



SCHWERPUNKTFRAGEN 2016

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

2015 hatten 2 MitarbeiterInnen einen Jahresgesamtbezug (incl. Sachbezüge) über 200.000 Euro, keine/er hatte einen Jahresbezug von mehr als 500.000 Euro.

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

2015 hatte keine/er einen Jahresbezug von weniger als 25.000 Euro

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

- **Mitarbeiter-Aktien (Freibetrag 3.000 Euro):**

Wie in den Vorjahren wird auch dieses Jahr eine Mitarbeiterbeteiligungs-aktion stattfinden, durch welche die MitarbeiterInnen steuerbegünstigt Aktien erwerben können.

- **Abschaffung der Gesellschaftssteuer (Kapitalmarkttransaktionen, Auflösung von „Großmutterzuschüssen“)**

Wir haben keine Kapitalmarkttransaktionen aus Anlass der Abschaffung der Gesellschaftssteuer getätigt.



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

2015 gab es keine Prüfung der OePR.

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

Die IT-Kosten belaufen sich 2015 auf 31.000.000 Euro, der IT-Beratungsaufwand liegt bei 31.000 Euro (beispielsweise Kosten für die Beratung in strategischen Fragen und Revisionskosten). Die technologische Beratung ist in unseren einzelnen Projektkosten inkludiert und kann nicht separat ausgewiesen werden.

*Der externe Aufwand für PR/Öffentlichkeitsarbeit beläuft sich auf **ca. 6.660.000 Euro**, für Lobbying fallen keine externen Kosten an.*

Folgende Kostenpositionen sind damit abgedeckt:

- *Presse- und Medienarbeit ca. 32.000 Euro
(u.a. Bilanz- und Halbjahrespressekonferenz, Bereitstellung von Fotos für die Medien)*
- *Investor Relations ca. 120.000 Euro
(Geschäftsbericht ca. 38.000, Veröffentlichung meldepflichtiger Daten ca. 12.000 Euro, Jahreshauptversammlung ca. 70.000 Euro)*
- *Repräsentationsaufwand Vorstand ca. 170.000 Euro
(Geschäftssessen, Vorstandsempfang Weltspartag, Weihnachtsgeschenke für KundInnen, diverse Einladungen)*
- *Nicht produktbezogene (Image-)Werbung ca. 1.000.000 Euro
(Kooperationen mit ORF OÖ, bezahlte PR zur Businessgala, Imageinserate)*



- *Mitgliedschaft bei Interessensvertretungen* ca. 2.200.000 Euro
(AT 1.400.000 Euro, DE 740.000 Euro, HU 17.000 Euro, CZ 20.000 Euro, SK 4.000 Euro).
- *Online-Präsenz* ca. 183.000 Euro
(zum Großteil Suchmaschinen-Marketing)
- *Agenturhonorare* ca. 377.000 Euro
(Jahrespauschale Werbeagentur Createam 269.000 Euro - ohne Sonderaufträge wie Markenrelaunch, 96.000 Eventagentur Horn, 12.000 Online-Agentur Natives)
- *Sponsoring für Kultur, Soziales und Sport* ca. 724.000 Euro
(Soziales 211.000 Euro, Politik 0, Kultur 117.000 Euro, Sport 396.000 Euro).
- *Kundenveranstaltungen* ca. 1.850.000 Euro
(inkl. Veranstaltungen zu fachspezifischen Themen)

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

Der Aufwand an Körperschaftsteuer für 2015 beträgt insgesamt 30.200.000 Euro. Davon entfallen auf Österreich 27.600.000 Euro, steuerliche Verlustvorträge gibt es keine.

