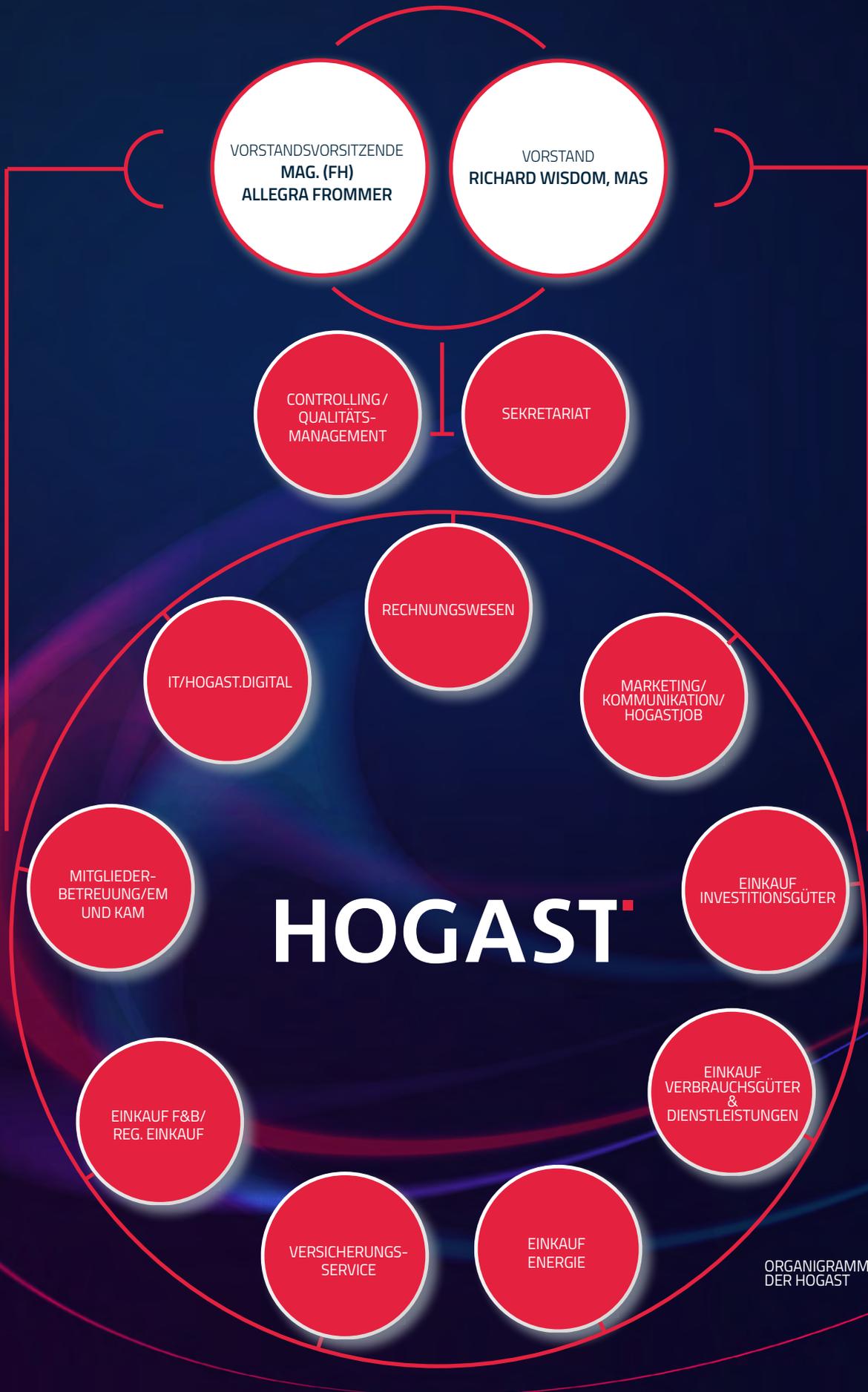
Unsere Mitarbeiter sind der entscheidende Faktor für unseren Erfolg. Wir setzen auf eine faire und gewinnbringende Bindung zwischen Unternehmen und Mitarbeitern. Schwerpunkte sind bedarfsgerechte, abwechslungsreiche und innovative Aus- und Weiterbildungen sowie gezielte Präventivmaßnahmen im Gesundheitsbereich.

ANTI-KORRUPTION.

Als Vermittler ist die HOGAST für die Auswahl der Lieferpartner verantwortlich, daher ist die Vermeidung von Korruptionsrisiken für uns ein wichtiges Thema. Korruption würde nicht nur zur Wettbewerbsverzerrung auf Lieferpartnerseite führen, sondern auch die Mitgliedsbetriebe benachteiligen, da nicht gewährleistet wäre, dass bei der Lieferanten- und Angebotsauswahl ausschließlich objektive Kriterien herangezogen werden. Daher wurde eine Anti-Korruptionsrichtlinie formuliert, die allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommuniziert wurde und intern für alle zugänglich ist.

DATENSCHUTZ.

Datenlecks und -missbrauch können zu wirtschaftlichem Schaden bei den Mitgliedsbetrieben führen. Durch Sicherstellung des Datenschutzes und Diskretion kann die HOGAST hier vorbeugen. Es werden alle Maßnahmen ergriffen, die eine maximal mögliche Sicherheit der Mitgliederdaten gegen Datenverlust und unberechtigte Zugriffe gewährleisten. In einem jährlichen IT-Audit werden diese Maßnahmen auf Vollständigkeit und gelebte Praxis geprüft.



