

STAKEHOLDER-EINBINDUNG

Wir sind davon überzeugt, dass wir unsere Ziele nur durch partnerschaftliche Zusammenarbeit mit anderen erreichen können. Stakeholder-Orientierung und ein proaktives Stakeholder-Management sind daher auch wesentliche Elemente der gerade in Erarbeitung befindlichen Unternehmensstrategie 2025+.

In den Bau und die Erhaltung von Autobahnen und Schnellstraßen sowie die laufenden Maßnahmen für Verfügbarkeit und Sicherheit dieser österreichweiten Infrastruktur sind schon systembedingt zahlreiche und sehr unterschiedliche Stakeholder involviert. Ohne sie könnte diese Aufgabe gar nicht wahrgenommen werden. Dazu zählen Blaulichtorganisationen ebenso wie Automobilclubs, Behörden und Interessensvertretungen. Darüber hinaus sind viele Menschen von unserer Tätigkeit betroffen und haben ein Recht, gehört zu werden. Wir nehmen jedes einzelne dieser Anliegen ernst und bemühen uns bei widersprüchlichen Erwartungen um einen offenen Dialog und faire Lösungen.

Schlüssel-Stakeholder

Die Relevanz der einzelnen Stakeholder wird regelmäßig evaluiert, zuletzt 2019 für die Befragung im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse. In einem Workshop mit dem Nachhaltigkeitskernteam wurde die bestehende Stakeholder-Landkarte auf Aktualität überprüft und die Relevanz entsprechend den Dimensionen „Auswirkung der ASFINAG auf die Stakeholder“ und „Einfluss der Stakeholder auf die ASFINAG“ erneut priorisiert. Für 2020 ist geplant, diese aktualisierte Stakeholder-Landkarte mit dem Vorstand und den Geschäftsführungen abzustimmen.

Bereits 2016 wurde eine umfassende Analyse unserer Stakeholder-Beziehungen im Rahmen eines internen Workshops mit ausgewählten Geschäftsführungen und relevanten Abteilungen durchgeführt. Die Stakeholder-Landkarte wurde dem Vorstand und den Geschäftsführungen präsentiert und von diesen freigegeben. Daher wird im Folgenden auf die Ergebnisse der Analyse aus 2016 verwiesen. Diese umfasst ausschließlich die externen Stakeholder-Beziehungen der ASFINAG. Insgesamt wurden rund 90 externe Organisationen erfasst, 18 davon gelten als „Schlüssel-Stakeholder“:



Beziehungen zu externen Stakeholdern werden themen- und anlassspezifisch auf allen Ebenen gepflegt. Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über unsere Kontakte zu Schlüssel-Stakeholdern:

| Stakeholder | Kontakte |
|---|--|
| BMVIT | Hauptversammlung, laufende Sitzungen und Abstimmungen |
| BM.I | Jour fixe (rd. 4 x jährlich) |
| BMF | Jour fixe (2-monatlich), Beteiligungscontrolling |
| Aufsichtsrat | Aufsichtsratssitzungen (5 ordentliche Sitzungen pro Jahr), Präsidiumssitzungen, Prüfungsausschuss |
| Polizei | |
| Rettung | Themen- und anlassspezifische Abstimmungen |
| Feuerwehr | |
| PKW-Fahrerinnen und -Fahrer | jährliche Befragung (CSI), Kontakte über ASFINAG Service Center (inkl. Chat und Chatbot), Social Media, Sondermautstellen und Vertriebsstellen |
| LKW- und Bus-Fahrerinnen und -Fahrer | jährliche Befragung (CSI), Kontakte über ASFINAG Service Center (inkl. Chat und Chatbot), Social Media, Sondermautstellen und Vertriebsstellen |
| Güter- und Personenbeförderungsunternehmen | jährliche Befragung (CSI), Fachbeiräte, direkte Kundenbesuche, Messen & Veranstaltungen sowie Kontakte über ASFINAG Service Center (inkl. Chat und Chatbot), Social Media und Vertriebsstellen |
| Wirtschaftskammer | Fachbeiräte, fachspezifische Veranstaltungen (z.B. bundeslandspezifische Fachverbandstagungen) |
| Automobilclubs | Fachbeiräte, ÖAMTC-Juristentreffen, Zusammenarbeit bzgl. Verkehrsauskunft Österreich |
| Vertriebsstellen | Direktbesuche |
| Medien | Verkehrsredaktionen und laufende Pressekontakte |
| Lieferanten | regelmäßige Abstimmung mit Bundesbeschaffungsgesellschaft, regelmäßiger Austausch mit Lieferanten durch verantwortliche Stelle, Überprüfung neuer Lieferanten |
| Behörden | regelmäßige Sitzungen und Abstimmungen im Zuge der Behördenverfahren |
| Landeshauptleute | anlassbezogene Abstimmung bei Bau-, Erhaltungs- und Sanierungsmaßnahmen, gemeinsame Mobilitätspakete unter Einbindung der zuständigen Landesräte und Baudirektoren |
| Bezirkshauptmannschaften | Regelmäßige Treffen und ASFINAG-Behördenportal |

