Alpin Gastro Markt GmbH
Zellerstraße 27
5751 Maishofen
T +43 720 150599 10
office@eurogast-alpin.at

eurogast
Zeller Gruppe

Lagebericht der Alpin Gastro Markt GmbH

zum Geschäftsjahr 1. Mai 2024 – 30. April 2025

Allgemeine wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Das wirtschaftliche Umfeld war im Geschäftsjahr 2024/25 weiterhin von hoher Unsicherheit geprägt. Neben der schwachen Konjunktur im Euroraum wirkten geopolitische Spannungen und eine nur langsam rückläufige Inflation dämpfend auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung.

In Österreich verringerte sich das reale Bruttoinlandsprodukt 2024 um rund 1,1 %. Die Inflationsrate lag im Jahresdurchschnitt bei 2,9 % und stieg bis April 2025 auf 3,1 %. Hauptpreistreiber waren Dienstleistungen in Gastronomie, Beherbergung sowie der öffentlichen Verwaltung. Trotz sinkender Großhandelspreise führten höhere Netzkosten für Strom zu einer zusätzlichen Belastung der Energiekosten.

Lebensmittel verteuerten sich moderat, blieben jedoch über dem langfristigen Durchschnitt, insbesondere bei Brot-, Fleisch- und Molkereiprodukten. Im Zuge der nachlassenden Inflation leitete die Europäische Zentralbank ab Frühjahr 2024 eine Zinswende ein und senkte den Hauptrefinanzierungssatz bis April 2025 auf 3,25 %, wodurch sich die Finanzierungsbedingungen für Unternehmen verbesserten.

Tourismus in Österreich

Das Tourismusjahr 2024/25 war trotz hoher Nächtigungszahlen von anhaltender wirtschaftlicher Unsicherheit geprägt. Sowohl im Inlands- als auch im internationalen Markt blieb die Nachfrage nach Urlaubsreisen weitgehend stabil. Reisen haben sich zunehmend als Grundbedürfnis etabliert und damit ihre Krisenresistenz bestätigt.

Das Konsumverhalten der Gäste zeigte jedoch eine deutliche Zurückhaltung. Kürzere Aufenthalte, geringere Ausgaben vor Ort und eine stärkere Preisorientierung führten dazu, dass Umsätze und Margen in der Branche unter Druck gerieten. Zwar konnten viele Betriebe eine stabile Auslastung erzielen, jedoch bei sinkender Ertragskraft, da die gestiegenen Kosten nur teilweise an die Endkunden weitergegeben werden konnten.

Die über dem EU-Durchschnitt liegende Inflation wirkte zusätzlich belastend. Insbesondere im Gastgewerbe führten höhere Aufwendungen für Energie, Personal und Warenbeschaffung zu einer weiteren Verringerung der Ertragsmargen.

Touristische Kennzahlen

Die Entwicklung der Übernachtungen im österreichischen Tourismusjahr 2024/25 zeigte sich erfreulich robust. In der Sommersaison 2024 wurden rund 81,6 Mio. Nächtigungen verzeichnet (+0,9 % gegenüber dem Vorjahr), die Wintersaison 2024/25 erreichte rund 72,2 Mio. Nächtigungen (+1,5 %). Mit insgesamt rund 154 Mio. Nächtigungen (+1,2 %) wurde damit ein neuer Höchstwert und zugleich ein Allzeitrekord erzielt.

Nächtigungen | Tourismusjahr Österreich 24/25

	Übernachtungen Vorjahr	Übernachtungen	Veränderung zum Vorjahr	
			absolut	%
Sommersaison	80,9	81,6	0,7	0,9%
Wintersaison	71,1	72,2	1,1	1,5%
Nächtigungen Total	**152,0**	**153,8**	**1,8**	**1,2%**

*Absolute Zahlen in Mio.

