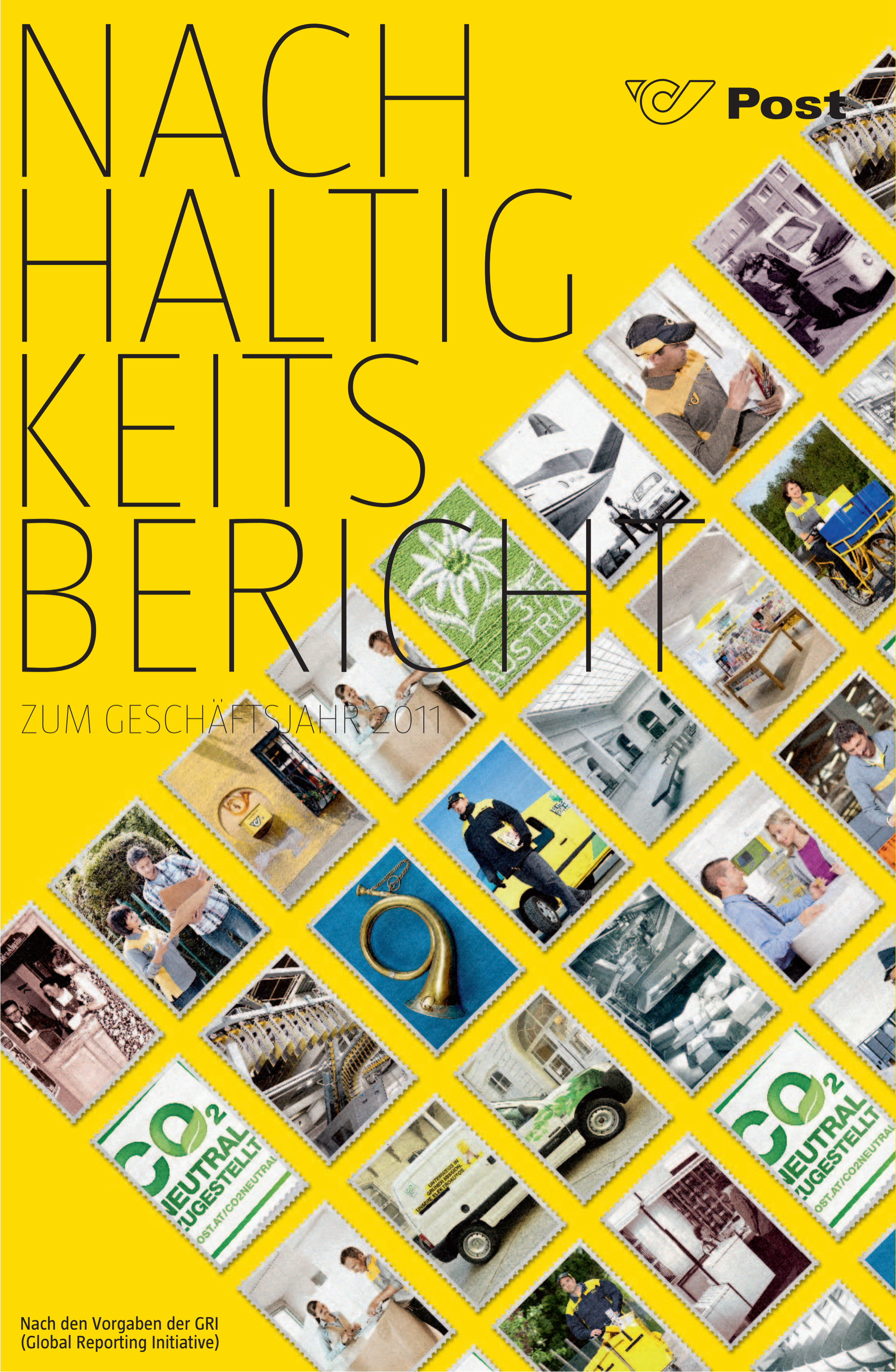


NACH HALTIG KEITS BERICHT



ZUM GESCHÄFTSJAHR 2011





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 18
3. Berichtsparameter	Seite 23
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement	Seite 26
4.1–4.9 Corporate Governance	Seite 26
4.11–4.13 Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen	Seite 33
4.14–4.17 Einbindung von Stakeholdern	Seite 34
Ökonomische Leistungsindikatoren	Seite 37
Aspekt: Wirtschaftliche Leistung (EC1)	Seite 38
Aspekt: Marktpräsenz (EC6)	Seite 40
Aspekt: Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen (EC9)	Seite 40
Ökologische Leistungsindikatoren	Seite 42
Aspekt: Materialien (EN1–EN2)	Seite 43
Aspekt: Energie (EN3–EN5)	Seite 44
Aspekt: Wasser	Seite 46
Aspekt: Biodiversität	Seite 46
Aspekt: Emissionen, Abwasser und Abfall (EN16–EN18, EN22, EN24)	Seite 47
Aspekt: Produkte und Dienstleistungen (EN26)	Seite 52
Aspekt: Einhaltung von Rechtsvorschriften (EN28)	Seite 52
Aspekt: Transport (EN29)	Seite 53
Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung	Seite 54
Aspekt: Beschäftigung (LA1–LA3)	Seite 55
Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis (LA4)	Seite 58
Aspekt: Arbeitsschutz (LA7–LA9)	Seite 58
Aspekt: Aus- und Weiterbildung (LA10–LA12)	Seite 60
Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit (LA13–LA14)	Seite 63
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte	Seite 66
Aspekt: Investitions- und Beschaffungspraktiken (HR2–HR3)	Seite 66
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft	Seite 68
Aspekt: Gemeinwesen (SO1)	Seite 69
Aspekt: Korruption (SO2–SO4)	Seite 71
Aspekt: Politik (SO5)	Seite 72
Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten (SO7)	Seite 72



Aspekt: Einhaltung der Gesetze (SO8)	Seite 72
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung	Seite 73
Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen (PR3–PR5)	Seite 73
Aspekt: Werbung (PR6–PR7)	Seite 74
Aspekt: Schutz der Kundendaten (PR8)	Seite 74
Aspekt: Einhaltung von Gesetzesvorschriften (PR9)	Seite 75
Ziel- und Themenmatrix	Seite 76
GRI-Content-Index	Seite 78
Unabhängige Bescheinigung	Seite 86
Kontakt und Impressum	Seite 88

Der hier vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG (im Bericht bezeichnet als Österreichische Post bzw. Post). 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 Österreichischer Post Konzern angeführt.



