



Telekom Austria Group Hauptversammlung 2012

Wien, am 23. Mai 2012

Tagesordnungspunkt 2:

Bericht zur forensischen
Untersuchung und zu getroffenen
Maßnahmen



Privatbeteiligungsanschlüsse: 28,7 Mio. EUR

Valora/Hohegger	9,0 Mio. EUR
Immobilien	1,6 Mio. EUR
Berater	2,7 Mio. EUR
Stock Option	10,4 Mio. EUR
Sonstige	5,0 Mio. EUR

Maßnahmen

Maßnahmenpaket zur Aufarbeitung der Vergangenheit

2009

- ✓ Auftrag an Revision: Überprüfung von Beraterverträgen
- ✓ Auftrag an Revision: Überprüfung Geschäftsbeziehungen zu Lobbyisten
- ✓ Sofortige Beendigung der Geschäftsbeziehungen zu Hohegger

2010

- ✓ Einrichtung einer konzernweiten Compliance-Troika
- ✓ Übergabe von umfangreichen Konvoluten an ermittelnde Behörden
- ✓ Umfassende Revisionsuntersuchungen zu Beratern, Akquisitionen, Immobilienmanagement, Stock Options, etc.
- ✓ Personelle Konsequenzen
- ✓ Einbringung von Sachverhaltsdarstellungen und Privatbeteiligtenanschlüssen
- ✓ Verschärfung der Richtlinien zu Beratungs-, Sponsoring- und Lobbyingaufträgen

2011

- ✓ Externe forensische Untersuchung (Deloitte)
- ✓ Übermittlung der forensischen Prüfberichte an die Staatsanwaltschaft
- ✓ Aufsichtsrat veranlasst Rückzahlung der Stock Option Boni aus 2004
- ✓ Einrichtung Kontrollausschuss des Aufsichtsrates
- ✓ Umfassende Prüfung durch BDO Deutschland AG
- ✓ Besetzung Group Compliance Officer

Personelle und organisatorische Maßnahmen

Personelle Maßnahmen

- > Kein involvierter Verantwortlicher ist aktuell im Unternehmen tätig
- > Rückforderung der Stock Option Bonifikationen
- > Geltendmachung von Schadenersatz durch umfangreiche Privatbeteiligtenanschlüsse initiiert
- > Sämtliche Mitarbeiter und Manager werden für Zeugeneinvernahmen von der Geheimhaltungspflicht entbunden
- > Trennung von einem Festnetzvorstand und 2 Bereichsleitern

Organisatorische Maßnahmen

- > Neustrukturierung des Bereichs Einkauf
- > Neustrukturierung des Immobilienbereichs
- > Etablierung eigener Compliance Abteilung

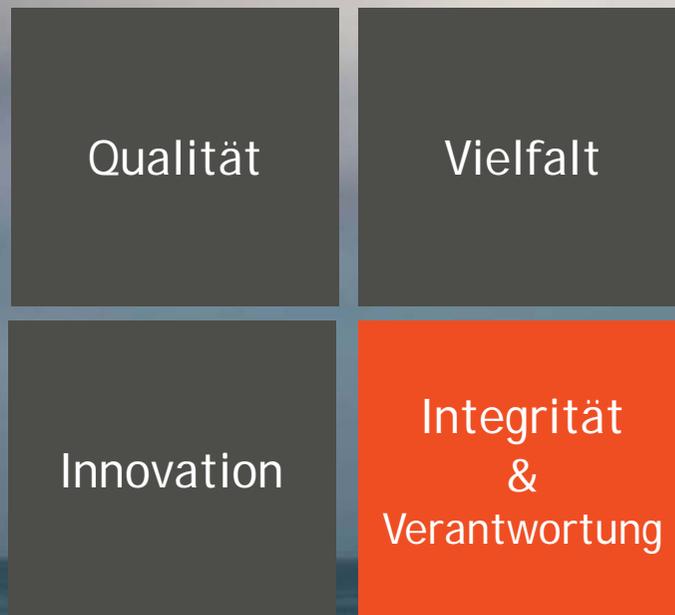
Corporate Governance - Compliance

Unsere Zielsetzung

Etablierung eines modernen und nachhaltigen
Compliance-Systems für eine integre Zukunft

Werte der Telekom Austria Group durch „Integrität“ ergänzt

- > Integrität als zusätzlicher Unternehmenswert
- > Integrität als Basis des Geschäfts
- > Integrität ist nicht verhandelbar



Unsere Handlungsmaximen: Ergebnisse und Ethik

- > Compliance als strategisches Vorstandsthema
- > Wir meinen es ernst: kein „Window Dressing“
- > Compliance: vom Kostenfaktor zum Wettbewerbsvorteil

