

REBOUND

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2020



gewista

INHALT

VORWORT ZUM NACHHALTIGKEITSBERICHT	02
ÜBER DIESEN BERICHT	04
WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNGSDATEN LÄNDER	06
GRÜNDUNG DER GEWISTA	08
UNSER PRODUKTPORTFOLIO	10
WERTSCHÖPFUNG UND LIEFERKETTE	12
WESENTLICHKEIT	14
WESENTLICHKEITSMATRIX VON GEWISTA	19
NACHHALTIGKEIT GEWISTA	20
GESUNDHEIT UND SICHERHEIT	22
NACHHALTIGE UND INNOVATIVE STADT	24
ENERGIEVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ	26
KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN	28
WIRTSCHAFTSETHIK	32
LICHTVERSCHMUTZUNG	34
KENNZAHLENTABELLE	36
GRI INHALTS-INDEX	48
BESTÄTIGUNGSBERICHT	53
KONTAKT UND IMPRESSUM	55

VORWORT ZUM NACHHALTIGKEITSBERICHT



Liebe Leserin, lieber Leser!

Ich freue mich, Ihnen den zweiten Nachhaltigkeitsbericht der Gewista vorlegen zu können. Es ist uns gelungen, unseren Berichtskreis um unsere 100% Tochter Infoscreen zu erweitern.

Wir leben in spannenden Zeiten – der Klimawandel, der Verlust der Artenvielfalt und die Corona-Pandemie stellen uns alle vor große Herausforderungen. Vor allem die rasante Ausbreitung des SARS-CoV-2-Virus führte dazu, dass sich jedes Unternehmen, jede Organisation und jeder einzelne Mensch auf eine neue Situation einstellen musste.

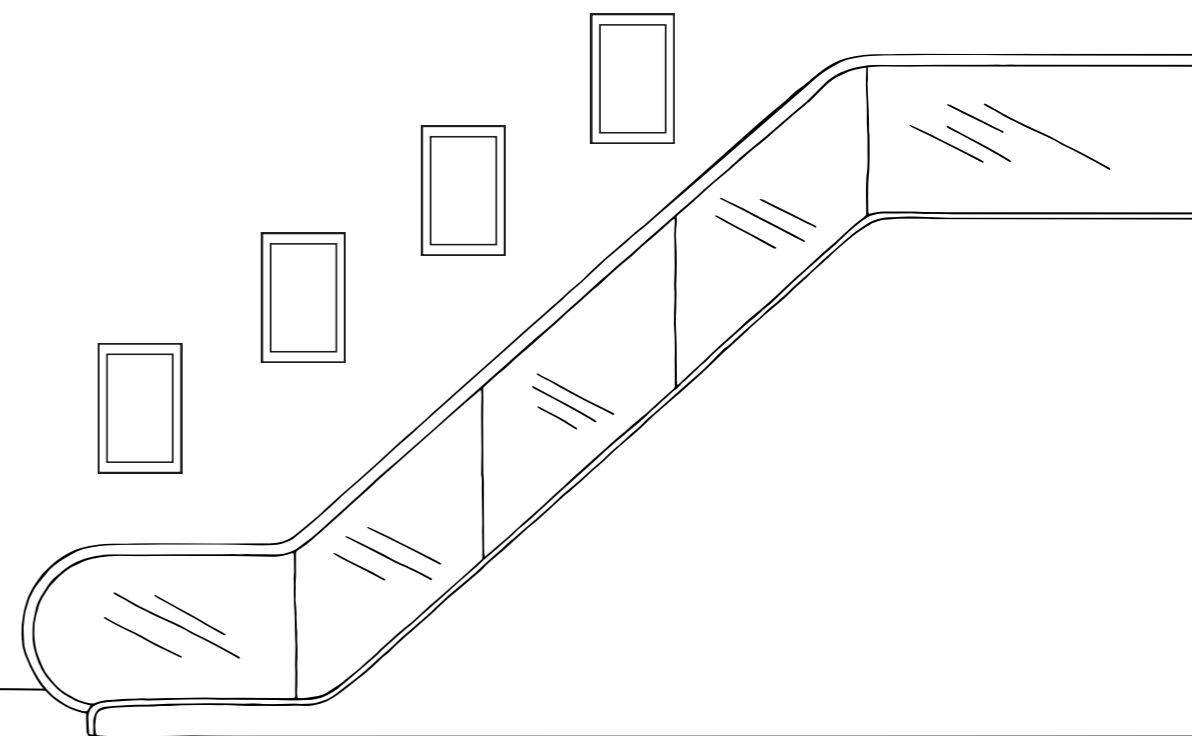
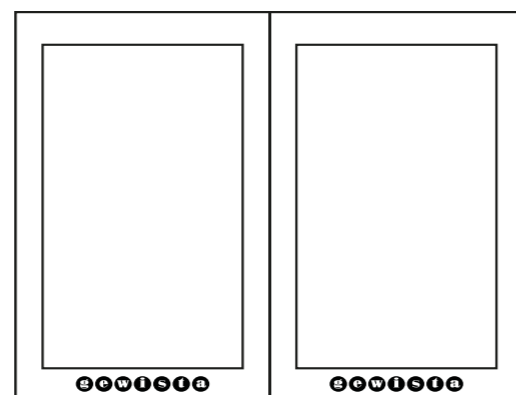
Im Berichtszeitraum haben wir unseren Weg, die CO₂-Emissionen und Stromverbrauch unserer Werbeträger zu reduzieren, weiter umgesetzt. Das langjährige Ziel des JCDecaux Konzerns, Public Value für die Bevölkerung in Städten zu schaffen haben wir konsequent umgesetzt, mit neuen Defibrilatoren oder der Informationskampagne der Infoscreen, um im öffentlichen Raum unsere Zuseherinnen und Zuseher über Nachhaltigkeit aufzuklären und zu informieren.

Den zweiten Schwerpunkt unserer Nachhaltigkeitsstrategie legen wir auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Schließlich baut unser Erfolg auf ihren täglichen Einsatz.

Dabei ist uns bewusst, dass wir erst am Anfang stehen. Gerade deswegen haben wir noch vieles vor.

Viel Vergnügen beim Lesen!

FRANZ SOLTA
CEO Gewista



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

ÜBER DIESEN BERICHT

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht stellen wir die ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unserer Unternehmenstätigkeit in den Jahren 2019 bis 2020 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 im zweijährigen Rhythmus veröffentlichten wird: nächstes Berichtsintervall wird 2021/2022 sein. Ansprechpartner für alle Belange zu diesem Bericht ist unsere CSR-Verantwortliche Andrea Nowak-Mann, erreichbar unter 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.

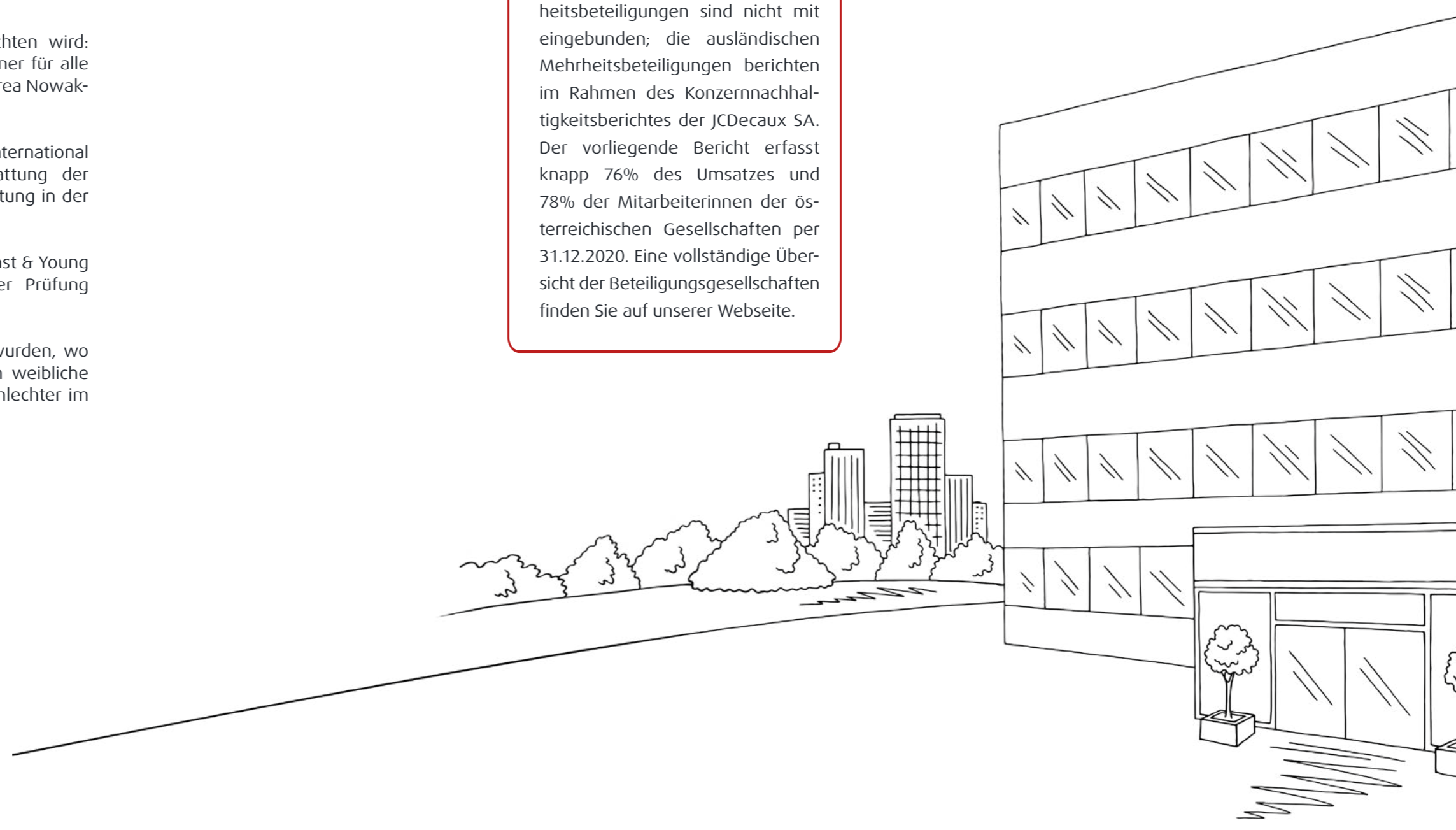
Die Inhalte dieses Nachhaltigkeitsberichtes wurden von der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. Österreich (EY) einer Prüfung unterzogen.

