

# INHALT



02	VORWORT ZUM NACHHALTIGKEITSBERICHT
04	ÜBER DIESEN BERICHT
06	ÜBER GEWISTA
10	WERTSCHÖPFUNG
12	STRATEGIE JCDECAUX UND GEWISTA
13	WESENTLICHE BEITRÄGE ZU DEN SDGS
15	ESG-RISIKEN
16	STAKEHOLDEREINBINDUNG UND WESENTLICHE THEMEN
18	ENTWICKLUNG NACHHALTIGER LEBENSÄRUME
18	NACHHALTIGE INNOVATIONEN
20	ENTWICKLUNG EINES VERBESSERTEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCKS
20	ABFALL
24	ANPASSUNG AN DEN KLIMAWANDEL
26	ENERGIEVERBRAUCH
28	ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG
28	CYBERSECURITY UND DATENSCHUTZ
30	DIVERSITY UND MITARBEITERENTWICKLUNG
36	ETHISCHES VERHALTEN, GOVERNANCE UND VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION
38	HEALTH & SAFETY
40	MENSCHENRECHTE
42	NACHHALTIGER EINKAUF
44	GRI INHALTS-INDEX
50	ANHANG 1 PRÜFBERICHT

Liebe Leserin, lieber Leser,

wir freuen uns, Ihnen einen weiteren Nachhaltigkeitsbericht der Gewista vorlegen zu können. Die Anzahl der einbezogenen Unternehmen ist erneut gestiegen und umfasst inzwischen die Tochterunternehmen Gewista Service, Infoscreen, Progress Außenwerbung und Megaboard.

Bevor wir in den nachfolgenden Seiten in die Details einsteigen, wollen wir Ihnen unsere Überzeugungen kurz darlegen:

### **Entwicklung eines verbesserten ökologischen Fußabdrucks**

Wir legen unseren Fokus auf Klimaschutz. Dies bedeutet für uns, so ressourcenschonend wie möglich zu agieren. Gemeinsam mit dem JCDecaux-Konzern haben wir ambitionierte Ziele und Maßnahmen in diesem Bereich gesetzt. Wir haben in den vergangenen zwei Jahren damit begonnen, die Beleuchtungszeiten unserer Werbeträger weiter zu optimieren. Die Umrüstung auf energiesparende LED-Technik, die seit 2016 kontinuierlich von uns betrieben wird, steht kurz vor der flächendeckenden Umsetzung in Österreich.

Bis 2030 haben wir es uns zum Ziel gesetzt, unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen im Scope 1 + 2 - Bereich um mindestens 60% gegenüber dem Niveau von 2019 zu senken.

Dies bedeutet für uns auch, bei Gebäudetechnik und Mobilitätsverhalten neue Wege zu gehen. Der kommende Umzug in neue Räumlichkeiten, die die ÖGNI/DGNB-Zertifizierung in Platin haben sowie der Ausbau unserer E-Fahrzeugflotte zeugen von dieser Überzeugung.

### **Entwicklung nachhaltiger Lebensräume**

Wir wollen unsere Werbeträger und Serviceangebote für alle weiterentwickeln und die Grundsätze des Ökodesigns systematisieren. Erste Erfolge können wir schon vorweisen: etwa durch den Einsatz neuer Technologie, wie dem Holocircle. Dabei handelt es sich um einen innovativen 3D Hologramm-Projektor, über den Werbemotive freischwebend innerhalb einer Werbevitrine projiziert werden und damit den Effekt eines Screens erzeugen. Diese moderne Lasertechnik mit der wiederverwendbaren und recyclingfähigen Einbautechnik aus Holz kombiniert, bieten wir seit 2021 an.

Die Zusammenarbeit mit unseren Vertragspartnern bei der Gestaltung von nachhaltigen urbanen Lebensräumen liegt in unserer DNA. Daher haben wir zusammen mit den Wiener Linien erfolgreich ein Projekt zur Begrünung von Wartehallen mit Sedum-Matten gestartet, um der innerstädtischen Hitzeentwicklung entgegenzuwirken.

### **Entwicklung einer verantwortungsvollen Geschäfts- und Arbeitsumgebung**

Wir sind der Überzeugung, dass unternehmerischer Erfolg auf erfolgreichen Teams beruht. Diversität und Förderung aller Teammitglieder in ihren fachlichen und persönlichen Fähigkeiten machen unsere Teams stärker und gerüstet für die Herausforderungen der Zukunft. Stolz sind wir auf die Möglichkeit von alternativen Karrierewegen und die Umsetzung des New Work Ansatzes innerhalb der Organisation.

Wir legen so das Fundament für eine nachhaltige, zukunftsweisende Entwicklung der Gewista-Gruppe, denn eine lebenswerte Zukunft geht uns alle an.

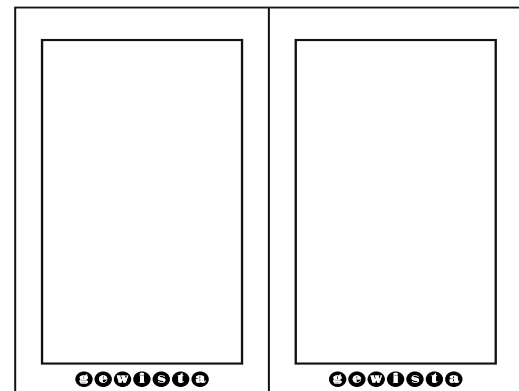
Franz Solta  
CEO Gewista

Hermann Gugler  
Aufsichtsratsvorsitzender Gewista

Der vorliegende Bericht stellt den freiwillig erscheinenden Nachhaltigkeitsbericht der Gewista Werbegesellschaft m.b.H. mit Sitz in der Litfaßstraße 6, 1030 Wien sowie folgender österreichischer Tochterunternehmen für die Jahre 2021 und 2022 dar (*im folgenden Gewista-Gruppe genannt*):

- Gewista Service GmbH
- Megaboard GmbH
- Progress Außenwerbung Gesellschaft m.b.H.
- INFOSCREEN Austria Gesellschaft für Stadtinformationsanlagen GmbH

Es wurden nur Unternehmen berücksichtigt, die in Österreich angesiedelt sind und sich im Mehrheitsbesitz der Gewista Werbegesellschaft befinden. Ausländische Tochtergesellschaften werden in den Berichten des JCDecaux-Konzerns berichtet. Die Kulturformat und die USP Werbeges.m.b.H. befinden sich ebenfalls im Mehrheitsbesitz der Gewista Werbegesellschaft m.b.H. und sollen, auf Grund der aktuell unzureichenden Datenlage, erst mit der nächsten Berichtsperiode erfasst werden. Die unzureichende Datenlage erklärt die Abweichungen zur finanziellen Berichterstattung. Aus Aufwandsgründen wird der Bericht zum gegenwärtigen Zeitpunkt in einem zwei-jährigen Zyklus erstellt.



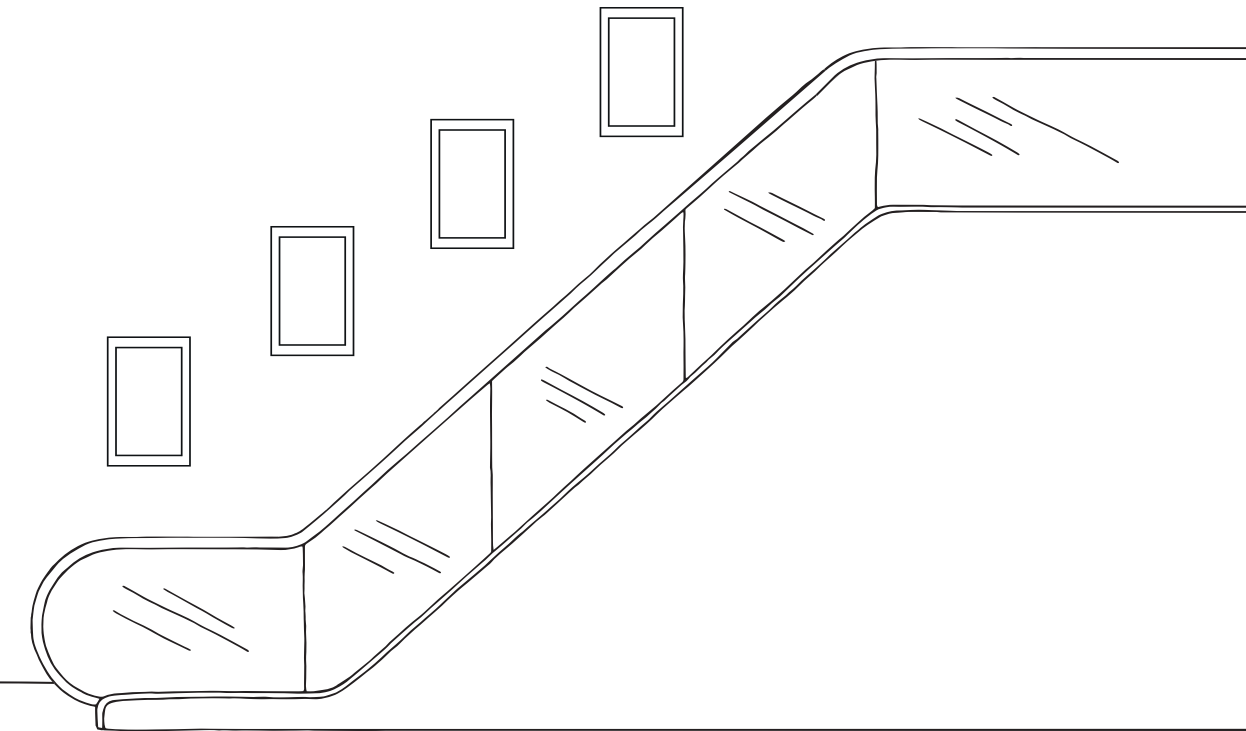
Für den Inhalt, die Erstellung sowie das unterjährige Reporting ist die Abteilung Reporting und Controlling der Gewista Werbegesellschaft verantwortlich, welche direkt dem CFO untersteht. Die finanziellen Kennzahlen werden automatisiert im SAP-System erfasst. Relevante nicht finanzielle Kennzahlen werden manuell übertragen und durch ein Vier-Augen-Prinzip kontrolliert.



Für Rückfragen zu diesem Bericht stehen Andrea Nowak-Mann und Markus Giesen zur Verfügung.

- [Andrea.NowakMann@gewista.at](mailto:Andrea.NowakMann@gewista.at)
- [markus.giesen@gewista.at](mailto:markus.giesen@gewista.at)

Der Bericht wurde dem Aufsichtsrat und dem Managementboard vorgelegt und extern durch Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. als unabhängigem Dritten geprüft (limited assurance).





Gewista Werbegesellschaft, ihre inländischen und ausländischen Tochterunternehmen sind in Österreich, Ungarn, Slowenien, Kroatien, Tschechien, Polen sowie der Slowakei aktiv und verfügen über ein umfassendes Produktportfolio.



