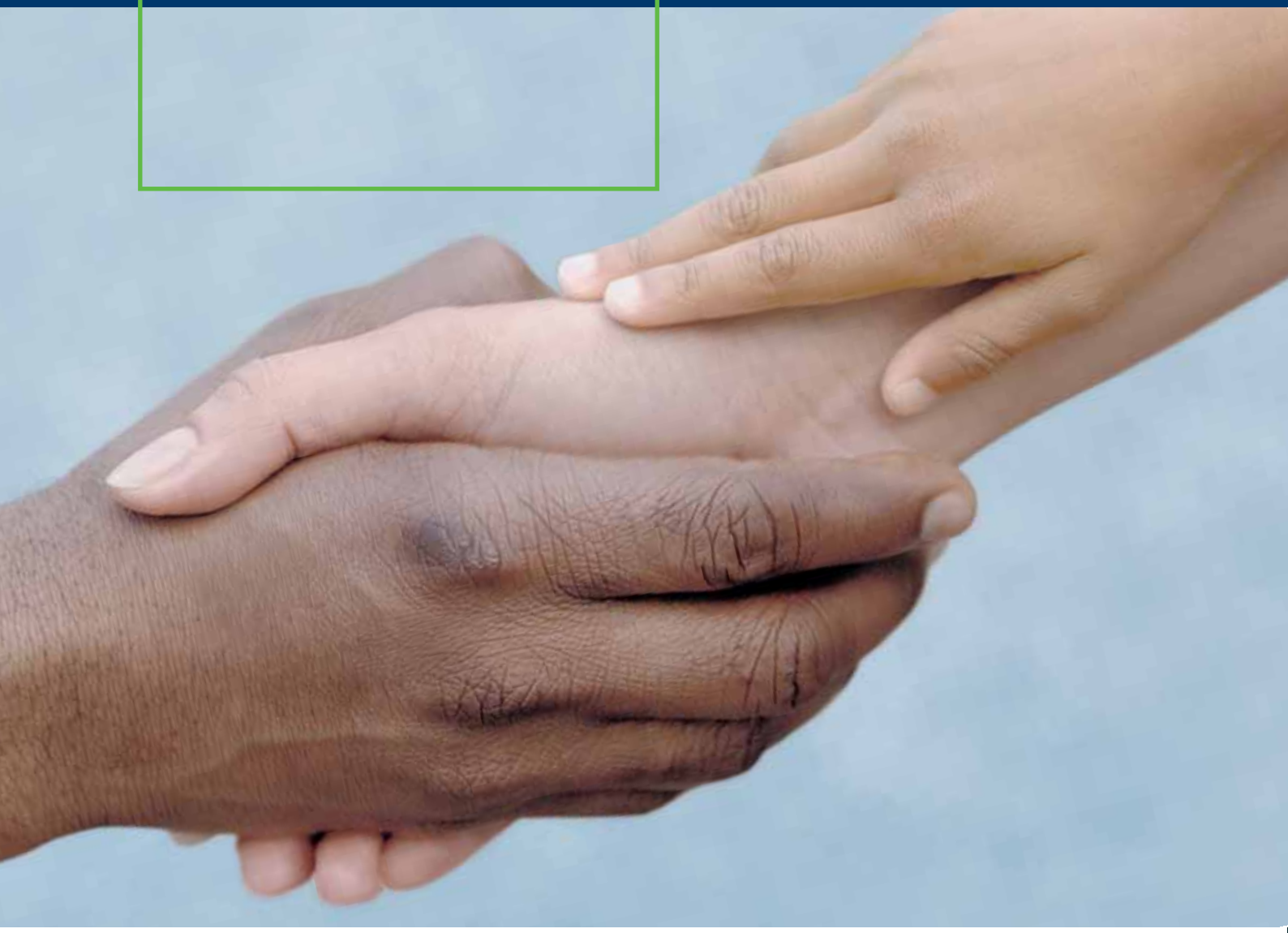
OMV Aktiengesellschaft

Corporate Social Responsibility

Performance Report 03-04



Mehr bewegen. OMV

Keine der in diesem Performance Report bereitgestellten Informationen ist eine Aufforderung zum Kauf oder Handel mit Aktien, Wertpapieren jeglicher Art oder American Depository Receipts (ADR) der OMV Aktiengesellschaft oder soll eine solche Aufforderung sein.

Im Interesse des Textflusses und der Leserfreundlichkeit werden durchgehend geschlechtsunspezifische Termini verwendet: Die Bezeichnungen Kunden, Mitarbeiter, Partner, Vertragspartner, Aktionäre usw. beziehen jeweils die weibliche Form mit ein.

Statistische Daten beziehen sich auf den Berichtszeitraum 2003 und 2004 bzw. zur leichteren Vergleichbarkeit der Daten auf den Berichtszeitraum 2000 bis 2004.

Wir berichten über Joint Ventures mit Beteiligungen von mehr als 50 Prozent oder über Joint Ventures, in denen wir in Konsortien Operator sind.

Die Dokumentation wesentlicher Veränderungen des Konzerns durch Erweiterungen sowie die Dokumentation ergänzter Prozessmanagementsysteme, Richtlinien oder Referenzprojekte beziehen das Rumpfjahr 2005 mit ein.

Für die Formulierung und Umsetzung von finanz-, umwelt- und gesellschafts-/sozialbezogenen Themen sind Mag. Ana-Barbara Kunčič, Dr. Helga Pražak-Reisinger, Dr. Georg Horacek, Dr. Karl Jung und Mag. Simone Alaya verantwortlich.

Zusätzliche Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung der OMV finden Sie im Portal unter www.omv.com

Der letzte Performance Report ist im November 2003 erschienen.

Der Großteil der in diesem Performance Report verwendeten Bilder ist im Zuge eines internen Fotowettbewerbes entstanden. Wir bedanken uns herzlich bei den Mitarbeitern, die uns dieses Bildmaterial zur Verfügung gestellt haben.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort
01 OMV im Fokus
02 OMV im Überblick
03 Petrom
04 Highlights der Berichtsperiode
05 Erwartungen der Stakeholder (Stakeholder Round Table)
06 Im Brennpunkt
07 OMV Strategie + Vision
08 UN Global Compact
09 Der volkswirtschaftliche Stellenwert der OMV in Österreich und Deutschland
10 Finanzen
Investor Relations/Finanzen
Corporate Governance
11 Gesundheit, Sicherheit, Umwelt, Forschung + Entwicklung
Gesundheit
Sicherheit
Umwelt
Forschung + Entwicklung
12 Sozial
Mitarbeiter
Menschenrechte
Umfeld
13 Kennzahlen + Interpretation
Finanzen
14 Kennzahlen + Interpretation
Umwelt
15 Kennzahlen + Interpretation
Sozial
16 GRI Content Index
17 Weiterführende Informationen
18 Kontaktdetails

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

Sehr geehrte Damen und Herren,

vor Ihnen liegt der OMV Performance Report über Corporate Social Responsibility der zweiten Generation – detaillierter und konkreter als der erste Bericht, in dem naturgemäß noch die Darstellung der Werte, zu denen wir uns bekennen, im Vordergrund gestanden ist.

Jedes Unternehmen ist ein „Bürger" unserer Gesellschaft mit Rechten und Pflichten. Ökologische und soziale Risiken, die mit den unternehmerischen Aktivitäten einhergehen, sensibilisieren die Bevölkerung heute mehr als früher.

Das hat zur Folge, dass Unternehmen nicht nur an ökonomischen Kriterien, sondern auch am Grad der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung gemessen werden. In unserem Verständnis von gesellschaftlicher Verantwortung bilden ganz im Sinne der „Triple Bottom Line" ökonomische, ökologische und soziale Werte eine Einheit. Für uns steht daher nicht nur der Unternehmenserfolg, sondern auch der Mensch, das Umfeld und unsere Umwelt gleichermaßen im Mittelpunkt unseres Handelns.

Wir sind der festen Überzeugung, dass wir auch – oder vielleicht im besonderen Maße – als Mineralölunternehmen, das überwiegend mit endlichen Ressourcen operiert, viel zur Nachhaltigkeit beitragen können und müssen.

Wir glauben, dass eine gesellschaftspolitische Verantwortung von Unternehmen auch ungeachtet rechtlicher Verpflichtungen besteht. Daraus ergeben sich Werte, zu denen wir stehen, die wir ausbauen und fördern wollen. Einfach, um der Werte selbst willen.

Klimaschutz, Sicherheit und Gesundheit sowie der verantwortungsvolle Umgang mit unserem Umfeld – mit Mensch und Natur – sind weder Lippenbekenntnis noch Pflichtübung, sondern auch zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir sind überzeugt, dass uns die damit verbundenen Investitionen nicht belasten, sondern im Gegenteil eine „Win - Win - Situation" erzeugen, von der unsere Stakeholder und wir selbst profitieren.

Der vorliegende Performance Report bietet uns die Möglichkeit, konkreter zu werden und anhand von vielen Beispielen die Umsetzung unserer Wertehaltung in der täglichen Praxis zu dokumentieren.

Soziale Verantwortung hat viele Facetten. Wir operieren nicht in Ländern mit niedrigen Sozial- und Umweltstandards aus dem Kalkül der Kostenminimierung, sondern im Bestreben, weltweit unsere Öl- und Gasreserven zu vergrößern und unsere „Nummer-1-Position" in Zentral- und Osteuropa auszubauen. Wir implementieren – zum Teil mit erheblichem Investitionsaufwand – unsere eigenen hoch entwickelten Standards vor Ort. Wir bringen Biotreibstoffe auf den Markt, um alternative Kraftstoffe zu forcieren und gleichzeitig Emissionen zu senken. Wir stärken die Mitarbeitergespräche und das Schulungsangebot, um die Qualifikationen unserer Mitarbeiter und ihre Chancen kontinuierlich zu steigern.

Ich muss an dieser Stelle aber zugeben, dass es im Kleinen wie im Großen nicht leicht ist, den hohen gesetzten Ansprüchen gerecht zu werden. Ich bin mir durchaus bewusst, dass wir bei konkreten Beispielen unsere Ziele noch lange nicht erreicht haben. Andererseits lassen sich aber nur durch das Bekenntnis zu Werten solche Abweichungen überhaupt feststellen. Auf diese Art und Weise hilft es uns, kontinuierlich an Verbesserungen zu arbeiten. Der Weg ist hier das Ziel.

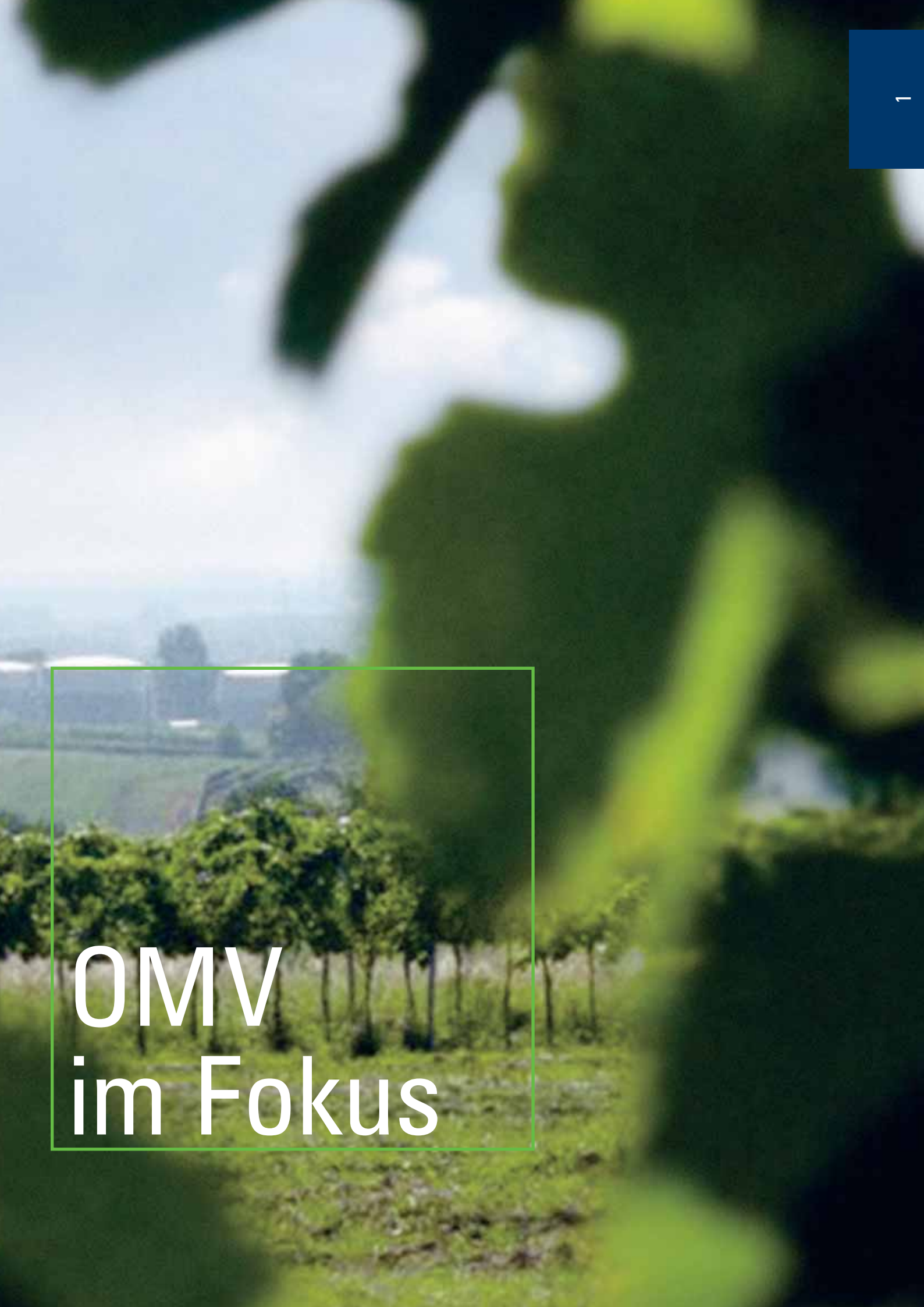
Die OMV arbeitet mit Nachdruck an der Umsetzung aller im Code of Conduct beschriebenen Werte und Verhaltensweisen. Damit ist ein kontinuierlicher, berechenbarer und transparenter Verbesserungsprozess gewährleistet. Es ist mir persönlich ein Anliegen, dass wir jeden Tag unser Verhalten an den selbst gesetzten Werten kritisch messen.

Unsere Stakeholder sind informiert, mündig und kritisch. Sie lassen sich weder von Hochglanzbroschüren beeindrucken, noch vom Vermerk zufrieden stellen, dass der Druck auf chlorfrei gebleichtem Papier erfolgte. Der Inhalt zählt. Wir haben daher auch im Juni 2005 einen Round Table mit unseren Stakeholdern veranstaltet, weil uns wichtig war, Inhalte zu kommunizieren, die sie von uns erwarten und nicht solche, die wir gerne vermitteln möchten.

CSR ist kein Projekt im herkömmlichen Sinn, sondern eine Haltung, für die zu engagieren es sich lohnt.

Dieser Bericht ist im Einklang mit dem GRI Leitfaden 2002 erstellt worden. Er repräsentiert eine ausgewogene und angemessene Darstellung der Nachhaltigkeitsleistung unserer Organisation.

Dr. Wolfgang Ruttenstorfer
Generaldirektor und Vorsitzender des Vorstands der OMV Aktiengesellschaft



OMV im Fokus

Der Vorstand

Wolfgang Ruttenstorfer (*1950)

Seit 1. Jänner 2002 Vorsitzender des Vorstands; Generaldirektion, Erdgas und Chemie

Er promovierte an der Wirtschaftsuniversität Wien und begann 1976 seine Laufbahn in der OMV. Er war u.a. für Planung und Kontrolle, für Unternehmensentwicklung sowie für Marketing verantwortlich. Er wurde 1992 Vorstandsmitglied und übte diese Funktion bis 1997 aus. Zwischen 1997 und 1999 war er österreichischer Staatssekretär. Anfang 2000 kehrte er als stellvertretender Generaldirektor in den OMV Konzern zurück und leitete neben Finanzen den Bereich Erdgas.

Gerhard Roiss (*1952)

Seit 1. Jänner 2002 Vorsitzender-Stellvertreter; Raffinerien und Marketing inklusive Petrochemie

Seine Wirtschaftsausbildung in Wien, Linz und Stanford (USA) bildete die Basis für Führungsaufgaben in der Konsumgüterindustrie. 1990 übernahm er das Gruppenmarketing im OMV Konzern. Im selben Jahr wurde er in die Geschäftsführung der PCD Polymere GmbH berufen. 1997 wechselte er in den Vorstand des OMV Konzerns und war bis Ende 2001 für Exploration und Produktion sowie Kunststoffe verantwortlich.

Die Mandate aller Vorstandsmitglieder laufen bis Ende März 2010.

David C. Davies (*1955)

Seit 1. April 2002 Finanzvorstand

David C. Davies absolvierte 1978 das Studium der Volkswirtschaft an der Universität Liverpool (UK) und begann seine Berufslaufbahn in der Wirtschaftsprüfung. Die nächsten Stationen waren in internationalen Konzernen in der Getränke-, Lebensmittel- und Gesundheitsindustrie. Zuletzt war er Finanzvorstand in verschiedenen Unternehmen im UK.