Im Sinne der Lesefreudigkeit und des besseren Textflusses wurden, wo möglich, 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, der Gewista Service GmbH und der Infoscreen GmbH, im Folgenden „Unternehmensgruppe“ 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 76% des Umsatzes und 78% der Mitarbeiterinnen der österreichischen Gesellschaften per 31.12.2020. Eine vollständige Übersicht der Beteiligungsgesellschaften finden Sie auf unserer Webseite.



WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNGSDATEN **LÄNDER**

Insbesondere das Jahr 2020 war ein Umbruchjahr für den Konzern; unser Business Model wurde durch Lockdowns und Rückgang der öffentlichen Mobilität in noch nie dagewesener Weise durch die äußeren Umstände beeinflusst und herausgefordert. Dies betraf neben Österreich auch sämtliche Länder, in denen unsere Tochtergesellschaften tätig sind.

Zu den Kennzahlen verweisen wir auf die Tabelle auf den Seiten 45-47. Die Darstellungsweise erfolgt auf Basis der IFRS-Financial Statements der einzelnen Gesellschaften, so wie sie in den Konzernbericht der Konzernmutter JCDecaux SA zum jeweiligen Abschlussstag einfließen. Die Anzahl der Beschäftigten wird gemäß Konzernrichtlinie in FTE (Vollzeitäquivalenten) erhoben.



GRÜNDUNG DER **GEWISTA**

Gewista wurde 1921 gegründet und steht seit 2004 im Mehrheitsbesitz des Weltmarktführers der Außenwerbung der JCDecaux SA. Hauptsitz ist in Wien, seit 1976 an unserem Hauptstandort in der Litfaßstraße 6.

Die Infoscreen wurde 1997 gegründet, ihr Sitz befindet sich in der Hainburger Straße 3, im 3. Wiener Gemeindebezirk.

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



100 Jahre **Impulse** | 100 Jahre **Nachhaltigkeit** | 100 Jahre **Vielfältigkeit** | 100 Jahre **Know-How**
100 Jahre **Stabilität** | 100 Jahre **Vertrauen** | 100 Jahre **Service** | 100 Jahre **Innovation**

www.gewista.at

UNSER PRODUKTPORTFOLIO

Wir erleben den Wandel vom klassischen geklebten Plakat, mit dem wir 1921 gestartet haben, hin zu einer crossmedialen 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.

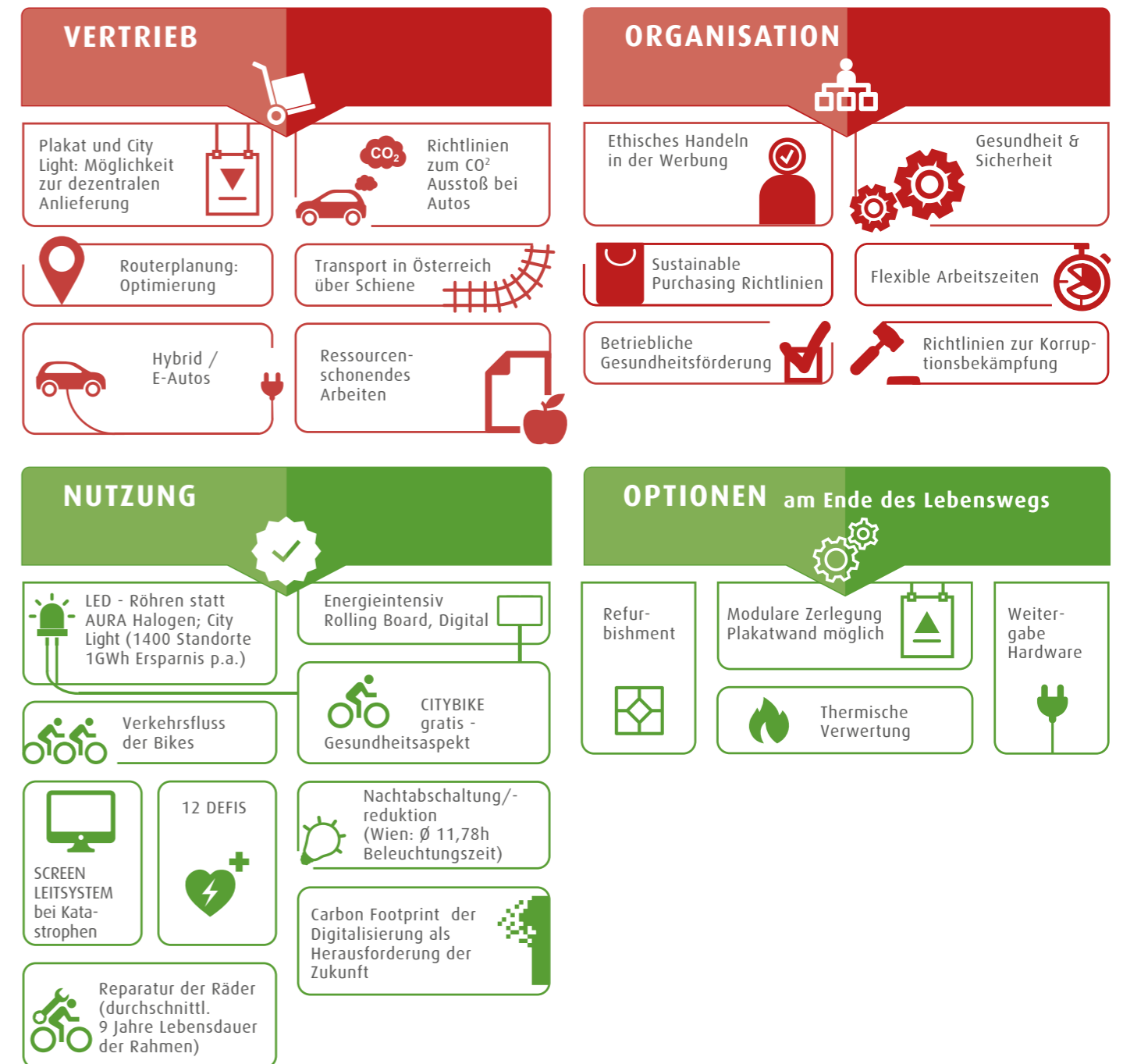
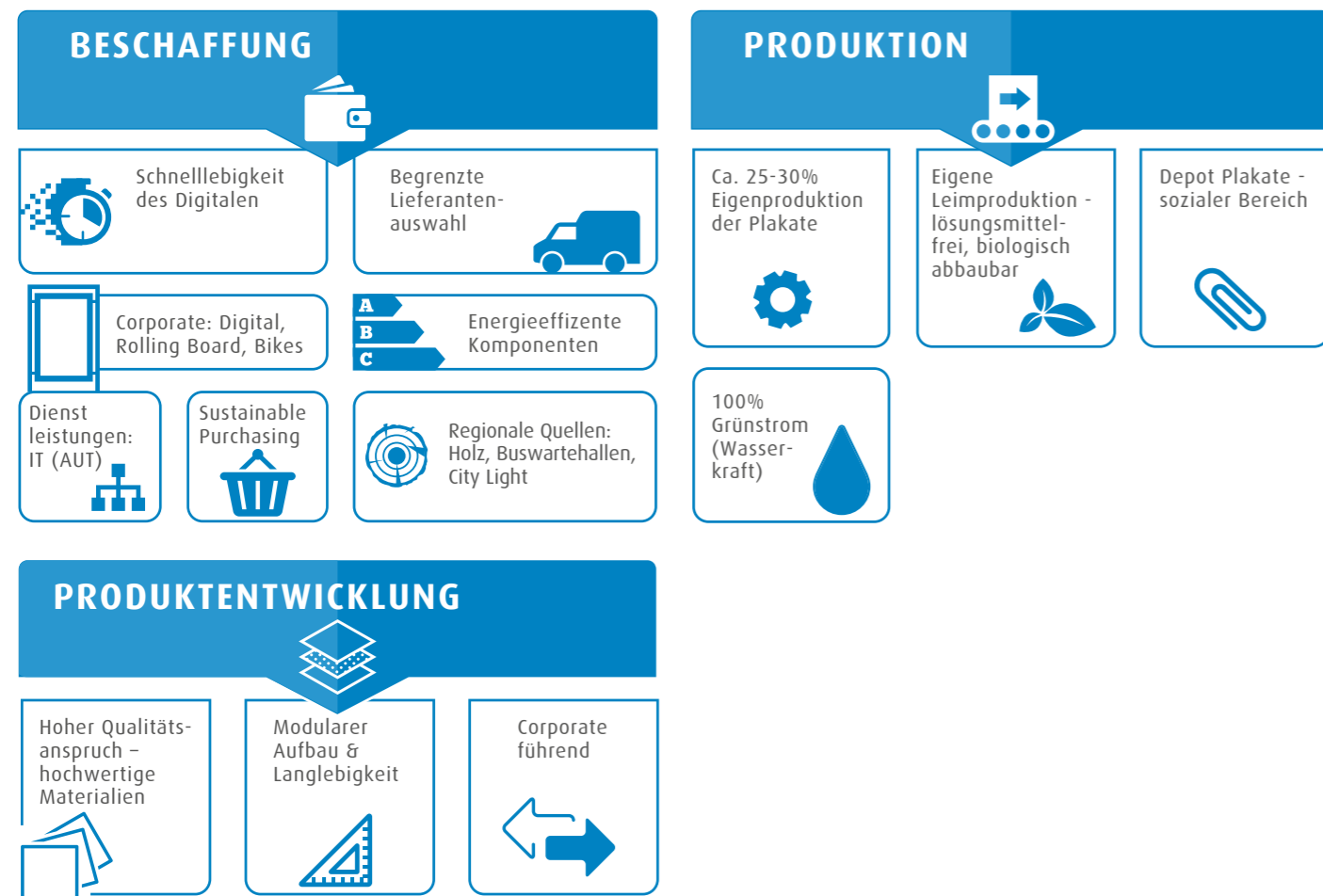
Im Laufe unserer Geschichte hat sich unser Produkt-Portfolio ständig erweitert und umfasst heute

- 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.



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&Infoscreen 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.

Im Jahr 2019 haben wir an der neuen Strategie des Konzernes im Punkte Nachhaltigkeit im Sinne von Ad-hoc Fragebögen und kleineren Studien mitarbeiten dürfen. Weiters haben wir die Verzahnung mit unserer 100%-Tochter Infoscreen durch gemeinsame Workshops vorangetrieben.

Wir haben im Jahr 2020 bereits mit der Aktualisierung der Wesentlichkeitsmatrix begonnen, konnten diese jedoch pandemiebedingt nicht zur Berichtsreife bringen und werden über die aktualisierte Wesentlichkeitsmatrix ab der Berichtsperiode 2021/2022 berichten.