Die anhaltend hohe Reisetätigkeit unterstreicht die Bedeutung des Tourismus als zentralen Wirtschaftsfaktor – insbesondere für die Gastronomie und ihre vorgelagerten Branchen. Für den Lebensmittelgroßhandel als wichtigen Zulieferer der Hotellerie und Gastronomie bot die stabile Nächtigungsentwicklung eine verlässliche Nachfragebasis. Dennoch blieb die Ertragslage aufgrund steigender Kosten und eines intensiven Wettbewerbsumfelds herausfordernd.

Entwicklung im Lebensmittelgroßhandel

Der Lebensmittelgroßhandel verfügt gegenüber zahlreichen Spezialanbietern über einen strategischen Vorteil: ein umfassendes Leistungsangebot nach dem Prinzip „Alles aus einer Hand" sowie eine kosteneffiziente, logistisch optimierte Zustellung in der „letzten Meile". Diese Kombination stärkt die Wettbewerbsposition nachhaltig und gewährleistet eine verlässliche Versorgung der regionalen Gastronomie.

Als zentraler Zulieferer der Tourismus- und Gastronomiebetriebe war der Lebensmittelgroßhandel unmittelbar von den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen betroffen. Auch die Alpin Gastro Markt GmbH hatte im Berichtsjahr mit erhöhtem Kosten- und Wettbewerbsdruck zu kämpfen. Parallel dazu nahm die Preissensibilität der Gastronomiebetriebe deutlich zu. Der Absatz höherwertiger Produkte verringerte sich, während Preiseinstiegsmarken an Bedeutung gewannen. Diese Entwicklung führte zu einer nachhaltigen Veränderung der Umsatzstruktur.

Geschäftsverlauf und Lage der Gesellschaft

Im Einzugsgebiet der Alpin Gastro Markt GmbH wurden im Geschäftsjahr 2024/25 rund 82,9 Mio. Übernachtungen registriert, was einem Zuwachs von rund 300.000 Nächtigungen (+0,3 %) gegenüber dem Vorjahr entspricht. Die Bundesländer Tirol, Salzburg sowie die Region Schladming-Dachstein vereinten dabei mehr als die Hälfte aller österreichischen Nächtigungen auf sich.

Nächtigungen im Einzugsgebiet | Tourismusjahr 24/25

Regionen	Übernachtungen Vorjahr	Übernachtungen	Veränderung zum Vorjahr	
			absolut	%
Bundesland Salzburg	30,0	29,9	-0,2	-0,5%
Bundesland Tirol	48,8	49,1	0,3	0,6%
Dachstein Tauernregion (Steiermark)	3,8	3,9	0,1	2,8%
Einzugsgebiet Alpin Gastro Markt GmbH	**82,6**	**82,9**	**0,3**	**0,3%**

*Absolute Zahlen in Mio.

Geschäftsentwicklung und Ergebnislage

Die Geschäftsentwicklung im Wirtschaftsjahr 2024/25 war von einem herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfeld geprägt. Trotz stabiler Rahmenbedingungen im Tourismus führten Kostensteigerungen und ein intensiver Wettbewerb zu einer spürbaren Belastung der Ertragslage.

Die verstärkte Bündelung der Einkaufskraft auf Kundenseite – insbesondere durch gemeinsame Einkaufsplattformen – erhöhte den Preisdruck und schränkte die Verhandlungsspielräume zusätzlich ein. Aufgrund saisonal fixierter Preisvereinbarungen konnten Kostensteigerungen nur begrenzt und mit zeitlicher Verzögerung weitergegeben werden. Der Wettbewerb unter den Großhändlern, insbesondere im Pinzgau, verschärfte sich infolge steigender Marktaktivität sowie zunehmender Konditions- und Preisorientierung deutlich.

