HOGAST

Geschäfts- & Nachhaltigkeits-bericht

2024
/25

Inhalt

04
Editorial der Geschäftsführung

06
Editorial des Aufsichtsrats

08
Über uns

10
Touristischer Lagebericht

11
Aktivitäten 2024/2025

12
Bilanz

14
Nachhaltigkeitsberichterstattung

16
Good Corporate Governance

18
Nachhaltigkeitsprozess

19
Ökosoziale Kriterien

20
Die HOGAST im Dialog

21
Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

22
Ausblick

24
Die Organe

26
Top-30-Mitglieder sowie Lieferpartnerinnen und Lieferpartner

27
Sponsorinnen und Sponsoren

28
GRI-Index

30
Impressum

Die Kennzahlen

486.500 €

Durchschnittsumsatz/Mitglied

1,25 Mrd.

Umsatz HOGAST Einkaufsgenossenschaft

3

Tochterfirmen:
HOGAST Deutschland,
HOGAST Smart,
HOGAST Care

49,2 Mio.

Regionaler Bonus (bezieht sich auf den Vorjahres-Umsatz)

133

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

14,163 Mio

HOGAST Rückvergütung

10.079

Mitgliedsbetriebe der HOGAST-Gruppe gesamt

3.728

Mitgliedsbetriebe

2.562

Mitglieder (mit Einkaufsberichtigung)

i Die Mitgliederzahl ist seit dem letzten Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht von 2.521 auf 2.562 gestiegen.

1.550

Lieferpartnerinnen und Lieferpartner

63,4 Mio.

Bonifikationen

4,8 Mio.

Bilanzgewinn (ohne Gewinnvortrag)

2024/25

Editorial der
Geschäftsführung

Mag. (FH)
Allegra Frommer
Vorstandsvorsitzende

Gemeinsam.
Beständig.
Zukunftsorientiert.

2025 – ein besonderes Jahr, denn wir dürfen gemeinsam 50 Jahre HOGAST feiern. Immer, wenn solche honorigen Jubiläen eintreten, geht man automatisch in sich und lässt die letzten Jahrzehnte Revue passieren. Man blickt in die Chronik des Unternehmens und auf die vielen Etappen, die es geprägt haben. Und natürlich auch auf die damit verwobene Geschichte, denn wir alle sind nur so gut und erfolgreich, wie es die Rahmenbedingungen zulassen.

Die HOGAST hat sich in kurzer Zeit zu einem großen Unternehmen mit drei erfolgreichen Tochtergesellschaften entwickelt. Die vergangenen Jahre waren geprägt von Unsicherheiten und wirtschaftlichen Herausforderungen. Doch sie führten nicht zum Stillstand. Im Gegenteil: Mit berechtigtem Stolz können wir sagen, dass sich unser Volumen in nur sieben Jahren beinahe verdoppelt hat.

Und dennoch: Die Zeiten sind und bleiben anspruchsvoll. Die Weltwirtschaft ist in Bewegung, viele Märkte und damit auch unser Wachstum stagnieren – einfache Lösungen gibt es nicht. Doch gerade dann lohnt sich der Blick zurück. Denn auch in unserer eigenen Geschichte galt es, Krisen und konjunkturelle Krisen zu überwinden. In den Gründungsjahren etwa hatten wir es mit Stagflation und hoher Inflation zu tun – das Ende des Nachkriegsbooms bremste das Wachstum ein.
Doch auch damals fanden sich Wege nach vorne.

Was hilft in solchen Momenten, mag man sich fragen? Für uns bei der HOGAST ist es die Konzentration auf das Wesentliche. Die Bereitschaft, sich auf eigene Kernprozesse zu fokussieren und noch mehr und profunder für unsere Mitglieder sowie Partnerinnen und Partner da zu sein. Einkauf ist und bleibt unsere zentrale Aufgabe. Er ist das Herzstück unseres Selbstverständnisses und der sichere Vorteil, auf den sich unsere Mitglieder jederzeit verlassen dürfen – und den wir künftig noch konsequenter ins Zentrum unseres Handelns stellen werden.

Allegra Frommer

50 Jahre HOGAST

Werner Magedler
Aufsichtsratsvorsitzender

„Commitment ist kein Trend, sondern eine Haltung."

"Als HOGAST sehen wir es als Teil unserer Verantwortung, Impulse zu geben – und wünschen uns gleichzeitig, dass unsere Mitglieder aktiv den Austausch mit uns suchen."

1. Das Thema Energie & Stromeinkauf war in den vergangenen Jahren extrem herausfordernd – wie sieht die Situation heute aus?

Die Turbulenzen auf den Energiemärkten haben alle gefordert – auch unsere Mitglieder trafen schwierige Entscheidungen. Heute sehen wir: Viele Betriebe kehren zurück zur HOGAST, weil sie den Wert der Verlässlichkeit und des partnerschaftlichen Miteinanders wiedererkennen.
Es freut uns, dass es uns gelungen ist, für die kommenden drei Jahre stabile und faire Stromkonditionen zu verhandeln – das bringt Sicherheit in einem immer noch volatilen Marktumfeld. Und es zeigt: Gerade in unsicheren Zeiten ist es wichtig, zusammenzustehen. Gemeinschaft darf kein kurzfristiger Vorteilsgedanke sein, sondern braucht Vertrauen, das auch durch Krisen trägt. Wer sich in bewegten Phasen aufeinander verlassen kann, gewinnt langfristig an Stabilität und Stärke. Für uns ist dieses partnerschaftliche Miteinander kein Lippenbekenntnis – es ist das Fundament, auf dem HOGAST seit 50 Jahren steht.

2. Was bedeutet das 50-Jahre-Jubiläum für die HOGAST und ihre Mitgliedsbetriebe?

Ein halbes Jahrhundert HOGAST zeugt von einer langen Geschichte gemeinsamer Entwicklung. Dieses Miteinander wollen wir auch in den nächsten 50 Jahren fortsetzen. In vielen unserer Mitgliedsbetriebe steht ein Generationenwechsel bevor – eine sensible Zeit des Übergangs, aber auch ein chancenreicher Prozess. Damit aus einem Wechsel ein gelungener Wandel wird, braucht es mehr als formale Übergaben: Es geht darum, auch Werte, Beziehungen und gemeinsames Verständnis weiterzugeben. Wer die nächste Generation früh in unser HOGAST-Netzwerk einbindet, sie aktiv mitnimmt und den Geist der Zusammenarbeit weitergibt, trägt dazu bei, dass unsere Gemeinschaft auch in den kommenden Jahrzehnten lebendig bleibt.

3. Wie gestaltet sich die Zusammenarbeit in einem sich schnell verändernden Umfeld?

Veränderung ist zur Konstante geworden – Märkte, Anforderungen, Erwartungen und Rahmenbedingungen wandeln sich spürbar und schnell. In diesem Umfeld empfinden wir einen ehrlichen Dialog als wichtiger denn je. Als HOGAST sehen wir es als Teil unserer Verantwortung, Impulse zu geben – und wünschen uns gleichzeitig, dass unsere Mitglieder aktiv den Austausch mit uns suchen. Letztlich gründet ein lebendiges Miteinander auf Gegenseitigkeit, getragen von einer offenen Gesprächskultur und dem gemeinsamen Blick nach vorn.