Die operative Umsetzung der Nachhaltigkeitsaspekte obliegt dem Steering Committee, das sich aus Mitgliedern der Geschäftsführung, Abteilungsleiterinnen aus Technik, Einkauf und Gebäudemanagement sowie Finanzen zusammensetzt.

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

Die Gesundheitszirkel in Infoscreen sowie das Steering Committee tagen jeweils einmal im Halbjahr. Bedingt durch die Pandemie und Mitarbeiterfluktuation konzentrierten wir uns im Jahr 2020 auf die operative Tätigkeit; im Mittelpunkt standen:

- Fortlaufende Evaluierung und Anpassung von Corona-Schutzmaßnahmen
- bereits 2019 angelaufenen Projekte des LED-Retrofits (Austausch von Halogenröhren) der Rollingboards weiterzuführen
- die Öffentlichkeit mit fundierten Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen zu informieren (Infoscreen)

Die Geschäftsführung erstattet dem Aufsichtsrat mindestens einmal jährlich 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. “



Wir haben in unseren internen Workshops die Nachhaltigkeitspunkte und die Wesentlichkeitsmatrix der vorherigen Berichtsperiode unverändert übernommen, da sie weiterhin 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

„ Wir haben uns bei der Gliederung der Themen in Umwelt, soziale Themen und Stakeholderthemen an der Konzernvorgehensweise orientiert. “

Zeitgleich wurde auf dieser Ebene intensiv die Auswirkungen der wichtigsten Herausforderungen der heutigen Wirtschaft wie Digitalisierung, Datenmenge und Datenschutz, Kreislaufwirtschaft, Generationenwechsel und UN-Klimaziele diskutiert, die wir im Sinne der besseren Lesbarkeit innerhalb des Maßnahmenkataloges einzeln beleuchten wollen.

Ausgehend von dieser Diskussionsbasis wurde im Laufe der Workshops das Augenmerk darauf gerichtet, nach einer lokalen Impact-Analyse, die wesentlichen Themen anzupassen, die in 13 wesentlichen Themen mündeten. Wir 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 Mitarbeiter“ wurden anhand der Konzernthemen (in diesem Fall „Stärkung der Mitarbeiterinneneinbindung im Bereich CSR“) weiterentwickelt.

Unsere 13 wesentliche Themen im Überblick:

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

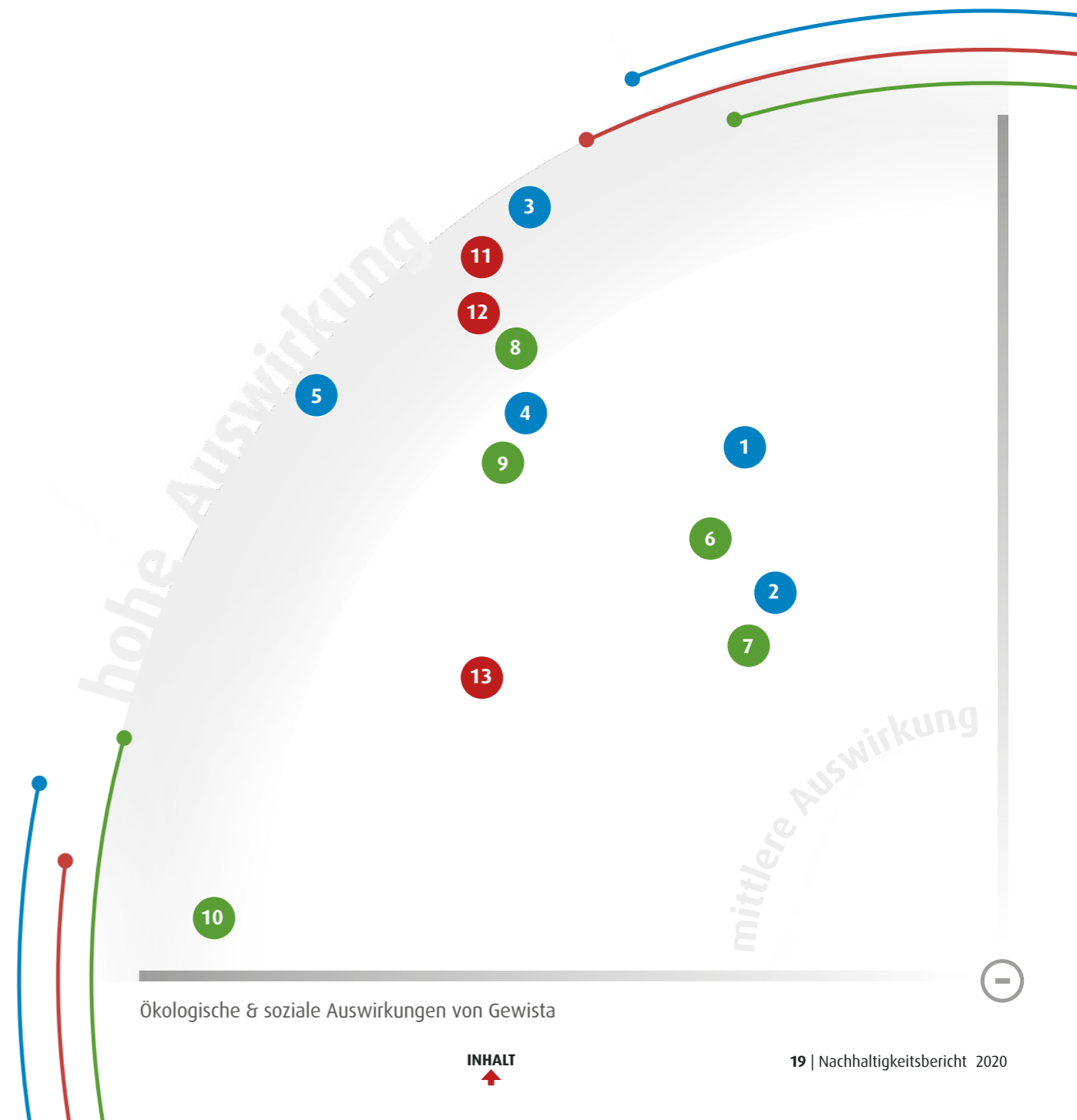
- 11 Wirtschaftsethik
- 12 Nachhaltige und Innovative Stadt
- 13 Regionale Wertschöpfung

Um unsere interne Sichtweise auch mit der Außen-sicht 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 Kreativ-agenturen) sowie große direkt buchende Kundinnen. Diese wurden mittels Onlinebefragung, die anonym abgegeben werden konnten, zu den vorher 13 identifizierten wesentlichen Themen befragt.

Als Vorbereitung dazu wurden die Mitarbeiterinnen der Gewista abteilungsweise zu Nachhaltigkeits-themen 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.

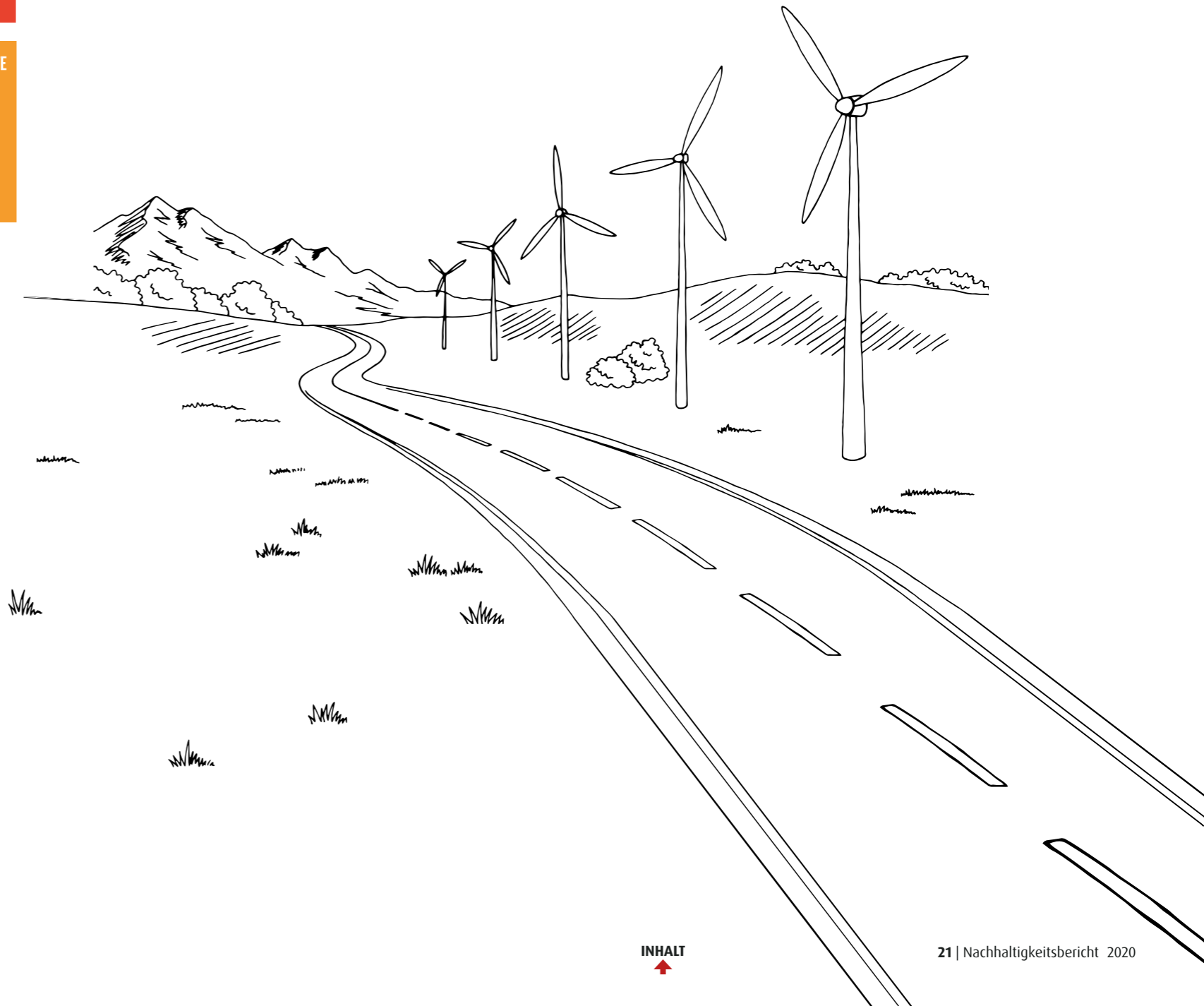
Die Anzahl der befragten Personen in den Stakeholdergruppen variierte naturgemäß stark von 171 Personen (Mitarbeiterinnen) zu 2 Personen (Eigentü-mern).

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



Aus unserer Wesentlichkeitsmatrix wurden folgende Managementthemen identifiziert.

ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



Die fortschreitende Digitalisierung bedingt, dass wir 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 sehen es als Vorteil an, dass wir von der Expertise des JCDecaux-Konzerns zu profitieren und in den vergangenen Jahren eine umfassende, auf nationalen Rechtsnormen fußende, H&S-Organisationsstruktur für alle Mitarbeiterinnen der Unternehmensgruppe schaffen konnten. Die sicherheitstechnische Betreuung in der Unternehmensgruppe wird durch externe Sicherheitsfachkräfte (Gewista Werbegesellschaft und Gewista Service GmbH bzw. durch Experten von „AUVA sicher“ bei Infoscreen) geleistet. In allen Unternehmen sind den österreichischen gesetzlichen Vorgaben gemäß Sicherheitsvertrauenspersonen bestellt worden, die in enger Zusammenarbeit mit den Sicherheitsfachkräften die Maßnahmen gestalten, umsetzen und evaluieren. Die Grundunterweisungen werden von den Sicherheitsfachkräften vorgenommen, den Sicherheitsvertrauenspersonen obliegen weitergehende ad-hoc-Unterweisungen, z.B. nach Unfällen. Unsere Sicherheitsvertrauenspersonen und Sicherheitsfachkräfte sind auch erste Ansprechpartnerinnen für sämtliche sicherheitsrelevante Aspekte, die von den Mitarbeiterinnen im täglichen Arbeitsprozess identifiziert werden, um mit diesen zusammen das Sicherheitsrisiko zu evaluieren und gegebenenfalls Maßnahmen einzuleiten. Diese Maßnahmenpakete können Sofortmaßnahmen (z.B. Einstellung der Arbeit in unsicherem Umfeld) wie auch längerfristige Maßnahmen (z.B. Wechsel von Verfahren, Produkten etc..) beinhalten. Unsere Präventionsschwerpunkte orientieren sich an den Präventionsschwerpunkten der AUVA bzw. des JCDecaux-Konzerns. Für die Jahre 2019 und 2020 lag der Schwerpunkt auf der Vermeidung und Linderungen von hitzebedingten Gesundheitseinwirkungen.

Arbeitsunfälle werden von uns, wenn möglich in-situ, systematisch nachgestellt, um Unfallmuster zu erkennen und im Sinne von „lessons learned“ zukünftige Fehler zu vermeiden. Eine systematische Erhebung von Beinaheunfällen ergänzt dies. Im Rahmen des Arbeitnehmerinnen-schutzausschusses werden alle Aspekte des Arbeitnehmerinnenschutzes, darunter auch die Arbeitsunfälle, nochmals mit dem Management der Unternehmen und allen anwesenden Präventivkräften besprochen.



Für Unternehmer, die in wesentlichem Umfang für uns arbeiten und deren Arbeitsplatz auf unserem Gelände beziehungsweise im Zusammenhang mit unseren Werbeträgern steht („Key supplier“) ist eine jährliche interne Evaluierung ihrer eigenen H&S-Organisationsstruktur vorgesehen und fließt in die mehrere Aspekte umfassende Beurteilung, ob eine Zusammenarbeit fortgesetzt wird, ein. Diese Evaluierung wurde pandemiebedingt im Jahr 2020 ausgesetzt.

Die Präventivkräfte in der Unternehmensgruppe werden ergänzt um eine Arbeitsmedizinerin und eine Arbeitspsychologin. Die Arbeitspsychologin steht uns auch für Kriseninterventionen zur Verfügung, z.B. wenn schwere Lebenskrisen der Mitarbeiterinnen am Arbeitsplatz akut werden.

Die Pandemiesituation 2020 hat uns vor zahlreiche Herausforderungen gestellt. So haben wir mit September 2020 einen Stufenplan ausgearbeitet, um die Frequenz in unseren Büroräumen und den physischen Kontakt der Mitarbeiterinnen zu regulieren. Weiters haben wir die Räumlichkeiten so umgestaltet, dass wir allen gesetzlichen Anforderungen zu Mindestabständen gerecht werden konnten und Barriere-Maßnahmen ergriffen. Hierbei hat uns auch das Arbeitsinspektorat beraten. Der regelmäßige Austausch in den Gesundheitszirkeln Technik und Verwaltung konnte der Gewista während des Pandemiegeschehens nicht fortgeführt werden, das Steering Committee konnte seine Arbeit jedoch verstärkt fortsetzen. Bei der Infoscreen konnte der Gesundheitszirkel als auch der Nachhaltigkeitszirkel tagen.

Um den Zusammenhalt während der Pandemie und den niederschweligen Austausch von Gesundheitsinformationen zu fördern, haben wir intensiv auf der MyGewista-App über Ergonomie im Homeoffice, Strategien zur Stressreduktion und Resilienzbildung kommuniziert.

Für die genauen Kennzahlen verweisen wir auf den Anhang.



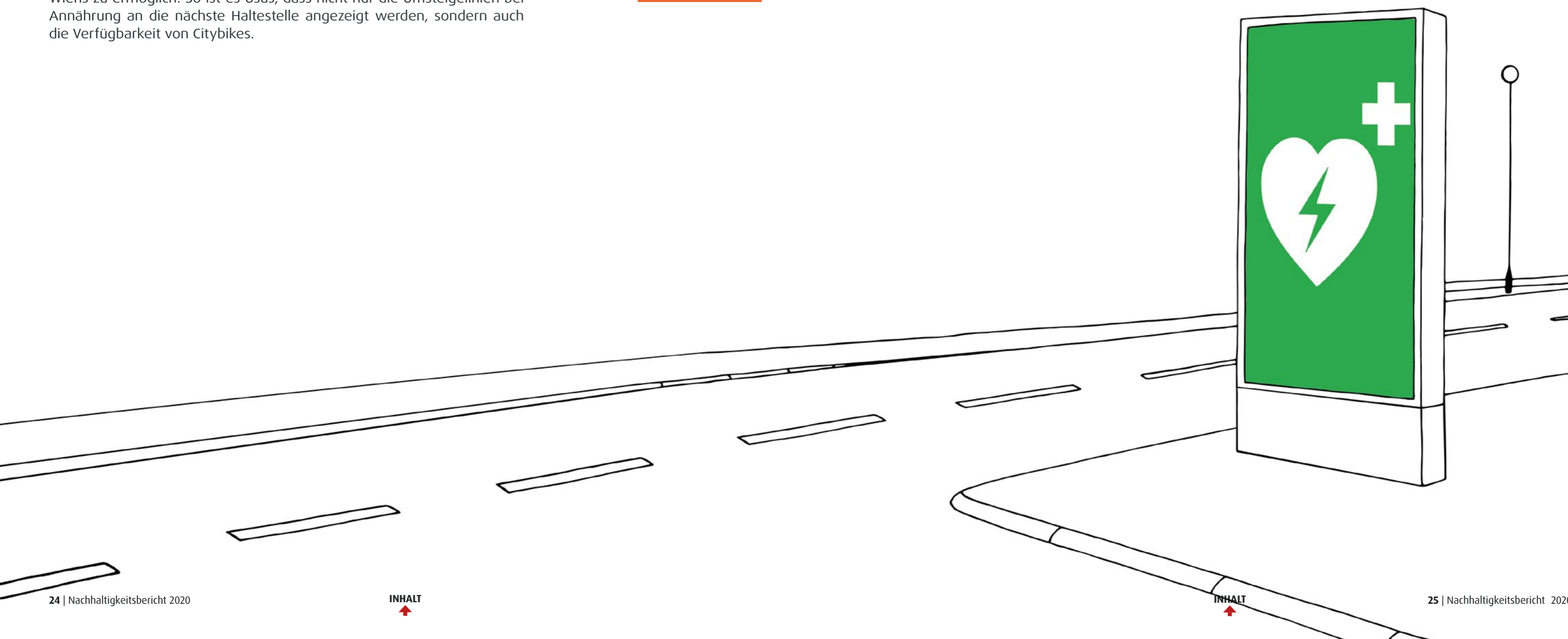
Im Rahmen der von uns gelebten Partnerschaft zwischen der Stadt Wien, ihren Bewohnerinnen, Besucherinnen und der Unternehmensgruppe setzen wir auf Maßnahmen, bei denen unsere Werbeträger den Bedürfnissen der Stadtbewohnerinnen Rechnung tragen und Vorteile bringen.

Infoscreen hat in den vergangenen zwei Jahren einen umfangreichen Prozess gestartet, um die Nutzerinnen des öffentlichen Nahverkehrs in allen Bundesländerhauptstädten Österreichs mit fundierten Informationen zu aktuellen Nachhaltigkeitsthemen zu versorgen. Der Schwerpunkt liegt darin, den Leserinnen Wege aufzuzeigen, nachhaltiges Handeln sehr einfach in den Alltag zu integrieren.

Seit einigen Jahren konnte die Services an die Fahrgäste ständig ausgebaut werden, um eine Vernetzung der verschiedenen Mobilitätsmodi innerhalb Wiens zu ermöglichen. So ist es Usus, dass nicht nur die Umsteigelinien bei Annäherung an die nächste Haltestelle angezeigt werden, sondern auch die Verfügbarkeit von Citybikes.



