



SCHWERPUNKTFRAGEN 2014

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 Antworten der [Schlumberger Aktiengesellschaft](#)

1. Wie viele **Mitarbeiter** (ohne Vorstand) hatten 2013 einen Jahresgesamtbezug von **mehr als 200.000 Euro** und wie viele davon einen Jahresgesamtbezug von **über 500.000 Euro**?

[Der Jahresgesamtbezug von EUR 200.000,-- wurde bei einem Mitarbeiter überschritten. Der Jahresgesamtbezug von EUR 500.000,-- wurde bei keinem Mitarbeiter überschritten.](#)

2. An welchen **messbaren Performancekriterien** orientiert sich die erfolgsabhängige Entlohnung für Vorstände und Führungskräfte (1.Berichtsebene)? Welcher Anteil des Anspruchs wird erst 2014, 2015 und später zur Auszahlung fällig? Mit wie viel Prozent vom Fixbetrag sind die variablen Bezüge gedeckelt?

[Die erfolgsabhängige Entlohnung orientiert sich an der Erreichung von im Vorhinein definierten qualitativen und quantitativen Zielen. Die Ziele](#)



beinhalten sowohl persönliche Komponenten als auch das gemeinsam erreichte Gruppenergebnis.

Die erfolgsabhängigen Komponenten für das Wirtschaftsjahr 2013/2014 gelangen nach der Bilanzfeststellung im WJ 2014/2015 zur Auszahlung. Eine generelle Deckelung ist nicht vorgesehen.

3. Wie viele MitarbeiterInnen hatten im Berichtsjahr einen **Jahresbezug von weniger als 20.000 Euro** (Vollzeitbeschäftigung, volles Jahr)?

Im Konzern waren im Wirtschaftsjahr 2013/2014 keine Mitarbeiter beschäftigt, die weniger als EUR 20.000,- Jahreseinkommen – auf Basis Vollzeit und Ganzjahresbeschäftigung – hatten.

4. **Enforcement:** unternehmensinterne Vorbereitungen, zusätzlicher Sach- und Personalaufwand, einmalig bzw. dauernd

Im WJ 2013/2014 wurden 2 Personen nominiert, die für die Vorbereitungen und auch im Falle einer OePR-Prüfung für die unternehmensinterne Durchführung verantwortlich sind. Die bisher angefallenen internen und externen Aufwendungen sind von untergeordneter Bedeutung.

5. Wie hoch sind die **Nebenkosten des Aufsichtsrats** für Sekretariat, Reisen, Aufenthaltskosten, Repräsentation, Schulung?

Der Gesamtaufwand für Nebenkosten des Aufsichtsrats betrug TEUR 1.

6. Höhe der **Körperschaftsteuerzahlungen** in Österreich 2013, Auswirkungen des **Steuerpaktes 2014** (Einschränkungen



Gruppenbesteuerung, Nicht-Abzugsfähigkeit von Jahresbezügen über 500.000 Euro)

Körperschaftsteuerzahlungen in Österreich im WJ 2013/2014:

KÖST 2012: EUR 69.128,00

KÖST 2013: EUR 36.523,00

Auswirkungen Steuerpaket 2014:

Einführung **Schaumweinsteuer**:

- Aufgrund des zu erwartenden um 25 - 30% geringeren Verbrauchs an österreichischem Sekt und einer Verschiebung zu nicht in Österreich produzierten (und auch nicht besteuerten) Konkurrenzprodukten (v.a. Prosecco Frizzante), gehen wir von einem kommenden Verlust von 300 Arbeitsplätzen in Österreich aus.
- Die Schaumweinsteuer stellt einen Wettbewerbsverzerrung dar: Im Durchschnitt kostet eine Flasche Sekt im Handel heute 3,74 Euro. Das ist derzeit ein Preisunterschied von ca 20 Prozent zu dem nächsten Konkurrenzprodukt Frizzante / Prosecco. Da dieses nicht von der Steuer betroffen ist, wird die Schaumweinsteuer den Preisunterschied auf 67 Prozent ansteigen lassen.
- Von der Schaumweinsteuer betroffen ist die österreichische Sektindustrie und ihre Zulieferer – insbesondere auch die österreichischen Winzer. Die Sektindustrie erwirtschaftet heute in ihren Betrieben und über ihre Zulieferbetriebe knapp 55 Mio Euro an Wertschöpfung und sichert damit ganz unmittelbar über 1.300 Arbeitsplätze

Maßnahmen des Hauses Schlumberger:

- intensive Medienarbeit in Abstimmung mit dem Österreichischen Sektkomitee und dem Sektverband zur Bewusstseinsbildung für die Auswirkungen dieser Steuermaßnahme
- Erstellung einer Studie mit realistischen Annahmen zur Darstellung der volkswirtschaftlichen Auswirkungen der wieder eingeführten Schaumweinsteuer
- Hintergrundgespräche mit politischen Vertretern aller Parteien (insbes. Regierungsparteien) und der „betroffenen“ Bundesländer (W, NÖ, Bgld., Stmk.) sowie mit den entsprechenden Interessenvertretungen.