4. Bei all den Herausforderungen: Was stimmt Sie positiv?

Wir sehen, dass das Unternehmen einen guten Fortschritt macht. Vieles geschieht hinter den Kulissen, von außen nicht sichtbar. Aber es laufen wichtige Projekte, Abläufe werden stetig verbessert und kreative Ideen finden ihren Weg in die Praxis.
Besonders stolz sind wir auf unser Team, das mit großem Engagement agiert. Dieses positive Momentum und der Zusammenhalt machen es uns leicht, sich auf das Positive, auf das Gute zu konzentrieren – denn neben all den Herausforderungen gibt es auch davon viel.

Werner Magedler

HOGAST

Vorsprung durch Gemeinschaft

Gemeinsam *besser* einkaufen

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 2024/2025 inklusive Inkasso-Umsätze einen Umsatz von 1,96 Mrd. Euro (Gruppenumsatz: 1,710 Mrd. Euro) erzielt hat. Neben den Preisvorteilen sind Beratung und Service zu den wichtigsten Leistungsfaktoren geworden. Mehr als 3.728 Mitgliedsbetriebe (HOGAST-Gruppe gesamt: 10.079) 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 HOGAST Smart, Anif (100 %), HOGAST Care, Anif (51 %) und HOGAST Deutschland, München (100 %).

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.

Was wir tun

Der Anspruch der HOGAST ist es, 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 Vertragslieferpartnerinnen und 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.

Unsere Mission

Unsere Mission ist es, ein starker Partner zu sein. Wir sind innovativer Wegbereiter für dein erfolgreiches Business. Mit Engagement und Know-how schaffen wir nicht nur Lösungen, sondern einen echten Mehrwert. Modern, menschlich und nah.

Unsere Vision

Wir sind DIE Community. Durch uns wird deine Welt einfach erfolgreich.

Allegra Frommer

Nie dagewesenes Nächtigungshoch

Nächtigungen im Jahr 2024	**154,29 Mio.**

Der Tourismus in Österreich floriert. Im Kalenderjahr 2024 erlebte das Land eine Rekordzahl an Nächtigungen – ein deutliches Zeichen für seine anhaltende Attraktivität als Reiseziel.

Insgesamt 154,29 Millionen touristische Nächtigungen konnten im Jahr 2024 verzeichnet werden. Das entspricht einem Anstieg von 2,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2023: 151,17 Mio.) und übertrifft den bisherigen Rekordwert aus dem Jahr 2019 (152,71 Mio.) um etwa 1,0 Prozent.

So wurden 2024 satte 46,71 Mio. Gästeankünfte – ein Plus von 3,3 Prozent gegenüber 2023 und etwa 1,1 Prozent mehr als im Rekordjahr 2019 – und eine beeindruckende Zahl von 154,29 Mio. Nächtigungen in den Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen Österreichs verzeichnet.

Im Jahr 2024 verzeichneten alle Bundesländer Zuwächse im Vergleich zum Vorjahr. Die Pole-Position hielt Wien mit einem Plus von 9,3 Prozent, heuer gefolgt von Steiermark und Burgenland mit einem Anstieg von 5,1 bzw. 4,6 Prozent. Voriges Jahr lagen Salzburg und Niederösterreich auf Rang 2 und 3.

Interessant ist, dass genauso wie im Vorjahr, fast drei Viertel aller Übernachtungsgäste aus dem Ausland anreisten. Dies unterstreicht, wie entscheidend es für die Betriebe ist, sich international gut zu positionieren, um ihre Anziehungskraft für Touristinnen und Touristen aus aller Welt weiterhin zu gewährleisten. Die bedeutendsten internationalen Herkunftsmärkte sind Deutschland (58,1 Mio.) und die Niederlande (11,09 Mio.), gefolgt von den USA mit einem historischen Höchstwert von 2,38 Mio. Übernachtungen.

Trotz Rezession und geopolitischer Unsicherheiten verlief die Wintersaison 2024/25 positiv. Die Nächtigungen in Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen legten von November 2024 bis April 2025 im Vergleich zur Vorjahressaison um 1,6 Prozent auf 72,25 Mio. zu und lagen damit nur ganz knapp unter dem Höchstwert der Wintersaison 2018/19 mit 72,92 Mio.

Auch diese positive Entwicklung ist vor allem auf die hohe Nachfrage von Gästen aus dem Ausland zurückzuführen. Insgesamt checkten 20,55 Mio. Gäste in den österreichischen Beherbergungsbetrieben ein, was einem Plus von 2,8 Prozent entspricht. Mit 25,90 Mio. Nächtigungen (-1,1 Prozent im Vergleich zu 2023/24) kamen fast die Hälfte aller internationalen Übernachtungen von Gästen aus Deutschland. Die Niederlande verzeichneten mit 6,83 Mio. Nächtigungen eine stabile Entwicklung (+2,5 % im Vergleich zur Vorsaison) und bleiben damit die zweitwichtigste ausländische Herkunftsregion. Auch der heimische Markt trug wesentlich zur guten Auslastung der Betriebe bei.

Wie in den vergangenen Jahren waren Tirol und Salzburg die am meisten besuchten Bundesländer. Diese beiden Regionen waren für mehr als die Hälfte (57,9 Prozent) aller Übernachtungen verantwortlich.. Im Vergleich zum Vorjahr konnte jedoch Wien mit +10,3 Prozent einen überdurchschnittlich hohen Nächtigungszuwachs verbuchen.

Zur positiven Entwicklung trugen die Hoteliers sowie Gastronominnen und Gastronomen bei, die ihre Betriebe erfolgreich durch schwierige Zeiten führten. Ebenso haben auch jene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter großen Anteil daran, die der Branche treu blieben. Die Betriebe von Tourismus und Freizeitwirtschaft beschäftigten 2024 insgesamt 306.774 Mitarbeitende (ohne geringfügig Beschäftigte). Qualifizierte Arbeitskräfte weiterhin zu halten und gleichzeitig neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Denn gerade eine starke Nachfrage im heimischen Tourismus bedeutet, dass der Personaldruck weiterwächst.

Quellen: Statistik Austria, Wirtschaftskammer Österreich

Ein Jahr der Fortschritte

Das Geschäftsjahr 2024/25 war – nach Jahren voller Herausforderungen durch Energiekrisen, Inflation und die Auswirkungen der Covid-Pandemie – erstmals wieder ein Jahr, das uns weitgehend „normales" Arbeiten ermöglichte. Und doch spüren wir alle die anhaltende wirtschaftliche Stagnation und die wachsende Unplanbarkeit infolge globaler Einflüsse. Vor diesem Hintergrund hat sich die HOGAST bewusst auf drei zentrale Themen konzentriert:

Digitalisierung

Wissen bündeln

Kommunikation

1. DIGITALISIERUNG
Im vergangenen Jahr wurden zahlreiche Digitalisierungsprojekte angestoßen – viele davon befinden sich nun in der finalen Phase. Die Einführung eines neuen CRM-Systems ist in vollem Gange und bringt auch intern wertvolle Prozessoptimierungen mit sich. Ebenso steht unser neues My HOGAST Portal kurz vor dem Launch und wird zum Jahresende online gehen. Darüber hinaus entwickeln wir unser BI-Tool kontinuierlich weiter – mit dem Ziel, das Einkaufscontrolling für unsere Mitglieder nicht nur zu verbessern, sondern auch transparenter und benutzerfreundlicher zu gestalten.