Die lohnabhängige Pflichtbeiträge an die Wirtschaftskammer (Grundumlagen) betragen 2015 rund 96.600 Euro, die Kammerumlage 318.352,60 Euro, die Kommunalsteuer 2.581.299,44 Euro und die Grundsteuern rund 81.400 Euro



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

Mitarbeiteranzahl IFRS zum 31.12.2015

	<i>Headcount</i>	<i>Full-time equivalent</i>
<i>AT</i>	<i>1.678</i>	<i>1.477</i>
<i>EU</i>	<i>569</i>	<i>555</i>

Es gibt zwei freigestellte Betriebsräte (AT).

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

Die Compliance-Aktivitäten umfassen folgende Bereiche:

- *Die Begleitung von Vor-Ort-Prüfungen der FMA und Prüfungen durch die Interne Revision im Compliance-Bereich sowie die Abarbeitung der aus den jeweiligen Prüfberichten abreifenden Feststellungen.*
- *Diverse Tätigkeiten im Zuge des Projektes MiFID II sowie der Einführung des neuen Marktmissbrauchrechts (MAR, MAD).*
- *Die Verwaltung der ständigen und projektbezogenen Vertraulichkeitsbereiche sowie die Einhaltung der damit in Zusammenhang stehenden Handelsverbote und Sperrfristen.*
- *Tägliche Kontrolltätigkeiten im Hinblick auf Mitarbeitergeschäfte und die Nachverfolgung von festgestellten Verstößen.*
- *Diverse Schulungsmaßnahmen für MitarbeiterInnen durch die Compliance-Stelle, Beratung der einzelnen Organisationseinheiten sowie der Geschäftsleitung in Compliance-Angelegenheiten.*



Anzahl der MitarbeiterInnen der Compliance-Organisation:

Derzeit besteht die Compliance-Organisation aus insgesamt 7 MitarbeiterInnen (inkl. Gruppenleitung), wovon 6 Personen vollzeit- und eine Person teilzeitbeschäftigt sind/ist (6,75 Personenjahre).

Welche Compliance-Aktivitäten wurden zu welchen Kosten ausgelagert?

Es wurden keine Compliance-Aktivitäten ausgelagert.

Maßnahmen gegen Cyberkriminalität:

- Sensibilisierung der KundInnen durch Sicherheitshinweis beim Login im Kundenportal, laufende Kundeninformation und -kommunikation
- Die zukünftige Einführung noch sicherer Verfahren in den Bereichen Autorisierung (z.B. Token, Digitale Signatur), Erstidentifikation der KundInnen (personalisierte Autorisierungsgeräte) und Kundenauthentifizierung (z.B. OTP - One-Time-Password)
- Die Prüfung von Anmeldeversuchen und Sitzungs-Timeout
- Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Transaktionsüberwachung (Scoring-Modell) und Sicherheitssoftware. die Erkennung von angegriffenen Kunden-PCs (eine von IBM entwickelte Software überprüft beim Einloggen in das Kundenportal den Kunden-PC auf Spionagesoftware)

9. Wie viele MitarbeiterInnen gingen 2015 mit welchem **Durchschnittsalter in Pension?** Anzahl der MitarbeiterInnen 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.



Das durchschnittliche Pensionsantrittsalter 2015:

Männer: 62,6 Jahre (ohne Berufsunfähigkeitsfälle 62,6 Jahre)

Frauen: 57,3 Jahre (ohne Berufsunfähigkeitsfälle 58,5 Jahre)

Gesamt: 59,0 Jahre (ohne Berufsunfähigkeitsfälle 60,0 Jahre)

Altersstruktur zum 31.12.2015 (nach Köpfen):

	Männer	Frauen
Geb. 1955 u. älter	43	2
Geb. 1956 - 1960	86	72
Geb. 1961 - 1965	116	134

Die Oberbank beschäftigt (abgesehen von einem Lehrverhältnis in der Betriebsküche) **keine Lehrlinge**.

Einstellquote körperlich Beeinträchtigter:

In der Oberbank arbeiten in **Österreich** zum 31.12.2015 insgesamt **35** Menschen mit Beeinträchtigung im Sinne des

Behinderteneinstellungsgesetzes, **3** weitere in **Deutschland**.