Helmut Langanger (*1950)

Seit 1. Jänner 2002 Vorstand für Exploration und Produktion

Seine Ausbildung an der Montanuniversität in Leoben ergänzte Helmut Langanger mit dem Studium der Volkswirtschaftslehre in Wien. 1974 begann er seine Karriere im OMV Konzern. 1992 wurde er Geschäftsbereichsleiter für Exploration und Produktion, wo er maßgeblich am Aufbau des internationalen E&P-Portfolios beteiligt war.

Der Aufsichtsrat

Neben international erfahrenen Vorständen und Direktoren der Großaktionäre setzt sich der von der Hauptversammlung (HV) gewählte Aufsichtsrat aus hochqualifizierten unabhängigen Mitgliedern zusammen, wobei sich OMV bezüglich der Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder an den Empfehlungen der EU orientiert.

Rainer Wieltsch
Vorsitzender
Vorstandsmitglied der ÖIAG
4 Aufsichtsratsmandate
(davon 1 Vorsitz)
Erstmals gewählt in der HV am
24. Mai 2002

Peter Michaelis
Vorsitzender-Stellvertreter
Sprecher des Vorstands der ÖIAG
3 Aufsichtsratsmandate
(davon 2 Vorsitze)
Erstmals gewählt in der HV am
23. Mai 2001

René Alfons Haiden
bis 18. Mai 2004
Erstmals gewählt in der HV am
16. Oktober 1990

Wolfram Littich
Vorsitzender des Vorstands der
Allianz Elementar Versicherungs-AG
Erstmals gewählt in der HV am
23. Mai 2001

Herbert Werner
2 Aufsichtsratsmandate
(davon 1 Vorsitz)
Erstmals gewählt in der HV am
4. Juni 1996

Norbert Zimmermann
Vorsitzender des Vorstands der
Berndorf AG
2 Aufsichtsratsmandate
Erstmals gewählt in der HV am
23. Mai 2001

Mohamed Nasser Al Khaily
Vorsitzender-Stellvertreter
Managing Director der IPIC
1 Aufsichtsratsmandat
Erstmals gewählt in der HV am
7. Juni 1995

Helmut Draxler
Vorsitzender des Vorstands der RHI AG
Erstmals gewählt in der HV am
16. Oktober 1990

Murtadha Mohammed Al Hashemi
Division Manager/Finance der IPIC
Erstmals gewählt in der HV am
18. Mai 1999

Gerhard Mayr
1 Aufsichtsratsmandat
Erstmals gewählt in der HV am
24. Mai 2002

Herbert Stepic
Generaldirektor-Stellvertreter der
Raiffeisen Zentralbank Österreich AG
ab 18. Mai 2004
Erstmals gewählt in der HV am
18. Mai 2004

Vom Betriebsrat delegiert

Leopold Abraham
Wolfgang Baumann
(ab 11. November 2004)
Franz Kaba
Hugo Jandl
(bis 11. November 2004)
Hugo Pleckinger
(ab 11. November 2004)
Wolfgang Weigert
(bis 11. November 2004)
Ferdinand Nemesch

Personal- und Präsidialausschuss

Rainer Wieltsch
Mohamed Nasser Al Khaily
Peter Michaelis
Leopold Abraham
Franz Kaba
(bis 11. November 2004)
Wolfgang Baumann
(ab 11. November 2004)

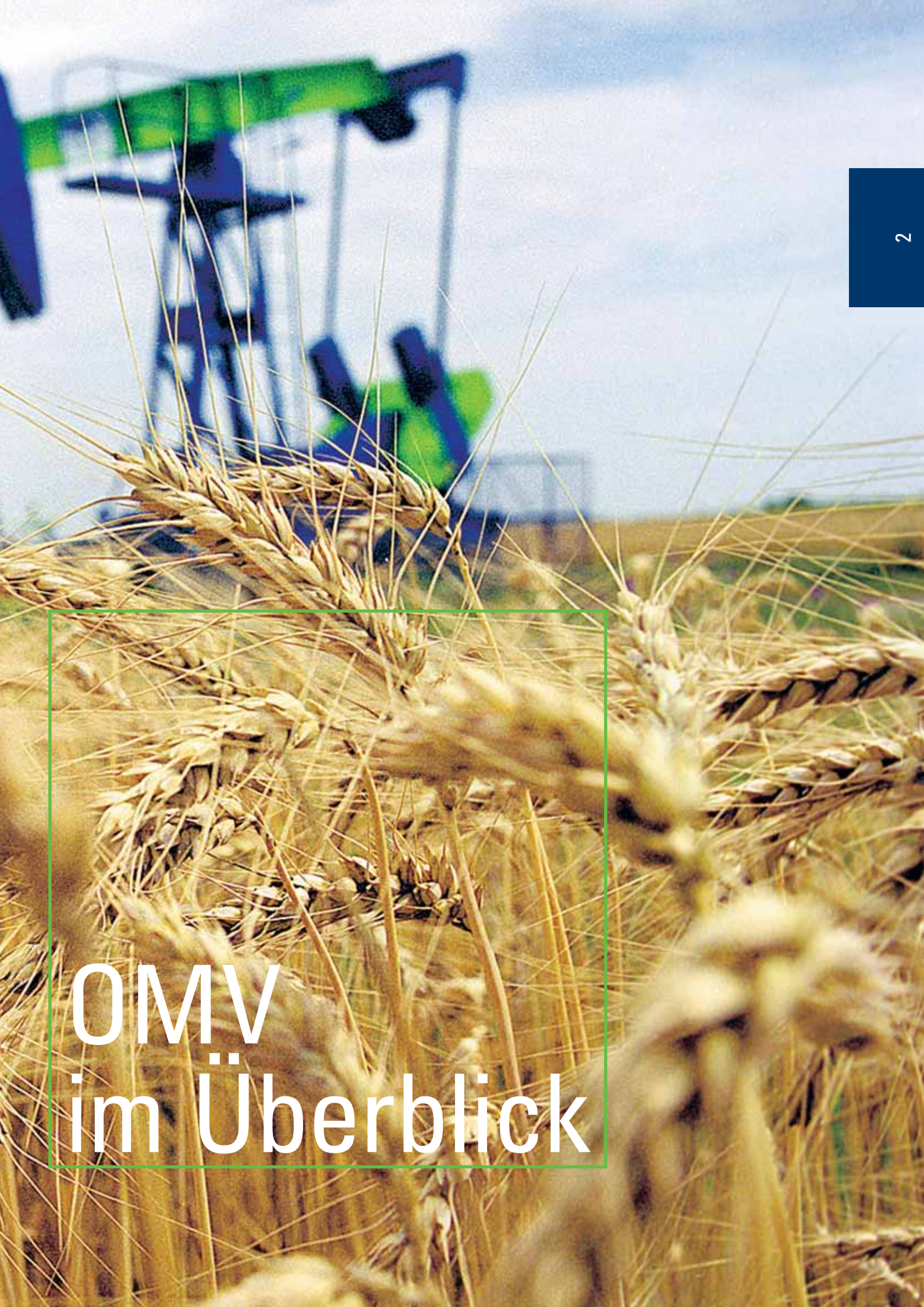
Die Angaben der Aufsichtsratsmandate beziehen sich auf börsenotierte, konzernexterne Gesellschaften ohne OMV. Konzernexterne Aufsichtsratsmandate sind Mandate des Aufsichtsratsmitglieds außerhalb seines Konzerns, welche gemäß Artikel 54 des österreichischen Corporate Governance Kodex (CGK) gezählt werden.

Strategie- und Projektausschuss

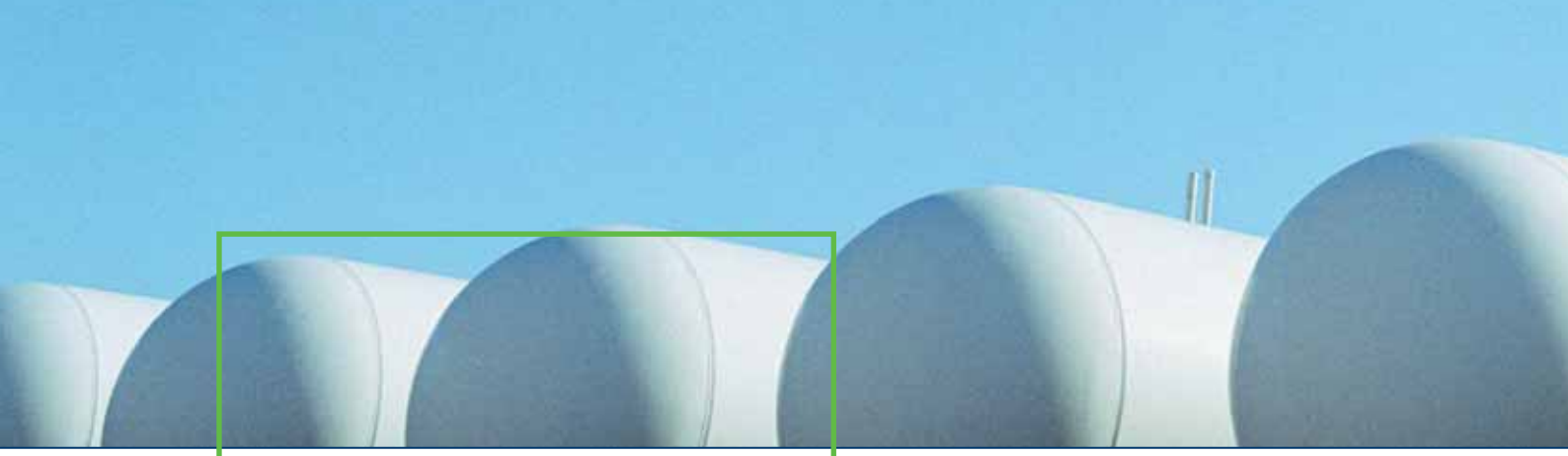
Rainer Wieltsch
Mohamed Nasser Al Khaily
Peter Michaelis
Murtadha Mohammed Al Hashemi
Wolfram Littich
Norbert Zimmermann
Leopold Abraham
Franz Kaba
Ferdinand Nemesch

Bilanzausschuss

Rainer Wieltsch
Mohamed Nasser Al Khaily
Peter Michaelis
Wolfram Littich
Leopold Abraham
Franz Kaba
(bis 11. November 2004)
Wolfgang Baumann
(ab 11. November 2004)



OMV im Überblick



Neue Konzernstruktur Management-Holding

OMV ist der führende integrierte Öl- und Gaskonzern in Zentral- und Osteuropa. Zu ihm gehören auch die Tankstellenmarken Petrom und Avanti. Wir betreiben Raffinerien in Österreich, Deutschland und Rumänien.

Unternehmen müssen sich in ihrem Wachstumsprozess ständig an das wirtschaftliche und gesellschaftliche Umfeld anpassen und sich immer wieder selbst erneuern. Die Strategie der OMV geht klar in Richtung Internationalisierung. Das bedeutet, dass wir in unterschiedlichen Branchen bzw. unterschiedlichen Ländern mit unterschiedlichen Gesetzen und Marktverhältnissen immer anderen Wettbewerbern unter wechselnden Rahmenbedingungen gegenüber stehen.

Um diese Herausforderungen zu bewältigen, müssen wir unsere Geschäftsbereiche verstärkt den jeweiligen spezifischen Verhältnissen anpassen. Sie sollen marktnahe Entscheidungen schneller und besser als der Wettbewerb treffen können. Das sichert unsere Zukunft.

Seit Jahresbeginn 2004 ist die OMV eine Holding. Das erlaubt gegenüber der früheren Stammhaus-Struktur mit ihren stärker zentralisierten Entscheidungsabläufen die Optimierung vieler Prozesse und fördert die Entwicklung unserer Mitarbeiter. Mit der neuen Management-Holding wurde eine klare und transparente Führungsstruktur mit flachen Hierarchien geschaffen. Durch kürzere und schnellere Entscheidungswege bei gleichzeitig größerer Ergebnisverantwortung können wir uns besser auf Kundenbedürfnisse und Marktanforderungen konzentrieren.

Zentral wird in jenen Fällen entschieden und gehandelt, wo auf diese Weise ein Gruppenoptimum erreicht wird und wo OMV weltweit geltende Werte festgelegt werden.

Der OMV Solutions GmbH kommt als Servicenetzwerk eine Integrationsfunktion zu.

Der jeweils verantwortliche Fachvorstand ist in Personalunion Alleingeschäftsführer der OMV Exploration & Production GmbH bzw. der Refining & Marketing GmbH.

Änderungen in den Besitzverhältnissen und wesentliche Entscheidungen während des Berichtszeitraumes im Hinblick auf die geografische Lage.

Zum Jahresbeginn 2003 hat die OMV die Akquisition des internationalen Explorations- und Produktionsportfolios der Preussag Energie von der TUI AG abgeschlossen. Die neuen E&P-Lizenzen liegen größtenteils in den E&P-Kernregionen der OMV. Damit verfügt der OMV Konzern über eine zusätzliche tägliche Fördermenge von rund 20.000 boe/d.

Die internationalen E&P-Assets der Preussag Energie GmbH in Albanien, Ecuador, Jemen, Katar, Neuseeland, Tunesien und Venezuela waren in die Preussag Energie International GmbH abgespalten worden. Dieses Unternehmen wurde von der OMV zu 100% erworben. Das Portfolio in Neuseeland hat die OMV New Zealand Pty Ltd, eine 100%-Tochtergesellschaft der OMV, übernommen.

Zur Jahresmitte 2003 wurde die Übernahme von 313 Aral- und BP-Tankstellen in Süddeutschland, Ungarn und der Slowakei, der Erwerb eines 45%-Anteils am BAYERNOIL-Raffinerieverbund sowie von 18% an der Transalpine-Pipeline (TAL) durch die OMV wirksam. Mit dieser Akquisition erreichte die OMV eine führende Position in Bayern und stärkte ihre Präsenz in den EU-Erweiterungsländern Ungarn und Slowakei.

Durch die Beteiligung am 12 Mio t umfassenden BAYERNOIL-Raffinerieverbund wurde eine starke strategische Versorgungsposition geschaffen. Darüber hinaus ergaben sich Synergien mit der bestehenden OMV Raffinerie in Burghausen/Bayern. Mit zusätzlichen 5,4 Mio t erhöhte die OMV ihre bayerische Raffineriekapazität von jährlich rund 3,4 auf 8,8 Mio t. Mit dem zusätzlich erworbenen 18%-Anteil an der Transalpine-Pipeline verfügt OMV nun über 25% an einer der bedeutendsten Rohölpipelines vom Mittelmeer in den Norden Europas.

Die Ende Oktober 2003 wirksam gewordene Übernahme von 139 Stationen des österreichischen Tankstellenunternehmens Avanti brachte der OMV einen Mengenzuwachs in ihren wichtigsten Absatzmärkten.

Ende 2004 erwarb die OMV 51% an Petrom inklusive E&P Assets in Kasachstan. Damit wurden die für 2008 gesetzten Ziele der Verdoppelung der Unternehmensgröße bereits vorzeitig erreicht. Die OMV spielt seither in einer anderen Liga (siehe Kapitel Petrom, Seite 26).

Für die Rolle der OMV im zukünftigen europäischen Gasmarkt war die Unterzeichnung eines Joint Venture Agreements im Rahmen des Nabucco Gaspipeline Projektes von besonderer Bedeutung.