Darüber hinaus werden Vertreterinnen und Vertreter der oben genannten Stakeholder-Gruppen über Maut und sonstige Themen der ASFINAG per Newsletter regelmäßig informiert.

Um die Erwartungen unserer Stakeholder zu erfahren und ihre Zufriedenheit zu messen, führen wir regelmäßige Umfragen durch:

| | Üblicher Zyklus | letzte Erhebung |
|---|---------------------------|-----------------|
| Kundinnen und Kunden | jährlich (nicht 2018) | 2019 |
| Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter | alle 3 Jahre (nicht 2019) | 2016 |

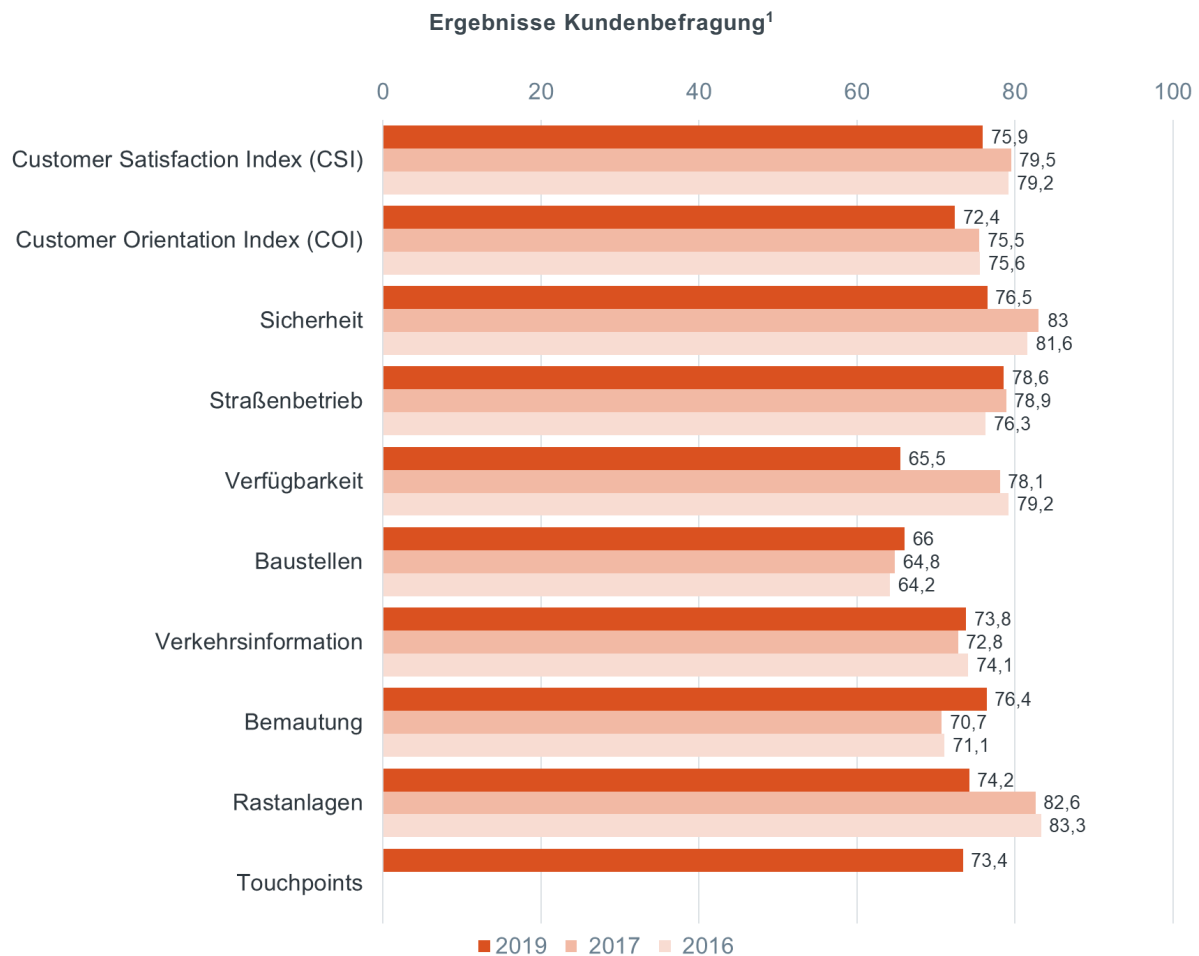
Kundenzufriedenheit

Die ASFINAG führt regelmäßig eine Kundenbefragung bei PKW-, LKW-, und Busfahrerinnen und Busfahrern sowie bei Güter- und Personenbeförderungsunternehmen durch, um die Erwartungen von Kundinnen und Kunden noch besser zu berücksichtigen und eine laufende Verbesserung der Services sicherzustellen. Im Jahr 2018 wurde die Kundenbefragung im Rahmen des laufenden Strategieprozesses umgestellt, um Abläufe noch stärker aus Kundensicht zu betrachten und zu bewerten. Darauf aufbauend wollen wir Service-Verbesserungen erarbeiten und Innovationsprozesse anstoßen. Seit 2019 erheben wir die Kundenzufriedenheit über den „Customer Orientation Index“ (COI) und den „Performance Index Verkehrsinformation“ (PI Verkehrsinformation). Der COI setzt sich aus mehreren Performance-Indizes zusammen, die auf bisherigen Schwerpunkten (Bemautung, Baustellen, Rastanlagen, etc.) und neuen Themen der ASFINAG-Strategie basieren. Der PI Verkehrsinformation misst die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit den auf ASFINAG-Kanälen bereitgestellten Verkehrsinformationen.

Auch der „Customer Satisfaction Index“ (CSI) wird weiterhin erhoben, jedoch wurde die Berechnungsmethode gegenüber 2017 weiterentwickelt, um einen noch valideren, datenbasierten Zugang zur Indexberechnung zu erzielen. Der CSI wird aus den Indikatoren „Image der ASFINAG zu Beginn und am Ende der Befragung“, „Gesamtzufriedenheit mit der ASFINAG zu Beginn und am Ende der Befragung“ und „Zufriedenheit mit den Autobahnen/Schnellstraßen allgemein“ errechnet.

