



GRI-NACHHALTIGKEITSBERICHT 2010

ÖSTERREICHISCHE POST AG

NACH DEN VORGABEN DER GRI (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)



WENN'S WIRKLICH WICHTIG IST,
DANN LIEBER MIT DER POST.





INHALT

1. Nachhaltigkeitsstrategie	Seite 4
1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation	Seite 4
1.2 Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen	Seite 6
2. Organisationsprofil	Seite 7
3. Berichtsparameter	Seite 11
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement	Seite 14
4.1 – 4.9 Corporate Governance	Seite 14
4.11 – 4.13 Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen	Seite 19
4.14 – 4.17 Einbindung von Stakeholdern	Seite 20
Ökonomische Leistungsindikatoren	Seite 23
Aspekt: Wirtschaftliche Leistung (EC1)	Seite 23
Aspekt: Marktpräsenz (EC6)	Seite 25
Aspekt: Mittelbare Wirtschaftliche Auswirkungen (EC9)	Seite 25
Ökologische Leistungsindikatoren	Seite 27
Aspekt: Materialien (EN1 – EN2)	Seite 27
Aspekt: Energie (EN3 – EN5)	Seite 28
Aspekt: Wasser	Seite 30
Aspekt: Biodiversität	Seite 30
Aspekt: Emissionen, Abwasser und Abfall (EN16 – EN18, EN22, EN24)	Seite 30
Aspekt: Produkte und Dienstleistungen (EN26)	Seite 33
Aspekt: Einhaltung von Rechtsvorschriften (EN28)	Seite 35
Aspekt: Transport (EN29)	Seite 35
Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung	Seite 36
Aspekt: Beschäftigung (LA1 – LA3)	Seite 36
Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis (LA4)	Seite 38
Aspekt: Arbeitsschutz (LA7 – LA9)	Seite 38
Aspekt: Aus- und Weiterbildung (LA10 – LA12)	Seite 40
Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit (LA13 – LA14)	Seite 43
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte	Seite 45
Aspekt: Investitions- und Beschaffungspraktiken (HR2 – HR3)	Seite 45
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft	Seite 47
Aspekt: Gemeinwesen (SO1)	Seite 47
Aspekt: Korruption (SO2 – SO4)	Seite 48
Aspekt: Politik (SO5)	Seite 49
Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten (SO7)	Seite 49



Aspekt: Einhaltung der Gesetze (SO8)	Seite 50
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung	Seite 51
Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen (PR3 – PR5)	Seite 51
Aspekt: Werbung (PR6 – PR7)	Seite 52
Aspekt: Schutz der Kundendaten (PR8)	Seite 53
Aspekt: Einhaltung von Gesetzesvorschriften (PR9)	Seite 53
Ziel- und Themenmatrix	Seite 54
GRI Content Index	Seite 55
Unabhängige Bescheinigung	Seite 63
Kontakt & Impressum	Seite 65



1 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation

Als österreichisches Großunternehmen ist sich die Österreichische Post der Bedeutung einer nachhaltigen Entwicklung und der Verantwortung, die sie trägt, bewusst. Diese Verantwortung in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft nehmen wir aktiv wahr und geben in diesem Nachhaltigkeitsbericht 2010 Einblick in die Nachhaltigkeitsthemen der Österreichischen Post.

Als eines der größten Unternehmen Österreichs kennt die Österreichische Post ihre Verantwortung gegenüber ihren Stakeholdern und ihrem gesellschaftlichen Umfeld. Klare Visionen und Wertvorstellungen sind die Basis für zielorientiertes und nachhaltiges Handeln. In diesem Bewusstsein hat die Österreichische Post, deren Umfeld großen Veränderungen unterworfen ist, im Jahr 2010 ein neues Leitbild erstellt. Dieses Leitbild mit seinen drei zentralen Leitsätzen – „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt“, „Wir handeln zukunftsorientiert“ und „Wir alle sind die Post“ – stellt auch das Fundament für die Nachhaltigkeitsstrategie der Österreichischen Post dar. Jeder Themenschwerpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie – Ökonomie, Ökologie, Mitarbeiter, Gesellschaft – ist klar einem Leitsatz des Leitbildes zurechenbar und zählt mit seinen Zielen und Maßnahmen direkt auf diesen ein. Denn erfolgreiche Unternehmensführung bedeutet für das Management der Österreichischen Post nicht Steuerung nach ausschließlich quantitativen Kriterien, sondern auch eine hohe Priorisierung der qualitativen Kriterien, da diese den langfristigen Unternehmenserfolg mitbestimmen. Was der Österreichischen Post wirklich wichtig ist, ist folglich: Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit, Kundenorientierung sowie Kommunikation und Wertschätzung für ihre Mitarbeiter.

Obwohl die Österreichische Post dynamischen Veränderungen ihres Umfelds unterworfen ist, nimmt der Nachhaltigkeitsaspekt bei Managemententscheidungen einen hohen Stellenwert ein. Natürlich ist die Österreichische Post als börsennotiertes Unternehmen ihren Anteilseignern – der Republik Österreich sowie institutionellen und privaten Aktionären – zu wirtschaftlichem Erfolg verpflichtet. Darüber hinaus stellt sich das Unternehmen freiwillig und ganz bewusst seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, seinen Mitarbeitern und der Umwelt. Die Österreichische Post bekennt sich zu jeder Zeit dazu, wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Aspekte als zusammengehörende Einheit zu sehen. Auch aus diesem Grund trat die Österreichische Post im Jahr 2007 dem UN Global Compact bei, einer Initiative der Vereinten Nationen. Damit verpflichtet sich das Unternehmen auch zur Einhaltung globaler Prinzipien ethischen und ökologischen wirtschaftlichen Handelns. In zehn Grundsätzen legt der UN Global Compact ökologische und soziale Mindeststandards fest. Diese Grundsätze bilden die zentralen Forderungen der in den Vereinten Nationen repräsentierten internationalen Gemeinschaft für eine nachhaltige, auf die Interessen aller Stakeholder bedachte Unternehmensführung.

Um diesen breit gefächerten Verpflichtungen gerecht zu werden, hat die Österreichische Post Strukturen und Prozesse entwickelt, die zu einer kontinuierlichen Optimierung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und der Entwicklung entsprechender Maßnahmen führen sollen. Die Österreichische Post versteht Nachhaltigkeit demnach als eine Managementaufgabe mit klaren Verantwortungsbereichen und Zielsetzungen.



Nachhaltigkeitsprozess und -struktur

Nachhaltigkeit ist bei der Post in Form eines fix definierten Prozesses verankert. Ein außerdisziplinäres Team, das „CSR-Board“ (Corporate Social Responsibility), kommt zwei Mal im Jahr zusammen, um aktuelle nachhaltigkeitsrelevante Themen des Unternehmens zu analysieren und Maßnahmen zu erarbeiten, die dem gesamten Vorstand zur Entscheidung vorgelegt werden. Darüber hinaus arbeiten verschiedene Teams laufend an der Umsetzung der beschlossenen Ziele und Maßnahmen.

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der Österreichischen Post organisatorisch direkt bei Generaldirektor Dr. Georg Pölzl in der Abteilung Investor Relations & Corporate Governance verankert.

Die Österreichische Post definiert ihre nachhaltige Entwicklung gegenüber den Stakeholdern in vier Themenschwerpunkten mit korrespondierenden Zielen:

Gesellschaft: Als Universalanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post große gesellschaftliche Verantwortung. Mit der flächendeckenden, zuverlässigen Versorgung mit Postdienstleistungen in höchster Qualität leistet sie einen wichtigen Beitrag, um die Kommunikationsinfrastruktur Österreichs aufrechtzuerhalten und abzusichern.

Umwelt: Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Dazu zählen die konsequente Reduktion der verursachten Treibhausgasemissionen, der effiziente Umgang mit Ressourcen sowie die Förderung erneuerbarer Energiequellen. Durch die Initiative „CO₂ Neutral Zugestellt“ nimmt das Unternehmen unter den internationalen Logistikanbietern eine absolute Vorreiterrolle ein.

Ökonomie: Das grundsätzliche Ziel, die Ertragskraft nachhaltig zu sichern, hat oberste Priorität im Management der Österreichischen Post. Nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale und ökologische Bedürfnisse zu erfüllen.

Mitarbeiter: Motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter bilden die Basis für den unternehmerischen Erfolg. In einem Marktumfeld, in dem Personalanforderungen ständigen Veränderungen ausgesetzt sind, will das Unternehmen individuelle Zukunftsperspektiven schaffen. Dafür sind auch eine gesunde und sichere Arbeitsumgebung sowie individuelle Perspektiven wichtige Voraussetzungen.

Die vier Themenschwerpunkte mit ihren korrespondierenden Zielen und Maßnahmen sind in der Ziel- und Themenmatrix auf der Seite 54 in komprimierter Form dargestellt. Es werden hier nicht nur die Maßnahmen des Geschäftsjahres 2010 angeführt, sondern auch ein Ausblick auf Maßnahmen des Geschäftsjahres 2011 gegeben.



1.2 Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen

Die Österreichische Post ist – als führendes Post- und Logistikdienstleistungsunternehmen – im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit operativen Risiken ausgesetzt, mit denen sich das Unternehmen bewusst auseinandersetzt. Durch die Konzentration auf das Kerngeschäft sowie die jahrzehntelange Erfahrung in diesem Bereich ist es der Österreichischen Post möglich, diese Risiken frühzeitig zu identifizieren, zu bewerten und rasch geeignete Vorsorgemaßnahmen zu treffen.

Für das gesamte Unternehmen besteht ein einheitliches Risikomanagement, das alle Organisationseinheiten sowie ein Internes Kontrollsystem für alle wesentlichen Prozesse einschließt und sich grundsätzlich nach dem Coso Standard „Enterprise Risk Management – Integrated Framework“ richtet.

Kernpunkte des Risikomanagements bilden die Identifizierung, Evaluierung und Beherrschung von wesentlichen Risiken aus der operativen Geschäftstätigkeit. Dieser Prozess wird vom Vorstand und Schlüsselpersonen in den Unternehmenseinheiten getragen. Im Interesse der Nachhaltigkeit fließen hierbei auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in die Risikobewertung, Risikosteuerung und Maßnahmenplanung ein.

Das Interne Kontrollsystem als Teil des Risikomanagementsystems der Österreichischen Post ist risikoorientiert aufgebaut und in die Betriebsabläufe integriert. Das bedeutet, dass Maßnahmen arbeitsbegleitend erfolgen oder dem Arbeitsvollzug unmittelbar vor- oder nachgelagert sind. Es wurde entsprechend den gesetzlichen Vorgaben eingerichtet und berücksichtigt darüber hinaus Anforderungen, die seitens des Vorstands und des Aufsichtsrats der Österreichischen Post an ein derartiges Führungssystem gestellt werden.

Weiters ist die systematische Erfassung wichtiger Prozesse und Kontrollen Ausgangspunkt für eine generelle Optimierung der internen Prozesse und Strukturen und kann damit – neben der Verbesserung des Internen Kontrollsystems – auch zu operativen Effizienzgewinnen führen. Als nachhaltig wirkendes Kontrollinstrument unterstützt das Interne Kontrollsystem die Erreichung der Strategie und der Ziele des Unternehmens und trägt damit zum Erfolg der Österreichischen Post bei.



2 ORGANISATIONSPROFIL

Die Österreichische Post, mit Sitz in Wien, Postgasse 8, ist mit einem Jahresumsatz im Jahr 2010 von 1,6 Mrd EUR (Einzelabschluss nach Österreichischem UGB) und rund 21.000 Mitarbeitern Österreichs führender Logistik- und Dienstleistungsanbieter. Das Unternehmen ist der Grundversorgung Österreichs mit Postdienstleistungen verpflichtet und garantiert sowohl im Brief- wie auch im Paketbereich höchste Qualität.

Der hier vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG (im Bericht bezeichnet als Österreichische Post). Die Tochtergesellschaften der Österreichischen Post wurden in diesem Bericht nicht miteinbezogen. Bezieht sich eine Aussage des Berichts jedoch auf den gesamten Konzern (inkl. aller Tochtergesellschaften), wird dies im Text dezidiert mit der Bezeichnungen Österreichische Post Konzern angeführt.

Strukturell ist der Österreichische Post Konzern und in Folge auch die Österreichische Post in die drei Divisionen Brief, Paket & Logistik sowie Filialnetz gegliedert.

DER POST-KONZERN IM ÜBERBLICK		
BRIEF	PAKET & LOGISTIK	FILIALNETZ
		
BRIEF Briefe, Direct Mails adressiert und unadressiert, Zeitungen und Zeitschriften	PAKET & LOGISTIK Paket, Kombifracht, Temperaturgeführte Logistik, Kontraktlogistik	FILIALNETZ Postdienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Telekommunikationsprodukte und Handelswaren

Division Brief

Die Division Brief umfasst die Geschäftsfelder Briefpost, Infomail und Medienpost. Ihr Kerngeschäft besteht in der Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, Postkarten, adressierten Werbesendungen, unadressierter Haushaltswerbung, Zeitungen und Regionalmedien.



Rund 11.000 Mitarbeiter in der Zustellung bringen tagtäglich Post zu 4,2 Mio Haushalten und Unternehmen in ganz Österreich – pro Jahr werden über 6,2 Mrd Sendungen zugestellt. Ergänzt wird das Leistungsspektrum durch neue Dienstleistungen für Geschäftspost und Werbepost, darunter Adress- und Datenmanagement, Poststellen Management, intelligentes Scanning und Response-Management.

Das Kerngeschäft Brief, der wichtigste Umsatz- und Ergebnisträger, wird kontinuierlich optimiert und modernisiert. Den durch elektronische Substitution tendenziell schrumpfenden Briefvolumina wirkt die Österreichische Post – abgesehen von exzellenter Leistungsqualität – durch eine systematische, kundenorientierte Erweiterung ihres Angebotsportfolios entgegen. Die mit 1. Jänner 2011 erfolgte gänzliche Marktliberalisierung bietet hier die Möglichkeit, Dienstleistungen im Einklang mit internationalen Trends an den Anforderungen des Marktes zu orientieren.

Leistungsdaten Division Brief in Österreich:

- Rund 22.000 Briefannahmestellen in ganz Österreich
- Tägliche, flächendeckende Zustellung in höchster Qualität (95% der Briefe werden am nächsten Werktag zugestellt)
- Zustellung von rund 1 Mrd Briefe pro Jahr an 4,2 Mio Haushalte/Unternehmen
- Zustellung von rund 680 Mio adressierten und 3,8 Mrd unadressierten Werbesendungen pro Jahr
- Zustellung von rund 770 Mio Print- und Regionalmedien pro Jahr

Division Paket & Logistik

Die Österreichische Post setzt im Paketgeschäft grundsätzlich auf flächendeckenden Service und eine möglichst starke Marktposition, um ihren Kunden effiziente Logistik und auf den jeweiligen Markt zugeschnittene Zusatzdienstleistungen anbieten zu können. 2010 konnten sowohl die regionalen Marktanteile im B2B-Geschäft als auch die wachsenden Potenziale im Privatkundensegment erfolgreich genutzt werden. Im Wachstumsfeld Paket & Logistik nutzt die Österreichische Post gezielt zusätzliche Chancen. Bereits in den vergangenen Jahren konnte die Österreichische Post ihr Geschäftsvolumen in diesem dynamischen Geschäftsbereich steigern.

Leistungsdaten Division Paket in Österreich:

- Zustellung von rund 56 Mio Paketen und EMS-Sendungen pro Jahr
- Paket- und EMS-Service in 220 Länder der Erde
- Abholung von Paketen für Geschäftskunden und Bearbeitung der Sendungen in 7 Verteilzentren und 13 eigenen Zustellbasen

Division Filialnetz

Das Filialnetz der Österreichischen Post zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes und bietet seinen Kunden in ganz Österreich hochwertige Produkte und Services in



den Bereichen Post, Bank und Telekommunikation. Mit insgesamt 1.850 eigen- und fremdbetriebenen Post-Geschäftsstellen und nahezu 4.300 Mitarbeitern garantiert das Filialnetz Kundennähe. Rund 500 stationäre und rund 80 mobile Berater der BAWAG P.S.K. sichern dabei kompetente Beratung in Finanzfragen.

Leistungsdaten Division Filialnetz in Österreich:

- 62 Mio Kundenbesuche pro Jahr
- 1.850 eigen- und fremdbetriebene Post-Geschäftsstellen flächendeckend in ganz Österreich
- 393 Mio Briefe und 14 Mio Pakete im Filialnetz aufgegeben

Standorte des Österreichischen Post Konzerns

Der Österreichische Post Konzern hat in den letzten Jahren die dynamische Veränderung des Postmarktes in Europa aktiv genutzt und in Zentral- und Südost-/Osteuropa ein fokussiertes Geschäftsportfolio mit den Schwerpunkten Paket & Logistik sowie unadressierte Sendungen aufgebaut. Damit hat sie sich als Anbieter von spezialisierten Postdienstleistungen erfolgreich in attraktiven Marktnischen – etwa der Speziallogistik mit Fokus auf Kombifracht und der temperaturgeführten Logistik – sowie in geografischen Wachstumsmärkten positioniert. Der Österreichische Post Konzern ist derzeit mit 23 operativen Gesellschaften auf dem Brief- und Paketmarkt in elf Ländern aktiv:



Der Österreichische Post Konzern ist mit Werbemittel-Verteilunternehmen in Ungarn, Kroatien und der Slowakei vertreten und in diesen Ländern auch in der Zustellung von adressierten Werbesendungen in Ballungsgebieten tätig. Während dieser Leistungsbereich in Ungarn und der Slowakei von den bereits bestehenden Unternehmen abgedeckt wird, wurde in Kroatien dafür ein neues Tochterunternehmen, die Post d.o.o., gegründet und mit dem Aufbau eines Zustellnetzwerks begonnen. Weiters verfügt der Österreichische Post Konzern in Deutschland über eine eigene Vertriebsniederlassung – die Austrian Post International Deutschland, die den deutschen Markt bei internationalen Post-Versandlösungen betreut. Seit Anfang 2011 sind die Direct-Mail-Aktivitäten der Swiss Post Direct Solutions und der meiller direct GmbH im Rahmen eines Joint Ventures gebündelt. Das neue Unternehmen MEILLERGHP ist der führende Direct-Mail-Produzent in Deutschland.