Damit wird in Österreich die Pflichtzahl für die Oberbank (64) nicht erfüllt.

Auch in Deutschland wird die Quote (8) nicht erreicht.

3/4 unserer Arbeitsplätze sind im Vertrieb und erfordern unmittelbaren Kundenkontakt. Insbesondere hier ist es schwierig, Menschen mit Behinderung i.S.d. BEG zu beschäftigen. Sehr erfreulich ist für uns die Zusammenarbeit mit dem Bundessozialamt; hier gelingt uns immer wieder die erfolgreiche Integration bzw. Reintegration von MitarbeiterInnen v.a. in internen Abteilungen.

Die Ausgleichsteuer betrug im Jahr 2015: 123.396 Euro (AT) und 25.230 Euro (DE)



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

e-Business im Bereich Verkauf / Vertrieb:

Wir sehen die Digitalisierung als Chance, den Kundennutzen zu erhöhen und gleichzeitig unsere Geschäftsprozesse zu optimieren. Die Online-Welt ist neben der Filiale ein ergänzendes Vertriebsstandbein. Mit 1.12.2015 wurde das neue Oberbank Kundenportal gestartet, das unser bestehendes eBanking ablöst und für unsere KundInnen zusätzlichen Service und viele neue Funktionen bietet. Neben unserem Kundenportal bestehen zahlreiche digitalisierte interne Workflow-Prozesse.

e-Business im Bereich Beschaffung:

Im Bereich der Beschaffung werden beispielsweise Büromaterialien und Software online bestellt.

e-Business im Personalwesen:

e-Business e-business-Instrumente spielen im HR-Management eine wesentliche Rolle und sind nicht mehr wegzudenken:

- *Wichtige Prozesse zwischen MitarbeiterInnen, Führungskräften und HR sind in einem HR-Portal: Zeitwirtschaft, Reisemanagement, Ausbildungsorganisation, Gehaltsnachweis, Abwesenheitsverwaltung*
- *Beim eRecruiting arbeiten wir erfolgreich mit Online-Plattformen (karriere.at, stepstone, monster, Xing u.a.) zusammen, ergänzt um unsere moderne Online-Jobbörse auf der homepage: 2015 haben wir 70% aller Bewerbungen über diese Kanäle erhalten!*
- *e-learning, e-testing und webinare kommen unternehmensweit zur raschen Wissenvermittlung und -abfrage zum Einsatz.*



Unser Partner beim HR e-business ist v.a. SAP; wir entwickeln die Anwendungen ständig weiter und werden damit auch hier immer effizienter und noch moderner. Die Angebotspalette wird sich in den nächsten Jahren erweitern (z.B. Talent-Management).

Welche Social Media werden wie genutzt? Kosten?

Die Oberbank ist aktuell auf YouTube, Xing, LinkedIn, Kununu und Flickr vertreten. YouTube, Flickr, Xing, LinkedIn und Kununu sind Plattformen, die vor allem der Imagepflege und –positionierung dienen. Hier möchten wir zu aller erst ansetzen und uns als erfolgreiches Wirtschaftsunternehmen und auch als authentischer Arbeitgeber positionieren. YouTube dient vor allem der Markenpflege und –präsenz. Imagevideos und Event-Videos sollen InteressentInnen ein Bild vom Unternehmen Oberbank vermitteln.

Auf Xing und LinkedIn werden regelmäßig Neuigkeiten zu den Themen Finanzmarkt, Presse, Investor Relations, Events, Karriere, etc. veröffentlicht, um unsere AbonnentInnen über die Geschehnisse in der Oberbank und am Finanzmarkt auf dem Laufenden zu halten. Kununu nutzen wir zur Stärkung unseres Arbeitgeber-Images.

Kosten:

Die Kosten belaufen sich auf rund 14.000 Euro p.a. für Xing und Kununu