## Unser PRODUKTPORTFOLIO

- Plakatwände
- Wartehallen
- analoge freistehende City Lights
- digitale freistehende City Lights
- City Light Wartehallen
- analoge Rolling Boards
- digitale Rolling Boards
- Innenwerbung in Verkehrsmitteln
- Außenwerbung in Verkehrsmitteln
- analoge Werbeträger in U-Bahn-Stationen
- digitale Werbeträger in U-Bahn-Stationen
- Großflächen





## GRI

2-1, 2-7, 2-8, 2-9, 2-11,  
2-12, 2-14, 2-15, 2-17, 2-30,  
405-1-a

Zum 31.12.2021 waren 307 Personen davon 129 Frauen und 178 Männer in der Gewista-Gruppe beschäftigt. Zum gleichen Tag des Jahres 2022 waren 295 Personen davon 123 Frauen und 172 Männer in der Gewista-Gruppe beschäftigt. Alle Angestellten waren in unbefristet abgeschlossenen Dienstverhältnissen mit einer innerhalb der kollektivvertraglichen und gesetzlich definierten Stundenanzahl tätig. Rund 98% aller Angestellten unterlagen kollektivvertraglichen Regelungen.

Als Teilzeitbeschäftigte werden jene Personen angesehen, deren Arbeitsleistung nicht einem Vollzeitäquivalent entspricht. Mit Ende 2021 waren 68 Personen davon 39 Frauen und 27 Männer in einem Teilzeit-Verhältnis beschäftigt. Ende 2022 arbeiteten 62 Personen davon 37 Frauen und 25 Männer in Teilzeit.

Mehrheitseigentümer mit 67,00% ist die JCDecaux Central Eastern Europe Holding GmbH, womit die Gewista-Gruppe Teil des JCDecaux-Konzerns mit Sitz in 17, rue Soyer 92523 Neuilly-sur-Seine Cedex, Frankreich ist. Dieser ist Weltmarktführer im Bereich des Out-of-Home-Advertisings.

Der alleinige Minderheiteneigentümer ist die PROGRESS Beteiligungsges.m.b.H. Durch die Zugehörigkeit zu einem international operierenden Konzern kann die Gewista-Gruppe Synergien nutzen. Im Bereich der Nachhaltigkeit bedeutet dies, dass die strategischen Ziele des JCDecaux-Konzerns auch für den österreichischen Markt gelten. Des Weiteren richtet sich ein Teil der variablen Vergütung des Managementboards nach der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen. Diese Ziele werden jährlich bewertet und angepasst.

Die operative Leitung obliegt einem aus vier Personen bestehenden Managementboard, welches sich aus drei Männern und einer Frau zusammensetzt. Daneben übernimmt ein Aufsichtsrat die Funktion des Kontrollgremiums. Dieser besteht aus 9 Mitgliedern, wovon sieben Männer

(alle über 50) und zwei Frauen (zwischen 30 und 50) sind. Von den 9 Mitgliedern des Aufsichtsrats werden sechs von den Eigentümern entsandt. Drei Personen sind Vertreter:innen der Mitarbeitenden. Die Eigentümer führen die Überprüfung von potenziellen Interessenskonflikten eigenständig durch. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats ist keine Führungskraft in einer der im Bericht enthaltenen Gesellschaften und für kein Mitglied des Aufsichtsrats sind Interessenskonflikte im Sinne des österreichischen Corporate-Governance-Kodex, insbesondere keine mit Lieferant:innen oder sonstigen Stakeholdern, bekannt. Folgende Personen sind in einem Aufsichtsrat oder einem Vorstand eines börsennotierten Unternehmens vertreten:

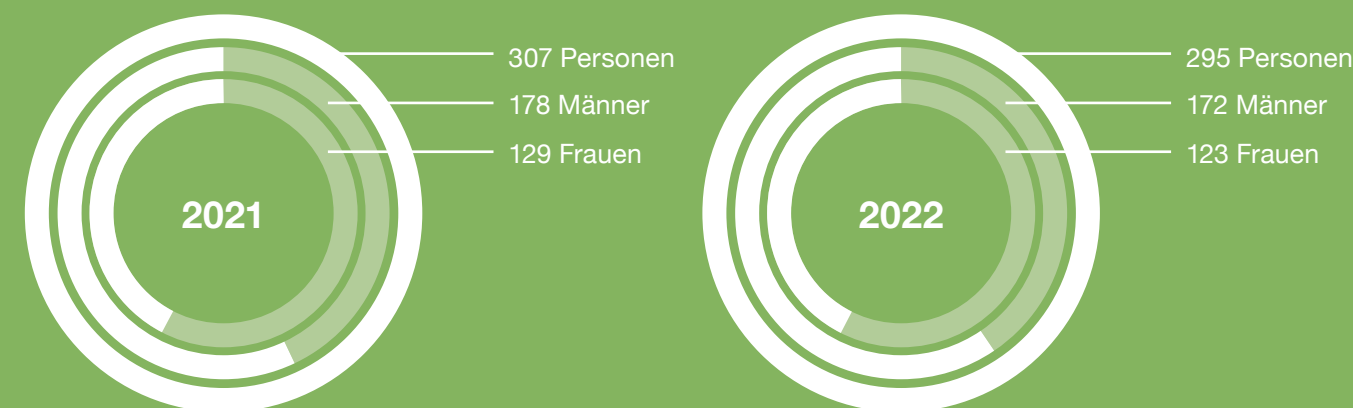
- Daniel Hofer (Verwaltungsrat: APG SGA SA, Schweiz; Vorstand: JCDecaux SE, Frankreich)
- Sonja Steßl (Aufsichtsrat: Flughafen Wien Aktiengesellschaft, Österreich)

Sowohl Managementboard als auch Aufsichtsrat werden regelmäßig (mind. zweimal im Jahr) über die neuesten Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung informiert.

Von Seiten des JCDecaux-Konzerns werden interne Online-Nachhaltigkeitsschulungen angeboten, um ein Bewusstsein für Nachhaltigkeit zu schaffen und die Expertise weiter auszubauen.

Des Weiteren wird die konzerninterne Strategie laufend evaluiert und gegebenenfalls angepasst. Die Aktualisierungen werden in globalen Online-Teams-Meetings dem Vorsitzenden des Managementboards sowie den relevanten Mitarbeiter:innen in der Abteilung Reporting und Controlling präsentiert. Zur weiteren Professionalisierung des Nachhaltigkeitsmonitorings und der Nachhaltigkeitsberichterstattung wurde im Dezember 2022 eine zusätzliche Person, im Ausmaß von einem Vollzeitäquivalent, in der Abteilung Reporting und Controlling der Gewista Werbegesellschaft angestellt.

## Beschäftigte in der Gewista-Gruppe zum 31.12.



# 98%

aller Angestellten unterlagen kollektivvertraglichen Regelungen

### Teilzeit-Beschäftigte 2021



### Teilzeit-Beschäftigte 2022



## Aufsichtsrat

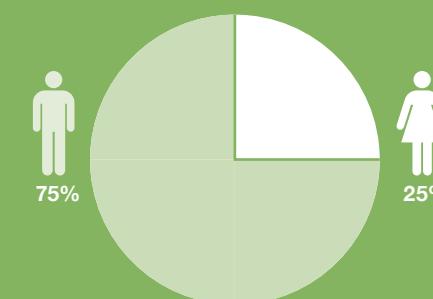


”

Managementboard & Aufsichtsrat werden mindestens zweimal im Jahr über die neuesten Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung informiert.

“

## Managementboard



Die Angabe Personen bezieht sich – im gesamten Bericht – auf die Gesamtzahl an natürlichen Personen, die am Stichtag 31.12.2021 bzw. 31.12.2022 bei Gewista und ihren österreichischen Tochterunternehmen beschäftigt war.

Im Berichtszeitraum lief der Vertrag für den Geschäftszweig „City-Bike“ aus, womit der Betrieb zum 31. März 2022 eingestellt wurde. Die verbleibenden Fahrräder wurden teilweise innerhalb des Konzerns weiterveräußert. Die Gewista-Gruppe ist in hohem Maße in den JCDecaux-Konzern wirtschaftlich, z.B. über den Einkauf hochwertiger Werbeträger, eingebunden. Teilweise werden von einzelnen Konzerngesellschaften auch Dienstleistungen erbracht. Die Unternehmen in Österreich sind aus historischen und geographischen Gründen eng miteinander verwoben. Es bestehen daher weitreichende Beziehungen zwischen den Unternehmen sowie mit anderen Konzerngesellschaften, darunter auch jenen in Frankreich, Deutschland und der Schweiz. Eine genaue Übersicht der Konzerngesellschaften ist im Universal Registration Document (s.S. 332ff URD) des JCDecaux-Konzerns zu finden. Dieses führt die Konzerngesellschaften im jeweiligen Berichtsjahr an.

## PRODUKTENTWICKLUNG



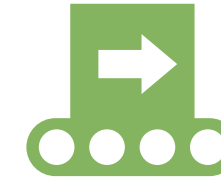
- Hoher Qualitätsanspruch – hochwertige Materialien
- Modularer Aufbau & Langlebigkeit
- Corporate führend

## BESCHAFFUNG



- Regionale Quellen: Holz, City Light, Buswarteallen
- Dienstleistungen: IT (AUT)
- Sustainable Purchasing
- Corporate: Rolling Board, Digital
- Schnellebigkeit des Digitalen
- Begrenzte Lieferant:innen-Auswahl
- Energieeffiziente Komponenten

## PRODUKTION



- Ca. 25-30% Eigenproduktion der Plakate
- Eigene Leimproduktion - lösungsmittelfrei, biologisch abbaubar
- 100% Grünstrom (Wasserkraft)
- Depot Plakate - sozialer Bereich

- Ethisches Handeln in der Werbung
- Sustainable Purchasing Richtlinien
- Richtlinien zur Korruptionsbekämpfung

- Gesundheit & Sicherheit
- Betriebliche Gesundheitsförderung
- Flexible Arbeitszeiten

## ORGANISATION



- Routerplanung: Optimierung
- Ressourcenschonendes Arbeiten
- Hybrid/E-Autos
- Transport in Österreich über Schiene
- Plakat und City Light: Möglichkeit zur dezentralen Anlieferung
- Richtlinien zum CO<sub>2</sub> Ausstoß bei Autos

## VERTRIEB



## NUTZUNG



- Nachabschaltung/-reduktion
- Energieintensiv Rolling Board, Digital
- LED - Röhren statt AURA Halogen; City Light (1400 Standorte 1GWh Ersparnis p.a.)
- SCREEN LEITSYSTEM bei Katastrophen
- 21 DEFIS
- Carbon Footprint der Digitalisierung als Herausforderung der Zukunft


## OPTIONEN am Ende des Lebensweges

- Modulare Zerlegung Plakatwand möglich
- Refurbishment
- Thermische Verwertung
- Weitergabe Hardware




Als global operierendes Unternehmen gibt der JCDecaux-Konzern die strategischen Ziele für die Gewista-Gruppe vor. Diese Ziele werden vom Aufsichtsrat für die Gewista-Gruppe als verbindliche Ziele für das Managementboard angesehen, sodass keine eigenen Ziele für die Märkte beschlossen wurden.