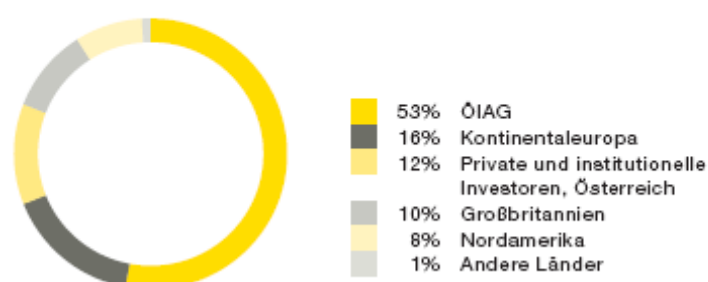
Mit integrierten Paketdienstleistungen ist der Österreichische Post Konzern heute im belgischen, bosnischen, deutschen, kroatischen, montenegrinischen, niederländischen, serbischen, slowakischen und ungarischen Markt aktiv. Die Märkte in der Slowakei und Kroatien bearbeitet das Unternehmen dabei in Kooperation mit dem internationalen Logistikspezialisten UPS.

Damit hat sich der Österreichische Post Konzern erfolgreich als Spezialist in definierten Segmenten und Regionen mit hohem Wachstumspotenzial etabliert. Nach eigener Einschätzung hat der Konzern in den einzelnen Märkten und Segmenten folgende Marktposition inne: In Deutschland ist er Nr. 1 in der Distribution von Sendungen im Pharmabereich sowie in der Kombifracht. In der Slowakei, Kroatien, Serbien und Bosnien-Herzegowina ist er der führende Anbieter für die Zustellung von Paketen an Geschäftskunden, in Ungarn und Kroatien rangiert er als Marktführer bei unadressierten Werbesendungen.

Aktionärsstruktur

Der Österreichische Post Konzern ist seit dem 31. Mai 2006 als europaweit drittes Postunternehmen an der Börse – konkret der Wiener Börse – gelistet. Beim Börsegang im Jahr 2006 wurden 49,0% der Aktien bei Investoren platziert. Der Anteil der österreichischen Staatsholding ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG) am Grundkapital des Österreichischen Post Konzerns reduzierte sich daher von zuvor 100% auf 51,0% bzw. 35,7 Mio Aktien. Bezogen auf die aktuell im Umlauf befindlichen 67.552.638 Stück Aktien hält die ÖIAG 52,8% des Unternehmens. Damit ist die ÖIAG unverändert Mehrheitsaktionärin des Unternehmens. Der Gesellschaft sind keine anderen Investoren bekannt, die mehr als 5% des Grundkapitals halten. Eine im Jänner 2011 durchgeführte Aktionärerhebung zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖIAG – 38% aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (plus 4 Prozentpunkte gegenüber der Erhebung im Jänner 2010). Dabei werden in Summe 12% von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (plus 1 Prozentpunkt), 14% in Kontinentaleuropa (plus 2 Prozentpunkte) und 10% in Großbritannien (plus 2 Prozentpunkte) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 8% der Aktien (minus 2 Prozentpunkte), auf andere Länder entfällt weit weniger als 1% (unverändert). Zu den privaten Investoren in Österreich zählen auch die Mitarbeiter der Österreichischen Post mit einem Anteil von mehr als 2%.

AKTIONÄRSSTRUKTUR NACH LÄNDERN
BASIS: 67,6 MIO AKTIEN





3 BERICHTSPARAMETER

Der gegenständliche Nachhaltigkeitsbericht 2010 ist der dritte Nachhaltigkeitsbericht der Österreichischen Post. Der Berichtszeitraum umfasst das Geschäftsjahr vom 1. Jänner bis 31. Dezember 2010 und knüpft damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2009 an, der im September 2010 publiziert wurde.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Österreichischen Post umfasst heuer erstmals zwei unterschiedliche, einander ergänzende Publikationen. Neben dem gegenständlichen Nachhaltigkeitsbericht 2010, der sich vom Inhalt und von der Struktur eng an den Vorgaben der GRI (Global Reporting Initiative) orientiert, wurde ein weiterer Bericht als Beilage der österreichischen Tageszeitung „Der Standard“ veröffentlicht.

Diese neue Form der Berichterstattung wurde gewählt, um einerseits über die hohe Auflage der Tageszeitung eine breite Zielgruppe über die Aktivitäten und Projekte der Österreichischen Post im Nachhaltigkeitsbereich zu informieren. Andererseits soll die standardisierte Struktur des gegenständlichen Nachhaltigkeitsberichts ein hohes Maß an Transparenz gegenüber Stakeholdern und Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen gewährleisten.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2010 der Österreichischen Post wurde gemäß dem Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI G3) erstellt und entspricht der Anwendungsebene B+. Die Einhaltung der damit verbundenen formalen Kriterien sowie die im Bericht enthaltenen Informationen wurden von unabhängiger dritter Stelle geprüft und bestätigt. Das Assurance Statement der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts.

Der Bericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post und umfasst nicht deren Tochterunternehmen, da für diese nach heutigem Stand einige nachhaltigkeitsrelevante Daten nicht in konsolidierter Form vorliegen. Ziel ist es, das größte Tochterunternehmen trans-o-flex, mit einem Anteil am Konzernumsatz von rund 25%, innerhalb der nächsten fünf Jahre in die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu integrieren. Die restlichen Tochtergesellschaften erwirtschaften derzeit nur rund 5% des Konzernumsatzes.

Die Erhebung und Berechnung der Daten in diesem Bericht erfolgte durch das Rechnungswesen und Controlling, sowie den Bereich Fuhrpark und den Bereich Gebäudemanagement. Sowohl die Berichtsgrenzen als auch die verwendeten Messmethoden sind analog zum letzten Nachhaltigkeitsbericht.

Die Festlegung der Berichtsinhalte erfolgte nach dem Prinzip der Wesentlichkeit („Materiality“). Im gegenständlichen Bericht wurden zu all jenen Nachhaltigkeitsaspekten berichtet, die entweder bedeutende ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Einflüsse der Organisation widerspiegeln oder maßgeblichen Einfluss auf die Beurteilung und Entscheidung von Stakeholdern haben können.

Zu manchen als wesentlich eingestuften GRI Leistungsindikatoren konnte aufgrund aktuell noch eingeschränkter Datenverfügbarkeit nur teilweise berichtet werden (siehe GRI Content Index). Die Österreichische Post arbeitet daran, die Datenerhebung für diese Indikatoren zu optimieren, um zukünftig zu allen wesentlichen Leistungsindikatoren vollständig berichten zu können.



Die Beurteilung der Wesentlichkeit von Nachhaltigkeitsaspekten und einzelnen Leistungsindikatoren erfolgte im Nachhaltigkeits-Kernteam gemeinsam mit externen Beratern. Sonstige Themen, die von den Indikatoren nicht in vollem Umfang abgedeckt werden, jedoch für die Nachhaltigkeitsentwicklung der Österreichischen Post relevant sind, wurden im „CSR-Board“ definiert. Das „CSR-Board“ besteht aus Mitarbeitern aus unterschiedlichsten Abteilungen, die dadurch mit einem breiten Spektrum an Stakeholder-Gruppen in Kontakt stehen und deren vielfältige Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung in die Diskussion eingebracht haben. Eine direkte Einbeziehung der Stakeholder in den Nachhaltigkeitsprozess und in die Berichterstattung erfolgte im Juni 2011 im Rahmen eines Stakeholder-Roundtables. Dabei diskutierten rund 30 geladene Vertreter unterschiedlichster Stakeholder-Gruppen die aktuellen und für die Österreichische Post zentralen Nachhaltigkeitsthemen. Auf Basis dieser Diskussion wurden noch entsprechende Anpassungen und Ergänzungen im Bericht vorgenommen.

Sowohl der Nachhaltigkeitsbericht 2010 nach GRI als auch der Bericht, der als Beilage in der Tageszeitung „Der Standard“ erschienen ist, sind auf der Homepage der Österreichischen Post verfügbar (www.post.at/csr).

Erklärung zum GRI Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Global Reporting Initiative (GRI) entwickelt weltweit anwendbare Qualitätskriterien für Nachhaltigkeitsberichterstattung und bezieht dazu eine breite Auswahl von Stakeholdern aus Wirtschaft, Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretungen, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und anderen Bereichen mit ein. Der GRI Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung soll als allgemeingültiger Rahmen für die Berichterstattung einer Organisation über ihre ökonomische, ökologische und gesellschaftlich/soziale Leistung dienen. Die freiwillige Einhaltung der darin festgelegten Kriterien erhöht die Transparenz, Glaubwürdigkeit und Vergleichbarkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Leistungsindikatoren liefern vergleichbare Daten über die ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Leistung der Organisation und sind mit den Abkürzungen EC (Economy), EN (Environment), LA (Labor), HR (Human Rights), SO (Society) und PR (Product) gekennzeichnet.

Nach GRI berichtende Organisationen sind verpflichtet zu deklarieren, in welchem Umfang sie die Kriterien des GRI Leitfadens angewendet haben. Die nachstehende Grafik zeigt, welche Anforderungen mit den drei möglichen Anwendungsebenen A, B oder C verbunden sind. Ein Pluszeichen hinter dem Buchstaben der jeweiligen Anwendungsebene zeigt, dass der Bericht von unabhängiger dritter Stelle geprüft wurde.



Anwendungsebenen	C	C+	B	B+	A	A+	
Erforderliche Kriterien	G3 Angaben zum Berichtsprofil	Berichten Sie über: 1.1 2.1 – 2.10 3.1 – 3.8, 3.10 – 3.12 4.1 – 4.4, 4.14 – 4.15	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Berichten Sie über: alle Kriterien für Ebene C und: 1.2 3.9, 3.13 4.5 – 4.13, 4.16 – 4.17	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Die selben Anforderungen wie für Ebene B	falls der Bericht extern bestätigt wurde
	G3 Offenlegung des Managementansatzes	Eine Offenlegung des Managementansatzes erfolgt nicht.		Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.		Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	
	G3 Leistungsindikatoren und Leistungsindikatoren in Sector Supplements	Angaben zu mindestens 10 G3-Kernindikatoren: Dabei sollte sowohl aus dem ökonomischen, als auch aus dem ökologischen Bereich sowie aus dem sozial/gesellschaftlichen Bereich jeweils mindestens ein Indikator enthalten sein.		Angaben zu mindestens 20 G3-Kernindikatoren: Dabei sollte aus dem ökonomischen, dem ökologischen Bereich sowie aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Gesellschaft und Produktverantwortung jeweils ein Indikator enthalten sein.		Angaben zu jedem G3-Kernindikator und zu jedem Sector Supplement-Indikator*: Unter Berücksichtigung des Wesentlichkeitsprinzips sollte entweder: a) der Indikator dargestellt oder b) erläutert werden, warum dazu keine Angaben gemacht werden können.	

* Sofern es für die Branche eine endgültige Version gibt

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2010 der Österreichischen Post entspricht den Anforderungen der Anwendungsebene B+ des GRI G3 Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.



4 GOVERNANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT

4.1 – 4.9 Corporate Governance

4.1 Corporate Governance und Führungsstruktur

Gemäß Österreichischem Aktiengesetz leitet der Vorstand die Gesellschaft unter eigener Verantwortung, wie es das Wohl des Unternehmens unter Berücksichtigung der Interessen der Arbeitnehmer, der Aktionäre sowie der Öffentlichkeit erfordert. Der Vorstand bestand im Jahr 2010 aus fünf Personen, den Vorsitz hält seit Oktober 2009 Dr. Georg Pözl.

Im Jänner 2011 hat der Aufsichtsrat beschlossen, dass die Divisionen Brief und Filialnetz bis Anfang 2012 zusammengeführt werden, wodurch sich die Anzahl der Vorstandsmitglieder von fünf auf vier reduzieren wird. Ziel ist es, das Unternehmen noch effizienter aufzustellen und gleichzeitig stärker auf Kundennähe und Marktbedürfnisse auszurichten.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage und des Risikomanagements.

Der Aufsichtsrat der Österreichischen Post besteht aus insgesamt zwölf Mitgliedern – acht von der Hauptversammlung gewählten Kapitalvertretern und vier vom Zentralausschuss entsendeten Arbeitnehmervertretern. Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands. Er überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte.

Entsprechend den Regelungen des Österreichischen Corporate Governance Kodex hat der Aufsichtsrat in Anlehnung an Anhang 1 des Kodex Kriterien festgelegt, bei deren Erfüllung ein Aufsichtsratsmitglied als unabhängig anzusehen ist. Alle von der Hauptversammlung gewählten Mitglieder haben ihre Unabhängigkeit gemäß diesen Kriterien erklärt. Zudem umfasst der Aufsichtsrat sechs vom Kernaktionär der Österreichischen Post unabhängige Vertreter, sodass die Mehrheit der Aufsichtsratsmitglieder in keiner Beziehung zur Mehrheitsgesellschafterin steht.

Details zu den Unabhängigkeitskriterien des Aufsichtsrats finden Sie im Geschäftsbericht 2010, Teil 2 – Zahlen & Werte, Seite 13 und 14.

Der Aufsichtsrat hat durch Beschluss aus seiner Mitte für spezifische Angelegenheiten Ausschüsse gebildet. Dem Präsidium obliegt die Regelung der Beziehungen zwischen der Gesellschaft und den Mitgliedern des Vorstands. Der Präsidialausschuss befasst sich mit Fragen der Vorstandsbestellung. Dem Prüfungsausschuss obliegen die Aufgaben gemäß § 92 Abs. 4a AktG.



4.2 Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgans

Der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans, des Aufsichtsrats der Österreichischen Post, ist nicht gleichzeitig Geschäftsführer des Unternehmens. Im Geschäftsjahr 2010 hatte Dr. Peter Michaelis das Mandat des Aufsichtsratsvorsitzenden inne. In der Hauptversammlung am 28. April 2011 wurde Mag. Markus Beyrer zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats gewählt.

Die Unvereinbarkeit des Aufsichtsrats mit einer Vorstandstätigkeit ist in §90 Absatz 1 des Österreichischen Aktiengesetzes ausführlich geregelt.

4.3 Struktur der Leitungsorgane

Die Österreichische Post verfügt über einen Aufsichtsrat mit insgesamt zwölf Mitgliedern – acht von der Hauptversammlung gewählten Kapitalvertretern und vier vom Zentralausschuss entsendeten Arbeitnehmervertretern. Die Mitglieder des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2010 sind im Geschäftsbericht 2010, Teil 2 - Zahlen & Werte, Seite 12 und 13 angeführt.

4.4 Mitsprachemöglichkeiten von Mitarbeitern und Anteilseignern

Die Aktionärsrechte sind im Rahmen der Hauptversammlung geltend zu machen. Bei der Hauptversammlung 2011 wurde erstmals die Möglichkeit geboten, das Stimmrecht via Briefwahl auszuüben. Jeder Aktionär hat im Rahmen der Hauptversammlung die Möglichkeit, Anträge zu stellen. Darüber hinaus ist jedem Aktionär auf Verlangen in der Hauptversammlung Auskunft über Angelegenheiten der Gesellschaft zu geben, soweit sie zur sachgemäßen Beurteilung eines Tagesordnungspunktes erforderlich ist.

Die Organe der Arbeitnehmerschaft (Personalvertretungsorgane) haben die Aufgabe, die wirtschaftlichen, sozialen, gesundheitlichen und kulturellen Interessen der Arbeitnehmer im Betrieb und im Unternehmen wahrzunehmen und zu fördern.

Die Personalvertretung der Österreichischen Post ist in einem Zentralausschuss in Wien, insgesamt sechs Personalausschüssen und in über 90 Vertrauenspersonenausschüssen organisiert.

4.5 Vergütungssysteme des Vorstands und leitender Angestellter

Das Vergütungssystem des Vorstands basiert auf dem Grundgedanken eines Drei-Säulen-Modells (fixe und variable Gehaltsbestandteile sowie ein Long-Term-Incentive-Program). Das fixe Basisgehalt orientiert sich an der Gehaltsstruktur börsennotierter österreichischer Unternehmen und richtet sich nach dem Umfang des Aufgabenbereichs und der Verantwortung des jeweiligen Vorstandsmitglieds. Die variable Vergütung knüpft zu einem hohen Ausmaß an messbare, quantitative Leistungsindikatoren und enthält weiters



qualitative Zeilerreichungskomponenten. Weitere Informationen finden Sie im Geschäftsbericht 2010, Teil 2 - Zahlen & Werte, Seite 15.

Die für den Vorstand geltenden Grundsätze werden in angepasster Form auch auf die Führungskräfte angewendet. Die Gehälter der Führungskräfte enthalten fixe und variable Bestandteile, die auf dem Erreichen von finanziellen und nicht-finanziellen Unternehmenszielen sowie individuelle vereinbarten Zielen basieren.

Die Vergütung für den Aufsichtsrat wird jährlich in der ordentlichen Hauptversammlung für das jeweils abgelaufene Geschäftsjahr beschlossen. Dabei wird auch das Sitzungsgeld festgelegt.

4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten

Gemäß § 13 der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat der Österreichischen Post haben Aufsichtsratsmitglieder Interessenkonflikte unverzüglich dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats offen zu legen. Gerät der Vorsitzende in Interessenkonflikte, hat er diese unverzüglich einem Stellvertreter offen zu legen.

Die Geschäftsordnung für den Vorstand der Österreichischen Post sieht vor, dass sich ein Mitglied des Vorstandes nicht an der Beschlussfassung beteiligen darf, wenn in einer Vorstandssitzung Angelegenheiten behandelt werden, die persönliche oder wirtschaftliche Interessen dieses Mitglieds berühren.

4.7 Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales

Bei der Auswahl der Mitglieder des Aufsichtsrats stehen einschlägiges Wissen und Erfahrung in Führungspositionen im Vordergrund. Zusätzlich wird auf eine Diversität erzielende Zusammensetzung geachtet. Unter diesem Gesichtspunkt ist zu berichten, dass sich unter den von der Hauptversammlung 2010 gewählten acht Kapitalvertretern eine Frau befindet, ein Mitglied unter 50 Jahre alt ist und zwei Mitglieder nicht-österreichischer Nationalität sind.