1 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation

„Die Zukunft gestalten wir nicht morgen, sondern heute. Und nur wer sich heute schon darüber Gedanken macht, wie die Welt morgen oder übermorgen aussieht und wie man ein Unternehmen daher gestalten muss, damit es seine Aufgaben langfristig erfüllen kann, ist auch ein verantwortungsvoller Unternehmer.“ Der Standpunkt von Post-Generaldirektor Georg Pölzl in Sachen Nachhaltigkeit ist eindeutig. „Es wäre völlig absurd, sich nur über das nächste Geschäftsjahr Gedanken zu machen und auf kurzfristige Gewinne zu setzen.“ Wichtig sei die Weichenstellung für die nachhaltige Entwicklung der nächsten Jahre. „Wir setzen uns sehr intensiv mit unserer Verantwortung gegenüber unseren Stakeholdern und unserem gesellschaftlichen Umfeld auseinander“, setzt Georg Pölzl fort. „Dabei denken wir in den vier Dimensionen Ökonomie, Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt.“ Der Bogen der Anliegen, denen sich die Post hier widmet, reicht von Versorgungssicherheit und gesellschaftlichem Engagement über Wertschätzung und Förderung der Mitarbeiter sowie maximale Ressourcenschonung bis hin zu nachhaltiger Wertsteigerung. Denn nur ein profitables Unternehmen kann langfristig seinen Beitrag leisten.

Die Österreichische Post bekennt sich zu ihrer Verantwortung gegenüber ihren Stakeholdern und ihrem gesellschaftlichen Umfeld. In diesem Bewusstsein hat die Post 2010 ein neues Leitbild erstellt, das auch das Fundament für die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens bildet. Neben den beiden Leitsätzen „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt“ und „Wir handeln zukunftsorientiert“ ist insbesondere die Wertschätzung und offene Kommunikation mit den Mitarbeitern von übergeordneter Bedeutung. Denn: „Ein Unternehmen kann nur erfolgreich sein, wenn die Mitarbeiter auf das, was sie tun, stolz sind und einen Beitrag zum Ansehen des Unternehmens leisten. Im Umkehrschluss kann nur ein erfolgreiches Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung auch langfristig wahrnehmen und damit soziale und ökologische Bedürfnisse erfüllen“, so Generaldirektor Georg Pölzl. Natürlich ist der Österreichische Post Konzern als börsennotiertes Unternehmen seinen Anteilseignern – der Republik Österreich sowie institutionellen und privaten Aktionären – gegenüber zu wirtschaftlichem Erfolg verpflichtet. Darüber hinaus stellt sich das Unternehmen ganz bewusst seiner Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, seinen Mitarbeitern und der Umwelt. So trat die Österreichische Post im Jahr 2007 dem UN Global Compact bei, einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Initiative der Vereinten Nationen. Damit verpflichtet sich das Unternehmen auch zur Einhaltung globaler Prinzipien ethischen und ökologischen Wirtschaftens.

Nachhaltigkeitsprozess und -struktur

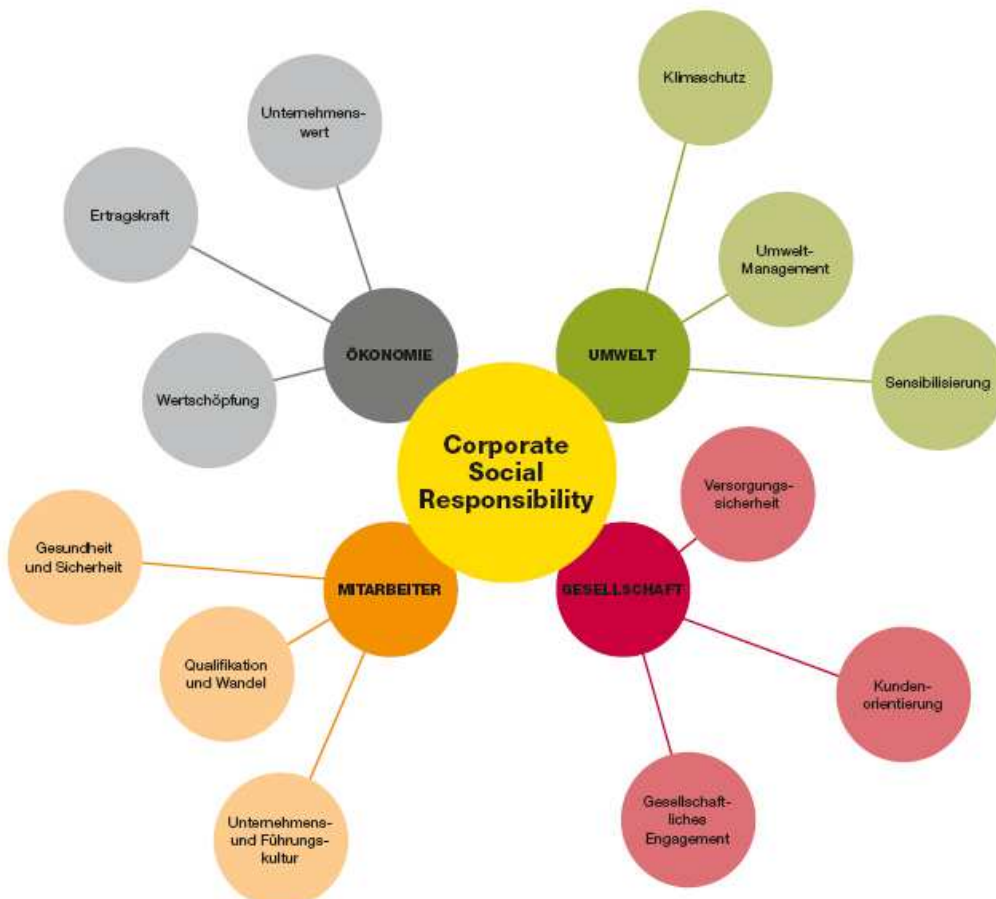
Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der Österreichischen Post organisatorisch direkt bei Generaldirektor Dr. Georg Pölzl in der Abteilung Investor Relations & Corporate Governance verankert. CSR-Arbeitsgruppen (Corporate Social Responsibility) kommen mehrmals jährlich zusammen, um aktuelle nachhaltigkeitsrelevante Themen des Unternehmens zu analysieren und Ziele und Maßnahmen zu definieren, die dem gesamten Vorstand zur Entscheidung vorgelegt werden.