ORGANIGRAMM
DER HOGAST

NACHHALTIGKEIT IM SPOTLIGHT

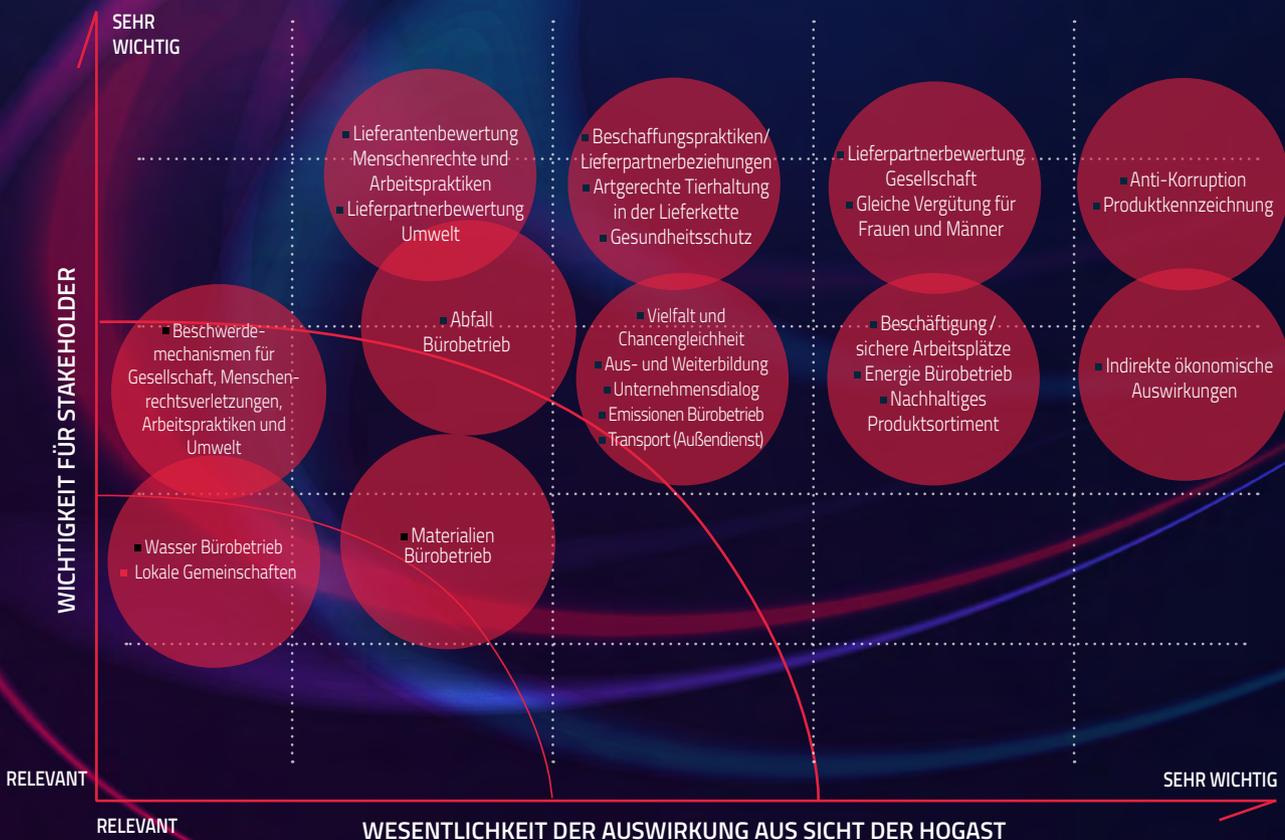
Die HOGAST startete im Sommer 2013 einen strukturierten Nachhaltigkeitsprozess, bei dem erstmals alle nachhaltigkeitsrelevanten Daten im Unternehmen erhoben wurden. Dafür stellte das Unternehmen ein Nachhaltigkeitsteam auf. Neben der Geschäftsführung bilden die Einkaufsleiter der Bereiche Food & Beverage,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

Gemäß den Vorgaben der neuesten Generation der international anerkannten Leitlinien für Nachhaltigkeitsberichte, Global Reporting Initiative, wurde 2014 außerdem ein Wesentlichkeitsprozess durchgeführt, um die wichtigsten Nachhaltigkeitsthemen zu identifizieren. Die Priorisierung erfolgte sowohl durch das interne Nachhaltigkeitsteam als auch durch

eine Befragung der Stakeholder. Basis war hier ein qualitativ aussagekräftiges und ausgewogenes Sample aus Mitgliedern, Lieferpartnern, Mitarbeitern, aber auch Interessenvertretern, Medien, Politik und NGOs.

Der vorliegende Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht erfasst das HOGAST-Geschäftsjahr 2022/2023, also den Zeitraum 1. Mai 2022 bis 30. April 2023. Die Berichtsgrenze für die nachhaltigkeitsbezogenen Daten entspricht jener des Geschäftsberichts und umfasst die HOGAST-Einkaufsgenossenschaft. Der Bericht deckt alle wichtigen Themen entsprechend der Wesentlichkeitsmatrix ab.

