

SCHWERPUNKTFRAGEN 2011

Die Antworten der ANDRITZ 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?

Antwort: jeweils keine Mitarbeiter

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?

Antwort:

Der Anteil der variablen Vergütung an der ausgezahlten Gesamtentlohnung aller ANDRITZ-Mitarbeiter betrug rund 10%. Bei den rund 100 Führungskräften der ANDRITZ-GRUPPE (exklusive Vorstand) betrug der Anteil der variablen Vergütung rund 27%. Bei den Vorstandsmitgliedern betrug der variable Anteil rund 75%.

Folgende Performancekriterien sind bei der Berechnung der erfolgsabhängigen Entlohnung maßgeblich:

VORSTÄNDE:

Ergebnis ANDRITZ-GRUPPE nach Ertragsteuern.

FÜHRUNGSKRÄFTE:

- a. Ergebnis: Jährlich vorgegebene, mittel- bis längerfristige Rentabilitätsziele werden an erreichtem EBITA gemessen; Anteil am Gesamtbonus: i.d.R. 50%.*
- b. Auftragseingang: Anteil am Gesamtbonus i.d.R. 25%.*
- c. Erreichung vereinbarter individueller Ziele: Anteil am Gesamtbonus i.d.R. 25 %*

3. Höhe der Körperschaftssteuerzahlungen in Österreich 2010

Antwort: Die Körperschaftssteuerzahlungen 2010 betragen 28,5 MEUR.

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?

Antwort: Für Personalberatung wurden 0,5 MEUR, für Rechtsberatung 8,1 MEUR sowie für PR 0,2 MEUR aufgewendet. Lobbying-Aufträge gibt es bei ANDRITZ nicht.

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

Antwort: Insgesamt betragen die Aufwendungen für Interessensvertretungen und Mitgliedschaften rund 1.350 TEUR, wobei der Hauptteil auf Wirtschaftskammerbeiträge entfällt.

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

Antwort: Im Zusammenhang mit Projekten, Fragen des geistigen Eigentums, Arbeitsrecht und Produkthaftung sind derzeit verschiedene Verfahren und Klagen, welche aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit der ANDRITZ-GRUPPE resultieren, anhängig. Insgesamt sind aktuell acht Verfahren gegen ANDRITZ anhängig, die jeweils einen Streitwert von über 2 Millionen USD haben. ANDRITZ selbst ist Kläger bei drei Verfahren mit Streitwerten von jeweils über 2 Millionen USD. Aus Vertraulichkeits- und Geheimhaltungsgründen können keine näheren Details zu den Verfahren und den bisher aufgelaufenen Kosten angegeben werden.

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

Antwort:
Nachhaltigkeit war immer schon ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenspolitik von ANDRITZ. Sie spiegelt sich in der täglichen Arbeit eines/einer jeden ANDRITZ-Mitarbeiters/-Mitarbeiterin sowie in den implementierten Managementsystemen und Geschäftsprozessen der ANDRITZ-GRUPPE wider.

Der „Kodex über Geschäftsverhalten und -ethik“ von ANDRITZ beschreibt die Werte und Geschäftsgrundsätze, denen sich die ANDRITZ-GRUPPE verpflichtet hat. ANDRITZ war eines der ersten Unternehmen in Österreich, das sich zur Einhaltung des österreichischen Corporate-Governance-Kodex verpflichtet hat. Wir sehen darin ein wichtiges Mittel zur Umsetzung einer verantwortungsbewussten Leitung und Kontrolle der Gesellschaft.

Beispiele für Aktivitäten:

Umweltbezogene Nachhaltigkeit

ANDRITZ-Produkte:

Aufgrund der Standardisierung der meisten Kernprozesse erfüllen alle Anlagen und Systeme, die an Kunden in aller Welt geliefert werden, die höchsten Umweltansprüche. ANDRITZ HYDRO ist in allen Standorten nach ISO 14.001

zertifiziert, d. h. wir haben uns zur Einhaltung der höchsten Umweltstandards verpflichtet.

Aspekte des Umweltschutzes sind auch integrierter Bestandteil der Schulungs- und Weiterbildungsprogramme für die ANDRITZ-Mitarbeiter.

Soziale Nachhaltigkeit

Schaffung von Arbeitsplätzen in aufstrebenden Ländern

Im Zuge des langjährigen Wachstums hat ANDRITZ in den vergangenen Jahren tausende neue, dauerhafte Arbeitsplätze, insbesondere in den Emerging Markets, geschaffen. Insgesamt sind bereits über 25% der rund 14.700 ANDRITZ-Mitarbeiter in den aufstrebenden Ländern Osteuropas, Südamerikas und Asiens beschäftigt. Darüber hinaus wird im Rahmen von Projekten, bei denen ANDRITZ Lieferant ist, eine große Anzahl an temporären lokalen Arbeitsplätzen geschaffen und dafür lokale Arbeitskräfte umfassend ausgebildet und qualifiziert. Damit trägt ANDRITZ erheblich zum Wohlstand in diesen Ländern und zur Ausbildung der Bevölkerung bei.

Gesundheit und Sicherheit:

Der Arbeitsschutz ist für ANDRITZ ein ganz wichtiges Anliegen. Für den Schutz der Mitarbeiter setzt das Unternehmen eine Reihe von Maßnahmen, die nicht nur auf die Erhaltung des Humankapitals, sondern auch auf gelebte soziale Verantwortung gegenüber dem einzelnen Mitarbeiter abzielen.

Investition in die Mitarbeiter:

ANDRITZ ist sich bewusst, dass der Unternehmenserfolg von den Mitarbeitern abhängt. Daher wird dem Personalwesen eine sehr hohe Priorität eingeräumt und beträchtliche Mittel für die Entwicklung und die Sicherung des Wohlbefindens der Mitarbeiter aufgewendet. Ein neues Management-Schulungsprogramm für Nachwuchsführungskräfte („Management Challenge“) wurde in der Gruppe mit großem Erfolg eingeführt. Lehrgänge auf internationaler und lokaler Ebene bieten Schulungen zu den Themen Führungsqualitäten, Änderungsmanagement sowie Konfliktlösung an.

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

Antwort:

Alle Marketingausgaben sind produktbezogen (z. B. Inserate für Anlagen und Maschinen). Es gibt daher keine Aufwendungen für Sponsoring, Imagewerbung und nicht produktbezogene Werbung.

Vielen Dank für die Beantwortung