Ergebnisse der Kundenbefragung

Die Ergebnisse der Kundenbefragung beziehen sich im Folgenden ausschließlich auf die Bewertung durch die Autofahrerinnen und Autofahrer. Für den nächsten Bericht ist geplant, die Ergebnisse für alle Kundengruppen darzustellen.



¹ 2018 wurde keine Kundenbefragung durchgeführt, da diese im Rahmen des Strategieprozesses umgestellt wurde. Im Vergleich zu 2017 haben sich nachstehende Änderungen ergeben. Der Performance Index (PI) gesamt wurde in Customer Orientation Index (COI) umbenannt. Der COI setzt sich aus den folgenden Performance Indizes zusammen: Sicherheit, Straßenbetrieb, Verfügbarkeit, Baustellen, Verkehrsinformation, Bemannung, Rastanlagen und Touchpoints. Die Sicherheit allgemein und Sicherheit auf Baustellen wurde zu Sicherheit zusammengefasst. Die Qualität wurde in Straßenbetrieb und Flüssigkeit, Winterdienst in Verfügbarkeit umbenannt. Touchpoints wurde als neuer Indikator in die Befragung mitaufgenommen.

In Bezug auf den Customer Satisfaction Index (CSI) verzeichnete die ASFINAG mit einem Wert von 75,9 erstmals seit Jahren einen leichten Rückgang – aber dennoch ein sehr gutes Ergebnis. Diese Trendwende ergibt sich vor allem durch die Rückgänge bei den Indikatoren Image und Zufriedenheit mit Autobahnen und Schnellstraßen.

Bei der Kundenorientierung (Customer Orientation Index) erreichte die ASFINAG bei den Autofahrerinnen und Autofahrern in Summe 72 von 100 möglichen Punkten und damit eine sehr gute Bewertung. Besonders positiv wurden dabei die Themen Sicherheit (77 Punkte), Straßenbetrieb (79 Punkte), Rastanlagen (74 Punkte) und Verkehrsinformation (74 Punkte) bewertet. Generelle Stärken sind die Erhaltung und der Zustand der Straßen sowie speziell Sauberkeit und Reinigung der Rastanlagen. Eine gute Bewertung erhalten die Themen Baustellentätigkeit am Netz (66 Punkte) und Strecken-Verfügbarkeit (66 Punkte) – damit ist ein möglichst stau- und behinderungsfreies Vorankommen auf Autobahnen gemeint. Baustellen und Verfügbarkeit sind gleichzeitig auch die wichtigsten Indikatoren zur Steigerung der Kundenorientierung.