DIE WESENTLICHKEITSMATRIX DER HOGAST.



nur intern diskutierte Aspekte

Gesetzesvorschriften (allgemein und Umwelt)

- Marktpräsenz
- Prüfung Menschenrechte
- Wettbewerbswidriges Verhalten

Schutz der Kundendaten

Wirtschaftliche Leistung

GRÜNES LICHT GEBEN

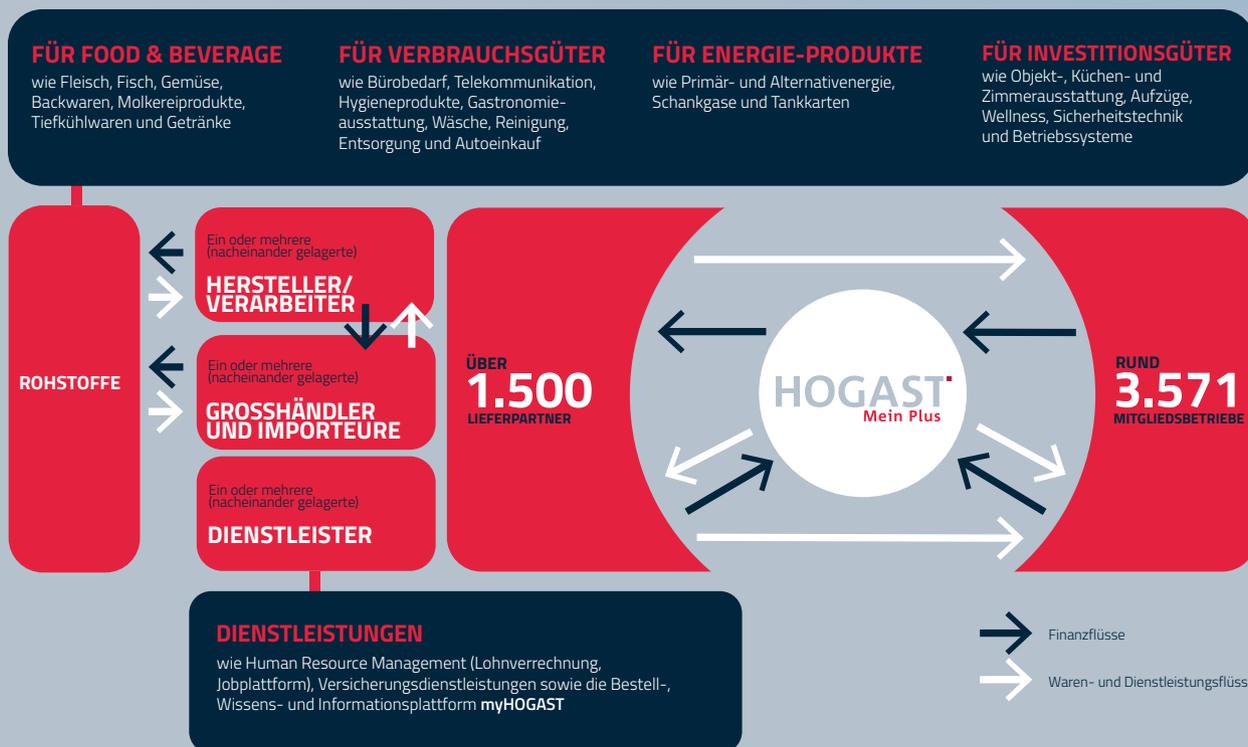
Unsere Mitglieder können auf unserer elektronischen Bestell- und Informationsplattform auf Produkte und Sortimente zugreifen, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Bei Lebensmitteln etwa findet man Produkte und Sortimente, die nach unterschiedlichen Nachhaltigkeitskriterien zertifiziert wurden, z. B. AMA, Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ und MSC. Die HOGAST kooperiert auch mit der Initiative „United Against Waste“ zur Reduktion der Lebensmittelabfälle in der Gastronomie. Außerdem werden regionale Produkte gekennzeichnet, die den Kriterien folgender Organisationen entsprechen: Bewusst Tirol, Genussland Oberösterreich, Ländle Produkte, Genussland Kärnten, SalzburgerLand, So schmeckt Niederösterreich, Genuss Burgenland, AMA.

Die HOGAST geht mit gutem Beispiel voran, ist Mitglied im Klimaneutralitätsbündnis 2025 und hat sich somit verpflichtet, sämtlichen CO₂-Ausstoß aufgrund der Unternehmenstätigkeit

(Maschinen, Server, Mitarbeiter-Mobilität usw.) durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten auszugleichen. Seit Herbst 2013 werden außerdem alle nationalen Veranstaltungen, wenn möglich, als Green Meetings bzw. klimaneutral organisiert.

All diese Aktivitäten sollen es unseren Mitgliedern erleichtern, Nachhaltigkeit in ihren Beschaffungsprozess zu integrieren. Wichtiger Ausgangspunkt eines nachhaltigen Beschaffungsprozesses sind unsere Lieferfirmen. Sie müssen eine Vielzahl an Bedingungen erfüllen, um HOGAST-Partner zu werden. Ein Lieferpartnerkodex stellt sicher, dass ein Mindestmaß an Kriterien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitspraktiken, ökologische Nachhaltigkeit und geschäftliche Integrität erfüllt wird. Dieser Kodex wurde schon von einer überwiegenden Anzahl der Lieferpartner unterzeichnet.

LIEFERKETTE DES HOGAST-PORTFOLIOS.



