



SCHWERPUNKTFRAGEN 2016

Die Antworten der voestalpine AG

Auch in diesem Jahr hat der IVA 10 Schwerpunktfragen ausgearbeitet und lädt die börsennotierten Unternehmen zur Beantwortung ein. Die Antworten der Unternehmen werden im Internet unter www.iva.or.at veröffentlicht.

Die Fragen:

1. Wie viele **Mitarbeiter** (ohne Vorstand) hatten 2015 einen Jahresgesamtbezug von **mehr als 200.000 Euro** und wie viele davon einen Jahresgesamtbezug von **über 500.000 Euro**?

Antwort:

Basis: Zeitraum 1.1. bis 31.12.2015

Personenkreis: Leitende Inland ohne Vorstände der voestalpine AG

- 116 waren über 200.000 EUR
- 12 waren über 500.000 EUR

2. Wie viele **Mitarbeiter** hatten im Berichtsjahr einen **Jahresbezug von weniger als 25.000 Euro**? (Vollzeitbeschäftigung, volles Jahr, ohne Lehrlinge)

Antwort:

Für die Produktionsgesellschaften in Österreich liegt der Mindestlohn/-gehalt für die ausgeübte Tätigkeit in der Regel über 25.000 EUR pa.



Rund 25 MA in Österreich hatten einen Jahresbezug unter 25.000 EUR (Gewerbe-KV, Gastgewerbe-KV).

3. **Werden 2016 die Vorteile der Steuerreform 2016 genützt?**

- Mitarbeiter-Aktien (Freibetrag 3.000 Euro)
- Abschaffung der Gesellschaftsteuer (Kapitalmarkttransaktionen, Auflösung von „Großmutterzuschüssen“)

Antwort:

Mitarbeiter-Aktien: Die voestalpine Mitarbeiterbeteiligung ist ein langjähriges Erfolgsmodell, das die Mitarbeiter einerseits zu langfristig orientierten Kernaktionären des Konzerns macht und ihnen andererseits die Möglichkeit gibt, am Unternehmenserfolg direkt teilzuhaben. Die Anhebung des Freibetrages fördert die Umsetzung des Modells und wird von der voestalpine AG aktiv genutzt. Die Anhebung des Freibetrages macht die Umsetzung des Modells sowohl für die Arbeitnehmer als auch für den Arbeitgeber noch attraktiver, die Erweiterung der Mitarbeiterbeteiligung stärkt die Rolle als stabiler Kernaktionär und dient damit letztendlich auch dem gesamten Wirtschaftsstandort.

Gesellschaftsteuer: Der Steuervorteil aus der seit 1.1.2016 abgeschafften Steuer wurde bei Zuschüssen wirksam, was zu einer Steuerersparnis iHv 10.000 EUR führte.

4. **Enforcement:** Wurde im Berichtsjahr eine **Prüfung der OePR (Prüfstelle für Rechnungslegung)** durchgeführt? Wenn ja, Dauer, zusätzlicher Sach- und Personalaufwand, **Ergebnis** (veröffentlichte Beanstandungen).

Antwort:

Im Berichtsjahr wurde keine Prüfung der OePr durchgeführt.

5. Interner Aufwand für **IT, IT-Beratungsaufwand**, Externer Aufwand für **PR, Öffentlichkeitsarbeit** und **Lobbying**.



Antwort:

Interner Aufwand für IT, IT-Beratungsaufwand:

2015 war das IT Budget bei ca. 170 Mio. EUR (ca. 1,5 % vom Umsatz). Beratungsaufwand (extern ohne Entwicklungskapazitäten extern.) ca. 4,5 Mio. EUR.

Externer Aufwand für PR, Öffentlichkeitsarbeit und Lobbying:

Der Externe Aufwand für PR, und Öffentlichkeitsarbeit beträgt 1.186.000 EUR.

Darin enthalten sind:

- Generelle Mediendienste
- Medienarbeit Österreich
- Medienarbeit International (US + UK)
- Medienarbeit der einzelnen Divisionen
- Online Media Management

Es wird kein Lobbying-Aufwand getätigt.