Die guten Werte beim Image und den zentralen Handlungsfeldern sind eine Bestätigung für den serviceorientierten Kurs der ASFINAG. Zugleich sind sie auch Ansporn, bei der Weiterentwicklung des Unternehmens mit dem Fokus auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden. Vor allem intelligente

Verkehrssteuerung und maßgeschneiderte, punktgenaue Verkehrsinformationen sind der Schlüssel, um die wachsenden Herausforderungen der Mobilität von morgen zu bewältigen.

Besonders gute und stetig bessere Bewertungen erhalten wir für Sicherheit und Qualität. Das betrifft das Straßennetz allgemein, seinen Zustand sowie zahlreiche Aspekte der Verkehrssicherheit. Kritischer werden die Mautkosten, das Baustellenmanagement und zunehmend auch die Information gesehen. Hier setzten wir bereits 2017 unsere Maßnahmenswerpunkte an.

Service und Mitgestaltung

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des ASFINAG Service Centers stammen aus unterschiedlichsten Kulturen und beantworten Kundenanfragen in 7 Sprachen: Deutsch, Englisch, Italienisch, Ungarisch, Tschechisch, Kroatisch und Polnisch. Sie sind 24 Stunden an 365 Tagen im Jahr im Einsatz und beantworten Fragen zum Winterdienst, zur Verkehrssicherheit, zu PKW- und LKW-Maut, zu Baustellen und vielem mehr. Ihre Ausbildung ist im ASC Kundenprofi-Programm vorgegeben. Seit 2016 gibt es zusätzlich den Wissens-Exkurs zu Spezialthemen wie Nachhaltigkeit, Umgang mit Social Media, Datenschutz etc. Jede Anfrage wird gemäß den Arbeitsanweisungen bearbeitet und beantwortet. Falls nötig, werden die Themen an die jeweils Zuständigen im Unternehmen weitergegeben, die den Anfragenden direkt antworten. Entscheidungen zu Maut-Reklamationen können im Rahmen des Kulanzkatalogs selbst getroffen werden; bei Unklarheiten wird die zuständige Team-, Gruppen- oder Abteilungsleitung hinzugezogen. Eskalationsgespräche folgen der gleichen Hierarchie; sie können ebenfalls von der Team-, Gruppen- oder Abteilungsleitung geführt bzw. übernommen werden.

Anrufende, die sich telefonisch beschweren, werden gebeten, diese Beschwerde schriftlich per E-Mail, Fax oder Post darzulegen. Anschließend wird ihr Fall aufbereitet und eine schriftliche Antwort gegeben. Bei Reklamationen sind dies z.B. Zusage, Absage oder Kulanz. Bei neuerlicher Beschwerde oder im Fall einer direkten Beschwerde bei Vorstand oder Geschäftsführung bereitet das Service Center den Fall auf und leitet ihn an die Abteilungsleitung weiter. Diese meldet sich telefonisch bei der Kundin bzw. dem Kunden.

Alle einlangenden Anliegen und Hinweise werden zu einem konsolidierten Überblick zusammengefasst, mit dem sich das Management regelmäßig beschäftigt. Damit haben Kundinnen und Kunden einen direkten Draht zur Unternehmensleitung. Kundenseitige Fragen und Vorschläge fließen gemeinsam mit den Ergebnissen der Kundenbefragung in die Weiterentwicklung der ASFINAG, ihres Straßennetzes und ihrer täglichen Arbeit ein.

2018 startete zudem unsere Digitalisierungsoffensive im ASFINAG Service Center: Einfache Abläufe werden zunehmend automatisiert. Bis 2022 soll aus dem ASFINAG Service Center ein digitales Service Center entstehen. Eine neue Arbeitsoberfläche soll den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Kundendienstes eine „360° Kundensicht“ bieten und damit bessere Möglichkeiten, rasch auf Kundenwünsche zu reagieren.

