

# UNSER WEG IN DIE ZUKUNFT

Nachhaltigkeitsbericht 2018

gewista





---

# INHALT

---

<b>VORWORT</b>		
Vorwort zum Nachhaltigkeitsbericht	4	
<b>BERICHT</b>		
Über diesen Bericht	6	
<b>WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG</b>		
Übersicht Länder	8	
<b>ÜBER UNS</b>		
Geschichte der GEWISTA	10	
Unser Produkt-Portfolio	12	
<b>WERTSCHÖPFUNG UND LIEFERKETTE</b>		
Wertschöpfung und Lieferkette	14	
<b>WESENTLICHKEIT</b>		
Wesentlichkeit	16	
Wesentlichkeitsmatrix	21	
<b>MANAGEMENTANSATZ</b>		
Wesentliche Themen	22	
<b>GESUNDHEIT &amp; SICHERHEIT</b>		
Gesundheit und Sicherheit	24	
<b>NACHHALTIGE &amp; INNOVATIVE STADT</b>		
Nachhaltige und Innovative Stadt	26	
<b>ENERGIEVERBRAUCH &amp; KLIMASCHUTZ</b>		
Energieverbrauch und Klimaschutz	30	
<b>MITARBEITERINNEN</b>		
Kommunikation und Einbeziehung der Mitarbeiterinnen	32	
<b>WIRTSCHAFTSETHIK</b>		
Wirtschaftsethik	40	
<b>LICHTVERSCHMUTZUNG</b>		
Lichtverschmutzung	42	
<b>NACHHALTIGKEIT IM DIALOG</b>		
Interview Andrea Nowak-Mann	44	
<b>BESTÄTIGUNGSBERICHT</b>		
Bestätigungsbericht	48	
<b>GRI INHALTS-INDEX</b>		
GRI Inhalts-Index	50	
<b>IMPRESSUM</b>		
Kontakt und Impressum	56	

---

## VORWORT ZUM NACHHALTIGKEITSBERICHT

---

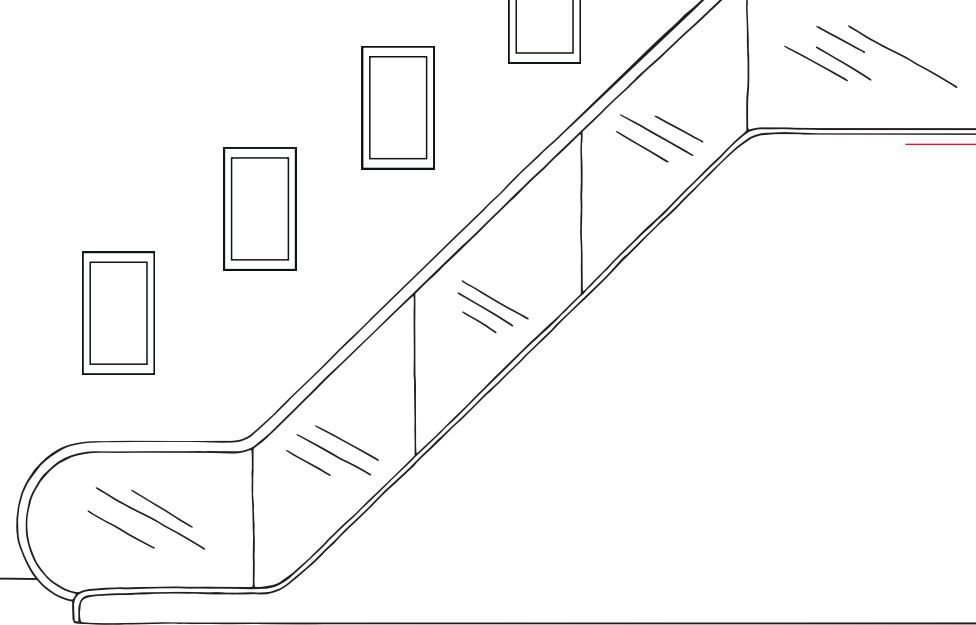
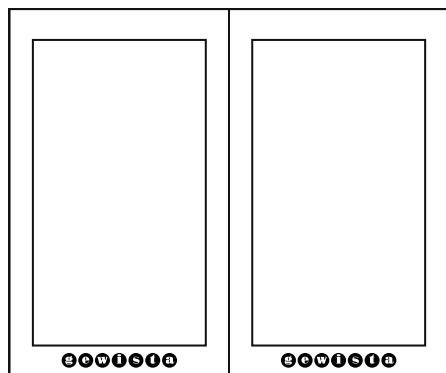


Liebe Leserin, lieber Leser!

Ich freue mich, Ihnen heuer den ersten Nachhaltigkeitsbericht der Gewista vorlegen zu können.

Die Gewista ist das größte Außenwerkeunternehmen in Österreich und Teil des weltweit tätigen Außenwerkkonzerns JCDecaux. Wir wachsen seit vielen Jahren nachhaltig und wissen ganz genau, dass Unternehmen, die den Bereich Nachhaltigkeit frühzeitig erkennen, sich in wettbewerbsintensiven Märkten besser behaupten können. Denn erfolgreiche Konzerne werden mittlerweile nicht nur nach Finanzkennzahlen gemessen. Immer mehr sind es auch die nicht-finanziellen Leistungsindikatoren, die in die Erfolgsstrategie eines Unternehmens einfließen.

**Gewista definiert deshalb nachhaltiges, unternehmerisches Handeln als ganzheitlichen Ansatz, um sowohl die ökonomischen als auch die ökologischen Leistungen unseres Unternehmens in Einklang zu bringen.**



## Warum aber erstmals ein Nachhaltigkeitsbericht?

Die Gewista wurde im Zuge der Auszeichnungsveranstaltung „OekoBusiness Wien“ am 21. März 2018 in der Wirtschaftsuniversität Wien als OekoBusiness Betrieb geehrt und ist seither Teil des OekoBusiness Netzwerks. Entscheidend für die Auszeichnung der Gewista war unter anderem die intensive Auseinandersetzung mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, kurz SDGs).

Der nun vorliegende Bericht beschreibt unser Verständnis von Nachhaltigkeit, unsere Rolle als Arbeitgeber und unseren Einsatz für die Gesellschaft. Jetzt und in der Zukunft!

Viel Vergnügen beim Lesen!

Ihr

**FRANZ SOLTA**  
CEO Gewista

---

## ÜBER DIESEN BERICHT

---

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht stellen wir die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit in den Jahren 2017 bis 2018 dar.

Im Bericht werden Auswirkungen, Risiken und Chancen aus der Geschäftstätigkeit und den Geschäftsbeziehungen, unser Nachhaltigkeitsansatz, entsprechende Managementansätze und Maßnahmen dargelegt sowie spezifische Nachhaltigkeitsaktivitäten beschrieben, die im Berichtszeitraum und davor umgesetzt wurden.

Es handelt sich um einen Erstbericht, der dann in einem zweijährigen Rhythmus veröffentlicht wird: nächstes Berichtsintervall wird 2019/2020 sein, ergänzt um ein Fact-Sheet zu den Kennzahlen 2019. Das Fact-Sheet werden wir Anfang 2020 veröffentlichen. Ansprechpartner für alle Belange zu diesem Bericht ist unsere CSR-

Verantwortliche Andrea Nowak-Mann, erreichbar unter [andrea.nowakmann@gewista.at](mailto:andrea.nowakmann@gewista.at).

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den international anerkannten GRI Standards für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative für die Nachhaltigkeitsberichterstattung in der Option „Core“ erstellt.

Die Inhalte dieses Nachhaltigkeitsberichtes wurden von der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. Österreich (EY) einer Prüfung unterzogen. Wir verweisen auf den Bestätigungsbericht auf Seite 50.

Im Sinne der Lesefreundlichkeit und des besseren Textflusses wurden, womöglich, geschlechtsunspezifische Termini, ansonsten jedoch weibliche Bezeichnungen gewählt. Wir richten uns jedoch an alle Geschlechter im gleichen Maße.

### BERICHTSGRENZEN UND DATENERFASSUNG

Der Bericht beinhaltet Daten der Gewista Werbegesellschaft mbH sowie der Gewista Service GmbH, im Folgenden „Gewista“ genannt.

Weitere in- und ausländische Mehrheitsbeteiligungen sind nicht mit eingebunden; die ausländischen Mehrheitsbeteiligungen berichten im Rahmen des Konzernnachhaltigkeitsberichtes der JCDecaux SA. Der vorliegende Bericht erfasst knapp 63% der Mitarbeiterinnen der österreichischen Gesellschaften per 31.12.2018. Eine vollständige Übersicht der Beteiligungsgesellschaften finden Sie auf unserer Webseite.



---

## GESCHICHTE DER GEWISTA

---

SEIT 2004  
JCDECAUX SA



**Gewista wurde 1921 gegründet und steht seit Anfang der 2000er Jahre im Mehrheitsbesitz des Weltmarktführers der Außenwerbung der JCDecaux SA. Hauptsitz ist in Wien, seit 1976 an unserem Hauptstandort in der Litfaßstraße 6.**

Neben der tiefen Verwurzelung in Wien und Österreich sieht sich die Gesellschaft durch die Zugehörigkeit zum Konzern den Herausforderungen der Zukunft im Bereich der Außenwerbung gewachsen.





## UNSER PRODUKT-PORTFOLIO

Wir erleben den Wandel vom klassischen geklebten Plakat, mit dem wir 1921 gestartet haben, hin zu einer cross-medialen Welt, die von der Digitalisierung entscheidend geprägt wird. Darüber hinaus stehen wir seit jeher für eine starke Partnerschaft zwischen der Stadt und ihren Bewohnern. Schaffung von gesellschaftlichem Mehrwert ist für uns nicht ein neues Marketingkonzept, sondern eine Herzensangelegenheit.

Im Laufe unserer Geschichte hat sich unser Produkt-Portfolio ständig erweitert und umfasst heute

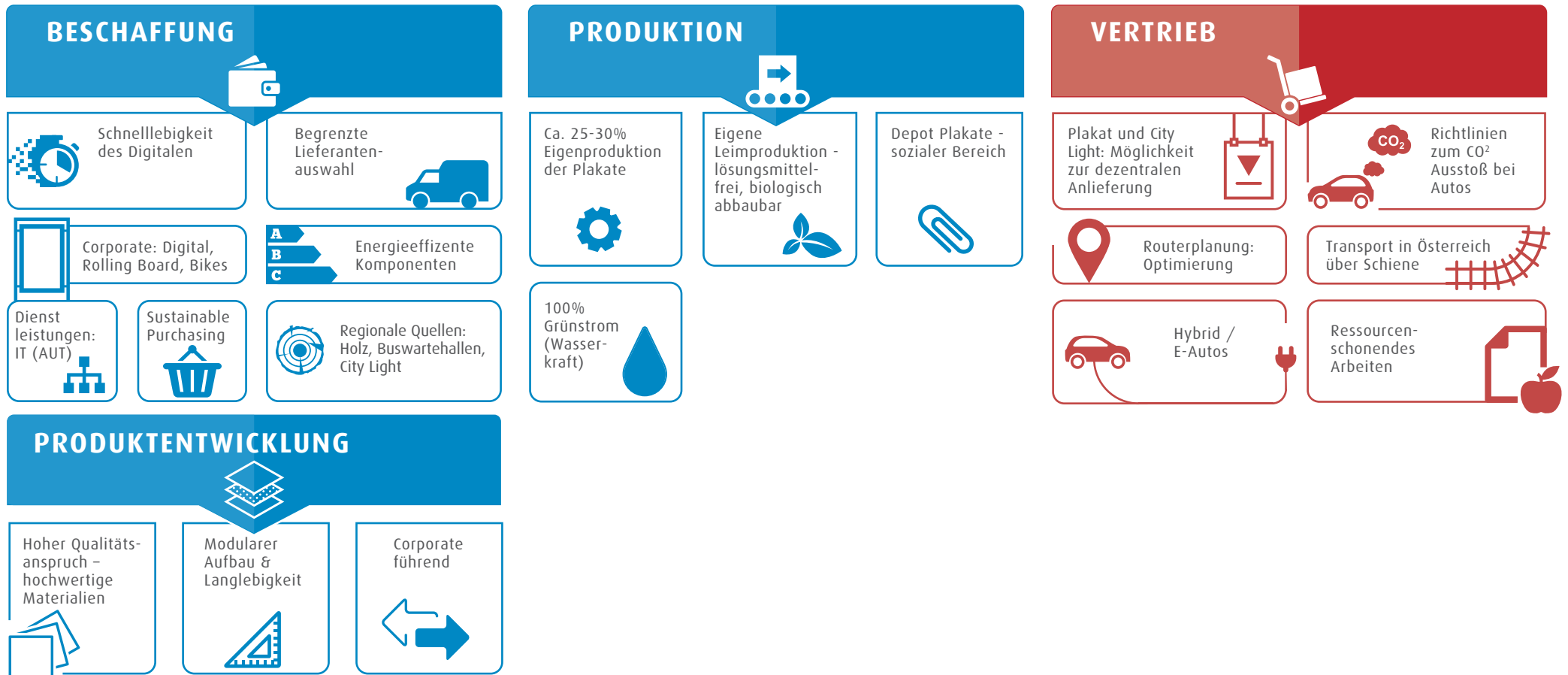
- Plakatwände
- Wartehallen
- analoge freistehende City Lights
- digitale freistehende City Lights
- City Light-Wartehallen
- Rolling Board
- Innenwerbung in Verkehrsmitteln
- Außenwerbung in Verkehrsmitteln
- analoge Werbeträger in U-Bahn-Stationen
- digitale Werbeträger in U-Bahn-Stationen
- sowie das Bikesharing-System Citybike.



