



SCHWERPUNKTFRAGEN 2019

Auch in diesem Jahr hat der IVA 8 Schwerpunktfragen ausgearbeitet und lädt die börsennotierten Unternehmen zur Beantwortung ein. Die Antworten der Unternehmen werden im Internet unter www.iva.or.at veröffentlicht.

1. Wie viele **Mitarbeiter** (ohne Vorstand) hatten 2018 einen Jahres-gesamtbezug von **mehr als 200.000 Euro** und wie viele davon einen Jahresgesamtbezug von **über 500.000 Euro**?

Antwort:

Im Jahr 2018 hatten 240 Personen einen Jahresbezug von über 200.000 EUR und 13 Personen einen Jahresbezug von über 500.000 EUR.

2. Wie viele Mitarbeiter gingen 2018 mit welchem **Durchschnittsalter in Pension?** Anzahl der Mitarbeiter per 31.12.2018, getrennt nach **Frauen und Männern** und **nach Ländern**, Anzahl der Lehrlinge, Anzahl der freigestellten **Betriebsräte**, gegliedert Inland – Ausland

Mit welchem Durchschnittsalter gingen Mitarbeiter 2018 in Pension?

Antwort:

Österreich: 61,2 Jahre; Keine Datenerhebung auf globaler Ebene.



Anzahl der Mitarbeiter per 31.12.2018, getrennt nach Frauen, Männern und nach Ländern:

Antwort:

Eigenpersonal ohne Lehrlinge, Regionen:

	männlich	weiblich	gesamt	% Anteil weiblicher Mitarbeiter
Afrika	303	52	355	14,60
Amerika	5.071	934	6.005	15,55
Asien	2.651	626	3.277	19,10
Australien	205	38	243	15,64
Europa*	33.560	5.352	38.912	13,75
* davon Österreich	19.718	2.896	22.614	12,80
Gesamt	41.790	7.002	48.792	14,40

Anzahl der Lehrlinge?

Antwort:

Gesamt 1.310 (Österreich: 805, außerhalb Österreich: 505)

Anzahl der freigestellten Betriebsräte, gegliedert Inland – Ausland?

Antwort:

Die Anzahl der freigestellten Betriebsräte richtet sich nach den jeweiligen gesetzlichen Bestimmungen, dies bedeutet in Österreich (ArbVG §117) 33 Freistellungen, in Deutschland (BetrVG §38) 11 Freistellungen.

3. Wie hoch sind die **Nebenkosten** wie Reisekosten, Sekretariat, Beratung, Klausuren, Weiterbildung für den **Aufsichtsrat**?

Antwort:

Die Nebenkosten für den Aufsichtsrat betragen im Geschäftsjahr 2018/19 rund 115.000 EUR.



4. **Kosten des Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichts?**

- Print-Auflage: in deutscher und englischer Sprache
- Verteiler: Privatanleger, institutionelle Investoren, Banken, sonstige.

Antwort:

Geschäftsbericht:

Auflage: 2.800 Stück (Deutsch+Englisch)

Kosten: ca. 190.000 EUR

Verteiler: Versand auf Anfrage

Corporate Responsibility Bericht:

Auflage: 3.300 Stück (Deutsch+Englisch)

Kosten: ca. 140.000 EUR

Verteiler: Interne und externe interessierte Stakeholder

5. **Investor Relations-Aktivitäten**

- Road shows im In- und Ausland
- Kontakte mit institutionellen und privaten Investoren
- Aufwand für Researchen und Analysen
- Kosten der Veröffentlichungen in der Wiener Zeitung und sonstigen Medien

Antwort:

- » Anzahl Roadshowtage/Konferenzen: 25 Tage im In- und Ausland
- » Anzahl Investorenmeetings: ~300 Investorenmeetings
- » Kein Aufwand für Research und Analysen
- » Kosten in der Wiener Zeitung und sonstige Medien: ca. 60.000 EUR

6. **Beratungsaufwand, Aufwand für Digitalisierung**

- Gegliedert nach Rechtsberatung, IT-Beratung/Digitalisierung, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Personalsuche, sonstige
- Beschreibung der Aktivitäten betreffend Digitalisierung



Aufwand IT-Beratung/Digitalisierung:

Antwort:

Der Aufwand für IT und Digitalisierung der voestalpine AG betrug im GJ 2018/19 217 Mio. EUR. Darin enthalten sind Beratungsaufwendungen in Höhe von 8 Mio. EUR.