Weiters wurden folgende Entscheidungen in den Jahren 2003 und 2004 getroffen, die zu Veränderungen im Hinblick auf die laut GRI zu berichtenden Besitzverhältnisse führten:

- Verkauf von zwei Explorationsblöcken im Sudan
- Verkauf des 90%-Anteils am Cabimas-Ölfeld in Venezuela
- Verkauf der 25,1%-Beteiligung an Rompetrol
- Verkauf von E&P-Assets in Katar (Genehmigung von Qatar Petroleum noch ausständig)

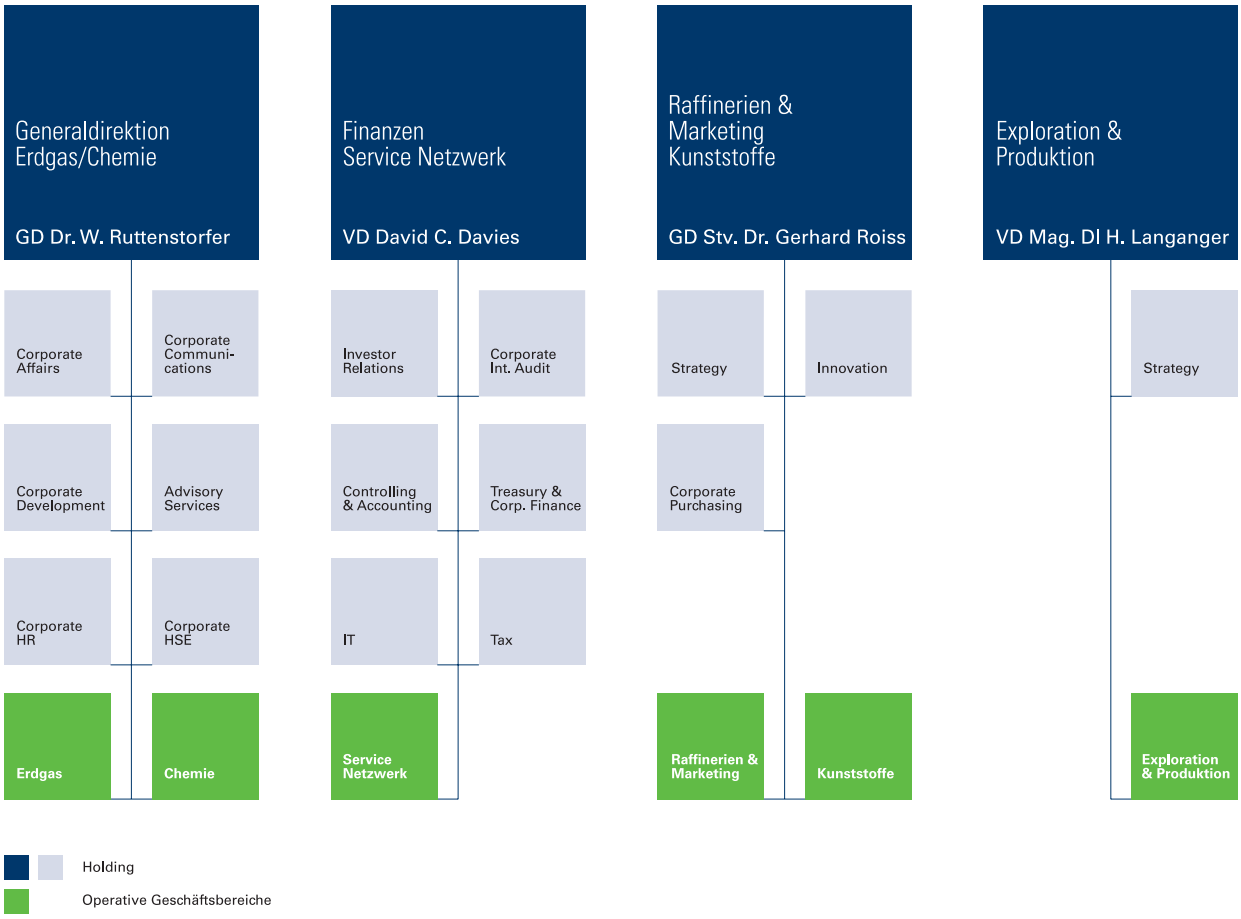
An dieser Stelle dürfen wir Folgendes zusammenfassen:
Die OMV hat sich aus dem Sudan vollständig zurückgezogen. Sie hat die Verträge für den gänzlichen Verkauf der Assets in Ecuador und Katar unterfertigt, die nur noch der Genehmigung der Regierung bzw. der staatlichen Ölgesellschaft bedürfen. Sie hat das Ölfeld Cabimas in Venezuela endgültig veräußert. Es bleibt ein Minderheitsanteil an einem kleineren Feld in Venezuela, wo jedoch nicht die OMV sondern BP Operator ist. Es besteht die Absicht, auch diese Beteiligung zu verkaufen.

Kernregionen der OMV im Hinblick auf Wachstumsstrategie

Erfahren Sie mehr über den Kernmarkt des R&M-Geschäftsbereichs auf der Seite 168, EC2 „Geografische Aufteilung von Märkten“.

Im Geschäftsbereich R&M (Raffinerien und Marketing) ist der CEE Raum Kernmarkt der OMV mit den Schwerpunkten Donau West, Donau Ost und Adria. Die weitere strategische Ausrichtung liegt entlang des EU Wachstumsgürtels. Die Kernregionen in E&P (Exploration und Produktion): Zentraleuropa, Nordsee, Nordafrika, Mittlerer Osten, Australien/ Neuseeland. Ziel ist es, dass 50% der Produktion aus OECD Ländern stammen. Der relevante Gasmarkt der OMV liegt in Zentraleuropa.

OMV Konzern Organigramm



Holding

Operative Geschäftsbereiche

Corporate Profile
Kennzahlen des Konzerns

	2004	2003	2002	2001	2000
Gewinn- und Verlustrechnung (in EUR Mio)					
Umsatzerlöse (exklusive MÖSt)	9.880	7.644	7.079	7.736	7.455
Betriebserfolg (EBIT)	926	644	495	610	491
Finanzerfolg	28	-47	-21	-40	-38
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	954	596	474	570	453
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-312	-203	-152	-188	-130
Jahresüberschuss	642	393	322	382	323

	2004	2003	2002	2001	2000
Bilanz[4] (in EUR Mio)					
Anlagevermögen	8.170	5.204	4.254	3.983	3.929
Umlaufvermögen	4.701	2.286	1.722	1.635	1.705
Eigenkapital	5.381	2.685	2.411	2.248	1.968
Rückstellungen	1.399	1.049	1.118	1.052	1.120
Verbindlichkeiten	4.418	3.002	1.906	1.810	2.412
Bilanzsumme	12.950	7.517	6.149	5.772	5.834

	2004	2003	2002	2001	2000	Ziel über Zyklus[1]
Werte in %						
Return on average capital employed (ROACE)	16[2]	12	11	14	12	13
Return on fixed assets (ROfA)	22[2]	16	16	20	16	–
Eigenkapitalverzinsung (ROE)	19[2]	15	14	18	18	–
Total shareholder return (TSR)[3]	91	30	4	19	-12	–
Verschuldungsgrad	14	40	20	17	28	30
Ausschüttungsquote	20	27	29	31	36	30-40

[1] Langfristannahmen: EUR/USD-Wechselkurs von 1:1, Ölpreis von USD 18/bbl, Raffineriemargen von USD 2/bbl
[2] Werte bereinigt um Petrom Akquisition
[3] Ohne Reinvestition der Dividende
[4] In der Bilanz zum 31.12.2004 wurde Petrom erstmals konsolidiert

	2004	2003	2002	2001	2000
US GAAP (in EUR Mio)					
Jahresüberschuss	655	372	301	389	359
Eigenkapital	4.102	2.723	2.455	2.345	2.117

	2004	2003	2002	2001	2000
Investitionen nach Bereichen (in EUR Mio)					
Exploration und Produktion	156	498	227	132	86
Raffinerien und Marketing inkl. Petrochemie	460	709	282	191	277
Erdgas	29	24	104	69	91
Chemie	63	109	49	38	36
Konzernbereich und Sonstiges	61	41	13	22	180
Petrom (51% Anteil)	1.505	-	-	-	-
Konzern	2.274	1.381	675	452	669

Kennzahlen nach Bereichen

	2004	2003	2002	2001	2000
Konzernumsatz (in EUR Mio)					
Exploration und Produktion	329	341	202	289	255
Raffinerien und Marketing inkl. Petrochemie	8.375	6.022	4.920	5.578	5.574
Erdgas	774	785	1.474	1.421	1.192
Chemie	393	490	468	439	425
Konzernbereich und Sonstiges	8	6	14	9	8
Konzern	9.880	7.644	7.079	7.736	7.455

	2004	2003	2002	2001	2000
Betriebserfolg EBIT (in EUR Mio)					
Exploration und Produktion	459	303	256	273	320
Raffinerien und Marketing inkl. Petrochemie	442	265	125	223	79
Erdgas	75	79	115	111	105
Chemie	25	43	43	49	36
Konzernbereich und Sonstiges	-76	-46	-44	-46	-49
Konzern	926	644	495	610	491

	2004	2003	2002	2001	2000
Erdöl- und NGL[1]-Produktionen (in Mio bbl - Barrel)					
Gesamt	27,7	28,5	19,5	19,8	20

	2004	2003	2002	2001	2000
Erdgasproduktion (in bcf - Mrd Kubikfuß)					
Gesamt	109,3	91,2	65,6	52,3	51,5

	2004	2003	2002	2001	2000
Gesamtproduktion (in Mio boe - Barrel Öläquivalent)					
Gesamt	45,9	43,6	30,4	28,5	28,5

	2004	2003	2002	2001	2000
Sichere[2] Erdöl- und NGL[1]-Reserven (in Mio bbl)					
Gesamt[3]	210,5	237,0	173,3	173	178,1

	2004	2003	2002	2001	2000
Sichere[2] Erdgas-Reserven (in bcf)					
Gesamt[3]	1.046,2	1.038,8	1.119,2	1.004,8	959,1

	2004	2003	2002	2001	2000
Sichere[2] Gesamtreserven (in Mio boe)					
Gesamt[3]	384,8	410,1	343,1	340,5	338

[1] Natural Gas Liquids; Erdgas, das in flüssiger Form bei der Förderung von Kohlenwasserstoffen auftritt
[2] Entwickelte und nicht entwickelte Reserven jeweils zum 31.12.
[3] Werte exklusive 1.025 Mio boe Petrom Reserven

OMV Konzern
Unsere Position

Nach dem Kauf der internationalen E&P-Aktivitäten der Preussag, eines Teils des Tankstellennetzes von BP/Aral und einer Beteiligung am Raffinerieverbund Bayernoil im Jahr 2003 sowie dem Erwerb der Mehrheit an der rumänischen Öl- und Erdgasgesellschaft Petrom im Dezember 2004 sind wir heute der führende Erdöl- und Erdgaskonzern in Zentraleuropa. Wir sind in einem attraktiven Markt tätig, in dem 100 Millionen Menschen leben und ein Bedarf von 80 Millionen Tonnen an Mineralölprodukten besteht. Weiters ist OMV mit 35% am zweitgrößten europäischen Polyolefinproduzenten Borealis A/S sowie mit 10% am ungarischen Ölkonzern MOL beteiligt.

Die Petrom-Akquisition
Ein Meilenstein im Wachstum

Mit der Übernahme der Aktienmehrheit an Petrom Ende 2004 entstand der größte Öl- und Erdgaskonzern Zentraleuropas mit:

- Öl- und Erdgasreserven von rund 1,4 Mrd boe
- Tagesproduktion von rund 345.000 boe
- Jährlicher Raffineriekapazität von 26,4 Mio t
- Marktanteil im Donauraum von rund 18%
- Rund 2.400 Tankstellen in 13 Ländern

Unsere Ziele

Unser Ziel, die Größe des Konzerns aus dem Jahr 2001 bis 2008 zu verdoppeln, haben wir mit dem Erwerb der Mehrheit an Petrom in vielen Bereichen erreicht: Die Erdöl- und Gasförderung wurde gegenüber 2001 von rund 78.000 boe/d auf rund 345.000 boe/d mehr als vervierfacht. Mit einem Marktanteil von 18% in unserem relevanten Markt, dem Donauraum, haben wir uns dem Ziel von 20% für 2008 deutlich genähert. Das Ziel, im Erdgasgeschäft unsere Verkaufs- und Handelsmengen in Österreich und in den Nachbarländern bis 2008 auf 10 Mrd m^3 zu erhöhen, sollte bis 2008 erreicht werden. 2004 liegen wir bereits bei 8,4 Mrd m^3. Die Integration von Förderung und Verarbeitung wurde weiter gestärkt.

Unsere Wettbewerbsvorteile
liegen in unserer starken Marktposition in Zentraleuropa. Die hohe Integration von Exploration und Produktion mit Raffinerien und Marketing bilden die Grundlage für eine weitere profitable Entwicklung. Auch nach der Beteiligung an Petrom ist, auf Grund des starken Cashflows und einer erfolgreichen Kapitalerhöhung, die Finanzstärke des Konzerns eine solide Basis für weiteres Wachstum.

Unsere Position in Exploration und Produktion

Wir sind als Betriebsführer und Konsortialpartner in Explorations-, Entwicklungs- und Produktionsprojekten in unseren fünf Kernregionen (Mitteleuropa, Nordsee, Nordafrika, Mittlerer Osten und Australien/Neuseeland) tätig.

Unsere Wettbewerbsvorteile

- Erfolgreiche Optimierung der Produktion in komplexen onshore-Feldern
- Enhanced oil recovery (EOR) aus reifen Feldern
- Anwendung und Verwertung neuester Seismik-Technologien und Explorationstechniken

Unsere Position in Raffinerien und Marketing

Wir betreiben eine Raffinerie in Schwechat (Österreich) und eine in Burghausen (Süddeutschland), die beide über eine integrierte Petrochemie-Produktion verfügen. Gemeinsam mit den beiden Raffinerien Petrobrazi und Arpechim von Petrom in Rumänien und mit dem 45%-Anteil am Raffinerieverbund Bayernoil (Süddeutschland) verfügen wir über eine Gesamtkapazität von 26,4 Mio t (540.000 bbl/d). Wir betreiben rd. 2400 Tankstellen (inkl. Petrom) in Zentral- und Osteuropa.

Unsere Wettbewerbsvorteile

- Wachsender Markt Zentraleuropas entlang der Donau
- Hohe Produktqualität und Umweltstandards in unserem Raffinerie- und Marketinggeschäft
- Pionierarbeit beim Aufbau eines europaweiten AdBlue-Tankstellennetzes für schadstoffarme LKW

Unsere Position in Gas

Wir haben den Gasbereich komplett neu strukturiert und sind damit so aufgestellt, um mit diesem Kerngeschäft beträchtliche Wachstumspotenziale als Energieträger der Zukunft zu entwickeln. Wir sind in nahezu allen Bereichen der Wertschöpfungskette tätig. Wir decken zu rund 90% die Versorgung Österreichs mit Erdgas aus Russland, Norwegen, Deutschland sowie aus heimischen Lagerstätten ab. Wir haben eine wichtige Position im Transit, da rund ein Drittel aller russischen Erdgasexporte nach Westeuropa über den Hub Baumgarten erfolgt. Unser Leitungsnetz weist eine Länge von rund 2.000 km auf und unsere Speicher leisten einen wesentlichen Beitrag zur Versorgungssicherheit inner- und außerhalb Österreichs.

Unsere Wettbewerbsvorteile

- Verfügbarkeit von Erdgas aus eigener Förderung durch die physische Integration der Geschäfte Erdgas sowie Exploration und Produktion
- Langfristige Beziehungen mit wichtigen Erdgaslieferanten
- Vorteilhafte Kostenposition in Speicher und Transport
- Drehscheibe für den internationalen Erdgastransit

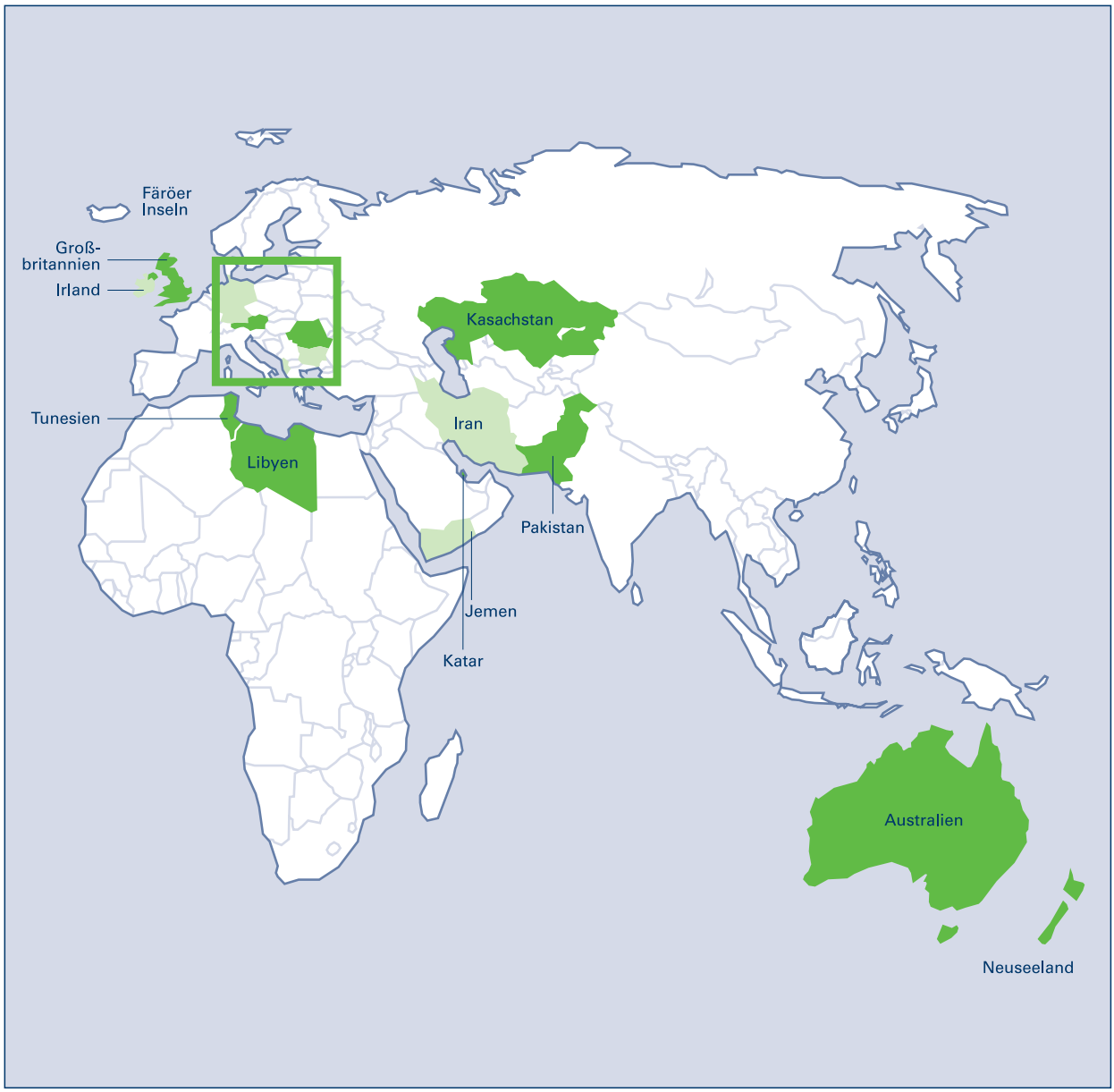
Unsere Position in Chemie

Durch unsere Tochtergesellschaft AMI Agrolinz Melamine International GmbH sind wir der weltweit zweitgrößte Produzent von Melamin (Kunstharz für Laminatböden, Möbel und Platten). Durch die Erweiterung ihrer Produktionskapazität ist AMI dabei, mit dem weltgrößten Anbieter gleichzuziehen. Wir sind in Österreich und im Südosten Deutschlands auch Marktführer im Bereich Düngemittel.