Die Alpin Gastro Markt GmbH konzentrierte sich im Berichtsjahr strategisch auf ihre Kernzielgruppen Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, insbesondere auf die, im Sinne einer „goldenen Mitte", mittelständischen Betriebe. In diesem Kundensegment sieht das Unternehmen die größten Potenziale, durch die Positionierung als Frischespezialist und Vollsortimentsanbieter mit regionaler Marktnähe sowie gelebter Handschlagqualität nachhaltige und ertragsstarke Umsatzzuwächse zu erzielen.

Schwerpunkte im Geschäftsjahr 2024/25

Die Alpin Gastro Markt GmbH fokussierte ihre Maßnahmen auf die Sicherung der Ertragskraft, Effizienzsteigerung und Stärkung der Marktposition. Die zentralen Schwerpunkte lagen in den Bereichen Sortimentsmanagement, Ultra-Frische, Logistik und digitaler Kommunikation.

- Das Sortiment wurde regional ausgerichtet und marktorientiert weiterentwickelt, um Einkaufs- und Absatzpotenziale gezielt zu nutzen.
- In der Ultra-Frische sorgte eine zentrale Kalkulation für einheitliche Preisstrukturen und stabile Erträge.
- Im Logistikbereich wurden Prozesse vereinheitlicht, Kennzahlen eingeführt und die Grundlage für ein leistungsorientiertes Prämiensystem geschaffen.
- Mit dem Aufbau eines eigenen Social-Media-Auftritts der Eurogast Zeller Gruppe wurde die digitale Präsenz erweitert und die Mitarbeitersuche unterstützt.

- Bewährte Verkaufsaktionen und Kundenbindungsprogramme wie der „-10 % Großmarkttag", der „Eurogast Sammelpass" und das „Eurogast Tankevent" wurden fortgeführt und stärkten die Kundenbindung.

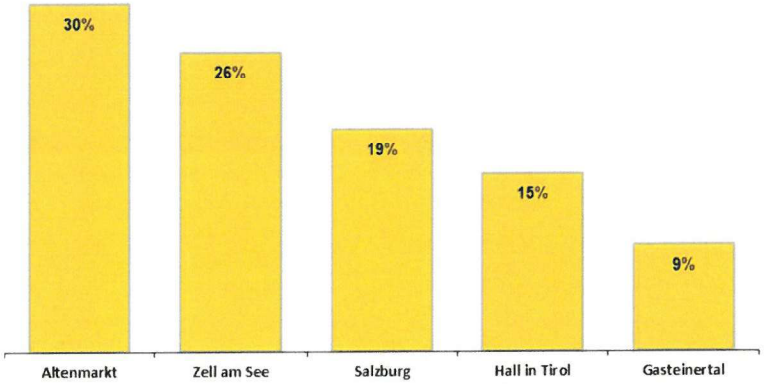
Diese Maßnahmen wirkten stabilisierend auf die Ertragslage und festigten die Wettbewerbsposition des Unternehmens.

Umsatzerlöse und Ergebnis

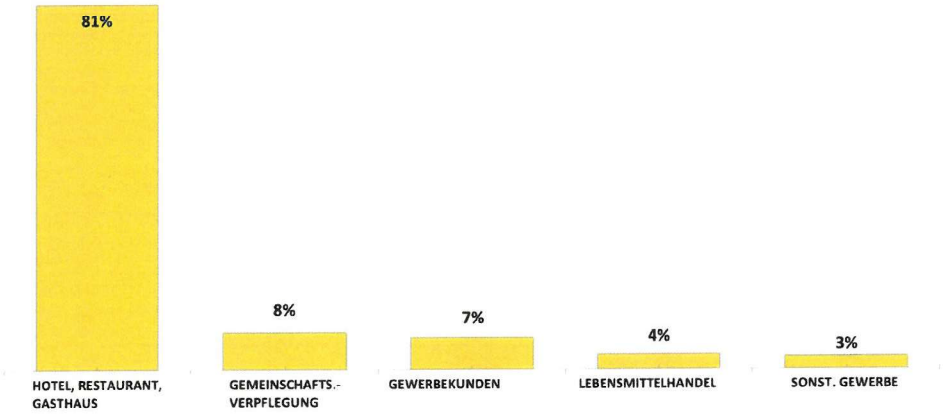
Die Alpin Gastro Markt GmbH erzielte im Berichtsjahr einen Nettoumsatz von **€ 118.466.664** und lag damit um € 3.137.062 über dem Vorjahreswert von € 115.329.602.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) lag bei **€ 3.132.599** (Vorjahr: € 3.950.652) Das Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) betrug **€ 5.574.291** (Vorjahr: € 6.279.508).

