

UK / IR / KRC

# KONZERNVORSCHRIFT NR. 03/2013

Österreichische Post AG  
Unternehmenszentrale  
Haidingergasse 1  
1030 Wien, Österreich

Ersetzt Organisations-Vorschrift Nr. 03/2009

Tel.: +43 (0) 577 67 / 21897  
Fax: +43 577 2803 - 9  
E-Mail: manuela.bruck@post.at

**Diese Konzernvorschrift gilt für alle Mitarbeiter der Österreichische Post AG sowie für die Geschäftsführung und alle Mitarbeiter der Tochtergesellschaften der Post**

GÜLTIGKEITSDAUER  
BIS AUF WIDERRUF

## KONZERNVORSCHRIFT EINHEITLICHE KOMMUNIKATION UND UMGANG MIT MEDIEN/Richtlinie zur Sicherstellung von aufeinander abgestimmten Informations- und Kommunikationsmaßnahmen der Österreichischen Post AG und ihrer Beteiligungen“

Die in dieser Konzernvorschrift festgelegten Regelungen gelten für die in- und ausländischen Beteiligungen der Österreichischen Post AG sowie die Österreichische Post AG (nachfolgend auch kurz „Post“ genannt) selbst, wobei darüber hinaus zwingende regionale Rechtsvorschriften zu beachten sind. Für die Umsetzung der Konzernvorschrift ist die Geschäftsführung der jeweiligen Beteiligung bzw. die Berichtsebene 1 der Post AG verantwortlich.

Die Konzernvorschrift ordnet die Kommunikationsaktivitäten der Österreichischen Post AG (Post) und ihrer Beteiligungen im Sinne einer integrierten Kommunikation. Ebenso dient sie dazu, den guten Ruf des Unternehmens nachhaltig zu festigen und zu schützen,

Die Koordination der Informations- und Kommunikationspolitik der Post und ihrer Beteiligungen ist wie folgt festgelegt:

### **I. Strategische Planung - Informationseinbindung**

Im Sinn einer strategischen Themenführung sind möglichst frühzeitig in der Vorbereitungsphase die für Kommunikation verantwortlichen Fachbereiche über Projekte, Produktänderungen und strategische Planungen, die nach innen und außen positive oder negative Kommunikation bewirken könnten bzw. Auswirkungen auf das Image der Post haben könnten, zu informieren.

Bei der Österreichischen Post sind das Investor Relations/IR und Unternehmenskommunikation/UK. Bei den Beteiligungen ist die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder Geschäftsführung einzubinden.

Bei Lobbyingthemen, national oder international, ist zusätzlich die Abteilung Recht der Post AG einzubinden.

## **II. Die Kommunikation mit den Zielgruppen Medien, Finanzmarkt und Politik/ Interessensvertretungen wird folgendermaßen festgelegt:**

### 1. MEDIENKONTAKTE

#### 1.1. Allgemeines

Parteilpolitische Stellungnahmen werden von der Österreichischen Post AG und ihren Konzernunternehmen („Post-Konzern“) grundsätzlich nicht abgegeben; auch dürfen Mitarbeiter der Post AG und ihrer Konzernunternehmen in ihrer Eigenschaft als solche öffentlich keine parteipolitischen Stellungnahmen abgeben.

#### 1.2. Österreichische Post

Der Bereich Unternehmenskommunikation/UK ist für die Koordination sämtlicher (unternehmensbezogener) Medienkontakte der Post AG selbst sowie aller Mitarbeiter verantwortlich. Bezüglich der Formulierung und des Umgangs mit vertraulichen Finanzdaten oder insiderrelevanten Informationen ist darüber hinaus die Abstimmung mit IR vorzunehmen. Die aktive Anbahnung von Medienkontakten erfolgt durch UK. Medienanfragen müssen ausnahmslos an UK/ Presse & Interne Kommunikation (PIK) weitergegeben werden. Darunter fallen auch alle Anfragen um Drehgenehmigungen und Tonaufnahmen für Räume/Gelände (im Besitz) der Post AG. Ohne Vorabgenehmigung der Abteilung UK/PIK dürfen ausnahmslos keine Aufnahmen gemacht werden; kein Mitarbeiter der Post AG ist befugt ohne Genehmigung durch UK/PIK solche zu gestalten oder an solchen mitzuwirken oder jemand anderen hierzu anzuweisen. Im Zweifelsfall ist Kontakt mit UK/PIK aufzunehmen.

UK/PIK/ koordiniert die Beantwortung der Medienanfragen und ist neben dem Vorstand der Österreichischen Post das alleinige „Sprachrohr“ des Post-Konzerns gegenüber Medien. Nur in Abstimmung mit UK/PIK darf auch ein anderer Mitarbeiter des Post-Konzerns nach außen hin Stellungnahmen abgeben. Antworten auf mediale Anfragen zu wirtschafts- oder gesellschaftspolitischen Themen erfolgen ferner ausschließlich in Abstimmung mit dem Generaldirektor.