Unsere Wettbewerbsvorteile

- Hervorragende Marktposition als einer der beiden Weltmarktführer von Melamin
- Kostenführerschaft durch eigene und geschützte Produktionstechnologie
- Ausgezeichnete Servicequalität

Exploration und Produktion
Weltweite Aktivitäten



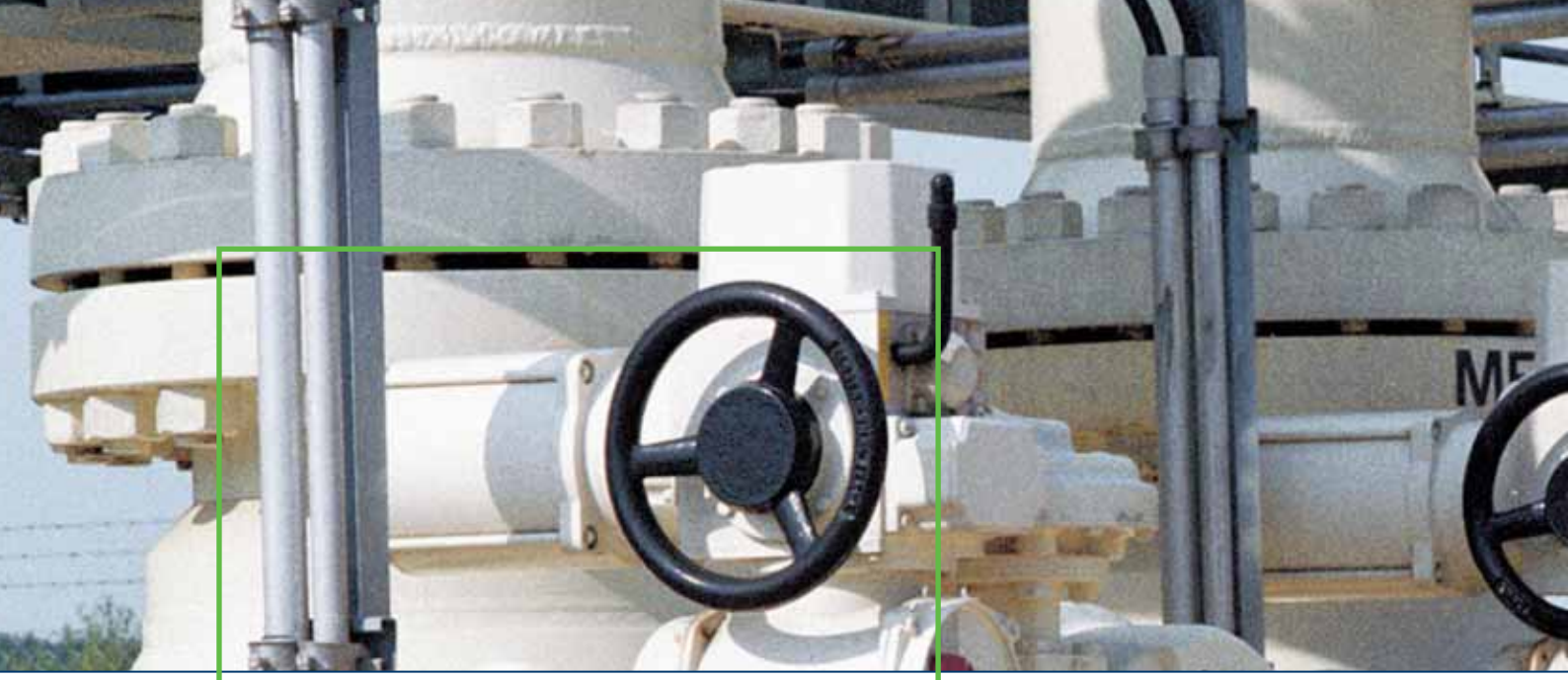
OMV Explorations- und Produktionsaktivitäten

OMV Explorationsaktivitäten

Raffinerien und Marketing
OMV ist Marktführer im Donauraum

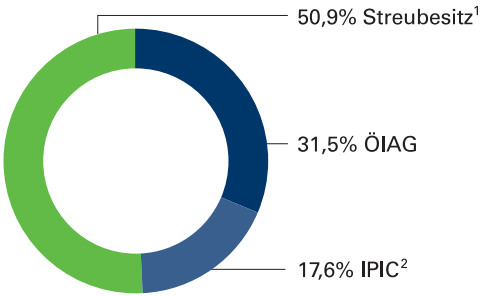
Hauptstädte

OMV Raffinerien

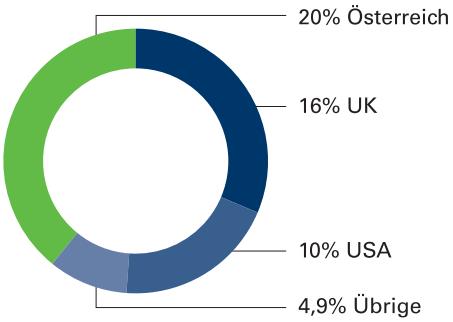


OMV Eigentumsstruktur

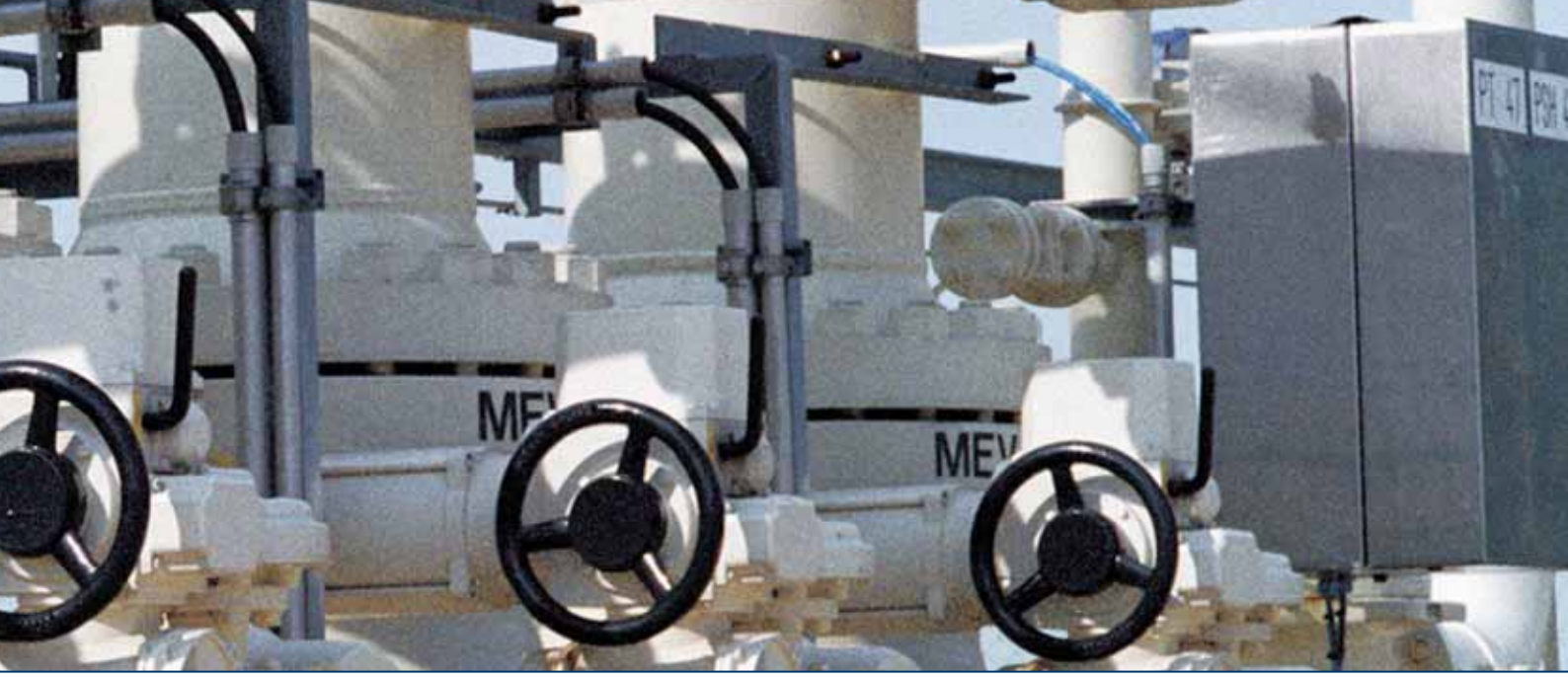
OMV Aktionärsstruktur



Regionale Verteilung des Streubesitzes



[1] Die von Fidelity International Ltd und FMR Corp. verwalteten Fonds halten insgesamt rd. 5,06% der Stimmrechte.
[2] International Petroleum Investment Company, Abu Dhabi



Angaben der OMV bezüglich[1]

- Anzahl der Mitarbeiter
- Erstellten Produkten/Dienstleistungen (Anzahl oder Masse/Volumen)
- Nettoumsatz
- Gesamtkapitalisierung heruntergebrochen in Fremd- und Eigenkapital

Mitarbeiteranzahl	
Mitarbeiteranzahl exklusive Petrom	6.475
Mitarbeiteranzahl Petrom	51.005
Konzernpersonal	57.480

Nettoumsatz (in EUR Mio)	
Gesamt	9.880,229

Produkte
Erdöl
NGL
Gas
Raffinerieprodukte (z.B.: Heizöle, Bitumen, Treibstoffe, Ethylen, Propylen)
Tankstellen Umsatz mit Treibstoffen, NOB (Waschanlage, Shop, Viva-Märkte, Vienna Cafés)
Düngemittel, Melamin
Polyethylen, Polypropylen
Geotextilien

Anlagevermögen (in EUR Mio)	
Gesamt	8.169,668

Kapital (in EUR Mio)	
Eigenkapital	5.380,83
Fremdkapital	7.569,12

[1] Exkl. Petrom, die 2004 noch nicht voll konsolidiert wurde

Petrom

Ein rumänisches Unternehmen auf dem Weg in die Zukunft

PETROM
Member of OMV Group

Mit dem Erwerb von 51% an der SNP Petrom S.A., Südosteuropas größtem Öl- und Gasproduzenten Ende 2004, ist die OMV in ihrer Branche in eine neue Liga aufgestiegen. Petrom ist der integrierte rumänische Erdöl- und Erdgaskonzern mit geschätzten Öl- und Gasreserven von rund 1 Mrd boe, einer täglichen Produktion von 220.000 boe, rund 670 Tankstellen und einer Raffineriekapazität von 8 Mio t. Die Petrom hat ca. 51.000 Mitarbeiter.

Mit dieser Akquisition ist die OMV zur klaren Nummer Eins in Zentral- und Osteuropa geworden und nunmehr in einem attraktiven Markt tätig, in dem 100 Mio Menschen mit einem Bedarf von jährlich 80 Mio t Mineralölprodukten leben. Im Bereich Exploration und Produktion (E&P) konnten wir die für 2008 geplante Tagesproduktion von 160.000 boe mehr als verdoppeln und im Bereich Raffinerien und Marketing (R&M) rückten wir dem für 2008 geplanten Marktanteil von 20% in Zentraleuropa deutlich näher.

	OMV ohne Petrom	OMV mit Petrom
Assets 2004		
Öl- und Gasproduktion	125.000 boe/d	345.000 boe/d
Reserven	0,385 Mrd boe	1,393 Mrd boe
Tankstellennetz	1.773	2.385
Raffineriekapazität	18,4 Mio t	26,4 Mio t

Die Akquisition bringt jedoch auch große Herausforderungen mit sich: Petrom hat in vielen Bereichen, gemessen an westeuropäischen Industriestandards, durchaus Defizite. Zur Verbesserung der nachhaltigen Wettbewerbsfähigkeit sind Restrukturierungen und Modernisierungen sowie die Entwicklung einer neuen Unternehmenskultur erforderlich. Produktqualitäten, Fördertechnologien und Prinzipien für HSE müssen weiter entwickelt, eine Marktorientierung etabliert und zentrale Organisationsstrukturen für effizientere Abläufe geschaffen werden.

Im Kaufvertrag hat sich die OMV verpflichtet, die Standards für Produktion und Betriebsführung schrittweise auf ein internationales Niveau zu heben. Dieses Ziel soll in drei bis fünf Jahren erreicht werden. Bis 2010 wird die OMV rund EUR 3 Mrd in diesen Modernisierungsprozess investieren. Im Privatisierungsvertrag wurde auch der Umgang mit Kontaminationen aus dem Betrieb vor 2005 geregelt. Für Altlasten haftet der rumänische Staat, der dafür Budgetmittel vorgesehen hat.

Wir haben schon vor dem Vertragsabschluss einen detaillierten Stufenplan für die nächsten drei Jahre mit klar definierten Quartalszielen entwickelt und setzen ihn konsequent um.

Wichtige Schritte wurden bereits in den ersten sechs Monaten 2005 gesetzt:

- **Neugestaltung von Organisationsstrukturen und -prozessen**
- **Kollektivvertragsverhandlungen für das erste Jahr**
- **Ein ständiger Dialog mit den Gewerkschaften zur Unterstützung von Veränderungsprozessen**
- **Wegen des baulichen Zustands und der Erdbebengefährdung Umsiedelung der Petrom in neue Bürogebäude in Bukarest und Ploiesti**
- **Zentralisierung der Organisation**
- **Beträchtliche Investitionen in allen Geschäftsbereichen**
  - Exploration & Produktion
    EUR 70 Mio, hauptsächlich für Bohrungen, die Erdgasförderung und das Erdgasnetz
  - Raffinerien/Petrochemie
    EUR 62 Mio für die Verbesserung der Produktqualität, Umweltschutz und die Einhaltung von EU-Richtlinien
  - Marketing
    EUR 18 Mio für die Erweiterung und Modernisierung des Tankstellennetzes

Mit den Gewerkschaften wurde ein Stufenplan verhandelt, der nun sukzessive umgesetzt wird.

Expatriierung

Die OMV rekrutierte rund 80 Mitarbeiter aus den eigenen Reihen zur Übersiedlung nach Rumänien für die Dauer von drei bis fünf Jahren – davon etwa die Hälfte Nicht-Österreicher (deutsche, britische, pakistanische, bulgarische, tschechische und ungarische Staatsbürger).

Alle Expatriates durchliefen ein mehrstufiges Vorbereitungsprogramm. Darin wurden unter anderem Sicherheitsaspekte, aber auch „Cultural-Awareness" vermittelt. Es ist der OMV ein Anliegen, bei ihren Aktivitäten in einem Gastland die kulturellen Unterschiede zu beachten und einen respektvollen Umgang mit den Menschen vor Ort zu pflegen.

Neuorganisation des Unternehmensmanagements

Im Petrom Board sind die vier Vorstände der OMV, zwei Repräsentanten des rumänischen Staates und ein Mitglied der EBRD vertreten.

Der OMV ist es ein wichtiges Anliegen, von den etwa 1.500 Managementfunktionen möglichst viele in rumänischer Hand zu belassen, damit das Unternehmen auch weiterhin seine Identität behält.

Die Neuorganisation fordert auch von Petrom-Mitarbeitern Mobilität. Die OMV ist bei Übersiedlungen behilflich, übernimmt nach einem Stufenmodell die Mietzahlungen und vergibt Übersiedlungsprämien bzw. zinsenfreie Kredite zur Finanzierung von Wohnungseigentum.

Schulungen

Trainings- und Schulungsprogramme für Petrom-Mitarbeiter konzentrieren sich zunächst auf Sprachkurse zur Beherrschung von Englisch als Konzernsprache und auf den HSEQ-Bereich (Health, Safety, Environment, Quality). Punktuell werden auch technische Schulungen angeboten. Zudem wird mit Hilfe von Management-Audits und Functional-Audits im technischen Bereich der Ist-Zustand evaluiert und das Schulungsvolumen im Management-Bereich bestimmt. In Einzelfällen laufen bereits Programme zum Managementcoaching. Allein in den ersten drei Monaten 2005 besuchten etwa 2.000 Petrom-Mitarbeiter Fachkurse zur Weiterbildung in den Bereichen Technik, Recht, Informationstechnologie, Finanzen und Wirtschaft. Der Großteil der Schulungen ist für 2006 vorgesehen.

CSP und Talentmanagement

Career and Succession Planning (CSP) wird eingeführt. Im Rahmen eines Talent-Management-Programms werden förderungswürdige Potenziale erfasst.

Remuneration

Mit der Mehrheits-Übernahme der Petrom durch die OMV begannen die Verhandlungen zu einem neuen Kollektivvertrag.