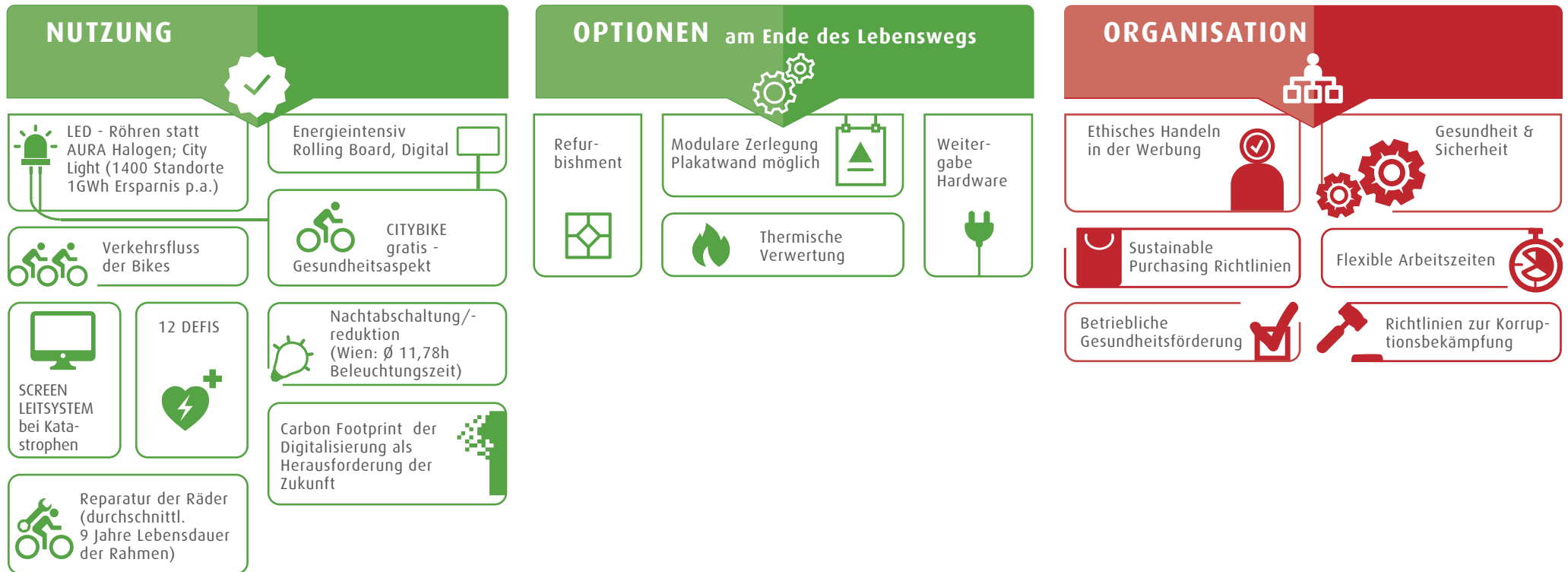


## WERTSCHÖPFUNG UND LIEFERKETTE

Unsere Lieferkette spiegelt unsere Produktvielfalt wider. Soweit technisch möglich, bemühen wir uns um lokale Wertschöpfung und modularen Aufbau unserer Werbeträger. Hauptaugenmerk richten wir auf die lokale Erbringung von Dienstleistungen und Reparaturarbeiten.



# Technologisch anspruchsvolle Produkte wie digitale Werbeträger und Rollingboards werden über die Konzernmutter in Frankreich bezogen.



---

## WESENTLICHKEIT

---

Nachdem wir seit 2010 im Rahmen der JCDecaux-Konzernnachhaltigkeitsstrategie und Berichterstattung umfangreiches Datenmaterial erheben, ist im Laufe der Jahre die Erkenntnis gewachsen, dass lokale ökologische und soziale Herausforderungen auch lokale Antworten benötigen, die die wirtschaftliche Grundlage der Gewista berücksichtigen. Weiters haben wir das klare Bekenntnis Österreichs zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zum Anlass genommen, auch diese in unserem Nachhaltigkeitsansatz zu berücksichtigen.

In diesem Zusammenhang ergab sich die Möglichkeit zur Teilnahme am SDG!Fit-Workshop der MA22, der von Oktober 2017 bis Februar 2018 stattfand. Der Austausch über Unternehmens- und Branchengrenzen hinweg, hat uns in der Ausarbeitung eines lokalen Nachhaltigkeitsmanagements bestätigt.

Parallel zum SDG!Fit! - Workshop der MA22, haben wir im Jahr 2017 firmenintern die „ARGE Nachhaltigkeit“ gebildet. Teilnehmerinnen daran waren der CEO, Abteilungsleiterinnen aus Technik, Einkauf und Gebäudemanagement, Human Resources, Finanzen und Innovation/Ambient Media sowie interessierte Mitarbeiterinnen. Die „ARGE Nachhaltigkeit“ ist für die strategische Ausrichtung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten zuständig. Die operative Umsetzung obliegt dem Steering Committee, das sich aus Mitgliedern der Geschäftsführung, Abteilungsleiterinnen aus Technik, Einkauf und Gebäudemanagement sowie Finanzen zusammensetzt. Unterstützt wird die ARGE Nachhaltigkeit und das Steering Committee von den Gesundheitszirkeln Technik und Verwaltung, bei denen, im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung, interessierte Mitarbeiterinnen Themenblöcke und Maßnahmen zur Erhaltung der physischen, psychischen und sozialen Gesundheit erarbeiten.

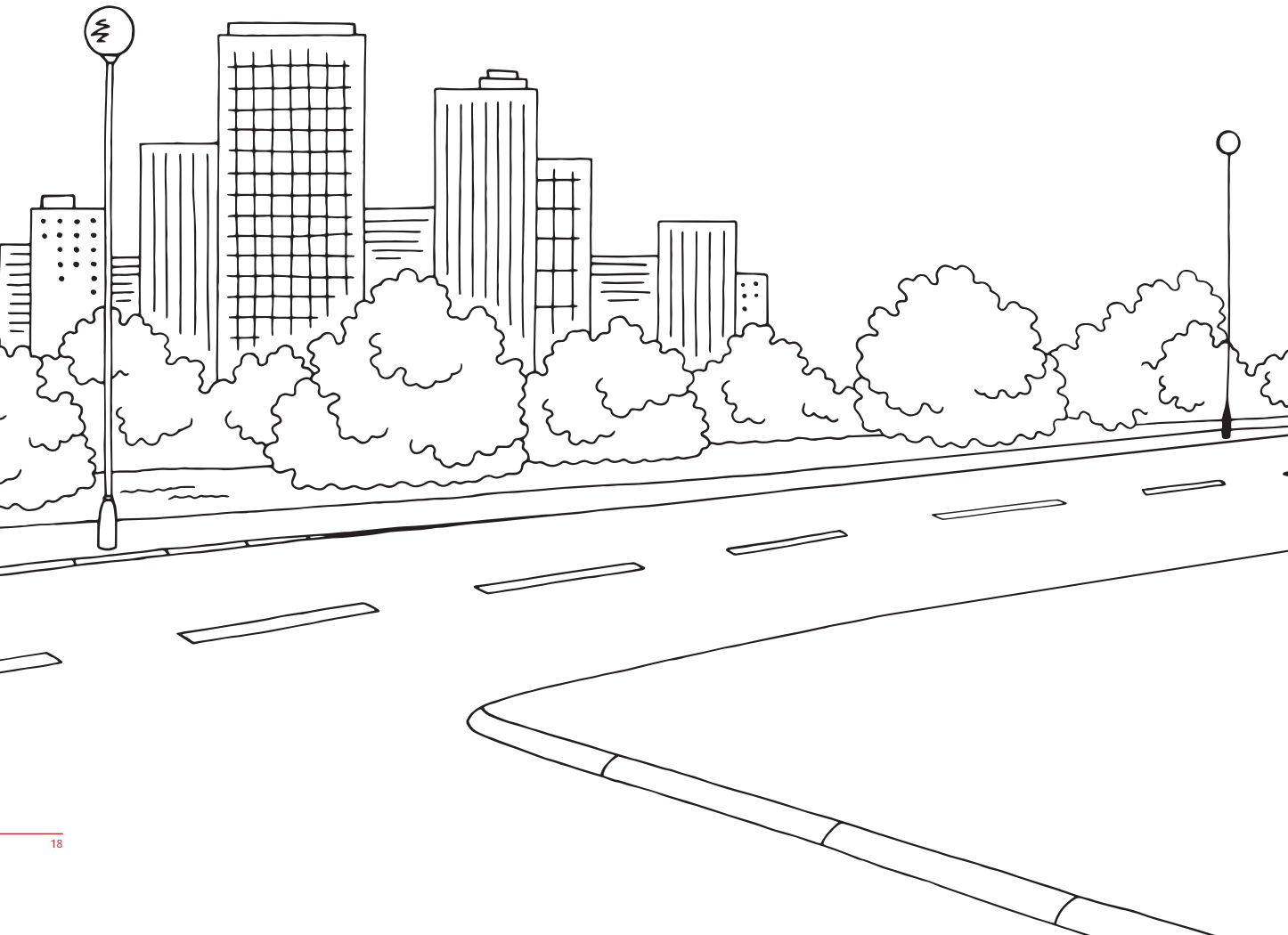
Die Nachhaltigkeitsaktivitäten werden koordiniert durch die CSR-Verantwortliche Andrea Nowak-Mann.

Der Gesundheitszirkel Verwaltung und das Steering Committee tagen jeweils einmal im Quartal, der Gesundheitszirkel Technik einmal im Halbjahr. Die ARGE Nachhaltigkeit trifft sich mindestens einmal jährlich. Die Geschäftsführung erstattet dem Aufsichtsrat mindestens halbjährlich Bericht über die CSR-Aktivitäten und bringt die CSR-Maßnahmen im Aufsichtsrat vor. Der Aufsichtsrat als höchstes Kontrollorgan zeichnet für die CSR-Strategie und den Inhalt des CSR-Berichtes verantwortlich.

Weiters haben wir das klare Bekenntnis Österreichs zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen zum Anlass genommen, auch diese in unserem Nachhaltigkeitsansatz zu berücksichtigen.



## WESENTLICHKEIT



Die ARGE Nachhaltigkeit hat sich die wesentlichen Themen, die in der Konzernnachhaltigkeitsstrategie ausgearbeitet wurden, zur Basis ihrer Arbeitsfelder gemacht, da sie die spezifischen Branchenherausforderungen gut abdecken. Konkret sind dies:

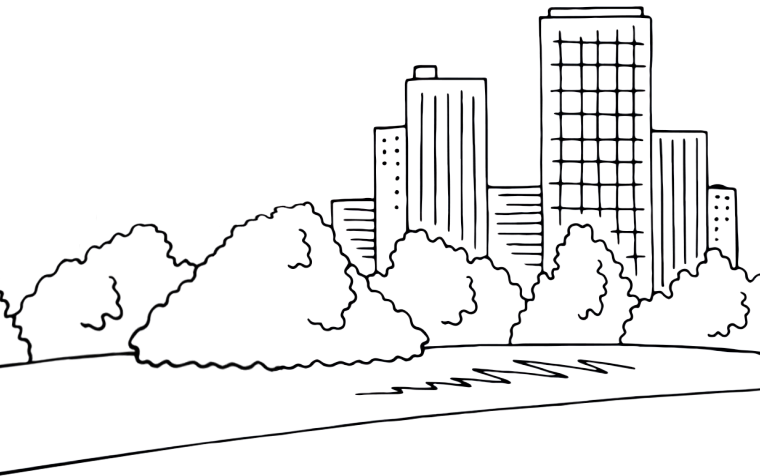
### ARBEITSFELDER

- Reduktion des Energieverbrauches
- Reduktion anderer Umwelteinflüsse (Papier- und Plastikverbrauch, Abfallwirtschaft)
- Ausrollen einer konzernweiten Strategie zu Gesundheit und Sicherheit
- Schaffung ambitionierter konzernweiter sozialer Grundsätze
- Bestärken von nachhaltiger Entwicklung in den Beschaffungsgrundsätzen
- Stärkung der Mitarbeiterinneneinbindung im Bereich CSR

● Umwelt ● Soziales ● Stakeholder



## Zeitgleich wurden auf dieser Ebene intensiv die Auswirkungen der wichtigsten Herausforderungen der heutigen Wirtschaft wie Digitalisierung, Datenmenge und Datenschutz, Kreislaufwirtschaft, Generationenwechsel und UN-Klimaziele diskutiert.



Diese Punkte werden wir im Sinne der besseren Lesbarkeit innerhalb des Maßnahmenkataloges einzeln beleuchten.

Ausgehend von dieser Diskussionsbasis wurde im Laufe der Workshops das Augenmerk darauf gerichtet, nach einer lokalen Impact-Analyse, die Managementthemen und wesentlichen Themen anzupassen.

Daraus hat die ARGE Nachhaltigkeit 13 Managementthemen identifiziert.

Wir haben uns bei der Gliederung der Themen in Umwelt, soziale Themen und Stakeholderthemen an der Konzernvorgehensweise orientiert. Themen wie „Vielfalt und Chancengleichheit“ oder „Wirtschaftsethik“ sind der Auseinandersetzung mit den SDGs der UN geschuldet. Themen wie „Kommunikation und Einbeziehung der Mitarbeiterinnen“ wurden anhand der Konzernthemen (in diesem Fall „Stärkung der Mitarbeiterinneneinbindung im Bereich CSR“) weiterentwickelt.