Die vier Dimensionen Gesellschaft, Mitarbeiter, Umwelt und Ökonomie bilden die Nachhaltigkeitsstruktur der Österreichischen Post. Für jeden dieser Themenschwerpunkte existieren konkrete Ziele, die jährlich evaluiert und mit entsprechenden Maßnahmen hinterlegt werden. Um die Messbarkeit der Zielerreichung in Zukunft zu optimieren, wurden nun in den einzelnen Kategorien neben den Hauptzielen, die primär qualitative Messkriterien beinhalten, quantifizierbare Subziele definiert, welche den Hauptzielen untergeordnet sind.

Bereits für das Geschäftsjahr 2011 konkret messbar sind die Zielerreichungsgrade zu den Themenschwerpunkten Umwelt und Ökonomie, da hier auch die Hauptziele in der Vergangenheit quantifizierbare Elemente enthielten. So konnte im Geschäftsjahr 2011 das mittelfristige Umsatzwachstumsziel von 1–2% pro Jahr sowie das Ergebnisziel von einer EBITDA-Marge von 10–12% übertroffen werden. Auch die Dividendenausschüttung lag über dem angepeilten Wert von 75% des Nettoergebnisses. Im Umweltbereich konnte das gesetzte Ziel der CO₂ neutralen Zustellung in Österreich – wie vorgesehen – im Jahr 2011 umgesetzt werden. Die geplante CO₂-Reduktion von 2007 bis 2012 in Höhe von 10% wurde bereits im Jahr 2011 übertroffen (Reduktion um 15,8%). Etwas unter Plan liegt die Österreichische Post bei den Energieeinsparungen, wobei beispielsweise mit der Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen bereits Maßnahmen gesetzt wurden, um die Umweltauswirkungen des höheren Energieverbrauchs zu minimieren.

Die detaillierten Ziele und korrespondierenden Maßnahmen sind in der Ziel- und Themenmatrix auf den Seiten 76 und 77 in komprimierter Form dargestellt.





Vier Themenschwerpunkte mit korrespondierenden Zielen im Überblick:

Ökonomie: Das grundsätzliche Ziel, die Ertragskraft langfristig zu sichern, hat oberste Priorität im Management der Österreichischen Post. Denn nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale und ökologische Bedürfnisse zu erfüllen. Ziele: kundenorientierte Weiterentwicklung der Dienstleistungen (Umsatzanstieg von 1–2% pro Jahr sowie solide Profitabilität), Wertschöpfung für alle Stakeholder, nachhaltiger Total Shareholder Return.

Mitarbeiter: Als einer der größten Arbeitgeber des Landes ist sich die Österreichische Post ihrer Verantwortung gegenüber allen 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. Ziele: Schaffung individueller Zukunftsperspektiven, Unternehmens- und Führungskultur fördern, Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Gesellschaft: Als Universalanbieter für Post-Dienstleistungen trägt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Post-Dienstleistungen in erstklassiger Qualität ist sie entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes gesichert wird. Aufgrund ihrer Bedeutung für das Land sieht sich die Österreichische Post auch verpflichtet, sich gesellschaftlich zu engagieren. Ziele: Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung, stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience, Förderung geschäftsnaher, gesellschaftsrelevanter Projekte und Aktivitäten.

Umwelt: Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Mit der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT nimmt die Post auch international eine Vorreiterrolle ein. Ziele: Reduktion der CO₂-Emissionen um 20% von 2010 bis 2015 und jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen, Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagementsystems, Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz.

1.2 Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen

Der Österreichische Post Konzern betreibt ein umfangreiches Risikomanagement, in das alle Unternehmenseinheiten sowie Konzerngesellschaften einbezogen sind. Chancen und Risiken werden nach einheitlichen Grundsätzen in ihrem Gesamtzusammenhang identifiziert, bewertet und in einem unternehmensweiten Risikomanagementsystem dokumentiert.

Das Risikomanagement unterliegt hierbei einem vom Vorstand beschlossenen Regelwerk, welches Ziele, Grundsätze, Aufgaben und Kompetenzen festlegt. Grundsätzlich sind alle wesentlichen Ereignisse und Entwicklungen (rechtliche und regulatorische, technische, finanzielle, klimatische) innerhalb und außerhalb der Gesellschaft, die sich positiv oder negativ auf die Erreichung der Unternehmensziele auswirken könnten, im Risikomanagement zu erfassen und zu bewerten.



Als Erfassungsschwellen wurden Grenzwerte festgelegt, die bewusst auf Größe und Aufgaben der Österreichischen Post sowie ihrer Geschäftsfelder und Tochterunternehmen abgestimmt sind (auf Konzernebene sind dies 300.000 EUR). Chancen und Risiken unter diesen Wesentlichkeitsgrenzen sind jedenfalls in Verantwortung der Experten in den Organisationseinheiten entsprechend zu überwachen und zu steuern. Risiken aus dem Bereich Nachhaltigkeit, die unter diesen Grenzwert fallen, werden demnach von der Abteilung Investor Relations & Corporate Governance, in der auch der Bereich CSR angesiedelt ist, beobachtet und gegebenenfalls an das Risikomanagement gemeldet.

Die Bewertung der Chancen und Risiken erfolgt quantitativ nach der Eintrittswahrscheinlichkeit und der möglichen Auswirkung auf das EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern). Kriterium für die Definition der Wesentlichkeitsgrenzen ist die finanzielle Auswirkung, wobei für den Konzern, die wesentlichen Unternehmenseinheiten und Tochtergesellschaften jeweils eigene Wesentlichkeitsgrenzen festgelegt wurden. Dies ermöglicht eine eigenständige Beurteilung der Auswirkung auf die einzelnen Organisationseinheiten und deren Einfluss auf den gesamten Konzern. Einzelbewertungen bilden somit die Basis für eine kumulierte Risikobewertung auf Konzernebene.

Ausgehend von der Risikoanalyse sind die weiteren Möglichkeiten einer Risikobehandlung festzulegen, wie z.B. die Definition entsprechender Maßnahmen für die Vermeidung oder Verminderung der Risiken.