2. WISSEN BÜNDELN
Es zeigt sich immer deutlicher: Als Partner müssen wir das Thema Einkauf noch stärker in den Mittelpunkt stellen. Die zunehmenden administrativen Anforderungen machen es schwer, sich auf seine Kernaufgaben zu konzentrieren. Wir nehmen das ernst und haben begonnen, gezielt Kontingenteinkaufsmodelle zu identifizieren. Ein erster Schritt war die Etablierung unserer Super-Aktionen. Lieferpartnerinnen und Lieferpartner bieten dabei für begrenzte Zeiträume Bestpreise auf ausgewählte Produkte oder Produktpaletten – ein klarer Mehrwert für unsere Mitglieder. Aller Anfang ist schwer, aber der Weg wird weiterverfolgt, um unseren Mitgliedern sowie Partnerinnen und Partnern so viele Benefits wie möglich anbieten zu können.

3. KOMMUNIKATION
Mit steigender Unternehmensgröße ist auch die Herausforderung gewachsen, mit unseren Mitgliedern sowie Partnerinnen und Partnern eine noch bessere Kommunikation aufzubauen. Bei über 8.000 Mitgliedern und mehr als 2.500 Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern keine einfache Aufgabe. Deshalb haben wir uns dazu entschieden, unseren Markenauftritt zu überarbeiten und Kommunikationsprojekte zu starten, die den Dialog mit unseren Mitgliedern sowie Partnerinnen und Partnern verbessern. Ein erster Schritt ist geschafft und viele Neuerungen sind eingeleitet.

Fakten, die zählen

Die Bilanz 1. Mai 2024 – 30. April 2025

AKTIVA	
A. ANLAGEVERMÖGEN	39.593.485,24
B. UMLAUFVERMÖGEN	28.658,66
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	129.800.652,93
II. Wertpapiere und Anteile	0,00
III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	58.374.181,86
C. RECHNUNGS-ABGRENZUNGSPOSTEN	403.860,06
D. AKTIVE LATENTE STEUERN	150.823,62
SUMME AKTIVA	228.351.662,37

PASSIVA	
A. EIGENKAPITAL	
I. Nennkapital	2.028.840,00
II. Rücklagen	44.052.959,69
III. Bilanzgewinn	4.846.831,66
B. INVESTITIONSZUSCHÜSSE	21.510,91
C. RÜCKSTELLUNGEN	2.551.473,15
D. VERBINDLICHKEITEN	174.456.985,96
E. RECHNUNGSABGRENZUNGS-POSTEN	393.061,00
SUMME PASSIVA	228.351.662,37

Gewinn- und Verlustrechnung 1. Mai 2024 – 30. April 2025

1. Umsatzerlöse	1.246.543.918,33
2. Sonstige betriebliche Erträge	2.133.236,11
3. Warenaufwand und Aufwendungen für bezogene Leistungen	1.230.036.183,46
4. Personalaufwand	10.576.923,61
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände & Sachanlagen	1.672.675,97
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	7.517.606,65
7. Betriebsergebnis Zwischensumme aus Z1 bis Z6	-1.126.235,25
8. Erträge aus Beteiligungen	3.345.400,00
9. Erträge aus anderen Wertpapieren	431.743,38
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	847.495,59
11. Erträge aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	3.269.957,19
12. Aufwendungen aus Finanzanlagen und Wertpapieren des Umlaufvermögens	592.839,43
13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	194.982,14
14. Finanzerfolg (Zwischensumme aus Z8 bis Z13)	7.106.774,59
15. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	5.980.539,34
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	574.471,94
17. Jahresüberschuss	5.406.067,40
18. Zuweisung zu Gewinnrücklagen	640.606,74
19. Jahresergebnis	4.765.460,66
20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	81.371,00
21. Bilanzgewinn	4.846.831,66

2.562

Mitglieder
(mit Einkaufsberechtigung)

63,4 Mio.

Bonifikationen

4,8 Mio.

Bilanzgewinn
(ohne Gewinnvortrag)