Auf der nächsten Seite stellen wir unsere 13 Managementthemen im Überblick dar:

## SOZIALE THEMEN



- 1 Vielfalt und Chancengleichheit
- 2 Attraktiver Arbeitgeber
- 3 Gesundheit & Sicherheit der Mitarbeiterinnen
- 4 Aus- und Weiterbildung
- 5 Kommunikation & Einbeziehung der Mitarbeiterinnen

## UMWELTTHEMEN



- 6 Transport und Logistik
- 7 Maßnahme zu Klimaschutz
- 8 Energieverbrauch
- 9 Papier- & Kunststoffverbrauch
- 10 Lichtverschmutzung

## STAKEHOLDERTHEMEN



- 11 Wirtschaftsethik
- 12 Nachhaltige und Innovative Stadt
- 13 Regionale Wertschöpfung

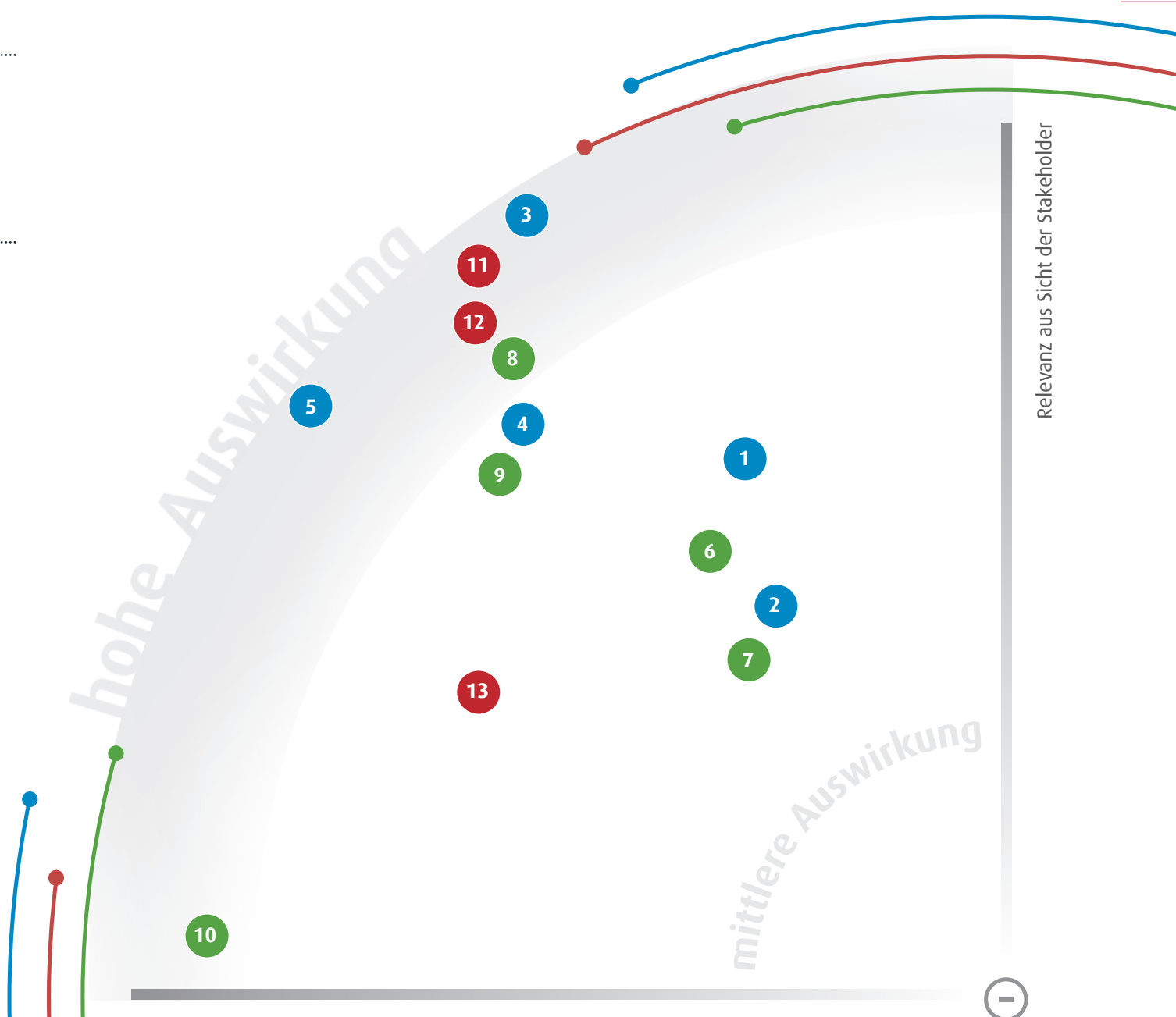
Um unsere interne Sichtweise auch mit der Außensicht zu spiegeln, sind wir für die die Festlegung der wesentlichen Themen in den Jahren 2017 und 2018 in Dialog mit unseren Stakeholdern getreten. Nach einer internen Analyse haben wir folgende Stakeholdergruppen als wesentlich identifiziert: Eigentümer, Mitarbeiterinnen, Agenturen (Medien- und Kreativagenturen) sowie große direkt buchende Kundinnen. Diese wurden mittels Onlinebefragung, die anonym abgegeben werden konnte, zu den vorher 13 identifizierten wesentlichen Themen befragt.

Als Vorbereitung dazu wurden die Mitarbeiterinnen der Gewista abteilungsweise zu Nachhaltigkeitsthemen von Mitgliedern der ARGE Nachhaltigkeit geschult. Die Schulung umfasste insbesondere die SDGs der UN (relevante SDGs für Österreich, aber auch weltweite Herausforderungen) sowie eine dynamische Diskussion vor dem Hintergrund der Herausforderungen der Digitalisierung und des Generationenwechsels, die von den Mitarbeiterinnen als herausfordernd wahrgenommen wurden. Zugleich haben wir die Mitarbeiterinnen über die bereits gesetzten Maßnahmen der Organisation im CSR-Bereich tiefergehend informiert. Übergeordnetes Ziel war es, bei den Mitarbeiterinnen ein tieferes Verständnis der SDGs und der heutigen Herausforderungen auf den verschiedenen Ebenen (weltweit, regional und organisationsgebunden) zu erreichen.

Die Anzahl der befragten Personen in den Stakeholdergruppen variierte naturgemäß stark von 171 Personen (Mitarbeiterinnen) zu 2 Personen (Eigentümern).

Die Rücklaufquote war in allen Stakeholdergruppen statistisch relevant. Innerhalb der Stakeholdergruppen wurde jede Antwort gleich gewichtet; jede Stakeholdergruppe wurde dann im Vergleich zu den anderen Stakeholdergruppen im gleichen Maße bei der Wesentlichkeitsanalyse berücksichtigt.

WESENTLICHKEITSMATRIX



---

## WESENTLICHE THEMEN

---



Aus unserer Wesentlichkeitsmatrix hat die ARGE Nachhaltigkeit folgende sechs wesentliche Themen identifiziert.

### WESENTLICHE THEMEN

- Gesundheit und Sicherheit
- Nachhaltige und Innovative Stadt
- Energieverbrauch und Klimaschutz
- Kommunikation und Einbeziehung der Mitarbeiterinnen
- Wirtschaftsethik
- Lichtverschmutzung



# ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



3 GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN



4 HOCHWERTIGE BILDUNG



5 GESCHLECHTERGLEICHSTELLUNG



7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE



8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR



11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN



13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ



15 LEBEN AN LAND



16 FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN



---

## GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

---



### BETRIEBLICHE GESUNDHEITSFÖRDERUNG

**Wir verstehen Gesundheit im Sinne der Luxemburger Deklaration als physische, psychische und soziale Gesundheit.**

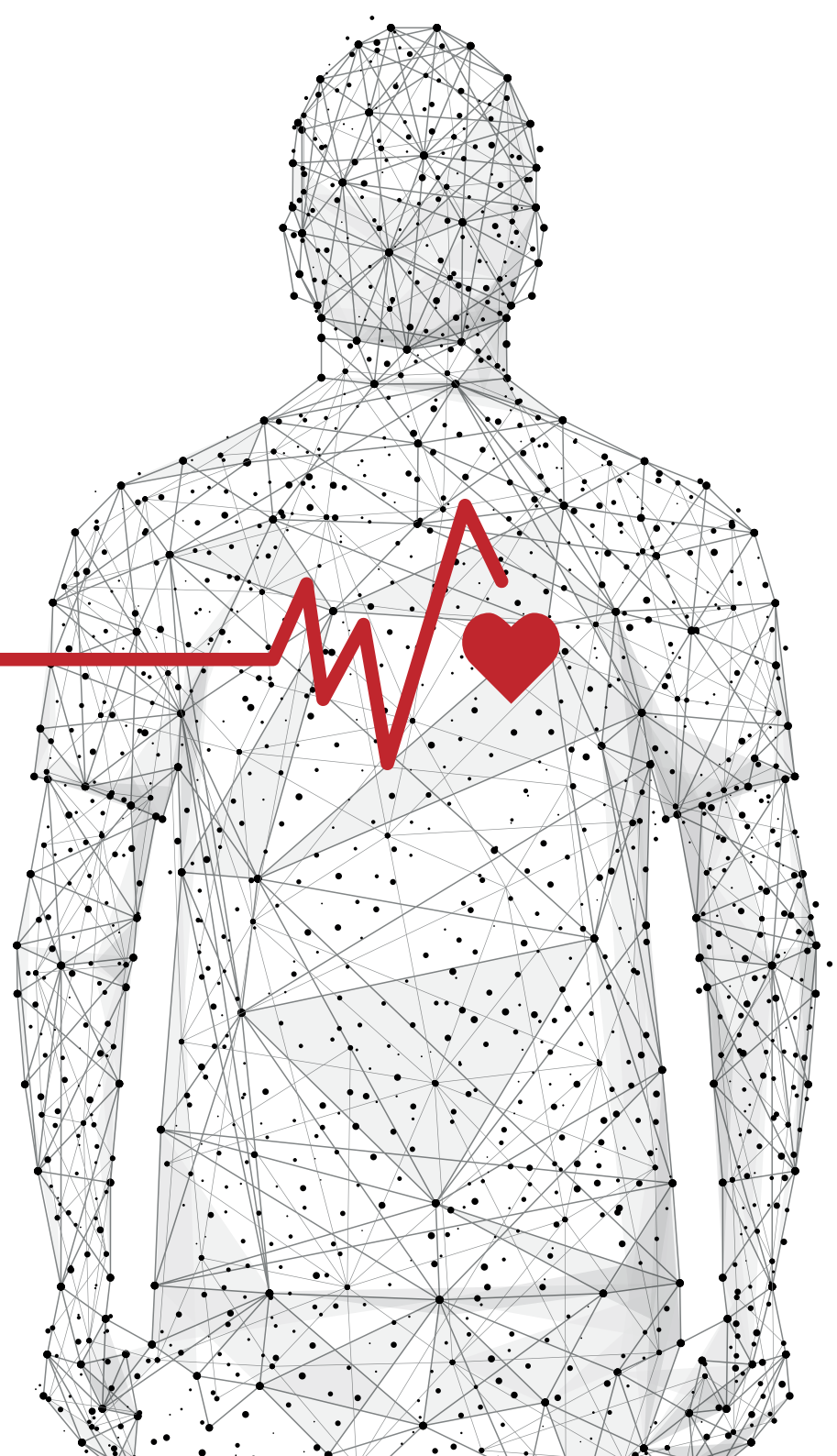
Die fortschreitende Digitalisierung bedingt, dass neben den körperlich ausgerichteten Tätigkeiten wie Aufbau von Plakativwänden und Plakatierung, auch immer mehr hochqualifizierte, stress- und fremdbestimmte Tätigkeiten das Arbeitsbild unserer Mitarbeiterinnen prägen. Wir stellen daher neben Belastungen des Bewegungs- und Skelettsapparates eine immer höhere psychische Belastung innerhalb der Belegschaft fest.

Wir unterstützen unserer Mitarbeiterinnen bei der Erhaltung derselben im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung. Im Rahmen der 2017 eingeführten Gesundheitszirkel diskutieren interessierte Mitarbeiterinnen aus den Bereichen Technik und Verwaltung Faktoren, die die Gesundheit im Arbeitsalltag positiv und negativ beeinflussen. Sie entwickeln Maßnahmen zum Abbau von negativen Einflüssen sowie zur Erhaltung und Weiterentwicklung

der positiven Faktoren. So wurden zum Beispiel **bewegte Pausen, der Obstkorb für alle Mitarbeiterinnen und Sonnenschutzmaßnahmen eingeführt**. Das Angebot der **Präventivkräfte** (Arbeitsmedizinerin, Arbeitspsychologin und Sicherheitsfachkräfte) wurde ausgeweitet und zahlreiche Schulungsmaßnahmen zur Vermeidung von arbeitsbedingten Gesundheitsbeschwerden umgesetzt. Sicherheit bei der Arbeit ist für uns ein elementarer Faktor in der Erhaltung der Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen. Hierzu trägt auch die Erneuerung der Arbeitskleidung bei, bei der verstärkt auf Reflektoren gesetzt wird, um die Sichtbarkeit im Straßenverkehr zu erhöhen. Regelmäßig konzernintern durchgeführte Sicherheitsaudits unterstützen uns dabei, Schwachstellen zu entdecken und Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Toolboxmeetings und Schulungen zu allen sicherheitsrelevanten Aspekten sind für uns ein weiterer Bestandteil unserer Strategie.

## ARBEITSUNFÄLLE

	Anzahl	Todesfälle	Beinaheunfälle	Schwererate (auf 1.000.000 Arbeitsstunden)
2017	4	0	nicht erhoben	10,7
2018	4	0	3	11,1



## NACHHALTIGE UND INNOVATIVE STADT



Im Rahmen der von uns gelebten Partnerschaft zwischen der Stadt Wien, ihren Bewohnerinnen und Besucherinnen sowie Gewista setzten wir auf Maßnahmen, bei denen unsere Werbeträger den Bedürfnissen der Stadtbewohner Rechnung tragen und Vorteile bringen.



Ein Schwerpunkt ist seit 2003 die Errichtung und das Betreiben von Citybike-Stationen. 2018 gab es 120 Stationen mit ca. 1.400 Fahrrädern.

Diese sind als ein wichtiger Pfeiler der umweltfreundlichen Mobilität aus dem Wiener Stadtbild nicht mehr wegzudenken. Das Citybike-Konzept diente konzernintern auch als Vorbild für die Verleihmodelle in Paris, Lyon und 45 weiteren Städten auf 3 Kontinenten.

# 3

Stationen  
Bankomatkarte



Kreditkarten



Citybike Card



2003



2004

2006





# 15 JAHRE CITYBIKE WIEN

Winterpause ade!



ebw.at



2007

2008



2009

Neue Räder:  
3 Gänge!



Open Data



2010

100  
Stationen

2012



2013



2014

1/2 Million  
Anmeldungen



1 Million Fahrten  
pro Jahr

2015

2016



Anmeldung mit  
Smartphone

Citybike  
uphill Team



2017

2018

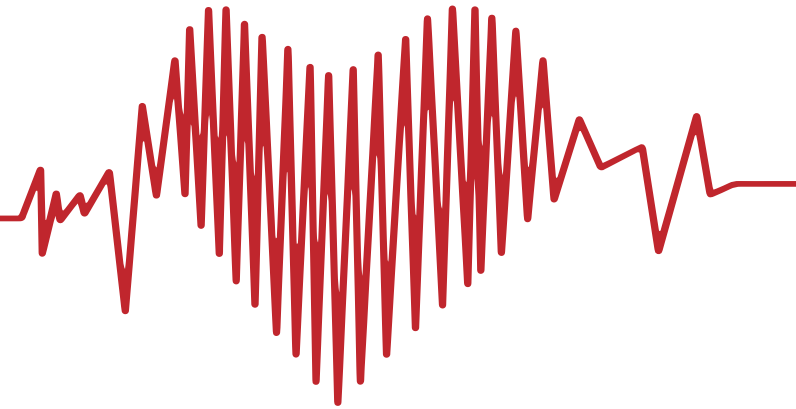
60  
Stationen

120  
Stationen

NACHHALTIGE UND  
INNOVATIVE STADT



Wir haben an 12 digitalen City Light-Standorten auch von medizinischen Laien einsetzbare Defibrillatoren zur Verfügung gestellt.