Das Risikomanagement des Konzerns berichtet je Quartal – bei unerwartet auftretenden Risiken auch unmittelbar (ad hoc) – über Chancen und Risiken und deren Entwicklung an den Vorstand. Zum Status des Risikomanagements wird regelmäßig auch der Aufsichtsrat und Prüfungsausschuss informiert.

Weitere Details zum Risikomanagement sowie zum internen Kontrollsystem finden Sie im Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 36 bis 42.

Die identifizierten und bewerteten Risiken und Chancen fließen in den Prozess der Definition der Nachhaltigkeitsziele und der Erarbeitung der korrespondierenden Maßnahmen mit ein. Eine Aufstellung der Ziele und Maßnahmen ist in der Ziel- und Themenmatrix auf den Seiten 76 und 77 in komprimierter Form dargestellt.

1.2.1. Beschreibung der Risiken

Risiken aus dem Bereich Gesellschaft

Als Universalanbieter für Post-Dienstleistungen trägt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Post-Dienstleistungen in erstklassiger Qualität ist sie entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes aufrechterhalten und gesichert wird. Aus dieser Verantwortung ergeben sich sowohl Risiken als auch Chancen. Zudem ist die Österreichische Post aufgrund ihrer hohen gesellschaftlichen Relevanz von etwaigen gesellschaftlichen Trends, welche das Konsumverhalten beeinflussen, überproportional stark betroffen.



Regulatorische und rechtliche Risiken

Die Österreichische Post ist im Rahmen des Universaldienstes verpflichtet, in ganz Österreich ein Mindestangebot von Post-Dienstleistungen in vergleichbarer Qualität anzubieten und ein flächendeckendes Netz von 1.650 Post-Geschäftsstellen sicherzustellen. Mit eigenem Personal betriebene Post-Geschäftsstellen dürfen nur nach Durchführung eines behördlichen Verfahrens geschlossen werden, sodass nicht ausgeschlossen werden kann, dass die Österreichische Post – zumindest vorübergehend – zur Führung unrentabler Standorte verpflichtet ist.

Das Postmarktgesetz sieht vor, dass die Österreichische Post – als einziger Post-Anbieter in Österreich – zur umfassenden Erbringung des Universaldienstes verpflichtet ist. Der Ersatz der Universaldienst-Nettokosten wird über einen Ausgleichsfonds abgewickelt, dessen Kosten grundsätzlich zwischen der Gesellschaft und den anderen konzessionierten Postanbietern nach Marktanteilen aufgeteilt werden. In diesen Ausgleichsfonds müssen jedoch nur jene konzessionierten Postanbieter einzahlen, deren Jahresumsätze aus der konzessionierten Tätigkeit 1,0 Mio EUR übersteigen. Zudem werden der Gesellschaft Universaldienst-Nettokosten nur insoweit ersetzt, als diese 2% der jährlichen Gesamtkosten der Gesellschaft übersteigen. Davon ausgehend, dass die Gesellschaft auch nach der Marktöffnung einen beträchtlichen Marktanteil innehaben wird, muss die Österreichische Post den überwiegenden Teil der Universaldienst-Nettokosten und die Administration des Ausgleichsfonds also selbst finanzieren.

Sofern es infolge der Liberalisierung zu keiner Gleichbehandlung im Hinblick auf Beschäftigungsverhältnisse und gesetzliche Leistungsanforderungen zwischen der Österreichischen Post und ihren Mitbewerbern und zu einer adäquaten Abgeltung der Kosten des Universaldienstes kommt, ist eine signifikante Ergebnisbelastung für die Österreichische Post nicht auszuschließen.

In der Öffentlichkeitsarbeit der Österreichischen Post nimmt die Thematik der Liberalisierung im Dialog mit allen Stakeholdern großen Stellenwert ein. Das Unternehmen sieht es als seine Aufgabe, auf die ungenügende Abgeltung des Universaldienstes und die Problematik der asymmetrischen Marktöffnung hinzuweisen.

Zur bestmöglichen Vermeidung von Ergebnisbeeinträchtigungen durch regulatorische und rechtliche Risiken ist die Österreichische Post bestrebt, in ihren Kernprozessen eine Erweiterung der Wertschöpfung und des Produktportfolios zu erzielen, um ihren Kunden noch bessere Leistungen anzubieten und eine Qualitätsoptimierung zu erreichen.

Risiken aus Kooperationen

Die Österreichische Post ist in ihren Kooperationen auf die Zusammenarbeit mit vielen Partnern angewiesen und ist in der Öffentlichkeitswirksamkeit vom Renommee und der Glaubwürdigkeit ihrer Partner abhängig. Ein Risiko besteht darin, dass Kooperationspartner durch Ereignisse in negative Schlagzeilen geraten und somit die Post in eine ungünstige Lage gebracht wird. Dieses Risiko kann nur soweit minimiert werden, indem intensiv geprüft wird, mit wem die Österreichische Post Kooperationen eingeht. So verläuft beispielsweise die Kooperation mit Caritas, Ö3 und Mondi im Rahmen der Ö3-Wundertüte äußerst erfolgreich und wird mit diesen soliden und verlässlichen Partner weiter fortgeführt. Risiken, die sich aus Kooperationen mit den größten Partnern der Österreichischen Post



wie BAWAG P.S.K. und Telekom ergeben, sind im Risikomanagementsystem des Unternehmens abgebildet.

Reputationsrisiken

Der Transportsektor wird generell als umweltbelastend angesehen, wodurch ein Reputationsschaden für das Unternehmen entstehen kann. In Folge würden Privatpersonen und auch Unternehmen verstärkt auf den Versand von Briefen und Werbesendungen verzichten und zu alternativen Versandmöglichkeiten bzw. Werbeformen wechseln. Diese würde zu einem Umsatzrückgang führen, wobei die Fixkostenstruktur des Unternehmens nicht kurzfristig an diese Situation angepasst werden könnte.

Die Österreichische Post wirkt durch die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT diesem Risiko entgegen und bietet seit 2011 österreichweit „grüne“ Produkte an. Das bedeutet, dass seit 2011 alle Sendungen (Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften, Pakete) in Österreich klimaneutral zugestellt werden.