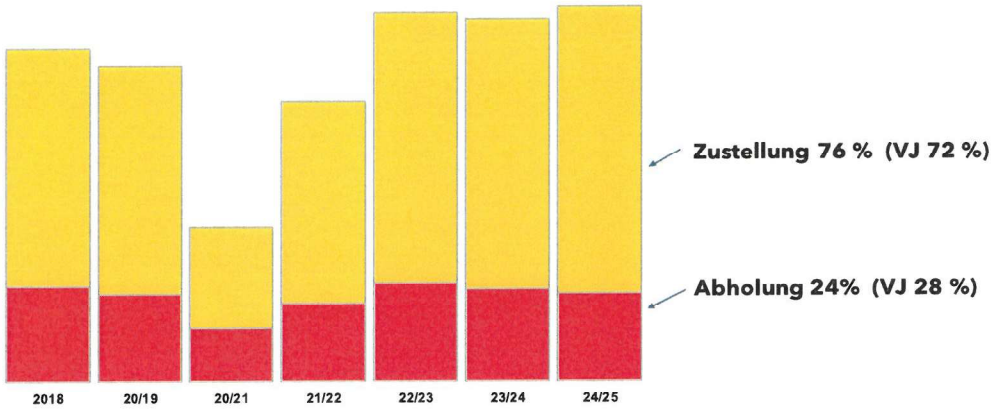
Eine Darstellung der Standorte nach Umsatzgröße (%) ergibt folgendes Bild.



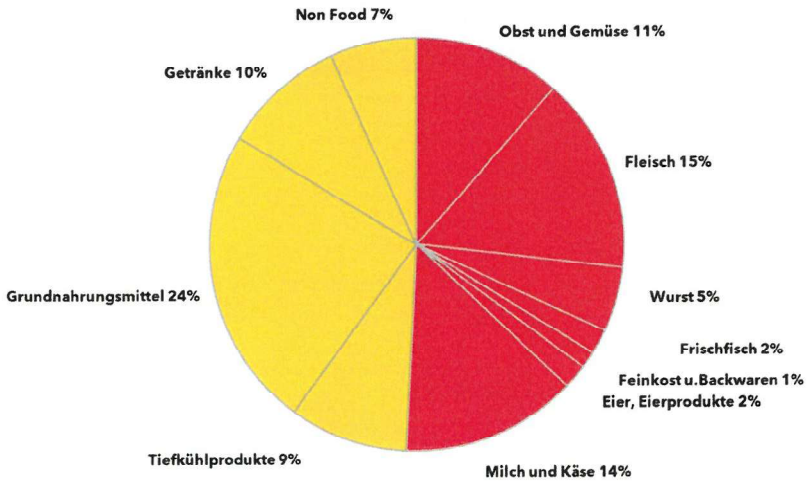
Die Branchenaufstellung zeigt, dass die Alpin Gastro Markt GmbH mit den Kernzielgruppen Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung 89% ihres Gesamtumsatzes erzielt.



Die Entwicklung Abhol- versus Zustellumsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr geht weiter in die Richtung Zustellung. Der Zustellumsatz weist dabei einen Anteil von 76%, der Abholumsatz einen Anteil von 24 % aus.