EIN TEAM AUF AUGENHÖHE

Der enge Austausch zwischen der HOGAST und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Mitgliedern und Lieferpartnern ist vom wertschätzenden Umgang miteinander geprägt.

Die Mitglieder werden in ihren Betrieben sowie auf regionalen Tagungen durch Einkaufsmanager persönlich betreut und können den HOGAST-Innendienst in Anif bei Salzburg telefonisch oder per E-Mail erreichen. Neben der HOGAST-Website werden die Mitglieder durch Newsletter und Mailings, auf Facebook, Instagram und LinkedIn sowie im Magazin plus.punkt auf dem Laufenden gehalten. Plattformen für den intensiven Austausch und die Vernetzung bieten die Veranstaltungen HOGAST-Symposium, HOGAST-Powertag und HOGAST-Golftrophy. In jährlichen Mitgliederbefragungen wird zudem die Zufriedenheit der Mitglieder erhoben.

GESPRÄCHE UND UMFragen.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wird neben dem laufenden Unternehmensdialog und Austausch in jährlichen Mitarbeitergesprächen Raum geboten, um über ihre fachliche Arbeitssituation und alle Aspekte der Zusammenarbeit zu sprechen. Um ein Gesamtbild über das Betriebsklima zu erhalten, findet zudem jedes Jahr eine externe und anonyme Mitarbeiter-Umfrage statt.

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

MITGLIEDERBEFRAGUNG.

Die letzte Mitgliederbefragung, die 2022 online unter Mitgliedsbetrieben aus ganz Österreich stattfand, zeigt eine hohe Zufriedenheit, Bindung und Loyalität der HOGAST-Mitglieder. Die Gesamtbeurteilung ergab einen Schnitt von 1,8 (Schulnotensystem).

STAKEHOLDER-UMFRAGE.

Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für die HOGAST zu identifizieren, holte die HOGAST 2014 die Sicht seiner Stakeholder ein. Neben Mitgliedern, Lieferpartnern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurden auch Interessenvertreter und Nachhaltigkeitsexperten nach ihrer Meinung befragt.

Generell wurden von den Stakeholdern alle abgefragten Aspekte im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit sehr hoch bewertet. Die Noten liegen auf einer Skala von 1 bis 10 in einer Bandbreite zwischen 6,8 und 9,3. Auch wurde ein Lieferpartnerkodex entwickelt, ein Beschwerdemechanismus geschaffen sowie mit einer regelmäßigen Nachhaltigkeitsberichterstattung begonnen. Welche Themen den Stakeholdern neben Anti-Korruption und Beschaffungspraktiken noch wichtig sind, sehen Sie in der HOGAST-Wesentlichkeitsmatrix auf Seite 18.

FEEDBACK- UND BESCHWERDEMÖGLICHKEITEN.

Die Einrichtung einer Beschwerdemöglichkeit zu den Themen Korruption und wettbewerbswidriges Verhalten sowie zu Arbeitsbedingungen und ökologischen Themen kann dazu beitragen, dass die HOGAST von potenziellen Fällen solcher wirtschaftlich und gesellschaftlich unerwünschten Fehlleistungen erfährt. Die Anti-Korruptionsrichtlinie der HOGAST gibt es seit 2014.

Um für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Mitglieder, Lieferpartner und andere Stakeholder neben dem direkten Kontakt auch eine leicht zugängliche formelle Feedback- bzw. Beschwerdemöglichkeit zu schaffen, wurde eine solche auf der Website der HOGAST implementiert. Daneben haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in regelmäßigen Mitarbeitergesprächen sowie anonymen Umfragen die Möglichkeit, etwaige wahrgenommene Mängel und Verbesserungsvorschläge in Bezug auf die Arbeitsbedingungen und Gleichbehandlung einzubringen.

UNSERE STÜTZPFEILER

Die Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist ausschlaggebend für die Qualität der Dienstleistungen und damit für den Erfolg der HOGAST. Dafür sind Gesundheit und fachliche sowie soziale Kompetenz notwendige Voraussetzungen.

Für die Gesundheit als Basis der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren wir jährlich in Präventivmaßnahmen. Diese umfassen Sportcoachings und die Möglichkeit einer sportmedizinischen Basisuntersuchung.

Vor allem junge Menschen liegen uns am Herzen. Das Ziel der HOGAST ist es, pro Lehrjahr mindestens einen Ausbildungsplatz zur Verfügung zu stellen. Bei Einstellung und Beförderung ist Chancengleichheit selbstverständlich, auf Lohngerechtigkeit wird besonderer Wert gelegt.

Angebote wie Gleitzeit, Homeoffice und Altersteilzeit tragen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben bei. Mit der jährlichen Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterbefragung steht der HOGAST ein gutes Instrument zur Verfügung, Feedback zu den Maßnahmen zu erhalten und auf Bedürfnisse entsprechend zu reagieren.

BETRIEBLICHE LEISTUNGEN:

- Flexible Arbeitszeiten
- Gesundheitsförderung
- Mitarbeiter-Events
- Fahrtkostenersatz bei Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel
- Zuschuss für Kinderbetreuung
- Essensgutscheine
- Diverse Getränke (Kaffee, Tee, ...) und Speisen (Baguettes, Aufbackgebäck, täglich frisches Obst und Gemüse) kostenlos im Betrieb

WER TRÄGT ZUM ERFOLG DER HOGAST BEI?