Risiko der E-Substitution

Postunternehmen sind mit dem generellen Trend konfrontiert, dass jährliche Briefvolumina aufgrund der elektronischen Substitution stetig aber leicht zurückgehen (3–5% pro Jahr). Dieser Rückgang ist im Geschäftsmodell der Österreichischen Post entsprechend berücksichtigt. Es besteht jedoch das Risiko, dass diese Entwicklung beispielsweise durch eine umweltgetriebene Veränderung des Kommunikationsverhaltens, wie z.B. E-Mails statt Briefe, verstärkt wird.

Auch in diesem Zusammenhang wirkt die Österreichische Post durch die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT diesem Risiko entgegen und stellt seit 2011 alle Sendungen (Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften, Pakete) in Österreich klimaneutral zu.

Weiters entwickelt die Post kontinuierlich innovative und neue Lösungen, um sich ändernde Kundenbedürfnisse und -wünsche zu erfüllen. Die Post prüft laufend ihren Privatkundenfokus und die Tauglichkeit der umgesetzten Maßnahmen. So werden laufend innovative Online-Lösungen entwickelt, um die physischen und digitalen Kommunikationswelten zu verbinden.

Risiko der Änderung des Kommunikationsverhaltens jüngerer Generationen

Das Postgeschäft – und hier v.a. das Schreiben und Versenden von Briefen – ist ein wesentlicher Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens. Trotzdem nimmt das Wissen von Kindern und Jugendlichen zu diesem Thema zunehmend ab. Daher besteht das Risiko, dass speziell jüngere Generationen die gesellschaftliche Institution Post nicht mehr nützen und auf das Schreiben bzw. Versenden von Briefen zugunsten elektronischer Kommunikationsformen verzichten. Daher sieht es die Österreichische Post als ihre Aufgabe, Kindern und Jugendlichen das Tätigkeitsspektrum der Post wieder näher zu bringen, um auch in Zukunft dessen hohen Stellenwert zu sichern. Die Österreichische Post geht daher Kooperationen ein, um Österreichs Jugend ein zeitgemäßes Bild über die Post zu vermitteln und die Schreib- und Lesekultur von Briefen zu fördern.

Unter dem Titel „Die Post macht Schule“ hat die Österreichische Post eine Unterrichtsunterlage für Volksschulen entwickelt, die die Aufgaben und Leistungen der Post



präsentiert und zum Lesen und Schreiben anregt. Im Rahmen eines weiteren Projekts wurde in Zusammenarbeit mit dem Verein „Zeitung in der Schule“ ein Arbeitsheft zum Thema „Post und Porto – der Weg der Nachricht“ gestaltet.

Risiken aus dem Bereich Mitarbeiter

Als einer der größten Arbeitgeber des Landes hat die Österreichische Post große Verantwortung gegenüber ihren rund 20.000 Mitarbeitern. Im Dienstleistungsgewerbe ist das sogenannte Humankapital der wichtigste Erfolgsfaktor. Nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern kann ein Dienstleistungsbetrieb dauerhaft am Markt reüssieren. Aufgrund der hohen Relevanz der Mitarbeiter für den Unternehmenserfolg bringt dieser Bereich auch eine Reihe an Risiken mit sich. Andererseits eröffnet eine gute Personalpolitik, die Mitarbeiter fordert und fördert, auch zahlreiche Chancen.

Risiken durch strukturelle Veränderungen

Das Geschäft der Österreichischen Post ist in großen Teilen (v.a. Versand von Briefen) von rückgängigen Volumina geprägt. Ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie ist es daher, stetig effizienter zu wirtschaften. Die Post sucht laufend nach Lösungen, um Arbeitsabläufe und Prozesse durch den vermehrten Einsatz von Technik zu beschleunigen bzw. zu optimieren. Gerade deswegen ist es der Österreichischen Post ein Anliegen, in dieser sich ständig wandelnden Arbeitswelt, Perspektiven für ihre Mitarbeiter zu schaffen, um sich innerhalb oder außerhalb des Unternehmens weiterzuentwickeln. Ein Großteil der Mitarbeiter der Post hat jedoch Dienstverhältnisse, die diese Veränderungen erschweren.

Dieser Strukturthematik begegnet die Österreichische Post mit zunehmend flexiblen Arbeitsprozessen und Arbeitszeitmodellen. Im Falle von Restrukturierungen steht betroffenen Mitarbeitern ein neuer Sozialplan zur sozialen Abfederung zur Verfügung.

Risiken durch hohe Fluktuation und Altersstruktur

Das Dienstleistungsgewerbe ist von einer regen natürlichen Fluktuation geprägt, mit der Herausforderung, die hohe Qualität der angebotenen Leistungen dennoch hochzuhalten. Aus diesem Grund bietet die Post zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für alle Mitarbeiter an, wie beispielsweise Fachschulungen, Weiterbildungskurse und Coachings sowie Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens.

Auch das Thema „Wertschätzung“ wird als zentral und wichtig gesehen, um die Anerkennung der Mitarbeiter zu steigern. Dieses Thema ist auch bei der Ausbildung der Führungskräfte von hoher Relevanz. Diese werden im Rahmen der Führungskräfte-Academy speziell geschult, um ihre Führungsaufgaben in einer wertschätzenden und leistungsgerechten Form wahrzunehmen.

Auch die sich verändernde Altersstruktur im Unternehmen birgt Risiken. Der Anteil der Mitarbeiter mit einem Alter von über 50 Jahren steigt jährlich an. Da viele Tätigkeiten im Rahmen des Postgeschäfts beanspruchungsintensiv sind, besteht das Risiko, die Arbeitsfähigkeit älterer Mitarbeiter unter Berücksichtigung der gestellten Arbeitsanforderungen nicht in vollem Umfang zu erhalten. Um diesem Risiko



entgegenzuwirken, existieren in der Österreichischen Post Personalentwicklungs- und Gesundheitsförderungsprogramme. Die Eröffnung neuer Tätigkeitsfelder unter Berücksichtigung alters- und altersgerechter Arbeitsgestaltung, zielgruppenorientierte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie die Schaffung und Stärkung des Gesundheitsbewusstseins tragen zur Erhaltung und Stärkung der Arbeitsfähigkeit bei.

Gezieltes Recruiting neuer Mitarbeiter und Förderung von jungen „high potentials“ runden die Maßnahmen eines aufgrund der demografischen Entwicklung notwendigen Age-Managements der Österreichischen Post ab.