” Die Anzahl der Defibrillatoren wurde im Berichtszeitraum von 11 (2019) auf 21 (2020) **fast verdoppelt**, da wir Telefonzellen im Rahmen der Digitalisierung mit Defibrillatoren ausstatten konnten. “

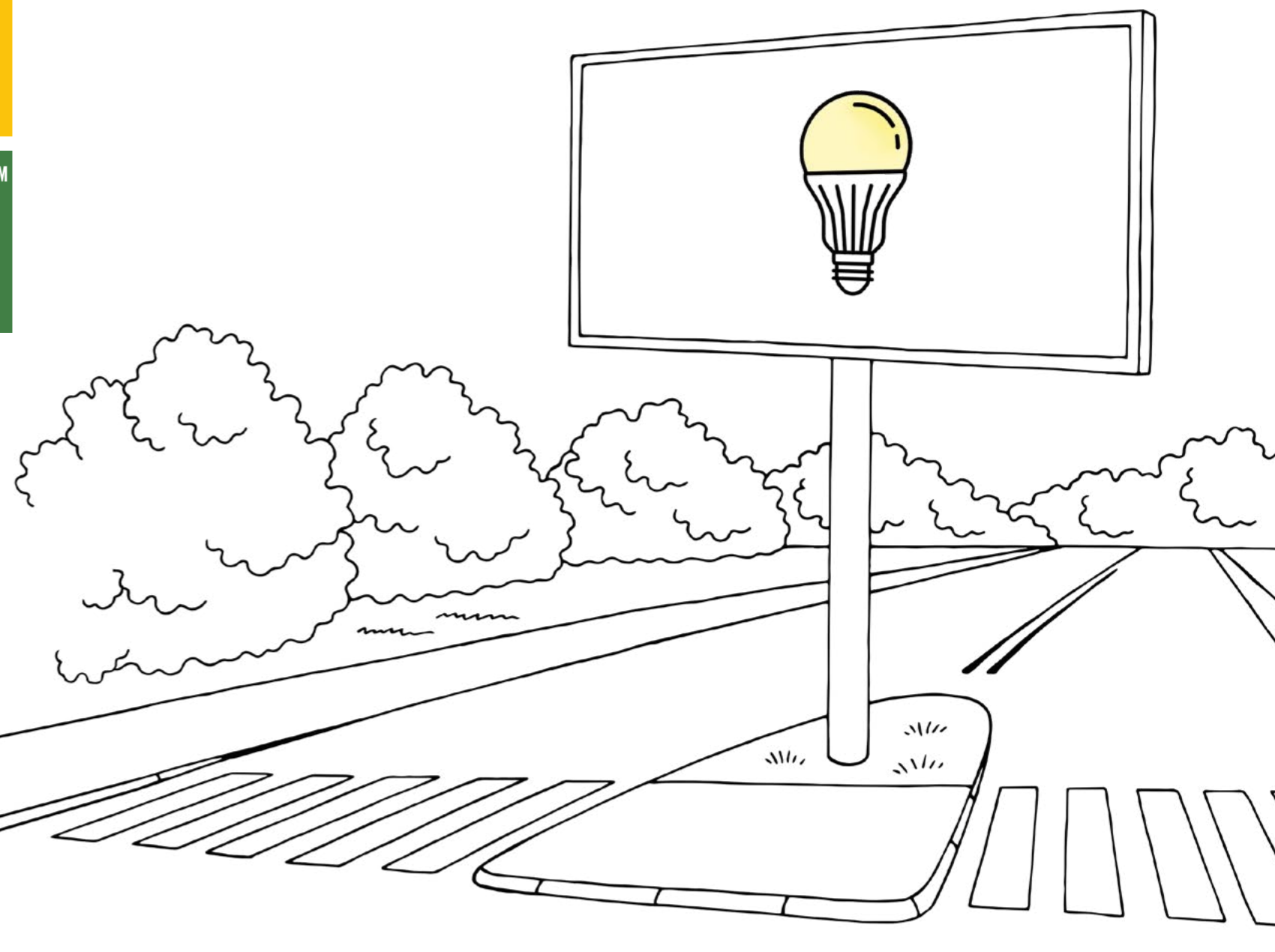


ENERGIEVERBRAUCH UND KLIMASCHUTZ

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. Diese Entwicklung hat sich auch in den Jahren 2019 und 2020 fortgesetzt.

Im Rahmen der Konzernstrategie weiten wir den Anteil an erneuerbarer Energie weiter aus und konnten per 2020 den Anteil von Strom aus CO₂-neutralen Quellen in den Bundesländern Wien, Niederösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg und Burgenland decken.

Wie haben unser Programm („LED-Retrofit“) zum Austausch von Halogenleuchtröhren durch LED-Leuchtröhren auch 2019 und 2020 erfolgreich weiterführen können; dies betrifft die Rollingboards im Großraum Wien und die Infoscreen-Beamer in den U-Bahnen in Wien.



Mehr zum Thema Energieverbrauch und Berechnungsgrundlagen finden Sie auf www.gewista.at



KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN

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.

4 HOCHWERTIGE BILDUNG



8 MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM



” Per Ende 2020 beschäftigen wir 270 Mitarbeiterinnen im Alter von 18-63 Jahren. Unsere durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beträgt rund 10 Jahre. “



KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN

Gewista-CSR-Verantwortliche Edith Nowak-Mann im Gespräch mit der Gewista Head of HR Edith Singer über die Herausforderungen der Pandemie, Change Management und warum Alter nicht Inflexibilität bedeutet

Andrea: Edith, ich habe den Eindruck, dass die Jahre 2019 und 2020 in der HR-Abteilung sehr arbeitsreiche Jahre waren. Wie hast du diese Jahre erlebt?

Edith: Manchmal fühlte ich mich wie bei einem Marathonlauf; Durchhaltevermögen und Selbstmotivation waren da entscheidend. Rückblickend bin ich aber sehr stolz auf mein Team, dass wir die Herausforderungen so gut gemeistert haben. Und es freut mich zu erleben, wie viele positive Rückmeldungen zu unseren Bemühungen kommen.

Andrea: Gibt es einen Bereich, der besonders herausfordernd ist?

Edith: Ich würde mehrere sehen. Der erste Bereich ist eine passgenaue Rekrutierung. Hier haben wir zusammen mit den internen Stakeholdern neue Prozesse etabliert, damit wir Stellenanforderungen besser einschätzen können und damit die Chancen, geeignete Bewerberinnen zu finden, erhöhen. Aufgrund meiner Erfahrung, aber auch bestätigt durch solide wissenschaftliche Studien zu Gruppenzusammensetzungen, baue ich auf eine gute „Durchmischung“, in anderen Worten Diversität. Diversität oder Vielfalt auf vielen Ebenen (Alter, Bildung, sozioökonomischer Hintergrund, Ethnizität etc.) erlaubt uns allen, effizienter und kreativer zu arbeiten. Es geht also einerseits um diese Diversität und andererseits um einen Fit to Team-Ansatz in der Rekrutierung. Denn das ist nur ein scheinbarer Widerspruch. In einer Lernenden Organisation und in einem High Performance Team braucht es sowohl Vielfalt als auch Homogenität. Diese Spannung gilt es in der Rekrutierung im positiven Sinne aufzulösen.

Der nächste Bereich ist unstrittig die Fortbildung. Ich meine hier nicht nur fachliche Fortbildungen, sondern auch persönlichkeitsbildende Maßnahmen, welche unsere sozialen und emotionalen Kompetenzen verbessern. Ganz im Sinne von New Work – Partizipation, gemeinsame Verantwortung und Purpose (Sinnstiftung) arbeitet die Human Resources Abteilung Hand



in Hand mit den Führungskräften und wichtigsten Stakeholdern (wie zum Beispiel dem Betriebsrat), um gemeinsam die richtigen Schritte in einer Lernenden Organisation zu setzen.

Ein weiterer Punkt sind die unterschiedlichen Sozialisationserfahrungen unserer Mitarbeiterinnen. Ich würde das weniger am Alter festmachen, sondern an der Dauer der Betriebszugehörigkeit und der Offenheit für Neues. Hier gibt es einen enormen Erfahrungsschatz, den es gilt, systematisch zu heben und der sich positiv auf die Resilienz des gesamten Unternehmens in Krisenzeiten, so wie wir sie erfahren haben, auswirkt.

Andrea: Wie hat sich die Pandemie auf das Miteinander in der Gewista ausgewirkt?

Edith: Für viele war es eine große Umstellung, vom Homeoffice aus zu arbeiten. Wir haben sehr schnell die myGewista-App ausgerollt, mit einem Mix aus Informationen, Vernetzungsmöglichkeiten und unterstützenden Postings. Diese App erlaubt einen nieder-

schwelligem, ortsungebundenen Zugang zu relevanten Informationen und ist durch Kommentarfunktionen auch interaktiv. Wir haben sukzessive den Einsatz von modernen Remote-Work-Formen ermöglicht, damit wir auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zusammen am Unternehmenserfolg arbeiten können. Dennoch ist die physische Präsenz in ihrer Bedeutung für den Zusammenhalt, die Vertrauensbildung und das Netzwerken nicht zu unterschätzen. Als Menschen brauchen wir nebst den Vorteilen der virtuellen Arbeitswelt auch den persönlichen Kontakt, um stabile und vertrauensvolle Beziehungen zu etablieren. Zahlreiche Studien zu virtuellen und „on-site“ Teams bestätigen das.

Andrea: In einer Krise gibt es auch unangenehme Entwicklungen, wie Mitarbeiterinnen-freisetzungen. War das auch für die Unternehmensgruppe eine Erfahrung?

Edith: Ja, ohne Frage. Mir war es wichtig, dass diese Freisetzungen nicht unreflektiert, sozusagen „mit dem Rasenmäher“ vollzogen werden, sondern im Interesse des Unternehmens unter Berücksichtigung der Würde des Einzelnen, aber auch der Auswirkungen auf das Team. Dass wir Mitarbeiterinnen enttäuschen mussten oder Entscheidungen nicht immer von außen nachvollzogen werden konnten, ist leider unvermeidlich. Aus diesem Grund haben wir viel Sorgfalt in unseren Offboarding-Prozess gelegt und mit den Betroffenen ein Einzelgespräch geführt.

Andrea: Welche Herausforderungen siehst du für die Zukunft der Unternehmensgruppe?

Edith: Für mich gibt es zwei Arten von Herausforderungen: die eine hat mit äußeren Einflüssen zu tun (demografische Entwicklung, Mangel an qualifizierten Arbeitskräften, veränderte Wertehaltungen in der Gesellschaft etc.), auf die wir zeitnah reagieren müssen bzw. denen wir proaktiv begegnen sollten; die andere

betrifft die Dynamik von Teams in der Beantwortung der Anforderungen der Wirtschaftswelt in einer krisenhaften Zeit. Wir versuchen, sowohl durch gezielte On- und Offboarding Maßnahmen, Employer Branding, Fortbildung unserer Mitarbeiterinnen als auch durch die kontinuierliche Begleitung der Teams diese Herausforderungen anzunehmen und in eine erfolgreiche Strategie der Zusammenarbeit umzusetzen. Der Erfolg hat viele Väter und Mütter. Dies gilt für eine alte Dame mit fast 100jähriger Geschichte wie die Gewista, ebenso wie für ein jungliches Unternehmen, mit einem volligitalen Geschäftsmodell, wie die Infoscreen.

Andrea: In der Nachhaltigkeit kommt oft das Konzept des „Enabeling“ auf. Siehst du da Parallelen zur HR-Arbeit?

Edith: Ich sehe da viele Parallelen. Das Ziel ist ja Herausforderung und Kür gleichermaßen. Wer Mitarbeiterinnen und Organisationen befähigt, das Beste aus sich herauszuholen und eine sinnstiftende Arbeitswelt schafft, wird auch in unsicheren, sich rasch ändernden Zeiten (VUCA Welt) erfolgreich sein. Vertrauen in die handelnden Personen zu setzen und ein Gefühl der Sicherheit zu vermitteln, ist dazu Grundvoraussetzung – ganz im Sinne des New Work Ansatzes, welches Agilität in der Arbeit allgemein und in der Führung im Besonderen erfordert.



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.

