

SCHWERPUNKTFRAGEN 2011

Die Antworten der **ÖSTERREICHISCHEN POST AG**

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.

Die Fragen:

1. Wie viele Mitarbeiter hatten 2010 einen höheren Jahresgesamtbezug als ein einfaches Vorstandsmitglied? Wie viele Mitarbeiter verdienten zwischen 100 und 75 Prozent eines einfachen Vorstandsmitglieds?

Kein Mitarbeiter der Österreichischen Post AG hat 2010 mehr verdient als ein einfaches Vorstandsmitglied; kein Mitarbeiter hat mehr als 75% der laufenden Bezüge eines einfachen Vorstandsmitglieds verdient.

2. An welchen Performancekriterien orientiert sich die erfolgsabhängige Entlohnung für Vorstände und Führungskräfte, um eine nachhaltige und langfristige Wertschaffung für das Unternehmen zu erreichen? Wie hoch ist der Anteil der erfolgsabhängigen Entlohnung aller Mitarbeiter an der Lohn- und Gehaltssumme?

Die variablen Gehaltsbestandteile des Managements orientieren sich an operativen Zielgrößen wie Umsatz, Cashflow und EBIT. Darüber hinaus werden auch divisions-/bereichsspezifische Umsatz- und Finanzziele sowie qualitative Ziele berücksichtigt – in Abhängigkeit von Hierarchieebene und Funktion. Eine erfolgsabhängige Entlohnung beträgt etwa 6% der Lohnsumme. Darüber hinaus gibt es ein Longterm Incentive Program mit einem Performancezeitraum von 3 Jahren, basierend auf einem Eigeninvestment der Teilnehmer. Die Leistungsindikatoren sind: Total Shareholder Return, Earnings per Share, Free Cashflow.

3. Höhe der Körperschaftssteuerzahlungen in Österreich 2010

Die Körperschaftssteuerzahlungen für 2010 betragen in Österreich 59,1 Mio EUR.

4. Externer Aufwand 2010 für Personalberatung, Rechtsberatung und Öffentlichkeitsarbeit PR/Lobbying (getrennte Darstellung)

Gibt es Richtlinien für die Vergabe von Beratungsaufträgen? Inwieweit ist der Aufsichtsrat, der Vorstand, das Controlling, die Rechtsabteilung involviert?

Der Post Konzern hat eine diesbezügliche Richtlinie, die „Allgemeine Beschaffungsrichtlinie“.

Es gibt eine einheitliche Regelung des Beschaffungswesens in der Österreichischen Post. Bei allen Beschaffungsvorgängen ist der Zentrale Einkauf, das Referat Beschaffungsmanagement Recht sowie Corporate Controlling der Österreichischen Post einzubinden. Bei Beratungsleistungen ist zudem die Genehmigung von zwei Vorständen erforderlich, bei einem Auftragsvolumen von über 60.000 EUR netto vom Gesamtvorstand.

- Recruiting Personal: 0,6 Mio EUR
- Rechtsberatung: 3,2 Mio EUR
- Öffentlichkeitsarbeit/PR/IR Beratung: 0,2 Mio EUR

5. Aufwand für Interessensvertretung und Mitgliedschaften wie Wirtschaftskammer, Industriellenvereinigung, national und international

Die Österreichische Post hat für Mitgliedschaften folgende Beträge aufgewendet:

Wirtschaftskammer	ca. 550.000 EUR
Industriellenvereinigung	ca. 320.000 EUR
Post Organisationen (UPU, IPC, PostEurop)	ca. 650.000 EUR

Die Beiträge für Mitgliedschaften bei Cercle Investor Relations Austria, Public Relations Verband Austria, DMVÖ - Direct Marketing Verband Österreich, Bundesverband Logistik etc. belaufen sich auf unter 50.000 EUR.

6. Anhängige Prozesse zum Bilanzstichtag. Kurzdarstellung der Prozesse mit dem höchsten Streitwert: Thema, bisher aufgelaufene Kosten der Rechtsdurchsetzung

Keine nennenswerten Prozesse. Es sind 2 Beschwerden beim Verwaltungsgerichtshof hinsichtlich Untersagungen von Filialnetz-Schließungen anhängig.

7. Kurzbeschreibung der CSR – Aktivitäten (Corporate Social Responsibility)

Die Österreichische Post definiert ihre nachhaltige Entwicklung gegenüber den Stakeholdern mit vier Themenschwerpunkten und dahinterliegenden Zielen. Neben Ökonomie sind dies die Bereiche Gesellschaft, Umwelt und Mitarbeiter.