Die Positionierung der Alpin Gastro Markt GmbH als Lebensmittelgroßhändler mit dem klaren Fokus auf das Frischesortiment wird mit einem mehr als 50%-igen Umsatzanteil bestätigt.



Investitionen

Die Investitionen beliefen sich im abgelaufenen Geschäftsjahr auf insgesamt **€ 2.524.864**. Die Wesentliche Maßnahme betrafen die errichteten von Photovoltaik-Anlagen an den Standorten in Salzburg, Zell am See und Hall in Tirol.

Standort	
Zentrale Verwaltung	€ 237.097
Altenmarkt	€ 334.662
Zell am See	€ 461.057
Gasteinertal	€ 348.795
Salzburg	€ 359.514
Hall in Tirol	€ 783.779
Total	**€ 2.524.864**

Aufstellung der Investitionen nach Konten:

Konten	
Sotware	€ 117.630
Geschäftsgebäude	€ 1.351.177
Kleinhebewerkzeuge	€ 4.479
Fuhrpark PKW	€ 31.948
Fuhrpark LKW	€ 737.981
EDV-Anlagen (Ersatzgeräte)	€ 51.713
Betriebs und Geschäftsausstattung	€ 117.942
Gerinwertige Wirtschaftsgüter	€ 111.994
Total	**€ 2.524.864**

Working Capital

Das Working Capital setzt sich zum Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

Vorräte	€ 12.912.392
Lieferforderungen und sonstige Forderungen	€ 7.923.870
flüssige Mittel	€ 214.865
Rechnungsabgrenzungsposten	€ 211.108
kurzfristige Rückstellungen	-€ 4.477.368
kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	-€ 4.925.914
kurzfristige Lieferverbindlichkeiten	-€ 5.958.611
kurzfristige Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschaftern	-€ 116.644
kurzfristige sonstige Verbindlichkeiten	-€ 2.380.271
	€ 3.403.455

Nicht finanzielle Leistungsindikatoren

Mitarbeiter

Zum Stichtag 30. April 2025 waren bei der Alpin Gastro Markt GmbH 248 Mitarbeiter beschäftigt, - davon 137 Angestellte, 110 Arbeiter und 1 Lehrling (83 Frauen, 165 Männer). Im Jahresdurchschnitt waren 264 Mitarbeiter bei der Zeller Gruppe tätig.

Aus- und Weiterbildung

Die Mitarbeiterentwicklung hat einen hohen Stellenwert. Zahlreiche Beschäftigte nahmen an internen und externen Trainings, ERFA-Tagen, Produktschulungen und Persönlichkeitstrainings teil.

Werbung

Die Zeller Gruppe übernahm im Berichtsjahr vollständig die Werbekonzepte der Eurogast Österreich. Diese umfassen einen ausgewogenen Mix aus klassischer Werbung, Promotion, Online-Aktivitäten und gezielter PR-Arbeit.

Nachhaltigkeit

Im Berichtsjahr wurden an den Standorten Zell am See, Salzburg und Hall in Tirol neue Photovoltaikanlagen errichtet. Damit verfügt die Zeller Gruppe nun über eine Gesamtleistung von rund 1.000 kWp. Der Fuhrpark wurde um E-Fahrzeuge erweitert und der Testbetrieb vollelektrischer LKW fortgesetzt. Das Unternehmen nutzt ausschließlich Strom aus Wasserkraft und arbeitet damit CO_2-neutral. Diese Maßnahmen tragen zur Reduktion des Energieverbrauchs und zur langfristigen Kostensenkung bei.

Forschung und Entwicklung

Technische Forschungs- und Entwicklungskosten fielen im Berichtsjahr nicht an.

Risikobericht

Den bestehenden Risiken wird durch ein effizientes Risikomanagement entgegengewirkt. Ein wesentliches Risiko betrifft mögliche Forderungsausfälle, denen durch laufendes Mahnwesen, gerichtliche Eintreibung und Lieferstopps bei Zahlungsverzug begegnet wird. Fremdwährungsrisiken bestehen nicht.

