



Corporate Governance Bericht 2020

Bericht der Geschäftsleitung und des Aufsichtsrates der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
gemäß Bundes Public Corporate Governance Kodex 2017 (B-PCGK 2017)



I. Präambel

Die Bundesregierung hat am 30.10.2012 beschlossen, einen Public Corporate Governance Kodex (B-PCGK)¹ für bundeseigene und bundesnahe Unternehmen einzuführen. Der B-PCGK wurde aufgrund der Erfahrungen in der Praxis und neuer gesetzlicher Bestimmungen (z.B. zum Controlling und zur Abschlussprüfung) einer Revision unterzogen. Die Änderungen und Ergänzungen sind in den Public Corporate Governance Kodex 2017 (B-PCGK 2017)² aufgenommen worden. Der B-PCGK 2017 wurde am 28.06.2017 von der Bundesregierung beschlossen und kam ab dem Geschäftsjahr 2017 zur Anwendung. Ziel des Kodex ist es, die Unternehmensführung und -überwachung transparenter und nachvollziehbarer zu machen und die Rolle des Bundes und der Unternehmen des Bundes als Anteilseigner klarer zu fassen.

Mit dem Bundesgesetz über die Errichtung der Marktordnungsstelle „Agrarmarkt Austria“ (AMA), BGBl. Nr. 376/1992, wurde eine juristische Person des öffentlichen Rechts eingerichtet.

Gemäß § 39a leg. cit. kann die AMA für die Durchführung der Aufgaben des Agrarmarketings eine Kapitalgesellschaft in Form einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung errichten. Aufgrund dieser Ermächtigung wurde mit dem Gesellschaftsvertrag vom 22. Juni 1995 die Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA-Marketing) errichtet, die auch die Förderung des Agrarmarketings wahrzunehmen hat (§ 3 Abs. 1 Z. 3 leg. cit.).

Als Tochterunternehmen der AMA hat sich die AMA-Marketing freiwillig entschieden, die Regelungen des Kodex zu berücksichtigen und die Übereinstimmung mit dem Kodex zu dokumentieren.

Der Kodex sieht vor, dass die Geschäftsleitung und das Überwachungsorgan jährlich über die Corporate Governance des Unternehmens berichten (Corporate Governance Bericht). Der Bericht ist gemeinsam mit dem Jahresabschluss dem nach dem Gesetz zur Genehmigung des Jahresabschlusses zuständigen Organ vorzulegen und auch zu veröffentlichen.

Der Bericht hat die Erklärung der Geschäftsleitung und des Überwachungsorgans zu enthalten, ob diesem Kodex entsprochen wurde. Wenn von verpflichtenden Regeln (K-Kennzeichnung) oder „Comply or Explain“-Regeln (C-Kennzeichnung) abgewichen wird, ist das im Bericht aufzuzeigen.

¹ Abrufbar unter <https://www.bundeskanzleramt.gv.at>

² Abrufbar unter <https://www.bundeskanzleramt.gv.at>



II. Erklärung der Geschäftsleitung und des Aufsichtsrates

Die Geschäftsleitung und der Aufsichtsrat der AMA-Marketing erklären, dass die Regeln des Kodex umgesetzt werden und diesem damit entsprochen wird, soweit nicht in den nachfolgend genannten Punkten abgewichen wird. Der Corporate Governance Bericht wird jährlich, zugleich mit dem Lagebericht und dem Jahresabschluss erstellt. Seine vorliegende Version basiert auf den Daten des Kalenderjahres 2020.

III. Zusammensetzung der Geschäftsleitung

Die AMA-Marketing wird derzeit vom Alleingeschäftsführer Dr. Michael Blass, geb. am 22.03.1958, geleitet. Er wurde erstmals mit 01.01.2013 für die Funktionsperiode bis 31.12.2017 bestellt und mit Wirksamkeit 01.01.2018 als Geschäftsführer wiederbestellt. Die laufende Funktionsperiode endet am 31.12.2022.

Die monatliche Vergütung des Geschäftsführers im Berichtszeitraum beträgt EUR 11.521,30 brutto (14 x pro Jahr).

Weiters hat der Geschäftsführer Anspruch auf einen Beitrag zur freiwilligen Pensionsvorsorge in der Höhe von 10 Prozent des Jahresbruttogehaltes, den Abschluss einer Unfallversicherung sowie auf einen Dienstkraftwagen.