- Veranlassung der rechtlichen Prüfung durch den Verfassungsgerichtshof.

Einschränkung Gruppenbesteuerung: keine Auswirkung
Nicht-Abzugsfähigkeit von Jahresbezügen über T€ 500: Beschwerde beim Bundesfinanzgericht eingereicht

7. Externer Aufwand 2013 für **Aus- und Weiterbildung, Rechtsberatung und Öffentlichkeitsarbeit / PR / Lobbying** (getrennte Darstellung).

Aufwand im Wirtschaftsjahr 2013/2014 für
Aus- und Weiterbildung TEUR 73
Rechtsberatung (excl. Steuerberatung) TEUR 62
PR/Öffentlichkeitsarbeit TEUR 147
Lobbying TEUR 0

8. Aufwand für **Investor Relations**. Beschreibung der IR – Aktivitäten (u.a. Teilnahme an Roadshows, sonstige Aktivitäten für Investoren, Anfragen von Investoren)

Im Wirtschaftsjahr 2013/2014 wurde eine aktive Information der Anleger zu für den Kapitalmarkt relevanten Informationen ins Leben gerufen. Die Übermittlung der Informationen erfolgt auf elektronischem Weg und verursacht neben einem überschaubaren Aufwand keine zusätzlichen Kosten.

Die Teilnahme an bankinternen Veranstaltungen wurde ebenfalls forciert, um weitere Kontaktmöglichkeiten für Kleinanleger zu bieten.

Das Interesse an der angekündigten Veränderung in der Aktionärsstruktur wurde von den Medien mit hohem Interesse aufgenommen, die Anleger haben gelassen auf die Ankündigungen reagiert.



Bis auf weiteres sind keine Veränderungen bei den Aktivitäten im IR-Bereich geplant.

9. Wie viele MitarbeiterInnen gingen 2013 mit welchem Durchschnittsalter in Pension? Wie viele MitarbeiterInnen waren per 31.12.2013 über 60 Jahre, wie viele in der Altersklasse 55 – 60 Jahre, wie viele in der Altersklasse 50 – 55 Jahre (jeweils getrennt nach Frauen und Männer)?

1 Mitarbeiter ging im WJ 2013/2014 mit 66 Jahren in Pension.

Altersstruktur per 31.3.2014 in der Gruppe:

Anzahl MA per 31.3.14

Altersgruppe	weiblich	männlich	gesamt
60 Jahre und darüber	3	9	12
55 - 59 Jahre	4	25	29
50 - 54 Jahre	16	21	37
Gesamt ab 50 J	23	55	78

10. Aktivitäten i.S. **Social Media**, Kosten-Nutzen-Gegenüberstellung

Bei unseren Social Media Aktivitäten legen wir den Fokus sehr stark auf Facebook. Dieses Kommunikationstool bietet uns die Möglichkeit direkt mit unseren Interessenten/Fans (mittlerweile schon fast 30.000!) in Kontakt zu treten. Als Markenartikler nutzen wir die Schlumberger Facebook Seite primär um unsere Produkte zu präsentieren, auf Kaufmöglichkeiten und Aktionen (Online Shop, Handel, Gastronomie) hinzuweisen, unsere Kunden über die hohe Qualität unserer Schlumberger Produkte aufzuklären / zu bilden, Umfragen durchzuführen, auf Schlumberger in der Gastronomie aufmerksam zu machen, Veranstaltungen mit Schlumberger anzukündigen und weitere Fans zu generieren.

z.B. verbinden wir das Virtuelle mit dem Realen in dem wir Gastrokooperationen auf Facebook ankündigen womit wir unsere Fans



aktivieren, beim Gastronom unsere Produkte zu verkosten und so Listungen und den glasweisen Ausschank von Schlumberger in der Gastronomie forcieren.

Die Plattform wird mithilfe einer Social Media Agentur (Vorbereitung Postingbilder und Texte) direkt von Schlumberger betreut. Somit belaufen sich die Ausgaben im Jahr auf rd. 12 TEUR.