4.8 Leitbilder, Verhaltenskodex und Prinzipien der Nachhaltigkeit

Die Grundlage für eine nachhaltige Unternehmensführung und Kontrolle der Österreichischen Post bildet der österreichische Corporate Governance Kodex. Seit ihrem Börsengang im Mai 2006 bekennt sich die Österreichische Post im Sinne einer verantwortungsvollen und transparenten Unternehmensführung zur Einhaltung des Kodex. Ergänzt wird dieser durch eine Compliance-Richtlinie sowie seit 2011 auch durch einen Verhaltens- und Ethikkodex, den Code of Conduct, die beide unternehmensweit gelten.

Darüber hinaus hat die Österreichische Post ihre Compliance-Organisation über die gesetzlichen Anforderungen hinaus in Richtung eines konzerweit integrierten Compliance-

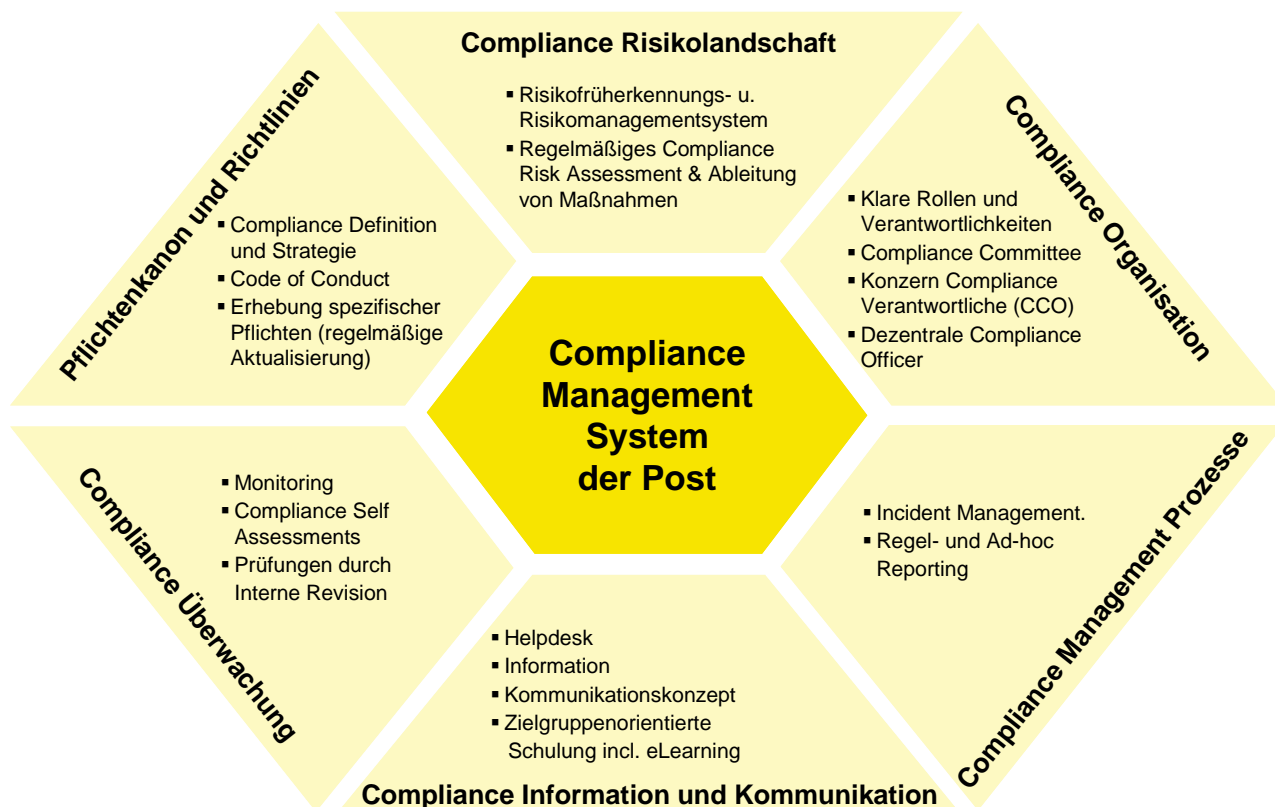


Management-Systems entwickelt. Dieses hat neben der Einhaltung der geltenden Kapitalmarktvorschriften die Aufgabe, eine werteorientierte Konzernkultur mit dem Fokus auf eine risikoorientierte Präventionsstrategie zu etablieren und die Mitarbeiter durch ein handlungsorientiertes Schulungs- und Beratungsangebot zu unterstützen.

Zu den thematischen Schwerpunkten Kapitalmarkt-Compliance und Antikorruption des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post wurden spezifische, unternehmensweit geltende Richtlinien erlassen: Die Compliance-Richtlinie entspricht den geltenden österreichischen Kapitalmarktvorschriften sowie der Emittenten-Compliance-Verordnung der Finanzmarktaufsicht und wurde zur Vermeidung von Insider-Geschäften erlassen. Die Konzernrichtlinie betreffend „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ erläutert detailliert, inwieweit die Geschenkkannahme /-vergabe zulässig ist, um Bestechung bzw. Korruption sowie mögliche Interessenskonflikte zu verhindern.

Der im Geschäftsjahr 2010 entwickelte und 2011 veröffentlichte Code of Conduct enthält die Grundsätze für ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln aller Beschäftigten des Konzerns. Der Kodex orientiert sich an internationalen Übereinkünften sowie ethischen Standards und spiegelt das Bekenntnis der Österreichischen Post zu den Prinzipien des UN Global Compact wider.

Das Compliance Management System der Post





Leitbild

Ohne klare Visionen und Wertvorstellungen kann ein Unternehmen nicht zielorientiert und nachhaltig handeln. In diesem Bewusstsein hat die Österreichische Post, deren Umfeld großen Veränderungen unterworfen ist, im Jahr 2010 ein neues Leitbild erstellt. Wichtig war dabei die Einbeziehung einer großen Zahl von Mitarbeitern aus allen Bereichen, um das neue Wertegerüst auf ein möglichst solides Fundament zu stellen. Mit der Formulierung ihres neuen Leitbildes verband die Österreichische Post mehrere Ziele, die sich aus den Veränderungen ihres Marktes und ihrer eigenen Tätigkeit, aber auch der Wirtschaft und Arbeitswelt insgesamt ergeben:

- Kultureller Wandel – im Umgang miteinander, aber auch im Umgang mit Kunden und Partnern der Post
- Stärkung der Identität und der Identifikation – Stolz auf das eigene Unternehmen und dessen gesellschaftlichen Beitrag
- Steigerung der Attraktivität des Unternehmens – für Mitarbeiter, Führungskräfte, Kunden, Partner und Eigentümer

Den Entwurf für ihr neues Leitbild hat die Österreichische Post im Frühjahr und Sommer 2010 in einem breit angelegten, mehrstufigen Top-Down/Bottom-Up-Prozess erarbeitet. Die Basis dafür legte ein eigens eingerichtetes Leitbildteam im Zuge des Projektes „Leistungskultur“, aus dem vier Wertekategorien hervorgingen:

- Kundenorientierung und Innovationsbereitschaft
- Effizienz und Leistungsorientierung
- Zuverlässigkeit und Qualität
- Wertschätzung und offene Kommunikation

Dieses Grundgerüst wurde in weiterer Folge durch Führungskräfte und Mitarbeiter inhaltlich interpretiert und eingehend diskutiert. Zunächst erfolgte die Interpretation und Kommentierung der einzelnen Wertekategorien durch den Führungskreis der Österreichischen Post mittels Online-Fragebogen. In einem nächsten Schritt erarbeiteten 156 Führungskräfte und Mitarbeiter aus allen Divisionen und verschiedenen Ebenen in insgesamt sechs Workshops konkrete Beispiele und Formulierungen. Schließlich wurden noch die Top-270-Führungskräfte der Österreichischen Post mittels Online-Befragung eingebunden und um Feedback ersucht. In Summe haben damit rund 500 Mitarbeiter zum Entstehen des neuen Leitbildes unmittelbar beigetragen.

Als Ergebnis dieses eingehenden Analyse- und Diskussionsprozesses wurden drei Wertekategorien mit entsprechenden Leitsätzen definiert:

- Kundenorientierung: Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt
- Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit: Wir handeln zukunftsorientiert
- Kommunikation und Wertschätzung: Wir alle sind die Post

Nun gilt es, das Leitbild auch in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter der Österreichischen Post umzusetzen und zu verankern. Denn nur, wenn es bewusst gelebt wird, erfüllt es seine eingangs skizzierten Ziele. Dafür sollen in einem ersten Schritt vor allem die Führungskräfte als Wertebotschafter eingesetzt werden. Dafür wurden folgende Führungsleitlinien erarbeitet: Verantwortung übernehmen, Orientierung geben Vertrauen



schaffen, Zusammenarbeit fördern. Basierend auf diesen Leitlinien gepaart mit speziellen Trainings sollen die Führungskräfte ihren Mitarbeitern das Leitbild vermitteln und dieses vor allem auch vorleben. Durch einen kulturellen Wandel im Umgang miteinander, mit Kunden und Partnern, die Stärkung der Identifikation mit dem Unternehmen und die Steigerung der Attraktivität des Unternehmens wird es der Österreichischen Post gelingen, das Leitbild mit Leben zu füllen.

4.9 Verfahren zur Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung

Derzeit findet kein spezielles Kontrollverfahren durch das höchste Leistungsorgan, den Aufsichtsrat, statt. Informationen bezüglich der ökologischen und sozialen Performance des Unternehmens werden im Rahmen von Vorstandssitzungen dem Gesamtvorstand präsentiert. Die Behandlung von Nachhaltigkeitsthemen erfolgt in Abstimmung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat.

4.11 – 4.13 Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen

4.11 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips

Der Nachhaltigkeitsansatz der Österreichischen Post zielt unter anderem darauf ab, durch frühzeitiges und vorausschauendes Handeln mögliche Umweltbelastungen und Gefahren für die menschliche Gesundheit von vornherein auszuschließen oder zu minimieren. Dazu zählen nicht nur die Vorbeugung möglicher Risiken, sondern auch unsere Bemühungen, die Umwelteinflüsse unseres Unternehmens zu minimieren.

Das Risikomanagement der Österreichischen Post zielt darauf ab, wesentliche Geschäftsrisiken zu identifizieren, zu evaluieren und zu beherrschen. Im Interesse der Nachhaltigkeit fließen hierbei auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in die Risikobewertung, Risikosteuerung und Maßnahmenplanung ein.

4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen

Die Österreichische Post orientiert sich bei der Umsetzung ihrer Ziele und Aktivitäten am UN Global Compact, dessen Mitglied sie seit 2007 ist. Im Rahmen dessen hat sich die Österreichische Post zur Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsrechte, Umweltschutz und Antikorruption verpflichtet und berichtet hier über ihre Fortschritte bei der Erfüllung dieser Prinzipien im Jahr 2010. Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption wird die Österreichische Post künftig mit Transparency International kooperieren.

Weiters ist die Österreichische Post Mitglied von „respACT – austrian business council for sustainable development“, der führenden Unternehmensplattform für Corporate Social Responsibility und nachhaltige Entwicklung in Österreich.



Das Engagement der Österreichischen Post bei internationalen Programmen – dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ der europäischen Post-Interessenvertretung PostEurop sowie dem „Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS)“ der International Postal Corporation (IPC) – wurde 2010 weiter ausgebaut. So wurden die Erhebungen der Österreichischen Post über die mit ihrer Tätigkeit verbundenen Umweltauswirkungen erstmals von einem durch PostEurop beauftragten Wirtschaftsprüfer (Third-Party Audit) überprüft und uneingeschränkt akzeptiert.

4.13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessenvertretungen

Die Österreichische Post ist Mitglied in einigen nationalen Verbänden und Interessenvertretungen wie beispielsweise der Wirtschaftskammer Wien, der Industriellenvereinigung Österreich, dem Aktienforum, dem Public Relations Verband Austria (PRVA) und dem Cercle Investor Relations Austria (C.I.R.A.).

Auf internationaler Ebene ist die Österreichische Post Mitglied in der europäischen Post-Interessenvertretung PostEurop sowie der International Postal Corporation (IPC).

4.14 – 4.17 Einbindung von Stakeholdern

4.14 Einbezogene Stakeholder-Gruppen

GUTE BEZIEHUNGEN ZU ALLEN STAKEHOLDERN	
Die Österreichische Post geht auf die Anliegen all ihrer Anspruchsgruppen ein:	
	KUNDEN: Gute Beziehungen von Mensch zu Mensch sind Grundlage für den Erfolg der Post-Kunden. Die Österreichische Post sichert deshalb landesweite Post-Dienstleistungen zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis.
	EIGENTÜMER: Ihren Eigentümern – und damit auch der Republik Österreich als Mehrheitseigentümerin – brachte die Österreichische Post in den letzten Jahren attraktive Dividenden.
	MITARBEITER: Der Österreichische Post Konzern trägt Verantwortung für rund 21.000 Mitarbeiter in Österreich und weitere rund 4.000 Beschäftigte in den internationalen Tochtergesellschaften. Dem Unternehmen ist es wichtig, auch in Zukunft ein gefragter Arbeitgeber zu sein, der die aktive Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter fördert.
	GESCHÄFTSPARTNER: Für Lieferanten und Geschäftspartner ist die Österreichische Post seit jeher ein fairer, verlässlicher und berechenbarer Geschäftspartner.
	UMWELT: Durch laufende Modernisierung ihrer Infrastruktur und zahlreiche Initiativen für Ressourcenschonung und Abfallvermeidung schützt die Post die Umwelt.
	GEMEINDEN: Flächendeckende Versorgung und offener Dialog bestimmen das Verhältnis der Österreichischen Post zu den heimischen Gemeinden. Auch im ländlichen Raum bleibt die flächendeckende Versorgung durch Post Partner und im Rahmen der Landannahme gesichert.
	REGULIERUNGSUMFELD: Die Post arbeitet gemäß einem regulierten Versorgungsauftrag mit klaren Bedingungen für Zustellqualität und Serviceleistung.
	GESELLSCHAFT: Die Österreichische Post ist einer der bedeutendsten Arbeitgeber des Landes mit garantierter Versorgung durch hochwertige Postdienstleistungen.



4.15 Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder

Die für die Österreichische Post relevanten Stakeholder-Gruppen wurden im Rahmen eines strukturierten Prozesses im „CSR-Board“ definiert. Der Stakeholder-Begriff ist im Unternehmen sehr breit gefasst, da die Österreichische Post als einer der größten Arbeitgeber des Landes und Universalanbieter für Postdienstleistungen sehr hohe gesellschaftliche Bedeutung genießt. Die „Clusterung“ der Stakeholder-Gruppen sowie die strukturierte Organisation des laufenden Dialogs mit diesen werden in den „CSR-Board“-Meetings regelmäßig diskutiert. Um für das Unternehmen aktuelle Nachhaltigkeitsthemen angemessen und entsprechend den Anforderungen der allgemeinen Öffentlichkeit zu behandeln, wird im Anlassfall auch verstärkt Kontakt zu relevanten Bundesministerien und NGOs aufgenommen.

4.16 Ansätze für die Einbeziehung der Stakeholder

Ziele und Maßnahmen der nachhaltigen Entwicklung der Österreichischen Post orientieren sich immer an den Ansprüchen und Erwartungen der Stakeholder des Unternehmens. Denn das unternehmerische Handeln der Österreichischen Post hat einerseits unmittelbaren Einfluss auf ihre Anspruchsgruppen, andererseits können diese den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens teilweise bedeutend beeinflussen.

Daher sind eine transparente Kommunikation sowie ein offener Dialog Schlüsselfaktoren, um rechtzeitig potentielle Konflikte zwischen den Interessen einzelner Stakeholder-Gruppen aufzeigen zu können. Unterschiedliche Stakeholder nehmen die unternehmerische Verantwortung der Österreichischen Post unterschiedlich wahr bzw. setzen jeweils andere Erwartungen in das Unternehmen. Daher steht die Österreichische Post über verschiedenste Kanäle im Dialog mit ihren Stakeholder-Gruppen und lädt sie zur Interaktion und Feedback ein.

Die Mitarbeiter der Österreichischen Post stehen in regelmäßigem Kontakt mit ihren Stakeholder-Gruppen. Auch aus diesem Grund ist das „CSR-Board“ der Österreichischen Post mit Mitarbeitern verschiedener Abteilungen besetzt – da diese Mitarbeiter die Wünsche und Anforderungen der jeweiligen Stakeholder-Gruppen in die Diskussion mit einbringen können. Zudem nutzt das Unternehmen für einzelne Stakeholder-Gruppen auch spezielle Veranstaltungsformate, um auf deren spezielle Bedürfnisse in strukturierter Form einzugehen. Beispielsweise nahm die Österreichische Post auch im Jahr 2010 an dem Österreichischen Städte- und Gemeindetag, an diversen Arbeitsgruppen in Ministerien oder Nachhaltigkeits-Plattformen teil.

Im Jahr 2011 fand nun auch erstmals ein strukturierter Stakeholder-Roundtable statt, um die Erwartungen der einzelnen Stakeholder-Gruppen an einem „runden Tisch“ mit Generaldirektor Dr. Georg Pölzl zu diskutieren. An diesem Roundtable nahmen insgesamt rund 30 Teilnehmer bzw. mindestens zwei Vertreter jeder relevanten Stakeholder-Gruppe teil. Ziel des Stakeholder-Roundtables war es, Impulse für die zukünftige Nachhaltigkeitstätigkeit zu erhalten und Schlüsselthemen zu identifizieren. Diesen Themen wird auch im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht besondere Aufmerksamkeit geschenkt.



4.17 Zentrale Themen Stakeholder

Sowohl im Rahmen des laufenden Dialogs mit Stakeholdern als auch im strukturierten Stakeholder-Roundtable im Juni 2011 wurde dem Themenbereich Versorgungssicherheit (v.a. Strukturwandel im Filialnetz, Ausbau des Post Partner-Netzes) von Seiten der Anspruchsgruppen hohe Bedeutung beigemessen (siehe Indikator SO1 auf der Seite 47 und EC9 auf der Seite 25). Auch die ökologischen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post genießen bei den Stakeholdern höchste Priorität (siehe ökologische Leistungsindikatoren ab der Seite 27). Auch aufgrund der Relevanz dieser Themen bei den Anspruchsgruppen arbeitet die Österreichische Post laufend daran, in diesen Bereichen Maßnahmen zu setzen und die Stakeholder darüber entsprechend zu informieren.



ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Das grundsätzliche Ziel, die Ertragskraft langfristig zu sichern, hat oberste Priorität im Management der Österreichischen Post. Nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale und ökologische Bedürfnisse zu erfüllen. Daher ist die langfristige Sicherung der Ertragskraft von zentraler Bedeutung.