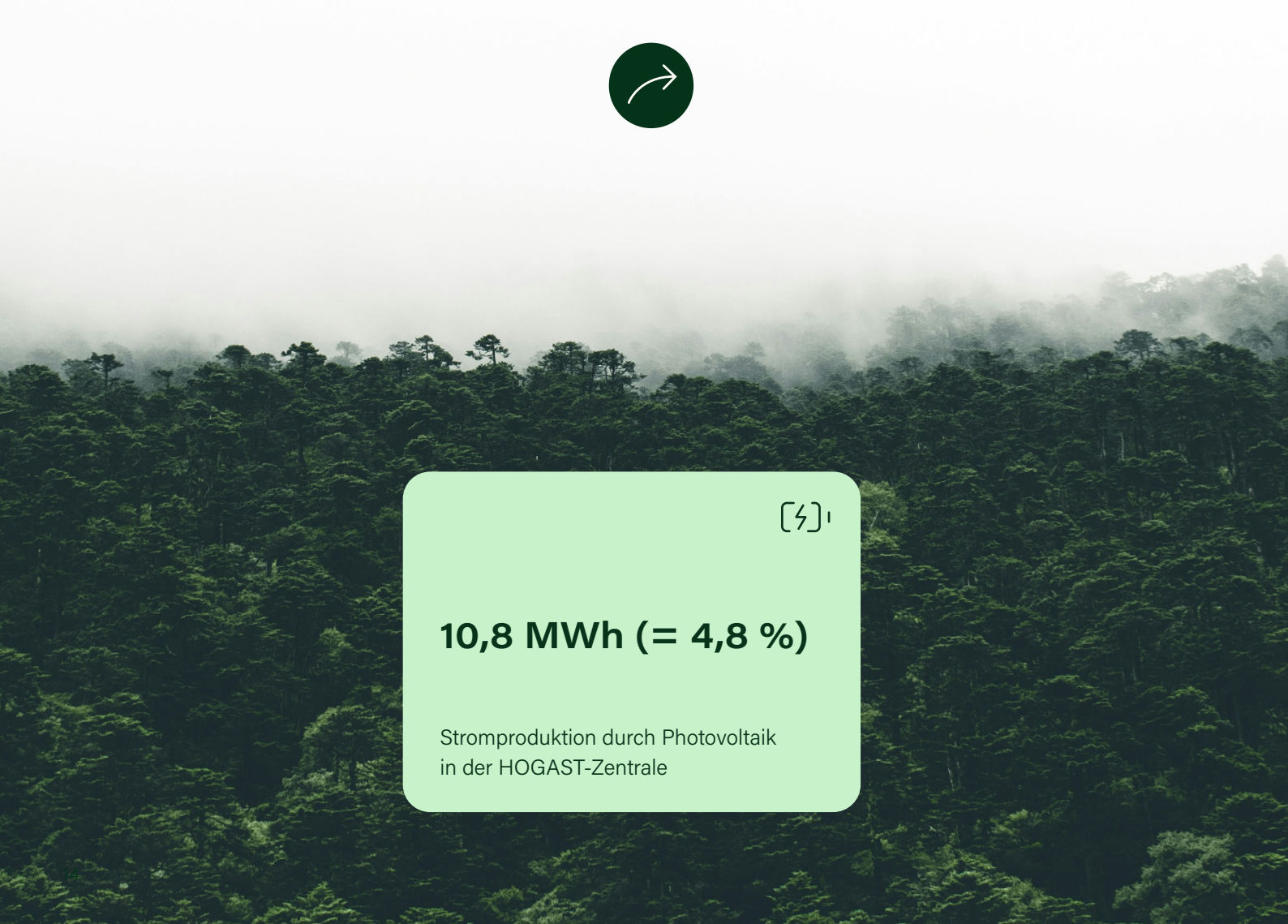
Jahresvergleich

STAND JEWEILS 30. APRIL	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Umsatz (ohne Inkasso-Umsatz)	1.187.835.506,03	1.283.463.616,20	1.246.543.918,33
durchschnittlicher Umsatz/Mitglied	472.112,68	509.108,93	486.551,10
Gewinn (ohne Gewinnvortrag)	4.053.582,89	3.979.022,14	4.765.460,66
Mitglieder (mit Einkaufsberechtigung)	2.516	2.521	2.562
Mitarbeitende	118	122	133
Bilanzsumme	206.692.353,07	219.529.553,20	228.351.662,37
BONIFIKATIONEN	50.687.666,04	61.664.971,77	63.370.775,80
HOGAST-Rückvergütung	13.442.464,96	14.168.700,00	14.163.200,00
regionaler Bonus	37.245.201,08	47.496.271,77	49.207.575,80
davon Skonto	7.565.065,12	7.331.194,25	6.877.638,26
Abschreibungen auf das Anlagevermögen	328.715,37	375.003,00	1.672.676,00
Kosten Mitarbeitende/Zentralrabatt	31,09 %	34,57 %	37,34 %
sonstige Kosten/Zentralrabatt	18,91 %	15,43 %	12,66 %
HOGAST-BONIFIKATION/Zentralrabatt	50,00 %	50,00 %	50,00 %
Personalaufwand	8.307.286,08	9.795.260,45	10.576.923,61
Wareneinsatz	1.172.130.189,22	1.266.751.872,03	1.230.036.183,46
Erlöse inkl. HOGAST-BONUS	29.147.781,77	30.880.444,17	30.670.934,87
Zentralrabatt	26.718.519,80	28.337.386,98	28.326.426,89

HOGAST

Umwelt-Spotlight

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.



10,8 MWh (= 4,8 %)

Stromproduktion durch Photovoltaik
in der HOGAST-Zentrale

Nachhaltiges Gebäudekonzept
Die HOGAST-Zentrale in Anif wurde 2009 mit dem Ziel errichtet, den Energieverbrauch auf ein Minimum zu reduzieren. Mit einem Verbrauch von 225,6 MWh im Geschäftsjahr 2024/2025 ist dies erneut gelungen. 4,8 % des Stroms werden aus einer eigenen Photovoltaikanlage 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 war die HOGAST Mitglied im „Klimaneutralitätsbündnis 2025", das vom Anbieter VKW per 31.12.2024 eingestellt wurde. Sämtlicher CO2-Ausstoß des Unternehmens (Maschinen, Server, Mobilität der Mitarbeitenden usw.) wurde bis zum Ende des Geschäftsjahres durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten ausgeglichen, unter anderem durch die Unterstützung eines kommunalen Aufforstungsprojekts in Nicaragua.

	Energieverbrauch HOGAST-Gebäude	Daraus resultierende Emissionen (marktbasierter CO2-Wert)
2013/2014	219,8 MWh	4,2 t
2014/2015	215,2 MWh	0 t
2015/2016	213,9 MWh	0 t
2016/2017	217,4 MWh	0 t
2017/2018	209,2 MWh	0 t
2018/2019	192,7 MWh	0 t
2019/2020	193,0 MWh	0 t
2020/2021	175,5 MWh	0 t
2021/2022	198,0 MWh	0 t
2022/2023	199,8 MWh	0 t
2023/2024	219 MWh	0 t
2024/2025	225 MWh	0 t

Konsequente Entsorgung
Konsequente Mülltrennung ist für die HOGAST selbstverständlich. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden folgende Entsorgungen durchgeführt: Karton/Papier (38 Leerungen à 1.100 Liter), Glas (4 Leerungen à 240 Liter), Leichtverpackungen (24 Leerungen à 240 Liter), Restmüll (104 Leerungen à 1.100 Liter – über Gemeinde Anif), Biomüll (26 Leerungen à 120 Liter – über Gemeinde Anif). Die Erlöse aus der Wiederbefüllung sowie dem Verkauf von Leertonern gingen zu Gunsten der Kinderkrebshilfe.

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. Im Frühjahr 2025 hatten HOGAST-Mitglieder zudem die Möglichkeit, kostenlos am eLearning-Kurs „Food Waste Hero", einem Pilotprojekt des WIFI Tirol teilzunehmen.

Produkte, Lieferpartnerinnen und Lieferpartner
Über unsere elektronische Bestellplattform My HOGAST können alle Mitglieder auf Produkte und Sortimente zugreifen, die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen. Diese Artikel sind zertifiziert, im Lebensmittelbereich etwa mit Gütesiegeln wie AMA, Fairtrade, UTZ, MSC, ECOCERT, und sind im Bestellsystem speziell gekennzeichnet.
Bei den Verbrauchsgütern werden in My HOGAST bei Artikeln u.a. folgende Siegel angezeigt: Österreichisches Umweltzeichen, EU-Ecolabel, Blauer Engel, Nordic Swan, Cradle to Cradle. Auch die Lieferpartnerinnen und Lieferpartner sind angehalten, ökologische und soziale Standards einzuhalten, die in einem Kodex festgeschrieben sind.

HOGAST-Veranstaltungen
Die HOGAST hat für die verursachten Treibhausgas-Emissionen im Zuge der HOGAST-Events Verantwortung übernommen und finanziert auf freiwilliger Basis Emissionsreduktionen in Kooperation mit ClimatePartner in ein Klimaschutzprojekt.

Mit Verantwortung agieren

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, Lieferpartnerinnen und Lieferpartner sowie Qualität und Qualität festgelegt. Auch Aufsichtsrat sowie Beirätinnen und Beiräte stellen die Mitgliederorientierung sicher.