Die globale ESG-Strategie 2030 hat sich zum Ziel gesetzt, eine Strategie zu sein, die einen Mehrwert für die Gesellschaft schafft. Im Bereich der Fahrgastunterstände und Straßenmöbel soll in den nächsten Jahren ein verstärkter Fokus auf Langlebigkeit und Recyclingfähigkeit gelegt werden. Dies soll durch den Einsatz neuer Materialien oder der Wiederverwendung einzelner Komponenten (ReUse/Refurbishment) erreicht werden. Die Strategie hat drei Schwerpunkte (s. S. 62 URD):



**Für nachhaltige Lebensräume**



**Für einen optimierten ökologischen Fußabdruck**



**Für ein verantwortungsvolles Unternehmensumfeld**

Die Strategie erlaubt es auch auf globale Megatrends (vgl. S. 55 & 56 URD) zu reagieren:

- Zunehmende Verstädterung und Megacities
- Klimawandel und Ressourcenverknappung
- Digitalisierung
- Veränderungen im Konsum
- Veränderung der Erwartungen an Unternehmen
- Zunehmende Bedeutung der ESG-Berichterstattung:
  - ✓ CSRD & ESRS
  - ✓ TFCDD
  - ✓ SBTi
  - ✓ CDP
  - ✓ Nachhaltigkeitsratings

Zusätzlich zu den strategischen Zielen verfügt der JCDecaux-Konzern über einen Ethik-, Verhaltens- und Lieferantenverhaltenskodex. Diese stellen weitere wichtige Leitlinien, auch in Bezug auf Menschenrechte, für unsere Geschäftstätigkeit dar. Die Gewista-Gruppe will wie der JCDecaux-Konzern ihren Beitrag zur Erreichung der Sustainable Development Goals leisten. Zu den folgenden Unterzielen kann die Gewista-Gruppe einen wesentlichen Beitrag leisten:

<p><b>3.9</b></p>  <p>Von unseren Lieferant:innen und unseren Subunternehmer:innen, erwarten wir, dass sie mit der Vertragsunterzeichnung auch die Health &amp; Safety-Bestimmungen des JCDecaux-Konzerns anerkennen und diese befolgen.</p>	<p><b>5.1</b></p>  <p>Wir wollen Gleichstellung und Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern herstellen. Im Speziellen während des Einstellungsprozesses, der Vergütung von Arbeitsleistung und den Karriereöglichkeiten.</p>	<p><b>5.1 &amp; 5.5</b></p>  <p>Seit Anfang 2021 hat sich der JCDecaux-Konzern das Ziel gesetzt, die Anzahl von Frauen in Führungspositionen auf allen Ebenen zu erhöhen.</p>
<p><b>7.3</b></p>  <p>Um die Energieeffizienz zu erhöhen und den Energieverbrauch bei analogen Werbeträgern zu senken, werden sukzessive Leuchtstoffröhren durch LEDs ersetzt.</p>	<p><b>9.1</b></p>  <p>Mit neuen digitalen Produkten im Bereich Werbung oder als Servicebildschirme spielt die Gewista-Gruppe mit ihrem digitalen Produktportfolio eine wichtige Rolle bei der Mitgestaltung der „Stadt von Morgen“. Des Weiteren leisten wir einen Beitrag zur positiven Wahrnehmung des öffentlichen Verkehrs.</p>	<p><b>11.2</b></p>  <p>Durch das Aufstellen, die Wartung und das Renovieren von Fahrgastunterständen leisten wir einen Beitrag zur umweltfreundlichen Mobilität und zur Attraktivierung des ÖPNV.</p>

Der Aufsichtsrat erbittet von der Abteilung Controlling & Reporting in regelmäßigen Abständen Bericht. Dieser Prozess folgt der Konzernrichtlinie, wonach die Verantwortung für den Bereich ESG bei den jeweiligen Finanzvorständen (CFOs) liegt. Im Rahmen dieser Berichterstattung werden folgende Themen regelmäßig dem Aufsichtsrat sowie dem CFO und CEO der Gewista Werbegesellschaft berichtet:

- SWOT-Analyse
- Risikoeinschätzung
- Auswahl der relevanten Stakeholdergruppen (Kund:innen, Lieferant:innen, Eigentümer, Mitarbeiter:innen) sowie Maßnahmen zur Einbindung derselben in den ESG-Prozess
- Vierteljährliche Dashboards im Rahmen der ESG-Konzernberichterstattung, die auch ein Monitoring der für das Berichtsjahr definierten Konzernziele beinhalten
- ESG-Budgets (seit 2022)

Im Rahmen dieser Konsultationen formuliert der Aufsichtsrat auf Grund seiner Richtlinienkompetenz regelmäßig Arbeitsanweisungen und Änderungswünsche an die relevante Fachabteilung, die dann von dieser umgesetzt und im Rahmen der darauffolgenden Konsultation einem Monitoring durch den Aufsichtsrat unterzogen werden.

## SWOT-ANALYSE

<p><b>STÄRKEN</b></p> <p>Ethisches Geschäftsgebahren Zusammenhalt in der Belegschaft &amp; gute Führungskultur der direkten Vorgesetzten Ein stabiles Markt- und Finanzierungsumfeld, das Transformationsprozesse erlaubt Hohe Sicherheitsstandards der digitalen Werbeträger</p>	<p><b>SCHWÄCHEN</b></p> <p>Eingeschränkte Lieferantinnenenauswahl sowie Limitierung durch rechtliche Rahmenbedingungen (Monoplisten für gewisse Schlüsselprodukte) Die aktuellen Bürogebäude sind ökologisch nicht nachhaltig und von schlechter Energieintensität gekennzeichnet. Dies führt zu hohen Energiekosten Das Unternehmen steht am Anfang der Entwicklung hin zum agilen Arbeiten</p>
<p><b>MÖGLICHKEITEN</b></p> <p>Kooperation mit der Stadt Wien zur Erreichung der städtischen Klimaziele im Jahr 2040 (Kühlung städtischer Räume, Schwammstadt) In der Öffentlichkeit als Treiber einer positiven Entwicklung auf Grund von nachhaltiger Finanzierung und personeller Effizienz wahrgenommen werden: Neue Produkte, neue Techniken (z.B. Reinigung)</p>	<p><b>RISIKEN</b></p> <p>Anpassung der Straßenmöbel an neue Herausforderungen und Adaptierungen des Designs, wobei es hierfür die Zustimmung der Vertragspartner:innen benötigt sowie Lieferant:innenverfügbarkeit/verlässlichkeit Schutz vor Extremwetterereignissen (Hitzewellen, Starkregen, Murenabgänge, Überflutungen) Unklare Situation auf dem Energiemarkt und kaum Erfahrungen mit der öffentlichen Reaktion darauf</p>

Im Zuge der Risikoanalyse des JCDecaux-Konzerns wurden im Jahr 2022 insgesamt über 100 Risiken evaluiert. Die Gewista Werbegesellschaft gab ihre Einschätzung für den österreichischen Markt ab. Unter den globalen Risiken werden die folgenden mit ESG-Aspekten in Verbindung gebracht (s. S. 59 URD):

- Geschäftsethik und Anti-Korruption
- Gesundheit und Sicherheit bei Angestellten und Subunternehmen
- Nichteinhaltung der Menschenrechte bei Angestellten
- Menschenrechtsverletzungen durch Lieferant:innen
- Schutz persönlicher Daten und Schutz der Privatsphäre
- Angriffe auf die digitale Infrastruktur
- Talentmanagement

Als weitere zu managende Themen wurden Steuern sowie Energie und damit verbundene Emissionen identifiziert.



# STAKEHOLDEREINBINDUNG UND WESENTLICHE THEMEN

GRI  
2-14, 2-28, 2-29, 3-1, 3-2

Für die Ermittlung der wesentlichen Themen wurde ein mehrstufiges Verfahren angewendet. In diesem Verfahren war der Vorsitzende des Managementboards (CEO) von Beginn an eingebunden und bei den wesentlichen Terminen anwesend. In einem ersten Schritt wurden die wesentlichen Themen und die strategischen Ziele des JCDecaux-Konzerns mit dem österreichischen Markt abgeglichen. Im Zuge eines internen Workshops mit den relevanten Fachabteilungen wurden die Themen geclustert und bewertet. Zusätzlich wurden SWOT-Analysen in den Fachabteilungen durchgeführt. Beide Schritte waren für die Bestimmung der wesentlichen Themen sowie der jeweiligen Managementansätze maßgeblich. Die Ergebnisse des Workshops und der Analyse wurden dem Aufsichtsrat vorgelegt und von diesem genehmigt. Um eine breitere Sichtweise im Unternehmen, sowie die Ansicht von Kund:innen und Lieferant:innen zu verstehen, wurde eine anonymisierte Online-Stakeholderbefragung durchgeführt. Als interne Stakeholder wurden die Mitarbeiter:innen der Gewista Werbegesellschaft, Gewista Service, Infoscreen, Progress Außenwerbung und Megaboard sowie Eigentümervertreter befragt. Als externe Stakeholder wurden Schlüssellieferant:innen, Direktkund:innen sowie Medienagenturen befragt. Insgesamt gingen über 100 Antworten ein, wobei keine Gewichtung vorgenommen wurde.

Im Zuge der Online-Befragung wurden die Stakeholder gebeten, die Relevanz sowie die Auswirkungen des wesentlichen Themas auf die Geschäftstätigkeit zu bewerten. Hierzu wurde eine sechsstufige Skala (von völlig irrelevant bis sehr relevant) herangezogen. Im Zuge der Auswertung und im Hinblick auf die Berichterstattung nach GRI wurden einige Themen final zusammengefasst.

Auf Grund von Anpassungen der Strategie des JCDecaux-Konzerns kam es zu Änderungen bei der Benennung der Themen. Dies bedeutet, dass ein Großteil der Themen aus dem letzten Bericht auch im aktuellen Bericht wieder behandelt werden. Die Themen Transport und Logistik sowie Lichtverschmutzung wurden für diesen Bericht im Zuge der Stakeholderbefragung als nicht wesentlich eingestuft. Im Gegenzug wurden Menschenrechte und nachhaltige Innovationen als wesentlich erachtet.

Gewista und ihre österreichischen Tochterunternehmen sind Teil der jeweiligen Wirtschaftskammern. Die Gewista Werbegesellschaft ist Teil von respACT, Österreichs führender Unternehmensplattform für nachhaltiges Wirtschaften. Seit 2022 verfügt die Gewista Werbegesellschaft über das Grundzertifikat „berufundfamilie“ des Bundeskanzleramts.