Risiken durch mangelnde Arbeitssicherheit

Bei einer sehr großen Anzahl an Mitarbeitern, die sich im Rahmen der Zustellung bzw. Sortierung von Sendungen körperlich betätigen, sind die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz von äußerster Wichtigkeit. Von hoher Relevanz sind Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung, um die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter bis ins höhere Alter zu erhalten und zu stärken. Die Ermittlung und Beurteilung arbeitsplatzbezogener Gesundheits- und Sicherheitsrisiken sowie Festlegung allenfalls notwendiger Schutzmaßnahmen gewährleisten sichere und ergonomische Arbeitsumgebungen. Durch regelmäßige Information und Schulung über Themen der Arbeitssicherheit kennen die Mitarbeiter die mit ihren Tätigkeiten verbundenen Risiken und tragen durch richtiges Verhalten zu deren Minimierung bei.

Weitere Details zu den Risiken aus dem Bereich Mitarbeiter finden Sie auch im Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 37 bis 40.

Risiken aus dem Bereich Umwelt

Die Österreichische Post ist in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Mit über 9.000 Fahrzeugen verfügt das Unternehmen über den größten Fuhrpark des Landes, in ihren Gebäuden verbraucht die Österreichische Post jährlich rund 160 Mio kWh Energie. Durch die hohe Abhängigkeit von fossilen Ressourcen ist das Unternehmen Risiken ausgesetzt. Zudem sind die Zusteller der Österreichischen Post und damit ein großer Teil der Mitarbeiter im Freien tätig, wodurch diese von sich ändernden Witterungsverhältnissen beeinflusst werden könnten.

Risiken durch Änderung von Normen

Änderungen der Abgasnorm in Österreich könnten dazu führen, dass ein Teil der derzeit in Verwendung stehenden Zustellfahrzeuge nicht eingesetzt werden dürfen und vorzeitig ausgetauscht werden müssen. Da die Fahrzeuge in der Österreichischen Post in der Regel nach acht Jahren ersetzt werden, müssten somit neben dem Norm austauschprogramm zusätzliche Investitionen getätigt werden. Dieses Risiko wird dadurch minimiert, dass der Austausch von Fahrzeugen Teil des laufenden Fuhrparkaustauschprogramms ist und sich daher die Mehrkosten in Grenzen halten. Bereits in den vergangenen Jahren wurde der Anteil an Euro 4- und Euro 5-Fahrzeugen im Fuhrpark der Österreichischen Post konsequent ausgebaut.



Risiken durch steigende Preise für Klimaschutzzertifikate

Die Österreichische Post hat sich das Ziel gesetzt, alle CO₂-Emissionen, die durch die Geschäftstätigkeit verursacht und nicht reduziert werden können, zu kompensieren. Im Rahmen der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT werden alle Sendungen (Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften, Pakete) in Österreich klimaneutral zugestellt. Diese Initiative wird in einem Drei-Stufen-Programm umgesetzt: Oberste Priorität hat immer die Vermeidung von Emissionen in den eigenen Kernprozessen, d.h. vor allem im Bereich Gebäude und Fuhrpark. In einem zweiten Schritt setzt die Post auf alternative Energieformen. Alle Emissionen, die wir derzeit noch nicht vermeiden können, werden drittens durch die Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte kompensiert.

Das Risiko besteht darin, dass durch die steigende Anzahl der am Emissionshandel teilnehmenden Unternehmen und die dadurch geringere Zuteilung an im freien Markt befindlichen Zertifikaten der Preis einer Tonne CO₂ steigt. Durch einen Anstieg des Preisniveaus muss die Post somit die Mehrkosten für Klimaschutzzertifikate tragen. Die Post hat jedoch im Jahr 2011 bei niedrigem Preisniveau Vorratskäufe von CO₂-Zertifikaten für die nächsten drei Jahre getätigt und dadurch zumindest mittelfristig diesem Risiko vorgebeugt.

Risiko der Nichterreichung von vereinbarten Umweltzielen

Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Neben umfangreichen eigenen Maßnahmen in diese Richtung nimmt sie auch aktiv an Projekten wie dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ von PostEurop oder dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Postal Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen abzielen. Im Rahmen des „Greenhouse Gas Reduction Programme“ ist die Österreichische Post die Vereinbarung eingegangen, den CO₂-Ausstoß von 2007 bis 2012 um 10% zu reduzieren.

Das Risiko hier besteht darin, dass das vereinbarte Einsparungsziel nicht geschafft werden könnte und dadurch ein Reputationsschaden eintritt. Durch konsequentes Monitoring der CO₂-Emissionen sowie durch bereits eingeleitete Maßnahmen wie die vollständige Umstellung auf „grünen Strom“ und Forcierung der E-Mobilität ist die Österreichische Post auf einem guten Weg, diese Zielvorgaben zu erreichen.

Risiken durch Natur- bzw. Unwetterkatastrophen

Durch den fortschreitenden Klimawandel könnte es zu einer Zunahme von Naturkatastrophen kommen. Wetterbedingte Phänomene wie starker Regen, Hagel, Erdbeben, Hochwasser etc. könnten häufiger auftreten. Konsequenzen und Folgeerscheinungen sind v.a. Sach- und Personenschäden. Es entsteht zusätzlicher Instandsetzungs- und Instandhaltungsbedarf. Zudem ist die Österreichische Post gesetzlich verpflichtet, die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen sicherzustellen. Falls diese durch Naturkatastrophen über einen Zeitraum nicht gewährleistet werden kann, könnten zusätzliche finanzielle Verpflichtungen entstehen.

Die Post sorgt durch die laufende Überprüfung der Gebäude hinsichtlich Wetterfestigkeit und laufende Instandhaltungsinvestitionen für sichere Arbeitsplätze diesem Risiko vor.



Zudem erhöhen eine moderne Fahrzeugflotte und Fahrtrainings die Sicherheit der Mitarbeiter.

Risiken durch Witterungsverhältnisse im Winter

Eine Folgeerscheinung des Abschmelzens der arktischen Eismassen infolge der Klimaerwärmung könnten laut aktuellen Studien kalte und schneereiche Winter auf der Nordhalbkugel der Erde sein. Sowohl Arbeitsunfälle (v.a. Wegunfälle im Rahmen der Zustellung) als auch Krankenstandstage stehen in engem Zusammenhang mit den Witterungsverhältnissen in den Wintermonaten. Beispielgebend war eine signifikante Steigerung der Arbeitsunfälle von 2009 auf 2010 bedingt durch einen schneereichen Winter.