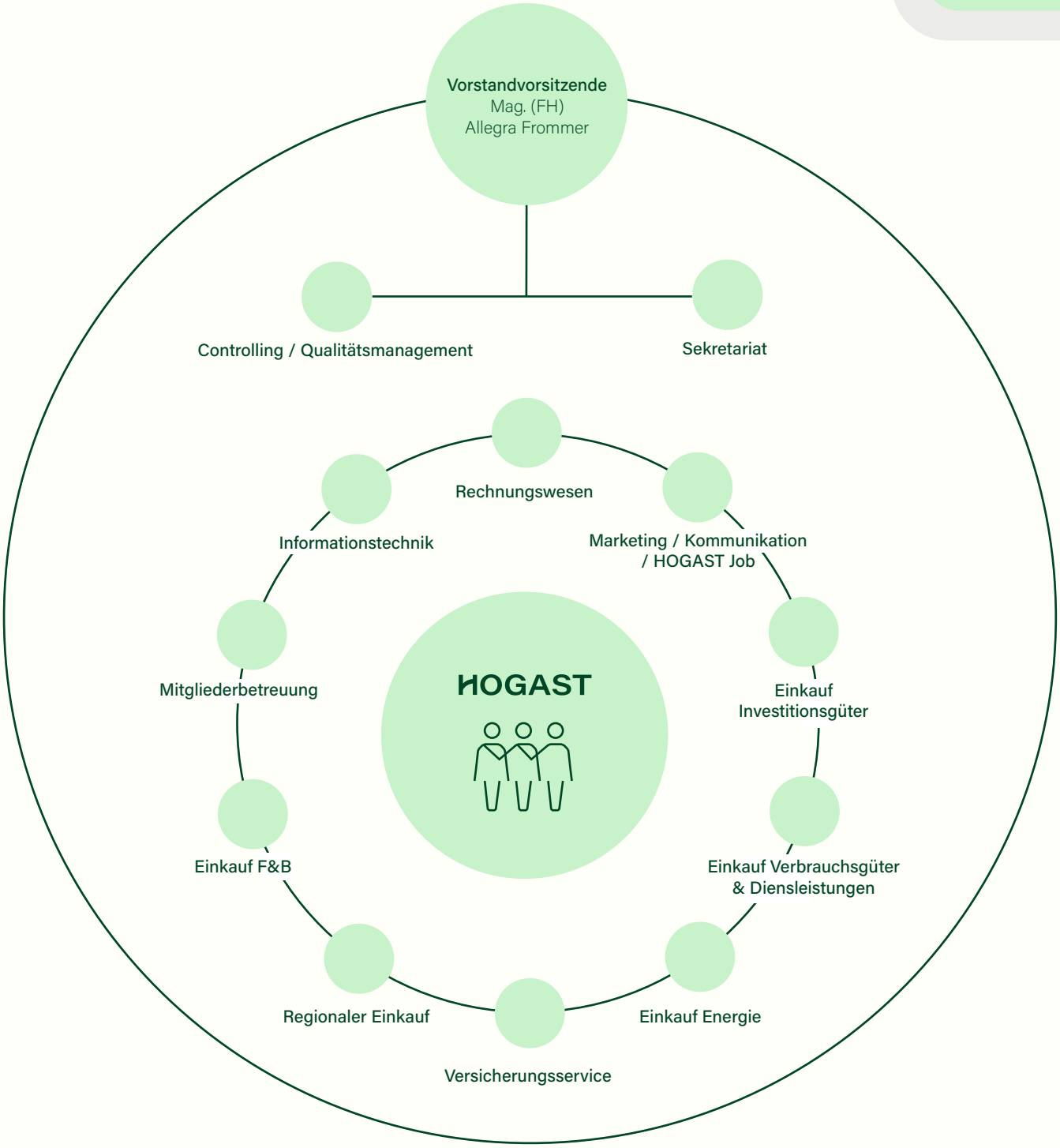
Nachhaltigkeitsstrategie und -grundsätze
Nachhaltiges Handeln ist für die HOGAST ein ganzheitlicher Ansatz, den wir in einem beständigen Prozess weiterentwickeln – auch zum Nutzen unserer Mitgliedsbetriebe. Schließlich ist eine intakte Umwelt eine wesentliche Existenzgrundlage für touristische Betriebe.

Neutrale Entscheidungsfindung
Ein wesentlicher Bereich der Geschäftstätigkeit ist die verantwortungsvolle Gestaltung des Netzwerks der Lieferpartnerinnen und Lieferpartner sowie der Sortimente. Die HOGAST übernimmt Verantwortung nicht nur gegenüber den Mitgliedern, sondern auch gegenüber Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern sowie Produzentinnen und Produzenten. In diesem Sinn fordert die HOGAST von ihren Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern die Einhaltung definierter Arbeits- und Produktionsbedingungen. Alle neuen Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern werden im Hinblick auf soziale und Menschenrechtskriterien geprüft. Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern, 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.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Fokus
Unsere Mitarbeitenden sind der entscheidende Faktor für unseren Erfolg. Wir setzen auf eine faire und gewinnbringende Bindung zwischen Unternehmen und Mitarbeiterinnen 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 Lieferpartnerinnen und Lieferpartner verantwortlich, daher ist die Vermeidung von Korruptionsrisiken für uns ein wichtiges Thema. Korruption würde nicht nur zur Wettbewerbsverzerrung auf Seite der Lieferpartnerinnen und Lieferpartner führen, sondern auch die Mitgliedsbetriebe benachteiligen, da nicht gewährleistet wäre, dass bei der Auswahl von Lieferantinnen und Lieferanten sowie dem Angebot 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 Mitgliedsdaten gegen Datenverlust und unberechtigte Zugriffe gewährleisten. In einem jährlichen IT-Audit werden diese Maßnahmen auf Vollständigkeit und gelebte Praxis geprüft.



Organigramm der HOGAST

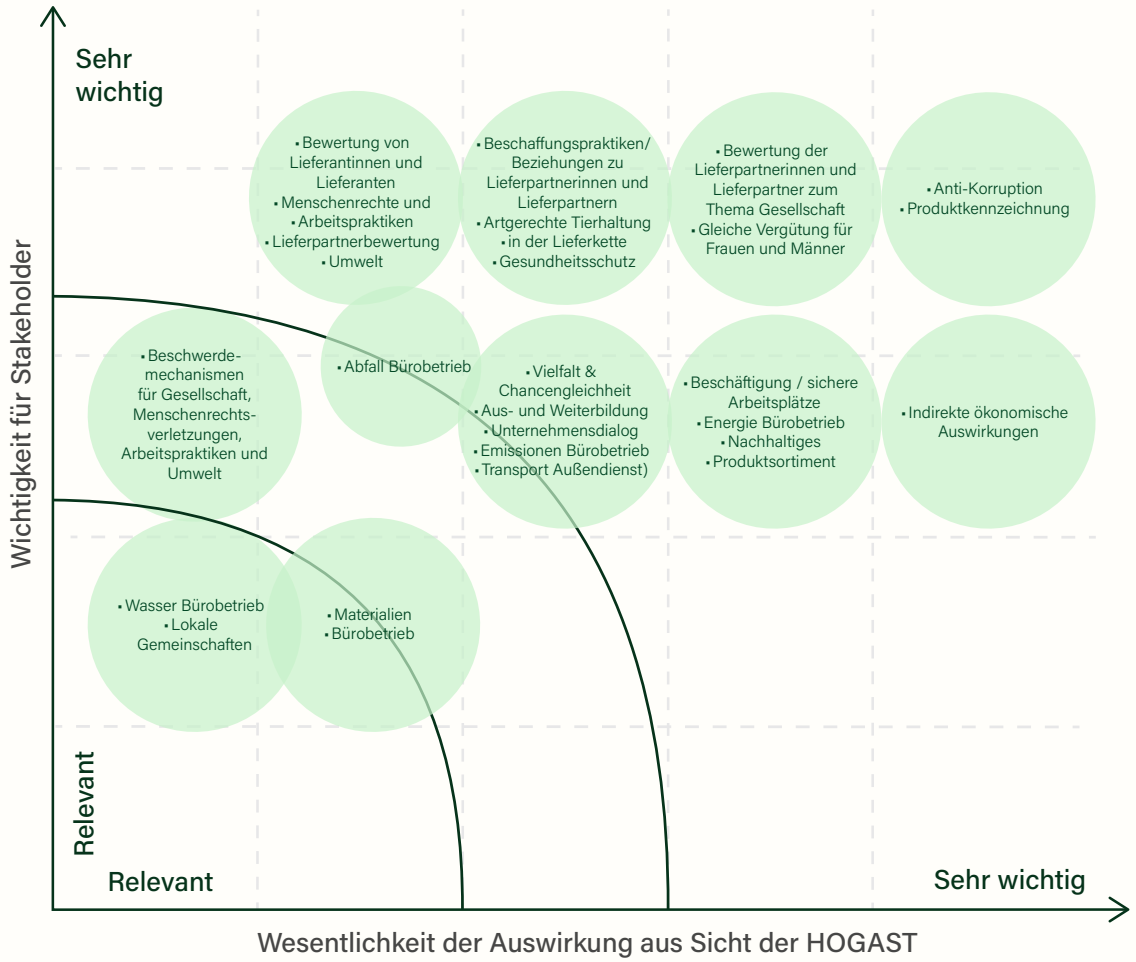
Im Zeichen der Nachhaltigkeit

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, Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch Interessensvertreterinnen und Interessensvertretern, Medien, Politik und NGOs.