6. Höhe der **Körperschaftsteuerzahlungen** in Österreich 2015, Höhe der steuerlichen Verlustvorträge (Österreich), lohnabhängige **Pflichtbeiträge an die Wirtschaftskammer, für Mitarbeiter berechnete und abgeführte Arbeiterkammerumlage, Kommunalsteuer, Grundsteuer.**

Antwort:

Für die Geschäftsjahre 2014/15 und 2015/16 erfolgte noch keine Veranlagung. Die voraussichtliche Körperschaftsteuerbelastung aller österreichischen Gesellschaften wird für das Geschäftsjahr 2014/15 rund 34,5 Mio. EUR und für das Geschäftsjahr 2015/16 rund 40,0 Mio. EUR betragen. Die Höhe der steuerlichen Verlustvorträge in Österreich beträgt rund 36,1 Mio. EUR.

Die Pflichtbeiträge an die Wirtschaftskammer betragen im KJ 2015 rund 8,3 Mio. EUR (KJ 2014: 8,2 Mio. EUR). Die Arbeiterkammerumlage der Arbeitnehmer betrug für das KJ 2015 rund 4,9 Mio. EUR (KJ 2014: 4,7



Mio. EUR). An Kommunalsteuer wurden im KJ 2015 rund 33,8 Mio. EUR (KJ 2014: 32,5 Mio. EUR) abgeführt. Der Grundsteueraufwand für das WJ 2014/15 betrug rund 1,7 Mio. EUR.

7. **Aufgliederung Mitarbeiteranzahl:** Österreich – EU (ohne Österreich) – übrige Welt, Anzahl der freigestellten Betriebsräte.

Antwort:

Mitarbeiter nach Regionen:

Von den Mitarbeitern waren beschäftigt in:

- Österreich 21.760 (48,3%)
- EU (ohne Österreich) 14.578 (32,4%)
- übrige Welt 8.708 (19,3%)

Die Anzahl der freigestellten Betriebsräte ist abhängig von den lokal geltenden gesetzlichen Vorgaben und Erfordernissen, welche erfüllt bzw. fallweise auch übererfüllt werden.

8. Beschreibung der **Compliance-Aktivitäten**, Anzahl der Mitarbeiter der Compliance-Organisation. Welche Compliance Aktivitäten wurden zu welchen Kosten ausgelagert? Maßnahmen gegen Cyberkriminalität?

Antwort:

Compliance

Die voestalpine hat ein konzernweites Compliance Management System eingerichtet. Der Verhaltenskodex ist die Basis dieses Systems und für moralisch, ethisch und rechtlich einwandfreie Verhaltensweisen des Managements und aller Mitarbeiter des Konzerns. Die Grundsätze des Verhaltenskodex richten sich nicht nur an das Management und die Mitarbeiter, sondern auch an Kunden, Lieferanten und andere Geschäftspartner. Unter anderem die folgenden Compliance Richtlinien ergänzen und konkretisieren die Bestimmungen des Verhaltenskodex:

- Kartellrecht: diese Richtlinie beschreibt das Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen, regelt den Umgang



mit und in Verbänden, Standesvertretungen sowie sonstigen Branchenorganisationen und legt konkrete Verhaltensregeln für Mitarbeiter des voestalpine-Konzerns fest.

- **Business Conduct:** diese Richtlinie regelt etwa das Verhalten in Bezug auf Geschenke, Einladungen und andere Vorteile, Spenden, Sponsoring, Nebentätigkeiten und den privaten Bezug von Waren und Dienstleistungen durch Mitarbeiter von Kunden und Lieferanten.
- **Richtlinie betreffend den Umgang mit Geschäftsvermittlern und Beratern:** diese Richtlinie legt die Vorgehensweise fest, welche vor der Beauftragung von Handelsvertretern, sonstigen vertriebsbezogenen Beratern, Konsulenten oder Lobbyisten einzuhalten ist. Auf Basis einer objektivierten Prüfung des Umfeldes und des Tätigkeitsrahmens des Geschäftspartners vor Aufnahme von Geschäftsbeziehungen soll sichergestellt werden, dass auch die Geschäftspartner die Gesetze und den Verhaltenskodex der voestalpine einhalten.

Die Compliance Organisation der voestalpine ist für folgende Themen zuständig:

- Kartellrecht
- Korruption
- Kapitalmarkt Compliance
- Fraud (interne Fälle von Diebstahl, Betrug, Unterschlagung, Untreue)
- Interessenkonflikte sowie
- Sonderthemen, die der Compliance Organisation vom Vorstand der voestalpine AG zugewiesen werden (zB UN- oder EU-Sanktionen).