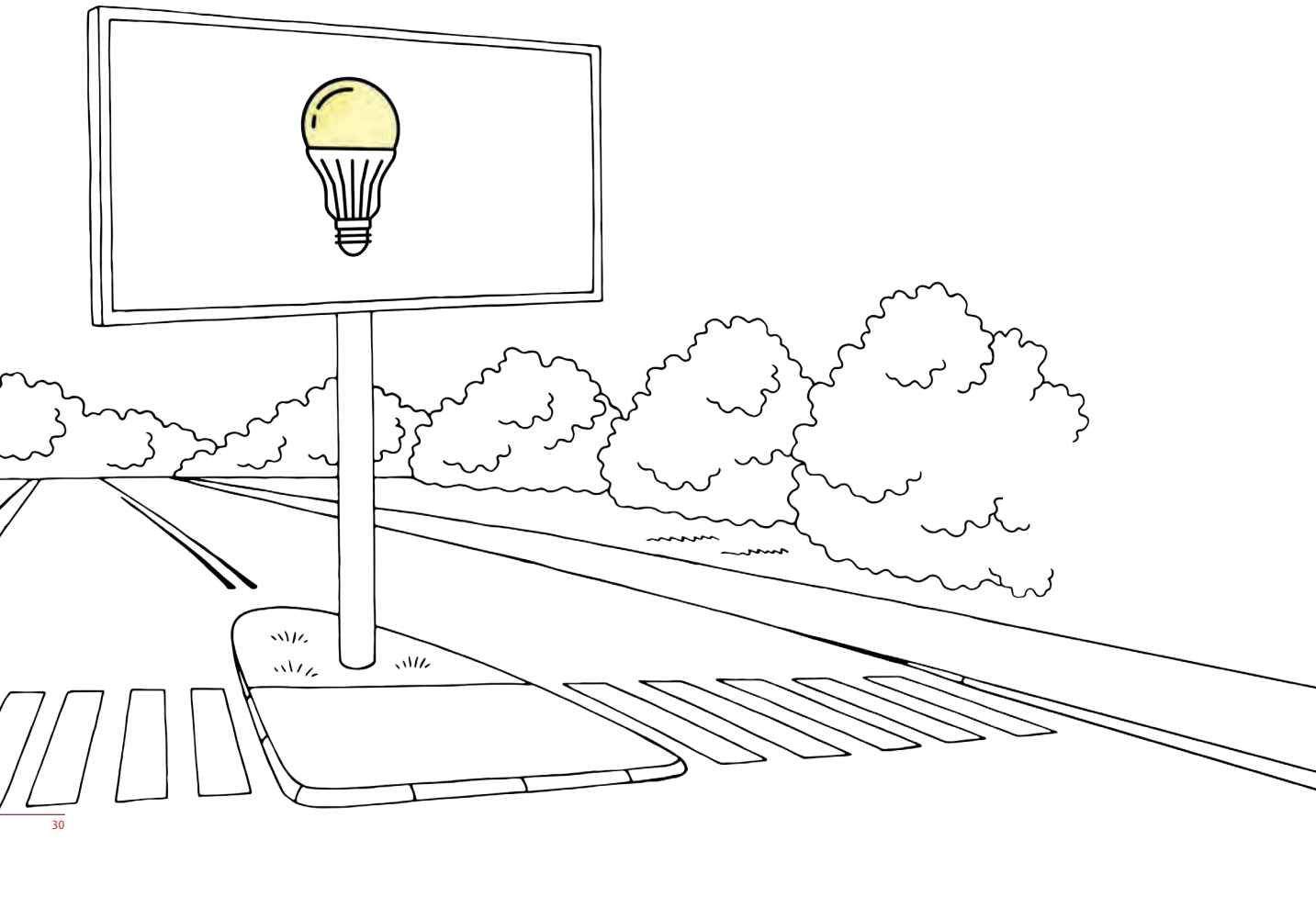


Weiters haben wir an 12 digitalen City Light-Standorten auch von medizinischen Laien einsetzbare Defibrillatoren zur Verfügung gestellt. Eigene Hinweisschilder weisen den Weg dorthin. In den vergangenen Jahren sind uns mehrere Einsätze dieser Defibrillatoren zur Kenntnis gelangt, bei denen die betroffenen Personen erfolgreich reanimiert werden konnten.

Darüber hinaus stehen wir im regelmäßigen Austausch mit den Stakeholdern der Stadt Wien und anderen Nachhaltigkeitsorganisationen in Österreich, wie zum Beispiel respAct, um auch in Zukunft nachhaltige Entwicklungen aufzugreifen und nach Möglichkeit umsetzen zu können.

Unsere digitalen Werbeträger im U-Bahn-Bereich sind mit einer Notfallschaltung ausgestattet; dabei können die Wiener Linien bei Bedarf eigenständig Hinweise zum Beispiel zur Evakuierung der U-Bahnstation auf die Werbeträger ausspielen.

## ENERGIEVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ



Der Wandel vom geklebten Plakat hin zu hinterleuchteten respektive digitalen Werbeträgern, der sich seit den 1990er Jahren abzeichnet und seit etwa 10 Jahren beschleunigt, geht einher mit einem steigenden Energieverbrauch der Gewista. Mit Stand 2018 fließen mehr als 85% unseres gesamten Energieverbrauches in die Beleuchtung und ggf. die Motorenleistung (bei rollierenden Werbeträgern) unserer Werbeträger. Durch die veränderte Logistik bei digitalen Werbeträgern als auch durch den Willen des Konsumenten, von mehr digitalen Werbeträgern zu profitieren, rechnen wir mit einer stetigen Zunahme dieses Anteils.

Wir sind uns unserer Verantwortung innerhalb der Zivilgesellschaft zur Erreichung der Klimaziele, wie sie in den zwischenstaatlichen Abkommen seit dem Kyoto-Protokoll festgelegt wurden, bewusst und versuchen daher sowohl den Anstieg des Energieverbrauches im Rahmen des Energieeffizienzgesetzes zu begrenzen als auch die 100% CO<sup>2</sup>-neutrale Deckung desselben zu forcieren.

Der technische Fortschritt der letzten Jahre bei Beleuchtungsmitteln erlaubt uns eine Reduzierung des Stromverbrauches. Wir haben uns daher 2016 dazu entschlossen, einen Großteil unserer City Lights in Wien mit LED- anstatt Aura-Halogen-Leuchten auszustatten und konnten damit eine Einsparung von 1 GWh pro Jahr, gerechnet auf Basis des branchenüblichen Verfahrens des technischen Stromverbrauches, erzielen.

Seit 2014 weiten wir kontinuierlich unseren Anteil an Strom aus Wasserkraft aus, so dass wir bereits unseren Strombedarf in den Bundesländern Wien, Niederösterreich, Burgenland, Salzburg und Tirol aus CO<sup>2</sup>-neutralen Quellen decken können.

### TREIBHAUSGAS -EMISSIONEN (IN CO<sup>2</sup>-ÄQUIVALENT) 2017

		CO <sup>2</sup> in t	davon erneuerbar in %	
367,2 <sub>MWh</sub>	SCOPE 1	Gas	68,5	0,0%
		Diesel	202,5	5,9%
		Benzin	10,1	3,2%
		<b>Summe</b>	<b>281,1</b>	
9.078,5 <sub>MWh</sub>	SCOPE 2	Strom der Werbeträger	11,9	97,6%
		Strom Haus	-	100%
		Fernwärme	274,9	0,0%
		<b>Summe</b>	<b>286,7</b>	
<b>10.254,5<sub>MWh</sub></b>				

### TREIBHAUSGAS -EMISSIONEN (IN CO<sup>2</sup>-ÄQUIVALENT) 2018

		CO <sup>2</sup> in t	davon erneuerbar in %	
379,5 <sub>MWh</sub>	SCOPE 1	Gas	70,8	0,0%
		Diesel	198,4	5,9%
		Benzin	8,8	3,2%
		<b>Summe</b>	<b>278,0</b>	
8.543,4 <sub>MWh</sub>	SCOPE 2	Strom der Werbeträger	10,9	98,3%
		Strom Haus	-	100,0%
		Fernwärme	267,6	0,0%
		<b>Summe</b>	<b>278,5</b>	
<b>9.698,4<sub>MWh</sub></b>				

Die Konversions- und Emissionsfaktoren sind dem jeweiligen Konzernjahresbericht der JCDecaux SA entnommen.



KOMMUNIKATION  
UND EINBEZIEHUNG  
DER MITARBEITERINNEN








Per Ende 2018 beschäftigen wir 210 MitarbeiterInnen im Alter von 22-63 Jahren. Neben mehr als 40 Jahren Lebenserfahrung, trennen den ältesten Mitarbeiter vom jüngsten aber auch 32 Jahre Betriebszugehörigkeit.

Um der Individualität sowohl in der Persönlichkeit als auch im Arbeitsumfeld unserer Mitarbeiterinnen gerecht zu werden, verfolgen wir in Personalarbeit einen holistischen Ansatz. Dies bedingt auch eine veränderte Kommunikationsstruktur und Einbeziehung der Mitarbeiterinnen. Hierzu sind in den Jahren 2017 und 2018 umfangreiche Schulungen erfolgt, um die Mitarbeiterinnen in ihrer täglichen Kommunikation und Konfliktlösungsarbeit innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu unterstützen. Regelmäßig finden Come-Together-Veranstaltungen statt, bei denen unternehmensinterne strategische Themen aus allen Bereichen der Gesamtheit der Mitarbeiterinnen, gefolgt von der Möglichkeit zum Austausch und Networking, zur Kenntnis gebracht werden.

Das 2018 gestartete Schulungsprogramm für Führungskräfte auf Ebene des mittleren und unteren Managements sowie für Mentorinnen soll diese in ihren alltäglichen Aufgaben unterstützen und für die Herausforderung der zunehmend digitalisierten und international verwobenen Arbeitswelt fit machen.

Im Jahr 2018 wurden mit 100% der Mitarbeiterinnen jeweils ein Zielerreichungsgespräch als auch ein Entwicklungsgespräch geführt.

FORTBILDUNG\*

	 Gesamtbelegschaft	 Arbeiterschaft	 Angestellte	 Männer	 Frauen
<b>2017</b>	2,5	0,7	3,8	2,3	2,9
<b>2018</b>	10,1	2,6	15,0	6,9	16,0

\*Durchschnittliche Fortbildungsstunden

## AUSBILDUNG UND TÄTIGKEITSFELD

Der stetige Wandel unseres Geschäftsfeldes durch die Digitalisierung bedingt auch eine Änderung der Ausbildung der Mitarbeiterinnen und ihres Tätigkeitsfeldes:

- Fremdsprachenkenntnisse
- höhere Bildungsabschlüsse
- zunehmende Anzahl der Vorbeschäftigungen
- wertschätzende Kommunikation
- kürzere Kommunikationswege
- mehr abteilungs- und fachübergreifenden Tätigkeiten

bei stärkerer Einbindung in internationale Konzernprojekte sind nur einige der Faktoren.



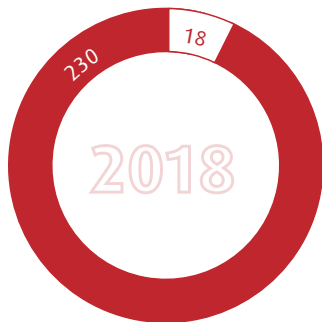
## KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN



## BEFRISTETE ARBEITSVERHÄLTNISSE 2017 - 2018 (INKL. FERIALPRAKTIKANTEN, OHNE LEHRLINGE)

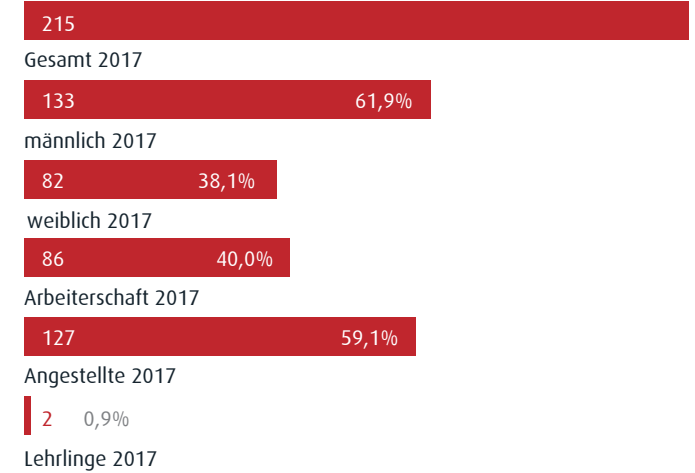


- 96,1% ■ zeitlich unbefristete Anstellung (in Köpfen) per 31.12.2017
- 3,9 % □ befristete Anstellung (in Köpfen) per 31.12.2017

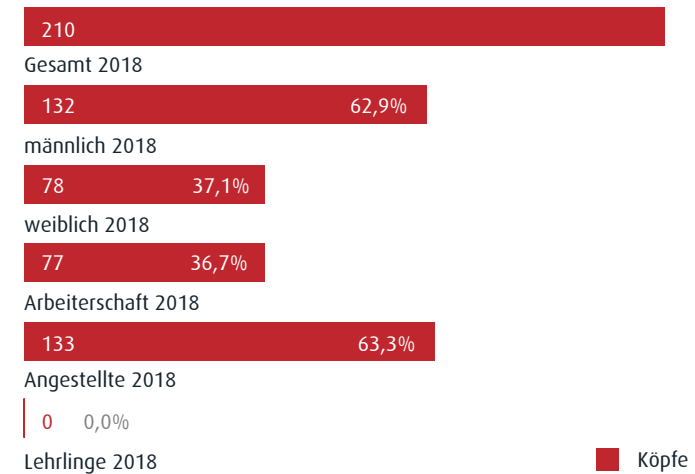


- 92,7% ■ zeitlich unbefristete Anstellung (in Köpfen) per 31.12.2018
- 7,3 % □ befristete Anstellung (in Köpfen) per 31.12.2018