Richtige Ergebnisse

UND

Richtiger Weg

Wettbewerbsvorteil Integrität

- > Steigerung des Markenwertes
- > Attraktivität als Arbeitgeber
- > Eigentümerstruktur (Ethisches Investment)

„Richtiger Weg“

- > Prävention & Reaktion als Kernbausteine des Compliance Systems
- > Prävention durch Regeln und Werte
- > Reaktion = Hinweisgeber-System und Fallmanagement inkl. Sanktionen

Prävention

UND

Reaktion

Prävention: Nachhaltige Wirkung durch Kombination aus Regeln und Werten

- > Intelligente Verknüpfung von Regeln und Werten
- > Regeln wichtig, aber nicht für jede Situation kann es eine vorab festgelegte Regel geben
- > Integrität als zentraler Unternehmenswert



Bestandteile des Regelwerks

Lieferantenkodex ✓

> Spezieller „Code of Conduct“ für große Systemlieferanten

Richtlinien ✓

> Hohe Transparenz durch Veröffentlichung im Internet

Mitarbeiterschulungen e-learning ✓

> Verpflichtend für die gesamte Gruppe

Geschenke & Einladungen

Beratung & Lobbying

Sponsoring, Spenden & Werbung

Positive Beurteilung durch Transparency International

Klare Richtlinien für Geschenke und Einladungen

Richtlinien

- > Klare Wertgrenzen für Geschenke: 100 EUR pro Geschäftspartner und Quartal
- > Keine Geschenke an Amtsträger
- > Keine Einladungen an Amtsträger zu Veranstaltungen ohne jeglichen geschäftlichen Charakter

Voraussetzung

- > Unabhängigkeit der Entscheidungsfindung muss gewährleistet bleiben



Klare Richtlinien für Beratung und Lobbying

Richtlinien

- > Strenge Prüfung aller Beratungs- und Lobbying-Verträge sowie der diesbezüglichen Vertragspartner
- > Zustimmungspflicht eines Vorstands und eines Prokuristen zu jedem Beratungs- und Lobbying-Vertrag, ab 100.000 EUR Gesamtvorstandsbeschluss
- > Zahlung erfolgt erst nach umfassender und transparenter Leistungsdokumentation

Voraussetzung

- > Beratung und Lobbying darf kein Vehikel für sachfremde Zwecke sein

Strategische Zielgruppenkommunikation (Lobbying)

Transparente und nachvollziehbare Einbringung von Information in Entscheidungsprozessen

2011

> Aufwendungen von 327.600 EUR

Schwerpunkte

- > Zielgruppenkommunikation bei Regulierung auf nationaler und EU Ebene, Glasfaserausbau, Information öffentlicher Institutionen
- > Vertriebsunterstützung im Businesskunden Bereich



Klare Richtlinien für Sponsoring, Spenden und Werbung

Richtlinien

- > Kein Sponsoring von Events, die von politischen Parteien veranstaltet werden; denkbare Ausnahmen nur mit Vorstandsbeschluss
- > Keine Spenden an politische Parteien
- > In Medien politischer Parteien wird keine Werbung geschaltet
- > Abschaffung der Journalistentarife

Voraussetzung

- > Dürfen kein Vehikel für sachfremde Zwecke sein

Sponsoring: Motivation und Prinzipien

Motivation

- > Gesellschaftliche Verantwortung und integrierte Markenkommunikation als Grundpfeiler
- > Emotionalisierende Marketingplattform und integriertes Kommunikationsinstrument (Markenpräsenz)
- > Imagebildung im Rahmen einer gesamtheitlichen Markenführung

Prinzipien

- > Repräsentation der Marktführerschaft (1st in Class)
- > Kontinuität und Langfristigkeit
- > Ansprechen einer breiten Bevölkerungsschicht und Opinionleader
- > Einbindung der Markeneigenschaften in die Sponsoringumwelt