Entsprechend der Organisation des voestalpine Konzerns wurde ein Group Compliance Officer sowie je Division ein Divisionaler Compliance Officer bestellt. In größeren Untereinheiten bzw. für bestimmte Business Units wurden innerhalb der Divisionen zusätzliche Compliance



Officer etabliert. Der Group Compliance Officer ist direkt dem Vorstandsvorsitzenden unterstellt und weisungsfrei. Gesamt sind rund 25 Mitarbeiter überwiegend in Personalunion im Bereich Compliance tätig. Zudem wird die Compliance Organisation bei ihren Aktivitäten durch andere Unternehmensbereiche (zB Kommunikation, Revision, Risikomanagement, Personal) unterstützt.

Im Vordergrund eines Compliance Management Systems stehen präventive Maßnahmen. In diesem Zusammenhang wurden in den letzten Jahren umfangreiche Schulungs- und Trainingsmaßnahmen in allen Divisionen des Konzerns durchgeführt. Um eine möglichst breitflächige Schulungswirkung zu erzielen, wurden neben Präsenzschulungen insbesondere e-learning Systeme forciert. So wurden im Rahmen von webbasierten e-learning Kursen bislang mehr als 7.500 Mitarbeiter des Konzerns Kartellrechtsschulungen und rund 20.000 Mitarbeiter einer Schulung zum Verhaltenskodex jeweils samt Abschlusstest unterzogen. Präsenzschulungen werden einerseits zielgruppenorientiert und andererseits allgemein im Rahmen von Führungskräfteausbildungen sowie in spezifischen Ausbildungsprogrammen für Mitarbeiter im Verkauf und Einkauf durchgeführt. Neben diesen Maßnahmen wird das Thema Compliance den Mitarbeitern durch regelmäßige Kommunikationsmaßnahmen, insbesondere durch Mitarbeitermagazine, Plakatkampagnen oder im Rahmen von Konzern- und Divisionsveranstaltungen, immer wieder nahegebracht.

Es wurden keine Compliance Aktivitäten ausgelagert. Es werden jedoch im Bedarfsfall externe Berater zugezogen. Zudem bedient man sich im Bereich e-Learning sowie für das webbasierte Hinweisgebersystem externer Anbieter.

Maßnahmen gegen Cyberkriminalität:

Der im letzten Kalenderjahr vermehrten in unterschiedlichsten Formen aufkommenden Cyberkriminalität wird sowohl in technischer und



organisatorischer Hinsicht als auch mittels Mitarbeiter-Awareness-Kampagnen Rechnung getragen. In technischer Hinsicht werden IT-Systeme und IT-Sicherheitssysteme, wie zB Firewalls, Virenschutz, Spam-Filter, permanente Sicherheitsuntersuchungstools, etc. auf aktuellem Stand der Technik eingesetzt. Organisatorisch werden regelmäßig die Berechtigungs- und Freigabeprozesse evaluiert, um sicherzustellen, dass Zahlungen und Finanztransaktionen ausschließlich von berechtigten Mitarbeitern unter Einhaltung der jeweiligen Regelwerke (zB Vieraugen-Prinzip) durchgeführt sowie eventuelle Verbesserungserfordernisse unverzüglich umgesetzt werden. Mittels regelmäßiger Kommunikation per E-Mail und in Newsletter, einer eigens dafür eingerichteten Intranet-Seite sowie sog. Penetration-Tests wird das Bewusstsein der Mitarbeiter für das Thema Cyberkriminalität geschärft.

9. Wie viele Mitarbeiter gingen 2015 mit welchem **Durchschnittsalter in Pension?** Anzahl der Mitarbeiter per 31.12.2015, gegliedert in Geburtsjahrgang 1955 und älter, 1956 – 1960, 1961 – 1965 (jeweils getrennt nach Frauen und Männern), Anzahl der Lehrlinge, Behinderten-Einstellquote.

Antwort:

Pensionen:

Im Geschäftsjahr 2015/16 gingen 61 Personen in BU-Pensionen, 653 Mitarbeiter traten die Regelpension an.

Das durchschnittliche Pensionsantrittsalter ist je nach Land verschieden, in Österreich lag es beispielsweise bei rund 58 Jahren.