Der Geschäftsführer erhält im Rahmen der Vergütung keine erfolgsbezogenen Komponenten. Solche sind und waren weder Vertragsbestandteil noch wurden sie jemals gewährt. Für den Fall einer Beendigung des Dienstverhältnisses sind keine, über die gesetzlich vorgesehenen Beendigungsansprüche hinausgehende Vergütungen, vereinbart.

Für den Geschäftsführer besteht eine D&O-Versicherung.



IV. Zusammensetzung des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat der AMA-Marketing besteht im Berichtszeitraum aus sieben Kapitalvertretern und vier Arbeitnehmervertretern:³

Name	Geburtsjahr	Datum der Erstbestellung	Ende der laufenden Funktionsperiode
LAbg. Michaela Langer-Weninger (Vorsitzende) ⁴	1979	29.08.2018	2025
Mag. Heinz Leitsmüller (Stv. Vorsitzender)	1962	16.03.2006	2025
Prof. Dr. Reinhard Kainz	1962	30.06.2010	2025
Mag. Karl Krammer	1953	20.05.1998	2025
Ing. Lorenz Mayr	1982	29.07.2020	2025
Mag. Iris Thalbauer	1970	30.10.2017	2025
Mag. Ernst Tüchler	1957	16.10.2004	2025
Mag. Marcus Stehlik (vom Betriebsrat entsandt)	1966	08.01.2001	2025
Dipl.-Ing. Martin Hubmann (vom Betriebsrat entsandt)	1970	01.03.2004	2025
Mag. Karin Silberbauer (vom Betriebsrat entsandt)	1972	22.02.2016	2025
Christiane Neuhold (vom Betriebsrat entsandt) ⁵	1982	02.03.2020	2025

Die Vergütung der Mitglieder des Überwachungsorgans beträgt EUR 272,52, 12⁶ x pro Jahr.

Die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat erhalten keine Vergütung.

Mitglieder des Überwachungsorganes, die gleichzeitig Mitglieder des Verwaltungsrates der AMA sind, erhalten keine zusätzliche Vergütung für ihre Funktion im Überwachungsorgan.⁷

Für die Mitglieder des Überwachungsorgans besteht eine D&O-Versicherung.

Im Berichtszeitraum wurden vier Sitzungen abgehalten (virtuell per Videokonferenz).

³ Stand Dezember 2020.

⁴ Bis zum 29.07.2020 bekleidete Ök.-Rat Franz Windisch diese Funktion.

⁵ Mitglied seit dem 02.03.2020. Bis zum 01.03.2020 bekleidete Dipl.-Ing. Rüdiger Sachsenhofer diese Funktion.

⁶ Das entsprach ATS 3.750,- pro Kalendermonat zum Zeitpunkt der Gründung der AMA-Marketing.

⁷ Beschluss der Generalversammlung vom 15. September 1995.



V. Abweichungen von den Regelungen des Public Corporate Governance Kodex im Berichtszeitraum 2020

Punkt 9 – Geschäftsleitung

Nach Punkt 9.5.6 dürfen Mitglieder der Geschäftsleitung Nebenbeschäftigungen, insbesondere Mandate in Überwachungsorganen nur mit Zustimmung des Überwachungsorgans ausüben. Der Geschäftsführer darf ohne Einwilligung der Generalversammlung keine Nebenbeschäftigungen und Nebentätigkeiten durchführen. Die Prokuristen dürfen ohne Zustimmung des Geschäftsführers keine Nebenbeschäftigungen und Nebentätigkeiten durchführen. Eine Zustimmung des Überwachungsorgans ist nicht vorgesehen (K).

Punkt 11 – Überwachungsorgan

Nach Punkt 11.5.2 ist die Vergütung der Mitglieder des Überwachungsorgans regelmäßig auf ihre Angemessenheit und Leistungsgerechtigkeit zu überprüfen (K).

Nach § 10 des Gesellschaftsvertrages haben die Mitglieder des Aufsichtsrates Anspruch auf eine angemessene Entschädigung, die von der Gesellschaft zu bedecken ist. Ihre Höhe wird von der Generalversammlung festgesetzt. Die erstmalige Festsetzung vom 8. September 1995 ist bis dato unverändert geblieben.

Punkt 13 – Interne Revision

Nach Punkt 13.3 soll die interne Revision unmittelbar der Geschäftsleitung oder der Konzernspitze unterstellt werden. Die Bestellung des Leiters/der Leiterin der internen Revision soll durch das Überwachungsorgan genehmigt werden, wenn ein solches eingerichtet ist (C).