## MITARBEITERINNENENTWICKLUNG IM JAHR 2017



## MITARBEITERINNENENTWICKLUNG IM JAHR 2018

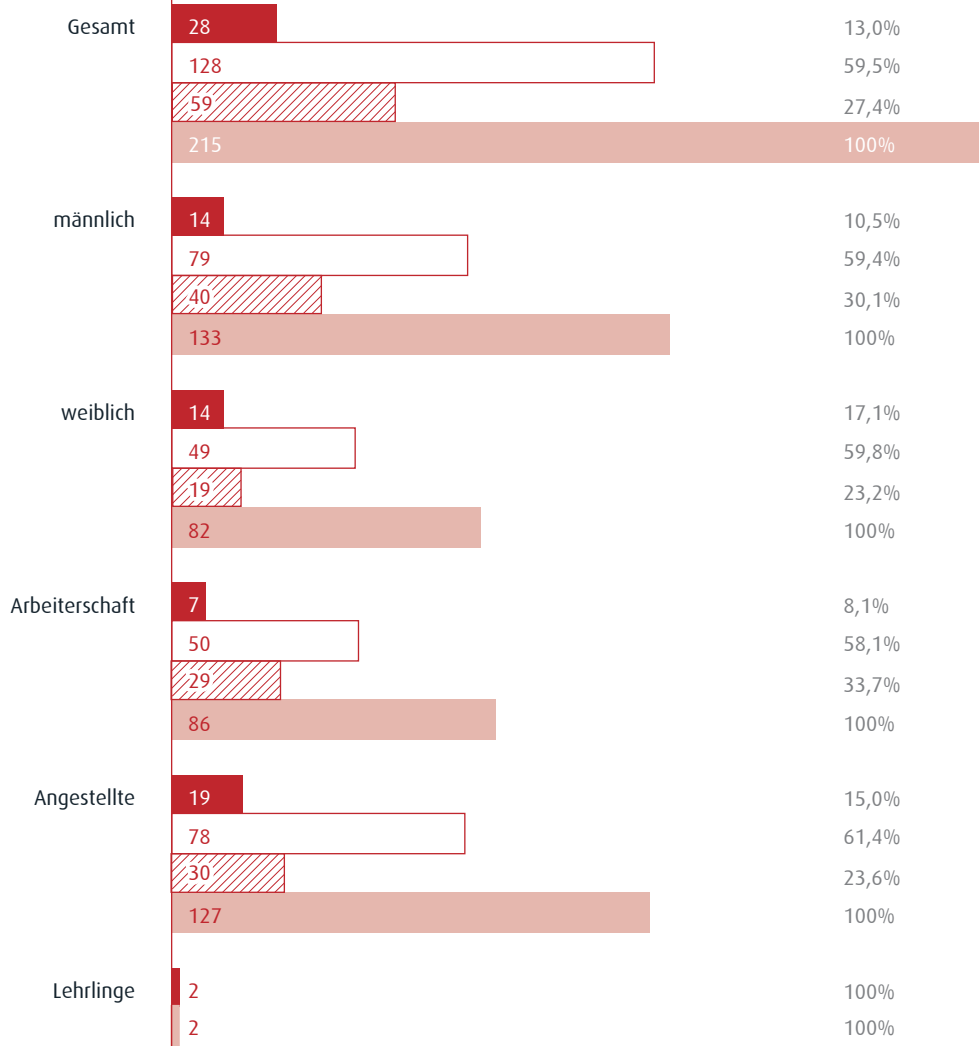


■ Köpfe

Die obige Darstellung umfasst alle aufrechten Dienstverhältnisse während des Berichtszeitraumes: 257 im Jahr 2017 und 248 im Jahr 2018. Zum Ende des Berichtsjahres waren 210 (2018) beziehungsweise 215 (2017) Dienstverhältnisse aufrecht.

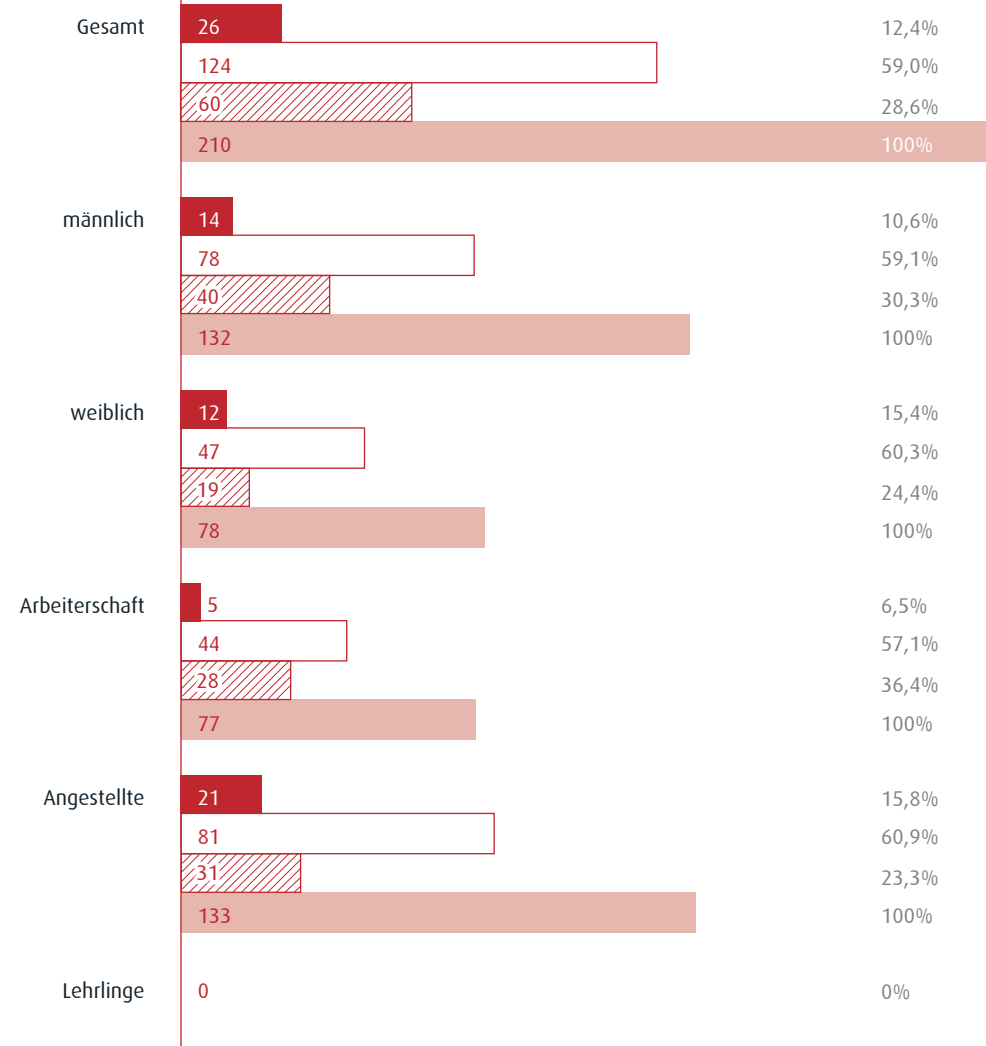


### ZUSAMMENSETZUNG DER MITARBEITERINNEN NACH ALTER (IN KÖPFEN) PER 31.12.2017



■ unter 30 Jahre   □ 30-50 Jahre   ▨ über 50 Jahre   ■ Summe

### ZUSAMMENSETZUNG DER MITARBEITERINNEN NACH ALTER (IN KÖPFEN) PER 31.12.2018



■ unter 30 Jahre   □ 30-50 Jahre   ▨ über 50 Jahre   ■ Summe

## KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN



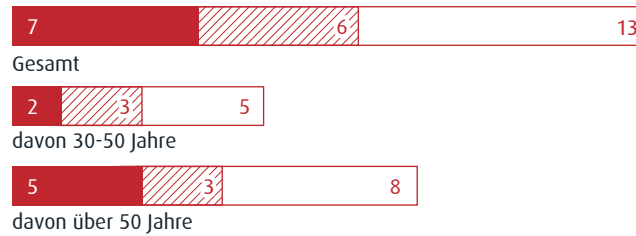
## MANAGEMENT BOARD IN DEN JAHREN 2017 UND 2018



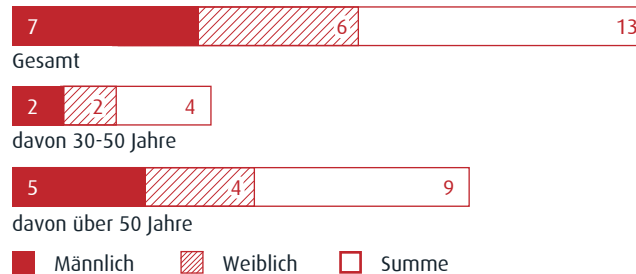
■ alle über 50 Jahre

NB: der Geschäftsführer der Gewista Service ist gleichzeitig auch Mitglied des Management Boards der Gewista Werbegesellschaft; ein Management Board Mitglied der Gewista ist nicht in der Gesellschaft angestellt, wird hier aber miterfasst.

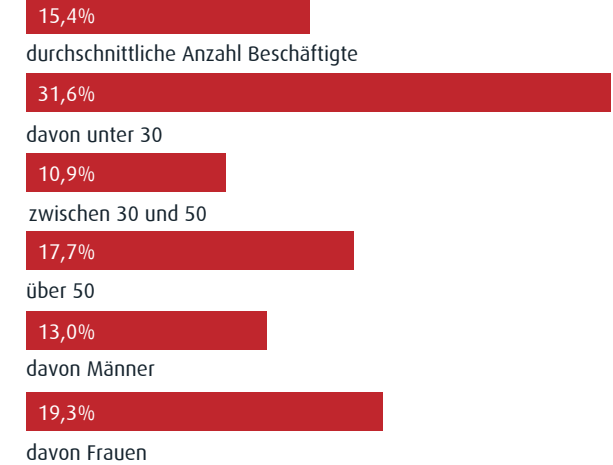
## ABTEILUNGSLEITER 2017



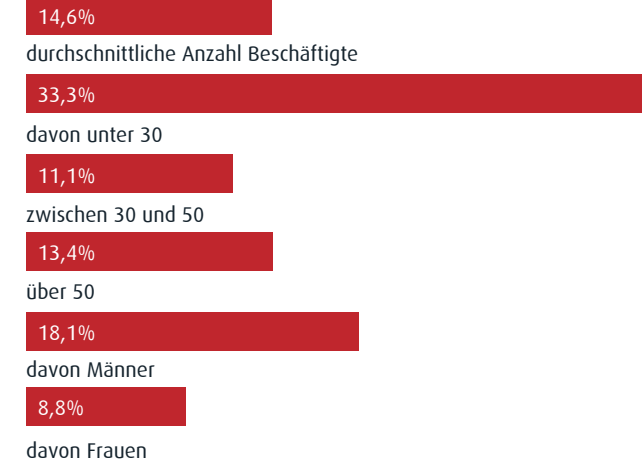
## ABTEILUNGSLEITER 2018



## MITARBEITERFLUKTUATION 2017

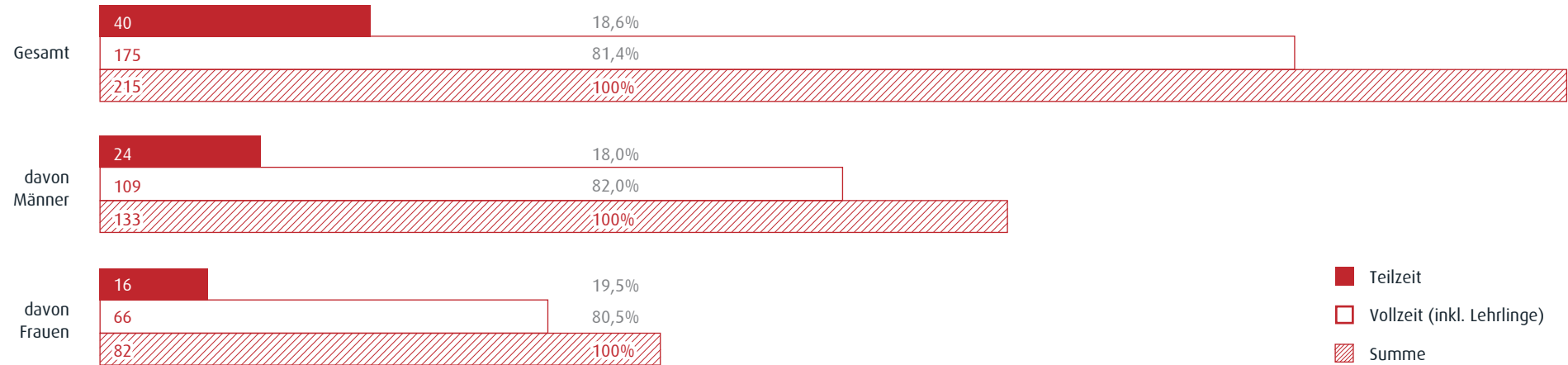


## MITARBEITERFLUKTUATION 2018

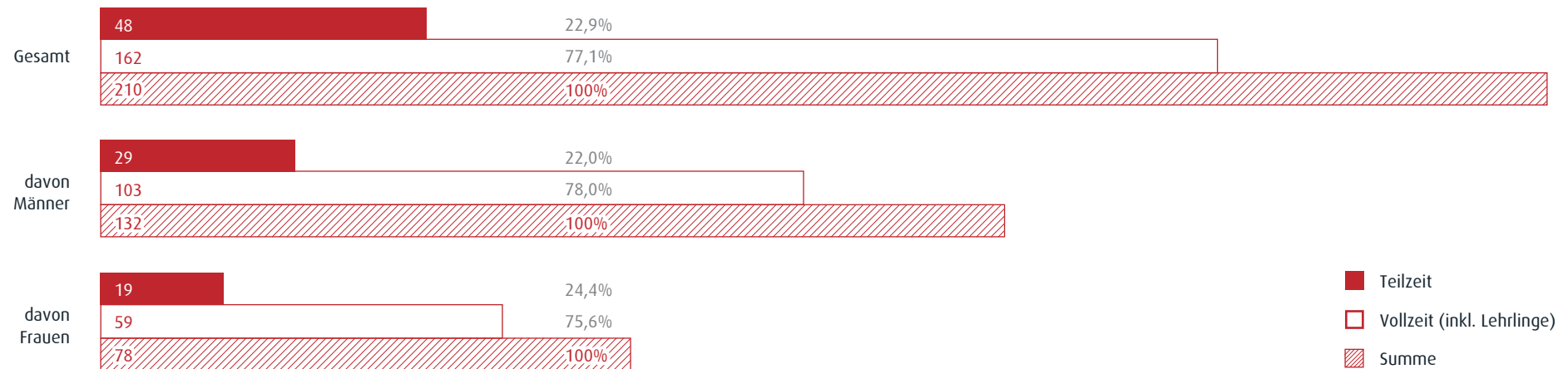


\*wir haben kurzfristige Arbeitsverhältnisse wie Ferialpraktika u.ä. in der Berechnung außer Acht gelassen