Altersverteilung:

	Frauen	Männer	Gesamt
51 - 60 Jahre	1.090	9.142	10.232
61 Jahre und	143	1.242	1.385



älter			
-------	--	--	--

Lehrlinge:

Zum 31.3.2016 gab es 1.377 Lehrlinge.

Behinderteneinstellquote:

Die gesetzlichen Verpflichtungen werden eingehalten, nach Möglichkeit durch entsprechende Einstellungen, dort wo nicht möglich über Ausgleichstaxen. Neben den gesetzlichen Verpflichtungen sind keine zusätzlichen innerbetrieblichen Vorgaben vorhanden.

„Behindertenquoten“ sind gruppenweit nicht verfügbar, da aus Datenschutzgründen tlw. nicht erhoben/ dokumentiert werden darf bzw. der Behindertenstatus von den Betroffenen nicht bekannt gegeben werden muss.

10. Welchen Stellenwert hat **e-Business** im Bereich Verkauf / Vertrieb, Beschaffung, Personal in der Unternehmensgruppe?
Welche **Social Media** werden wie genutzt? Kosten?

Antwort:

Im Bereich Einkauf wurde ein SRM System auf Basis eines CloudService für alle Gesellschaften im Konzern durch das EinkaufsCommittee implementiert. Marketing über unsere prämierte voestalpine Site mit den Produktdatenbanken ist durchwegs anerkannt.

Der Vertrieb plant derzeit in größerem Stil CRM ebenfalls als CloudService für seine Aktivitäten einzusetzen. Im Bereich Personal wird neben den klassischen Kanälen zur Personalbeschaffung auch auf SocialMedia gesetzt. Neben Facebook-Seite für unsere Lehrlinge und jugendlichen Bewerber wird LinkedIn und Xing als Medium eingesetzt.

Social Media:

Social Media ist im voestalpine-Konzern ein zentrales Kommunikationsinstrument, um die Themen und Geschichten rund um



das Unternehmen greifbarer zu machen und weitere Zielgruppen zu erreichen.

voestalpine ist als Industrieunternehmen ein klassisches B2B-Unternehmen. Genauer betrachtet, stecken aber auch hinter dem Begriff „B2B“ (Business to Business) immer Menschen. Und um genau diese geht es auch im Social Web. Daher spricht die voestalpine als B2B-Unternehmen nicht mehr von B2B, sondern von **B2P – also Business to Person**.

Es ist nicht primäres Ziel, mehr Produkte über Social Media zu verkaufen, sondern die Themen und Geschichten rund um das Unternehmen greifbarer zu machen und weitere Zielgruppen zu erreichen.

Richtige Zielgruppe – richtiges Thema – richtige Plattform

Die Social Media Aktivitäten der voestalpine umfassen **Information, Kommunikation und Interaktion** mit allen wesentlichen Zielgruppen im Web. Dabei setzt man auf einen Mix der unterschiedlichen Social Media Plattformen. Jede Plattform spricht eine andere Zielgruppe an. Daher werden die Inhalte für jede Zielgruppe und Plattform spezifisch aufbereitet. Die **Strategie** ist: die richtige Zielgruppe mit den richtigen Themen auf den richtigen Plattformen zu erreichen.

Plattformen:

- Corporate Blog <http://www.voestalpine.com/blog>
- Lehrlingsblog: <http://www.voestalpine.com/lehre>
- Facebook Corporate: <https://www.facebook.com/voestalpine>
- Facebook Karriere: <https://www.facebook.com/voestalpinecareer>
- Twitter: <https://twitter.com/voestalpine>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/voestalpine>
- YouTube: <https://www.youtube.com/c/voestalpine>
- Instagram: <https://www.instagram.com/voestalpine/>
- Google+: <https://plus.google.com/b/103417788386639077282/#>
- Xing: <https://www.xing.com/companies/voestalpinestahlgmbh>



- Pinterest: <https://www.pinterest.com/voestalpine/>
- Flickr: https://www.flickr.com/photos/voestalpine_innovation/

215.400 EUR Kosten stellen sich zusammen aus:

- Programmierung & Hosting (zB Corporate Blog, Lehrlingswebsite)
- Videoproduktion, Animationsvideos, Streaming, etc.
- Foto, Grafik, Infografiken, etc.
- Promotion (Ads für Google, Twitter, Facebook)
- Recherche, Übersetzungen (bis 14 Sprachen)
- Publishing, Monitoring, Listening