Der vorliegende Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht erfasst das HOGAST-Geschäftsjahr 2024/2025, also den Zeitraum 1. Mai 2024 bis 30. April 2025. 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.



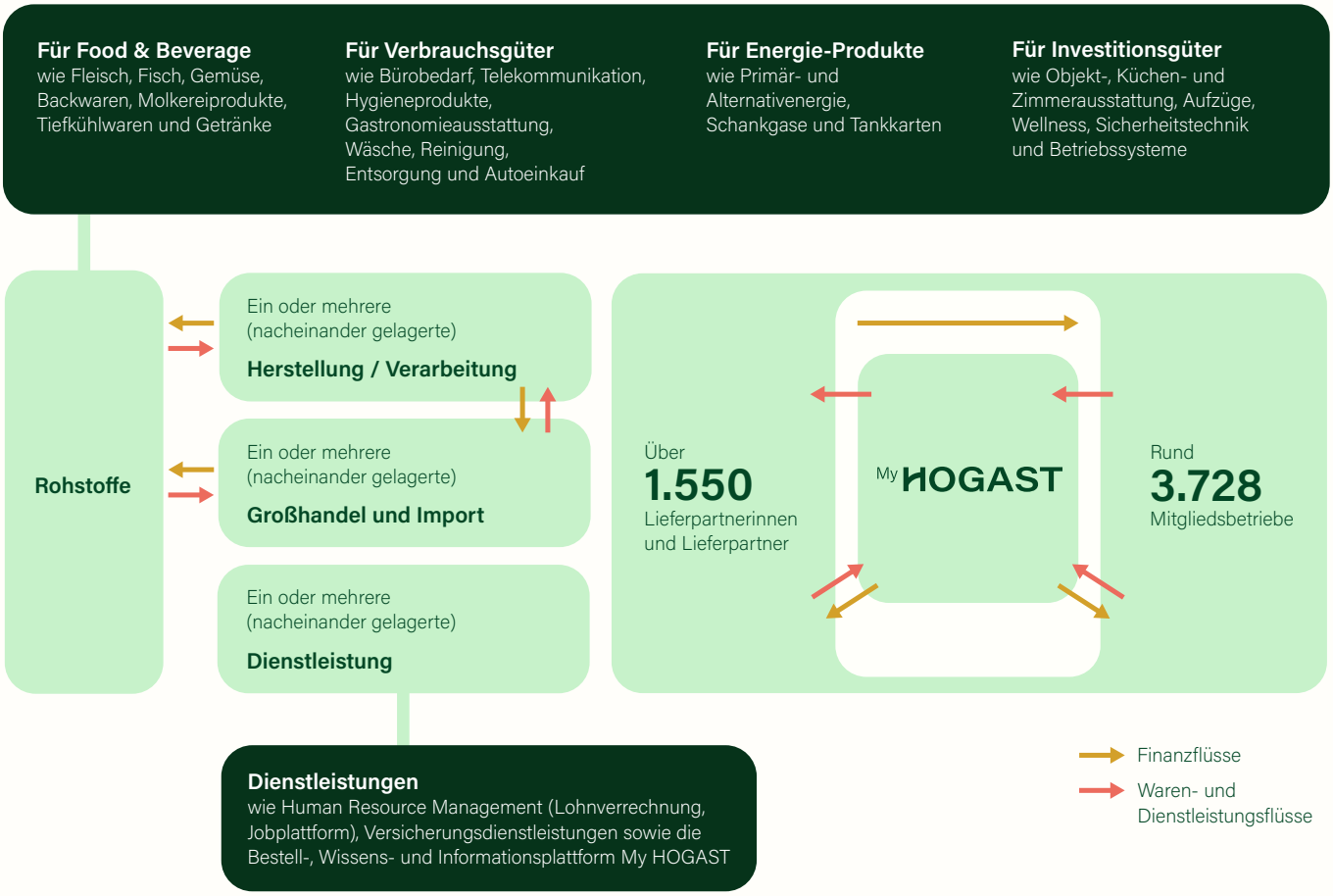
nur intern diskutierte Aspekte

Gesetzesvorschriften (allgemein und Umwelt)

• Marktpräsenz
• Prüfung Menschenrechte
• Wettbewerbswidriges Verhalten

Schutz der Daten von Kundinnen und Kunden

Wirtschaftliche Leistung



Weichen stellen für morgen

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. Bei den Verbrauchsgütern werden in My HOGAST bei Artikeln u.a. folgende Siegel angezeigt: Österreichisches Umweltzeichen, EU-Ecolabel, Blauer Engel, Nordic Swan, Cradle to Cradle. 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, Mobilität der Mitarbeitenden usw.) durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten auszugleichen. Die HOGAST hat zudem für die verursachten Treibhausgas-Emissionen im Zuge der HOGAST-Events Verantwortung übernommen und finanziert auf freiwilliger Basis Emissionsreduktionen in Kooperation mit "turn to zero" in ein Klimaschutzprojekt. 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 Partnerinnen und Partner zu werden. Ein Kodex für Lieferpartnerinnen und Lieferpartner 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 Lieferpartnerinnen und Lieferpartner unterzeichnet.

Miteinander unschlagbar

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

Die Mitglieder werden in ihren Betrieben sowie auf regionalen Tagungen durch Einkaufsmanagerinnen und 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 Inside 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 Gesprächen 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 Umfrage für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter statt.

Neben dem laufenden Kontakt mit den Lieferpartnerinnen und 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 Lieferpartnerinnen und Lieferpartner weiter. Auch Produktneuheiten und Marktinformation, Vermarktungshilfen und Verkaufsförderung sowie Boni sind wichtige Themen im Austausch mit den Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern.

Mitgliederbefragung
Die letzte Mitgliederbefragung, die 2023 online unter Mitgliedsbetrieben aus ganz Österreich stattfand, zeigt eine hohe Zufriedenheit, Bindung und Loyalität der HOGAST-Mitglieder. Die Gesamtbeurteilung ergab einen Schnitt von 1,9 (Schulnotensystem).

Stakeholder-Umfrage
Um die wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen für die HOGAST zu identifizieren, holte die HOGAST 2014 die Sicht seiner Stakeholder ein. Neben Mitgliedern, Lieferpartnerinnen und Lieferpartnern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurden auch Interessensvertreterinnen und Interessensvertreter sowie Nachhaltigkeitsexpertinnen 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 Kodex für Lieferpartnerinnen und Lieferpartner 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, Lieferpartnerinnen und 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 Gesprächen sowie anonymen Umfragen die Möglichkeit, etwaige wahrgenommene Mängel und Verbesserungsvorschläge in Bezug auf die Arbeitsbedingungen und Gleichbehandlung einzubringen.