Ausschließlich zur Stützung der Marke A1

Sponsoring - 2011

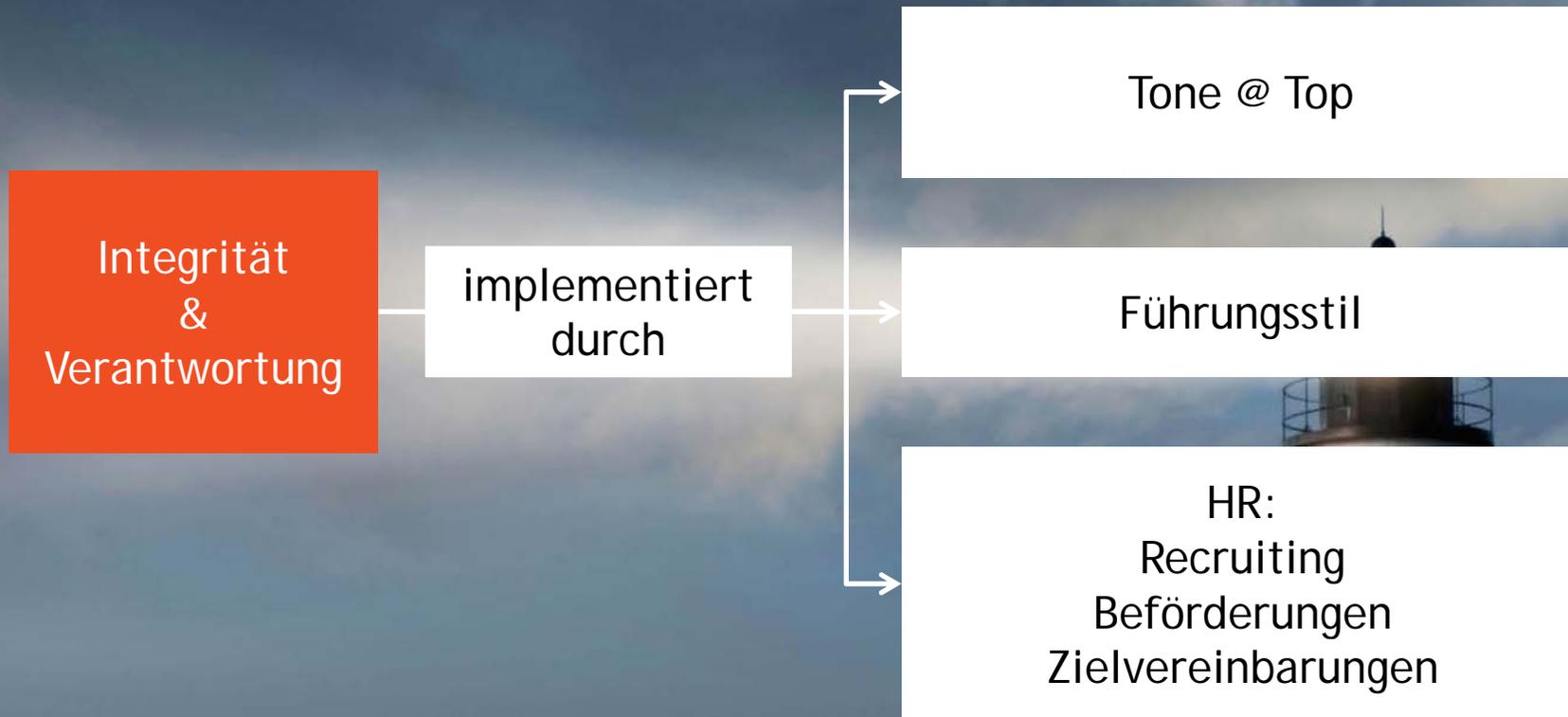
- > Für Sponsoring in Österreich wurden 2011 12 Mio. EUR aufgewendet
- > Gegenüber 2010 wurden Sponsorings um rund 10% gekürzt
- > 2012 erfolgt eine Kürzung um weitere rund 25% auf unter 9 Mio. EUR
- > Gegenüber 2010 somit eine Reduktion um rund 40%

Sponsoring 2011 unterteilt sich in

- > Sport (62%)
 - > Ski 69%
 - > Beachvolleyball 15%
 - > Fußball 8%
 - > Handball 6%
 - > Diverses 3%

- > Messen & Promotion, Events (13%)
- > Kultur (12%)
 - > Veranstaltungen 59%
 - > Theater, Musik, Film 27%
 - > Museen 14%
- > Soziales und Sonstiges (12%)

Verankerung von Integrität im Unternehmen



Zielsetzung: Externe Zertifizierung des Compliance Systems in 2013

2012

Maßnahmen-
umsetzung

> Implementierung eines gruppenweiten State-of-the-Art-Compliance Systems

2013

Zertifizierung

> Externe Zertifizierung nach deutschem Standard

Telekom Austria Group – dafür stehen wir:

- > Wir wollen verloren gegangenes Vertrauen zurückgewinnen und die Reputation des Unternehmens wieder herstellen.
- > Wir etablieren ein modernes und nachhaltiges State-of-the-Art Compliance-Management-System.
- > Wir agieren ehrlich, fair und transparent.

Zusammenfassung und Resümee

- > Vollständige Aufklärung der Vergangenheit durch unabhängige forensische Untersuchung zur Klärung der Faktenlage
- > Umfassende Rückforderung allenfalls unrechtmäßiger ausbezahlter Gelder und volle Kooperation mit Ermittlungsbehörden
- > Umsetzung der Lehren für die Zukunft durch Etablierung eines State of the Art-Compliance-Systems



Hauptversammlung 2012