## Wesentliche Themen aus dem letztem Bericht:


**SOZIALE THEMEN**

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



**UMWELTTHEMEN**

- 6 Transport und Logistik
- 7 Maßnahmen zum Klimaschutz
- 8 Energieverbrauch
- 9 Papier- & Kunststoffverbrauch
- 10 Lichtverschmutzung


**STAKEHOLDERTHEMEN**

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

## Aktuelle wesentliche Themen:


**VERBESSERTER ÖKOLOGISCHER FUSSABDRUCK**

- 1 Abfall
- 2 Anpassung an den Klimawandel
- 3 Energieverbrauch


**ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG**

- 4 Cybersecurity und Datenschutz
- 5 Diversity und Mitarbeiterentwicklung
- 6 Ethisches Verhalten, Governance & verantwortungsvolle Kommunikation
- 7 Health & Safety
- 8 Menschenrechte
- 9 Nachhaltiger Einkauf


**ENTWICKLUNG NACHHALTIGER LEBENSÄUERE**

- 10 Nachhaltige Innovationen

# ENTWICKLUNG NACHHALTIGER LEBENSÄRÄUME

## NACHHALTIGE INNOVATIONEN

GRI  
3-3

### Managementansatz

Die Gewista-Gruppe ist bestrebt, neue, innovative Werbeformate mit unseren Kund:innen und Vertragspartner:innen zu entwickeln. Hierbei achten wir darauf, dass der zusätzlich anfallende Abfall aus nachwachsenden Rohstoffen besteht. Einige Produkte können mehrfach verwendet werden, womit zusätzlicher Abfall vermieden wird. Seit 2019 wird ein verstärkter Fokus auf eine nachhaltige Umsetzung gelegt. Der Schwerpunkt richtet sich vor allem an die Recyclingfähigkeit der eingesetzten Materialien. Startschuss war ein Projekt in Kooperation mit einer österreichischen Mineralwassermarke. Im Mittelpunkt standen Mietmaterialien sowie Werkstoffe mit hoher Recyclingfähigkeit. Des Weiteren halten wir alle gesetzlichen Bestimmungen ein, um die Konsument:innen durch innovative Werbungen nicht abzulenken und Unfälle zu vermeiden.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
WERBEFORMATE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anfall zusätzlichen Abfalls</li> <li>• Erschwerte Abfalltrennung auf Grund der Kombination verschiedener Materialien</li> <li>• Rechtliche Vorgaben hinsichtlich des Brand- &amp; Personenschutzes</li> <li>• Werbeeinschränkungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vermehrter Einsatz von rezyklierbaren Materialien und Produkten</li> <li>• Adaptation der Kundenwünsche an die rechtlichen Rahmenbedingungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorreiter sein</li> <li>• Synergien nutzen</li> <li>• Digitalisierung nutzen</li> <li>• Stetige Nutzung und Evaluierung neuer Technologien</li> </ul>

### Holocircle-Rahmen

Der Rahmen basiert auf einer Grundkonstruktion aus Holz. Diese kann auf Grund der modularen Eigenschaften vielseitig eingesetzt werden. Adaptierungen sind mit geringstem Materialaufwand möglich und können an die individuellen Kundenwünsche angepasst werden. Der Rahmen bietet durch eine Hohlkonstruktion maximale Stabilität bei möglichst geringem Gewicht. Trotz dieser Leichtbauweise ist der Rahmen witterungsbeständig und kann bei Bedarf um Kühlungs- und Wärmelemente erweitert werden. Das System bietet daher eine Vielzahl an, auch interaktiven, Anwendungs- und Adaptierungsmöglichkeiten.

Die stetigen Verbesserungen werden dazu führen, dass in Zukunft Kampagnen in kürzerer Zeit umgesetzt werden können. Zusätzlich können wir aus der Entwicklung der Hohlkonstruktion Vorteile für andere Projekte ziehen. Auch die Witterungsbeständigkeit wird weiterhin zunehmen.

### G-Control

Die G-Control ist ein System, welches die interaktive Ansteuerung von Kreativlösungen auf den Werbeträgern der Gewista Werbegesellschaft ermöglicht. Es wurde im Rahmen eines Projekts mit einem deutschen Online-Versandhändler hausintern geboren und wird seitdem mit jedem Projekt weiterentwickelt. Die ursprüngliche Idee der interaktiven Ansteuerung war recht einfach und erforderte noch keine spezielle Berücksichtigung eines dahinter liegenden Servers. Mit der Zeit wurde das Projekt auf Grund eines Kundenwunsches internationalisiert, womit die Umstellung auf einen internen Server notwendig wurde.

Seit 2020 konnten so bereits acht Kundenprojekte mit dem Tool durchgeführt werden und drei hausinterne Projekte, welche wichtige Informationen für weitere Installationen, wie Echtbepflanzung auf den Wartehallen, brachten.





# ENTWICKLUNG EINES VERBESSERTEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCKS

## ABFALL

GRI  
3-3, 306-1, 306-2, 306-3

### Managementansatz:

Die Gewista-Gruppe hält alle relevanten nationalen und unionsrechtlichen Vorgaben ein. Das bedeutet, dass die Abfälle dem österreichischen Abfall- und Verwertungssystem zugeführt werden. Die Gewista Werbegesellschaft verfügt über einen Abfallbeauftragten, welcher in der Abteilung Operations & Logistics beschäftigt ist. Das aktuelle Abfallwirtschaftskonzept wird in Kooperation mit der Josef Sieber GesmbH im Jahr 2023 überarbeitet.

Eine Mehrfachnutzung der analogen Werbeträger oder der Sonderwerbformen ist größtenteils nicht möglich. Daher trägt diese Geschäftstätigkeit zum kommunalen Abfallaufkommen bei. Da kaum gefährliche Abfälle anfallen und das verwendete Papier größtenteils recycelt werden kann, sind negative Auswirkungen auf die Gesellschaft oder die Umwelt als gering einzustufen. Im Jahr 2021 fielen 2,82 Tonnen (0,46 Prozent) und im Jahr 2022 6,22 Tonnen (0,91 Prozent) gefährlicher Abfall an. Des Weiteren wird für das Plakatieren fast ausschließlich ein Kleister verwendet, welcher auf Basis von Kartoffelstärke beruht.

Um das Abfallaufkommen zu reduzieren, wurde von Seiten der Megaboard eine Kooperation mit der Wörkerei eingegangen. Hierbei dienen die verwendeten Planen als Grundstoff für Taschen und weitere Accessoires. Des Weiteren wurde ein Austausch der Leuchtstoffröhren bei analogen Werbeträgern zu LEDs vorgenommen. Die längere Einsatzdauer von LEDs wirkt sich positiv auf das Abfallaufkommen aus.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
ABFALLMANAGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strafzahlungen</li> <li>• Umweltverschmutzung</li> <li>• Umweltbelastungen</li> <li>• Erhöhung des Anteils an Elektroschrott durch fortschreitende Digitalisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pläne zur Abfallreduktion</li> <li>• Mülltrennung an den Standorten</li> <li>• Abfallwirtschaftskonzept</li> <li>• Verbesserung der Rezyklierbarkeit → Reduktion von Kunststoffen in den Produkten</li> <li>• IT-Recycling</li> <li>• Modularer Aufbau der Werbeträger:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- sortenreine Abfalltrennung möglich</li> <li>- Beschaffung &amp; Einbau von Ersatzteilen wird erleichtert</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recycling von Planen bei Megaboard</li> <li>• Zusammenarbeit mit externen Partner:innen zur Reduktion und dem Recycling von Abfall</li> <li>• Integration des modularen Aufbaus aller Werbeträgern</li> </ul>

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
ZUSAMMENARBEIT MIT VERTRAGSPARTNER:INNEN UND LIEFERANT:INNEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fehlerhafte Entsorgung:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mehraufwand beim Nachsortieren</li> <li>- Umweltverschmutzung</li> </ul> </li> <li>• Strafzahlungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisierung und Schulungen der Partner:innen und Lieferant:innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langfristige, nachhaltige Partnerschaften</li> </ul>

### Abfallaufkommen in Tonnen

	2021	2022
Hausmüll	57,13	76,41
Plakat/Papier	269,24	262,64
Sonstiger Abfall	5,73	7,18
Metallabfälle	129,48	236,02
Holzabfälle	126,21	72,75
Schutt	28,00	28,00
<b>GESAMT</b>	<b>615,79</b>	<b>683,00</b>

Die Angaben zum Abfallaufkommen umfassen nur das Abfallaufkommen aus der eigenen Geschäftstätigkeit. Die Produkte der Megaboard gehen mit dem Zeitpunkt des Aushangs in das Eigentum des Kunden über. Dieser ist daher für die Entsorgung der Planen, Netze oder Ähnlichem verantwortlich. Angaben zum Hausmüll beruhen zum Teil auf einer Hochrechnung, da Megaboard und Infoscreen keine Zahlen vom Verwerter erhalten haben.

#### IT-Recycling:

Im Jahr 2022 wurde die Kooperation mit der AfB gGmbH nach der Coronapandemie fortgesetzt. Die AfB gGmbH ist nach eigener Aussage das größte gemeinnützige IT-Unternehmen, das auf die Lebensdauererlängerung gebrauchter IT- und Mobilgeräte spezialisiert ist. Rund 49% der Beschäftigten der AfB gGmbH sind Menschen mit Behinderung.

90 elektronische Geräte wurden zur Aufbereitung übergeben. Davon konnten 78 (87 Prozent) so aufbereitet werden, dass sie nach Datenvernichtung, Hardware-Test, Ersatzteilbeschaffung, Reparatur, Aufrüstung und Reinigung wieder vermarktet werden konnten. Die restlichen 12 Geräte konnten recycelt und zur Rohstoffgewinnung verwendet werden.

Durch die Kooperation konnten ein Arbeitsplatz bei der AfB gGmbH gesichert und über 9500 kg CO<sub>2</sub>-Äquivalent eingespart werden.

#### Planen Recycling bei Megaboard:

Megaboard ist eine langfristige Kooperation mit Wörkerei, einer Initiative der Caritas und Volkshilfe, eingegangen. Es handelt sich hierbei um ein Beschäftigungsprogramm, das auf Kundenwunsch Rucksäcke, Taschen und Accessoires im Rahmen eines gemeinnützigen Projekts herstellt. Arbeitslose Jugendliche im Alter von 18 bis 24 Jahren werden schrittweise beim Einstieg ins Arbeitsleben unterstützt. Der Shop befindet sich am Stand 165-167 am Brunnenmarkt.