Das Rückgrat unseres Erfolgs

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

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

Wer trägt zum Erfolg der HOGAST bei?

Alter und Geschlecht (Stichtag: 30.04.2024)

Alter	Männer	Frauen	Gesamt
unter 20	2	4	6
20–30	8	29	37
30–40	8	18	27
40–50	25	11	36
50–60	16	15	31
über 60	1	0	1
Gesamt	61	77	138

Vollzeit / Teilzeit nach Geschlecht

	Männer	Frauen	Gesamt
Teilzeit	0	18	18
Vollzeit	61	59	120
Gesamt	61	77	138
Teilzeitquote: 13,04 %			

Führungsstruktur

Altersgruppen	Aufsichtsrat	Geschäftsführung	Bereichsleitung
40-49	3	2	3
50-60	3		5
über 60	61	77	1
Frauen	1 von 6	1 von 2	1 von 9
Anteil	16,70 %	50,00 %	11 %

Sonstiges

	2022/23	2023/24	2024/25
Neuzugänge	22	33	33
Krankentage	997	1064	1440
Weiterbildungskosten (in €)		296.618	110.000
Weiterbildungskosten (in Std.)		3.720	2.400

Ein Jahr der Konzentration auf unsere Kernaufgabe: EINKAUF

1. DIGITALISIERUNG

Die Digitalisierung bleibt auch im kommenden Jahr ein zentrales Thema – und wird uns langfristig begleiten. Ob die Fertigstellung von My HOGAST, der weitere Ausbau unseres Einkaufscontrollings oder die Planung eines Portals für Lieferpartnerinnen und Lieferpartner: Viele Projekte sind in Vorbereitung, um unseren Mitgliedern den bestmöglichen Service zu bieten. Besonders My HOGAST wird in den nächsten Monaten im Fokus stehen – nicht nur als Einkaufstool, sondern auch als Instrument zur besseren Übersicht in der Controllingwelt. Parallel dazu arbeitet eine eigene Projektgruppe an der Evaluierung neuer IT-Lösungen. Ziel ist es, unseren Mitgliedern den Arbeitsalltag weiter zu erleichtern – mit modernen Tools wie Warenwirtschaftssystemen, Kreditorenmanagementlösungen oder dem gezielten Einsatz von KI. So können Prozesse rund um den Einkauf künftig noch effizienter, transparenter und zeitsparender abgewickelt werden.

2. EINKAUF NEU DENKEN

Unsere Einkaufswelt ist über fünf Jahrzehnte konstant gewachsen – und mit ihr die Komplexität. Nun ist es an der Zeit, diese Strukturen zu hinterfragen und weiterzuentwickeln. Eine umfassende Analyse unserer Einkaufsprozesse hat begonnen – mit dem klaren Ziel, mehr Transparenz zu schaffen und Abläufe für alle Beteiligten zu vereinfachen. Keine einfache Aufgabe, aber durch die Unterstützung von KI wird vieles möglich, was in der Vergangenheit unmöglich erschien. Der Prozess hat begonnen und wir freuen uns, in den kommenden Monaten mit voller Kraft an dieser Aufgabe zu arbeiten.

3. KOMMUNIKATION STÄRKEN

Bereits im vergangenen Jahr haben wir begonnen, unsere Kommunikationswege zu unseren Mitgliedern sowie Partnerinnen und Partnern zu überarbeiten. Daraus ist ein neuer Markenauftritt entstanden, der allerdings nur der erste Schritt sein kann. Der Weg geht weiter: Bestehende Kanäle werden optimiert, neue Formate geprüft.

Ein mögliches Portal für Lieferpartnerinnen und Lieferpartner soll den Austausch zwischen Mitgliedern und Lieferpartnerinnen und Lieferpartner erleichtern. Zusätzlich denken wir über neue Kommunikationsplattformen nach, die gezielt Wissen bündeln und gemeinsame Einkaufsvorteile fördern. Gerade in unserer Größe liegt enormes Potenzial – das wir künftig noch besser nutzbar machen wollen.

Aufsichtsrat

Werner Magedler
Vorsitzender
Rainers Hotel und Hotel Senator, Wien

Bis zur Generalversammlung im Oktober 2024:
Wolfgang Burgschwaiger
Vorsitzender-Stellvertreter
Übergossene Alm Resort, Dienten

Ab der Generalversammlung im Oktober 2024:
Christoph Lorünser
Vorsitzender-Stellvertreter
Traube Braz Alpen.Spa.Golf.Hotel, Braz bei Bludenz

Stefanie Aniwanter
Mitglied des Aufsichtsrats
SEEGLÜCK Hotel "Die Forelle", Millstatt

Josef Greil
Mitglied des Aufsichtsrats
DER GREIL Wein & Gourmethotel, Söll

Alfred Pierer
Mitglied des Aufsichtsrats
Almwellness Hotel Pierer, Fladnitz

Thomas Steiner
Mitglied des Aufsichtsrats
Hotel Steiner, Obertauern

Das Wesen unserer *Gemeinschaft*

Vorstand

Mag. (FH) Allegra Frommer
Vorstandsvorsitzende

Bis Oktober 2024:
Richard Wisdom, MAS
Vorstand

Von Oktober 2024 bis September 2025:
Mag. (FH) René Trummler
Vorstand

Die Beirätinnen und Beiräte der HOGAST

NORD

Breitfuß Fritz jun., Das 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
Schopf Jakob, Baumhotel, Knopfing im Innkreis
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 Markus, Hotel Winzer Wellness & Spa, St. Georgen im Attergau
Ziegelböck Franz, Gasthof Hoftaverne, Almtal

Die Beirätinnen und Beiräte der HOGAST

WEST

Burger Stefan, Hotel Berghof, Lech
Eggler Thomas Mag., Hotel Arlberghaus, Zürs
Ensmann-Heim jun. Franz, Familienhotel Finkau, Krimml
Furtner Manfred, Hotel Wiesenhof, Pertisau
Giselbrecht Christian, Gasthof Alpenblick, Sulzberg
Horngacher Reinhard, Hotel Restaurant Hexenalm, Söll
Jäger Oswald, 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 Schönegg, Seefeld
Seelos Johann, Hotel Residenz Hochland, Seefeld
Steindl Wilhelm, Hotel Sonne, Kitzbühel
Steiner Hans-Peter, Hotel Austria, Obergurgl
Tschol Klemens, Hotel Schwarzer Adler, St. Anton
Walser 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, Silbertal im Montafon