## ARBEITSZEITMODELLE DER MITARBEITERINNEN (NACH KÖPFEN) ) PER 31.12.2017



## ARBEITSZEITMODELLE DER MITARBEITERINNEN (NACH KÖPFEN) ) PER 31.12.2018

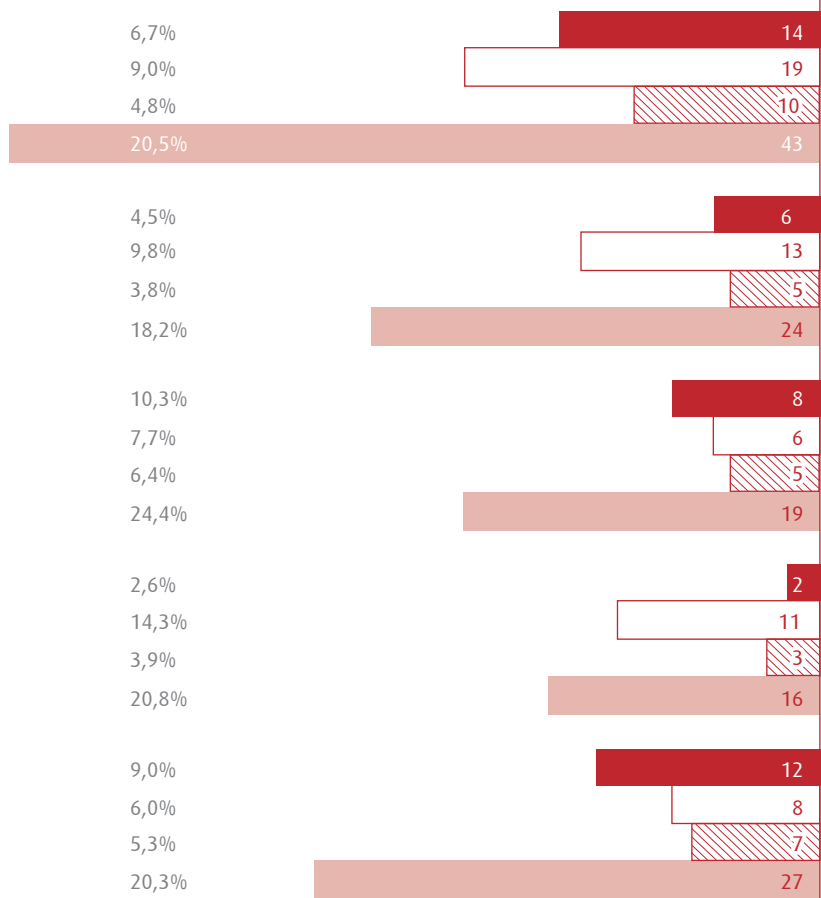


# KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN

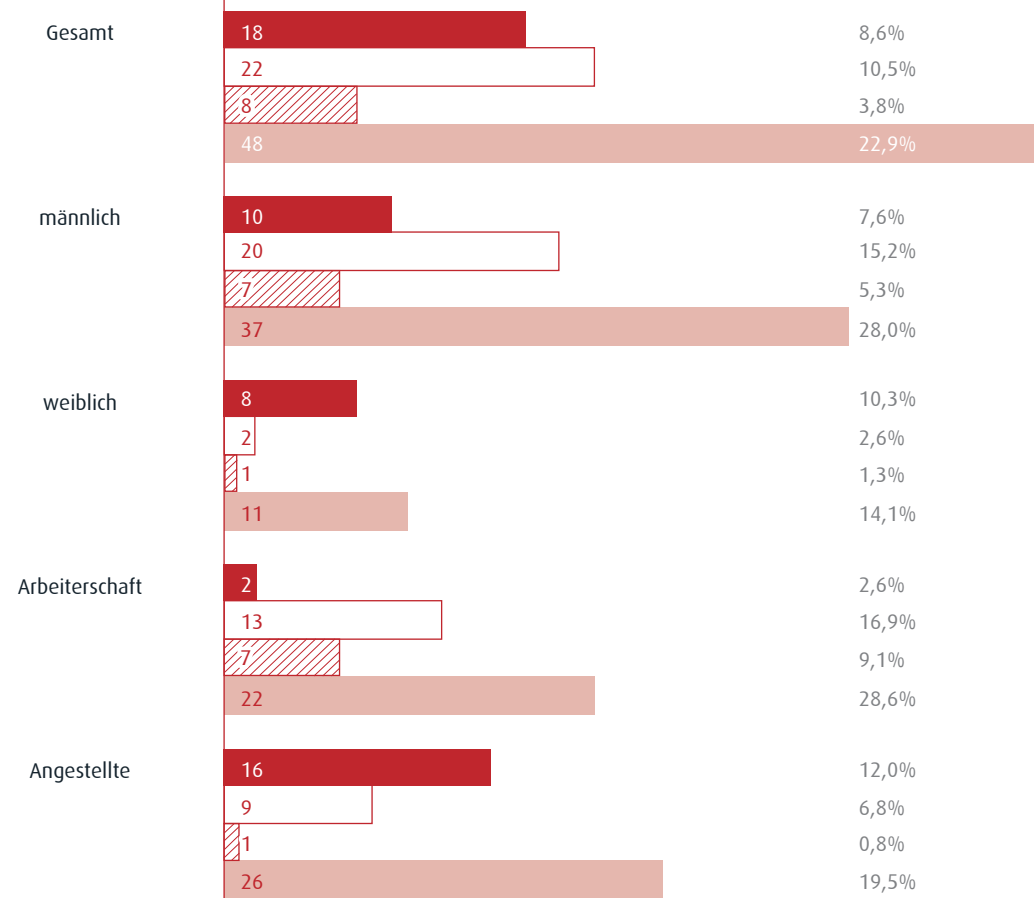


■ unter 30 Jahre    □ 30-50 Jahre    ▨ über 50 Jahre    ■ Summe

## BEENDIGUNGEN WÄHREND DES JAHRES 2017

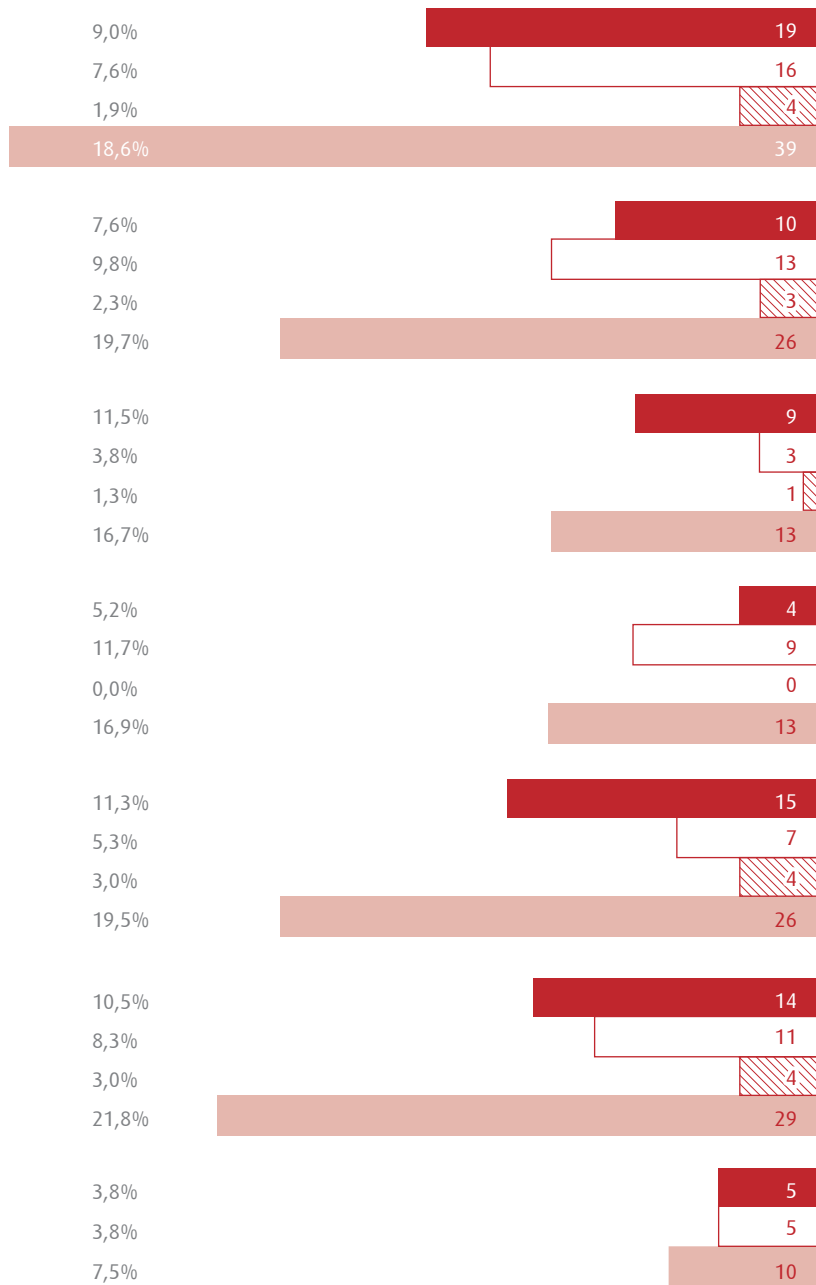


## BEENDIGUNGEN WÄHREND DES JAHRES 2018

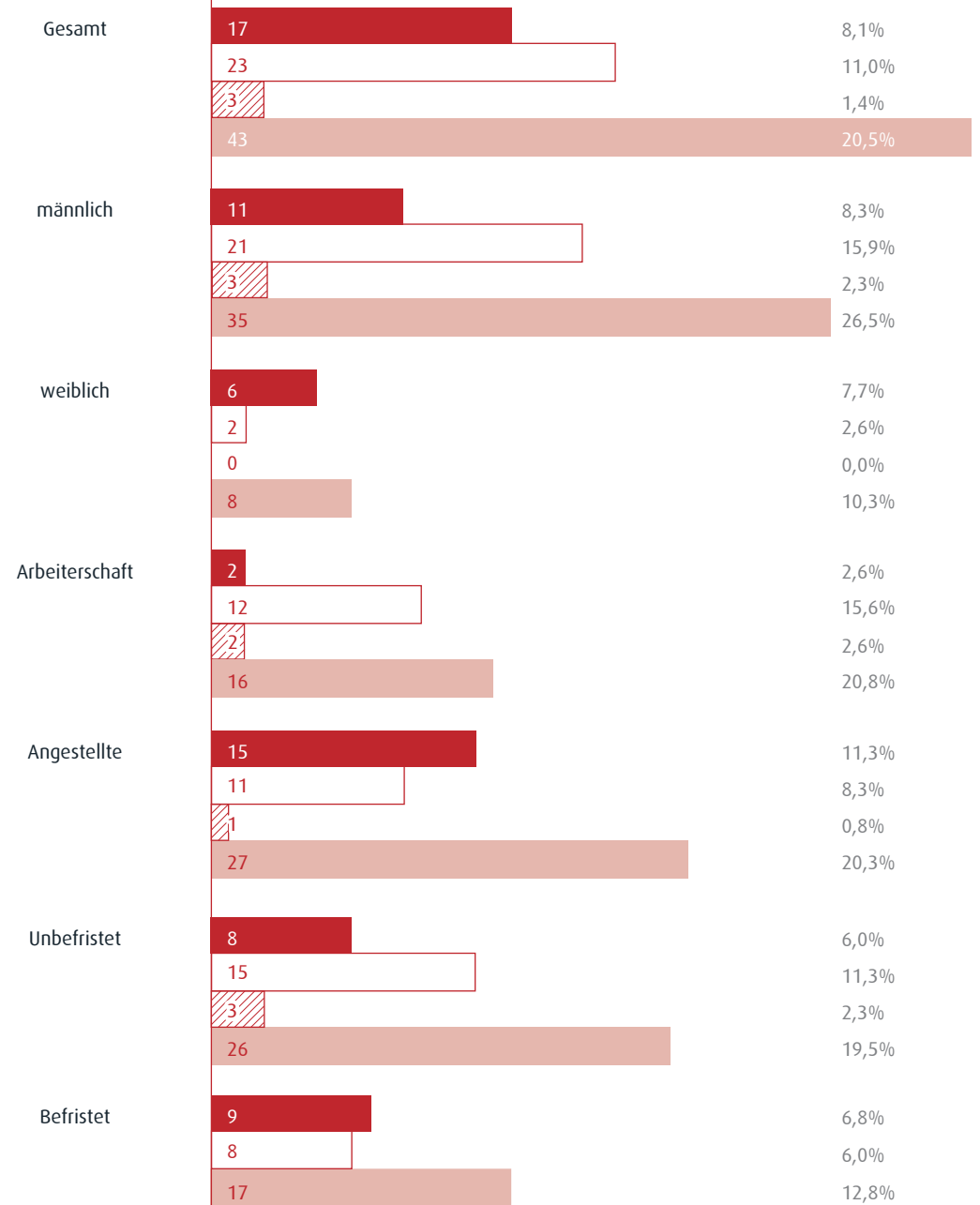


Austrittsgründe sind Tod, Pensionsantritt, Ablauf von Befristungen, einvernehmliche Auflösungen des Arbeitsvertrages sowie Beendigungen auf Wunsch des Dienstgebers und Dienstnehmers

## EINSTELLUNGEN WÄHREND DES JAHRES 2017



## EINSTELLUNGEN WÄHREND DES JAHRES 2018



## WIRTSCHAFTSETHIK



Für uns sind starke Institutionen eine Grundvoraussetzung unseres Geschäftsmodells. Daher ist für uns Korruptionsbekämpfung selbstverständlich und wird von uns mit obligatorischen Schulungen der Mitarbeiterinnen auf allen Ebenen unterstützt. Vermutete Korruptionsfälle können bei der konzerninternen Vertrauensstelle anonym gemeldet werden.