Durch die Kooperation zwischen Wörkerei und Megaboard wird dafür gesorgt, dass Werbeplanen, welche im Eigentum der Kund:innen verbleiben, auch nach Abschluss einer Kampagne ein zweites Leben finden. Um die Planen nicht zu einem Wegwerfprodukt zu machen, haben Kund:innen die Möglichkeit die Planen weiterverarbeiten zu lassen. Mit Hilfe des Kooperationspartners können kreative und nachhaltige Produkte entwickelt werden. Es wird ein positiver Beitrag zur Abfallvermeidung geleistet, da innerhalb des Projekts kaum neuer Abfall entsteht. Die Planen werden stattdessen zu neuen Produkten verarbeitet.





# ENTWICKLUNG EINES VERBESSERTEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCKS

## ANPASSUNG AN DEN KLIMAWANDEL

GRI  
3-3

### Managementansatz:

Der Klimawandel stellt eine der größten, themen- und sektorübergreifenden Herausforderungen unserer Zeit dar. Die direkten negativen Auswirkungen der Gewista-Gruppe sind auf Grund der Geschäftstätigkeit als Werbedienstleister eher gering einzuschätzen. Allerdings beeinflussen steigende Temperaturen und Starkregenereignisse unsere tägliche Arbeit und könnten in Zukunft Veränderungen in der Zusammensetzung der Materialien erfordern. Des Weiteren könnten sich die negativen Auswirkungen von wiederkehrenden Sturmereignisse verstärken.

Aufgrund von Rahmenverträgen mit kommunalen und regionalen Verkehrsverbänden leistet die Gewista-Gruppe durch den Unterhalt, das Erneuern und das Aufstellen von Fahrgastunterständen einen Beitrag zur Attraktivität des ÖPNV. Wir sehen uns als verlässlichen Partner zur Erreichung der Klimaziele unserer Vertragspartner:innen. Die unionsrechtlichen Vorgaben (z.B. Taxonomie, CSRD) werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen und die Berichterstattung zu Klimawandelanpassungen beeinflussen.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
FAHRGASTUNTERSTÄNDE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abhängigkeit von Vertragspartner:innen bei Lieferung und Design</li> <li>• Verlust von Vertragspartner:innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wartung, Austausch und Aufstellen der Unterstände</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktivierung des ÖPNV</li> <li>• Zusammenarbeit mit Partner:innen → Erreichung der Klimaziele von Gemeinden</li> <li>• Entwicklung neuer Produkte (Dachbegrünung, neue Rohstoffe,...)</li> </ul>
ARBEITSORGANISATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Steigende Temperaturen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anpassung der Zeiten, zu denen plakatiert wird</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion von Arbeitsaus- und Arbeitsunfällen</li> </ul>
RECHTLICHE VORGABEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschärfung von rechtlichen Vorgaben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulungen &amp; Fortbildungen</li> <li>• Zusammenarbeit mit externen Partner:innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorreiter sein</li> <li>• Sich frühzeitig mit neuen Vorgaben zu beschäftigen</li> </ul>

### EU-Taxonomie:

Das Geschäftsmodell des JCDecaux-Konzerns sowie der Gewista-Gruppe ist es, Produkte zu entwickeln, die nützlich für Städte und ihre Besucher:innen sowie Einwohner:innen sind. Die Finanzierung erfolgt größtenteils durch das Zurverfügungstellen von Werbeflächen. Das Aufstellen von Wartehallen trägt zur Attraktivierung des öffentlichen Verkehrs bei und ist eine wesentliche Säule unseres Geschäftsmodells. Wartehäuschen haben eine Schutzfunktion gegenüber den äußeren Bedingungen. Des Weiteren tragen sie dazu bei, dass der öffentliche Verkehr für alle einfacher zugänglich wird, da es in den Wartehallen häufig Sitzmöglichkeiten gibt, die vor allem Personen mit eingeschränkter Mobilität die Möglichkeit zum Rasten geben. Zusätzlich leisten Wartehäuschen einen Beitrag zu den Klimaschutzziele der EU-Taxonomie, da sie den öffentlichen Verkehr fördern und einen Beitrag zur Reduktion der gesamtstädtischen CO<sub>2</sub>-Emissionen leisten.

### ESG-Strategie:

Seit dem Jahr 2022 verstärkt der JCDecaux-Konzern seine strategischen ESG-Aktivitäten. Die Ziele der Strategie gelten uneingeschränkt für die Gewista-Gruppe. Ein wesentliches Ziel der Strategie ist die Reduktion der gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen (Scope 1-3) um 90% bis 2050. Das Jahr 2030 stellt einen wichtigen Meilenstein dar. Bis dahin ist eine Reduktion der Scope 1+2 Emissionen um 60 Prozent sowie der Scope 3 Emissionen um 46% geplant. Um die Ziele an wissenschaftlichen Kriterien und die Erreichung der Klimaziele von Paris zu knüpfen, wird ab 2023 mit der SBTi (Science-based target initiative) zusammengearbeitet. Daher können für den aktuellen Berichtszeitraum keine genaueren quantitativen Ziele festgelegt werden.

# ENTWICKLUNG EINES VERBESSERTEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCKS

## ENERGIEVERBRAUCH

### Managementansatz:

Trotz des hohen Anteils an grünem Strom im österreichischen Strommix waren die Folgen der Energiekrise auch für die Gewista-Gruppe zu spüren. Als eine Maßnahme zum Energiesparen wurden festgelegte Abschaltzeiten für die Beleuchtung der analogen Werbeträger sowie für die digitalen Angebote getestet.

Die fortschreitende Digitalisierung der Werbeträger wird zukünftig zu einem erhöhten Energiebedarf führen, weshalb die Gewista-Gruppe bestrebt ist, die Energieeffizienz der Produkte zu verbessern. Innerhalb Österreichs wird ausschließlich zertifizierter Grünstrom verwendet, wodurch die Scope 2-Emissionen vor allem durch den Bezug von Fernwärme entstehen. Die ausschließliche Nutzung von Grünstrom ist Teil der globalen ESG-Strategie des JCDecaux-Konzerns. Mit der Umrüstung von Leuchtstoffröhren auf LEDs zur Beleuchtung der analogen Werbeträger wurde ein Schritt zu mehr Energieeffizienz getätigt. Des Weiteren können LEDs länger verwendet werden.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
ENERGIEVERBRAUCH	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhte Energiepreise (Strom, Gas &amp; sonstige fossile Brennstoffe)</li> <li>• Erhöhter Strombedarf durch fortschreitende Digitalisierung</li> <li>• neue rechtliche Vorgaben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Testphase für Abschaltzeiten von analogen &amp; digitalen Werbeträgern</li> <li>• Schrittweise Umstellung der Flotte auf Elektrofahrzeuge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion des Energieverbrauchs</li> <li>• Stetige Nutzung und Evaluierung neuer Technologien</li> </ul>
ENERGIEEFFIZIENZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erhöhter Strombedarf durch fortschreitende Digitalisierung</li> <li>• neue rechtliche Vorgaben</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umrüstung von Leuchtstoffröhren auf LED</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Langlebigkeit der Produkte erhöhen</li> <li>• Stetige Nutzung und Evaluierung neuer Technologien</li> </ul>

GRI  
3-3, 302-1, 305-1, 305-2

### Energieverbrauch

	2021		2022	
	Verbrauch	Umweltbundesamt in MWh	Verbrauch	Umweltbundesamt in MWh
Gas	235,73 MWh	235,73	214,04 MWh	214,04
Diesel	57.351,95 l	562,21	60.641,17 l	594,45
Benzin	6.836,03 l	57,42	8.726,68 l	73,30
NGV	0,79 t	10,99	0,84 t	11,71
Strom der Werbeträger	9.762,70 MWh	9.762,70	9.323,20 MWh	9.323,20
Strom Haus	593,14 MWh	593,14	569,7 MWh	569,7
Strom E-Auto (Tankkarte)	5,19 MWh	5,19	4,83 MWh	4,83
Fernwärme	701,60 MWh	701,60	690,61 MWh	690,61
<b>GESAMT in MWh</b>		<b>11.928,98</b>		<b>11.481,84</b>
<b>GESAMT (GJ)</b>		<b>42.944,32</b>		<b>41.334,63</b>

### Scope 1 & 2 | Emissionen

Grundlage für die Emissionsberechnung sind die Emissionsfaktoren des österreichischen Umweltbundesamtes mit den Aktualisierungen vom November 2022.

	2021		2022	
	Umweltbundesamt (location based)	Umweltbundesamt (market based)	Umweltbundesamt (location based)	Umweltbundesamt (market based)
Gas	63.176,70	63.176,70	57.363,40	57.363,40
Diesel	179.741,01	179.741,01	190.049,43	190.049,43
Benzin	18.723,89	18.723,89	23.902,38	23.902,38
NGV	2.944,58	2.944,58	3.138,08	3.138,08
<b>Scope 1 (in kg CO<sub>2</sub>-eq Gesamt)</b>	<b>264.586,19</b>	<b>264.586,19</b>	<b>274.453,29</b>	<b>274.453,29</b>
Strom der Werbeträger	1.972.065,32	136.677,79	1.883.286,26	130.524,79
Strom Haus	119.814,5	8.303,98	115.079,62	7.975,82
Strom E-Auto (Tankkarte)	1.047,78	1.047,78	976,07	976,07
Fernwärme	134.006,12	134.006,12	131.906,46	131.906,46
<b>Scope 2 (in kg CO<sub>2</sub>-eq Gesamt)</b>	<b>2.226.933,72</b>	<b>280.035,67</b>	<b>2.131.248,4</b>	<b>271.383,13</b>
<b>Scope 1&amp;2 (in kg CO<sub>2</sub>-eq Gesamt)</b>	<b>2.491.519,92</b>	<b>544.621,86</b>	<b>2.405.701,69</b>	<b>545.836,42</b>



# ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG

## CYBERSECURITY UND DATENSCHUTZ

GRI  
3-3, 418-1

### Managementansatz:

Ein wesentlicher Effekt guten Datenschutzes und professioneller Cybersecurity ist die Steigerung des Vertrauens von Kund:innen und Geschäftspartner:innen. Des Weiteren wird das Risiko von Datendiebstählen, Datenlecks sowie des finanziellen Schadens durch Cyberkriminalität vermindert. Das Nicht-Einhalten gesetzlicher Rahmenbedingung (z.B. DSGVO) kann zu erheblichen finanziellen Strafen führen. Zusätzlich sind Reputations- sowie Geschäftsverlust weitere negative Auswirkungen.

Als Teil des JCDecaux-Konzerns ist die Gewista-Gruppe in die konzernweite IT-Policy einbezogen. Alle Systeme werden einer Datenschutzprüfung unterzogen, um die Vereinbarkeit mit der Datenschutzgrundverordnung zu garantieren. Bei festgestellten Mängeln werden in Absprache mit der Datenschutzbeauftragten geeignete Gegenmaßnahmen ergriffen.