#### 1.3. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind für die unter 1.1. angeführten Inhalte die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder die Geschäftsführung verantwortlich. Die Erteilung von Drehgenehmigungen und Tonaufnahmen obliegt der Geschäftsführung der jeweiligen Beteiligung. Sollte das Thema bzw. die zu erwartende Berichterstattung Relevanz für die Muttergesellschaft oder andere Beteiligungen haben, ist der Bereich UK/PIK der Österreichischen Post frühzeitig einzubinden.

## 2. POLITIK/INTERESSENVERTRETUNGEN

### 2.1. Österreichische Post

Die externe Kommunikation mit Politikern und Interessensvertretungen erfolgt ausschließlich in Abstimmung mit Recht und UK, die diese ggf. mit dem Generaldirektor abstimmen. Das gilt für schriftliche Kommunikation sowie für mündliche Kommunikation. Davon ausgenommen sind Fälle, wo Interessensvertretungen in konkreten Dienstrechtsangelegenheiten als Parteienvertreter in Erscheinung treten.

### 2.2. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind für die unter 2.1. angeführten Inhalte die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder die Geschäftsführung einzubinden bzw. verantwortlich.

## 3. INVESTOREN/FINANZMARKT

Die Kommunikation mit Aktionären der Österreichischen Post, mit Kapitalmarkt-Vertretern und Finanz-Journalisten obliegt national und international der Abteilung Investor Relations (IR). IR ist dafür verantwortlich, alle diesbezüglichen Anfragen – gegebenenfalls in Abstimmung mit dem Generaldirektor oder dessen Stellvertreter – zu beantworten und alle finanzmarktrechtlichen Aspekte zu berücksichtigen. Insbesondere ist IR für die Durchführung von Ad-hoc Meldungen, Kapitalmarkt-Messen, Road Shows und Kommunikationskampagnen hinsichtlich des Finanzmarktes und die Erstellung von Publikationen zu konzern- oder kapitalmarktrelevanten Themen zuständig.

## 4. DIENSTSTELLENBESUCHE

### 4.1. Österreichische Post

Dienststellenbesuche – gleich, ob von Schulen, Vereinen, Verbänden, etc. – müssen vorab durch den jeweils zuständigen Regionalleiter/Vertriebsdirektor oder Leiter der Service-Einheit/Zentralen Funktion genehmigt werden. Besuche von Politikern oder Interessensvertretungen, die grundsätzlich nicht für die Österreichische Post AG zuständig sind, d.h. wenn eine betriebliche Präsenz ex lege z.B. nach § 8 Abs. 4 Post-Betriebsverfassungsgesetz (PBVG), § 15 Abs. 3 PBVG) nicht eingeräumt ist, müssen vor Genehmigung mit Recht/Personalmanagement abgesprochen werden (siehe auch Punkt Politik/Interessensvertretungen). Interessensvertretungen, denen ex lege eine betriebliche Präsenz nicht zukommt, sind z.B. der ÖAAB, die Landwirtschaftskammer oder Fachgewerkschaften, die nicht für die Österreichische Post AG zuständig sind (z.B. VIDA etc.). In Zweifelsfällen ist jedenfalls „Recht“ zu kontaktieren.

Besuche von Politikern sowie Vertretern wahlwerbender Parteien und Interessensvertretungen (wie z.B. Kammer für Arbeiter und Angestellte), ausgenommen in jenen Fällen, wo eine betriebliche Präsenz unter definierten Voraussetzungen ex lege eingeräumt ist, z.B. § 8 Abs. 4 PBVG, § 15 Abs. 3 PBVG, sind zwei Monate vor einer österreichweiten Wahl bundesweit sowie zwei Monate vor einer landes- oder gemeindeweiten Wahl im jeweiligen Bundesland jedenfalls nicht gestattet.

Bei Präsenz von Medienvertretern ist auch UK/PIK einzubinden. In Räumlichkeiten und auf Betriebsflächen der Post AG ist die Abhaltung von Veranstaltungen, die nicht von der Unternehmensleitung bzw. einer von ihr autorisierten Person initiiert werden oder für die gemäß den Bestimmungen des PBVG keine Rechtsgrundlage besteht, generell untersagt.

#### 4.2. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind für die unter 4.1. angeführten Angelegenheiten die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder die Geschäftsführung zuständig.

### **III. Für die Themenbereiche Corporate Design, Internetauftritt, Interne Kommunikation, Events und Marktforschung gilt:**

#### 1. CORPORATE DESIGN (CD)

Um den einheitlichen Gesamtauftritt auch optisch sicherzustellen, sind in allen Drucksorten, Unterlagen, Präsentationen etc. die jeweiligen CD-Richtlinien einzuhalten. Die Einhaltung und Weiterentwicklung des CD obliegt in der Post ausschließlich UK/CI/CD.

In den Beteiligungen ist die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder Geschäftsführung für die Einhaltung verantwortlich. Weiterentwicklungen sind mit UK/CI/CD abzustimmen.

Bei Logo- oder Namensänderungen ist von den Beteiligungen vor der Planungsphase die Abteilung Unternehmenskommunikation/CI/CD der Post einzubinden.