Die aktuellen Entwicklungen auf dem internationalen Post- und Logistikmarkt stellen die Österreichische Post bei der Erreichung ihrer ökonomischen Ziele vor große Herausforderungen, bringen aber auch neue Chancen. Um diese Chancen zu nutzen, hat die Österreichische Post in einem breit angelegten Strategieprozess ihre Ziele und strategischen Maßnahmen klar festgelegt und dabei folgende strategische Stoßrichtungen definiert: Sicherung und Ausbau der Marktführerschaft in Österreich sowie Wachstum in definierten Märkten. Die Basis dafür: Laufende Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur sowie konsequente Kundenorientierung und Innovation in allen Tätigkeitsbereichen.

Ökonomische Ziele

- Unternehmenswert steigern unterstützt durch eine attraktive Dividendenpolitik
- Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1-2% p.a.
- Nachhaltige EBITDA-Marge von 10-12%

Diese ökonomischen Ziele gelten auch für den gesamten Österreichische Post Konzern.

ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Die Gewinn- und Verlustrechnung der Österreichischen Post (Einzelabschluss nach Österreichischem UGB) zeigt für 2010 folgendes Bild:

Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	2008	2009	2010
Umsatzerlöse	1.657,5	1.620,0	1.595,0
Sonstige betriebliche Erträge	73,3	83,0	73,1
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-246,8	-258,3	-266,5
Personalaufwand	-996,4	-994,8	-974,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-226,8	-211,2	-212,5
Beteiligungsergebnis	-28,2	-14,7	30,1



Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	2008	2009	2010
EBITDA (Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen)	232,5	224,0	244,4
Abschreibungen	-75,9	-64,7	-67,0
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	156,6	159,3	177,4
Sonstiges Finanzergebnis	-2,9	0,3	3,9
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	153,7	159,6	181,3
Steuern	-40,4	-39,7	-32,8
Jahresüberschuss	113,3	119,9	148,6

Das Geschäftsjahr 2010 der Division Brief war insbesondere von Volumenrückgängen in der Briefpost – getrieben durch die elektronische Substitution – sowie durch Volumenzuwächse bei Werbesendungen gekennzeichnet. Das Paketgeschäft verzeichnete beachtliche Zuwächse, der Umsatz des Filialnetzes ging durch den notwendigen Strukturwandel zurück. Der Gesamtumsatz verringerte sich um 1,5% auf 1.595,0 Mio EUR. Die Verteilung des Umsatzes auf die einzelnen Divisionen zeigt die hohe Bedeutung der Division Brief, auf die ein Anteil von 76,9% vom Gesamtumsatz entfällt. Die Division Paket & Logistik trug mit 13,7% zum Umsatz bei. Die Division Filialnetz erwirtschaftete 9,4% vom Gesamtumsatz.

Die sonstigen betrieblichen Erträge gingen im Wesentlichen durch geringere Erträge aus Mieten und Pachten und geringere Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen um 11,9% auf 73,1 Mio EUR zurück.

Der Materialaufwand einschließlich des Aufwandes für bezogene Leistungen erhöhte sich um 3,2% auf 266,5 Mio EUR. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 0,6% auf 212,5 Mio EUR.

Der Personalaufwand ist mit einem Anteil von 61,1% an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post und ist im Berichtszeitraum um 2,0% auf 974,8 Mio EUR gesunken.

Das Beteiligungsergebnis erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 44,8 Mio EUR, aufgrund einer im Vorjahr durchgeführten außerplanmäßigen Abschreibung in Höhe von 23,7 Mio EUR auf Beteiligungen sowie gestiegenen Beteiligungserträgen im Geschäftsjahr 2010.

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagevermögen der Österreichischen Post stiegen 2010 um 3,5% auf 67,0 Mio EUR. Dies ist ein Anteil von 4,2% am Umsatz. Der Anstieg ist auf erhöhte außerplanmäßige Abschreibungen zurückzuführen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) der Österreichischen Post verbesserte sich 2010 um 11,4% auf 177,4 Mio EUR. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug im Geschäftsjahr 2010 181,3 Mio EUR. Es liegt damit um 13,6% über Vorjahresniveau. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 32,8 Mio EUR ergibt sich für 2010 ein Jahresüberschuss in Höhe von 148,6 Mio EUR (+23,9% gegenüber dem Vorjahr).



Unter Berücksichtigung der Zuweisung und Auflösung von un versteuerten Rücklagen sowie des Gewinnvortrages beträgt der Bilanzgewinn 149,4 Mio EUR.

Die Konzern Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie im Geschäftsbericht 2010.

ASPEKT: MARKTPRÄSENZ

EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil lokaler Lieferanten

Eine Aufgabe des Bundesvergabegesetzes (BVerG) ist die Gleichbehandlung der Bieter mit Fokus auf die Europäische Union. Dem zu Folge ist eine regionale Beschränkung des Beschaffungsmarktes dem BVerG zuwiderlaufend und nicht zulässig. Von den derzeit rund 7.000 Lieferanten sind ca. 4-6% Großunternehmen (welche großteils in Österreich ansässig sind, wobei die Wertschöpfung eventuell im Ausland erfolgt) und die restlichen 94-96% sind KMU's, wobei davon auszugehen ist, dass sich diese großteils in Österreich befinden.

Das mittelfristige Ziel ist es, soziale und ökologische Aspekte in Ausschreibungen zu inkludieren und bei der Auswahl der Lieferanten zu berücksichtigen.

ASPEKT: MITTELBARE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

Die Österreichische Post sorgt für eine landesweite Versorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen und trägt dadurch zur Aufrechterhaltung der Infrastruktur im ländlichen Raum bei. Insbesondere das Konzept der Post Partner, bei dem lokale Trafikanten, Einzelhändler oder auch Gemeindeämter mit der Österreichischen Post kooperieren, ist sehr erfolgreich. Durch ihr erweitertes Angebot tragen die Post Partner darüber hinaus zur Stärkung der Nahversorgung bei.

Mit über 1.800 Standorten zählt das Filialnetz zu den größten Privatkundennetzen des Landes und bietet seinen Kunden in ganz Österreich hochwertige Produkte und Services in den Bereichen Post, Bank und Telekommunikation. Zügig vorangetrieben wurde im Jahr 2010 die kundenorientierte Restrukturierung des Standortnetzes der Österreichischen Post. Wesentliches Element davon war und ist ein forciertes Ausbau des Post Partner-Konzepts. Daher machte die Österreichische Post im Jahr 2010 allen Gemeinden das Angebot „Eine Post-Geschäftsstelle für jede Gemeinde“. In Kooperation mit dem Österreichischen Gemeindebund und der Wirtschaftskammer Österreich sollten im ganzen Land neue Post Partner gefunden werden. Mit diesem System, Nahversorger die Zusatzdienstleistung der Post anbieten zu lassen, kann die flächendeckende Versorgung nachhaltig sichergestellt werden.



Die Vorteile der Ergänzungen des eigenen Filialnetzwerks mit Post Partnern sind:

- Die Kunden profitieren von der Nähe des Post Partners in der eigenen Gemeinde und von den längeren Öffnungszeiten der Geschäfte.
- Die mittelständischen Wirtschaftsbetriebe in den ländlichen Regionen können durch die zusätzlichen Einnahmen ihr Unternehmen absichern und profitieren auch in ihrem Stammgeschäft von steigender Kundenfrequenz.
- Für die jeweilige Region und das Bundesland werden existente wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum gestärkt.
- Die Österreichische Post leistet eine effizientere Vollversorgung mit Postdienstleistungen über den gesetzlich vorgeschriebenen Versorgungsauftrag hinaus.

Umfasste das Netz der Österreichischen Post Anfang Jänner 2010 noch 418 Post Partner, waren es zu Jahresende 2010 bereits 1.117. Zum Halbjahresstichtag 30. Juni 2011 bieten bereits 1.212 Gewerbetreibende als Post Partner Postdienstleistungen an. Damit erweist sich die Post Partner-Offensive als höchst erfolgreich und wird – im ländlichen Raum sowie nun auch verstärkt in den Städten – weiter vorangetrieben. So hat sich auch die Zahl der Post Standorte insgesamt deutlich erhöht, und zwar von 1.552 zu Jahresbeginn auf 1.850 Ende 2010. Mit 30. Juni 2011 verfügte die Österreichische Post bereits über ein flächendeckendes Standortnetz von 1.876 Geschäftsstellen. Damit ist das Netz weit dichter, als mit 1.650 Geschäftsstellen gesetzlich vorgeschrieben.

Weitere Informationen finden Sie auch beim Indikator SO1 auf der Seite 47.



ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Als größtes Logistikunternehmen des Landes ist die Österreichische Post in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Jährlich werden rund 6 Mrd Sendungen zugestellt – dafür legen die Mitarbeiter der Österreichischen Post täglich mehr als 200.000 km zu Fuß, per Fahrrad und Moped sowie per PKW und Transporter zurück. Das Unternehmen benötigt mit seinen Fahrzeugen rund 15 Mio Liter Treibstoff und in seinen Gebäuden rund 170 Mio kWh Energie pro Jahr (Durchschnitt 2008-2010). Dies führt zu CO₂ Emissionen, die das globale Klima belasten. Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

Wir verringern die ökologischen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit durch den Einsatz ökologisch-effizienter Technik und optimieren unser Umweltmanagement kontinuierlich durch die verbesserte Sammlung und Auswertung unserer Umweltdaten. Anhand der ermittelten Daten können Veränderungen festgestellt, analysiert und aktiv beeinflusst werden und weitere Schritte wesentlich gezielter erfolgen.

Das Engagement der Österreichischen Post bei internationalen Programmen – dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ der europäischen Post-Interessenvertretung PostEurop sowie dem „Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS)“ der International Postal Corporation (IPC) – wurde 2010 weiter ausgebaut. So wurden die Erhebungen der Österreichischen Post über die mit ihrer Tätigkeit verbundenen Umweltauswirkungen erstmals von einem durch PostEurop beauftragten Wirtschaftsprüfer (Third-Party Audit) überprüft und uneingeschränkt akzeptiert.

Umweltziele

- CO₂ Emissionsreduktion um 10% von 2007 bis 2012
- CO₂ neutrale Zustellung ab 2011
- Reduktion des Energieverbrauchs um 10% von 2007 bis 2012

ASPEKT: MATERIALIEN

- EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht und Volumen**
EN2 Anteil von Recyclingmaterialien am Gesamtmaterialeinsatz

Dieser Indikator bezieht sich hauptsächlich auf Produktionsbetriebe, d.h. Unternehmen die Güter bzw. Waren anfertigen. Bei der Österreichischen Post als Logistikunternehmen ist vor allem der Papierverbrauch von Bedeutung, weshalb dieser in der folgenden Tabelle dargestellt wird.



Umweltkennzahlen	2008	2009	2010
Papierverbrauch (t)	484,4	426,4	337,1
davon Recyclingpapier (t)	9,6	2,6	25,3

Die Abnahme des Papierverbrauchs im Jahr 2010 ist darauf zurück zu führen, dass bis Mitte des Jahres Papier vom Zentralen Einkauf der Österreichischen Post gekauft und gelagert wurde, und je nach Bedarf an die jeweiligen Standorte geschickt wurde. Durch die im Juli 2010 erfolgte Umstellung auf einen externen Papierlieferanten wurde das von den jeweiligen Dienststellen tatsächlich benötigte Papier direkt vom Lieferanten bezogen, wodurch ein zentrales Papierlager nicht mehr notwendig war und sich die Papiermengen nach dem tatsächlichen Verbrauch richteten.

ASPEKT: ENERGIE

EN3 Direkter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen EN4 Indirekter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen

Umweltkennzahlen	2008	2009	2010
Verbrauch signifikanter Ressourcen (Mio KWh)			
Gesamt	178,1	170,7	156,7 *
Erdgas	37,6	33,6	30,0
Heizöl	15,4	11,3	9,3
Fernwärme	36,3	37,2	41,5
Strom	88,9	88,6	76,0
Gebäudenutzflächen (m²)	1.284.000	1.220.988	1.186.753
davon im Unternehmensbesitz	817.000	766.045	748.936
Treibstoffmenge: Benzin, Super, Diesel, Erdgas (l)	15.525.409	15.289.178	15.205.915
davon Diesel	15.112.978	14.899.709	14.745.075

* Aufgrund der derzeitigen Datenabfragemöglichkeit ist in den genannten Verbräuchen der Verbrauch von vermieteten Flächen enthalten, der Verbrauch der angemieteten Flächen ist jedoch nicht enthalten. Im nächsten Jahr wird versucht, eine verbesserte Auswertung darzustellen. Da saldiert die vermieteten Flächen überwiegen, wird davon ausgegangen, dass die tatsächliche Energiekennzahl niedriger ist als dargestellt.

Die stetige Abnahme des Energieverbrauchs in Gebäuden ist auf die Verbesserung der Energieeffizienz der Gebäude beziehungsweise auf die Optimierung der Gebäudeinfrastruktur unter ökologischen Gesichtspunkten zurück zu führen sowie auf eine allgemeine Flächenreduktion in den vergangenen Jahren. Beispielsweise durch einen Wechsel von Heizöl auf ressourcenschonende und klimafreundlichere Fernwärme kommt es zu einem kontinuierlichen Anstieg des Verbrauchs an Fernwärme.



EN5 Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen

Neben dem konsequenten Ausbau des Anteils an Fahrzeugen mit alternativen Antriebstechnologien, wie Erdgas- und Elektroantriebe, setzt die Österreichische Post laufend Maßnahmen, um die Umweltbelastung durch konventionell angetriebene Fahrzeuge möglichst gering zu halten. Zum einen geschieht dies durch eine optimierte Routenplanung. Leerfahrten werden vermieden, die Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge konsequent verbessert und die Anzahl der Transport-Kilometer verringert. Zum anderen garantiert eine moderne Fahrzeugflotte einhergehend mit regelmäßigen Wartungen die Öko-Effizienz des Fuhrparks. Auch die Mitarbeiter der Österreichischen Post leisten einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz. In Kooperation mit dem ÖAMTC schulen laufend posteigene ECO-Trainer die Lenker und Lenkerinnen der Post Fahrzeugflotte im spritsparenden Fahrverhalten.

E-Mobilität ist längst keine Vision mehr. Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Lebensministeriums werden regelmäßig Fahrzeuge mit Alternativantrieben angeschafft. Mit Ende 2010 befanden sich bereits 70 einspurige E-Fahrzeuge im Fuhrpark der Österreichischen Post, zudem verfügte das Unternehmen über 77 umweltschonende Erdgas-Fahrzeuge.

Die Österreichische Post ist auch bestrebt, die Energieeffizienz ihrer Gebäude konsequent zu verbessern. Dafür hat das Unternehmen bereits ein laufendes Monitoring des Energieverbrauchs eingeführt, um Optimierungspotenziale zu erkennen. Zudem wird auch der Einsatz von LED-Beleuchtungskonzepten geprüft. Auch bei der Optimierung der Gebäudeinfrastruktur wird ökologischen Gesichtspunkten besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Ausblick Maßnahmen ab 2011

Die Österreichische Post plant den E-Fuhrpark nun bedeutend zu erweitern. Noch im Jahr 2011 werden 175 einspurige E-Fahrzeuge (E-Mopeds und E-Fahrräder) sowie 18 E-Autos angeschafft. Abhängig von der technischen Verfügbarkeit und der Eignung für den postalischen Betrieb wird der weitere Ausbau des E-Fuhrparks in den nächsten Jahren konsequent vorangetrieben.

Jährlich verbraucht die Österreichische Post rund 170 Mio kWh Energie (Durchschnitt 2008-2010), wobei rund die Hälfte davon auf Strom entfällt (Rest Erdgas, Heizöl und Fernwärme). Bei der neuen Stromausschreibung (gültig ab 2012) legt die Österreichische Post einen Fokus auf Grünen Strom (Strom aus erneuerbaren Energiequellen). Denn Grüner Strom nützt die natürlichen Energien der Erde, vor allem aus Sonne, Wasser, Wind, Biomasse und Erdwärme. Die Gewinnung ist nachhaltig und es entstehen dabei praktisch keine Treibhausgase.

Die Österreichische Post möchte einen Beitrag zur Förderung erneuerbarer Energiequellen leisten. Als konkrete Maßnahme dafür hat das Unternehmen im Jahr 2011 eine Feasibility Studie in Auftrag gegeben, um die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf Verteilzentren hinsichtlich technischer und wirtschaftlicher Kriterien zu prüfen. Auf Grundlage der Ergebnisse dieser Studie werden in Folge Umsetzungsstrategien erarbeitet.



ASPEKT: WASSER

Da die Österreichische Post kein produzierendes sondern ein Dienstleistungsunternehmen ist, ist der unternehmensweite Wasserverbrauch von untergeordneter Bedeutung.

ASPEKT: BIODIVERSITÄT

Die Österreichische Post als Transport und Logistikunternehmen hat im Vergleich zu herstellenden und verarbeitenden Sektoren einen geringen und unbedeutenden Einfluss auf die Biodiversität. Die Erhaltung der Vielzahl der Lebensformen ist der Österreichischen Post natürlich dennoch ein Anliegen, weshalb das Unternehmen großes Augenmerk darauf legt, die Auswirkungen seiner Tätigkeiten auf die Umwelt möglichst zu reduzieren.

Auf dem Gebiet der Biodiversität ist das Briefzentrum Wien als größtes Logistikzentrum der Österreichischen Post ökologischer Vorreiter. Beim Briefzentrum Wien unterstützt die Dachbegrünung – als natürlicher Schutz vor der Sonneneinstrahlung – die Klimatisierung der 30.000 m² großen Halle im Sommer. Dadurch werden zum einen Energieeinsparungen erzielt und zum anderen zum Erhalt von Lebensformen beigetragen.

ASPEKT: EMISSIONEN, ABWASSER UND ABFALL

Als größtes Logistikunternehmen des Landes ist die Österreichische Post in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Dies führt zu CO₂ Emissionen, die das globale Klima belasten. Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren.