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 2019 und 2020 wurde vom Werberat an uns keine Anrufung durch die Öffentlichkeit gemeldet.

Zusammen mit Kunden aus Bereichen mit eigenen ethisch begründeten Werbeverboten wie z.B. Pharma- oder alkoholische Produkte, achten wir in der Auswahl der Standorte auf die strikte Einhaltung dieser Werbeverbote.

Im Rahmen der Arbeit an der neuen JCDecaux-Konzernstrategie wurden der Code of Ethics und der Code of Conduct for Suppliers neu gestaltet und von uns an die österreichischen gesetzlichen Vorgaben adaptiert. Eine konzerninterne Online-Ethik-Schulung, geplant für das Jahr 2020, wurde pandemiebedingt auf 2021 verschoben.



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



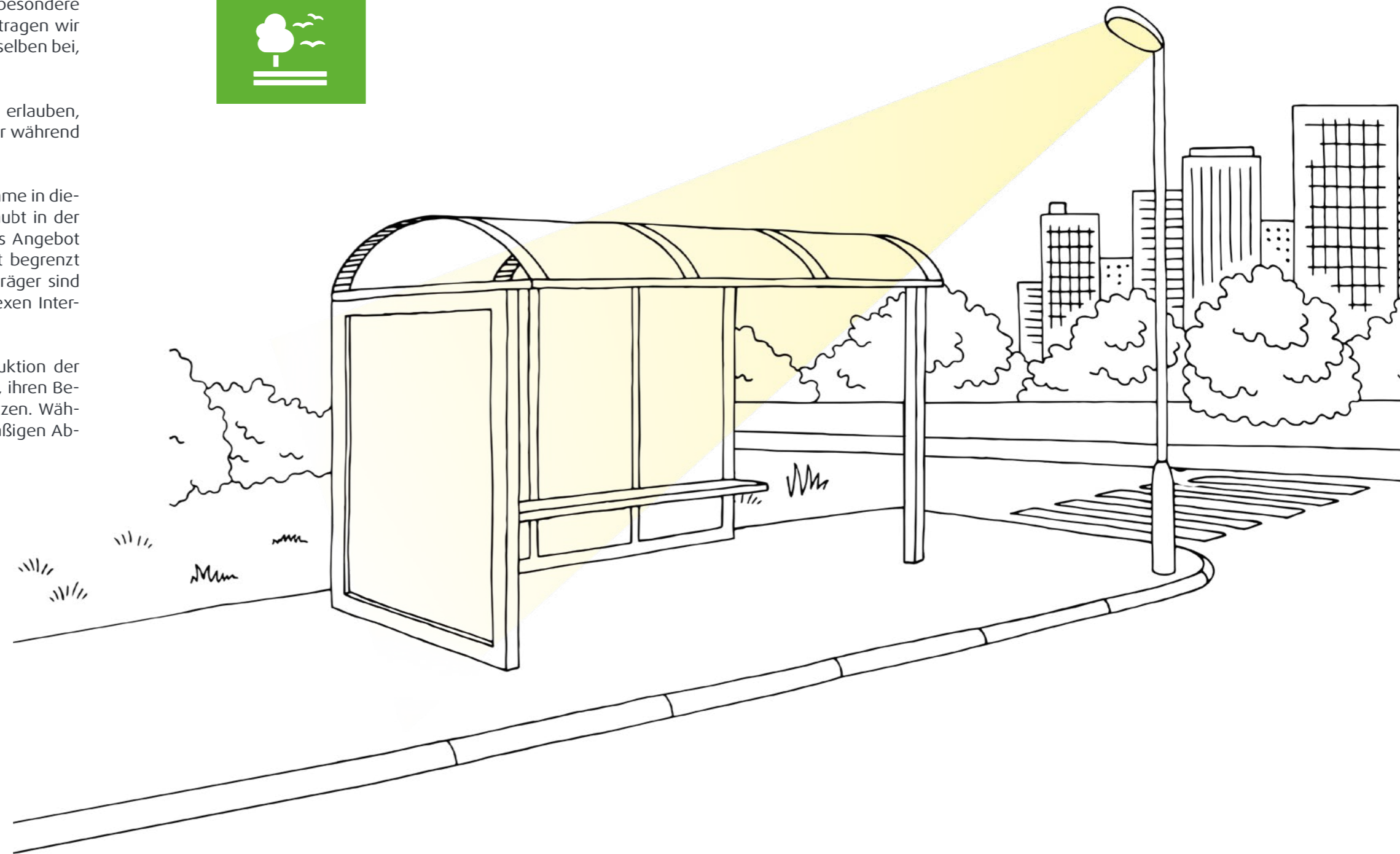
LICHTVERSCHMUTZUNG

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. Während der Pandemie konnten wir diese Thema nur in unregelmäßigen Abständen verfolgen.



KENNZAHLENTABELLE

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Management Board Mitglieder/ Geschäftsführer männlich	3	4	4	102-8, 405-1	alle > 50 Jahre, ein Mitglied ist kein Angestellter der Unternehmensgruppe
Management Board Mitglieder weiblich	1	1	1	102-8, 405-1	alle > 50 Jahre
Mitarbeiter:innen gesamt	210	270	270	102-8, 405-1	
davon Frauen	78	110	112	102-8, 405-1	
davon Männer	132	160	158	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe bis 30 Jahre	26	45	49	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe 30-50 Jahre	124	154	147	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe > 50 Jahre	60	71	74	102-8, 405-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre	12,4%	16,7%	18,1%	102-8, 405-1	
Altersgruppe 30 -50 Jahre	59,0%	57,0%	54,4%	102-8, 405-1	
Altersgruppe > 50 Jahre	28,6%	26,3%	27,4%	102-8, 405-1	

¹ Kennzahlen zu Mitarbeiter:innen: Köpfe

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Abteilungsleiter:innen	13	20	16	102-8, 405-1	
davon Frauen	6	9	8	102-8, 405-1	
davon Männer	7	11	8	102-8, 405-1	
Abteilungsleiterinnen					
davon Altersgruppe bis 30 Jahre	0	0	0	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe 30-50 Jahre	2	4	3	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe > 50 Jahre	4	5	5	102-8, 405-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre	0,0%	0,0%	0,0%	102-8, 405-1	
Altersgruppe 30 -50 Jahre	33,3%	44,4%	37,5%	102-8, 405-1	
Altersgruppe > 50 Jahre	66,7%	55,6%	62,5%	102-8, 405-1	
Abteilungsleiter					
davon Altersgruppe bis 30 Jahre	0	0	0	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe 30-50 Jahre	2	7	6	102-8, 405-1	
davon Altersgruppe > 50 Jahre	5	4	2	102-8, 405-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre	0,0%	0,0%	0,0%	102-8, 405-1	
Altersgruppe 30 -50 Jahre	28,6%	63,6%	75,0%	102-8, 405-1	
Altersgruppe > 50 Jahre	71,4%	36,4%	25,0%	102-8, 405-1	

¹ Kennzahlen zu Mitarbeiter:innen: Köpfe

KENNZAHLENTABELLE

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹				
	2018	2019	2020	GRI Standards Bemerkungen
Angestellte gesamt	133	191	194	102-8, 405-1
davon Altersgruppe bis 30 Jahre	21	40	45	102-8, 405-1
davon Altersgruppe 30-50 Jahre	81	107	103	102-8, 405-1
davon Altersgruppe > 50 Jahre	31	44	46	102-8, 405-1
Altersgruppe bis 30 Jahre	15,8%	20,9%	23,2%	102-8, 405-1
Altersgruppe 30 -50 Jahre	60,9%	56,0%	53,1%	102-8, 405-1
Altersgruppe > 50 Jahre	23,3%	23,0%	23,7%	102-8, 405-1
Arbeiterschaft gesamt	77	79	76	102-8, 405-1
davon Altersgruppe bis 30 Jahre	5	5	4	102-8, 405-1
davon Altersgruppe 30-50 Jahre	44	47	44	102-8, 405-1
davon Altersgruppe > 50 Jahre	28	27	28	102-8, 405-1
Altersgruppe bis 30 Jahre	6,5%	6,3%	5,3%	102-8, 405-1
Altersgruppe 30 -50 Jahre	57,1%	59,5%	57,9%	102-8, 405-1
Altersgruppe > 50 Jahre	36,4%	34,2%	36,8%	102-8, 405-1
Beschäftigungsverhältnis				
Teilzeitbeschäftigte	40	60	61	102-8, 405-1
Vollzeitbeschäftigte	175	210	209	102-8, 405-1
Frauen in Teilzeit	16	34	33	102-8, 405-1
Männer in Teilzeit	24	26	28	102-8, 405-1
Anteil Frauen in Teilzeit an allen beschäftigten Frauen	19,5%	30,9%	29,5%	102-8, 405-1
Anteil der Männer an allen beschäftigten Männern	18,0%	16,3%	17,7%	102-8, 405-1
Anzahl der Beschäftigungsverhältnisse am Ende des Berichtszeitraumes	210	270	270	102-8, 405-1

¹ Kennzahlen zu Mitarbeiter:innen: Köpfe

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹				
	2018	2019	2020	GRI Standards Bemerkungen
Einstellungen	43	31	38	401-1
davon Männer	35	18	22	401-1
davon Frauen	8	13	16	401-1
Männer	81,4%	58,1%	57,9%	401-1
Frauen	18,6%	41,9%	42,1%	401-1
davon Altersgruppe bis 30 Jahre männlich	11	6	7	401-1
davon Altersgruppe 30-50 Jahre männlich	21	10	15	401-1
davon Altersgruppe > 50 Jahre männlich	3	2	0	401-1
Altersgruppe bis 30 Jahre männlich	31,4%	33,3%	31,8%	401-1
Altersgruppe 30 -50 Jahre männlich	60,0%	55,6%	68,2%	401-1
Altersgruppe > 50 Jahre männlich	8,6%	11,1%	0,0%	401-1
davon Altersgruppe bis 30 Jahre weiblich	6	8	6	401-1
davon Altersgruppe 30-50 Jahre weiblich	2	4	6	401-1
davon Altersgruppe > 50 Jahre weiblich	0	1	4	401-1
Altersgruppe bis 30 Jahre weiblich	75,0%	61,5%	37,5%	401-1
Altersgruppe 30 -50 Jahre weiblich	25,0%	30,8%	37,5%	401-1
Altersgruppe > 50 Jahre weiblich	0,0%	7,7%	25,0%	401-1
Altersgruppe bis 30 Jahre Arbeiter	2	2	1	401-1
Altersgruppe 30-50 Jahre Arbeiter	12	7	5	401-1
Altersgruppe > 50 Jahre Arbeiter	2	1	0	401-1
Altersgruppe bis 30 Jahre Arbeiter	12,5%	20,0%	16,7%	401-1
Altersgruppe 30-50 Jahre Arbeiter	75,0%	70,0%	83,3%	401-1
Altersgruppe > 50 Jahre Arbeiter	12,5%	10,0%	0,0%	401-1
Altersgruppe bis 30 Jahre Angestellte	15	12	15	401-1
Altersgruppe 30-50 Jahre Angestellte	11	7	13	401-1
Altersgruppe > 50 Jahre Angestellte	1	2	4	401-1
Altersgruppe bis 30 Jahre Angestellte	55,6%	57,1%	46,9%	401-1
Altersgruppe 30-50 Jahre Angestellte	40,7%	33,3%	40,6%	401-1
Altersgruppe > 50 Jahre Angestellte	3,7%	9,5%	12,5%	401-1