Aufwand Rechtsberatung:

Antwort:

Der Aufwand der Rechtsberatung der voestalpine AG betrug im GJ 2018/19 rund 195.000 EUR.

Aufwand Personalsuche:

Antwort:

Die voestalpine hat ein globales Bewerbermanagementsystem implementiert. Zur Besetzung von Schlüsselpositionen werden darüber hinaus auch weitere Kanäle verwendet. Die Handhabung obliegt den jeweiligen Gesellschaften. Für den Konzern liegen demnach keine länderspezifischen bzw. globalen Daten vor.

Aufwand Werbung, Öffentlichkeitsarbeit:

Antwort:

Der externe Aufwand der voestalpine AG für PR und Öffentlichkeitsarbeit betrug im GJ 2018/19 1,76 Mio. EUR; darin enthalten sind:

- » Generelle Mediendienste wie Medien- und Social-Media Beobachtung (APA, etc.)
- » Medienarbeit Österreich
- » Medienarbeit International
- » Medienarbeit der einzelnen Divisionen
- » Online und Social Media Management (z.B. Corporate Website, Corporate Blog, Social Media, etc.)



Werbung: rund 1,2 Mio. Euro; darin enthalten sind:

- » Corporate Advertising
- » Corporate Advertising Online
- » Medienproduktion (alle 2 Jahre)

Beschreibung der Aktivitäten betreffend Digitalisierung:

Antwort:

- » Die voestalpine hat eine konzernweit gültige Digitalisierungsstrategie erarbeitet
- » Beispiele für Digitalisierung in den Produktions- und Administrationsprozessen:
 - » Deep Learning und Machine Learning in der Qualitätsanalyse in Produktionsbereichen,
 - » Künstliche Intelligenz (Algorithmen) für Oberflächeninspektionen, Sägeoptimierung durch intelligente Sensorik,
 - » Inbetriebnahmen von Systemen zur Steuerung von integrierten Mengen- und Werteflüssen,
 - » WEB – Shops (e-commerce Plattformen, etc.)
- » Beispiele für Digitalisierung im Bereich von Konzern-Produkten:
 - » Projekte zu Signalsteuerungen und intelligenten Schienen- und Weichensystemen,
 - » Angebote für digitale Serviceleistungen wie bspw. Eisenbahn-Streckenüberwachung,
 - » Projekte im Bereich intelligenter Batteriechassis für Elektrofahrzeuge,
 - » Integrierte Sensorik in 3D Druckbauteilen, etc.



7. **Beiträge/Spenden/Sponsoring, Repräsentation**

- gegliedert nach Kultur, Sport, Philantropie

Antwort:

Das allgemeine Sponsoring Budget der voestalpine AG ohne Projekte betrug im Geschäftsjahr 2018/19 190.000 EUR. Der überwiegende Teil dieser Engagements erfolgt als Teil der gesellschaftlichen Verantwortung im Umfeld der Konzern- Unternehmen vorwiegend im Sozial- und Kulturbereich.

Darüber hinaus wurden insbesondere vor einem kommunikativen Hintergrund Projekte und Engagements verfolgt, die mit einer entsprechenden Öffentlichkeit verbunden sind und in der Folge vom Konzern auch über eigene und fremde Kommunikationskanäle multipliziert werden konnten. Diese Engagements werden in ihrer Wirkung laufend evaluiert, sind mit einer festen Befristung versehen und erzielen in der Regel einen deutlich die Kosten überschreitenden Mediawert bzw. Imageeffekt.

Insgesamt beläuft sich damit der Sponsoring-Aufwand für das Geschäftsjahr 2018/19 im Bereich Kommunikation der voestalpine AG weltweit auf rund 4 Mio. EUR.

8. **Versicherungsaufwand** (ohne KFZ),
erhaltene Schadenvergütungen (ohne KFZ)

in den letzten drei Jahren

Antwort:

gerundet	2016/17	2017/18	2018/19
Versicherungsaufwand (ohne KFZ)	30 Mio. EUR	30 Mio. EUR	33 Mio. EUR
erhaltene Schadenvergütungen (ohne KFZ)	5 Mio. EUR	25 Mio. EUR	1 Mio. EUR