#### 2. INTERNETAUFTRITT

##### 2.1. Österreichische Post

Die Zuständigkeit für Web-Auftritte der Post ist im Bereich UK angesiedelt und wird von dort zentral gesteuert. Die einzelnen Inhalte werden von den Divisionen und Fachabteilungen beigesteuert, die auch für die jeweilige Korrektheit verantwortlich sind. Die Einbindung von Applikationen wie Webshops etc. liegt in der Verantwortung von Online-Innovationsmanagement und erfolgt in enger Zusammenarbeit mit den dafür verantwortlichen Fachbereichen.

Entscheidungen, ob und welche Domains seitens der Post angeschafft werden, sind mit UK abzustimmen.

##### 2.2. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind für die unter 2.1. angeführten Inhalte die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder die Geschäftsführung einzubinden bzw. verantwortlich.

### 2.3. Andere Web-Auftritte mit Post-Bezug

Web-Auftritte, die von Mitarbeitern der Post oder einer ihrer Beteiligungen betrieben werden und von externen Personen der Post zugeordnet werden könnten, sind nicht zulässig.

## 3. KOMMUNIKATION VIA SOCIAL MEDIA

Die offizielle Kommunikation über Social-Media-Kanäle wird bei der Post von UK, bei den Beteiligungen von der jeweiligen Kommunikationsabteilung bzw. der Geschäftsführung zentral gesteuert. Ausnahmslos autorisierte Mitarbeiter veröffentlichen offizielle Meldungen des jeweiligen Unternehmens.

## 4. INTERNE KOMMUNIKATIONSMASSNAHMEN

### 4.1. Österreichische Post

UK/PIK ist Ansprechpartner für die Entwicklung interner Kommunikationsmaßnahmen. Sämtliche schriftlichen und elektronischen Publikationen, die an Mitarbeiter der Post ergehen, müssen ab der Planungsphase mit UK/PIK abgestimmt und von dieser grundsätzlich freigegeben werden.

Ausgenommen davon sind betriebliche Anweisungen und Schulungsunterlagen, die keine unternehmenspolitischen bzw. unternehmensstrategischen Informationen enthalten.

UK/PIK ist zuständig für die redaktionelle und inhaltliche Gestaltung interner Medien wie Mitarbeiterzeitung, Mitarbeiterbriefe, Newsletter, Aushänge & Info-Screens die sich an alle bzw. bereichsübergreifende Mitarbeitergruppen richten.

Das Intranet der Post wird von UK/PIK zentral gesteuert. Die einzelnen Inhalte werden von den Divisionen und Fachabteilungen beigesteuert, die auch für die jeweilige inhaltliche Korrektheit verantwortlich sind.

### 4.2. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind für die unter 4.1. angeführten Inhalte die jeweilige Kommunikationsabteilung und/oder die Geschäftsführung einzubinden bzw. verantwortlich.

## 5. EVENTS

### 5.1. Österreichische Post

Zur Sicherstellung eines konsistenten Gesamtauftritts ist UK/PIK sowohl für die Konzeption als auch für die Umsetzung aller Veranstaltungen des Unternehmens verantwortlich und von sämtlichen internen Auftraggebern zu beauftragen. Dies betrifft sowohl interne Veranstaltungen als auch externe Unternehmensauftritte, wie Pressekonferenzen, Messeauftritte, Kundenveranstaltungen u.a. Alle mit Veranstaltungen zusammenhängenden Beauftragungen an Externe sind ausschließlich über das UK/PIK entsprechend der Beschaffungsrichtlinien abzuwickeln. Die Definition von Inhalt, Zielsetzung,

Adressatenkreis und Zweck sowie die Budgetierung von Veranstaltungen liegen im Verantwortungsbereich des jeweiligen Auftraggebers.

Sämtliche Einladungslisten sind vom Auftraggeber zur Prüfung vorab an die Abteilung Compliance zu übermitteln.

## 5.2. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind die unter 5.1. angeführten Inhalte von den jeweiligen Auftraggebern und/oder der Geschäftsführung in diesem Sinn zu steuern.

## 6. MARKTFORSCHUNG

### 6.1. Österreichische Post

UK führt regelmäßig divisionsübergreifende Marktforschungen durch und ist bei darüber hinaus notwendigen Marktforschungsprojekten rechtzeitig einzubinden. Bei solchen Projekten stellt die Marktforschung ihre fachliche Expertise zur Verfügung, die Aufgabenstellung wird gemeinsam konkretisiert und die optimale Vorgangsweise abgestimmt. Die Budgetverantwortung für Marktforschungsprojekte und die Einhaltung der Beschaffungsrichtlinien liegt im Verantwortungsbereich des jeweiligen Auftraggebers.

### 6.2. Beteiligungen

In den Beteiligungen sind die unter 6.1. angeführten Inhalte von der jeweiligen Kommunikationsabteilung und/oder der Geschäftsführung in diesem Sinn zu steuern. Länderübergreifende Marktforschungen sind mit dem Bereich UK der Post abzustimmen.