Die Tätigkeit der AMA-Marketing unterliegt der Prüfung durch die Interne Revision der AMA. Die Interne Revision ist als Stabsstelle der AMA eingerichtet⁸. Personalentscheidungen sind vom Vorstand – als Kollegialorgan und unter Berücksichtigung des Personalplanes – nach § 22 leg. cit. autonom zu treffen. Eine Zustimmung des Verwaltungsrates der AMA oder des Aufsichtsrates der AMA-Marketing ist gesetzlich nicht vorgesehen.

⁸ § 1 Z 11 AMA-GO-V.



Punkt 14 – Rechnungswesen/-legung und Abschlussprüfung

Nach Punkt 14.3.5 dürfen Verträge mit dem Abschlussprüfer über zusätzliche, nicht mit der Prüfung des Jahresabschlusses unmittelbar im Zusammenhang stehende Beratungs- oder sonstige Dienstleistungen nur mit Zustimmung des Überwachungsorgans abgeschlossen werden (K).

Der Abschlussprüfer hat zusätzlich die Konformitätsprüfungen der EU-Programme bei Bio und bei Export durchgeführt.

Punkt 15 – Corporate Governance Bericht

VI. Berücksichtigung von Genderaspekten

Nach Punkt 15.4 sind Genderaspekte zu berücksichtigen (K).

Nach Punkt 15.4.1 ist der Anteil von Frauen in der Geschäftsleitung und im Überwachungsorgan und dessen Ausschüssen darzustellen (K). Die Zusammensetzung der Geschäftsleitung ist auf Seite 3, jene des Aufsichtsrates auf Seite 4, dargestellt. Im elfköpfigen Aufsichtsrat sind vier Frauen vertreten, was einem Anteil von etwas über 36 Prozent entspricht. Seit dem 30.07.2020 ist die Funktion der Vorsitzenden des Aufsichtsrats erstmalig mit einer Frau besetzt.

Nach Punkt 15.4.2 sind die zu setzenden Maßnahmen zur Erhöhung des Anteils der Frauen in der Geschäftsleitung, im Überwachungsorgan und in leitender Stellung (Pkt. 10) anzuführen (K).

Maßnahmen zur Erhöhung des Anteils der Frauen:

1. In der Geschäftsleitung: Die Ausschreibung der Position der Geschäftsleitung erfolgt unter Berücksichtigung der Bestimmungen des Stellenbesetzungsgesetzes.⁹

Im Berichtsjahr kam es auf Grund des laufenden Vertragsverhältnisses (siehe Seite 3) zu keiner Neuausschreibung der Geschäftsleitung, die nächste Ausschreibung ist für 2022 geplant.

⁹ Bundesgesetz über Transparenz bei der Stellenbesetzung im staatsnahen Unternehmensbereich (Stellenbesetzungsgesetz), StF: BGBl. I Nr. 26/1998.



2. Im Überwachungsorgan: Die Erhöhung des Frauenanteils wird im Überwachungsorgan (Aufsichtsrat) durch die Erfüllung der Quotenfestlegungen des Anteils von 35 Prozent erfüllt (siehe Pkt. 15.4.1).

3. In leitender Stellung (siehe Definition gemäß Pkt. 10):

Führungskräfte in der AMA-Marketing: Im Zeitpunkt der Berichtserstellung werden fünf Bereiche von Frauen und sechs von Männern geführt, ein Bereich ist unbesetzt. Von den fünf Stabstellen werden zwei von Frauen und zwei von Männern geführt, eine Stabstelle ist unbesetzt. Von den vier Abteilungen werden drei von Männern geführt, eine Abteilung ist unbesetzt.

2020 wurden keine Neubestellungen der Leitungspositionen einer Abteilung, Stabstelle oder Bereichs (Organisationseinheiten gemäß Organigramm mit Leitungsfunktion) durchgeführt.

Die AMA-Marketing unterliegt den Bestimmungen des Gleichbehandlungsgesetzes und des Stellenbesetzungsgesetzes (nicht aber denen des Bundes-Gleichbehandlungsgesetzes). Beide Gesetze haben die Gleichstellung von Frauen und Männern zum Ziel und normieren ein Diskriminierungsverbot. Der Frauenanteil in Managementfunktionen beträgt 42 Prozent, der Gesamtanteil an weiblichen Beschäftigten 76 Prozent¹⁰.