KENNZAHLENTABELLE

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Beendigungen	48	33	38	401-1	
davon Männer	37	23	24	401-1	
davon Frauen	11	10	14	401-1	
Männer	77,1%	69,7%	63,2%	401-1	
Frauen	22,9%	30,3%	36,8%	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre männlich	10	4	6	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre männlich	20	14	15	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre männlich	7	5	3	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre weiblich	27,0%	17,4%	25,0%	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre weiblich	54,1%	60,9%	62,5%	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre weiblich	18,9%	21,7%	12,5%	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre Arbeiter	8	6	2	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre Arbeiter	2	3	8	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre Arbeiter	1	1	4	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre Angestellte	72,7%	60,0%	14,3%	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre Angestellte	18,2%	30,0%	57,1%	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre Angestellte	9,1%	10,0%	28,6%	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre Arbeiter	2	1	1	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre Arbeiter	13	7	8	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre Arbeiter	7	4	0	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre Angestellte	9,1%	8,3%	11,1%	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre Angestellte	59,1%	58,3%	88,9%	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre Angestellte	31,8%	33,3%	0,0%	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre Angestellte	16	9	7	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre Angestellte	9	10	15	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre Angestellte	1	2	7	401-1	
Altersgruppe bis 30 Jahre Angestellte	61,5%	42,9%	24,1%	401-1	
Altersgruppe 30-50 Jahre Angestellte	34,6%	47,6%	51,7%	401-1	
Altersgruppe > 50 Jahre Angestellte	3,8%	9,5%	24,1%	401-1	

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Mitarbeiterfluktuation					
durchschnittliche Anzahl Beschäftigte	14,6%	12,4%	14,1%	401-1	Personalbestand zu Beginn der Periode für die Berechnung herangezogen
davon Männer	18,1%	14,1%	15,0%	401-1	
davon Frauen	8,8%	9,6%	12,7%	401-1	
davon Altersgruppe bis 30 Jahre	33,3%	21,7%	17,8%	401-1	
davon Altersgruppe 30-50 Jahre	11,1%	11,0%	14,9%	401-1	
davon Altersgruppe > 50 Jahre	13,4%	9,1%	9,9%	401-1	
Befristete Arbeitsverhältnisse					
gesamt	k.a.	21	6	102-8, 405-1	inkl. Ferialpraktikanten
davon Männer	k.a.	12	6	102-8, 405-1	
davon Frauen	k.a.	9	0	102-8, 405-1	
durchschnittliche Fortbildungsstunden					
Gesamtbelegschaft	10,1	13,4	2,9	404-1	
Arbeiterschaft	2,6	1,1	1,6	404-1	
Angestellte	15	18,4	3,4	404-1	
Männer	6,9	9,5	2,6	404-1	
Frauen	16	19	3,4	404-1	

¹ Kennzahlen zu Mitarbeiter:innen: Köpfe

KENNZAHLENTABELLE

KOMMUNIKATION UND EINBEZIEHUNG DER MITARBEITERINNEN ¹					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
durchschnittliches Alter	k.a.	41,6	41,8	102-8, 405-1	
bei Männern	k.a.	42,6	42,7	102-8, 405-1	
bei Frauen	k.a.	40,1	40,6	102-8, 405-1	
Sicherheit und Gesundheit					
Geleistete Arbeitsstunden	k.a. ²	443.944	347.751	403-9	2020 inkl. Kurzarbeit
Anzahl gemeldeter Beinaheunfälle	3	0	0	403-9	
Anzahl Arbeitsunfälle mit arbeitsbedingten Verletzungen	4	3	1	403-9	keine schwerwiegenden Verletzungen, keine Unfälle mit Todesfolge
Rate an Arbeitsunfällen	k.a. ³	6,8	2,9	403-9	

¹ Kennzahlen zu Mitarbeiter:innen: Köpfe
² Anzahl Stunden
³ basierend auf 1 Mio. Arbeitsstunden

WIRTSCHAFTLICHE VERHÄLTNISSE (BASIS IFRS KONZERNABSCHLÜSSE)					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Österreich (12 Gesellschaften)					
Umsatz ⁴	>100	>100	>90	201-1	
Betriebskosten ⁴	50,6	63,2	54,1	201-1	Plakate, analoge & digitale Citylights und Verkehrsmittelwerbung, Rolling Board, Kulturwerbung, Autobahnwerbung, Großfläche, Citybike
Personalkosten ⁴	24,9	25,5	20,7	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	9,9	0,1	0,1	201-1	
Mitarbeiter ⁵	320	328	313	201-1	
Kroatien (1 Gesellschaft)					
Umsatz ⁴	7,9	8,0	5,2	201-1	Plakate, Rolling Boards, Citylights
Betriebskosten ⁴	5,1	5,2	3,7	201-1	
Personalkosten ⁴	1,3	1,3	0,9	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	0,2	0,1	-0,1	201-1	strl. Verlustvortrag in 2020
Mitarbeiter ⁵	32	31	31	201-1	
Polen (1 Gesellschaft)					
Umsatz ⁴	3,8	4,0	1,9	201-1	Großfläche
Betriebskosten ⁴	3,1	3,2	1,6	201-1	
Personalkosten ⁴	0,2	0,2	0,2	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	0,1	0,1	0,0	201-1	
Mitarbeiter ⁵	4	3	5	201-1	

⁴ in MEUR
⁵ Anzahl in VZÄ

KENNZAHLENTABELLE

WIRTSCHAFTLICHE VERHÄLTNISSE (BASIS IFRS KONZERNABSCHLÜSSE)					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Slowakei (1 Gesellschaft)					
					Plakate
Umsatz ⁴	3,1	3,1	2,5	201-1	
Betriebskosten ⁴	1,9	1,9	1,6	201-1	
Personalkosten ⁴	0,9	0,8	0,6	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	0,1	0,1	0,0	201-1	
Mitarbeiter ⁵	27	26	20	201-1	
Slowenien (5 Gesellschaften)					
					Plakate, analoge und digitale Citylights, Rolling Board, Citybike
Umsatz ⁴	12,9	13,0	9,5	201-1	
Betriebskosten ⁴	7,2	7,4	5,6	201-1	
Personalkosten ⁴	1,8	1,8	1,6	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	0,6	1,3	-0,1	201-1	strl. Verlustvortrag in 2020
Mitarbeiter ⁵	59	59	55	201-1	
Tschechische Republik (4 Gesellschaften)					
					Plakate und Verkehrsmittelwerbung
Umsatz ⁴	21,5	18,1	13,1	201-1	
Betriebskosten ⁴	8,2	12,1	9,6	201-1	
Personalkosten ⁴	2,6	2,7	2,0	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	5,0	0,6	0,3	201-1	
Mitarbeiter ⁵	100	93	90	201-1	

⁴ in MEUR
⁵ Anzahl in VZÄ

WIRTSCHAFTLICHE VERHÄLTNISSE (BASIS IFRS KONZERNABSCHLÜSSE)					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Ungarn (2 Gesellschaften)					
					Plakate, analoge & digitale Citylights, Verkehrsmittelwerbung
Umsatz ⁴	21,5	18,1	13,1	201-1	
Betriebskosten ⁴	8,2	12,1	9,6	201-1	
Personalkosten ⁴	2,6	2,7	2,0	201-1	
Steuern & Abgaben ⁴	5,0	0,6	0,3	201-1	
Mitarbeiter ⁵	100	93	90	201-1	

⁴ in MEUR
⁵ Anzahl in VZÄ

KENNZAHLENTABELLE

CO2 VERBRAUCH - MARKET-BASED EMISSIONS					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Scope 1					
Gas in MWh	379,5	289,3	299,1	302-1	
Diesel in MWh	801,2	775,5	604,3	302-1	
Benzin in MWh	35,1	45,0	14,2	302-1	
Summe in MWh	1.215,8	1.109,8	917,6	302-1	
Scope 1					
Gas in CO ² in t	70,8	54,0	55,8	305-1	davon erneuerbar: 0% (2018, 2019, 2020)
Diesel in CO ² in t	198,4	192,0	149,6	305-1	davon erneuerbar: 5,9% (2018, 2019, 2020)
Benzin in CO ² in t	8,8	11,3	3,6	305-1	davon erneuerbar: 3,2% (2018, 2019, 2020)
Summe in CO ² in t	278,0	257,3	209,0	305-1	
Scope 2					
Strom der Werbeträger in MWh	8.543,4	7.625,7	8.297,5	302-1	
Strom Haus in MWh	484,3	561,7	519,9	302-1	
Fernwärme in MWh	670,6	649,7	600,1	302-1	
Summe in MWh	9.698,4	8.837,1	9.417,5	302-1	
Scope 2					
Strom der Werbeträger in CO ² in t	10,9	12,4	27,2	305-2	davon erneuerbar 98,3% (2018), 99,0% (2019), 98,3% (2020)
Strom Haus in CO ² in t	-	-	-	305-2	davon erneuerbar: 100% (2018, 2019, 2020)
Fernwärme in CO ² in t	267,6	259,2	239,4	305-2	davon erneuerbar: 0% (2018, 2019, 2020)
Summe in CO ² in t	278,5	271,6	266,6	305-2	

CO2 VERBRAUCH - MARKET-BASED EMISSIONS					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Emissionsfaktoren					
Gas	0,186545445	0,186545445	0,186545455	201-1	Quelle: Konzerninterne Veröffentlichung basierend auf INSEE - Datenbasis
Diesel	2,662	2,662	2,476	201-1	
Benzin	2,425	2,425	2,508	201-1	
Strom der Werbeträger	0,163	0,163	0,163	201-1	
Fernwärme	0,399	0,399	0,399	201-1	
Konversionsfaktoren					
Diesel	0,01075148	0,01075148	0,01075148		
Benzin	0,009668697	0,009668697	0,009668697		