Personalpolitik

Wir führen personelle Veränderungen und Umorganisation in enger Kooperation mit der Gewerkschaft durch und streben die Übertragung des österreichischen Modells einer Arbeitsstiftung auf Rumänien an. Das Vorhaben befindet sich noch in der Konzeptphase. Genauere Aussagen werden erst in etwa zwei Jahren möglich sein. Wir bieten Mitarbeitern im Zuge einer individuellen Veränderung nachhaltige Begleitung an. Die OMV hat in den vergangenen Jahren in Österreich – im Einvernehmen mit den Arbeitnehmervertretungen – schlankere Strukturen entwickelt. Die Umsetzung der hierbei gewonnenen Erfahrungen wird auch in Rumänien zu sozial verträglichen Lösungen führen.

Kommunikation und Sponsoring

Die OMV hat unmittelbar nach der Mehrheits-Übernahme den Aufbau und Ausbau der Unternehmenskommunikation von Petrom nach innen und außen auf den Weg gebracht. In Zusammenarbeit mit den Kollegen in Bukarest wurde die Medienarbeit verdichtet. Presseaussendungen und Pressegespräche transportieren Informationen über Strategien, Maßnahmen und Geschäftsergebnisse des Unternehmens an die Öffentlichkeit. Auch alle Petrom-Mitarbeiter erhalten nun die Pressemitteilungen.

Nach dem für Petrom neuen Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit hat auch die interne Kommunikation einen hohen Stellenwert. Auf „schwarzen Brettern“ werden die Presseinformationen, die neu geschaffenen internen Newsletter, Informationsschreiben des Vorstandes sowie Mitteilungen aus den Bereichen Human Resources und HSEQ publiziert. Auch Informationen und Anschauungsmaterial zu den neuen Werbekampagnen finden dort ihren Platz.

Eine neue, zweimonatlich erscheinende Mitarbeiterzeitung liegt an eigenen Infopoints zur Entnahme auf. Ein weiteres Informationsmodul ist das „Communications Manual for Manager“. Diese Sammelmappe informiert die Führungskräfte der Petrom über Reorganisationen und Konzernrichtlinien. Sie enthält auch ein „Fragen-Antworten-Manual“. Bereichskommunikatoren sollen die Informationsflüsse in den Geschäftsbereichen optimieren. Sie wurden durch Schulungen in Pressearbeit, Sponsoring, Corporate Design und Werbung auf ihre Aufgabe vorbereitet.

Im Sponsoring setzt Petrom – wie auch die OMV – den Fokus auf Soziales und Sport. So wurden bereits zu Jahresmitte 2005 längerfristige Vereinbarungen mit der UNICEF und dem Roten Kreuz abgeschlossen. Zusätzlich hat Petrom anlässlich der Flutkatastrophe 2005 in Rumänien mit EUR 1 Mio Soforthilfe geleistet. Ein Teil davon ging an das Rote Kreuz und ein Teil direkt an die Flutopfer.

HSE (Health, Safety, Environment – Gesundheit, Sicherheit, Umwelt)

Die Petrom will bis 2008 die Profitabilität der OMV erreichen. Bis 2010 wird die OMV rund EUR 3 Mrd in diesen Modernisierungsprozess investieren. Ein Großteil dieser Investitionen fließt in die Erneuerung und Verbesserung von Anlagen – auch im Hinblick auf höhere, EU-konforme Umwelt- und Sicherheitsstandards. Für Petrom werden im Jahr 2010 dieselben HSE-Ziele wie für den gesamten OMV Konzern gelten und zu den besten unter vergleichbaren Öl- & Gas Unternehmen zählen.

Petrom wird sich in Hinkunft auch auf die Entwicklung des Gas-Geschäftes als Energie der Zukunft konzentrieren. Als führender Erdgasproduzent in Rumänien kann das Unternehmen bis 2008 jährlich 6 Mrd m³ fördern. Eine Vertriebsorganisation wird das Erdgas direkt an Kunden verkaufen und die Integration des Erdgasgeschäftes unterstützen.

Neue Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltstandards

Anfang 2005 wurde ein weit reichendes HSE-Integrationsprogramm zur Einführung internationaler Best Practice Modelle ausgearbeitet. Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter stehen im Vordergrund. Als wichtigste Voraussetzung für notwendige Verbesserungen wird das Management entsprechend geschult und in seiner Verantwortung für Menschen und Umwelt sensibilisiert. Erste Schritte zur erfolgreichen Umsetzung sind die Übernahme der OMV HSE-Politik und die Umstellung auf eine neue Schutzausrüstung. Die Sicherheitsdaten werden 2005 erstmals nach OMV Standard erhoben.

Zwischenfälle werden analysiert und aus den gewonnenen Erkenntnissen Verbesserungen für die eigenen Mitarbeiter und für Kontraktoren abgeleitet. Die OMV und die rumänische Regierung haben ein Abkommen geschlossen, in dem auch der Umgang mit Kontaminationen aus dem Betrieb vor 2005 geregelt wurde.

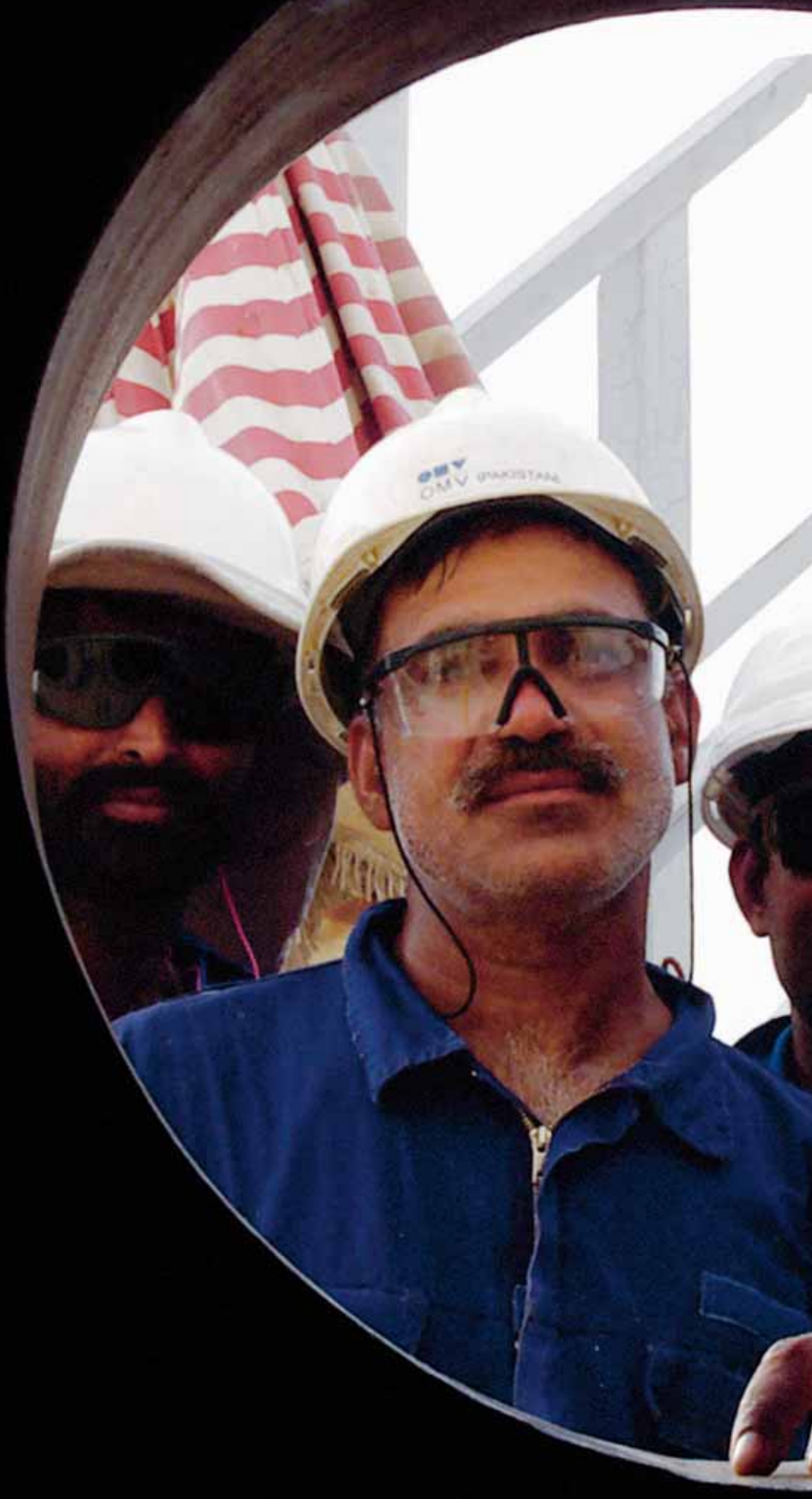
Umweltgesetze in Rumänien bald auf EU-Niveau

Eine der größten Herausforderungen für Petrom ist die Anpassung von Umweltstandards der Anlagen an die EU-Normen. Rumänien hat im Mai 2005 den Beitrittsvertrag zur Europäischen Union unterzeichnet und kann somit voraussichtlich ab 2007 Mitgliedsstaat werden. Zu diesem Zeitpunkt sollte Rumänien die gesamte EU-Umweltlegistik übernommen haben, wobei für manche Bereiche Übergangsfristen vorgesehen sind.

Vordringliche Aufgaben innerhalb der nächsten fünf Jahre sind die Anpassung des Schwefelgehalts von Treibstoffen, Umweltverträglichkeitsprüfungen, die Umsetzung der Richtlinie über die integrierte Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung (IPPC-RL) und die Kontrolle großer Unfälle (Seveso II). Rechtsgrundlage der rumänischen Umweltpolitik ist das im Jahr 1995 beschlossene Umweltschutzgesetz und dessen Vollziehung durch die in allen Regionen gegründeten Umweltschutzbehörden. In deren Kompetenz fällt auch die Überwachung im Hinblick auf Umweltverschmutzungen und das Ausstellen von Genehmigungen.

Düngemittelerzeugung: Neue Sicherheit für Anlagenbetreiber und Konsumenten

Petrom erzeugt im Werk Doljchim in Craiova Düngemittel auf der Basis von Ammoniumnitrat. Dieses hoch explosive Produkt muss unter strengen Auflagen produziert und gelagert werden und führte im Jahr 2004 zu einem schweren Transportunfall in Rumänien. Unmittelbar nach Einstieg der OMV hat die Agrolinz Melamine International (AMI) gemeinsam mit dem Management vor Ort eine neue, nicht explosive Rezeptur entwickelt. Dieses sichere Produkt wird seit Mai 2005 ausgeliefert.


OMV PAKISTAN

Highlights der Berichtsperiode

Corporate Social Responsibility (CSR)

Nach der Erstellung eines unternehmensweiten Code of Conduct im Jänner 2003 wurden in der Berichtsperiode eine CSR-Strategie und damit verbundene Maßnahmen konzernweit systematisch implementiert.

Die Strategie gliedert sich in drei Schwerpunkte

- Verstärkte Bewusstseinsbildung für CSR nach dem Code of Conduct bei Führungskräften und Mitarbeitern
- Positionierung des Konzerns gegenüber den Stakeholdern als gesellschaftlich verantwortliches Unternehmen, das sich zur Nachhaltigkeit verpflichtet hat
- Orientierung der umgesetzten Maßnahmen im Bereich CSR am OMV Code of Conduct, dem UN Global Compact und im Berichtswesen an der Global Reporting Initiative (GRI)

Highlights der Berichtsperiode

Einführung des Code of Conduct als Konzernrichtlinie und Entwicklung eines 10-Prinzipien-Folders als Auszug aus dem Code of Conduct konzernweit für alle Mitarbeiter

- Der Code of Conduct ist eine Sammlung jener Werte, für die wir als OMV stehen wollen.

Q&A über CSR im Portal für alle Mitarbeiter abrufbar; interne CSR Schulungen und Workshops

- CSR – soziale Verantwortung von Unternehmen – ist ein Instrument zur Verknüpfung von wirtschaftlichem Erfolg mit einem Mehrwert für die gesamte Gesellschaft.

OMV Benefizbazar

- Mit dem Erlös aus dem Verkauf pakistanischer Handwerksprodukte im Jahr 2005 wurde der lokalen Bevölkerung in Pakistan finanzielle Hilfe zur Selbsthilfe geboten.

Erstellung eines Q&A Katalogs

- Optimierung des Kommunikationsflusses zwischen der OMV und Socially Responsible Investment Ratingagenturen.

Kontaktverstärkung bei UN Organisationen

- Unterstützung von UNICEF und Kontakthaltung mit dem Büro des UN Global Compact sowie Präsenz am UNGC Gipfeltreffen.

Unterstützung zur Aufrechterhaltung der Biodiversität im Regenwald von Costa Rica

- Mit der Unterstützung eines Forschungsprojekts der Universität Wien im Regenwald von Costa Rica setzt sich OMV für die Erhaltung der Artenvielfalt ein. Die Zusammenarbeit zielt auf nachhaltiges Aufforsten und auf den Anbau von Alternativkulturen.

Umweltzertifizierung der Raffinerie Schwechat

- Die Raffinerie Schwechat wurde im Jahr 2004 als eine der ersten Europas nach der neuen ISO 14.001:2004 Norm erfolgreich zertifiziert, nachdem sie das OHSAS 18.001 Zertifikat bereits 2003 erhalten hatte.

Einführung der AdBlue Technologie

- Die OMV ist Vorreiter beim Vertrieb der Harnstofflösung AdBlue zur Selektiven Katalytischen Reduktion (SCR). Durch die Umwandlung von Stickoxiden im Abgas von Nutzfahrzeugen mit Dieselmotor in Stickstoff und Wasser werden deren Emissionen deutlich abgesenkt.

Schwefelfreies Benzin österreichweit an OMV Tankstellen

- Seit 1. Jänner 2004 – fünf Jahre vor dem von der EU vorgeschriebenen Termin – werden OMV Tankstellen und Direktkunden in Österreich nur mehr mit schwefelfreien Kraftstoffen beliefert. Das ist ein substanzieller Beitrag zur Reduktion der CO_2- und der Partikelemissionen.

Intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Kinderarbeit

- Die OMV hat sich in ihrem Code of Conduct verpflichtet, in ihrem Wirkungsbereich Kinder- und Zwangsarbeit zu verbieten und Maßnahmen zu fördern, die dagegen ankämpfen. Auch die Liefertantenkette wird im Hinblick auf verbotene Kinderarbeit kontrolliert.

Move & Help

- Im Rahmen dieses Projektes werden Bildungsprojekte für Kinder in zwölf Ländern gemeinsam mit internationalen Hilfsorganisationen wie HOPE 87, SOS-Kinderdorf und Caritas gefördert.

Unterstützung des Projekts Reporter ohne Grenzen

- Die OMV unterstützt seit 2002 die Organisation „Reporter ohne Grenzen“, die sich weltweit für die Einhaltung journalistischer Standards, Unabhängigkeit und Pressefreiheit engagiert, und hat den „Press Freedom Award“ ins Leben gerufen.

Erwartungen der Stakeholder

Round Table zum OMV Performance Report

Im Juni 2005 veranstalteten wir einen Round Table mit unseren Stakeholdern und befragten sie zu ihren Erwartungen an den OMV Performance Report. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse versetzten uns in die Lage, den Bericht an den Informationsbedürfnissen unserer Dialogpartner auszurichten. An dem Gespräch haben teilgenommen:

- Wolfgang Ruttenstorfer
  OMV Generaldirektor und Vorsitzender des Vorstands
- Monika Langthaler (Moderation)
  brainbows gmbh
- Evelyn Bohle
  Senior Analyst oekom research AG
- Werner Muhm
  Direktor Arbeiterkammer Wien
- Christian Willi
  Sprecher des Tankstellenpartner-beirats der OMV
- Robert Lechner
  Österreichisches Ökologie-Institut
- Manfred Nowak
  Ludwig Boltzmann Institut für Menschenrechte

► Ruttenstorfer
Die OMV hat bereits 2003 einen „Code of Conduct“ entwickelt – eine Sammlung jener Werte, für die wir stehen wollen – und einen ersten „Performance Report“ publiziert.

Zwei Gründe waren ausschlaggebend: Erstens werden wir immer internationaler und in vielen Ländern, in denen wir aktiv sind, sind die gesetzlichen Bestimmungen noch unzureichend. Rechte für Mitarbeiter, Menschenrechte, Gleichberechtigung, Umwelt, Community Involvement oder Transparenz sind in Ländern wie z.B. Pakistan weit weniger vorgegeben als in Österreich. Deshalb haben wir unseren Mitarbeitern ein Wertesystem auf unserem Weg in die Internationalität mitgegeben, das uns allen hilft, auch in diesen Ländern die richtigen Entscheidungen zu treffen und auch dort zu wissen, für welche Werte die Gruppe steht.

Der zweite Grund für die Diskussion über Corporate Social Responsibility liegt wohl darin, dass Politiker immer weniger bereit sind, zusätzliche Verantwortung zu übernehmen. Durch die Politik der Liberalisierung kommt in Europa – und damit auch in Österreich – der Wirtschaft und den Unternehmen ein immer größeres Maß an Verantwortung zu.

Für unseren zweiten Performance Report ist uns wichtig, von Ihnen zu erfahren:
Was soll in diesem Bericht jedenfalls behandelt werden?
Was darf auf keinen Fall fehlen?
Was ist eventuell von geringerer Bedeutung?

Soll man die positiven Dinge herausheben oder auch Schwächen einräumen?