### Datenschutzverletzungen oder Verlust von Kundendaten:

In den Jahren 2021 und 2022 kam es innerhalb der Gewista-Gruppe zu keinen Beschwerden, die sich auf den Verlust von Kundendaten oder einer Verletzung des Datenschutzes beziehen.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
DATENSCHUTZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenschutzverletzungen</li> <li>• Fehlerhafte Datenerhebungen</li> <li>• Unberechtigter Abfluss von Unternehmensdaten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ernennung eines externen Datenschutzbeauftragten</li> <li>• Schulungen zum Datenschutz</li> <li>• Vereinbarung bezüglich der Verwertung von personenbezogenen Daten → Führung eines Registers</li> <li>• Festplattenverschlüsselung</li> <li>• Zentrale Steuerung von Software-Updates</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlässlicher Partner sein</li> <li>• Schutz vor Strafen</li> </ul>
SPEICHERUNG UND SICHERUNG VON DATEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenverlust</li> <li>• Großer Speicherbedarf auf Grund hoher Datenmengen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verschiedene Medien und Standorte zur Speicherung von Daten</li> <li>• Backup-Strategie</li> <li>• Deduplizierung und Datenkomprimierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion von Kosten zur Wiederherstellung von Daten</li> <li>• Energie- und Kostenreduktion</li> </ul>

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
DATENZUGRIFF	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unbefugter Zugriff auf Daten innerhalb der Organisation</li> <li>• Unbefugter Datenzugriff von außen (z.B. Cyberangriffe, Phishing)</li> <li>• Hohe Ressourcenbindung bei Wiederherstellung der Daten (Zeit und Kosten)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multifaktor-Authentifizierung</li> <li>• Umsetzung der Passwort-Richtlinie</li> <li>• Audit und Anpassung von Zugangsberechtigungen (Applikationen, Dateien, Serverraum)</li> <li>• Betrieb von Firewall Proxy, Endpointprotection</li> <li>• Vulnerabilitäts- und Penetrationstests</li> <li>• Nutzung von Netzwerksegmentierung</li> <li>• Diverse Lösungen zur Verhinderung von unbefugten Datenzugriffen (Cryptospike, Secure-DNS, Jump-Hosts)</li> <li>• Backup-Strategie</li> <li>• Festplattenverschlüsselung</li> <li>• Mobile Device Management</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufmerksamkeit in der Belegschaft schaffen</li> <li>• Kundenzufriedenheit steigern</li> <li>• Schwachstellen identifizieren und beheben</li> </ul>

# ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG

## DIVERSITY UND MITARBEITERENTWICKLUNG

GRI  
3-3

### Managementansatz:

In Zeiten radikaler Veränderungen in Richtung Digitalisierung und Data Management ist es der Gewista-Gruppe ein Anliegen, in ihre Mitarbeiter:innen durch Weiterbildung und Förderung von lebenslangem Lernen zu investieren. Im Sinne des New Work Ansatzes verfolgt das Management konsequent eine partizipative und transparente Linie. Die Mitarbeiter:innen werden als Mitgestalter:innen ihrer eigenen Lern- und Entwicklungsprozesse gesehen.

Wir sind uns bewusst, dass ein attraktiver und innovativer Arbeitgeber auf Vielfalt angewiesen ist. Alter, Geschlecht, Herkunft, Bildungs- und Ausbildungsstand sind nur einige Beispiele für wesentliche Faktoren der Diversität. Diese wirken sich positiv auf ein modernes Unternehmen aus.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
GEWINNUNG & BINDUNG VON MITARBEITER:INNEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fehlen von strategisch wichtigen Fähigkeiten und Fertigkeiten → Verzögerungen bei kritischen Projekten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investition in ein externes und internes Employer Branding → Finden von richtigen Talenten</li> <li>Investition in laufende Aus- und Weiterbildung</li> <li>Coachingangebote</li> <li>Teambuilding</li> <li>On- und Offboarding</li> <li>Finanzierung von ÖPNV-Tickets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die richtigen Talente gewinnen und halten</li> <li>Senkung der Recruiting-Kosten durch laufende Qualifizierung der Mitarbeiter:innen</li> <li>Weiterempfehlung als Arbeitgeber durch die Mitarbeiter:innen</li> </ul>
FACHLICHE QUALIFIZIERUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fehlendes Know-How für spezielle Projekte</li> <li>Teurer Einkauf von qualifiziertem (externen) Personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gezielte Schulungen anhand von strategischen Ausrichtungen</li> <li>Fachkarrieren als Perspektive anbieten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rasche und reibungslosere Umsetzung von Projekten</li> </ul>

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
PERSÖNLICHKEITS-ENTWICKLUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitarbeiter:innen entwickeln nicht ihre Skills</li> <li>Höheres Konfliktpotenzial in der Interaktion</li> <li>Negative Auswirkung auf den Erfolg von Projekten</li> <li>Erhöhte Fluktuationsrate</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Laufende Schulungsangebote anhand der strategischen Ausrichtung des Unternehmens durch jährliche, persönliche und fachliche Entwicklungsgespräche</li> <li>Coaching, Teambuilding und Mentoring</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Höhere Motivation und höhere Effizienz/Effektivität in der Zusammenarbeit</li> <li>Weniger Silodenken und Förderung von Prozessdenken</li> <li>Mehr Professionalität in Projekten und generell in der abteilungsübergreifenden Zusammenarbeit</li> </ul>
FÜHRUNGSKRÄFTE-ENTWICKLUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unzufriedenheit mit Führungskräften → talentierte Mitarbeiter:innen verlassen das Unternehmen</li> <li>Wegfall von Know-How</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Führungskräfteschulungen</li> <li>Coaching</li> <li>360° Feedback</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Höhere Mitarbeiter:innen-zufriedenheit</li> <li>Mehr Effektivität bei der Umsetzung von Projekten</li> </ul>
PROJEKT- UND PROZESSORGANISATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>Treffen falscher Entscheidungen auf Grund fehlender Analyse</li> <li>Förderung einer ad hoc Kultur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbildungen in Projekt- und Prozessmanagement</li> <li>Business Owner und Business Partner Modell als Stärkung der Zusammenarbeit zwischen Fachabteilung und IT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung von kompetenten Projektleiter:innen</li> <li>Potenzial zur Optimierung erkennen durch Prozessanalysen</li> <li>Aufbau einer prozessorientierten Organisation</li> </ul>
ALTERNATIVE KARRIEREWEGE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fehlende Perspektiven und keine Möglichkeit zur Weiterentwicklung</li> <li>Fluktuation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung von Fachkarrieren</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung von Spezialist:innen und Expert:innen</li> </ul>
DIVERSITY	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahr der Diskriminierung</li> <li>einseitige Wahrnehmung</li> <li>fehlende Inklusion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Online- und Präsenzs Schulungen</li> <li>Workshops</li> <li>Teambuilding zur Stärkung der Awareness für die Kraft von Diversity</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inklusion</li> <li>Steigerung der allgemeinen Zufriedenheit sowie Produktivität und Kreativität im Unternehmen</li> </ul>

### Neuanstellungen

Stichtag 31.12.	2021			2022		
	weiblich	männlich	GESAMT	weiblich	männlich	GESAMT
Unter 30 Jahre	22	13	35	12	20	32
30 – 50 Jahre	11	15	26	9	11	20
Über 50 Jahre	8	2	10	2	2	4
<b>GESAMT</b>	<b>41</b>	<b>30</b>	<b>71</b>	<b>23</b>	<b>33</b>	<b>56</b>
Unter 30 Jahre in %	54	43	49	52	61	57
30 – 50 Jahre in %	27	50	37	39	33	36
Über 50 Jahre in %	20	7	14	9	6	7
<b>GESAMT in %</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

### Austritte

Stichtag 31.12.	2021			2022		
	weiblich	männlich	GESAMT	weiblich	männlich	GESAMT
Unter 30 Jahre	20	14	34	13	12	25
30 – 50 Jahre	9	25	34	9	18	27
Über 50 Jahre	9	3	12	4	7	11
<b>GESAMT</b>	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>80</b>	<b>26</b>	<b>37</b>	<b>63</b>

### Fluktuationsrate (Berechnet nach der Schlüter-Formel)

	weiblich			männlich			GESAMT
	unter 30 Jahre	30–50 Jahre	über 50 Jahre	unter 30 Jahre	30–50 Jahre	über 50 Jahre	
<b>2021</b>							
Gewista Werbegesellschaft	31%	13%	18%	0%	30%	3%	17%
Gewista Service	n.a.	0%	0%	25%	16%	6%	15%
Megaboard	100%	10%	25%	n.a.	13%	50%	23%
Infoscreen	47%	6%	60%	47%	14%	0%	29%
Progress Salzburg	22%	50%	0%	56%	30%	0%	29%
<b>GESAMT</b>	<b>37%</b>	<b>12%</b>	<b>23%</b>	<b>33%</b>	<b>20%</b>	<b>5%</b>	<b>20%</b>
<b>2022</b>							
Gewista Werbegesellschaft	24%	9%	13%	23%	17%	7%	13%
Gewista Service	n.a.	0%	0%	50%	14%	16%	17%
Megaboard	0%	10%	33%	100%	14%	50%	20%
Infoscreen	40%	19%	0%	20%	24%	0%	21%
Progress Salzburg	42%	33%	0%	22%	14%	14%	25%
<b>GESAMT</b>	<b>32%</b>	<b>12%</b>	<b>12%</b>	<b>27%</b>	<b>17%</b>	<b>11%</b>	<b>17%</b>

Ein Wechsel innerhalb der im Berichtsscope erfassten Gesellschaften wird nicht als Austritt gewertet.