ALTER UND GESCHLECHT (STICHTAG: 30.04.2023)

Alter	Männer	Frauen	Gesamt
unter 20	3	7	10
20–30	3	17	20
30–40	7	12	19
40–50	26	15	41
50–60	11	15	26
über 60	2	0	2
Gesamt	52	66	118

VOLLZEIT/TEILZEIT NACH GESCHLECHT

	Männer	Frauen	Gesamt	Teilzeitquote
Teilzeit	1	15	16	
Vollzeit	51	51	102	
Gesamt	52	66	118	13,56 %

FÜHRUNGSSTRUKTUR

Altersgruppen	Aufsichtsrat	Geschäftsführung	Bereichsleitung
40–50	2	2	3
50–60	4	0	5
Frauen	1 von 6	1 von 2	1 von 8
Anteil	16,70 %	50,00 %	12,50 %

3 von 11 Führungskräften (ohne AR) sind Frauen = 27,27 %

SONSTIGES

	2021/2022	2022/2023
Fluktuation	14,12 %	13,20 %
Neuzugänge (Anzahl)	17	22
Krankentage (in Tagen)	997	739
Weiterbildungskosten (in Euro)	9.000	120.000
Weiterbildung (in Stunden)	180	2.660

**DAS EINZIG
BESTÄNDIGE
IST DIE
VERÄNDERUNG**



HOGAST GOES FUTURE

Auch ohne Covid-Pandemie hat uns das vergangene Jahr vor bedeutende Herausforderungen gestellt. Umso mehr steht das nächste Wirtschaftsjahr ganz im Fokus der positiven Veränderungen. Die Rahmenbedingungen unseres Marktes und unserer Mitglieder befinden sich im Wandel und somit entwickeln auch wir uns, um zukunftsfähig zu bleiben.

1. DIGITALISIERUNG

Die HOGAST-Projekte rund um die Digitalisierung haben bereits begonnen. Drei große Vorhaben sind dabei von zentraler Wichtigkeit. Zum einen die Entwicklung unserer myHOGAST-Plattform, die wir umfassend neu entwickeln, damit sie vor allem für unsere Mitglieder einfacher und praktikabler wird. Angedacht ist hierbei eine Shop- und Communitywelt für die Zukunft – angefangen beim Bestellprozess, über Tools für Rechnungswesen und Controlling bis hin zu einem Portal, in dem sich unsere Mitglieder und Partner vernetzen können. Außerdem steht die Erneuerung der internen Systeme bevor. Das Ziel hier: ein zeitgemäßes Reporting und eine vernetzte Arbeitsweise im Umfeld der HOGAST-Unternehmensgruppe. Das dritte Projekt: die Aufrüstung und Optimierung unserer IT-Infrastruktur, damit unsere Mitarbeiter noch schneller und effizienter arbeiten können.

2. DER MENSCH IM ZENTRUM

In jeder Branche und in jedem Unternehmen wird ein zentrales Thema besprochen und diskutiert: Wie schaffe ich es, qualifizierte Mitarbeiter für mein Unternehmen zu gewinnen? Diese Frage beschäftigt auch die HOGAST. Auf der einen Seite möchten wir unsere Mitglieder dabei unterstützen, passende Mitarbeiter zu finden; auf der anderen Seite brauchen auch wir Mitarbeiter, die unsere Betriebe bestmöglich unterstützen.

Aus diesem Grund haben wir diese Themen in einen besonderen Fokus gerückt. Wir arbeiten mit aller Kraft an unserer Plattform HOGASTJOB und gehen mit der Zeit, indem wir neue Kommunikationskanäle bedienen und noch serviceorientierter arbeiten. Und: Wir selbst stellen unser Team ins Zentrum. Mit neuem Leitbild und interner Mitarbeiter-Entwicklung wollen wir ein attraktiver und innovativer Arbeitgeber sein, der die Bedürfnisse seiner Mitarbeiter ernst nimmt und ein gemeinsames Ziel verfolgt: eine starke und innovative HOGAST-Unternehmensgruppe FÜR unsere Mitglieder.

3. WISSEN BÜNDELN

Die HOGAST-Unternehmensgruppe besteht aus vier Gesellschaften, deren Muttergesellschaft nun seit 48 Jahren ihr Wissen und Portfolio erweitert. Auch unsere Tochtergesellschaften wachsen stetig und so haben wir uns das Ziel gesetzt, gemeinsame Stärken zu bündeln, um eine bestmögliche Dienstleistung und ein großes Angebotsportfolio anbieten zu können. Bereits im vergangenen Jahr haben wir mit unserem Projekt, einem Kompetenzzentrum, begonnen und diesen Weg möchten wir nun fortführen.