► Langthaler
Frau Bohle, als Analystin der unabhängigen deutschen Rating-Agentur „oekom research“, haben Sie sich mit Unternehmen der Energiebranche – damit auch mit der OMV – beschäftigt?

► Bohle

oekom research arbeitet für Investoren, die ihr Kapital in ethischen und ökologischen Fonds anlegen. Dazu gehören vor allem kirchliche Einrichtungen, Stiftungen sowie private Anleger. Ich kenne die OMV seit fünf Jahren und habe von ihr prinzipiell einen sehr guten Eindruck.

Zur Berichterstattung im Allgemeinen: In den vergangenen fünf Jahren hat sich sehr viel getan. Zunächst hatten einige sehr gute Unternehmen ausführlich über den Umweltbereich, aber nur wenig über soziale Aspekte berichtet. Diese waren die Vorreiter der Branche. Die OMV lag im Mittelfeld.

Derzeit ist ein Trend in Richtung Nachhaltigkeit zu beobachten. Soziale Themen gewinnen an Bedeutung. Die Probleme in Nicht-OECD-Ländern sind der Öffentlichkeit bekannt und werden diskutiert. Gerade die Öl- und Gasbranche steht im Rampenlicht. Sie hat sozusagen eine „Bringschuld". Die Unternehmen werden sehr kritisch betrachtet und müssen daher umso intensiver berichten.

Es ist sehr wichtig, dass die OMV von der reinen Umweltberichterstattung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung übergegangen ist.

► Muhm

Die OMV ist zu einem sehr frühen Zeitpunkt in die Nachhaltigkeitsberichterstattung eingestiegen. Der letzte Bericht ist gut (Anm.d.Hg.: der Bericht 2001/02). Es ist positiv, dass er sich an den EU-Normen orientiert. Die GRI-Richtlinien werden jedoch nur teilweise erfüllt. Es werden nur einige der notwendigen Indikatoren verwendet. Wichtige Parameter fehlen. Das schränkt die Vergleichbarkeit ein und eröffnet zusätzliche Interpretationsmöglichkeiten. Positiv war beim letzten Bericht die Einbindung der Belegschaftsvertreter.

Gut geführte Unternehmen reagieren klugerweise – wollen sie langfristig erfolgreich sein – sensibel auf Umweltveränderungen. Damit meine ich sowohl soziale und politische Aspekte, als auch die Umwelt im engeren ökologischen Sinn.

Die Globalisierung sowie Konzentrations- und Monopolisierungstendenzen gerade in der Ölbranche – die fünf größten Ölkonzerne haben einen Weltmarktanteil von 58% – werden weltweit kritisch diskutiert. Je besser der Bericht ist und je weniger er auf Public Relations- und Marketingeffekten aufbaut, desto erfolgreicher ist er.

Ich würde mir wünschen, dass ein im Kern von Zentral- und Osteuropa tätiger Großkonzern die Philosophie des Europäischen Modells transportiert – die „Lissabon-Strategie", die auf drei Säulen aufbaut: Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Wettbewerbsfähigkeit.

► Langthaler

Herr Muhm, die Arbeiterkammer hat im Dezember 2004 Nachhaltigkeitsberichte verglichen. Darin hat die OMV recht gut abgeschnitten.

► Langthaler

Herr Lechner, einige Umwelt-NGOs stehen Nachhaltigkeitsberichten von Unternehmen sehr kritisch gegenüber und argumentieren, sie könnten zu einem Marketing-Gag verkommen.

► Lechner

Der im letzten Performance Report 2003 (Anm.d.Hg.: der Bericht 2001/02, der 2003 erschienen ist) gewählte Zugang und die Offenheit, zu sagen, dass die Produkte, die die OMV produziert, per se nicht nachhaltig sind, da beispielsweise Emissionen wesentlich zur Klimaproblematik beitragen, finde ich beachtenswert.

Die Angst der NGOs vor Marketing-Gags kann ich nicht nachvollziehen. Das ist eine sehr hitzige interne Diskussion unter den NGOs und den daran beteiligten Instituten. Ich meine eher, dass Unternehmen durch Nachhaltigkeits-Benchmarking transparenter und vergleichbarer werden. Das ist eigentlich ein Erfolg.

Je mehr große Konzerne solche Berichte verfassen, umso besser. Dabei ist die Verwendung von allgemein akzeptierten und vergleichbaren Indikatoren, wie sie in den GRI-Richtlinien festgeschrieben sind, notwendig. Ich würde die GRI-Indikatoren als Kernindikatoren für ein Reportingsystem verwenden und die Information möglicherweise durch branchen- oder betriebsspezifische Zusatzindikatoren noch besser darstellen.

Ich sehe den Report von 2003 ein wenig als Prototypen. Aus den Wertmaßstäben lese ich viel Philosophie und sehr viele Bekenntnisse heraus. Das ist für mich übergewichtig. Es fehlen konkrete Informationen, welche Politik die OMV verfolgt, um etwa die Treibhausgase zu reduzieren.

Neben der Transparenz ist die Nachvollziehbarkeit der Daten für die Leser wichtig. Daten, die eventuell die Dimension des Berichts sprengen würden, könnten im Internet ausführlicher dargestellt werden.

► Langthaler

Manfred Nowak ist wissenschaftlicher Leiter des Ludwig Boltzmann Instituts für Menschenrechte in Wien und UNO-Sonderberichterstatter zur Folter.

► Nowak
Ich bin auch über die Art der Corporate Social Responsibility sehr froh, die die OMV in Österreich praktiziert. CSR Austria ist generell sehr umweltbezogen und die OMV bezieht in ihren Code of Conduct sehr wohl Umwelt, Menschenrechte und auch Entwicklung – das ist noch nicht gefallen – mit ein. Das ist sehr wichtig. Es gibt nur wenige Unternehmen in Österreich, die das tun.

Weltweit ist aber der Trend deutlich erkennbar, dass die Einhaltung der Menschenrechte und die Armutsbekämpfung neben der Umwelt bei der Frage der Verantwortung von Unternehmen wesentliche Ziele sind.

Es wäre für Unternehmen gut, nicht nur ethische, sondern zunehmend auch politische und rechtliche Verantwortung zu übernehmen. Transnationale, weltweit agierende Konzerne sind mächtiger als viele der kleinen Staaten – gerade in Ländern, in denen wir tätig sind: in Afrika, Asien und Lateinamerika. Sie haben daher eine globale Verantwortung nicht nur im Bereich ihrer eigenen Mitarbeiter, sondern auch gegenüber ihren Kunden und den Menschen im Umfeld ihrer Projekte. Da würde ich das pakistanische Community Development Projekt der OMV als Herzeigeprojekt ansehen, weil dort Communities mit konkreten Projekten zur Armutsbekämpfung, im Bildungs- oder im Gesundheitsbereich unterstützt werden.

► Willi
Es ist sicher wichtig, dass ein Unternehmen nachhaltig agiert, vor allem auch im Umgang mit Partnern und natürlich mit den Kunden.

Für mich ist extrem wichtig zu wissen, wohin der Weg geht. Will man uns als Partner haben oder eher als Mitarbeiter sehen? Sollen wir eigenständig bleiben oder nicht? Wenn wir Partner topmotiviert gegenüber dem Konzern sind, können wir diese Motivation auch an die Kunden weitergeben. Zu der Shell-Geschichte: Tatsächlich sind Kunden nicht mehr zu Shell-Tankstellen gefahren, sondern zu uns gekommen. Wir stehen an vorderster Front, haben aber auf die Entscheidungen des Konzerns keinen Einfluss. Ich erwarte mir vom Unternehmen Offenheit und Ehrlichkeit.

► Langthaler
Herr Willi, als Sprecher der Tankstellenpartner der OMV haben Sie unmittelbaren Kontakt mit den Kunden. Sie spüren als erste, wenn das Image eines großen Unternehmens leidet: Das eindrucksvollste Beispiel der vergangenen Jahre war Shell und Brent Spar.

► Langthaler
Welche Punkte sollen aus Ihrer Sicht jedenfalls in diesem Bericht enthalten sein?

► Bohle

Auf keinen Fall dürfte das Verhältnis zwischen der OMV und den Projekten in Ecuador sowie im Sudan fehlen. Wir machen ein sehr komplexes Rating, wir sehen uns an, ob es Menschenrechtsverstöße, Verstöße gegen das Arbeitsrecht oder Bilanzskandale gibt. Bei gravierenden Problemen in einem dieser drei Punkte ist es nahezu unerheblich, ob das Unternehmen in den anderen Bereichen gut ist. Für die meisten Investoren haben Verstöße gegen diese Kriterien einen Ausschluss aus dem Anlageuniversum zur Folge. Wichtig aus unserer Sicht ist auch die Integration der Petrom. Sie haben einen großen Mitarbeiterstamm übernommen. Wie Sie damit umgehen und welche Integrationsschritte Sie bis wann umsetzen – all das werden wir bewerten. Wichtig ist uns natürlich auch, dass Sie bei den Indikatoren mehr als beim letzten Bericht ins Detail gehen.

► Muhm

Ich hielte es für zielführend, stärker auf die GRI-Standards einzugehen. Die publizierten Zahlen müssen vergleichbar sein, zum Beispiel bei den Beschäftigten in den einzelnen Ländern: Eine Differenzierung zwischen Vollzeit- und Teilzeitarbeitsplätzen, die Fluktuation im Unternehmen, der Prozentsatz der Beschäftigten, die in unabhängigen Gewerkschaften organisiert sind etc. Da würde in einem internationalen Konzern sehr deutlich werden, wie unterschiedlich die Standards weltweit noch sind.

Auch für uns ist die Frage der Zukunft der OMV in Rumänien mit dem Kauf der Petrom sehr wichtig. Mit rund 57.000 Beschäftigten ist die OMV in diesem Land ein ganz entscheidendes Unternehmen. Wie läuft die Restrukturierung ab? In welche Technologien wird investiert? Wie geht man mit den Mitarbeitern um?

► Lechner
Vielleicht kann das Beispiel Rumänien auch aufzeigen, welche ökologischen Einsparpotenziale in diesen Ländern noch erschlossen werden können, weil Investitionen in eine moderne Technologie einen hohen ökologischen Nutzen bringen.

Natürlich erwarten wir uns auch Hinweise auf den Umgang der OMV mit dem Thema der Endlichkeit der Ressourcen Erdöl und Erdgas. Was investiert die OMV in einschlägige Forschung und Entwicklung? Welche langfristigen Strategien bestehen? Das würde die Glaubwürdigkeit sicherlich steigern.

► Bohle
Eigentlich sollte sich jedes Ölunternehmen auch im Bereich erneuerbarer Energien engagieren. Die OMV sollte darüber nachdenken. Irgendwann muss man damit anfangen — nicht erst dann, wenn man kein Öl mehr findet. Der Einstieg in erneuerbare Energien zeugt von Weitsicht.

► Nowak
Der Bericht soll so ehrlich und realitätsnah wie möglich sein. Die Zivilgesellschaft und internationale Organisationen verfügen heute über ein umfassendes Know-how, so dass realitätsferne oder beschönigende Berichte schnell entlarvt werden.

Ich gehe davon aus, dass die OMV selbst keine Menschenrechte verletzt, aber es gibt auch indirekte Verantwortlichkeiten: Keine Kinderarbeit, keine Zwangsarbeit, keine Ausbeutung von Frauen in Sweatshops usw. auch in der Zulieferungskette. Ich erwarte mir vom Bericht Antworten, wie Ihre Geschäftspartner und Zulieferer mit diesem Thema umgehen.

► Willi
Im Bericht möchte ich vor allem behandelt wissen, wie künftig mit uns Tankstellenpartnern umgegangen und was von uns erwartet wird. Wir erwarten uns aber auch Antworten zur Endlichkeit von Erdöl und Erdgas.

► Ruttenstorfer

Danke für die vielen Anregungen. Für mich ist nun vor allem wichtig, dass der zweite Performance Report konkreter sein muss. Wir werden uns an die GRI-Richtlinien halten und vergleichbare Daten publizieren.

Auch zur Petrom werden wir ausführlich Stellung nehmen. Zum Berichtszeitraum 2003/2004 können wir noch keine Daten präsentieren, da wir erst 2005 operativ tätig geworden sind. Wir werden jedoch unsere Ziele und die Integrationsschritte beschreiben.

Auch die Frage des Umgangs mit der Endlichkeit der Ressourcen und unsere Beschäftigung mit dem Thema der erneuerbaren Energien werden wir darstellen, wenngleich das für einige Stakeholder noch unbefriedigend sein mag.

Wir beleuchten selbstverständlich den Aspekt der Menschenrechte, den wir schon bisher sehr ernst genommen haben, und werden verstärkt auf die Bekämpfung der Armut eingehen. Wichtig ist uns der Dialog. Wir wollen ihn in jedem Fall fortsetzen.

► Feedback

Wir haben den Teilnehmern des Round Table-Gesprächs einen Entwurf dieses Reports mit der Bitte um Feedback vorgelegt. Viele der angeführten Anmerkungen konnten wir in die Endfassung einarbeiten. Alle anderen Punkte sehen wir als wichtige Anregungen, darüber verstärkt in einen Dialog einzutreten bzw. in unseren nächsten Berichten darauf einzugehen.

Im Brennpunkt

Im Brennpunkt

Als Konzern mit dem Fokus auf Zentral- und Osteuropa vertritt die OMV in ihrer Unternehmensphilosophie das europäische Drei-Säulen-Modell aus Wettbewerbsfähigkeit, Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung. Darauf bauen wir langfristig unseren Erfolg auf. Dieses Modell steht im Einklang mit der im Jahr 2000 beim Lissaboner Frühjahrsgipfel der Europäischen Union beschlossenen wirtschafts- und sozialpolitischen Agenda.

Ziel der Lissabon-Strategie ist eine grundlegende Umstrukturierung von Wissenschaft, Wirtschaft und Sozialsystemen, um die EU bis zum Jahr 2010 zum wettbewerbsfähigsten und dynamischesten wissensbasierten Wirtschaftsraum weltweit zu machen.

Wir stehen vor der Herausforderung, das in den vergangenen Jahren generierte Wachstum auf der Basis unserer OMV Standards zu integrieren, Potenziale zu heben und profitabel zu entwickeln. Die hierfür notwendigen Human Resources müssen durch Weiterentwicklung und Akquisition von Mitarbeitern geschaffen werden.

In der Phase raschen Wachstums mit weltweiten Aktivitäten ist die Stärkung und konzernweite Ausprägung einer unverwechselbaren Identität mit eigenständiger Kultur besonders wichtig. Neben den im Leitbild beschriebenen Werten wollen wir Corporate Social Responsibility (CSR) in unserer Unternehmenskultur noch stärker verankern, die gesellschaftliche Verantwortung im täglichen Unternehmensleben umsetzen und mit den Ansprüchen des Kapitalmarkts verbinden. Dieses Bemühen wird erfreulicherweise auch von Rating-Agenturen und Fonds wahrgenommen.

Unsere Wachstumsprojekte dürfen ethische Grundsätze nicht außer Acht lassen; sie müssen CSR-verträglich sein. In Impact Assessments analysieren wir unser Engagement aus dem Blickwinkel der CSR und entwickeln Programme, um

unbefriedigende Umfeldbedingungen zu verbessern. Von unserem Commitment wird der Schutz unserer Mitarbeiter vor Gefährdungen ebenso umfasst wie das sorgsame Umgehen mit der Umwelt oder das Engagement für Anliegen der regionalen Bevölkerung.

Bei vielen Akquisitionen muss zunächst die Legal Compliance hergestellt werden. Unser Ziel ist jedoch, weltweit nach europäischen Standards zu agieren. Das bedeutet, dass wir vielerorts freiwillig strengere Normen einhalten, als gesetzlich vorgeschrieben sind. Im Rahmen des Möglichen und unter Bedachtnahme auf regionale Bedürfnisse bemühen wir uns um die schrittweise Umsetzung unserer OMV Werte.

Durch die Globalisierung wird die soziale Kompetenz der Unternehmen immer nachdrücklicher hinterfragt. Vor allem bei den Menschenrechten bekennen wir uns zu einem Engagement, das über die bloße Einhaltung von Gesetzen und Konventionen hinausgeht. Wir verlangen in unseren Einkaufsbedingungen die Einhaltung der im Code of Conduct verankerten Werte. Das betrifft etwa die Bekämpfung von Kinderarbeit und Zwangsarbeit. Es muss aber klar gesagt werden, dass dem Engagement des einzelnen Unternehmens – vor allem, wenn es wie die OMV im Weltmaßstab nicht zu den Großen zählt – Grenzen gesetzt sind. Daher macht es Sinn, sich in Organisationen zusammenzuschließen.

Aus diesem Grund ist die OMV entsprechend ihrer Größe in einer Reihe für sie relevanter Vereinigungen und Verbände auf nationaler und internationaler Ebene vertreten. Hier können nur beispielhaft Mitgliedschaften aus den Bereichen Sustainability, Ausbildung, Soziales, Umwelt oder Wirtschaft angeführt werden: ABCSD (Austria Business Council for Sustainable Development), B.A.U.M. (Arbeitskreis für umweltbewusstes Management), ÖGUT (Umwelt und Technik), Mitgliedschaften bei Universitäten und Fachhochschulen, Mitgliedschaften bei CEMS (Community of European Management Schools), „Nachbar in Not“, Biowasserverband, unser CEO ist Mitglied im European Round Table of Industrialists.