Mitgliedschaften und unterstützte Initiativen

Im Jahr 2019 wurden für sämtliche Mitgliedschaften und Vertretungen einheitliche Prämissen definiert. Diese umfassen einen klaren Strategiebezug, einen wechselseitigen Informations- und Know-How-Austausch sowie einen effizienten Ressourceneinsatz. Die ASFINAG zählt insgesamt rund 50 Mitgliedschaften, von denen einige einen nachhaltigkeitsrelevanten Fokus aufweisen. Nachfolgend findet sich ein Auszug der Mitgliedschaften mit Nachhaltigkeitsbezug:

- ASECAP (Vereinigung Europäischer Autobahnbetreiber) - Mitarbeit u. a. zu Verkehrssicherheit und intelligente Verkehrssysteme
- ATTC (Austrian Traffic Telematics Cluster) - Mitarbeit u. a. zu intelligente Verkehrssysteme, Multimodalität und Nachhaltigkeit
- BRV (Österreichischer Baustoff-Recycling Verband)
- CEDR (Conference of European Directors of Roads) - Mitarbeit u. a. zu Umweltschutz
- GSV (Österreichische Gesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen)
- IBTTA (International Bridge, Tunnel and Turnpike Association) – Mitarbeit u. a. in der IBTTA Foundation mit den Schwerpunkten Forschung, Ausbildung und gemeinnützige Aktivitäten
- ÖAL (Österreichischer Arbeitsring für Lärmbekämpfung)
- ÖBV (Österreichische Bautechnik Vereinigung)
- ÖGG (Österreichische Gesellschaft für Geomechanik)
- ÖVG (Österreichische Verkehrswissenschaftliche Gesellschaft) - Mitarbeit u. a. zu intelligente Verkehrssysteme und Multimodalität
- ÖWAV (Österreichischer Wasser- und Abfallwirtschaftsverband)
- PIARC (World Road Association) - Mitarbeit u.a. zu Umweltschutz/Innovation
- respACT (Austrian business council for sustainable development)
- VÖSI (Verband Österreichischer Sicherheits-Experten)

Neben den zuvor genannten Mitgliedschaften ist die ASFINAG auch in nachfolgenden nationalen und internationalen Normungs- und Standardisierungsgremien aktiv und ist Partnerin folgender Initiativen:

- ASI (Austrian Standards Institute) - Aktives Mitwirken an der Entstehung und Überarbeitung von Normen. ASI ist u. a. auch das österreichische Mitglied von CEN (European Committee for Standardization), ISO (International Organization for Standardization) und ETSI (European Telecommunications Standards Institute) und stellt damit auch ein wichtiges Bindeglied für die ASFINAG im Bereich internationaler Normungs- und Standardisierungsaktivitäten dar.
- FSV (Forschungsgesellschaft Straße – Schiene – Verkehr) - Richtlinienarbeit für technisch optimierte, sichere und nachhaltige Verkehrsinfrastrukturanlagen
- Charta der Vielfalt
- „Jeder Quadratmeter zählt“ – Initiative von Naturschutzbund, Umweltministerium, Landwirtschaftskammer und den Bundesforsten
- Initiative Verkehrsinfrastrukturforschung – mit BMVIT, ÖBB Infrastruktur AG, Bundesländern und FFG

Ziele aus 2019

- Stakeholder-Management:
 - Vorbereitung und Durchführung eines Multi-Stakeholderdialogs
 - Beschluss konkreter Stakeholder-Aktivitäten im Rahmen des Strategieprozesses 2025+
- Kundenzufriedenheit:
 - Digitalisierungsoffensive im Service Center (z.B. Chatbot) ✓
 - Einführung „Customer Orientation Index“ und „Performance Index Verkehrsinformation“ als strategische Messgrößen ✓
 - Verankerung des Themas Digitalisierung in allen Trainingseinheiten ✓
 - Ausbau des Sprachangebots für Mitarbeitende des Service Centers ✓

2019 wurde im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse zunächst eine Online-Befragung der relevanten Stakeholder durchgeführt. Ein Multi-Stakeholderdialog ist derzeit nicht geplant. Im laufenden Strategieprozess wurden noch keine konkreten Stakeholder-Aktivitäten beschlossen. Die Entscheidungsfindung ist für 2020 geplant.

Ziele für 2020

- Stakeholder-Management:
 - Einbeziehung ausgewählter Stakeholder in die Strategieentwicklung
 - Beschluss konkreter Stakeholder-Aktivitäten im Rahmen des Strategieprozesses 2025+
- Kundenzufriedenheit
 - Fast jeder zweite Befragte kauft eine Digitale Vignette
 - Umsetzung des Programms „Digitales Service Center 2022“
 - Realisierung des Projektes „Zentraler Arbeitsplatz“ mit einer 360° Ansicht auf relevante Daten für die Mitarbeitenden im Service Center

Die Festlegung der quantifizierbaren Ziele für den CSI/COI erfolgt im Rahmen des Strategieprozesses und ist derzeit noch offen.

Betroffene Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG)



Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen

GRI: 102-12, 102-13, 102-21, 102-33, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 103-1, 103-2, 103-3, 203-1, 413-1

SDG: 16.7