GRUNDRISS UNSERER IDENTITÄT

AUFSICHTSRAT:

Werner Magedler

Vorsitzender
Rainers Hotel und Hotel Senator, Wien

Peter Ochensberger

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

Stefanie Aniwanter

Mitglied des Aufsichtsrats
SEEGLÜCK Hotel „Die Forelle“, Millstatt

Wolfgang Burgschwaiger

Mitglied des Aufsichtsrats
Übergossene Alm Resort, Dienten

Josef Greil

Mitglied des Aufsichtsrats
DER GREIL Wein & Gourmethotel, Söll

Christoph Lorünser

Mitglied des Aufsichtsrats
Traube Braz Alpen.Spa.Golf.Hotel, Braz bei Bludenz

VORSTAND:

Mag. (FH) Allegra Frommer

Vorstandsvorsitzende

Richard Wisdom, MAS

Vorstand

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte Nord:

Breitfuß Fritz jun., Sport- und Spasshotel Neuhaus, Saalbach

Erbele Dominik, Hotel Peter und Paul der Wirt, St. Wolfgang

Gerns Dino, Hotel Sonnleiten, Saalbach

Gruber Hans, Sporthotel Cinderella Spa & Resort, Obertauern

Hainbuchner Franz, Hotel Restaurant Häupl, Seewalchen

Hasenauer Thomas, Hotel Restaurant Römerhof, Dorfgastein

Hörl Werner, Romantik Hotel Zell am See, Zell am See

Kerschbaumer Roman, Hotel Kerschbaumer, Rußbach

Lackner Georg, Hotel Lacknerhof, Flachau

Lüftenegger Johann, Alm.Gut, St. Margarethen

Mader Johann, Hotel Mader, Steyr

Roither Johannes, Gasthof Mitten in der Welt, Neußerling

Schönbauer Gerhard, Landgasthof Holznerwirt, Eugendorf

Schürrer Georg, Lindenhof, Spital am Pyhrn

Schütz Johann, Gasthof Die Eidenberger Alm, Eidenberg

Schwaighofer Albert jun., Hotel Adler, Hinterglemm

Segl Georg, Hotel Alpenblick, Zell am See

Steiner Thomas, Hotel Steiner, Obertauern

Winzer Wilfried, Hotel Winzer Wellness & Spa, St. Georgen im Attergau

Ziegelböck Franz, Gasthof Hoftaverne, Almtal

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte West:

- Burger Stefan**, Hotel Berghof, Lech
- Eggler Thomas Mag.**, Hotel Arlberghaus, Zürs
- Furtner Manfred**, Hotel Wiesenhof, Pertisau
- Giselbrecht Christian**, Gasthof Alpenblick, Sulzberg
- Hopfner Walter**, Sporthotel Bichlhof, Kitzbühel
- Horngacher Reinhard**, Hotel Restaurant Hexenalm, Söll
- Jäger Oskar**, Familienhotel Jägeralpe, Warth
- Kofler Christian jun.**, Hotel Hintertuxerhof, Hintertux
- Luggen Karl**, Hotel Adler, Serfaus
- Mallaun Christoph**, Wellnesshotel Mallaun, See
- Meyer Eduard**, Valavier Aktivresort, Brand
- Oberhöller Dieter**, Hotel Montfort, Feldkirch
- Putz Thomas**, Hotel Standlhof, Uderns
- Sailer Josef jun.**, Hotel Sailer, Innsbruck
- Schwenniger Martin**, Hotel Schöneegg, Seefeld
- Seelos Johann**, Hotel Residenz Hochland, Seefeld
- Steindl Wilhelm**, Activ Sunny Hotel Sonne, Kitzbühel
- Steiner Hans-Peter**, Hotel Austria, Obergurgl
- Stöckl Franz**, Hotel Kristall, Gerlos
- Tschol Klemens**, Hotel Schwarzer Adler, St. Anton
- Walsler Othmar**, Hotel Vier Jahreszeiten, St. Leonhard im Pitztal
- Wieser Artur**, Brauhaus Falkenstein, Lienz
- Wohlwend Gilbert**, Berggasthof Uga-Alp, Damüls
- Wolf Hannes**, Hotel Olympia, Ischgl
- Zudrell Jürgen**, Panoramagasthof Kristberg, Silvbertal im Montafon

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte Süd:

- Aniwanter Stefanie**, Hotel Am See „Die Forelle“, Millstatt
- Bachler Walter**, Bergrestaurant Waldtratte, Bad Kleinkirchheim
- Ferner Heinz**, Gasthof Ferner, Murau
- Gulewicz Alexander**, Hotel Sevilla, Altaussee

- Gumpitsch Erich**, Restaurant Burgruine Landskron, Villach
- Gyger Roland**, Hotel Schütterhof, Schladming-Rohrmoos
- Hochegger Georg**, Alpengasthof Hochegger, Bad St. Leonhard
- Jernej Horst**, Café-Restaurant Seerose, St. Kanzian
- Kollmanitsch Veronika**, Gasthof „Zum Lindenhof“, Bad Radkersburg
- Krenn Dietmar**, Hotel Kärntnerhof, Bad Kleinkirchheim
- Monschein Josef**, Gasthof Turmwirt, Kindberg
- Ogrinigg Rainer**, Gut Pössnitzberg, Leutschach
- Pirafelner Christoph**, Gasthof Zur Ennsbrücke, Admont/Hall
- Podsednik Eduard**, Hotel Restaurant Grimmblick, Bad Mitterndorf
- Rath Josef**, yes – rasten, shoppen und auftanken, Großesendorf
- Rippel Georg**, Hotel Mariazellerhof, Mariazell
- Stoiser Gerald**, Thermenhotel Stoiser, Loipersdorf
- Waldner Martin**, Hotel Gartnerkofel, Hermagor
- Wrann Tono**, Wrann Hotels, Velden

DIE BEIRÄTE DER HOGAST:

Beiräte Ost:

- Beck Roland**, Landhotel Birkenhof, Gols
- Funk Isabella**, Chattanooga, Wien
- Hopfeld Thomas**, Hotel Restaurant Drei Königshof, Stockerau
- Madar Markus**, Madar Café Restaurant zum Fürsten, Melk
- Schwartz Thomas**, Hotel Restaurant Schwartz, Neusiedl