## Angestelltenzahlen

31.12.2021	unter 30 Jahren	30-50 Jahre	über 50 Jahre	GESAMT
Arbeiter (w)	0%	1%	10%	11%
Arbeiter (m)	5%	56%	28%	89%
<b>Arbeiter (Gesamt)</b>	<b>4%</b>	<b>57%</b>	<b>38%</b>	<b>100%</b>
Angestellte (w)	14%	28%	11%	53%
Angestellte (m)	8%	24%	15%	47%
<b>Angestellte (Gesamt)</b>	<b>22%</b>	<b>52%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>
<b>Mitarbeiter:innen GESAMT</b>	<b>18%</b>	<b>53%</b>	<b>29%</b>	<b>100%</b>
<b>Mitarbeiter (w)</b>	<b>25%</b>	<b>50%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>
<b>Mitarbeiter (m)</b>	<b>12%</b>	<b>56%</b>	<b>32%</b>	<b>100%</b>

31.12.2022	unter 30 Jahren	30-50 Jahre	über 50 Jahre	GESAMT
Arbeiter (w)	0%	1%	10%	11%
Arbeiter (m)	6%	45%	38%	89%
<b>Arbeiter (Gesamt)</b>	<b>6%</b>	<b>46%</b>	<b>48%</b>	<b>100%</b>
Angestellte (w)	11%	28%	12%	51%
Angestellte (m)	12%	23%	14%	49%
<b>Angestellte (Gesamt)</b>	<b>23%</b>	<b>51%</b>	<b>26%</b>	<b>100%</b>
<b>Mitarbeiter:innen GESAMT</b>	<b>18%</b>	<b>50%</b>	<b>32%</b>	<b>100%</b>
<b>Mitarbeiter (w)</b>	<b>20%</b>	<b>52%</b>	<b>28%</b>	<b>100%</b>
<b>Mitarbeiter (m)</b>	<b>17%</b>	<b>49%</b>	<b>34%</b>	<b>100%</b>

## Trainingsstunden

Stichtag 31.12.2021	Absolut in Stunden	Durchschnittliche Trainingsstundenanzahl pro Mitarbeiter:in
Gesamt (w)	1.107,29	8,58
Gesamt (m)	810,35	4,55
<b>GESAMT</b>	<b>1.917,64</b>	<b>6,25</b>
Angestellte (w)	1.105,29	9,53
Angestellte (m)	752,85	7,38
<b>Angestellte GESAMT</b>	<b>1.858,14</b>	<b>8,52</b>
Arbeiter (w)	2	0,22
Arbeiter (m)	57,5	0,8
<b>Arbeiter GESAMT</b>	<b>59,5</b>	<b>0,73</b>
Stichtag 31.12.2022		
Gesamt (w)	3.234,31	26,3
Gesamt (m)	2.577,59	14,99
<b>GESAMT</b>	<b>5.811,9</b>	<b>19,7</b>
Angestellte (w)	3.229,31	29,09
Angestellte (m)	2.265,56	21,37
<b>Angestellte GESAMT</b>	<b>5.494,87</b>	<b>25,32</b>
Arbeiter (w)	5	0,63
Arbeiter (m)	312,03	4,95
<b>Arbeiter GESAMT</b>	<b>317,03</b>	<b>4,47</b>

# ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG

## ETHISCHES VERHALTEN, GOVERNANCE UND VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION

GRI  
2-16, 2-25, 2-26, 2-27, 3-3, 205

### Managementansatz:

Die Gewista-Gruppe und der JCDecaux-Konzern sehen sich als fairer Partner und Mitbewerber. Jegliche Form von Korruption, Bestechung, Vorteilsnahme oder ähnliche Aktivitäten wird abgelehnt. Als wichtigste interne Leitlinien werden der Verhaltens- und der Ethikkodex angesehen. Sie sollen nationale und unionsrechtliche Rechtsakte keinesfalls ersetzen, sondern diese präzisieren und ein Bewusstsein bei Beschäftigten und Partner:innen schaffen. Das Nicht-Befolgen der Kodizes kann personelle, straf- oder zivilrechtliche Folgen haben. Verdachtsfälle von Verstößen können bei einer Whistleblower-Hotline anonymisiert gemeldet werden.

Verantwortungsvolle Kommunikation bedeutet für uns, dass Werbebotschaften der Produkte in einer angemessenen und nicht die Realität verzerrenden Weise vermittelt werden. Daher arbeiten wir eng mit dem Österreichischen Werberat zusammen. Sujets werden bei uns im Vorfeld auf nicht unseren Standards entsprechende Inhalte und Darstellungen geprüft. Branchen- bzw. gesetzliche Regelungen für sensible Geschäftsbereiche (z.B. Alkohol, Pharmazeutische Produkte, auf Kinder zugeschnittene Produkte, Wahlwerbung,...) hinsichtlich Darstellungsweise, Standorten oder Werbezeiten werden von uns strikt eingehalten. Die Infoscreen stellt eine Besonderheit dar, da sie auch redaktionell tätig ist. Daher verfügt sie über ein Redaktionsstatut, welches die redaktionelle Unabhängigkeit betont sowie eine handlungsleitende Richtlinie für die Programmgestaltung ist.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
GOVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputationsverlust</li> <li>• Strafen</li> <li>• Vertrauensverlust</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online- und Präsenzschulungen der Mitarbeiter:innen sowie des höchsten Kontrollorgans</li> <li>• Ethikkodex</li> <li>• Verhaltenskodex</li> <li>• Whistleblower-Hotline</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlässlicher Partner sein</li> </ul>
VERANTWORTUNGSVOLLE KOMMUNIKATION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werbeverbote (produkt- oder standortbezogen)</li> <li>• Werbeeinschränkungen</li> <li>• Öffentlich gemachte Beschwerden</li> <li>• Setzung von Maßnahmen seitens des Werberates bzw. durch die öffentliche Hand</li> <li>• Beeinflussung der redaktionellen Tätigkeit von Infoscreen durch Dritte</li> <li>• Veröffentlichung von Falschmeldungen → Strafzahlungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Screening von Sujets</li> <li>• Strikte Einhaltung der Werbeeinschränkungen</li> <li>• Enge Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Werberat, Kund:innen und Vertragspartner:innen</li> <li>• Redaktionsstatut der Infoscreen</li> <li>• Einhaltung des Ehrenkodex des Österreichischen Presserates</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlässlicher Partner sein</li> <li>• Vorreiter sein</li> <li>• Stärkung des Vertrauens von Dritten in unsere Arbeit</li> </ul>

### Die Grundsätze unseres Handels:

Durch die Einhaltung von Verpflichtungen und Vorschriften wollen wir als verlässlicher Partner, dem ethisch korrektes Verhalten ein wichtiges Anliegen ist, wahrgenommen werden. Hierfür stellt unser Ethikkodex eine Selbstverpflichtungen dar.

Im Verlauf des Berichtszeitraums kam es vereinzelt dazu, dass Plakate des regulären Aushangs der Gewista-Gruppe von betriebsfremden Personen entfernt und stattdessen Fake-Plakate aufgehängt wurden. Diese Plakate enthielten teilweise diffamierende Botschaften, die vom Unternehmen abgelehnt werden. Sobald solche Aktionen bekannt wurden, wurden die Plakate entfernt und rechtliche Schritte gegen die Verursacher eingeleitet.

Die Gewista-Gruppe bekennt sich zum fairen Wettbewerb sowie dem internen Kampf gegen Korruption und Vorteilsnahme jeglicher Art. Wie im Kapitel Cybersecurity und Datenschutz ersichtlich, ist uns der Schutz von personenbezogenen Daten ein Anliegen. Wir möchten ein Partner der nachhaltigen Entwicklung im Sinne der Sustainable Development Goals sein. Ein weiteres Ziel ist das schrittweise Erreichen der CO<sub>2</sub>-Neutralität.

Unser Qualitätsanspruch verlangt von uns ein konsequentes Handeln und ein permanentes Streben zur Verbesserung unserer Produkte und Verfahren. In den Jahren 2021 und 2022 waren keine Gesetzverstöße durch ein Unternehmen der Gewista-Gruppe bekannt.

### Fairer Partner:

An vielen digitalen City-Light-Standorten stellt die Progress Außenwerbung gratis W-LAN zur Verfügung. Des Weiteren wurden bei Litfaßsäulen kostenlose Fahrradkits mit Luftdruckpumpen und Werkzeugen zur Reparatur installiert.

Im Zuge einer Kooperation mit der Stadt und dem Bundesland Salzburg hat Progress Außenwerbung einen Kulturpreis initiiert. Vor allem während der Salzburger Festspiele wir dieser Preis intensiv beworben.

### Korruptionsprävention:

Die wichtigsten internen Leitlinien sind der Ethik- und der Verhaltenskodex. Sie definieren die Grundwerte und das Verhalten in unserem Unternehmen sowie den Umgang

mit Mitbewerber:innen und Geschäftspartner:innen. Die Bekämpfung von Korruption nimmt einen hohen Stellenwert ein. Alle neuen Angestellten müssen bei Eintritt in das Unternehmen den Ethik- und Verhaltenskodex unterzeichnen. Zusätzlich wurde im Jahr 2022 eine Online-Schulung angeboten, welche sich auch dem Thema Korruptionsbekämpfung widmete. Insgesamt nahmen 206 Personen (205 Angestellte & 1 Arbeiter), also rund 70% der Mitarbeiter:innen an dieser Schulung teil. Alle Vertreter:innen des Managementboards sowie zwei Drittel der Aufsichtsratsmitglieder absolvierten diese Schulung ebenfalls.

Im Kapitel nachhaltiger Einkauf wird der Umgang mit Lieferant:innen genauer erläutert.

### Informationen an den Aufsichtsrat und Beschwerdeverfahren:

Neben den regelmäßigen Informationen zur nachhaltigen Entwicklung und Nachhaltigkeit im Allgemeinen, können auch kritische Anliegen im Sinne der GRI an den Aufsichtsrat übermittelt werden.

Der JCDecaux-Konzern hat hierfür ein mehrstufiges Warnverfahren eingerichtet. Dieses Verfahren kann auch zur Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen durch Einzelpersonen verwendet werden.

Beschwerden und Anliegen können vom interessierten Personenkreis beim konzerninternen Überwachungsausschuss vorgebracht werden. Dieser prüft, ob weitere Schritte zu unternehmen sind und übermittelt das Anliegen im Anlassfall dem Aufsichtsrat.

Als zweites Verfahren zur Übermittlung kritischer Anliegen wird im Verlauf des Jahres 2023 die EU-Whistleblower-Richtlinie in Zusammenarbeit mit Ernst & Young in Österreich umgesetzt werden.

Der JCDecaux SE in Frankreich, als höchstem Konsolidierungskreis, obliegen im konzerninternen Warnverfahren die folgende Aufgaben:

- Stakeholder- und beabsichtigten Nutzer:innen-einbindung in die Gestaltung, Überprüfung, Anwendung und Verbesserung dieser Verfahren
- Die Wirksamkeit der Beschwerdeverfahren und anderer Abhilfemaßnahmen sicherzustellen sowie Beispiele für deren Wirksamkeit zu geben, einschließlich des Feedbacks von Stakeholdern

# ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG

## HEALTH & SAFETY

GRI  
3-3, 403-1 – 403-7; 403-9

### Managementansatz:

Der Schutz der physischen und psychischen Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen hat höchste Priorität. Die Coronapandemie hat uns allen gezeigt, wie schnell sich das tägliche Leben von einem Tag auf den anderen ändern kann.