Im Folgenden möchten wir auf einige Themen eingehen, die unseren Stakeholdern in der Diskussion rund um Nachhaltigkeit ein besonderes Anliegen sind.

Rohölpreis

Der rasante Anstieg des Rohölpreises bringt sicherlich für viele Menschen erhebliche Mehrbelastungen und wirkt sich auf das Wirtschaftswachstum dämpfend aus.

Wir glauben, dass in den nächsten 3–5 Jahren der Ölpreis noch im Bereich der 50-Dollar-Marke bleiben wird. Langfristig aber gehen wir von einem Preisniveau im Bereich um USD 30–35/bbl aus.

Dabei berücksichtigen wir die Tatsache, dass der Rohölpreis bereits in der Vergangenheit extrem großen Schwankungen unterworfen war. 1980 betrug der Ölpreis bereits USD 42/bbl, was heute einem Wert von über USD 80 entspricht. Ende der 90er-Jahre ist der Ölpreis dann auf USD 10/bbl gesunken. Zum Zweiten beruht unsere Annahme auf der Erfahrung, dass sich bei einem hohen Ölpreis Investitionen in Alternativenergien rechnen, neue Fördertechnologien entwickelt werden und wirtschaftlich einsetzbar sind. Dies alles sollte auf der Angebotsseite eine in 3–5 Jahren entsprechende Reduktion des Ölpreises nach sich ziehen. Die neuen Technologien fließen natürlich in die Gestehungskosten ein, die aber nur ein Element bei der Ölpreisentwicklung bilden. Obwohl die Ölindustrie technologisch sehr innovativ ist, standen die heutigen Methoden in ausgereifter Form vor zehn und mehr Jahren gar nicht zur Verfügung.

Benzinpreise

Die Kraftstoffpreise waren und sind vor allem bei einem Hochpreisniveau ein oft emotional heftig diskutiertes Thema. Die Preisentwicklung wird vor dem Hintergrund der sehr guten Ergebnisse der Mineralölgesellschaften besonders kritisch beobachtet.

Dabei wird aber häufig übersehen, dass die Tankstellenbranche schlecht verdient und zum weitaus überwiegenden Teil die Gewinne aus der Öl- und Gasförderung stammen. Der Mineralölproduktenmarkt ist aufgrund des hohen Preisniveaus rückläufig.

Die OMV folgt bei der Preisgestaltung den Entwicklungen auf den internationalen Märkten. Diese Entwicklungen können nicht von der OMV beeinflusst werden, sondern sind von der Nachfrage nach Rohöl oder Fertigprodukten, Förderkapazitäten, der OPEC-Politik sowie von psychologischen Elementen in Zusammenhang mit Krisen geprägt.
Das österreichische Bundesministerium für Wirtschaft hat eine Studie „Der österreichische Kraftstoffmarkt 2004“ in Auftrag gegeben. Zum Auftrag der Studie gehörte die Untersuchung, ob der Kraftstoffpreis an österreichischen Tankstellen ungerechtfertigt höher als in anderen europäischen Ländern ist. Untersucht wurde der Zeitraum 1999-2004.

In der Zusammenfassung wurde ausgeführt, dass der Wettbewerb am österreichischen Kraftstoffmarkt insgesamt gut funktioniert und daher das Potenzial an möglichen Einsparungen und damit Kostensenkungen im Vergleich zum Gesamtpreis sehr gering ist.

Auch diese Studie kam zum Schluss, dass der österreichische Kraftstoffmarkt zu einem hohen Ausmaß von den Rotterdamer Produktpreisen und den relevanten Transportkosten abhängig ist. Der Wettbewerb am Tankstellenmarkt findet vor allem regional statt und die Autoren der Studie stellen eine hohe Konzentration am Tankstellenmarkt – an der Grenze zum Oligopol, aber noch nicht wesentlich ausgeprägt – fest. Die Studie bescheinigte dem österreichischen Markt eine hohe Transparenz, was die Grundlage für Wettbewerb bildet.

Wichtig ist auch die Tatsache, dass durch die Internationalisierung des Raffineriegeschäftes der Verkauf von der Raffinerie Schwechat ins Ausland deutlich zugenommen hat. Die Marktdeckung von Schwechat und der grenznahen Raffinerie in Deutschland für die österreichische Nachfrage an Treibstoffen liegt unter 50%.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch die Verwendung unserer Gewinne für nachhaltig profitables Wachstum. Die volkswirtschaftliche Bedeutung wird auf Seite 76 gesondert dargestellt.

Auch die Suche nach neuen Öl- und Gasreserven und deren Förderung wird immer kostenintensiver. Es herrscht ein intensiver Wettbewerb, an dem sich Unternehmen aus Ländern mit rasch steigendem Energiebedarf verstärkt beteiligen. International gesehen wird nur jede zehnte Bohrung fündig. Die Mineralölindustrie investiert daher sehr viel von ihren Gewinnen in das Halten und in Wachstumsphasen in den Ausbau ihrer Öl- und Gasreserven, die der Schatz jedes Unternehmens sind.

Was bedeutet das auf unseren Märkten: „Mobilität“ und „Wärme“?
Im Mobilitätsbereich wird es zu einer Effizienzsteigerung durch konventionelle Technologien kommen, CNG (Compressed Natural Gas) und Hybridfahrzeuge bilden langsam eine Alternative. Die Brennstoffzelle und die Wasserstofftechnologie sind aber heute noch im Forschungsstadium. Dennoch ist es für die OMV wichtig, in vielen dieser Forschungsprojekte mitzuarbeiten, und sie tut das auch, um die Entwicklungen der Zukunft rechtzeitig zu verfolgen. (siehe „Forschung + Entwicklung“, Seite 128)

Klimaschutz

Beim Klimaschutz beschreitet die OMV drei Wege.

Zunächst höhere Energie- und Umwelteffizienz, zum Beispiel in Form von schwefelfreien Produkten oder Strukturanpassungen in der Raffinerie Schwechat, die zu 5% Energieeinsparung und CO_2-Senkungen führten.

Zweitens durch Low Carbon Fuels in Form von Forcierung von Gas. In der OMV Strategie wird die Relation Gas zu Öl gestärkt. Die Nabucco-Pipeline, ein Projekt, an dem die OMV beteiligt ist, soll 2011 Erdgas vom Nahen Osten über den Hub Baumgarten weiter nach Europa transportieren. Im Rahmen der Maßnahmen Low Carbon Fuels baut die OMV ihr Erdgastankstellennetz weiter aus. Die Versorgung mit CNG (Compressed Natural Gas) in Ballungsräumen erfolgt bereits.

Drittens widmen wir uns auch den Zero Carbon Fuels – den erneuerbaren Energieformen. Hier bietet die OMV seit Oktober 2005 Dieselprodukte an, denen 5% Biokomponenten beigemischt werden.

(Mehr dazu auf Seite 117)

Kohlenwasserstoffe – endliche Ressourcen

Die Diskussion über das Ende der Kohlenwasserstoffe gibt es bereits seit Jahrzehnten. Die Kohlenwasserstoffreserven sind seit Mitte der 70er Jahre jedoch nicht gesunken, sondern deutlich gestiegen. Das hängt auch damit zusammen, dass neue Methoden für die Suche nach Öl und Gas und die Steigerung des Entölungsgrades eingesetzt werden. Solche kostenintensive Methoden rechnen sich natürlich bei einem hohen Rohölpreis im besonderen Maße.

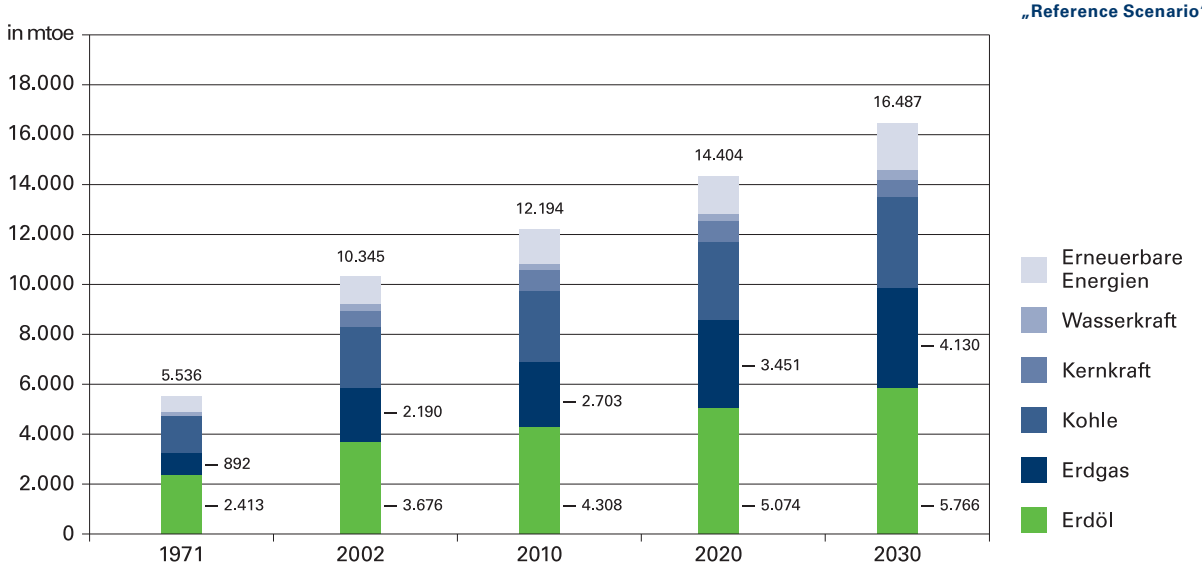
Der Weltenergiebedarf wird von derzeit rd. 11 Mrd toe lt. IEA bis 2030 auf rd. 16,5 Mrd ansteigen. Dabei wird Öl in den nächsten Jahrzehnten weiterhin wesentlicher Primärenergieträger sein. Der Ölmarkt wächst zwar langsamer und in reifen Märkten wird er auch stagnieren, aber die Nummer 1 wird er weltweit gesehen weiterhin bleiben.

Gas wird am Weltmarkt signifikant an Bedeutung gewinnen, weshalb die OMV auch dieses Geschäftssegment in verschiedenen Projekten – Stichwort „Nabucco-Pipeline“ – forciert (siehe „Klimaschutz“).

Erneuerbare Energieformen nehmen zu, können aber den zusätzlichen Energiebedarf bis 2030 nur zu einem geringeren Teil abdecken. Zwei Drittel des Mehrbedarfs müssen in diesem Zeitraum durch Kohlenwasserstoffe gedeckt werden. Die OMV sieht daher in der Steigerung der Energieeffizienz und Nutzung aller diesbezüglichen Potenziale einen Schwerpunkt in der Energieversorgung.

Weltweiter Primärenergiebedarf in Form von Treibstoffen

Quelle: IEA/World Energy Outlook 2004 „Reference Scenario“.



OMV Strategie + Vision

OMV Strategie + Vision

Unsere Vision

Als führender Öl- und Erdgaskonzern Zentraleuropas mit Sitz in Wien bringen wir Menschen in Bewegung.

Unsere Mission

Wir suchen, finden und fördern Öl und Erdgas auf vier Kontinenten. Wir versorgen Millionen Menschen mit Energie, Wärme, Mobilität sowie Produkten und Dienstleistungen des täglichen Lebens.

Unsere Strategie

Wir wollen unsere Marktposition in Exploration und Produktion, Raffinerien und Marketing sowie Erdgas und Chemie bis 2008 verdoppeln. Dabei wollen wir 50% jener Menge an Öl und Gas selbst produzieren, die wir verarbeiten. Wir wachsen ertragreich: qualitativ wie quantitativ, aus eigener Kraft und durch selektive Akquisitionen.

Unsere Werte

► Beweglich
Wir arbeiten mit Menschen, die mehr bewegen. Für eine Welt, in der sich alle besser bewegen können. „Mehr bewegen“ bedeutet für uns Unternehmenswachstum, Produktinnovationen und unternehmerisches Denken und Handeln jedes Einzelnen.

► Europäisch
Wir fördern weltoffenes und tolerantes Denken und Handeln sowie die Einhaltung universeller Werte.

► Erfolgreich
Erfolg heißt ertragreiches Wachstum. Um erfolgreich zu sein, setzen wir auf Innovation, Kooperation, Umsetzungs- und Ertragskraft und Leadership. Die stetige Entwicklung unserer Mitarbeiter sehen wir dabei als zentrale Voraussetzung.

► Für die Menschen da
Wir sind für die Menschen da. Wir sichern nachhaltiges Wachstum und handeln serviceorientiert und verantwortungsbewusst gegenüber Kunden, Aktionären, Mitarbeitern, Umwelt und Gesellschaft.

Unsere Position

Die OMV ist das umsatzstärkste börsenotierte Industrieunternehmen Österreichs. Nach dem Kauf der internationalen E&P-Aktivitäten der Preussag, eines Teils des Tankstellennetzes von BP/Aral und einer Beteiligung am Raffinerieverbund BAYERNOIL im Jahr 2003 sowie dem Erwerb der Mehrheit an der rumänischen Öl- und Erdgasgesellschaft Petrom im Dezember 2004 sind wir zum führenden Erdöl- und Erdgaskonzern in Zentraleuropa geworden. Unsere Kernaktivitäten umfassen Exploration und Produktion, Raffinerien und Marketing sowie Erdgas.

Weiters ist die OMV mit 50% an der Agrolinz Melamine International GmbH (AMI) – weltweit Nummer zwei in der Melaminproduktion und führender Hersteller von Pflanzennährstoffen im Donauraum – mit 35% am zweitgrößten europäischen Polyolefin-Produzenten Borealis A/S sowie mit 10% am ungarischen Ölkonzern MOL beteiligt.

Nachhaltige Aspekte der Strategieumsetzung

Zur Strategieumsetzung und deren Kontrolle verwendet die OMV das Steuerungstool der Balanced Score Card (BSC). Diese wird vom Vorstand halbjährlich überwacht und bildet Kennzahlen in den Perspektiven Finanz, Kunden, Prozesse und Wachstumspotenziale ab. Sie enthält beispielsweise mit der Karriere-Nachfolgeplanung, der Überwachung der LTIR (Lost Time Incident Rate) und Kontrollen der Lieferantenkette auf Kinderarbeit Aspekte der Nachhaltigkeit.
Mit der BSC wird das Blickfeld des Managements von einer traditionellen, durch finanzielle Aspekte gekennzeichneten Unternehmenssicht auf alle relevanten Teile gelenkt. Sie trägt damit zu einem ausgewogenen Unternehmensbild mit nachhaltigen Aspekten bei.

OMV Wachstumsstrategie 2008

Im Berichtszeitraum für diesen Performance Report bildete die Strategie 2008 die Grundlage unserer Aktivitäten. Die Ziele der Wachstumsstrategie 2008 – Verdoppelung des Konzerns im Zeitraum 2001 bis 2008 – haben wir in vielen Bereichen bereits 2004 erreicht oder werden sie noch vor 2008 erreichen. Die Erdöl- und Gasförderung wurde gegenüber 2001 von rund 78.000 boe/d auf rund 345.000 boe/d mehr als vervierfacht. Das Verhältnis der geförderten Erdöl- und Erdgasmenge zur Raffineriekapazität von 0,64 zu 1 übersteigt bereits das Ziel von 0,50 zu 1.

Mit einem Marktanteil von 18% in unserem relevanten Markt, dem Donauraum, haben wir uns der Vorgabe von 20% für 2008 deutlich genähert. Das Ziel, im Erdgasgeschäft unsere Verkaufs- und Handelsmengen in Österreich und in den Nachbarländern bis 2008 auf 10 Mrd m^3 zu erhöhen, sollte bis 2008 erreicht werden. 2004 liegen wir bereits bei 8,4 Mrd m^3.

Die erreichte Position und die Chancen, die wir uns damit eröffnet haben, wurden auch vom Kapitalmarkt anerkannt. Im Zeitraum Ende 2001 bis Ende August 2005 hat sich die Marktkapitalisierung der OMV von 2,5 auf 13,2 Mrd EUR mehr als verfünffacht.