CO2 VERBRAUCH - LOCATION-BASED EMISSIONS					
	2018	2019	2020	GRI Standards	Bemerkungen
Scope 2 in CO ² in t	k.a.	1923,0	2051,0	305-2	Quelle: Emissionsfaktoren basieren auf der Datenbasis des österreichischen Umweltbundesamtes https://secure.umweltbundesamt.at/co2mon/co2mon.html

GRI INHALTS-INDEX

GRUNDLAGEN

GRI Standard	GRI Angaben	Seite im Bericht	Bemerkungen / Auslassungen
--------------	-------------	------------------	----------------------------

GRI 101: Grundlagen (2016)

ALLGEMEINE ANGABEN

GRI Standard	GRI Angaben	Seite im Bericht	Bemerkungen / Auslassungen
--------------	-------------	------------------	----------------------------

GRI 102: Allgemeine Angaben (2016)

GRI 102-1	Name der Organisation	5	
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	8	
GRI 102-3	Ort des Hauptsitzes	8	
GRI 102-4	Betriebsstätten	8	
GRI 102-5	Eigentum und Rechtsform	8	
GRI 102-6	Bediente Märkte	8	
GRI 102-7	Größenordnung der Organisation	8	
GRI 102-8	Information über Angestellte und andere Mitarbeiterinnen	36-41	
GRI 102-9	Lieferkette	12	
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	12	
GRI 102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip	3	
GRI 102-12	Externe Initiativen	10	
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	32	
GRI 102-14	Aussagen der Führungskraft	2	
GRI 102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	2	
GRI 102-18	Führungsstruktur	36-37	
GRI 102-40	Liste der Stakeholder Gruppen	18	
GRI 102-42	Bestimmen und Auswählen von Stakeholdern	18	
GRI 102-41	Tarifverträge		Siehe Fußzeile 1
GRI 102-43	Ansatz für die Stakeholdereinbeziehung	18	
GRI 102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	18	

¹ Für die Angestellten der Unternehmensgruppe gilt der Tarifvertrag Werbung und Kommunikation Wien;

ALLGEMEINE ANGABEN

GRI Standard	GRI Angaben	Seite im Bericht	Bemerkungen / Auslassungen
--------------	-------------	------------------	----------------------------

GRI 102-45	Entitäten, die in den Konzernabschlüssen erwähnt werden	4	
GRI 102-46	Bestimmung des Berichtsinhaltes und Themenabgrenzung	14-19	
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	18	
GRI 102-48	Neudarstellung von Information		Siehe Fußzeile 2
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		Siehe Fußzeile 2
GRI 102-50	Berichtszeitraum	4	
GRI 102-51	Datum des aktuellsten Berichtes	4	
GRI 102-52	Berichtszyklus	4	
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	4	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	4	
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	48-49	
GRI 102-56	externe Prüfung	4, 53-54	

² die Tochter Infoscreen wurde mit aufgenommen; Vergleichszahlen zum vorherigen Berichtszeitraum wurden nicht angepasst

GRI INHALTS-INDEX

WESENTLICHE THEMEN & ZUSÄTZLICHE THEMEN			
GRI Standard	GRI Angaben	Seite im Bericht	Bemerkungen / Auslassungen
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung (2016)			
GRI 201-1	Wirtschaftliche Leistung : unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	43	
Wesentliches Thema: Wirtschaftsethik			
GRI 205: Korruptionsbekämpfung (2016)			
GRI 205-1	Korruptionsbekämpfung: Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	32	Siehe Fußzeile 1
GRI 205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	32	Siehe Fußzeile 2
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	32	Siehe Fußzeile 3
Wesentliches Thema: Energieverbrauch und Klimaschutz			
GRI 302: Energie (2016)			
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	46	
GRI 103-1 bis 103-3	Managementansatz	26, 46	Siehe Fußzeile 3
GRI 305: Emissionen (2016)			
GRI 305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	46	
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	46	
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	26, 46-47	Siehe Fußzeile 3
GRI 401: Beschäftigung (2016)			
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	39	

¹ 100% der Gesellschaften, 100% der Betriebsstätten

² Schulungen wurden erfasst und berichtet, Angaben nach GRI 205-2-a bis GRI 205-2-d sind in Vorbereitung

³ Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant

WESENTLICHE THEMEN & ZUSÄTZLICHE THEMEN			
GRI Standard	GRI Angaben	Seite im Bericht	Bemerkungen / Auslassungen
Wesentliches Thema: Gesundheit & Sicherheit der Mitarbeiterinnen			
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (2018)			
GRI 403-1	Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	22-23	
GRI 403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	22-23	
GRI 403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	22-23	
GRI 403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	22-23	
GRI 403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	22-23	
GRI 403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	22-23	
GRI 403-7	Vermeidung und Minimierung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz	22-23	
GRI 403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz abgedeckt sind	22-23	
GRI 403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	42	
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	22-23	Siehe Fußzeile 3
Wesentliches Thema: Kommunikation & Einbeziehung der Mitarbeiterinnen			
GRI 404: Aus- und Weiterbildung (2016)			
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	41	
GRI 404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	30-31	
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	30-31	Siehe Fußzeile 3

WESENTLICHE THEMEN & ZUSÄTZLICHE THEMEN

GRI Standard	GRI Angaben	Seite im Bericht	Bemerkungen / Auslassungen
GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit (2016)			
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	38	
Wesentliches Thema: Nachhaltige und Innovative Stadt			
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	24	Siehe Fußzeile 3
Wesentliches Thema: Lichtverschmutzung			
GRI 103-1 bis 103-3	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzungen; Der Managementansatz und seine Komponenten; Prüfung des Managementansatzes	34	Siehe Fußzeile 3

¹ 100% der Gesellschaften, 100% der Betriebsstätten

² Schulungen wurden erfasst und berichtet, Angaben nach GRI 205-2-a bis GRI 205-2-d sind in Vorbereitung

³ Der Aufbau von strategischen Zielen ist in Vorbereitung; die Evaluierung des Managementansatzes ist im nächsten Berichtszyklus geplant

An die Geschäftsführung der Gewista Werbegesellschaft m.b.H

Bericht über die unabhängige Prüfung der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020

Wir haben die Prüfung der nach den Anforderungen gemäß den GRI-Standards, Kern-Option aufgestellten Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020 (nachfolgend „Prüfung“) der Gewista Werbegesellschaft m.b.H. (nachfolgend „Gewista“) Wien, durchgeführt.

Die Prüfung umfasste die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020 wie folgt: Nachhaltigkeitsbericht 2020 hinsichtlich der Angaben und Verweise vom GRI-Inhaltsindex in die Berichterstattung für das Geschäftsjahr 2020.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die ordnungsgemäße Aufstellung der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020 in Übereinstimmung mit den GRI-Standards¹ liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Eine von den gesetzlichen Vertretern unterfertigte Vollständigkeitserklärung haben wir zu unseren Akten genommen.

Verantwortung des Prüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage unserer Prüfungshandlungen und der von uns erlangten Nachweise eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den GRI-Standards dargestellt wurde.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des „International Federation of Accountants' ISAE 3000 (Revised)“ -Standards durchgeführt.

Danach haben wir unsere Berufspflichten einschließlich der Vorschriften zur Unabhängigkeit einzuhalten und den Auftrag unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können.

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 dem Auftraggeber und etwaigen Dritten insgesamt EUR 726.730.

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 eine hinreichende Prüfsicherheit (wie beispielsweise bei einer Jahresabschlussprüfung), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Prüfers und umfasste insbesondere folgende Tätigkeiten:

- ▶ Erlangung eines Gesamtüberblicks zur Unternehmens-tätigkeit, sowie zur Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens;
- ▶ Durchführung von Interviews mit Unternehmensverant-wortlichen, um relevante Systeme, Prozesse und interne Kontrollen bezüglich der geprüften Berichtsinhalte, welche die Erhebung der Informationen für die Berichterstat-tung unterstützen, zu verstehen;
- ▶ Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der nichtfinanziellen Berichter-stattung zu beurteilen und um zu verstehen, wie die Wei-terentwicklung von Prozessen und Kontrollen umgesetzt wurde;
- ▶ Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Pro- zesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluie- rung der Darstellung in der Nachhaltigkeitsberichterstat- tung;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Un- ternehmensebene;
- ▶ Durchführung von Standortbesuchen am Standort Lit- faßstraße 6, 1030 Wien, um Nachweise zu Leistungs- kennzahlen zu erhalten. Darüber hinaus führten wir eine stichprobenartige Überprüfung einzelner Angaben in der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf Standortebene hin- sichtlich Vollständigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Aktualität durch;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse, um zu erheben, ob diese auf Konzernebene angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet wurden. Dies um- fasste die Beurteilung, ob die Daten in genauer, verläss- licher und vollständiger Art und Weise berichtet wurden;
- ▶ Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen The- men, welche im Rahmen von Stakeholderdialogen ange- sprochen wurden, über welche in Medien Bericht erstattet wurden und zu welchen wesentliche Wettbewerber in ih- ren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- ▶ Evaluierung der unternehmensinternen Wesentlichkeits- analyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends sowie Aspekten von GRI;

- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020 auf Basis der Berichtsgrundsätze der GRI Standards und
- ▶ Beurteilung, ob für die Kern-Option die GRI Standards konform angewendet wurden.

Gegenstand unseres Auftrags war weder eine Abschlussprüfung noch eine prüferische Durchsicht von vergangenheitsorientierten Finanzinformationen. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Leistungsindikatoren und Aussagen wurden von uns keiner Prüfung unterzogen. Wir überprüften lediglich die GRI-konforme Darstellung dieser Informationen in der Berichterstattung. Ebenso war weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z.B. Unterschlagungen oder sonstiger Untreuehandlungen und Ordnungswidrigkeiten, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrags. Weiters waren Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, zukunftsbezogene Angaben so-wie Vorjahreszahlen nicht Gegenstand unserer Beauftragung. Im Bericht wurden die im GRI-Inhaltsindex angeführten Verweise, jedoch nicht darüber hinaus gehende weitere (Web-) Verweise, geprüft.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unsere zusammenfassende Beurteilung zu dienen.

Wir erstatten diesen Bericht auf Grundlage des mit Ihnen geschlossenen Auftrags, dem auch mit Wirkung gegenüber Dritten die „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“² zugrunde liegen.

Zusammenfassende Beurteilung

Auf Basis unserer Prüfungshandlungen und der von uns erlangten Nachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Nachhaltigkeitsberichterstattung 2020 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den GRI-Standards dargestellt wurden.

Wien, 28. Juni 2022

Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.



Mag. Hans-Erich Sorli



DI Georg Rogl

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

²Fassung vom 18. April 2018, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, Kapitel 7, http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB_2018_de.pdf

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

Für den Inhalt verantwortlich:

Andrea Nowak Mann

Konzept und Gestaltung

Zoi Samara

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.