Gesellschaft

Als Universalanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post große gesellschaftliche Verantwortung. Mit der flächendeckenden, zuverlässigen Versorgung Österreichs mit Postdienstleistungen in erstklassiger Qualität liefert sie einen wichtigen Beitrag, um die Kommunikationsinfrastruktur aufrechtzuerhalten und abzusichern. Bereits seit Jahren bewährt sich die Kombination eigener und fremdgeführter Post-Geschäftsstellen. Insbesondere das „Post Partner“ - Konzept ist sehr erfolgreich.

Die Post fördert auch das Gemeinwohl und das gesellschaftliche Engagement, indem sie soziale Aktionen wie die Ö3-Wundertüte durch Übernahme der gesamten Logistik unterstützt, oder Projekte im Bereich der bildenden Kunst fördert. Seit 2010 setzt die Österreichische Post Mitarbeiter, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, auch bei karitativen Organisationen ein.

Mitarbeiter

Motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter bilden die Basis des bewährten Logistikkonzepts, das die tägliche Belieferung der Kunden sicherstellt. Dafür ist eine gesunde und sichere Arbeitsumgebung eine wichtige Voraussetzung. Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und betriebliche Gesundheitsförderung sind deshalb Schlüsselemente der Unternehmenspolitik. Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz, Bewegungsprävention, Tabak- und Alkoholprävention, die Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie die Schaffung behinderten- und altersgerechter Arbeitsplätze zählen zu den Schwerpunkten des unternehmensinternen Präventionsprogramms.

In einem Marktumfeld, in dem Personalanforderungen ständigen Veränderungen ausgesetzt sind, will das Unternehmen individuelle Zukunftsperspektiven schaffen. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln bedeutet hier, auf die Veränderungen für Mitarbeiter zu reagieren und diesen für die Zukunft der Post wesentlichen Weg aktiv und sozialverträglich zu planen und zu begleiten. Mit dem „Post-Arbeitsmarkt“ hat die Österreichische

Post eine effektive Plattform initiiert, durch die betroffene Mitarbeiter für neue Tätigkeiten innerhalb oder außerhalb des Unternehmens qualifiziert und vorbereitet werden.

Umwelt

Die Österreichische Post nimmt ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt aktiv wahr. Dabei verfolgt sie vor allem das Ziel, die ökologischen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit durch den Einsatz umweltfreundlicher Technologien und den effizienten Umgang mit Ressourcen möglichst gering zu halten. Unter dem Titel „co2de green“ bietet die Post-Tochtergesellschaft trans-o-flex in Deutschland seit Jänner 2010 flächendeckend den CO₂-neutralen Versand von Sendungen an. Dazu werden die transportbedingten CO₂-Emissionen durch die gleichzeitige Förderung von anerkannten Klimaschutzprojekten ausgeglichen. Die Post legt außerdem großen Wert auf eine hohe Öko-Effizienz im Transport, z.B. durch das Vermeiden von Leerfahrten, Optimierung der Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge, Verringerung der Anzahl der Transport-Kilometer, sowie durch eine moderne Fahrzeugflotte und deren regelmäßige Wartung. Zurzeit stehen bei der Post sehr erfolgreich auch 77 Erdgas-Fahrzeuge sowie rund 70 Elektro-Mopeds und Elektro-Fahrräder im Einsatz.

Die Österreichische Post nimmt aktiv an internationalen Programmen wie dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ der europäischen Post-Interessenvertretung PostEurop sowie dem „Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS)“ der International Postal Corporation (IPC) teil.

Ökonomie

Das grundsätzliche Ziel, die Ertragskraft nachhaltig zu sichern, hat oberste Priorität im Management der Österreichischen Post. Nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale Bedürfnisse zu erfüllen. Daher ist die nachhaltige Sicherung der Ertragskraft von zentraler Bedeutung. In diesem Sinn strebt die Österreichische Post eine laufende Optimierung an, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

8. Aufwendungen für Sponsoring, Imagewerbung bzw. nicht produktbezogene Werbung.

Rund 13 Mio EUR für Kommunikation und Werbung in 2010:

- Produktbezogene Werbung: 9 Mio EUR
- Imagewerbung: 4 Mio EUR
 - 70 % klassische Werbung: TV, Inserate, Radio
 - 20 % Print
 - 10 % Events, Messen, Sponsoring