Im Sinne einer nachhaltigen Abfallwirtschaft arbeitet die Österreichische Post mit Nachdruck daran, die Umwelt durch Abfälle in möglichst geringem Umfang zu belasten. Lassen sich Abfälle nicht vermeiden, werden sie umweltgerecht entsorgt. Durch eine getrennte und sortenreine Erfassung von Altstoffen trägt die Österreichische Post wesentlich zur Reduktion von Restmüll bei. Gleichzeitig schafft das Unternehmen durch diese Maßnahme die Voraussetzung für eine ökonomisch und ökologisch sinnvolle Verwertung dieser wertvollen Reststoffe.



EN16 Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht

Umweltkennzahlen	2008	2009	2010
CO₂ Emissionen (Scope 1+2) nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	80.996	78.609	75.226
Straßentransport (Eigentransport)	41.477	40.868	40.621
Gebäude	39.519	37.741	34.605
CO₂ Emissionen (Scope 1-3) nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	97.141	96.706	94.482
Straßentransport (Eigentransport)	41.477	40.868	40.621
Straßentransport (Partnerunternehmen)	16.145	18.097	19.256
Gebäude	39.519	37.741	34.605

Die Datenerfassung erfolgte auf Basis des „GHG Inventory Standard for the Postal Sector“, dessen Grundlage das „Greenhouse Gas Protocol“ (GHG) bildet. Das GHG ist der weltweit am weitesten verbreitete Standard für die Erhebung von Treibhausgasemissionen. Nähere Informationen unter www.ghgprotocol.org.

Scope 1 und 2 erfasst die Berichterstattung über Emissionen der unternehmensinternen Tätigkeiten (Scope 1) und aus der Energieversorgung (Scope 2). Erfasst werden alle Emissionen in Österreich, wobei Bahn- und Flugtransport in der Betrachtung noch nicht miteinbezogen wurden.

Scope 3 Emissionen entstehen durch fremd vergebene Transportleistungen. Viele Subunternehmer veröffentlichen keine Angaben zu ihren CO₂ Emissionen. Daher basiert die Berichterstattung hier hauptsächlich auf Berechnungsmodellen, Annahmen und, soweit vorhanden, auf den Verbrauchsangaben der Unternehmen selbst. Es erfolgt keine Erfassung der durch Geschäftsreisen und Arbeitswege verursachten Emissionen, mit Ausnahme der mit Firmenfahrzeugen zurückgelegten Strecken, die jedoch in Scope 1 abgebildet werden.

Die Reduktion der CO₂ Emissionen um 10% von 2007 bis 2012 ist eines der Umweltziele, denen sich die Österreichische Post im Rahmen des „Greenhouse Gas Reduction Programme“ der Post-Interessensvertretung PostEurop verschrieben hat. Durch laufende Optimierung sowie die Umsetzung nachhaltiger Initiativen im Bereich Fuhrpark sowie Gebäude kommt die Österreichische Post diesem Ziel stetig näher.

EN17 Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht

Im Rahmen der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post entstehen keine sonstigen relevanten Treibhausgasemissionen.



EN18 Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen

Transporte – ein wesentlicher Teil der Unternehmenstätigkeit – werden so umweltfreundlich wie möglich gestaltet. Zum einen geschieht dies durch optimierte Routenplanung (Leerfahrten werden vermieden, die Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge konsequent optimiert, die Anzahl der Transport-Kilometer verringert), zum anderen garantieren eine moderne Fahrzeugflotte, regelmäßige Wartung und laufende Schulung der Fahrer die Öko-Effizienz.

Zudem setzt die Österreichische Post in der Zustellung auch auf alternative Antriebe, um den ökologischen Fußabdruck möglichst gering zu halten: Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Lebensministeriums werden regelmäßige Fahrzeuge mit Alternativantrieben angeschafft. Im Jahr 2010 standen bei der Österreichischen Post sehr erfolgreich 77 Erdgas-Fahrzeuge sowie 70 Elektro-Mopeds und Elektro-Fahrräder im Einsatz.

Fahrzeuge	2008	2009	2010
Fahrzeuge (Summe)	9.289	9.165	9.248
Fahrräder	967	973	1.032
davon Elektro-Fahrräder	0	14	64
Mopeds	1.095	1.082	1.252
davon Elektro-Mopeds	6	6	6
Fahrzeuge bis 3,5t	7.031	6.925	6.788
davon Erdgas-Fahrzeuge bis 3,5t	77	77	77
Fahrzeuge > 3,5t	196	185	176
Kilometerleistung (Mio km)	126	123	120
Motorisierte Fahrzeuge nach Emissionsklassen			
Euro 0 (kein Euromotor)	11	5	3
Euro 2	327	225	63
Euro 3	4.007	3.741	3.026
Euro 4	2.882	3.068	3.714
Euro 5	0	71	158
Sonstige Fahrzeuge (nur Mopeds)	1.095	1.082	1.252

Die Österreichische Post ist auch bestrebt, die Energieeffizienz ihrer Gebäude konsequent zu verbessern. Dafür hat das Unternehmen bereits ein laufendes Monitoring des Energieverbrauchs eingeführt, um Optimierungspotenziale zu erkennen. Zudem wird auch der Einsatz von LED-Beleuchtungskonzepten geprüft. Auch bei der Optimierung der Gebäudeinfrastruktur wird ökologischen Gesichtspunkten besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Jährlich verbraucht die Österreichische Post rund 170 Mio kWh Energie (Durchschnitt 2008-2010), wobei rund die Hälfte davon auf Strom entfällt (Rest Erdgas, Heizöl und Fernwärme). Bei der neuen Stromausschreibung im Jahr 2011 (gültig ab 2012) legt die Österreichische Post einen Fokus auf Grünen Strom (Strom aus erneuerbaren Energiequellen). Denn Grüner Strom nützt die natürlichen Energien der Erde, vor allem aus



Sonne, Wasser, Wind, Biomasse und Erdwärme. Die Gewinnung ist nachhaltig und es entstehen dabei praktisch keine Treibhausgase.

Die Österreichische Post möchte einen Beitrag zur Förderung erneuerbarer Energiequellen leisten. Als konkrete Maßnahme dafür hat das Unternehmen im Jahr 2011 eine Feasibility Studie in Auftrag gegeben, um die Errichtung von Photovoltaikanlagen auf Verteilzentren hinsichtlich technischer und wirtschaftlicher Kriterien zu prüfen. Auf Grundlage der Ergebnisse dieser Studie werden in Folge Umsetzungsstrategien erarbeitet.

EN22 Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode

Bei der Österreichischen Post entsteht Abfall hauptsächlich durch gebrauchte Verpackungen von Kundenlieferungen und besteht vor allem aus Karton, Plastik und Palettenholz. Eine andere große Abfallart ist Papier, das in unseren Büros und sonstigen Betriebsstätten anfällt.

Für einzelne Standorte ab einer bestimmten Größe bestehen Abfallwirtschaftskonzepte. Einige Verteilzentren gingen hier noch einen Schritt weiter und entwickelten eigene Entsorgungs- und Verwertungskonzepte für die gesamte Region. In der Brieflogistik Ost ist das Konzept beispielsweise wie folgt ausgestaltet: Während Kunststoffe, Papier und Karton im Briefzentrum Wien vergütet werden können, müsste die Entsorgung der Wertstoffe in den Zustellbasen, wo kleinere Mengen anfallen, bezahlt werden. So werden die Wertstoffe in den Zustellbasen im Rahmen des Entsorgungskonzepts zwar getrennt, die Übergabe zur Verwertung erfolgt jedoch im Briefzentrum. Für den Transport der Wertstoffe werden freie Kapazitäten in der Güterbeförderung benutzt. Von diesem Konzept profitiert nicht nur die Umwelt, zusätzlich können auch bedeutende Kosteneinsparungen erzielt werden.

Die Datenerfassung im Bereich Abfall erfolgt derzeit noch nicht zentral. Ziel ist es, in den nächsten Jahren eine zentrale Sammlung und Auswertung dieser Daten vorzunehmen.

EN24 Gesamtgewicht des als gefährlich eingestuftes Abfalls

Gefährliche Abfälle wie beispielsweise Fettabscheider, Leuchtstofflampen, Kühlschränke, Altöl und Lösungsmittel sowie Altbatterien werden mittels Begleitschein in den Regionen entsorgt. Eine zentrale Erfassung hiervon gibt es derzeit jedoch nicht.

ASPEKT: PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

Im Berichtsjahr 2010 wurden die bereits unter EN18 genannten Initiativen gesetzt, um die CO₂ Emissionen der Österreichischen Post zu reduzieren.



Die wichtigste Initiative zur Minimierung der Umweltauswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen wurde im Juli 2011 gesetzt:

Initiative „CO₂ Neutral Zugestellt“ ab 2011

Seit Jahren verfolgt die Österreichische Post das Ziel, die ökologischen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit durch den Einsatz umweltfreundlicher Technologien und den effizienten Einsatz von Ressourcen gering zu halten. Aktuelle Klimaberichte zeigen, dass der Klimawandel ungebrochen voranschreitet – jede Privatperson, aber vor allem auch jedes Unternehmen und die Politik sind gefordert Initiativen zu setzen, um diese Entwicklung zu bremsen. Die Österreichische Post möchte hierbei mit gutem Beispiel vorangehen: So werden ab 2011 alle Briefe, Pakete und Werbesendungen der Österreichischen Post in Österreich CO₂ neutral zugestellt.

In Summe emittiert die Österreichische Post im Zuge ihrer Geschäftstätigkeit rund 95.000 Tonnen CO₂ pro Jahr. Rund 35.000 Tonnen entstehen durch den Betrieb der Gebäude und Verteilzentren, weitere 40.000 Tonnen im eigenen Fuhrpark, die übrigen 20.000 Tonnen durch Partnerunternehmen. Die Kompensation dieser Emissionen erfolgt in einem ersten Schritt durch Einsparungen im Fuhrpark sowie im Bereich Gebäude und Logistik. Dies geschieht einerseits durch die konsequente Reduktion der verursachten Treibhausgasemissionen durch den Einsatz umweltfreundlicher Technologien, den effizienten Umgang mit Ressourcen und der Forcierung erneuerbarer Energiequellen. Oberste Priorität hat immer die Vermeidung der Emissionen in den eigenen Kernprozessen. Alle Emissionen, die von der Österreichischen Post und ihren Partnerunternehmen nicht vermieden werden können, werden durch die freiwillige Unterstützung nationaler und internationaler Klimaschutzprojekte ausgeglichen. Bei der Auswahl dieser Projekte wird neben den erzielten Emissionseinsparungen besonderes Augenmerk auf ökologische und sozioökonomische Aspekte des Projekts gelegt, um dem Ansatz der ganzheitlichen Nachhaltigkeit in vollem Umfang Rechnung zu tragen. Durch dieses Maßnahmenbündel gibt es in Summe keinerlei klimaschädliche Auswirkungen der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post.

Die Österreichische Post bekennt sich mit dieser nun gestarteten Initiative zum nachhaltigen Umwelt- und Klimaschutz. Zusätzlich kommt sie damit der Nachfrage der Kunden nach nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen nach. Den Großkunden wird die Österreichische Post künftig auch ein eigenes „CO₂ Neutral-Zertifikat“ ausstellen – als Nachweis dafür, dass deren Zustelleistung CO₂ neutral erfolgte.

Um sicherzustellen, dass die angestrebten positiven Umweltauswirkungen auch gegeben sind, wird der Prozess durch die Sachverständigen des TÜV AUSTRIA begleitet und geprüft.



ASPEKT: EINHALTUNG VON RECHTSVORSCHRIFTEN

EN28 Sanktionen und Geldbußen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich

Im Berichtsjahr gab es keine Bußgelder und Strafen wegen Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich.

ASPEKT: TRANSPORT

EN29 Wesentliche Umweltauswirkungen verursacht durch den Transport

Transporte stellen die Kerndienstleistung der Österreichischen Post dar. Daher sind die mit Transporten verbundenen Umweltauswirkungen bereits in den Leistungsindikatoren EN5, EN7, EN16, EN18 und EN26 dargestellt.



SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG

Als einer der größten Arbeitgeber des Landes ist sich die Österreichische Post ihrer Verantwortung gegenüber Ihren Mitarbeitern bewusst. Denn motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter bilden die Basis für den unternehmerischen Erfolg – und speziell in einem Dienstleistungsbetrieb muss der Faktor „Mitarbeiter“ einen hohen Stellenwert genießen. Dafür ist eine gesunde und sichere Arbeitsumgebung eine wichtige Voraussetzung. Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und betriebliche Gesundheitsförderung sind Schlüsselemente der Unternehmenspolitik der Österreichischen Post. In einem Marktumfeld, in dem Personalanforderungen ständigen Veränderungen ausgesetzt sind, will das Unternehmen zudem für ihre Mitarbeiter Zukunftsperspektiven schaffen und diese individuell in ihrer Weiterentwicklung fördern.

Mitarbeiterziele

- Schaffung individueller Zukunftsperspektiven
- Unternehmens- und Führungskultur fördern
- Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG

LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart und Arbeitsvertrag

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2008	2009	2010
Mitarbeiter (VZK) ¹ gesamt	22.667	21.598	20.695
davon Frauen (VZK in %)	29,5%	29,6%	29,5%
davon Männer (VZK in %)	70,5%	70,4%	70,5%
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	12.514	11.803	11.005
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.536	9.306	9.456
UEK / KEK ² (VZK)	392	265	13
Mitarbeiter nach ABGB (VZK)	225	224	221
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	20.513	19.498	18.559
davon Frauen (in %)	23,3%	23,5%	23,3%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	4.163	4.075	3.977
davon Frauen (in %)	89,2%	87,4%	85,0%
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamtete Mitarbeiter (Jahre)	25	26	26
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	11	11
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.037	1.144	1.189

¹ VZK ... Vollzeitkräfte

² UEK / KEK ... Urlaubersatzkräfte / Krankenersatzkräfte



LA2 Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe und Geschlecht

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2008	2009	2010
Fluktuation (Abgänge absolut) ¹	1.438	1.583	2.038
davon Frauen	702	786	933
davon Männer	735	797	1.105
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	394	462	709
30-50 Jahre	748	714	905
über 50 Jahre	296	407	424
Fluktuation (Abgänge in %) ¹	6,3%	7,3%	9,9%
davon Frauen	48,9%	49,7%	45,8%
davon Männer	51,1%	50,3%	54,2%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	27,4%	29,2%	34,8%
30-50 Jahre	52,1%	45,1%	44,4%
über 50 Jahre	20,6%	25,7%	20,8%

¹ Fluktuation Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis

Die steigende Fluktuation ist auf die nach Implementierung des neuen Kollektivvertrages (wirksam mit 1. August 2009) gestiegene Veränderungsbereitschaft neuer Mitarbeiter und auf die als Begleitmaßnahme zu den notwendigen Strukturänderungen des Unternehmens angebotenen großzügigen Sozialplanregelungen zurückzuführen.

LA3 Betriebliche Leistungen differenziert nach Anstellungsverhältnis

Sämtliche Zusatzleistungen stehen allen Mitarbeitern der Österreichischen Post zur Verfügung – unabhängig von Alter, Geschlecht und Ausmaß der Beschäftigung, also auch jenen Mitarbeitern, die teilzeitbeschäftigt sind.

Alle Mitarbeiter der Österreichischen Post erhalten jährlich eine EBIT-Prämie (Beteiligung am Unternehmenserfolg). Pro Mitarbeiter wurden für das Geschäftsjahr 2010 EUR 702 brutto ausbezahlt. Die Unternehmensbeteiligung erhalten Beamte und Angestellte, die 2010 mehr als sechs Monate im Unternehmen tätig waren. Bei einer Wochenarbeitszeit von weniger als 40 Stunden oder, wenn das Dienstverhältnis nicht das volle Jahr angedauert hat, wird die Beteiligung anteilig berechnet.

Weitere betriebliche Zusatzleistungen der Österreichischen Post werden über den Verein „post.sozial“ angeboten, die dafür aufgewendeten finanziellen Mittel werden jährlich größtenteils durch das Unternehmen zur Verfügung gestellt.

Der Verein „post.sozial“ spiegelt damit die soziale Verantwortung der Österreichischen Post gegenüber ihren Mitarbeitern durch zusätzliche – über gesetzliche Vorgaben hinausgehende – Sozialleistungen wider. Die Leistungspalette reicht von der laufenden Ausgabe von Essensbons für alle Mitarbeiter (4,8 Mio EUR) über finanzielle Unterstützungen bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder



Naturkatastrophen (700.230 EUR) über vergünstigte Angebote im kulturellen Bereich bis hin zu kostengünstigen Urlaubsangeboten und Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit. Weiters wird auch Unterstützung für Gesundheitsmaßnahmen und zur Krankheitsprävention beitragenden Freizeitaktivitäten angeboten.

Der Verein ist gemeinnützig und bezweckt die soziale Betreuung von aktiven Mitarbeitern der Österreichischen Post und deren Tochterunternehmen, aber auch Mitarbeitern im Ruhestand sowie Angehörigen und Hinterbliebenen von Mitarbeitern. Die materiellen Mittel werden durch Zuwendungen in Höhe von 1% der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihren Tochterunternehmen gestellt. Für das Jahr 2010 beliefen sich diese Zuwendungen auf 6,7 Mio EUR. Weiters wird der Verein durch Spenden Dritter unterstützt.

ASPEKT: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

LA4 Prozentsatz der Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2008	2009	2010
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK) ¹	9.536	9.306	9.456
Angestellte	9.536	8.979	7.801
Angestellte KV 2009 ²		325	1.646
Lehrlinge		2	10
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	12.514	11.803	11.005

¹ VZK ... Vollzeitkräfte

² KV ... Kollektivvertrag

Mit dem Kollektivvertrag (KV) neu wurde im Jahr 2009 ein markadäquater Kollektivvertrag geschaffen, der der Österreichischen Post eine konkurrenzfähige Entlohnung der Mitarbeiter ermöglicht. Mitarbeiter im Zustellbereich erhalten zusätzlich für ihre Außendiensttätigkeit entsprechend Tagesgelder. Seit 1. Juni 2011 gibt es für Mitarbeiter in den Verteilzentren ein Nachtdienstgeld für die Nachtschichten.

Ein Großteil der Mitarbeiter der Österreichischen Post steht in einem öffentlich-rechtlichen Dienstverhältnis und unterliegt den Bestimmungen des Beamtendienstrechts. Daraus ergeben sich Besonderheiten im Zusammenhang mit der dienstrechtlichen Verwendung.

ASPEKT: ARBEITSSCHUTZ

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter ist der Österreichischen Post ein besonderes Anliegen. Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz, Bewegungs-, Tabak- und Alkoholprävention, die Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie die Schaffung behinderten- und altersgerechter Arbeitsplätze zählen zu den Schwerpunkten des Programms.



LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle

Mitarbeiterkennzahlen	2008	2009	2010
Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK ¹ in %)	7,3%	7,3%	7,5%
Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)	10,4	9,9	10,0
Anzahl der Arbeitsunfälle ²	1.043	1.050	1.226
Durchschnittliche Ausfalltage pro Unfall	17,2	16,4	17,8
Todesfälle durch Unfall	2	0	0

¹ VZK ... Vollzeitkräfte

² inkl. Arbeitsunfälle ohne Körperschädigung sowie inkl. Wegunfälle vom/zum/im Dienst

Im Berichtsjahr 2010 ist die Anzahl der Arbeitsunfälle sowie jene der Ausfalltage gegenüber 2009 gestiegen. Es ereigneten sich gesamt 1.226 Arbeitsunfälle, davon 947 mit Ausfalltagen. Rund 70% dieser Unfälle hatten weniger als 21 Ausfalltage zur Folge (Ausfalltag = Kalendertag). Alle Mitarbeiter der Österreichischen Post sind in dieser Statistik berücksichtigt. In der Anzahl der Arbeitsunfälle werden auch Leiharbeiter erfasst, diese scheinen jedoch nicht in der Statistik der Ausfallstage auf.

Die signifikante Steigerung der Arbeitsunfälle ist auf die winterlichen Witterungsverhältnisse im Jahr 2010 zurück zu führen. In den Wintermonaten 2010 ereigneten sich bis zu doppelt so viele Unfälle wie im Vergleichszeitraum 2009.

Die Todesfälle im Jahr 2008 waren Wegunfälle (1 Wegunfall im Dienst; 1 Wegunfall vom Dienst).

Alle Arbeitsunfälle (auch jene von Leiharbeitskräften) sind umgehend postintern zu melden, um Unfallursachen als wesentliche Voraussetzung einer effizienten Unfallverhütung zu erheben und – falls entsprechende Meldepflicht der Aufsichtsbehörden besteht – Unfallberichte zu erstellen. Die Zuständigkeiten und Meldeabläufe sind im Detail in der Organisations-Vorschrift Nr. 2/2007 „Meldesystem für Arbeits-/Dienstunfälle“ geregelt.

LA8 Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten

Neben dem bundesweiten Angebot zur kostenlosen Grippeimpfung für Mitarbeiter offerierte die Österreichische Post auch 2010 wieder die Möglichkeit für vergünstigte FSME-, Tetanus-, Diphtherie-, Polio- und Hepatitisimpfungen. Im Jahr 2010 wurden bundesweit etwa 3.700 Impfungen verabreicht.

Für Nachtschichtarbeiter und Mitarbeiter mit Bildschirmtätigkeit bestanden Angebote zu arbeitsmedizinischen Untersuchungen, die in 360 Fällen angenommen wurden.

Umfangreiche Vorsorgeuntersuchungsmöglichkeiten wurden den Mitarbeitern 2010 im Rahmen von vier Gesundheitstagen angeboten, bei denen unter anderem Blutzucker-, Cholesterin- und Blutdruckwerte gemessen sowie eingehende medizinische Beratungen geboten wurden.



Etwa 3.000 Begehungen von Arbeitsstätten einschließlich der Ermittlung und Beurteilung von Gefahren und der Festlegung allenfalls notwendiger Maßnahmen zur Gefahrenverhütung trugen im Berichtsjahr wesentlich zur Gewährleistung gesundheitsförderlicher und ergonomischer Arbeitsumgebungen für die Mitarbeiter bei.

Das im Jahr 2007 im Bereich Distribution Brief gestartete Gesundheits-Programm „Die Post bewegt“ – an dem bisher mehr als 13.200 Mitarbeiter und Führungskräfte teilgenommen haben – wurde 2010 aufgrund des großen Erfolges auf die Unternehmensbereiche Verteilzentren Brief, Paket & Logistik und Güterbeförderung ausgeweitet. Schwerpunkt des Programms werden Informationsveranstaltungen über die richtige Haltung und Bewegung am Arbeitsplatz für alle Mitarbeiter und Führungskräfte dieser Bereiche sein.

Auch am Ende 2008 von der Pensionsversicherungsanstalt und der Allgemeinen Unfallversicherungsanstalt beschlossenen Projekt "Fit für die Zukunft – Arbeitsfähigkeit erhalten" nimmt die Österreichische Post weiterhin teil. Im Rahmen dieses Projekts soll mit Pilotbetrieben aus verschiedenen Wirtschaftsbereichen gezeigt werden, dass es möglich ist, Arbeitsfähigkeit zu erhalten und sogar im höheren Berufsalter noch zu fördern. So wurden bereits Sensibilisierungs-Workshops mit Führungskräften, Arbeitsplatz- und Tätigkeitsanalysen sowie eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Basierend auf den Ergebnissen wurden Maßnahmenbündel definiert, dazu zählen beispielsweise Ergonomietrainings, die Umgestaltung von Arbeitsplätzen, Lärmmessungen sowie verbesserte Information und Kommunikation.

LA9 Arbeitsschutzthemen, die in Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Arbeitssicherheit und Unfallschutz ihrer Mitarbeiter ist der Österreichischen Post ein zentrales Anliegen. Neben den gesetzlichen Vorschriften gibt es unternehmensinterne Organisationsvorschriften, die zum Schutz unserer Mitarbeiter beitragen sollen. Die Gewerkschaft und der Betriebsrat werden bei allen Belangen der Arbeitssicherheit und des Unfallschutzes miteinbezogen.

ASPEKT: AUS- UND WEITERBILDUNG

Die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter bildet einen wichtigen Schwerpunkt im Personalmanagement der Österreichischen Post und wurde auch 2010 intensiv fortgesetzt. Die Maßnahmen beinhalteten Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens. Zudem legt die Österreichische Post großen Wert auf die Ausbildung von Führungspersonal im Rahmen spezieller Führungskräfte-Trainings.



LA10 Aus- und Weiterbildung

Um die stetige Verbesserung des Serviceangebotes in den Filialen sowie im Rahmen des Post Partner-Netztes sicherzustellen, wurden in der Division Filialnetz intensiv Schulungen und Fortbildungsprogramme durchgeführt, darunter Filialleiterausbildungen, Finanzberaterausbildungen, Telekom-Sales-Colleges und Post Partner-Schulungen. In der Division Brief fanden Teambuilding-Workshops, Verkaufstrainings und Seminare für Key Account Manager statt. In der Division Paket & Logistik wurden unter anderem Maßnahmen im Rahmen der Führungskräfteentwicklung und im Kundenmanagement gesetzt und Sprachtrainings durchgeführt. Zudem können Mitarbeiter laufend aus einem umfangreichen und praxisorientierten Seminar-Programm Kurse wählen, welche die individuelle Weiterentwicklung der Mitarbeiter fördern und sie für zukünftige Herausforderungen fit machen. Das Angebot reicht von Führungs- und Wirtschaftskompetenzen über Sprachen, EDV, Sozial- und Teamkompetenzen bis hin zu Abteilungsentwicklungsprogrammen.

Die Daten zum Thema Aus- und Weiterbildung werden derzeit noch nicht zentral erhoben. Ziel ist es, in den nächsten Jahren eine zentrale Sammlung und Auswertung dieser Daten vorzunehmen.

LA11 Programme zum Wissensmanagement und für lebenslanges Lernen

Die Österreichische Post bietet neben einem spezifischen Aus- und Weiterbildungsangebot für die Mitarbeiter aller Bereiche und Altersgruppen auch Mitarbeitern, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, die Möglichkeit zur beruflichen Neuorientierung im Rahmen des Post Arbeitsmarktes.

Der Wettbewerb im Postmarkt nimmt stetig zu, hinzu kommt die vollkommene Öffnung des Briefmarkts mit Beginn des Jahres 2011. Das zunehmend anspruchsvolle Branchenumfeld fordert deshalb laufende Effizienzsteigerungen und Anpassungen in der Personalstruktur des Unternehmens. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln bedeutet hier, auf die Veränderungen für Mitarbeiter zu reagieren und diesen für die Zukunft der Österreichischen Post wesentlichen Weg aktiv und sozialverträglich zu planen und zu begleiten. Mit dem „Post-Arbeitsmarkt“ hat die Österreichische Post eine effektive Plattform initiiert, durch die betroffene Mitarbeiter für neue Tätigkeiten innerhalb oder außerhalb des Unternehmens qualifiziert und vorbereitet werden.

Die Ziele des Post-Arbeitsmarktes:

- Förderung und Förderung der internen Mobilität
- Förderung der Veränderungsbereitschaft sowie Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen ermöglichen
- Förderung eines wertschätzenden Miteinanders von Arbeitgeber- und Mitarbeiterseite

Im Jahr 2010 wurden die Aufgaben des Post-Arbeitsmarktes umfassend festgelegt und in folgende vier Handlungsfelder unterteilt:

- Befähigung und Motivation: Potentialerhebung sowie Ausbildung und Training



- Optimierung interner Personaleinsatz: Beschäftigungsmöglichkeiten entwickeln bzw. frühzeitig erkennen
- Neue Perspektiven: z.B. Mitarbeiter in den Bundesdienst oder externe Arbeitskräfteüberlassung für karitative Organisationen
- Soziale Abfederung: Neuer Sozialplan sowie Förderung von Arbeitsstiftungsmodellen

Als Maßnahme zur Abfederung des Restrukturierungsprogramms wurde im Sommer 2010 auf Basis der Sozialplan-Betriebsvereinbarung zwischen der Österreichischen Post und dem Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds (WAFF) ein Kooperationsvertrag abgeschlossen. Seit September 2010 besteht für Mitarbeiter, die aufgrund von Restrukturierungsmaßnahmen ihren Arbeitsplatz verloren haben und deren Dienstverhältnis einvernehmlich aufgelöst wurde bzw. die als Beamte ihren Austritt erklärt haben, die Möglichkeit, an der Arbeitsstiftung teilzunehmen. Die Stiftung bietet interessierten Mitarbeitern eine ideale Chance zur beruflichen Neuorientierung. Individuell werden dafür Ausbildungsmaßnahmen festgelegt und finanziell unterstützt. Im Jahr 2010 traten insgesamt 130 Mitarbeiter in die Arbeitsstiftung ein.

Für Beamte der Österreichischen Post wurde weiters die Möglichkeit geschaffen, in das Bundesministerium für Inneres, in das Bundesministerium für Justiz oder in das Bundesministerium für Finanzen zu wechseln. Die Ministerien bieten Mitarbeitern der Österreichischen Post interessante neue berufliche Perspektiven. Zahlreiche Bewerbungen und Besuche bei Informationsveranstaltungen zeigen, dass hier ein richtiger Weg eingeschlagen wurde. Bis 31. Dezember 2010 wechselten bereits 180 Mitarbeiter zu einem der Bundesministerien.

Im Dezember 2010 wurde zwischen Unternehmen und Personalvertretung zudem ein neuer Sozialplan ausverhandelt. Er trat mit 1. Jänner 2011 in Kraft, ist bis 31. Dezember 2012 gültig und bietet Beamten und Angestellten, die von Restrukturierung und Arbeitsplatzverlust betroffen sind, umfassende Möglichkeiten zur Unterstützung einer beruflichen Neuausrichtung.

LA12 Leistungsbeurteilungen und Entwicklungsplanungen

Bei der Österreichischen Post finden regelmäßig, mindestens einmal jährlich, Mitarbeitergespräche zwischen Mitarbeitern und deren unmittelbaren Vorgesetzten statt.

Das Mitarbeitergespräch bietet die Möglichkeit für eine Begegnung zwischen Partnern auch auf einer persönlichen Ebene und die Chance für eine Veränderung der Arbeitsbeziehung. Es ist eine Investition in die Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter und in den Aufbau eines vertrauensvollen Arbeitsklimas.

Das Mitarbeitergespräch verfolgt damit zwei Hauptzielrichtungen: Einerseits eine Rückschau – eine „Bilanz“ über die Aufgabenerfüllung und Zusammenarbeit. Und andererseits eine Vorschau mit Arbeitsschwerpunkten, Zielvereinbarungen und Unterstützungsmaßnahmen.



ASPEKT: VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Diversity Management bzw. Vielfalts-Management soll in der Österreichischen Post in Zukunft verstärkt Aufmerksamkeit geschenkt werden. Im Rahmen des Diversity Managements wird soziale Vielfalt konstruktiv genutzt. Die Österreichische Post möchte individuelle Verschiedenheit der Mitarbeiter nicht nur tolerieren, sondern diese im Sinne einer positiven Wertschätzung besonders hervorheben. Die Ziele sind, eine produktive Gesamtatmosphäre im Unternehmen zu schaffen, soziale Diskriminierungen von Minderheiten zu verhindern und die Chancengleichheit zu verbessern. Bei den Unterschieden handelt es sich zum einen um die äußerlich wahrnehmbaren Unterschiede, wie Geschlecht, Ethnie, Alter und Behinderung, aber auch anderen subjektive Unterschiede wie Religion und Lebensstil.

Die Österreichische Post legt großen Wert auf Chancengleichheit am Arbeitsplatz in allen Unternehmensbereichen und tritt daher jeder Form von Diskriminierung, Mobbing und sexueller Belästigung entschieden entgegen.

LA13 Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2008	2009	2010
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	22.667	21.598	20.695
davon Frauen (VZK in %)	29,5%	29,6%	29,5%
davon Männer (VZK in %)	70,5%	70,4%	70,5%
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	20.513	19.498	18.559
davon Frauen (in %)	23,3%	23,5%	23,3%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	4.163	4.075	3.977
davon Frauen (in %)	89,2%	87,4%	85,0%
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.037	1.144	1.189
Mitarbeiter (VZK) nach Altersklassen			
unter 30 Jahre	1.723	1.571	1.567
30-50 Jahre	16.410	15.395	14.344
über 50 Jahre	4.533	4.631	4.785
Mitarbeiter in leitenden Positionen²			
Mitarbeiter in leitenden Positionen absolut	159	157	153
davon Frauen	34	34	37
davon Männer	125	123	116
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	3	1	1
30-50 Jahre	123	123	116
über 50 Jahre	34	33	35



Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2008	2009	2010
Mitarbeiter in leitenden Positionen in Prozent	0,7%	0,7%	0,7%
davon Frauen	21,4%	21,8%	24,4%
davon Männer	78,6%	78,2%	75,7%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	0,6%	0,7%	0,9%
30-50 Jahre	78,3%	78,0%	76,0%
über 50 Jahre	21,1%	21,3%	23,1%

¹ VZK ... Vollzeitkräfte

² Generaldirektor und Vorstandsvorsitzende, Vorstand, Leiter eines Bereiches, einer Abteilung oder eines Referates in der Unternehmenszentrale, Leiter einer Abteilung oder eines Referates in einer Region

In der Österreichischen Post waren im Jahr 2010 rund 20.700 Mitarbeiter beschäftigt – rund ein Drittel davon sind Frauen. Um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern, bietet die Österreichische Post individuell zugeschnittene Teilzeitmodelle an, die von rund 3.400 Frauen aber auch von rund 600 Männern genutzt werden. In den vergangenen Jahren konnte der Anteil der Frauen in leitenden Positionen konsequent gesteigert werden. War die Führungsebene im Jahr 2009 noch mit einem Anteil von 21,8% mit Frauen besetzt, stieg dieser Wert im Jahr 2010 bereits auf 24,4%. Im Aufsichtsrat ist die Position der stellvertretenden Vorsitzenden im Jahr 2010 mit der Juristin Dr. Edith Hlawati besetzt. Unter den von der Hauptversammlung 2011 gewählten acht Kapitalvertretern befinden sich zwei Frauen.

Die Österreichische Post erkennt, dass kulturelle Vielfalt in der Belegschaft bedeutende Wettbewerbsvorteile mit sich bringen kann. So kommen die Mitarbeiter der Österreichischen Post aus 52 verschiedenen Geburtsnationen. Insgesamt besitzen rund 410 Mitarbeiter keine österreichische Staatsbürgerschaft, der Anteil der Mitarbeiter mit Migrationshintergrund ist jedoch bedeutend höher. Auch in der gehobenen Führungsebene der Österreichischen Post sind fünf Personen mit Migrationshintergrund vertreten. In den vergangenen Jahren ist die Österreichische Post ihrer Beschäftigungspflicht betreffend Menschen mit Behinderung mehr als nachgekommen. Im Jahr 2010 waren 1.189 Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen beim Unternehmen beschäftigt. Menschen mit Behinderungen sind in unterschiedlichsten Positionen, wie beispielsweise Führungskraft, Betriebsrat, Zusteller oder Filialmitarbeiter, tätig.

LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht

Sowohl die bei der Österreichischen Post beschäftigten Bundesbeamten sowie die Angestellten nach dem „alten“ Kollektivvertrag (DO) und die Angestellten nach dem „neuen“ Kollektivvertrag (wirksam ab 1. August 2009) werden ihrer Tätigkeit entsprechend im jeweiligen Gehalts-/Entlohnungsschema bezahlt. Jede Tätigkeit entspricht einer bestimmten Einreihung im Gehalts-/Entlohnungsschema, die für alle Mitarbeiter unabhängig vom Geschlecht gleichermaßen gilt.

Bedingt durch die zuvor genannte Systematik bestehen bei der Österreichischen Post keine Gehaltsunterschiede zwischen Männern und Frauen bei gleicher Tätigkeit und gleicher Ausbildung.



SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN MENSCHENRECHTE

Die Österreichische Post tritt für die Menschenrechte ein und achtet die Würde jedes Einzelnen. Wir lehnen jede Form von Kinder- und Zwangsarbeit entschieden ab. Wir tolerieren keine unlauteren Geschäftspraktiken und treten jeder Form von Korruption und Bestechung (wie z.B. Schmiergeldzahlungen) entschieden entgegen. Die Einhaltung dieser Werte erwarten wir auch von unseren GeschäftspartnerInnen.

Die Österreichische Post bekennt sich als Unterzeichner des UN Global Compact zu den darin formulierten Prinzipien (www.unglobalcompact.com). Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption wird die Österreichische Post künftig mit Transparency International kooperieren.

Darüber hinaus wurde ein für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Österreichischen Post verbindlicher Verhaltens- und Ethikkodex – der Code of Conduct – entwickelt, der die Grundsätze für ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln aller Beschäftigten enthält. Dieser Kodex wurde im Jahr 2011 veröffentlicht.