BEIRÄTE KEY ACCOUNT:

- Altendorfer Eduard**, Pauls, Linz
- Dilly Horst**, Dilly's Wellnesshotel, Windischgarsten
- Edler Isabella**, Glöckl Bräu, Graz
- Heymich Karl**, Hotel Löwe, Hotel Bär, Serfaus
- Kammerlander Peter**, Almhof Family Resort & SPA, Gerlos
- Koller Karl**, Robinson Austria Clubhotel, Villach
- Mayer Florian**, Leading Family Hotel + Resort Dachsteinkönig, Gosau
- Querfeld Irmgard**, Café Landtmann, Wien
- Scheiblauber Johannes**, Relax Resort Kothmühle, Neuhofen/Ybbs

VERLÄSSLICHKEIT IST ALLES.

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

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN MITGLIEDER

nach Betriebsstätten, alphabetisch gereiht:

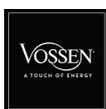
ALDIANA, Ampflwang im Hausruck
 ALDIANA CLUBHOTEL, Bad Mitterndorf
 ALPENROSE, Lermoos
 ALPENROSE, Maurach/Achensee
 AQUA DOME, Längenfeld
 BURGHOTEL, Lech
 DACHSTEINKÖNIG, Gosau
 DILLY, Windischgarsten
 EDER, Maria Alm
 ENGEL, Grän
 FEUERBERG, Bodensdorf
 FRIESACHER, Anif
 HOCHSCHOBBER, Turracherhöhe
 HÖFLEHNER, Haus im Ennstal
 INTERCONTINENTAL, Wien
 JUNGBRUNN, Tannheim
 KLOSTERBRÄU, Seefeld
 KRONECK, Kirchberg
 LÖWE BÄR, Serfaus
 POSTHOTEL, Achenkirch
 QUELLENHOF, Leutasch
 REITERS ALLEGRIA, Stegersbach
 REITERS RESERVE, Bad Tatzmannsdorf
 ROGNER, Bad Blumau
 SCHLOSSHOTEL FISS, Fiss
 SCHWARZBRUNN, Stans
 TAUERN SPA, Kaprun
 THERMENZENTRUM, Geinberg
 TROFANA ROYAL, Ischgl
 WARBADERHOF, Villach

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN LIEFERPARTNER

alphabetisch gereiht:

BRAU UNION, Linz
 BROLLI, Graz
 GRABHER & CO Fruchtexpr., Frastanz
 GRUPPE AGM/EUROGAST AGM
 GRUPPE GRISSEMANN
 GRUPPE KASTNER
 GRUPPE KELAG
 GRUPPE METRO
 GRUPPE MORANDELL
 GRUPPE RESCH&FRISCH
 GRUPPE SALZBURG AG
 GRUPPE SINNESBERGER LMGH/Heizöl
 GRUPPE TRANSGOURMET
 GRUPPE WEDL
 HAGLEITNER, Zell am See
 HANDL, Pians
 HOLLU, Zirl
 KARNERTA, Klagenfurt
 KOFLER TIEFKÜHL, Landeck
 KRÖSWANG, Grieskirchen
 NEURAUTER, Ötztal Bahnhof
 R&S GOURMETS GmbH, Wals
 RECHBERGER, Linz
 RIEDHART, Wörgl
 ROBITSCH, Brückl
 SALESIANER, Wien
 TIGAS Inkasso, Innsbruck
 TIWAG Inkasso, Innsbruck
 VKW, Bregenz
 WINKLER OBST, Ötztal