## KORRUPTIONSRISIKEN

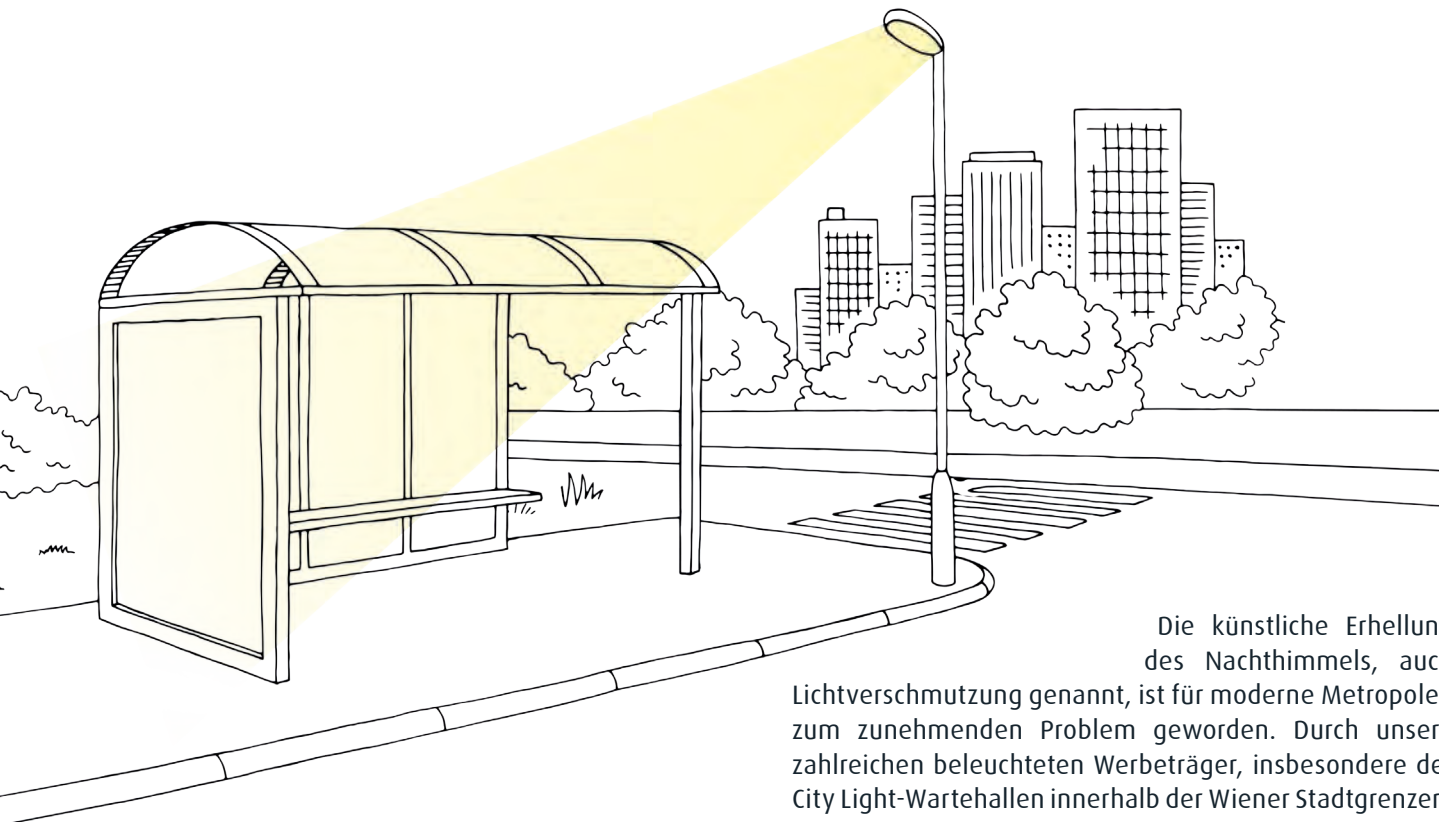
**Vom Konzern wurden folgende wesentliche Korruptionsrisiken für die Gesamtheit der Konzerngesellschaften, darunter Gewista, identifiziert:**

- Dolose Handlungen bei der Auftragsvergabe an Berater
- Dolose Handlungen bei Geschäftsbeziehungen mit Amtsträgern, Grundstückseigentümern und Lieferanten
- Bestechungsannahme von Kunden

Uns ist zugleich auch der ethische Anspruch an unsere Werbesujets, die sich im öffentlichen Raum befinden, bewusst. Daher sind wir Medienpartner des Werberates Österreich und unterziehen vorgeschlagenen Sujets schon bei Bekanntwerden derselben einer internen Prüfung. Bei Bedenken, ob ein Verstoß gegen die Grundsätze des Werberates vorliegt, informieren wir unser Kundeninnen unverzüglich und suchen nach gemeinsamen Lösungen. Gleichzeitig steht es jeder einzelnen Bürgerin frei, den Werberat bei Bedenken gegen das Werbesujet anzurufen. In den Jahren 2017 und 2018 wurde vom Werberat an uns keine Anrufung durch die Öffentlichkeit gemeldet. Zusammen mit Kunden aus Bereichen mit eigenen ethisch begründeten Werbeverböten wie z.B. Pharma- oder alkoholische Produkte, achten wir in der Auswahl der Standorte auf die strikte Einhaltung dieser Werbeverböte. Bei Anti-Korruptionsschulungen werden die Teilnehmerinnen nach Konzernvorgaben identifiziert, mit Schwerpunkt auf kritische Funktionen in Verkauf, Geschäftsführung, IT und Finanzwesen sowie Hierarchiestufen unabhängig vom Einsatzbereich. Die Schulung erfolgt über verpflichtende Online-Tools mit anschließendem Test. Es haben insgesamt 46 von 46 identifizierten Gewista-Mitarbeiterinnen die Schulung im Jahr 2017 erfolgreich absolviert. Für das Jahr 2018 war keine konzerninterne Schulungsmaßnahme angesetzt.



## LICHTVERSCHMUTZUNG



Die künstliche Erhellung des Nachthimmels, auch Lichtverschmutzung genannt, ist für moderne Metropolen zum zunehmenden Problem geworden. Durch unsere zahlreichen beleuchteten Werbeträger, insbesondere der City Light-Wartehallen innerhalb der Wiener Stadtgrenzen, tragen wir zum individuellen Sicherheitsempfinden der Benutzerinnen derselben bei, jedoch auch zur Erhellung des Nachthimmels.

Wir haben daher, soweit die technischen Gegebenheiten dies erlauben, eine Herabsetzung der Beleuchtungsstärke unserer Werbeträger während der Nachtstunden eingeführt.

Eine Vielzahl von Faktoren beeinflusst jedoch unsere Einflussnahme in diesem Bereich: die historisch gewachsene Netzinfrastruktur erlaubt in der Mehrzahl der Fälle keine individuelle Abschaltmöglichkeit, das Angebot an verschiedenen Lichtwellenlängen ist technisch im Moment begrenzt und nicht zuletzt ergeben Sicherheitsaspekte (unsere Werbeträger sind die einzige Lichtquelle in City Light-Wartehallen) einen komplexen Interaktionsrahmen.

Unser Ziel ist es daher, weitergehende Maßnahmen zur Reduktion der Lichtverschmutzung in Zusammenarbeit mit den Wiener Linien, ihren Benutzerinnen und anderen Experten zu erarbeiten und umzusetzen.





---

## INTERVIEW

### ANDREA NOWAK-MANN

---

**Gewista-CSR-Verantwortliche Andrea Nowak-Mann im Gespräch mit dem Gewista - Pressesprecher Christian Brandt - Di Maio über die Vorteile einer ländlich geprägten Herkunft, die Zusammenarbeit im Konzern zum Thema Nachhaltigkeit und die Herausforderungen der Digitalisierung.**

**Christian:** *Andrea, du hast ein betriebswirtschaftliches Studium mit dem Focus auf Finanzen absolviert, wie bist du zu dem Thema Nachhaltigkeit gekommen?*

**Andrea** *(lacht):* In der Gewista wie die Jungfrau zum Kind! Ich sollte 2012 von einem Kollegen die Koordinierung der Datenerfassung für den Nachhaltigkeitsbericht des Konzerns übernehmen. Auch meine Französischkenntnisse waren da von Vorteil. Mein bisheriger Lebensweg war sicher hilfreich, dass ich zum Thema „Nachhaltigkeit“ sehr rasch Zugang gefunden habe. Ich stamme aus einem kleinen Ort in Bayern,



bin also ein „Lande“, wenn man so will. Meine Eltern waren in den 70er und 80er-Jahren in der Umwelt- und Friedensbewegung aktiv und ich bin mit diesen Ideen großgeworden. In den letzten 20 Jahren habe ich bis auf wenige Monate in Großstädten wie Paris oder Wien gelebt, da wurde mir der Unterschied in den verschiedensten Auffassungen und Lebensumständen immer deutlicher. Personen mit missionarischem Eifer sind mir etwas suspekt, aber ich bin überzeugt, dass jeder Einzelne viele kleine Beiträge leisten kann, damit wir es kommenden Generationen ermöglichen, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen und ihren Lebensstil zu wählen.

**Christian:** *Welchen Beitrag können Unternehmen dazu leisten?*

**Andrea:** Ich bin davon überzeugt, dass die moderne Zivilgesellschaft langfristig nicht ohne wirtschaftliche Prosperität bestehen kann. Beruflich habe ich den Vorteil, dass ich mich mit den finanziellen Auswirkungen von unterschiedlichen Unternehmensaktivitäten befasse und kann unterstreichen, dass sich soziale oder ökologische Probleme am Ende in wirtschaftlichen Problemen niederschlagen.

Daher ist für mich der Ansatz, den die UN mit ihren Nachhaltigkeitszielen verfolgt, indem sie die Beteiligung und Verantwortung der Unternehmen bei Erreichung dieser Ziele hervorhebt, nur logisch!

**Christian:** *Wie stellt sich für dich die Zusammenarbeit mit unserem Mutterkonzern JCDecaux dar?*

**Andrea:** Das „Familienbild“ als Begriff würde es ganz

treffend beschreiben. Wir haben entscheidend von der Erfahrung von JCDecaux in Sachen Nachhaltigkeit profitiert. JCDecaux hat 2008 begonnen, sich intensiv mit Nachhaltigkeit zu beschäftigen und dazu eine eigene Abteilung gegründet. 2014 wurde dann eine Strategie, bestehend aus 6 wesentlichen Themen, in 3 Themenblöcke unterteilt - Umweltthemen, soziale Themen und Stakeholder-Themen -, festgelegt. Darüber hinaus reporten wir einmal im Quartal die vom Konzern festgelegten Kennzahlen, was bei uns die interne Datenerhebung, mit einer anspruchsvollen Einarbeitungsphase, gestrafft hat.



**Christian:** *Gab es Prozesse, die für dich besonders herausfordernd waren?*

**Andrea:** Am Beginn meiner Aktivitäten waren Begriffe noch nicht klar definiert und ließen viel Interpretationsspielraum zu. Da ich Finanzhandbücher gewöhnt war, fand ich es kontraproduktiv, dass im Konzern wiederholt darüber diskutiert wurde, wie man welche Kennzahl berechnet oder wie ein englischsprachiger Begriff auszulegen sei. Das hat sich zum Glück geändert und wir haben heute ein CSR-Reporting-Handbuch für den Konzern.

**Christian:** *Wie kann ich mir die Einbindung in die Nachhaltigkeitsthemen des Konzerns vorstellen?*

**Andrea:** Bei Themen wie Arbeitsplatzsicherheit und Wirtschaftsethik sind wir sehr stark in die Konzernstrategie eingebunden; dies hat für mich den Vorteil, dass wir über einen Qualitätsstandard verfügen, den wir lokal bei unserer Ressourcensituation nur schwer sicherstellen könnten. Worauf ich aber Wert lege, ist, dass wir Schulungen, die vom Konzern auf Englisch konzipiert werden, an die österreichische Rechtsnormen und Arbeitsrealitäten anpassen und auf Deutsch halten. Mit Kommunikation muss man Herzen erreichen und nicht nur den Kopf. Und die Schulungsteilnehmerinnen wissen genau, wenn etwas nicht zum Arbeitsalltag passt oder der Gesetzeslage nicht entspricht.



---

## INTERVIEW

### ANDREA NOWAK-MANN

---

**Christian:** Wie kam es, dass Gewista jetzt einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht herausgibt?

**Andrea:** Ich vergleiche das gerne mit dem Fluggewerden von heranwachsenden Kindern. Wir haben uns ca. 3-4 Jahre intensiv mit der Konzernstrategie und dem Datenerfassungsprozess auseinandergesetzt. Parallel dazu bekamen wir immer mehr Anfragen unserer Stakeholder, was wir im Bereich CSR umsetzen. Irgendwann reifte dann der Entschluss, mit unseren Stakeholdern auf Deutsch über österreichische CSR-Themen zu kommunizieren.

Österreich ist im Konzern im Kennzahlenset „Rest of Europe“ erfasst und es gibt trotz aller Gemeinsamkeiten im JCDecaux-Konzern Themen, bei denen die Gewista auf Grund ihres Business Models andere Schwerpunkte hat. Wir haben aber nicht bei Null angefangen, sondern die Konzernstrategie als Ausgangspunkt für unsere eigenen Weiterentwicklungen angesetzt. Ich finde, das Ergebnis kann sich sehen lassen und stellt eine ausgewogene Mischung aus eigenen Themen und Themen, die in der Konzernstrategie verankert sind, dar.

**Christian:** Gibt es klare Zielvorgaben für die nächsten Jahre?

**Andrea:** Da sprichst du ein komplexes Thema an. Wir befinden uns in der vollen Dynamik der Digitalisierung. Da ändern sich Herausforderungen und unternehmerisches Handeln rasch. Ich denke, dass eine starre Festlegung auf strategische Ziele zum jetzigen Zeitpunkt eher einengend wäre. Wir arbeiten in mehreren Expertengruppen der UN in Österreich mit, um unsere strategischen Überlegungen weiter voranzutreiben und neue Maßnahmen, die über die bestehenden hinausgehen, zu entwickeln. Diese Herangehensweise kann man durchaus kritisch sehen und ich habe Verständnis für diese Position.