ASPEKT: INVESTITIONS- UND BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN

Seit dem Jahr 2007 ist die Österreichische Post Mitglied beim UN Global Compact, einer Initiative der Vereinten Nationen, aufgrund der wir uns zur Einhaltung globaler Prinzipien ethischen und ökologischen wirtschaftlichen Handelns verpflichten.

Weiters enthält der im Geschäftsjahr 2010 entwickelte und 2011 veröffentlichte Code of Conduct, der Verhaltens- und Ethikkodex, die Grundsätze für ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln aller Beschäftigten der Österreichischen Post.

Unter Berücksichtigung dieser Prinzipien und Standards bekennen wir uns zur Einhaltung der Menschenrechte und erwarten dies auch von unseren Lieferanten und Geschäftspartnern.

HR2 Lieferantenchek auf Einhaltung der Menschenrechte

Die Beschaffungen der Österreichischen Post werden im Rahmen des österreichischen Bundesvergabegesetzes durchgeführt und die Bieter generell einer Prüfung hinsichtlich Ausländerbeschäftigungsgesetz, Kinderarbeit und illegale Beschäftigung überprüft.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Beschaffungen der Österreichischen Post nahezu ausschließlich bei Lieferanten in Österreich und der EU getätigt werden und daher mit einer Verletzung der Grundrechte kaum zu rechnen ist.



Als zusätzliche Maßnahme plant die Österreichische Post einen Verhaltenskodex für Lieferanten als Vertragsbestandteil aufzunehmen.

HR3 Mitarbeiterschulungen in Bezug auf Menschenrechte

Derzeit werden keine Mitarbeiterschulungen abgehalten, die speziell das Thema Menschenrechte behandeln. Nach Einführung des Verhaltenskodex für Lieferanten ist es mittelfristig geplant, die Mitarbeiter des Bereichs Zentraleinkauf in diesem Bereich zu schulen.



SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN GESELLSCHAFT

Als Universalanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post große gesellschaftliche Verantwortung. Mit der flächendeckenden, zuverlässigen Versorgung Österreichs mit Postdienstleistungen in erstklassiger Qualität liefert sie einen wichtigen Beitrag, um die Kommunikationsinfrastruktur aufrechtzuerhalten und abzusichern. Sie will Leistungen anbieten, die modernen gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht werden.

Für die landesweite Versorgung der Bevölkerung mit Postdienstleistungen bewährt sich bereits seit Jahren die Kombination eigener und fremdgeführter Post-Geschäftsstellen. Insbesondere das Konzept der Post Partner, bei dem lokale Trafikanten, Einzelhändler oder auch Gemeindeämter mit der Post kooperieren, ist sehr erfolgreich. Durch ihr erweitertes Angebot tragen die Post Partner darüber hinaus zur Stärkung der Nahversorgung bei.

Gesellschaftliche bzw. soziale Ziele

- Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung
- Klare Leistungen versprechen und einhalten
- Förderung des Gemeinwohls und des gesellschaftlichen Engagements

ASPEKT: GEMEINWESEN

SO1 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen

Nur die Österreichische Post bringt täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich – egal ob in eine Stadtwohnung oder zum Bauernhof. Sie ist ein verlässlicher Partner und leistet einen wertvollen Beitrag zur Grundversorgung der österreichischen Städte und Gemeinden mit Postdienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. So gelangen mehr als 95% der Briefe bereits am nächsten Werktag zu ihrem Empfänger. Ab dem Jahr 2011 erbringt die Österreichische Post diese Dienstleistungen in einem voll liberalisierten Markt und garantiert weiterhin Versorgungssicherheit für ganz Österreich.

Mit über 1.800 Standorten zählt das Filialnetz zu den größten Privatkundennetzen des Landes und bietet seinen Kunden in ganz Österreich hochwertige Produkte und Services in den Bereichen Post, Bank und Telekommunikation. Zügig vorangetrieben wurde im Jahr 2010 die kundenorientierte Restrukturierung des Standortnetzes der Post. Wesentliches Element davon ist ein forciertes Ausbau des Post Partner-Konzepts. Daher machte die Österreichische Post im Jahr 2010 allen Gemeinden das Angebot „Eine Post-Geschäftsstelle für jede Gemeinde“. In Kooperation mit dem Österreichischen Gemeindebund und der Wirtschaftskammer Österreich sollten im ganzen Land neue Post Partner gefunden werden. Mit diesem System, Nahversorger die Zusatzdienstleistung der Österreichischen Post anbieten zu lassen, kann die flächendeckende Versorgung nachhaltig sichergestellt werden.



Von den Kunden wird das Post Partner-Konzept sehr gut angenommen: Eine im Jahr 2010 durchgeführte Studie stellt den Post Partnern Österreichs ein sehr gutes Zeugnis aus. Von 500 Befragten aus jenen Gemeinden, in denen seit August 2009 ein Post Partner eröffnet wurde, zeigen sich 76% sehr zufrieden oder zufrieden. Besonders die Öffnungszeiten, oft auch am Samstag, sowie die Möglichkeit, die Postgeschäfte mit anderen Erledigungen zu verbinden, werden als die Vorteile angesehen. Auch bei diversen anderen Kundenzufriedenheitsstudien schneiden die Post Partner gut ab und überzeugen gleichermaßen wie die Postfilialen mit einem sehr guten Serviceniveau.

Umfasste das Netz der Österreichischen Post Anfang Jänner 2010 noch 418 Post Partner, waren es zu Jahresende 2010 bereits 1.117. Zum Halbjahresstichtag 30. Juni 2011 bieten bereits 1.212 Gewerbetreibende als Post Partner Postdienstleistungen an. Damit erweist sich die Post Partner-Offensive als höchst erfolgreich und wird – im ländlichen Raum sowie nun auch verstärkt in den Städten – weiter vorangetrieben. So hat sich auch die Zahl der Post Standorte insgesamt deutlich erhöht, und zwar von 1.552 zu Jahresbeginn auf 1.850 Ende 2010. Mit 30. Juni 2011 verfügte die Österreichische Post bereits über ein flächendeckendes Standortnetz von 1.876 Geschäftsstellen. Damit ist das Netz weit dichter, als mit 1.650 Geschäftsstellen gesetzlich vorgeschrieben.

Weitere Informationen finden Sie auch beim Indikator EC9 auf der Seite 25.

ASPEKT: KORRUPTION

Die Österreichische Post bekennt sich als Unterzeichner des UN Global Compact zu den darin formulierten Prinzipien (www.unglobalcompact.com). Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption wird die Österreichische Post künftig mit Transparency International kooperieren.

SO2 Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken

Über das Risikomanagementsystem der Österreichischen Post werden gegebenenfalls auch potentielle Korruptionsrisiken erfasst. Im Jahr 2010 wurden über das Risikomanagementsystem keine Korruptionsrisiken für Österreich gemeldet.

Im Jahr 2010 wurde die Weiterentwicklung der Compliance Organisation in Richtung eines konzernweit integrierten Compliance Management Systems gestartet. Ein thematischer Schwerpunkt dieses System liegt im Bereich der Korruptionsprävention. Erste daraus abgeleitete Maßnahmen wurden im Jahr 2011 gesetzt. Beispielsweise erschien ein für alle Mitarbeiter der Österreichischen Post verbindlicher Code of Conduct, der Leitlinien und Grundsätze für werte- und gesetzeskonformes Verhalten im geschäftlichen Alltag enthält. In diesem Verhaltens- und Ethikkodex ist klar festgehalten, dass die Österreichische Post keine Form von Bestechung und Korruption toleriert. Zudem wurde im Jahr 2011 ein zentraler Compliance Helpdesk eingerichtet – als Anlaufstelle für Anliegen, Fragen oder Hinweise zu compliance-relevanten Themen wie beispielsweise Bestechung oder Korruption.



SO3 Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption

Der Themenbereich Anti-Korruption ist einer der Schwerpunkte der Compliance Arbeit in der Österreichischen Post. Die Österreichische Post hat daher Antikorruptionsregelungen in einer für alle Mitarbeiter verbindlichen Weise in der Richtlinie „Geschenkannahme und Bestechung“ getroffen. Diese Richtlinie wird im Jahr 2011 aktualisiert und erfährt durch die entsprechenden Regelungen im Code of Conduct zusätzliche Bedeutung.

SO4 Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen

Im Berichtsjahr wurden keine Korruptionsrisiken in Österreich über das Risikomanagementsystem der Österreichischen Post gemeldet. Im Anlassfall werden arbeits- und disziplinarrechtliche Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2010 wurde im Rahmen des Compliance Management Systems der Österreichischen Post eine Reihe von Maßnahmen zur Korruptionsprävention gestartet, wobei einige dieser Maßnahmen bereits im Jahr 2011 umgesetzt wurden (siehe SO2).

ASPEKT: POLITIK

SO5 Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung

Die Österreichische Post hat auch im Jahr 2010 im Rahmen von Mitgliedschaften bei Wirtschafts- und Fachverbänden und deren Gremien bzw. Arbeitsgruppen zu Themen, welche die Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post betreffen, ihre Anliegen vorgebracht und wird dies auch in Zukunft tun. Im Fokus stand dabei v.a. das Themengebiet Infrastruktur und Versorgungssicherheit. Das Ziel der Österreichischen Post ist es, die österreichische Bevölkerung flächendeckend mit Postdienstleistungen zu versorgen – dies muss auf eine moderne und serviceorientierte Weise geschehen. Mittelfristig gilt es daher, eine zeitgemäße Definition des Universaldienstes zu finden, ein marktkonformes Dienstrecht zu entwickeln und die freie Wahl des Betriebsmodells von Postgeschäftsstellen zu gewährleisten.

ASPEKT: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN

SO7 Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens

Im Berichtsjahr gab es keine Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung.



ASPEKT: EINHALTUNG DER GESETZE

SO8 Sanktionen und Geldbußen auf Grund von Rechtsverstößen

Im Berichtsjahr gab es keine Bußgelder und nicht monetäre Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften, außer geringfügigen Verwaltungsstrafen, z.B. wegen Verkehrsdelikten.



SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN PRODUKTVERANTWORTUNG

Die Grundsätze der Produktverantwortung sind im Leitbild der Österreichischen Post verankert. Wir geben unseren Kunden ein klares Leistungsversprechen und halten dieses stets ein. Wir gestalten unsere Produkte und Dienstleistungen kundenorientiert, einfach und verständlich. Dabei verfolgt die Österreichische Post den Anspruch, Maßstäbe für Qualität und Kundenorientierung zu setzen. Das Unternehmen nimmt dabei die Kritik der Kunden ernst und sieht sie als Ansporn zur Verbesserung.

ASPEKT: KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

PR3 Produkte und Dienstleistungen, die gesetzlichen Informationspflichten unterliegen

Sämtliche Leistungen im Rahmen des Universaldienstes unterliegen gesetzlichen Informationspflichten.

PR4 Vorfälle gegen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln zur Deklaration

Im Berichtsjahr gab es keine Vorfälle gegen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln zur Deklaration.

PR5 Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit

Die Österreichische Post hat seit Anfang 2010 eine Reihe an Initiativen gesetzt, um den Kundenbedürfnissen nach einfacheren, leicht verständlichen Produkten und nach hoher Convenience zu entsprechen. Begleitet wurden diese Initiativen von Leistungs- und Qualitätskontrollen, die durchwegs hervorragendes Feedback erhielten: So verlief beispielsweise die im November 2010 an 3,6 Mio österreichische Haushalte versendete Kundenzufriedenheitsbefragung der Division Brief sehr erfreulich (290.000 zurückgeschickte Fragebögen).

94% der Befragten gaben an, mit der Briefzustellung sehr zufrieden bzw. zufrieden zu sein. Weiters stellte sich heraus, dass 91% der befragten Personen Vertrauen in die Österreichische Post haben. Auf die Frage, welche Formen der Kommunikation über neue Produkte und Aktionen am meisten geschätzt werden, wurden Flugblätter von 46% und persönlich adressierte Postsendungen von 31% der Befragten als beliebteste Werbeträger genannt.



Insgesamt 49% der befragten Personen gaben an, in den letzten Monaten einen „Gelben Zettel“ erhalten zu haben. Auf Basis dieses Ergebnisses setzte die Österreichische Post bereits Maßnahmen, um die Kunden-Convenience in diesem Bereich zu erhöhen. So startete im August 2011 beispielsweise der Pilotbetrieb von Post Empfangsboxen. Pakete und größere Briefsendungen, die nicht direkt zugestellt werden können, könnten künftig in diesen neuen Post Empfangsbox sicher deponiert werden. 52% der Kunden gaben auch an, gerne per SMS oder E-Mail vorab über eine persönlich zu übernehmende Sendung informiert zu werden. Ab Mitte September 2011 startet daher der Pilotbetrieb dieses neuen Services, der Roll-out ist noch für 2011 geplant. Die Umfrage zeigte zudem, dass die Online-Services der Österreichischen Post noch wenig bekannt sind: 82% der Befragten kennen die Online-Services nicht, wobei 49% der Befragten dieses Services durchaus interessant fänden. Aus diesem Grund wird nunmehr in der Werbung und Kommunikation ein stärkerer Fokus auf diesen Bereich gelegt.

Seit Anfang 2011 erhebt die Österreichische Post nun zudem quartalsweise die Kundenzufriedenheit ihrer Privatkunden. Dabei werden die Leistungsbereiche Zustellung, Versenden, Filialnetz, Internet und Kundenservice von jeweils 1.000 Personen im Rahmen von telefonischen Interviews beurteilt.

ASPEKT: WERBUNG

PR6 Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung

Wir stellen unsere Kerndienstleistung – die sichere und vertrauenswürdige Zustellung von Postsendungen – in den Mittelpunkt unserer Werbung und lassen dabei unsere Nachhaltigkeitsthemen mit einfließen.

Die Österreichische Post beurteilt ihre Werbung nicht nur unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten, sondern schließt auch ethische Aspekte mit ein. Die Österreichische Post lehnt jegliche Art von Werbung ab, die unmoralisch ist und nicht den allgemein anerkannten ethischen oder kulturellen Standards entspricht.

PR7 Vorfälle gegen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung

Im Berichtsjahr gab es keine Vorfälle gegen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung, Anzeigen und Sponsoring.



ASPEKT: SCHUTZ DER KUNDENDATEN

PR8 Gesamtzahl Beschwerden wegen Verletzung des Kundendatenschutzes

Mit Ausnahme einzelner weniger Beschwerden im Zusammenhang mit der Einwilligung zur Datenweitergabe zu Werbezwecken am Nachsendeauftrag, gab es keine Beschwerden wegen Verletzung des Kundendatenschutzes.

Die Österreichische Post verfügt über eine Berechtigung zur Ausübung des Gewerbes der Adressverlage und Direktmarketingunternehmen; in diesem Rahmen wurde und wird standardmäßig die Einwilligung zur Datenweitergabe zu Werbezwecken am Nachsendeauftrag abgefragt. Bei der ursprünglich manuell zu erfassenden „Einwilligung“ kam es in Ausnahmefällen zu Übertragungsfehlern. Dies wurde zwischenzeitig durch technische Maßnahmen gelöst.

ASPEKT: EINHALTUNG VON GESETZESVORSCHRIFTEN

PR9 Bußgelder auf Grund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen

Im Berichtsjahr gab es keine Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen.



ZIEL- UND THEMENMATRIX

3 Zentrale Leitsätze des Leitbilds	Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt	Wir handeln zukunftsorientiert		Wir alle sind die Post
Ableitung der Nachhaltigkeitsstrategie	↓	↓		↓
CSR-Themenschwerpunkte	SOZIALES/GESELLSCHAFT	UMWELT	ÖKONOMIE	SOZIALES/MITARBEITER
Ziele	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung 2. Klare Leistungen versprechen und einhalten 3. Förderung des Gemeinwohls und des gesellschaftlichen Engagements 	<ol style="list-style-type: none"> 1. CO₂-Reduktion um 10% bis 2012 2. CO₂-neutrale Zustellung ab 2011 3. Reduktion des Energieverbrauchs um 10% bis 2012 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Unternehmenswert steigern, unterstützt durch eine attraktive Dividendenpolitik 2. Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1-2% p.a. 3. Nachhaltige EBITDA-Marge von 10-12% 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Schaffung individueller Zukunftsperspektiven 2. Unternehmens- und Führungskultur fördern 3. Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
Aktuelle Maßnahmen 2010 *	<ul style="list-style-type: none"> ■ Post Partner-Offensive 2010 ■ Intensivierung des Dialogs mit Bürgermeistern und Landesvertretern ■ Kundenoffensive ■ Unterstützung von Kunsthäusern ■ Sozialprojekte (z.B. Ö3 Wundertüte) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Teilnahme an internationalen Klimaschutzprogrammen ■ Höhere Öko-Effizienz im Transport ■ Fahrzeuge mit alternativen Antrieben ■ Optimierung der Gebäudeinfrastruktur ■ Monitoring/Optimierung des Energieverbrauchs ■ Abfallvermeidung und -reduktion 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umsatz 2010 auf vergleichbarer Basis 0,3% über Vorjahresniveau ■ EBITDA-Marge von 11,1% ■ EBIT-Steigerung von 5% auf 156,9 Mio EUR ■ Free-Cashflow 2010 von 153,6 Mio EUR ■ Dividenden von 1,60 EUR pro Aktie 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Neues Unternehmensleitbild ■ Freiwillige Erfolgsbeteiligung der Mitarbeiter ■ post.sozial ■ Neuausrichtung des Post-Arbeitsmarktes ■ Neues Sozialplan-Modell ■ Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz ■ Gesundheitstage und Impfungen
Neue Maßnahmen ab 2011	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dauermarken als Plattform für zeitgenössische Kunsthäuser ■ Entwicklung von Lehrunterlagen über die Institution Post ■ Mitgliedschaft bei Transparency International 	<ul style="list-style-type: none"> ■ „CO₂ Neutral Zugestellt“ in Österreich ■ Ausweitung des Tests an E-Fahrzeugen ■ Fokus auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen ■ Feasibility-Studie für Solaranlagen auf Verteilzentren ■ Unterstützung von Klimaschutzprojekten 	<p>Weiterentwicklung gem. Kernstrategie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verteidigung Marktführerschaft im Kerngeschäft ■ Wachstum in definierten Märkten ■ Effizienzsteigerung/Flexible Kostenstruktur ■ Kundenorientierung/Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Neuausrichtung der unternehmensweiten Aus- und Weiterbildung ■ Entwicklung einer Diversity-Management-Strategie ■ Entwicklung neuer Führungsleitlinien ■ Laufende Weiterentwicklung der Compliance Organisation

* Im Themenschwerpunktbereich Ökonomie werden relevante Kennzahlen des Geschäftsjahres 2010 dargestellt.