Schwerpunkte für das Geschäftsjahr 2025/26

- Weiterentwicklung des regional ausgerichteten Sortiments und Ausbau strategischer Lieferantenpartnerschaften
- Stärkung der Qualitätssicherung in der Ultra-Frische durch zentrale Kalkulation und Monitoring
- Optimierung der Kundenlogistik gemeinsam mit externen Partnern
- Einführung messbarer Logistikkennzahlen als Grundlage für ein Prämiensystem
- Fortführung bewährter Verkaufsinitiativen wie „-10 % Großmarkttag", „Eurogast Tankevent" und „Eurogast Sammelpass"
- Attraktivierung der C&C-Abholung durch gezielte Preisaktionen gegenüber Discountern

Für alle Schwerpunkte werden messbare Ziele definiert, regelmäßig überprüft und einem internen Benchmark unterzogen.

Betriebskennzahlen:

	24/25
Netto - Umsatz (Mio. Euro)	118,5
Zustellanteil (%)	76,0
Ergebnis vor Steuern - EBT (Mio. Euro)	3,1
Operativer Cashflow - EBITDA (Mio. Euro)	5,6
Mitarbeiterzahl (Jahresdurchschnitt)	264
Mitarbeiterkosten (Mio. Euro)	15,7
Netto - Umsatz / Beschäftigten (Euro)	448.864
Netto - Umsatz / m² - Verkaufsfläche (Euro)	7.973
Netto - Umsatz / Standort (Mio. Euro)	25,3
Investitionen (Mio. Euro)	2,5
Zinsaufwendungen (Mio. Euro)	0,5
Fuhrpark LKW (Anzahl)	39

Zweigniederlassungen

Die Zeller Gruppe hat keine Zweigniederlassungen, betreibt jedoch folgende Standorte:

Standort	Straße	PLZ	Ort	Telefon	Mailadresse
Alpin Gastro Markt GmbH - Zentrale	Zellerstraße 27	5751	Maishofen	+43 720 150 599 10	zell.office@eurogast-alpin.at
Eurogast Gasteinertal	Zittrauergasse 2	5630	Bad Hofgastein	+43 720 150 599 11	m.hutteggerr@eurogast-alpin.at
Eurogast Zell am See	Zellerstraße 27	5751	Maishofen	+43 720 150 599 14	m.brugger@eurogast-alpin.at
Eurogast Altenmarkt	Obere Marktstraße 60	5541	Altenmarkt	+43 720 150 599 19	f.kirchner@eurogast-alpin.at
Eurogast Salzburg	Lamprechthausener Bundesstraße 6	5101	Bergheim	+43 720 150 599 21	g.moesl@eurogast-alpin.at
Eurogast Hall in Tirol	Schlöglstraße 79	6060	Hall / Tirol	+43 720 150 599 22	m.vitale@eurogast-alpin.at

Ausblick

Die Planung für das Geschäftsjahr 2025/26 sieht einen Nettoumsatz von € 140 Mio. vor. Mit 30. September 2025 wurde ein Umsatz von € 55 Mio. erreicht, womit die Planung um 3,3 % übertroffen wurde.

Nach einem verhaltenen Start in die Vorsaison entwickelte sich die Sommersaison positiv, sodass die Geschäftsführung optimistisch auf die kommenden Monate blickt. Auch für die Wintersaison wird ein stabiles Marktumfeld erwartet.

Mit den gesetzten strategischen Schwerpunkten und der klaren Positionierung als Frischespezialist sieht sich die Alpin Gastro Markt GmbH gut aufgestellt, um die positive Unternehmensentwicklung fortzusetzen.

Maishofen, 31. Oktober 2025

Geschäftsführung der Alpin Gastro Markt GmbH

R. Schwarzenbacher

G. Neumair