**Christian:** Was werden für dich die größten Herausforderungen bei Gewista in den nächsten Jahren sein?

**Andrea (nachdenklich):** Dass wir mit den Herausforderungen der Digitalisierung Schritt halten und die Umbrüche, die sie im Bereich der Mitarbeiterinnen und der breiten Produkt- und Dienstleistungspalette mit sich bringt, annehmen und gestalten können.

Some men see things as they are and ask why.  
I dream of things that never were and say why not.

Robert Kennedy

Konkret gesprochen ist für mich die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen essentiell. Es geht nicht nur um fachliche Qualifikation, sondern auch darum, die Menschen, die bei uns arbeiten, mit all ihren Stärken und Schwächen anzunehmen und ihre Potentiale zu heben. Dazu gehört weiterhin, dass man die Mitarbeiterinnen ermutigt, mit eigenen Ideen an das Management heranzutreten. Ich will den Begriff Change Management in diesem Zusammenhang nicht überstrapazieren; ich erlebe zur Zeit das Unternehmen in dieser Hinsicht in einer sehr dynamischen Entwicklung und bin zuversichtlich, dass es uns gelingen wird, die Früchte unserer Arbeit in naher Zukunft zu ernten.

**Christian:** Gibt es für dich ein CSR-Motto?

**Andrea:** Ich mag den Ausspruch von Robert Kennedy: Some men see things as they are and ask why. I dream of things that have never were and ask why not; in etwa: Manche sehen die Dinge, so wie sie sind und fragen: warum? Ich träume von Dingen, die noch nie da waren und frage: Warum nicht?

Ich finde, man muss in der CSR zukunftsorientiert sein und darf auch auf kommende Entwicklungen setzen. Das heißt nicht, dass man nicht schon heute die Weichen für die Zukunft stellen sollte, ganz im Gegenteil! Aber vielleicht kommt es doch anders als man denkt.

**Christian:** David Ben Gurion hat einmal gesagt: Wer nicht an Wunder glaubt, der ist kein Realist.

**Andrea** (lacht): Insofern bin ich ein Realist, der an (zumindest kleine) Wunder glaubt.



---

# BESTÄTIGUNGSBERICHT

---

An die Geschäftsführung der Gewista  
Werbeagentur m.b.H

## Bericht über die unabhängige Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2018

Unabhängige Prüfung der Aussagen und Daten der  
Nachhaltigkeitsberichterstattung 2018 der Gewista  
Werbeagentur m.b.H.

### Auftragsgegenstand

Wir wurden von der Gewista Werbeagentur m.b.H. (nachfolgend „**Gewista**“) mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend „**Prüfung**“) der Aussagen und Daten der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2018 (nachfolgend „**Berichterstattung**“) der Gewista, nach den GRI-Standards, Kern-Option, erstellt, beauftragt.

Die Prüfung umfasste die Berichterstattung wie folgt:

„Nachhaltigkeitsbericht 2018“ hinsichtlich der Angaben und Verweise vom GRI-Inhaltsindex in die Berichterstattung.

Im Bericht wurden die im GRI-Inhaltsindex angeführten Verweise, jedoch nicht darüber hinaus gehende weitere (Web-) Verweise, geprüft.

Unsere Prüfungshandlungen wurden gesetzt, um eine *begrenzte Prüfsicherheit* als Grundlage für unsere Beurteilung zu erlangen. Der Umfang der Prüfungshandlungen zur Einholung von Prüfungsnachweisen ist geringer als jener für *hinreichende Prüfsicherheit* (wie beispielsweise bei einer Jahresabschlussprüfung), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

### Klarstellungen des Prüfauftrages

- ▶ Gegenstand unseres Auftrags war weder eine Abschlussprüfung, noch eine prüferische Durchsicht von Abschlüssen. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Leistungsindikatoren und Aussagen wurden von uns keiner Prüfung unterzogen. Wir überprüften die GRI-konforme Darstellung dieser Informationen in der Berichterstattung.
- ▶ Ebenso war weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z.B. Unterschlagungen oder sonstiger doloser Handlungen, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrags.
- ▶ Die Prüfung zukunftsbezogener Angaben war nicht Gegenstand unseres Auftrags.
- ▶ Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, wurden nicht geprüft. Es wurde lediglich die korrekte Übernahme der relevanten Angaben und Daten in die Berichterstattung überprüft.

### Kriterien

Wir beurteilten die Informationen in der Berichterstattung auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2018 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „**die Kriterien**“):

Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, wurden nicht geprüft. Es wurde lediglich die korrekte Übernahme der relevanten Angaben und Daten in die Berichterstattung überprüft.

Anforderungen gemäß den GRI-Standards der Global Reporting Initiative, Kern-Option

Wir gehen davon aus, dass diese Kriterien für die Durchführung unseres Prüfauftrags angemessen sind.

## Verantwortung des Managements

Das Management der Gewista ist für die Erstellung der Berichterstattung sowie für die darin enthaltenen Informationen, in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien, verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Entwicklung, Implementierung und Sicherstellung von internen Kontrollen. Diese sind für die Erstellung der Berichterstattung maßgeblich, um wesentliche falsche Angaben auszuschließen.

## Unsere Verantwortung

Unsere Verantwortung besteht darin, ein Urteil über die Informationen in der Berichterstattung auf Basis einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit abzugeben.

Wir haben unseren Prüfauftrag unter Beachtung des „International Federation of Accountants’ ISAE 3000 (Revised)“ -Standards sowie des von der „International Federation of Accountants“ (IFAC) herausgegebenen „Code of Ethics for Professional Accountants“ - worin Regelungen zu unserer Unabhängigkeit enthalten sind - geplant und durchgeführt.

Gegenstand unserer Leistung ist es nicht, Interessen spezifischer Dritter zu berücksichtigen. Sie dient daher ausschließlich dem Auftraggeber und nur für dessen Zwecke. Sie ist somit nicht darauf ausgerichtet und dazu bestimmt, Dritten als Entscheidungsgrundlage zu dienen.

Gemäß der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“ ist unsere Haftung beschränkt. Demnach haftet der Berufsberechtigte nur für vorsätzliche und grob fahrlässig verschuldete Verletzungen der übernommenen Verpflichtungen. Im Falle grober Fahrlässigkeit beträgt die maximale Haftungssumme gegenüber der Gewista und etwaigen Dritten insgesamt EUR 726.730.

## Unsere Vorgehensweise

Wir haben alle erforderlichen Prüfungshandlungen durchgeführt, um eine ausreichende und geeignete Basis für unser Urteil sicherzustellen. Die Prüfung wurde am Hauptsitz der Gesellschaft in Wien durchgeführt. Wesentliche Prüfungshandlungen von uns waren:

- ▶ Erlangung eines Gesamtüberblicks zur Unternehmenstätigkeit sowie zur Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens;
- ▶ Durchführung von Interviews mit Unternehmensverantwortlichen, um relevante Systeme, Prozesse und interne Kontrollen bezüglich der geprüften Berichtsinhalte, welche die Erhebung der Informationen für die Berichterstattung unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- ▶ Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der Berichterstattung zu beurteilen und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;
- ▶ Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Prozesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluierung der Darstellung in der Berichterstattung;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse, um zu erheben, ob diese auf Konzernebene angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet worden sind. Dies umfasste die Beurteilung, ob die Daten in genauer, verlässlicher und vollständiger Art und Weise berichtet worden sind;

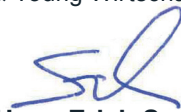
- ▶ Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen Themen, welche im Rahmen von Stakeholderdialogen angesprochen worden sind, über welche in externen Medien Bericht erstattet worden ist und zu welchen wesentlichen Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- ▶ Evaluierung der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends sowie Aspekten von GRI;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen in der Berichterstattung auf Basis der Berichtsgrundsätze der GRI-Standards und
- ▶ Beurteilung, ob für die Kern-Option die GRI-Standards konform angewendet wurden.

## Unsere Bestätigung

Auf Grundlage unserer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Informationen in der Berichterstattung nicht in Übereinstimmung mit den oben definierten Kriterien sind.

Wien, 30. April 2019

Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

  
**Mag. Hans-Erich Sorli**

  
**DI Georg Rogl**

<sup>1</sup><https://www.globalreporting.org/standards>

<sup>2</sup>Fassung vom 18. April 2018, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhandberufe, Kapitel 7, [http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB\\_2018\\_de.pdf](http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB_2018_de.pdf)

---

## GRI INHALTS-INDEX

---

GRI STANDARD	GRI ANGABEN	SEITE IM BERICHT	BEMERKUNGEN / AUSLASSUNGEN
<b>GRUNDLAGEN</b>			
<b>GRI 101: GRUNDLAGEN (2016)</b>			
<b>ALLGEMEINE ANGABEN</b>			
<b>GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN (2016)</b>			
GRI 102-1	Name der Organisation	6	
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	12	
GRI 102-3	Ort des Hauptsitzes	10	
GRI 102-4	Betriebsstätten	10	
GRI 102-5	Eigentum und Rechtsform	6,10	
GRI 102-6	Bediente Märkte	8,9	
GRI 102-7	Größenordnung der Organisation	8	
GRI 102-8	Information über Angestellte und andere Mitarbeiterinnen	34	
GRI 102-9	Lieferkette	14,15	



GRI STANDARD	GRI ANGABEN	SEITE IM BERICHT	BEMERKUNGEN / AUSLASSUNGEN
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		Nicht anwendbar, Erstbericht
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	4	
GRI 102-12	Externe Initiativen	4	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	29	
GRI 102-14	Aussagen der Führungskraft	4	
GRI 102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	4,12	
GRI 102-18	Führungsstruktur	36	
GRI 102-40	Liste der Stakeholder Gruppen	20	
GRI 102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	20	
GRI 102-41	Tarifverträge		Für die Angestellten der Gewista Werbegesellschaft mbH gilt der Tarifvertrag Werbung und Kommunikation Wien;
GRI 102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	20	
GRI 102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	20	
GRI 102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	6	
GRI 102-46	Bestimmung des Berichtsinhaltes und Themenabgrenzung	20-23	
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	22	
GRI 102-48	Neudarstellung von Information		Nicht anwendbar, Erstbericht
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		Nicht anwendbar, Erstbericht
GRI 102-50	Berichtszeitraum	6	
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichtes	6	
GRI 102-52	Berichtszyklus	6	
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	6	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	6	

GRI INHALTS-INDEX

GRI STANDARD	GRI ANGABEN	SEITE IM BERICHT	BEMERKUNGEN / AUSLASSUNGEN
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	50-55	
GRI 102-56	externe Prüfung	6,48-49	

<b>WESENTLICHE THEMEN &amp; ZUSÄTZLICHE THEMEN</b>			
<b>GRI 201: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG (2016)</b>			
GRI 201-1	Wirtschaftliche Leistung : unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	8,9	

<b>WESENTLICHES THEMA: WIRTSCHAFTSETHIK</b>			
<b>GRI 205: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG (2016)</b>			
GRI 205-1	Korruptionsbekämpfung: Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	40	100% der Gesellschaften, 100% der Betriebsstätten
GRI 205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	41	Schulungen wurden erfasst und berichtet, Angaben nach GRI 205-2-a bis GRI 205-2-d sind in Vorbereitung
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	40,41	

GRI STANDARD	GRI ANGABEN	SEITE IM BERICHT	BEMERKUNGEN / AUSLASSUNGEN
<b>WESENTLICHES THEMA: ENERGIEVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ</b>			
<b>GRI 302: ENERGIE (2016)</b>			
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	31	
GRI 302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	30	
GRI 103-1 bis 103-3	Managementansatz	30,31	Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant
<b>GRI 305: EMISSIONEN (2016)</b>			
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	31	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	31	
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	30,31	Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant

---

## GRI INHALTS-INDEX

---

GRI STANDARD	GRI ANGABEN	SEITE IM BERICHT	BEMERKUNGEN / AUSLASSUNGEN
<b>WESENTLICHES THEMA: GESUNDHEIT &amp; SICHERHEIT DER MITARBEITERINNEN</b>			
<b>GRI 403: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ (2018)</b>			
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	24	
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	24	
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	24	
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	24	Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant

GRI STANDARD	GRI ANGABEN	SEITE IM BERICHT	BEMERKUNGEN / AUSLASSUNGEN
<b>WESENTLICHES THEMA: KOMMUNIKATION &amp; EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN</b>			
<b>GRI 401: BESCHÄFTIGUNG (2016)</b>			
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	39	
<b>GRI 404: AUS- UND WEITERBILDUNG (2016)</b>			
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	32	
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	32	
GRI 404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	32	
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	32	Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant
<b>GRI 405: VIelfALT UND CHANCENGLEICHHEIT (2016)</b>			
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	35,36	
<b>WESENTLICHES THEMA: NACHHALTIGE UND INNOVATIVE STADT</b>			
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	26,29	Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant
<b>WESENTLICHES THEMA: LICHTVERSCHMUTZUNG</b>			
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	42	Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant

---

## KONTAKT UND IMPRESSUM

---

### Herausgeber und Medieninhaber

Gewista Werbegesellschaft mbH  
Litfaßstraße 6, A-1031 Wien  
Telefon: (+43 1) 79 5 97-0  
Fax: (+43 1) 79 5 97-499  
E-Mail: [gewista@gewista.at](mailto:gewista@gewista.at)

### Für den Inhalt verantwortlich:

Andrea Nowak Mann

### Konzept und Gestaltung

Zoi Samara  
Paola Kosch

### Drucküberwachung

Dominik Riedmüller

### Druck

AV + Astoria Druckzentrum  
Faradaygasse 6  
A-1030 Wien

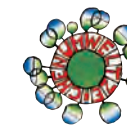
### Lektorat

Mag. Wolfgang Klose

Icons made by Freepik from [www.flaticon.com](http://www.flaticon.com)

Der Nachhaltigkeitsbericht der Gewista wurde mit größter Sorgfalt erstellt. Irrtum, Satz- und Druckfehler vorbehalten.

Für die Gewista ist Nachhaltigkeit ein wichtiger Maßstab ihres Handelns. Deshalb achten wir auch bei der Herstellung dieses Druckwerkes ganz besonders auf umweltfreundliche, ressourcenschonende und schadstofffreie Produktionsweisen und Materialien. Das Papier stammt aus ökologisch, ökonomisch und sozial nachhaltig bewirtschafteten Wäldern.



Gedruckt nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens, UW-Nr. 715