GRI CONTENT INDEX

Der GRI Content Index gibt an, an welcher Stelle im Bericht die einzelnen Indikatoren abgebildet und erläutert sind und in welchen weiteren Publikationen zusätzliche Informationen zu finden sind.

GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Deklaration zum Profil					
1. Strategie und Analyse					
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation		Seite 4	Unterstützungserklärung	
1.2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen		Seite 6		
2. Organisationsprofil					
2.1	Name der Organisation		Seite 7		
2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen		Seite 7		
2.3	Organisationsstruktur		Seite 7		
2.4	Hauptsitz der Organisation		Seite 7		
2.5	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist		Seite 9		
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform		Seite 7/10		
2.7	Märkte, die bedient werden		Seite 7		
2.8	Größe der berichtenden Organisation		Seite 7		
2.9	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse				Im Berichtszeitraum gab es keine wesentlichen derartigen Veränderungen.
2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise				Die Österreichische Post hat im Berichtszeitraum keine Preise erhalten.



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
3. Berichtsparameter					
3.1	Berichtszeitraum für die Informationsbereitstellung		Seite 11		
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts		Seite 11		
3.3	Berichtszyklus		Seite 11		
3.4	Anlaufstelle bei Fragen bezüglich des Berichts und dessen Inhalt		Seite 65		
3.5	Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte		Seite 11		
3.6	Berichtsgrenzen		Seite 11		
3.7	Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts		Seite 11		
3.8	Grundlage für Berichterstattung über Joint Ventures, Tochterunternehmen usw.		Seite 11		
3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für Daten		Seite 11		
3.10	Neue Darstellung von Informationen		Seite 11		
3.11	Wesentliche Änderungen in der Berichterstattung		Seite 11		
3.12	GRI Content Index		Seite 55		
3.13	Externe Überprüfung und Bestätigung		Seite 63		
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement					
4.1	Corporate Governance und Führungsstruktur		Seite 14	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1-10	Die Österreichische Post verfügt über einen Aufsichtsrat.
4.2	Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgans		Seite 15		
4.3	Struktur der Leitungsorgane in Organisationen ohne Aufsichtsrat	n.a.			
4.4	Mitsprachemöglichkeit von Mitarbeitern und Anteilseignern		Seite 15		
4.5	Zusammenhang zwischen Vergütung leitender Organe und Leistung der Organisation		Seite 15		
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten		Seite 16		
4.7	Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales		Seite 16		



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes, Prinzipien zur Nachhaltigkeit		Seite 16		
4.9	Verfahren zur Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung		Seite 19		
4.10	Leistungsbeurteilung des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeit	n.a.			Die Leistungsbeurteilung des höchsten Leitungsorgans obliegt nach österreichischem Aktiengesetz nicht der berichtenden Organisation.
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips		Seite 19	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 7	
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen		Seite 19	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1-10	
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessenvertretungen		Seite 20		
4.14	Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholder-Gruppen		Seite 20	Übermittlung des Fortschrittsberichts an die Stakeholder des Unternehmens	
4.15	Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder		Seite 21		
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern		Seite 21		
4.17	Zentrale Themen der Stakeholder		Seite 22		
Angaben zur den Management Ansätzen					
DMA EC	Angaben zum Managementansatz Wirtschaft		Seite 23	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 4, 6 und 7	
DMA EN	Angaben zum Managementansatz Umwelt		Seite 27	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
DMA LA	Angaben zum Managementansatz Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung		Seite 36	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 3 und 6	



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
DMA HR	Angaben zum Managementansatz Menschenrechte		Seite 45	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 2, 3, 4, 5 und 6	
DMA SO	Angaben zum Managementansatz Gesellschaft		Seite 47	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
DMA PR	Angaben zum Managementansatz Produktverantwortung		Seite 51	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1 und 8	
Leistungsindikatoren					
Ökonomische Leistungsindikatoren					
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Seite 23		
EC6	Geschäftspolitik und -praktiken gegenüber lokalen Zulieferern		Seite 25		
EC9	<i>Verständnis und Beschreibung indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen</i>		Seite 25		
Ökologische Leistungsindikatoren					
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		Seite 27	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamt Materialeinsatz		Seite 27	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 8 und 9	
EN3	Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 28	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN4	Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 28		



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN5	<i>Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen</i>		Seite 29	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 8 und 9	Die wichtigsten Initiativen und Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs wurden berichtet. Die dadurch eingesparte Energiemenge konnte nicht erhoben und berichtet werden.
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 31	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN17	Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 31		
EN18	<i>Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse</i>		Seite 32	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	Analog zu EN5 wurden die wichtigsten Initiativen und Maßnahmen zur Reduktion der Treibhausgase berichtet. Die dadurch eingesparte Menge an CO ₂ konnte nicht erhoben und berichtet werden.
EN22	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode		Seite 33	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	Die wesentlichen Abfallarten, die im Zuge der Geschäftstätigkeit der Post anfallen, wurden berichtet. Die jeweiligen Mengen und Entsorgungsmethoden konnten nicht erhoben und berichtet werden.
EN24	Gesamtgewicht des als gefährlich eingestuftes Abfalls		Seite 33		
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen		Seite 33	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
EN28	Sanktionen und Geldbußen wegen Nichteinhaltung von Umwelt-Rechtsvorschriften		Seite 35	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	Transporte stellen die Kerndienstleistung der Österreichischen Post dar. Daher sind die wesentlichen transportbedingten Umweltauswirkungen bereits in den Leistungsindikatoren EN3, EN4, EN5, EN7, EN16, EN18 und EN26 dargestellt.
EN29	<i>Wesentliche Umweltauswirkungen durch Transport</i>		Seite 35		



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung					
LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region		Seite 36		Regionsspezifische Erhebung nicht wesentlich, da Mitarbeiter des Unternehmens ausschließlich in Österreich beschäftigt sind.
LA2	Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region		Seite 37	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 6	
LA3	<i>Betriebliche Leistungen differenziert nach Anstellungsverhältnis</i>		Seite 37		
LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		Seite 38	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 3	
LA7	Arbeitsbedingte Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle		Seite 39	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	
LA8	Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten		Seite 39	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 1	
LA9	<i>Arbeitsschutzthemen, die in Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden</i>		Seite 40		
LA10	Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter und Mitarbeiterkategorie		Seite 41		Die inhaltlichen Schwerpunkte des Aus- und Weiterbildungsprogramms der Österreichischen Post wurden berichtet. Quantitative Daten zum Thema Aus- und Weiterbildung konnten nicht zentral erhoben und berichtet werden.
LA11	<i>Programme, die die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter fördern und ihnen im Umgang mit dem Berufsausstieg helfen</i>		Seite 41		
LA12	<i>Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten</i>		Seite 42		



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
LA13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe		Seite 43	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 6	
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht		Seite 44		
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte					
HR2	Lieferantencheck auf Einhaltung der Menschenrechte		Seite 45	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1, 2, 3, 4, 5 und 6	
HR3	Mitarbeiterschulungen in Bezug auf Menschenrechte		Seite 46		
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft					
SO1	Programme zur Bewertung der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinwesen und Gesellschaft		Seite 47		
SO2	Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken		Seite 48	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 10	
SO3	Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption		Seite 49		
SO4	Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen		Seite 49	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying		Seite 49		
SO7	<i>Klagen, aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung</i>		Seite 49	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1-10	
SO8	Sanktionen und Geldbußen auf Grund von Rechtsverstößen		Seite 50		
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung					
PR3	Produkte und Dienstleistungen die gesetzlichen Informationspflichten unterliegen		Seite 51	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	



GRI Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
PR4	<i>Vorfälle gegen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln bezüglich Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</i>	■	Seite 51	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
PR5	<i>Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit</i>	■	Seite 51		
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	■	Seite 52		
PR7	Vorfälle gegen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	■	Seite 52		
PR8	<i>Gesamtzahl berechtigter Beschwerden wegen Verletzung des Schutzes von Kundendaten</i>	■	Seite 53	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	
PR9	Bußgelder auf Grund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen	■	Seite 53		

■ vollständig berichtet

■ teilweise berichtet

n.a. nicht anwendbar

EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)

EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

Der Nachhaltigkeitsbericht 2010 der Österreichischen Post wurde gemäß dem Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI G3) erstellt und entspricht der Anwendungsebene B+. Die Einhaltung der damit verbundenen formalen Kriterien sowie die im Bericht enthaltenen Informationen wurden von unabhängiger dritter Stelle einer prüferischen Durchsicht unterzogen und bescheinigt. Die Unabhängige Bescheinigung der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts.

Ernst & Young Unabhängige Bescheinigung

Prüferische Durchsicht des vorliegenden GRI-Nachhaltigkeitsberichts 2010 der Österreichischen Post Aktiengesellschaft.

Auftrag

Wir wurden von der Österreichischen Post Aktiengesellschaft zur Durchführung einer prüferischen Durchsicht des vorliegenden GRI-Nachhaltigkeitsberichts 2010 (nachfolgend „Bericht“) beauftragt.

Wir führten den Auftrag durch, um eine begrenzte Prüfsicherheit darüber zu erlangen, inwieweit die Informationen, in allen wesentlichen Belangen eine verlässliche und ausreichende Darstellung der Richtlinien, Geschäftstätigkeit, Ereignisse und Leistungen im Bereich Nachhaltigkeit im Berichtszeitraum 2010 geben.

Unsere Prüfungshandlungen wurden gesetzt, um eine *begrenzte Prüfsicherheit* als Grundlage für unsere Beurteilung zu erlangen. Der Umfang der Prüfungshandlungen zur Einholung von Prüfungsnachweisen ist geringer, als jene für *hinreichende Prüfsicherheit* (wie beispielsweise bei Jahresabschlussprüfungen), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

Die „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“¹ in der Fassung vom 21. Februar 2011, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhänder, sind Grundlage dieses Auftrags. Unsere Haftung ist gemäß Kapitel 8 beschränkt. Demnach haftet der Berufsberechtigte nur für vorsätzliche und grob fahrlässig verschuldete Verletzungen der übernommenen Verpflichtungen. Im Falle grober Fahrlässigkeit beträgt die maximale Haftungssumme gegenüber der Österreichischen Post Aktiengesellschaft und Dritten insgesamt EUR 726.730.

Einschränkungen des Prüfauftrages

- ▶ Vorjahreszahlen wurden von uns grundsätzlich keiner prüferischen Durchsicht unterzogen, es sei denn, dies war für Plausibilitätsverprobungen erforderlich.
- ▶ Informationen ausländischer sowie inländischer Tochtergesellschaften der Österreichischen Post Aktiengesellschaft sind nicht Gegenstand des Berichts sowie der prüferischen Durchsicht.
- ▶ Allgemeine Informationen welche im Rahmen des Geschäftsberichts 2010 der Österreichischen Post Aktiengesellschaft angeführt wurden (insbesondere Angaben unter „2 Organisationsprofil“ und „Aspekt: Mittelbare Wirtschaftliche Auswirkungen - EC9“), wurden von uns keiner prüferischen Durchsicht unterzogen. Wir überprüften lediglich die korrekte Übernahme der Daten oder Inhalte in den Bericht.
- ▶ Die unter „Aspekt: Wirtschaftliche Leistung“ angeführten Informationen (EC1) sind dem Einzeljahresabschlusses nach österreichischem UGB der Österreichischen Post Aktiengesellschaft entnommen (welcher beim Firmenbuch hinterlegt wurde) und wurden von uns keiner weiteren prüferischen Durchsicht unterzogen. Wir überprüften lediglich die korrekte Übernahme der Daten oder Inhalte in den Bericht.

¹http://www.kwt.or.at/de/PortalData/2/Resources/downloads/downloadcenter/AAB_2011_de.pdf

Kriterien

Die Informationen des Berichts wurden auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2010 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“) erstellt:

- ▶ G3.0 Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI)²
- ▶ GHG INVENTORY STANDARD FOR THE POSTAL SECTOR, Version for 2010 (UPC, IPC, PostEurop)³

Wir beurteilen den Bericht anhand dieser Kriterien und gehen davon aus, dass diese Kriterien für die Durchführung unseres Prüfauftrags angemessen sind.

Verantwortung des Managements

Das Management der Österreichischen Post Aktiengesellschaft ist für die Erstellung des Berichts und für die darin enthaltenen Informationen, in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien, verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Entwicklung, Implementierung und Sicherstellung von internen Kontrollen. Diese sind für die Erstellung des Berichts maßgeblich um wesentliche falsche Angaben auszuschließen. Weiters beinhaltet die Verantwortung die Auswahl und Anwendung geeigneter Standards sowie Bewertungsmethoden und Schätzungen, welche in Anbetracht der Umstände angemessen sind.

Unsere Vorgehensweise

Unsere Verantwortung besteht darin, ein Urteil über die Informationen im Bericht auf Basis einer prüferischen Durchsicht zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit abzugeben.

Wir haben unseren Prüfauftrag unter Beachtung des „International Federation of Accountants' ISAE3000“⁴ Standards sowie des von der „International Federation of Accountants“ (IFAC) herausgegebenen „Code of Ethics for Professional Accountants“ - worin Regelungen zu unserer Unabhängigkeit enthalten sind - geplant und durchgeführt.

Wir haben alle erforderlichen Prüfungshandlungen durchgeführt, um eine ausreichende und geeignete Basis für unser Urteil sicherzustellen. Wesentliche Prüfungshandlungen von uns waren:

- ▶ Beurteilung der Angemessenheit der Kriterien für Zwecke unseres Auftrages;
- ▶ Gesamtüberblick zur Unternehmenstätigkeit sowie zur Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens;
- ▶ Prüferische Durchsicht des Nachhaltigkeits-Managements einschließlich der Reporting-Systeme und -Prozesse, welche die Erhebung der Informationen für den Bericht unterstützen;

²<http://www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Online/>

³http://www.sustainablepost.eu/fileadmin/GHG_CONTENT/pdf/GHG_Inventory_Standard_for_the_Postal_Sector.pdf

⁴International Federation of Accountants' International Standard for Assurance Engagements Other than Audits or reviews of Historical Financial Information (ISAE3000)

- ▶ Stichprobenweise Überprüfung der Anwendung der Kriterien zur Berichterstattung von Nachhaltigkeitsinformationen;
- ▶ Prüferische Durchsicht der wesentlichen Schätzungen und Berechnungen, welche für die Erstellung des Berichtes eingesetzt wurden;
- ▶ Überprüfung einzelner, relevanter Informationen auf Plausibilität;
- ▶ Identifizierung inhärenter Risiken, welche Einfluss auf die Zuverlässigkeit der Informationen haben, und gegebenenfalls Erhebungen, in welchem Umfang solche Risiken durch interne Kontrollen abgedeckt sind;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- ▶ Durchführung von Interviews mit Unternehmensverantwortlichen der Österreichischen Post Aktiengesellschaft, um die Implementierung der im Bericht beschriebenen Grundsätze und Maßnahmen zu verifizieren;
- ▶ Beurteilung des zutreffenden Gesamteindrucks der im Bericht dargestellten Informationen.

Unsere Beurteilung

Auf Grundlage unserer prüferischen Durchsicht mit dem Ziel der Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit, sind uns keine Sachverhalte bekannt, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Informationen im Bericht in allen wesentlichen Belangen eine verlässliche und ausreichende Darstellung der Richtlinien, Geschäftstätigkeit, Ereignisse und Leistungen im Bereich der Nachhaltigkeit während des Berichtszeitraums 2010 nicht in Übereinstimmung mit den G3.0 Richtlinien der Global Reporting Initiative sowie dem GHG INVENTORY STANDARD FOR THE POSTAL SECTOR, Version for 2010 (UPC, IPC, PostEurop) sind.

Anmerkung

Unsere Feststellungen und Empfehlungen zur Verbesserung des Berichtserstellungsprozesses werden in einem Feedback-Bericht an das Management der Österreichischen Post Aktiengesellschaft dargelegt.

Wien, 14. September 2011

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h.

i. V. Georg Rogl e.h.





KONTAKT & IMPRESSUM

Herausgeber und Medieninhaber

Österreichische Post AG
Postgasse 8, 1010 Wien, Österreich
T: +43 (0) 57767-0, E: info@post.at, I: www.post.at
FN: 180219d, Handelsgericht Wien

Organisation/Koordination & Kontakt für Rückfragen

Mag. (FH) Julia Kollouch, Österreichische Post AG
Nachhaltigkeit (CSR)
Tel. in Österreich: 057767-21860
Tel. international: +43 57767-21860 (Fax 30409)
E-Mail: julia.kollouch@post.at

Mag. Anna Niederhofer, Österreichische Post AG
Investor Relations & CSR Manager
Tel. in Österreich: 057767-30402
Tel. international: +43 57767-30402 (Fax 30409)
E-Mail: anna.niederhofer@post.at

Beratung

DI Harald Reisinger, plenum gesellschaft für ganzheitlich
nachhaltige entwicklung GmbH

Wir haben diesen Bericht mit der größtmöglichen Sorgfalt erstellt und die Daten überprüft. Rundungs-, Satz- oder Druckfehler können dennoch nicht ausgeschlossen werden. Bei der Summierung von gerundeten Beträgen und Prozentangaben können durch Verwendung automatischer Rechenhilfen rundungsbedingte Rechendifferenzen auftreten.

Dieser Bericht enthält auch zukunftsbezogene Einschätzungen und Aussagen, die wir auf Basis aller uns zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen haben. Diese zukunftsbezogenen Aussagen werden üblicherweise mit Begriffen wie „erwarten“, „schätzen“, „planen“, „rechnen“ etc. umschrieben. Wir weisen darauf hin, dass die tatsächlichen Gegebenheiten – und damit auch die tatsächlichen Ergebnisse – aufgrund verschiedenster Faktoren von den in diesem Bericht dargestellten Erwartungen abweichen können.

Personenbezogene Formulierungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist auch in englischer Sprache verfügbar. Maßgeblich ist in Zweifelsfällen die deutschsprachige Version.

Redaktionsschluss: 14. September 2011