Die Beirätinnen und Beiräte der HOGAST

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

Die Beirätinnen und Beiräte der HOGAST

SÜD

Aniwanter Stefanie, Hotel Am See „Die Forelle", Millstatt
Ferner Heinz, Gasthof Ferner, Murau
Gulewicz Alexander, Hotel Seevilla, Altaussee
Gyger Roland, Hotel Schütterhof, Schladming-Rohrmoos
Jernej Horst, Café-Restaurant Seerose, St. Kanzian
Kollmanitsch Veronika, Gasthof „Zum Lindenhof", Bad Radkersburg
Koslitsch Martin, „Jagersberg" Restaurant, Pizzeria, Café, Bar, Landskron
Krenn Dietmar, Hotel Kärntnerhof, Bad Kleinkirchheim
Langanger Christian, Seminar- und Landhotel Häuserl im Wald, Gröbming
Monschein Josef, Gasthof Turmwirt, Kindberg
Ogrinigg Rainer, Gut Pössnitzberg, Leutschach
Podsednik Eduard, Hotel Restaurant Grimmingblick, Bad Mitterndorf
Rath Josef, yes – rasten, shoppen und auftanken, Großpesendorf
Rippel Georg, Hotel Mariazellerhof, Mariazell
Stoiser Gerald, Thermenhotel Stoiser, Loipersdorf
Waldner Martin, Hotel Gartnerkofel, Hermagor
Wrann Tono, Wrann Hotels, Velden
Roznyak Thomas, Wirtshaus zum Roznyak, Lackendorf

Die Beirätinnen und Beiräte der HOGAST

KEY-ACCOUNT

Altendorfer Eduard, Pauls, Linz
Dilly Christoph, Dilly's Wellnesshotel, Windischgarsten
Edler Isabella, Glöckl Bräu, Graz
Handl Markus, Genusswelt Pians, Pians
Heymich Karl, Hotel Löwe, Hotel Bär, Serfaus
Kammerlander Peter, Almhof Family Resort & SPA, Gerlos
Querfeld Irmgard, Café Landtmann, Wien
Scheiblauer Johannes, Relax Resort Kothmühle, Neuhofen/Ybbs

STAND: JUNI 2025

Top-30-Mitglieder sowie
Lieferpartnerinnen und Lieferpartner

Verlässlichkeit, die verbindet

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

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN MITGLIEDER nach Betriebsstätten, alphabetisch gereiht:

ALDIANA CLUBHOTEL, Bad Mitterndorf
ALLEGRIA RESORT, Stegersbach
AQUA DOME, Längenfeld
BUCHAU, Eben am Achensee
BURGHOTEL, Lech
EDER, Maria Alm
ENGEL, Grän
FERIENHOTEL, Seefeld
FRIESACHER, Anif
HOCHSCHOBER, Turracherhöhe
INTERCONTINENTAL, Wien
JUNGBRUNN, Tannheim
KLOSTERBRÄU, Seefeld
KRONECK, Kirchberg
LASCHENSKYHOF, Wals
LÖWE BÄR, Serfaus
QUELLENHOF, Leutasch
REITERS RESERVE, Bad Tatzmannsdorf
RITZ CARLTON, Wien
ROBINSON CLUB AMADE, Kleinarl
ROGNER, Bad Blumau
SACHER, Wien
SCHLOSSHOTEL FISS, Fiss
SCHWARZBRUNN, Stans
ST. MARTINS THERME, Frauenkirchen
TAUERN SPA, Kaprun
THERMENZENTRUM, Geinberg
TROFANA ROYAL, Ischgl
VIENNA MARRIOTT HOTEL, Wien
WARMBADERHOF, Villach

DIE 30 UMSATZSTÄRKSTEN LIEFERPARTNERINNEN UND LIEFERPARTNER alphabetisch gereiht:

BRAU UNION Zentrale, Linz
BROLLI, Graz
GRABHER & CO Fruchtexpr
GRUPPE Eurogast AGM
GRUPPE Grissemann
GRUPPE Kastner
GRUPPE Kelag
GRUPPE ppe Kröswang
GRUPPE Metro
GRUPPE Morandell
GRUPPE Resch&Frisch
GRUPPE Salzburg AG
GRUPPE Transgourmet
GRUPPE Wedl
HAGLEITNER, Zell am See
HANDL, Pians
HOLLU, Zirl
KARNERTA, Klagenfurt
KOFLER TIEFKÜHL, Zams
NEURAUTER, Ötztal Bahnhof
RECHBERGER, Linz
RIEDHART, Wörgl
ROBITSCH, Brückl
R&S GOURMETS GmbH, Wals
SALESIANER, Wien
SINNESBERGER, Kirchdorf
TIGAS Inkasso, Innsbruck
TIWAG Inkasso, Innsbruck
VKW, Bregenz
WINKLER GmbH, Ötztal Bahnhof

A1
AlpenXund
AMANN Kaffee
AutoFrey Wir tun mehr.
HBM3 UNIT
BMW
CANCOM
CASABLANCA hotelsoftware
cleanfix
Coca-Cola
CONRAD
Dallmayr
DOMI sense
dutzler design
elektro kern
elastica
Europäische
FAHNEN GRATTNER
FERROCOM SITWELL
FBF bed & more
Pure Freude an Wasser GROHE
HÄFELE
hagleitner Innovative Hygiene.
Haubis
hilcona FOODSERVICE
hollu so geht sauber.
hotelkit
Julius Meinl
KROSWANG
LAVAZZA
LUSINI
med company
MEIKO The clean solution
Melitta PROFESSIONAL
MORANDELL
ecoturbino watersaving
PURE GREEN COSMETICS
RESCH & FRISCH
RÖMER QUELLE
rota
SALESIANER
simplify hospitality
SPORT-THIEME
Salzburger Stiegl
STIHL
Ronnefeldt
unicope
VOSSEN
WMF
WÜRTH

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 3.571 auf 3.728 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. 4–7
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 inkl. der Tochterunternehmen ist in Österreich & Deutschland aktiv.
102-40	Stakeholder-Gruppen, die von der Organisation einbezogen werden	S. 18, 20
102-41	Prozentsatz der angestellten Mitarbeitenden, die von den Tarifverhandlungen erfasst werden	Alle Mitarbeitenden 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 Zufriedenheit von Kundinnen und Kunden	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 2023/2024 wurde am 15. Oktober 2024 veröffentlicht.
102-52	Berichtszyklus	Der Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht wird vorbehaltlich unvorhersehbarer Ereignisse in einem einjährlichen 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, 28–29
102-56	Externe Prüfung	Der Bericht wird nicht extern geprüft.
102-6	Bediente Märkte	Die HOGAST Einkaufsgenossenschaft inkl. der Tochterunternehmen ist in Österreich & Deutschland aktiv.
102-7	Größe der Organisation	S. 8–9, 12–13
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeitende	S. 21; alle Mitarbeitenden 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 Management-ansätze sind bei den Verweisen der einzelnen Indikatoren ersichtlich.

Ermittelte wesentliche Aspekte – spezifische Standardangaben

GRI-Code	Inhalt Wirtschaft	Verweis / Anmerkungen
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 Lieferpartnerinnen und Lieferpartner	S. 16, 19
	Gesellschaft	
205-2	Anti-Korruption	S. 16
	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 Lieferpartnerinnen und 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 Lieferpartnerinnen und Lieferpartner, die nach sozialen & 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 Mitarbeitenden 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 Daten über Kundinnen und Kunden	S. 17; es gab keine Beschwerden

HOGAST

BEI FRAGEN ZU DIESEM GESCHÄFTSBERICHT WENDEN SIE SICH BITTE AN:

Mag. (FH) Dietmar Winkler, MAS
Bereichsleiter
Marketing/Kommunikation
T: +43 (0)6246 8963 451
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.

Bildnachweis: Unsplash, WUGER — Brands in Motion GmbH
© WUGER — Brands in Motion GmbH

Gemeinsam *besser* einkaufen.