Im alltäglichen Arbeiten kann es zu Verletzungen aller Art kommen. Die Zahl der Arbeitsunfälle und arbeitsbedingten Krankenstände soll so gering wie möglich gehalten werden. Im Jahresverlauf soll es nicht mehr als drei Arbeitsunfälle geben. Die gesetzlichen Vorgaben werden eingehalten und es finden regelmäßig Schulungen zur Arbeitssicherheit sowie zur körperlichen und mentalen Gesundheit statt.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
GESUNDHEITS-PRÄVENTION	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsunfälle</li> <li>• Arbeitsbedingte Krankenstände</li> <li>• Psychische Überforderung bis hin zu Burnout</li> <li>• Sonstige Arbeitsausfälle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schulungen der Mitarbeiter:innen in Präsenz und Online</li> <li>• Ergonomische Gestaltung des Arbeitsplatzes</li> <li>• Sicherheitsvertrauensperson</li> <li>• Arbeitsmedizinische Betreuung</li> <li>• Arbeitspsychologische Beratung</li> <li>• Anpassung der Zeiten beim Aushängen der neuen Plakate in den Sommermonaten</li> <li>• Impfkationen</li> <li>• Massageangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reduktion von Krankenstandstagen</li> <li>• Minderung von arbeitsbedingten Folgen</li> <li>• Sensibilisierung für die eigene Gesundheit</li> <li>• Erhaltung der Arbeitsfähigkeit mit fortschreitendem Alter und unter hoher Belastung</li> <li>• Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit</li> </ul>

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

Die Zugehörigkeit zum JCDecaux-Konzern stellt für die Gewista-Gruppe einen Vorteil dar. Hierdurch kann auf die Expertise eines international tätigen zurückgegriffen werden und eine auf nationalen Rechtsnormen fußende Health & Safety-Organisationsstruktur aufgebaut werden. In allen Unternehmen wurden Sicherheitsvertrauenspersonen nach österreichischem Recht bestellt, die in enger Zusammenarbeit mit externen Sicherheitsfachkräften 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 Ansprechpartner:innen für sämtliche sicherheitsrelevante Aspekte, die von den Mitarbeiter:innen 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,...) beinhalten. Auf Grund der verrichteten Tätigkeiten kommt es vor allem zu Hand- und Sturzverletzung der Mitarbeiter:innen.

Unsere Präventionsschwerpunkte orientieren sich an den Präventionsschwerpunkten der AUVA bzw. des JCDecaux-Konzerns. Für die Jahre 2021 und 2022 lag der Schwerpunkt auf der Vermeidung Hand- und Schnittverletzungen. 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 Arbeit-

nehmerinnenschutzes, darunter auch die Arbeitsunfälle, nochmals mit dem Management der Unternehmen und allen anwesenden Präventivkräften besprochen. Für Unternehmen, die in wesentlichem Umfang für uns arbeiten und deren Arbeitsplatz auf unserem Gelände beziehungsweise im Zusammenhang mit unseren Werbeträgern steht („Schlüssellieferant:innen“) ist eine jährliche interne Evaluierung ihrer eigenen Health & Safety-Organisationsstruktur vorgesehen und fließt in die mehrere Aspekte umfassende Beurteilung, ob eine Zusammenarbeit fortgesetzt wird, ein. 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 Mitarbeiter:innen am Arbeitsplatz akut werden. Zusätzlich gibt es in regelmäßigen Abständen Massageangebote am Standort in der Litfaßstraße. Mitarbeiter:innen haben jederzeit die Möglichkeit Anliegen an Vorgesetzte, die Sicherheitsfachkraft oder die Sicherheitsvertrauensperson auch auf informellen Weg vorzubringen. Nach einer Testphase wird evaluiert, ob die Maßnahme eine Verbesserung für die allgemeine Sicherheit gebracht hat und im Zweifelsfall eingeführt. Die Selbstverantwortung der Mitarbeiter:innen soll so gestärkt werden.

### Anzahl der Arbeitsunfälle:

Um sich stetig zu verbessern, wird die Anzahl der Arbeitsunfälle systematisch erfasst. Im Berichtszeitraum kam es bei keinem der im Bericht enthaltenen Unternehmen zu einem Todesfall oder einem schweren Arbeitsunfall im Sinne der GRI. 2021 gab es fünf Arbeitsunfälle oder 1,95 Arbeitsunfälle/ 200.000 geleisteten Arbeitsstunden. Im Jahr 2022 wurde ein Arbeitsunfall registriert (0,41 Arbeitsunfälle/ 200.000 geleistete Arbeitsstunden). Zur Berechnung der Arbeitsunfälle pro 200.000 Arbeitsstunden wurde die Gesamtanzahl der theoretischen Arbeitstage (exklusive 25 Arbeitstagen als Urlaubsanspruch) herangezogen. Dieser Wert wurde mit dem Stand der Vollzeitäquivalente zum 31.12. und nochmals mit acht (kollektivvertragliche Normarbeitszeit) multipliziert. Für das Jahr 2021 ergeben sich 511.302,40 und für das Jahr 2022 489.251,84 theoretisch geleistete Arbeitsstunden.



# ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG

## MENSCHENRECHTE

GRI  
3-3, 406-1

### Managementansatz:

Die Achtung der Menschenrechte ist innerhalb der Gewista-Gruppe selbstverständlich. Neben nationalen und internationalen Richtlinien und Gesetzen stellen der Verhaltens- und Ethikkodex des JCDecaux-Konzerns die wichtigsten Leitlinien für unser Handeln dar. Unsere Schlüssellieferant:innen müssen den Lieferanten-Verhaltenskodex unterzeichnen, da wir auch von unseren Lieferant:innen einen angemessenen Umgang mit den Menschenrechten erwarten.

### Diskriminierungsvorfälle:

Im Berichtszeitraum kam es zu einem Vorfall von grenzwertigem Sprachgebrauch und Distanzlosigkeit im Umgang mit einer oder mehreren Mitarbeiter:innen. Der Vorfall wurde von der Personalabteilung geprüft und das Dienstverhältnis wurde einvernehmlich aufgelöst.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
MENSCHENRECHTE IM GESCHÄFTSUMFELD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reputationsverlust</li> <li>• Lieferantenausfälle</li> <li>• Kundenverluste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verhaltenskodex für Lieferant:innen</li> <li>• Lieferantenaudits und -evaluierungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltiger und verlässlicher Partner sein</li> <li>• Vorreiter sein</li> </ul>
ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE NACH INNEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abwanderungen von Mitarbeiter:innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ehrenamtlicher Betriebsrat für Angestellte bei Gewista Werbegesellschaft</li> <li>• Ethik- und Verhaltenskodex für Mitarbeiter:innen</li> <li>• Schulungen zu Diversität und gegenseitiger Achtung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltiger und verlässlicher Partner sein</li> <li>• Fairer Arbeitgeber sein</li> </ul>



# ENTWICKLUNG EINER VERANTWORTUNGSVOLLEN GESCHÄFTS- UND ARBEITSUMGEBUNG

## NACHHALTIGER EINKAUF

GRI  
3-3, 308-2, 414-2

### Managementansatz:

Lieferant:innen stellen eine essenzielle Stakeholdergruppe dar, da ohne sie viele Leistungen oder Produkte nicht angeboten werden können. Die Gewista-Gruppe sowie der JCDecaux-Konzern legen höchsten Wert auf die Einhaltung internationaler Standards (z.B. ILO, Menschenrechte), Richtlinien sowie nationaler Gesetze. Schlüssellieferant:innen müssen den konzerneigenen Lieferanten-Verhaltenskodex unterzeichnen. Dieser ist Teil der nachhaltigen Entwicklung im JCDecaux-Konzern und deckt die Themen Ethik, Arbeits- und Sozialstandards, Gesundheit, Sicherheit und Hygiene, ökologischer Wandel bzw. Umwelt ab.

Für den Fall, dass Handlungen oder Bedingungen festgestellt werden, die gegen diesen Verhaltenskodex verstoßen oder sich ein Lieferant weigert, erforderliche Nachbesserungen vorzunehmen, behält sich der JCDecaux-Konzern das Recht vor, alle Verträge mit diesem Lieferanten zu beenden.

Die Gewista-Gruppe führt eigenständig eine jährliche Lieferantenevaluierung der direkten und indirekten Schlüssellieferant:innen (nach konzerninterner Definition) durch. Direkte Schlüssellieferant:innen werden zusätzlich alle fünf Jahre einem Audit unterzogen.

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
VERFÜGBARKEIT UND EIGNUNG VON LIEFERANT:INNEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferantenausfälle</li> <li>• Lieferantenauswahl eingeschränkt:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- rechtliche Vorgaben</li> <li>- geringe/keine Marktverfügbarkeit</li> <li>- Mangelnde Eignung</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Markt-Screening</li> <li>• Intensive Briefings und Evaluierung, ob die gewünschten Produkte hergestellt bzw. Dienstleistungen angeboten werden können</li> <li>• Zusammenarbeit in der Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen bei bestehenden Lieferanten, insbesondere wenn die Lieferantenauswahl auf Grund von rechtlichen Vorgaben eingeschränkt ist</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erweiterung und Anpassung des Produktportfolios durch neue Lieferant:innen bzw. Ausbau von bestehenden Kooperationen</li> </ul>

THEMA	RISIKEN	MASSNAHMEN	CHANCEN
QUALITÄT UND ZUVERLÄSSIGKEIT VON LIEFERANT:INNEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht-Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards</li> <li>• Sonstige strafrechtliche Verfehlungen</li> <li>• Reputationsverlust</li> <li>• Qualitätsmängel</li> <li>• Unterbrechung der Lieferkette</li> <li>• Mehraufwand auf Grund von Qualitätsmängeln bzw. Minderleistung des Lieferanten</li> <li>• Nichtverfügbarkeit von Produkten für Kund:innen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lieferanten-Verhaltenskodex</li> <li>• Lieferantenevaluierung</li> <li>• ANKÖ-Register</li> <li>• Ersatzlieferant:innen bei Schlüsselprodukten bzw. Dienstleistungen</li> <li>• Abfedern von Lieferkettenproblemen durch einen angepassten Lagerbestand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuverlässige und nachhaltig Partnerschaften</li> <li>• Gute Marktrepuation bezüglich Qualität und Verfügbarkeit der Produkte</li> <li>• Einhaltung von Sozial- und Umweltstandards als „licence-to operate“</li> </ul>

### Sicherstellung der Einhaltung von Verpflichtungen:

Schlüssellieferant:innen werden nach den Vorgaben des JCDecaux-Konzerns definiert, wobei zwischen direkten und indirekten Schlüssellieferant:innen unterschieden wird. Indirekte Schlüssellieferant:innen werden jährlich nach einem standardisiertem Bewertungsverfahren evaluiert. Direkte Schlüssellieferant:innen werden im Zuge eines Vor-Ort-Audits in einem Fünf-Jahreszyklus besichtigt. Ziel dieser beiden Methoden ist es, sicherzustellen, dass sich die Lieferant:innen an vertraglich vereinbarte Vorgaben in Bezug auf Sozial- und Umweltstandards halten. In den Jahren 2021 und 2022 wurden 9 bzw. 17 Evaluierungen und ein Audit durchgeführt. Es konnten keine erheblichen Mängel festgestellt werden, die eine Beendigung von Geschäftsbeziehungen rechtfertigen würden.