STARKE PARTNERSCHAFTEN



GRI-Code	Inhalt nach GRI (Kern) – Allgemeine Standardangaben	Verweis / Anmerkungen
102-1	Name der Organisation	Impressum
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	Die Mitgliederzahl ist seit dem letzten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht von 3.451 auf 3.571 gestiegen. Bei der Lieferkette gab es keine signifikanten Änderungen.
102-11	Vorsorgeprinzip	S. 16–17
102-12	Externe ökonomische, ökologische und soziale Satzungen oder Leitlinien, zu denen sich die Organisation bekennt	S. 19
102-13	Wichtige Mitgliedschaften in der Wirtschaft, anderen Verbänden und Beratungsorganisationen	Raiffeisen-Genossenschaftsverband, Wirtschaftskammer Österreich
102-14	Stellungnahme der obersten Führungskraft der Organisation	S. 4–5
102-16	Unternehmenswerte, Prinzipien und Verhaltenskodizes	S. 8–9, 16–17, 18–19
102-18	Führungsstruktur der Organisation	S. 16–17, 24–25
102-2	Aktivitäten der Organisation, Produkte und Dienstleistungen	S. 8–9, 11, 19
102-3	Ort des Hauptsitzes der Organisation	Impressum
102-4	Anzahl der Länder, in denen Geschäfte betrieben werden, und Hauptmärkte	Die HOGAST Einkaufsgenossenschaft ist ausschließlich in Österreich aktiv.
102-40	Stakeholder-Gruppen, die von der Organisation einbezogen werden	S. 18, 20
102-41	Prozentsatz der angestellten Mitarbeiter, die von den Tarifverhandlungen erfasst werden	Alle Mitarbeiter unterliegen dem Kollektivvertrag Handel.
102-42	Bestimmung und Auswahl von Stakeholdern	S. 18
102-43	Einbeziehung der Stakeholder	S. 18, 20
102-44	Schlüsselthemen, Anliegen, Umfrageergebnisse zur Kundenzufriedenheit	S. 18, 20
102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen oder in äquivalenten Dokumenten erwähnt werden.	S. 18, 26–27
102-46	Informationen zu Berichtsinhalt und Themenabgrenzung – Anwendung des Wesentlichkeitsprinzips	S. 18
102-47	Wesentliche Themen, die im Zusammenhang mit der Bestimmung des Berichtsinhalts identifiziert wurden	S. 18, 20
102-48	Neuformulierung von Informationen aus früheren Berichten	Keine Neuformulierung
102-49	Signifikante Änderungen in der Liste der wesentlichen Themen und bei den Themenabgrenzungen	Keine Änderungen
102-5	Eigentum und Rechtsform	S. 8–9, 16–17, Impressum
102-50	Berichtszeitraum der zur Verfügung gestellten Informationen	S. 18
102-51	Datum des aktuellsten vorausgehenden Berichts	Der Geschäftsbericht 2021/2022 wurde am 28. Oktober 2022 veröffentlicht.
102-52	Berichtszyklus	Der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wird vorbehaltlich unvorhersehbarer Ereignisse in einem zweijährlichen Zyklus aufgelegt.
102-53	Kontaktangaben bei Fragen bezüglich des Berichts und des Berichtsinhalts	Impressum
102-54	Information zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	Impressum
102-55	GRI-Inhaltsindex	S. 18, 26–27
102-56	Externe Prüfung	Der Bericht wird nicht extern geprüft.
102-6	Bediente Märkte	Die HOGAST Einkaufsgenossenschaft ist ausschließlich in Österreich aktiv.
102-7	Größe der Organisation	S. 8–9, 12–13
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter	S. 21; alle Mitarbeiter sind angestellt, es gibt keine anderen Beschäftigungsverhältnisse
102-9	Lieferkette	S. 19

GRI-Code	Inhalt nach GRI (Kern) – Allgemeine Standardangaben	Verweis / Anmerkungen
103-1	Materialwirtschaft	Die HOGAST ist kein Produktionsbetrieb, es gibt keine Materialwirtschaft.
103-2	Managementansätze	Informationen zu den Managementansätzen sind bei den Verweisen der einzelnen Indikatoren ersichtlich.
103-3	Prüfung der Managementansätze	Informationen zur Prüfung der Managementansätze sind bei den Verweisen der einzelnen Indikatoren ersichtlich.

ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE – SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

GRI-Code	Inhalt	Verweis / Anmerkungen
Wirtschaft		
201-1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	S. 12–13
203-2	Art und Umfang indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	S. 4–5, 8–9, 10
204-1	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferpartner	S. 16, 19
Gesellschaft		
205-2	Anti-Korruption	S. 17
Umwelt und Beschaffung		
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 14–15
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	S. 14–15
305-1	Direkte Treibhausgasemissionen	S. 14–15 (Scope 1)
305-2	Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen	S. 14–15
305-5	Reduzierung der Treibhausgasemissionen	S. 14–15
306-2	Abfallmenge insgesamt nach Art und Entsorgung	S. 14–15
308-1	Neue Lieferpartner, die nach Umweltkriterien geprüft werden	S. 14–15; Hinweis: Bei der HOGAST werden keine gefährlichen Abfälle produziert, eine Trennung nach gefährlichen und nicht gefährlichen Abfällen fällt daher weg.
414-1	Anteil neuer Lieferpartner, die nach sozialen und Menschenrechts-Kriterien geprüft werden	S. 16–17, 18–19
414-2	Negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 16–17, 18–19
Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung		
401-1	Neueinstellungen und Fluktuation	S. 21
401-2	Betriebliche Leistungen (für Vollzeitbeschäftigte)	S. 21
403-2	Ausfalltage/Krankenstände	S. 21
403-4	Einbindung von Sicherheit und Gesundheit in Tarifverträgen	in Österreich gesetzlich geregelt
404-1	Anzahl der Trainingsstunden	S. 21
404-2	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen	S. 21
404-3	Feedback an Mitarbeiter bzgl. ihrer Leistung und Karriereentwicklung	S. 20
405-1	Vielfalt in Leitungsorganen und bei den Angestellten	S. 21
405-2	Gehalts- und Vergütungsverhältnis zwischen Frauen und Männern	S. 21
Umwelt und Beschaffung		
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	S. 20–21; es gab keine Diskriminierungsvorfälle
Beschwerdemanagement und Produktverantwortung		
417-1	Art der Informationen zu Produkten und Dienstleistungen und Anteil der Produkte, die davon betroffen sind	S. 19
418-1	Beschwerden in Bezug auf Verletzung des Schutzes von Kundendaten	S. 17; es gab keine Beschwerden

**BEI FRAGEN ZU DIESEM GESCHÄFTSBERICHT
WENDEN SIE SICH BITTE AN:**

Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS

Bereichsleiter

Marketing/Kommunikation

T: +43 (0)6246 8963 451

F: +43 (0)6246 8963 9451

dietmar.winkler@hogast.at

www.hogast.at

HOGAST Einkaufsgenossenschaft f. d.

Hotel- und Gastgewerbe reg. Gen.m.b.H.

Sonystraße 4, A-5081 Anif

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

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