Eine moderne Fahrzeugflotte und Fahrtechniktrainings für Mitarbeiter erhöhen die Sicherheit der Mitarbeiter im Zustellbereich. Auch die Bereitstellung von Dienst-/Schutzbekleidung sowie bundesweite Gripeschutzimpfaktionen tragen zur Risikominimierung bei ungünstigen Witterungsverhältnissen bei.

Risiken durch steigende Energiekosten

Die Österreichische Post ist bei der Beförderung und Zustellung von Sendungen weitgehend auf ihren Fuhrpark angewiesen, d.h. steigende Treibstoffpreise führen unmittelbar zu sinkenden Margen. Es besteht das Risiko, dass Treibstoffpreise und sonstige Energiekosten durch eine höhere Besteuerung oder durch Ressourcenknappheit über die in der Geschäftsplanung berücksichtigten Kosten steigen. Diesem Risiko wird durch eine sehr konservative Planung mit der Annahme eines Anstiegs der Energiekosten entgegengewirkt.

Risiken aus dem Bereich Ökonomie (Markt- und Wettbewerbsrisiken)

Der Österreichische Post Konzern erwirtschaftet den überwiegenden Teil seines Umsatzes in Österreich. Sollten sich die aktuellen Prognosen zum Wirtschaftswachstum verschlechtern, könnten Planungsprämissen verworfen werden müssen und damit die Planungssicherheit eingeschränkt werden.

Ferner erwirtschaftet das Unternehmen einen nicht unbedeutenden Anteil des Umsatzes mit einer geringen Anzahl von Großkunden. Das wirtschaftlich erfolgreiche Weiterbestehen dieser Großkunden ist somit wesentlich für die stabile Entwicklung der Österreichischen Post. Großkunden sind vertraglich nicht verpflichtet, ihre Postsendungen von der Österreichischen Post befördern zu lassen, und könnten sich entscheiden, mittelfristig zumindest einen Teil ihrer Postsendungen Wettbewerbern der Österreichischen Post zur Zustellung zu übergeben.

Klassische Briefsendungen werden zunehmend durch elektronische Medien ersetzt. Der Trend zur elektronischen Substitution von Briefen, insbesondere zur elektronischen Zustellung, wurde durch die Wirtschaftskrise der vergangenen Jahre beschleunigt und wird auch weiterhin fortbestehen. Diese Entwicklung kann zu nicht unerheblichen Voluminarückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.



Der Brief- und Paketmarkt ist durch zunehmenden Wettbewerb gekennzeichnet. Insbesondere das B2C-Paketgeschäft – hier nimmt die Österreichische Post eine führende Stellung am österreichischen Markt ein – ist zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung seines Kundensegments und zum anderen von dem durch das etwaige Auftreten weiterer alternativer Anbieter verschärften Wettbewerb abhängig, sodass ein entsprechender Umsatzausfall nicht ausgeschlossen werden kann. Das Unternehmen ist bestrebt, Kunden durch attraktive Leistungsangebote an sich zu binden.

Des Weiteren wird dem Mengenrückgang infolge der Substitution von Briefsendungen durch elektronische Medien mit neuen Produkten und Dienstleistungen, etwa im Bereich Infomail, im B2B-Geschäft und vor allem entlang der Wertschöpfungskette entgegengewirkt. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass infolge von Änderungen der gesetzlichen Zustellvorschriften für behördliche Sendungen ein Teil dieser Sendungen nicht mehr über die Österreichische Post zugestellt wird. Die Diversifikation auf mehrere Märkte trägt dazu bei, Risiken einzelner Branchen weit zu streuen bzw. gering zu halten.

Ein Bestandteil der Strategie des Österreichischen Post Konzerns ist das Wachstum durch selektive Akquisitionen und Kooperationen. Dabei ist es wichtig, passende Akquisitionsziele zu finden und erworbene Unternehmen erfolgreich zu integrieren. Die zukünftige Rentabilität dieser Projekte ist in hohem Maß vom Investitionsvolumen bzw. von den Akquisitionspreisen sowie politischen, wirtschaftlichen und gesetzlichen Faktoren abhängig. Alle Investitionsmaßnahmen müssen daher strikten finanziellen Kriterien gerecht werden. Die Erträge aus Finanzdienstleistungen sind stark von der wirtschaftlichen Entwicklung des Kooperationspartners BAWAG P.S.K., die Erträge aus Telekommunikationsprodukten von der Produktgestaltung des Kooperationspartners Telekom Austria abhängig.

Alle erwähnten Markt- und Wettbewerbsrisiken können zu nicht unerheblichen Voluminarückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

Weitere Details zu den ökonomischen Risiken finden Sie auch im Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 37 bis 40.

1.2.2. Beschreibung der Chancen

Chancen aus dem Bereich Gesellschaft

Die Österreichische Post beschäftigt sich systematisch mit gesellschaftlichen Trends und entwickelt laufend neue Produkte und Lösungen, um sich daraus ergebende Chancen zu nutzen. Chancen ergeben sich beispielsweise aus dem Nachhaltigkeitstrend sowie im Bereich des Online-Geschäfts.

Flexibilität steht bei den Kunden hoch im Kurs und das Internet sowie mobile Anwendungen spielen dabei eine immer wichtigere Rolle. Deshalb baut die Post ihr Online-Dienstleistungsangebot kontinuierlich aus. Die breite Auswahl der angebotenen Online-Services wird von den Kunden gut angenommen und daher laufend weiterentwickelt sowie verbessert. Diese Services verdeutlichen: Die Post gestaltet ihre Zukunft bereits heute aktiv mit. Ein Fokus liegt dabei auf dualen Lösungen, welche die digitale und physische Kommunikationswelt miteinander verbinden.



Durch die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT sowie durch ihre Vorreiterrolle im Bereich E-Mobility hebt sich die Österreichische Post als Klimaschutzpionier klar von Mitbewerbern ab und kann dadurch einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil erzielen.

Die Österreichische Post befördert täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich. Dies ist natürlich von großer Bedeutung für die österreichische Bevölkerung und bietet der Post gleichzeitig die Chance, näher am Kunden zu sein und dadurch auf Kundenbedürfnisse und Kundenwünsche unmittelbar reagieren zu können.