Die AMA-Marketing setzt eine Reihe von Maßnahmen zur Erfüllung dieser rechtlichen Vorgaben und geht in vielen Punkten darüber hinaus.

Bei den Ausschreibungen zur Bestellung der Geschäftsführung in den Jahren 2012 und 2017 wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Bewerbungen von Frauen ausdrücklich erwünscht sind und ihre Bewerbungen bei gleicher Qualifikation mit männlichen Bewerbern vorrangig behandelt werden.

Im Rahmen dieser Ausschreibungen fand sich folgende Formulierung: *„Weibliche Bewerberinnen werden ausdrücklich zur Bewerbung eingeladen. Bewerberinnen, die zumindest gleich gut qualifiziert sind wie der am besten qualifizierte männliche Bewerber, werden bei der Bewerbung vorrangig berücksichtigt.“*

Die Ausschreibungen von Stellen und Positionen enthalten ein umfassendes Anforderungs- und Qualifikationsprofil, die Ausschreibungstexte müssen geschlechtsneutral abgefasst werden. Das Personalreferat formuliert (bzw. überprüft dahingehend) alle Ausschreibungstexte diskriminierungsfrei.

Die Gleichstellung der Geschlechter findet sich in der AMA-Marketing als gelebte Praxis im Schriftverkehr und in der Außenkommunikation, aber auch z. B. in internen Mitteilungen des Geschäftsführers an Kolleginnen und Kollegen durch eine geschlechterneutrale Formulierung, wieder. Auch im Rahmen der ISO-Prozessbeschreibung für Corporate Design (PB003) ist die geschlechtsneutrale Bezeichnung vorgegeben.

¹⁰ Stand Dezember 2020.



Alle Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten werden in der AMA-Marketing allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Kenntnis gebracht. Es gibt ein ausgewogenes Bildungsangebot für alle Tätigkeitsbereiche, z. B. auch für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Assistenzfunktion. Spezielle Angebote für Frauen gibt es auch im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung oder Kommunikation.

Im Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitergespräch ist es auch in der Verantwortung der Führungskräfte, die berufliche Entwicklung zu behandeln und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen, wie die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen, berufliche Weiterentwicklung durch Übertragung von Aufgaben in Eigenverantwortung oder Betrauung mit Projektleitungen.

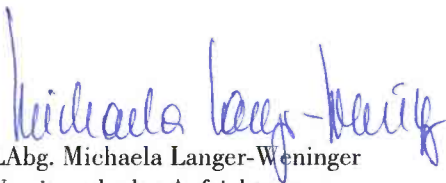
Der Kollektivvertrag der AMA, der auch für die Angestellten der AMA-Marketing gilt, ist geschlechtsneutral und enthält keine geschlechterdiskriminierenden Bestimmungen. Weibliche Beschäftigte werden in der AMA-Marketing bei der Festsetzung des Entgelts nicht diskriminiert.

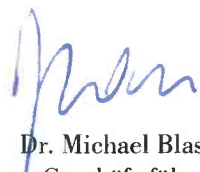
Im COVID-19-Krisenjahr 2020 wurde speziell durch die Möglichkeit zu Homeoffice und auch eines frühzeitigen Abschlusses einer Homeoffice-Betriebsvereinbarung ein weiterer Schritt zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie geschaffen. Ergänzend dazu wurde eine Sonderbetreuungszeit für Kolleginnen und Kollegen mit Betreuungspflichten angeboten und für alle Bediensteten „COVID-19-Prämien“ gewährt.

Vereinbarkeit von beruflichen und familiären Aufgaben ist ein wesentlicher Bestandteil eines nichtdiskriminierenden Arbeitsumfeldes. Homeoffice schafft zusätzliche Gestaltungsmöglichkeiten der Arbeitsprozesse, neben den bereits praktizierten bisherigen Möglichkeiten einer reduzierten Arbeitszeit, der Möglichkeit der Rückkehr zur vorherigen Arbeitszeit und generell flexiblen Arbeitszeitregelungen im Rahmen der Gleitzeit.

Punkt 15.5 Im Jahr 2021 wurde der Public Corporate Governance Kodex (B-PCGK) für das Jahr 2020 das erste Mal von der BF Consulting Wirtschaftsprüfung GmbH evaluiert. Es gibt keine Beanstandungen.

Wien, am 25.06.2021


LAbg. Michaela Langer-Weninger
Vorsitzende des Aufsichtsrates


Dr. Michael Blass
Geschäftsführer