OMV Strategie 2010

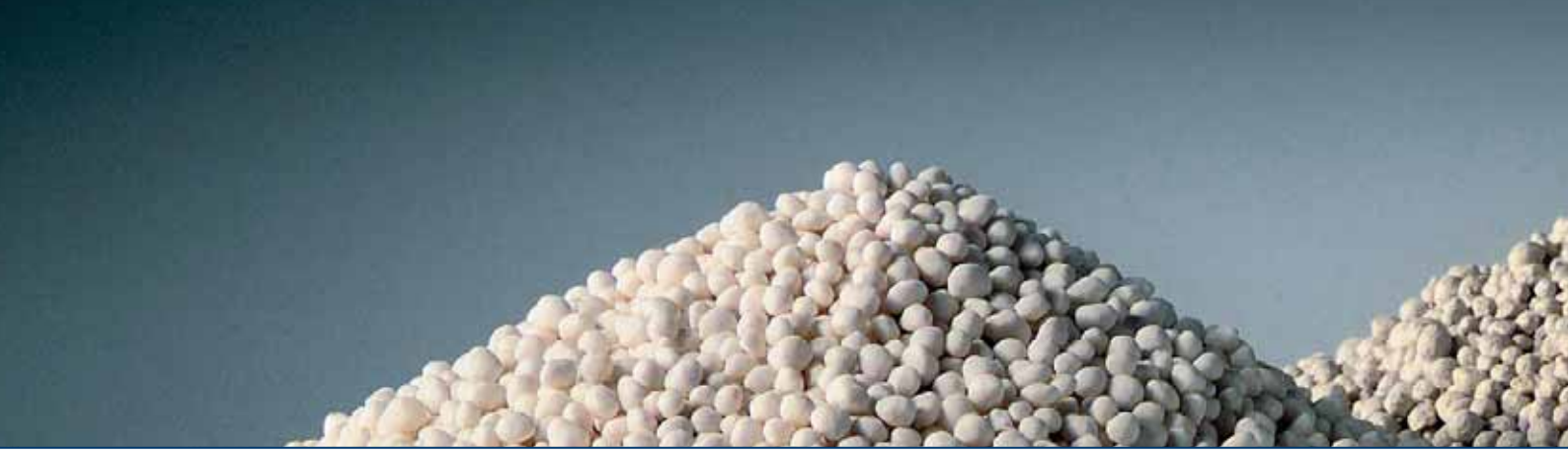
Zum Zeitpunkt der Fertigstellung dieses Berichtes wird die neue Strategie 2010 bereits der Öffentlichkeit vorgestellt worden sein. Der Managementfokus wird in den kommenden Jahren nicht nur auf die Entwicklung und Integration der Petrom gerichtet sein. Mit einem starken Cashflow und einer erfolgreichen Kapitalerhöhung ist die Finanzstärke des Konzerns eine solide Basis für weiteres Wachstum. In Zukunft wollen wir daher auch weiterhin aus eigener Kraft wachsen und unsere Aktivitäten in den Kerngeschäften erfolgreich weiterentwickeln. Dies bildet die Grundlage für die Sicherung unserer Eigenständigkeit und der Wertschaffung für unsere Aktionäre.

Kern der OMV Strategie ist daher der Ausbau unserer Führungsposition im mitteleuropäischen Öl- und Gasgeschäft bei Erhaltung der Rentabilität auf das eingesetzte Kapital von 13%.

Wir werden die erfolgreiche und profitable Wachstumsstrategie fortführen, da

- sich für OMV weitere Geschäftschancen in den Wachstumsregionen der EU bieten werden
- in den dynamischen Märkten Ost- und Südosteuropas ein rascheres Wachstum möglich ist
- wir die Führungsposition gegenüber unseren Mitbewerbern ausbauen wollen
- wir das Ertragspotenzial erweitern und die Erwartungen des Kapitalmarktes erfüllen möchten

PREMIUM BANANAS
Del monte



Wir setzen uns daher für 2010 neue und anspruchsvolle Ziele:

R&M

Ausgehend von einer starken Position im Donauraum verbessert der Markteintritt in neue Märkte unsere Wachstumsmöglichkeiten. Im Kernmarkt Donauraum werden wir die Leistungsfähigkeit unserer Raffineriekapazität von 500.000 bbl/d optimieren. Die sich bietenden Gelegenheiten zur weiteren Akquisition von bis zu 500.000 bbl/d Raffineriekapazität sollten innerhalb der EU und deren potenziellen Beitrittskandidaten realisiert werden können. Zwischen Retail und Bulkgeschäft der Raffinerien streben wir ein Verhältnis von 0,2 zu 1 an.

E&P

Das umfassende Know-how der OMV soll auch in der Petrom Standard werden und sich wertsteigernd auswirken. Die starke Integration des Geschäftsbereichs E&P in Raffinerien und Marketing sowie Erdgas ermöglicht Wachstum und Stabilität. In den sechs Kernregionen (Mitteleuropa, Nordsee, Nordafrika, Mittlerer Osten, Australien/Neuseeland sowie Russland/Kaspische Region) soll bis 2010 eine Tagesproduktion von 500.000 boe erreicht werden. Damit wird ein Verhältnis von 0,5 zu 1 für E&P zu R&M sichergestellt. Außerdem wird ein Verhältnis von 0,33 zu 1 für E&P Gas zu Gasverkauf angestrebt.

Gas

Die Vorteile in der Technologie, bei den Umweltstandards und bei der Wirtschaftlichkeit unterstützen das Wachstum des Gasmarktes. Zusätzlich zeigen die neuen Zielmärkte für das Gasgeschäft ein stabiles Wachstumspotenzial. Wir bauen daher ein internationales Gasgeschäft mit Econgas als bedeutendem Anbieter auf und werden das Marktvolumen bis 2010 auf 20 Mrd m^3 vergrößern. Das Transport- und Speichergeschäft soll durch neue Projekte erweitert werden. Das Nabucco-Projekt eröffnet die Möglichkeit einer neuen Transportroute und einer Diversifizierung der Erdgasversorgung.

Chemie

Eine signifikante Beteiligung am wachsenden internationalen Chemiegeschäft (Polyolefine, Pflanzennährstoffe, Melamin) soll mit Standorten in Europa, im Mittleren und Fernen Osten – basierend auf eigener Technologie – gehalten werden.

Mit dieser Strategie für die Kerngeschäfte sollte die OMV ihre hohe Attraktivität für Eigentümer, Aktionäre und Mitarbeiter weiter steigern können. Darüber hinaus wollen wir bis 2010 jene Marktchancen, die sich aus den Trends zu innovativen Technologien bzw. zu umweltschonenderen und alternativen Energieträgern bieten, evaluieren und noch stärker als bisher nutzen.

UN Global Compact

UN Global Compact als Leitlinie unserer sozialen Verantwortung

Die OMV hat 2002 den UN Global Compact (UNGC) unterzeichnet. Wir sind auf nationaler Ebene Mitglied bei ABCSD, dem Austrian Business Council for Sustainable Development.

Mit mehr als 400 Teilnehmern war der Global Compact Leaders Summit im Juni 2004 das größte Zusammentreffen von Unternehmensvertretern, Regierungsmitgliedern und Vertretern von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) aus aller Welt zum Thema „Global Corporate Citizenship".

Im Rahmen eines kreativen, innovativen Settings mit 40 Arbeitsgruppen tauschten die Teilnehmer – darunter ein Vertreter der OMV – Erfahrungen zur Implementierung von Corporate Social Responsibility aus, entwickelten gemeinsam Visionen für die Zukunft des UNGC und diskutierten dessen Umsetzung in die Praxis. Als aktives UNGC-Unternehmen beteiligt sich OMV selbstverständlich auch am so genannten „Communication on Progress", was bedeutet, dass die CSR-relevanten Projekte auf der Website des UNGC veröffentlicht werden.

THE GLOBAL COMPACT

Während des Gipfeltreffens verkündete der UN-Generalsekretär und Schirmherr der Initiative, Kofi Annan, die Erweiterung des UNGC von neun auf zehn Prinzipien: Zur Sicherung einer nachhaltigen und fairen Weltwirtschaft wurde nun auch die Korruptionsbekämpfung in die UNGC-Prinzipien aufgenommen.

Darüber hinaus rief Annan die Teilnehmer erneut auf, sich bei ihren Initiativen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung verstärkt für die Erreichung der Millennium Entwicklungsziele einzusetzen.

"Let us not rest until we have truly succeeded in bringing positive change into the lives of people, and laid the foundations for peaceful, well-functioning, sustainable societies throughout the world" („Wir wollen nicht ruhen, ehe es uns tatsächlich gelungen ist, das Dasein der Menschen positiv zu verändern und das Fundament für friedliche, intakte und nachhaltige Gesellschaften weltweit zu legen") , erklärte Kofi Annan.

Mit der Beitrittserklärung zum UN Global Compact im Jahr 2002 hat die OMV unterstrichen, dass sie die Ziele des UNGC unterstützt und für diese Werte steht. Vor allem durch das persönliche Engagement von Kofi Annan ist der UNGC weltweit Symbol für das Bekenntnis zu ethischen Werten geworden. Gegenwärtig zählt die Initiative des UN Global Compact bereits mehr als 2.500 Teilnehmer – darunter fünf in Österreich – und rund 45 nationale Netzwerke. Die zehn Prinzipien des UNGC werden von vier Standards abgeleitet:

- The Universal Declaration of Human Rights
- The International Labour Organization's Declaration on Fundamental Principles and Rights at Work
- The Rio Declaration on Environment and Development
- The United Nations Convention against Corruption

Unternehmensintern löste die Unterzeichnung des UNGC positive Diskussionsprozesse aus und bestärkte unsere Unternehmensführung in ihrem Bestreben, sich systematischer mit dem Thema Corporate Social Responsibility (CSR) auseinander zu setzen. Die Aktivitäten rund um CSR innerhalb der OMV werden ständig am UN Global Compact ausgerichtet und etwaige Defizite in einem permanenten Evaluierungsprozess beseitigt.

Nachstehend die zehn UN Global Compact Prinzipien, zu deren Einhaltung wir uns verpflichtet haben:

Menschenrechte

- Unterstützung und Achtung des Schutzes der international verkündeten Menschenrechte
- keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen

Arbeitnehmerbeziehungen

- Eintreten für die Wahrung der Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Tarif- (Kollektiv-) verhandlungen
- Beseitigung aller Formen der Zwangs- und Pflichtarbeit
- Abschaffung der Kinderarbeit
- Beseitigung von Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf

Umweltschutz

- Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit ökologischen Herausforderungen
- Initiativen zur Förderung eines verantwortlichen Umgangs mit der Umwelt
- Eintreten für die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

Korruption

- Vorgehen gegen Korruption in all ihren Formen – einschließlich Erpressung und Bestechung

OMV

Der volkswirtschaftliche Stellenwert der OMV in Österreich und Deutschland

OMV bewegt Volkswirtschaften

Jeder Arbeitsplatz bei der OMV schafft in anderen Wirtschaftszweigen zwei weitere

Die OMV hat durch das Industriewissenschaftliche Institut (IWI) die volkswirtschaftliche Bedeutung der OMV in Österreich sowie in Deutschland erheben und ihren Stellenwert als Auftraggeber anderer Wirtschaftsbereiche untersuchen lassen. In die Studie wurden die OMV in Österreich, die Agrolinz Melamine, Linz und die OMV Deutschland einbezogen. Bewertet wurden die Auswirkungen der Investitionstätigkeit und der laufenden Erzeugung auf Produktion, Wertschöpfung, Bruttolöhne, Bruttogehälter und auf die Beschäftigung. Ausgangspunkt der Studie war das Wirtschaftsjahr 2000, weil für die angewandte Input-Output-Analyse das erforderliche Datenmaterial aus allen Branchen vollständig erst für dieses Jahr vorhanden ist. Von diesen gesicherten Ergebnissen ausgehend, lassen sich aber unter gewissen Annahmen auch Aussagen für 2004 treffen. Diese erstmalige Studie konzentriert sich deshalb auf Österreich und Deutschland, da in anderen Ländern noch keine vergleichbaren Daten aus den Volkswirtschaften verfügbar sind. Das wird in Zukunft, zumindest in EU-Mitgliedsländern, sicher besser.

Österreich

Investitionseffekte

Die untersuchten Teile der OMV investierten im Jahr 2000 in Österreich rund EUR 222 Mio (ohne Mehrwertsteuer). Zur Befriedigung dieser Güternachfrage war zum überwiegenden Teil Produktion in inländischen Betrieben erforderlich. In diesen Betrieben wird produziert, es wird Wertschöpfung generiert und Beschäftigung gesichert. Diese Vorlieferanten benötigen ihrerseits Vormaterial, welches ebensolche Effekte auslöst. Auf diese Art wird der gesamte Investitionseffekt ermittelt.

Die Studie ergab, dass zur Erzeugung der nachgefragten Investitionsgüter insgesamt ein Produktionswert von rund EUR 230 Mio – das ist das 1,54-fache – notwendig war.

Die Investitionsnachfrage bewirkte in allen Wirtschaftsbereichen Österreichs rund EUR 110 Mio Wertschöpfung sowie Bruttolöhne und -gehälter von EUR 52,5 Mio. Damit wurden die Arbeitsplätze von 1.838 Vollzeitbeschäftigten gesichert. Das heißt, EUR 1 Mio inländisches Investitionsvolumen der OMV schafft 12 Arbeitsplätze. Das ist ein kräftiger Impuls für den heimischen Arbeitsmarkt.

Produktionseffekte

Hier geht es um die Darstellung, wie viele inländische Güter insgesamt (unter Berücksichtigung aller über die Produktionsverflechtungen wirkender Interdependenzen) benötigt werden, um die OMV Produktion durch die Bereitstellung von Vorleistungen zu ermöglichen.
Für die laufenden Produktionsaktivitäten der untersuchten OMV Teilbereiche war in der österreichischen Wirtschaft eine Produktion von EUR 4.556 Mio – um 16% mehr – notwendig.

Die Produktion der OMV generierte insgesamt EUR 1.337 Mio Wertschöpfung. Sie war direkt und indirekt mit 7.300 Arbeitsplätzen verbunden – hauptsächlich in den Sektoren unternehmensbezogener Dienstleistungen, knapp gefolgt vom Maschinenbau und von der Energieversorgung.

Einkommenseffekte

Die durch die Produktion und die Investitionstätigkeit der OMV gesicherten Löhne und Gehälter in Österreich werden nach Berücksichtigung der Steuern, Abgaben und einer Sparquote konsumwirksam. Der Großteil fließt durch den Kauf inländischer Güter ins Inland. Diese inlandswirksame Konsumnachfrage löst ihrerseits Produktion und Wertschöpfung aus und sichert Arbeit. Dieser Produktionswert beträgt EUR 346 Mio, die Wertschöpfung beläuft sich auf EUR 188 Mio. 3.432 Arbeitsplätze entstehen durch die Konsumeffekte, die durch die OMV ermöglicht werden.

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung

Fasst man alle mit der Input-Output-Analyse berechneten Gesamteffekte zusammen, resultiert ein Gesamtbild des volkswirtschaftlichen Stellenwertes der OMV. Die folgenden Effekte stellen die Untergrenze der Impulse dar.

Die gesamte der OMV „zuzurechnende" Produktion übersteigt EUR 5 Mrd, die gesamte induzierte Wertschöpfung EUR 1,6 Mrd. Es werden 12.600 Arbeitsplätze außerhalb der OMV gesichert. Auf jeden Arbeitsplatz in der OMV entfallen zwei weitere außerhalb.

Deutschland

In der deutschen Volkswirtschaft wurden im Jahr 2000 durch Investitionen der OMV Gesamteffekte auf die Produktion von EUR 133 Mio und auf die Wertschöpfung von EUR 63,5 Mio induziert. Das sicherte die Arbeitsplätze von 1.156 Mitarbeitern. Die Produktionstätigkeit der OMV bewirkte Gesamteffekte bei der Produktion von EUR 1.340 Mio und bei der Wertschöpfung von EUR 223,7 Mio. Damit waren Arbeitsplätze von 2.889 Beschäftigten verbunden. Ähnlich wie in Österreich überstiegen die Gesamteffekte deutlich die Primäreffekte. Auch die über die Stimulation der Konsumnachfrage ausgelösten Beschäftigungsimpulse hatten in Deutschland einen hohen Stellenwert.

2004

Die fehlende volkswirtschaftliche Datenbasis erlaubt keine gründliche Analyse, sehr wohl aber tendenzielle Aussagen unter Einbeziehung langjähriger Erfahrungswerte. Gestiegene Investitionen der OMV auf der einen Seite standen gewissen Verschiebungen der Investitionen in andere Branchen gegenüber. Beide Effekte kompensierten sich.

Alle in der Studie 2000 getroffenen grundsätzlichen Aussagen gelten auch für 2004. Trotz der großen Investitionen außerhalb von Österreich, um unsere Wachstumsziele zu erreichen, blieb der Stellenwert der OMV für die österreichische Volkswirtschaft ungebrochen.

Zentral- und Osteuropa

Zur Bewertung der Aktivitäten der OMV in Zentral- und Osteuropa sind derzeit nur wenige Daten von diesen Ländern verfügbar.

In den nächsten Jahren wird besonders in den Mitgliedsländern der EU die Datenbasis qualitativ und quantitativ weiterentwickelt. Die positiven Auswirkungen der Investitionen und Produktionen der OMV in diesen Ländern wird sich dann auch wissenschaftlich dokumentieren lassen.

Steuern und Abgaben

Bei der volkswirtschaftlichen Gesamtsicht sind auch die ganz erheblichen Abgaben- und Steuerleistungen der OMV zu berücksichtigen.

Steuerleistungen

	2000	2003	2004
Steuer (in EUR Mio)			
Steuerleistungen	3.456	4.219	5.867

	2000	2003	2004
Angaben (in EUR Mio)			
An Mineralölsteuer und Umsatzsteuer wurden eingehoben	3.216	3.848	5.343

	2000	2003	2004
Angaben (in EUR Mio)			
Die Steuern vom Einkommen und Ertrag betrugen	130	203	312

	2000	2003	2004
Angaben (in EUR Mio)			
In der Gesamtsteuerleistung inkludiert ist auch wertmäßig die Ölproduktionsmenge aus der Murzuk-Beteiligung, die lt. Produktionsteilungsvertrag dem libyschen Staat zusteht	110	131	171

	2000	2003	2004
Angaben (in Prozent)			
Nimmt man der Einfachheit halber diese Gesamtsteuerleistungen, die die OMV konzernweit bezahlt hat, im Verhältnis des Umsatzes, dann entfallen an Steuerleistungen in Österreich	58%	43%	39%