Durch ihre Förder- und Kooperationsaktivitäten trägt die Post zu einem gesellschaftlichen Wertewandel bei, wie beispielsweise durch das Projekt „Lesen-Schreiben-Post“. Durch diese Projekte eröffnet sich die Chance, vor allem der jungen Generation wieder die gesellschaftliche Institution Post näherzubringen und zum Schreiben von Briefen anzuregen.

Chancen aus dem Bereich Mitarbeiter

Die Österreichische Post investiert intensiv in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, wodurch sich ein Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Mitbewerbern ergibt. Mit verschiedensten Initiativen soll die gezielte und individuelle Förderung von Mitarbeitern sichergestellt werden. So wurde im Rahmen eines Trainee-Programms neben der praxisorientierten Einschulung auf einen umfassenden Unternehmenseinblick geachtet. Neben einer Vielzahl an zielgruppen- und kompetenzorientierten Aus- und Weiterbildungsprogrammen wurden über ein Frauen-Mentoring-Programm speziell weibliche „high potentials“ gefördert.

Darüber hinaus wurde im Jahr 2010 das neue Leitbild der Österreichischen Post mit den folgenden drei Wertekategorien entwickelt:

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

Durch eine Vielzahl von Maßnahmen wird das neue Leitbild in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umgesetzt und verankert. Denn nur wenn es bewusst gelebt wird, erfüllt es seinen Zweck: Einen kulturellen Wandel im Umgang miteinander, mit Kunden und Partnern zu erzielen, die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken. Durch diesen Wertewandel im Unternehmen kann sich die Post von Wettbewerbern abheben und sich als attraktiver Arbeitgeber für qualifizierte Arbeitskräfte positionieren.

Chancen aus dem Bereich Umwelt

Durch den immer stärker werdenden Konsumtrend zu umweltfreundlichen bzw. ökologischen Produkten eröffnet sich für die Österreichische Post eine Reihe an Chancen, da das Unternehmen durch die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT eine Vorreiterrolle einnimmt. Es ist davon auszugehen, dass Konsumenten in Zukunft beim Kauf von



Produkten und Services verstärkt darauf achten, ob diese auch ökologischen Aspekte gerecht werden. Da die von der Österreichischen Post angebotenen Services bereits seit 2011 CO₂ neutral erfolgen, besitzt das Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Anbietern. Dies kann zu zusätzlichen Umsätzen vor allem im wettbewerbsintensiven Paketbereich führen. Auch am Arbeitsmarkt achten hoch qualifizierte Arbeitskräfte bei der Auswahl ihres Arbeitgebers auch immer mehr auf ökologische Aspekte. Zudem bringen bestehende Mitarbeiter bessere Leistungen, wenn sie auf das, was sie tun stolz sind. Durch eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsstrategie, deren Speerspitze die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT bildet, fällt es dem Unternehmen leichter, neue Mitarbeiter zu finden; gleichzeitig reduziert sich die Fluktuation. Durch die Erhöhung der Attraktivität als Arbeitgeber fallen auch geringere Kosten für Jobinserate an, und durch eine geringere Fluktuation kommt es zu niedrigeren Kosten für Schulungsmaßnahmen sowie zu weniger Wissensverlust durch den Abgang von Mitarbeitern. So bieten sich durch den sehr präsenten ökologischen Trend Chancen, die sich positiv auf die Stakeholder-Beziehungen mit Kunden und Mitarbeitern auswirken.

Durch den aktuellen Klimawandel besteht die Möglichkeit, dass Gesetzgeber durch zusätzliche Steuern versuchen, den Energiekonsum von Privathaushalten und Unternehmen zu reduzieren. Obwohl diese Maßnahme auch die Österreichische Post durch einen Preisanstieg treffen würde, ergeben sich daraus gegenüber dem Wettbewerb Chancen. Die Österreichische Post verfügt – verglichen mit anderen Mitbewerbern in Österreich – über das größte flächendeckende Zustellnetz des Landes. Brief- und Paketvolumen werden größtenteils gemeinsam in einem einzigen Transport- und Verteilsystem zugestellt. In der Kostenstruktur ergibt sich somit im Vergleich zu anderen Anbietern ein sehr geringer Anteil an energie- und/oder ressourcenabhängigen Kosten pro Sendung/Einheit. Etwaige gesetzliche Änderungen, die zu einer Verteuerung der Energiekosten führen, oder auch eine etwaige Ressourcenknappheit, die Preissteigerungen zur Folge hat, führen daher bei der Post zu geringeren Kostensteigerungen pro Sendung als bei Wettbewerbern. Die Post könnte dadurch Marktanteile gewinnen, da Mitbewerber ihre Preise aufgrund höherer Energiekosten mehr als die Post erhöhen müssen.

Chancen aus dem Bereich Ökonomie

In Österreich ist die Post unangefochtener Marktführer – sowohl im Briefgeschäft als auch in der Beförderung und Zustellung von Paketen, insbesondere an private Empfänger. Auch in Zukunft wird die Österreichische Post auf die Verteidigung ihrer führenden Position besonderes Augenmerk legen. Durch die ausgezeichnete Marktposition eröffnet sich die Chance, eine höhere Kundenpenetration durch eine Ausweitung des Leistungsspektrums entlang der Wertschöpfungskette zu erzielen und damit zusätzliche Umsätze zu generieren.

Im Filialnetz wurde der Strukturwandel gemeinsam mit der BAWAG P.S.K. durch die Eröffnung der ersten gemeinsamen Filialen im Jänner 2011 gestartet und im Jahresverlauf zügig fortgeführt – Ende 2011 waren bereits 329 gemeinsame Filialen umgesetzt. Die strukturelle Transformation und die Zusammenführung der Netze von Post und BAWAG P.S.K. wird auch im Jahr 2012 fortgesetzt, um das Leistungsportfolio der Post landesweit kundennah und kosteneffizient anbieten zu können. Durch das gemeinsame Standortnetz können nicht nur Synergien und damit Effizienzsteigerungen genutzt, sondern auch neue Kundengruppen angesprochen werden.



Nur mit attraktiven Angeboten, die den konkreten Anforderungen der Kunden entsprechen, kann die Post langfristig erfolgreich sein. Deshalb setzt das Unternehmen auf gezielte Innovation im Leistungsangebot sowie attraktive und vielfältige Services. Diesem Ziel diente 2011 eine Service- und Qualitätsoffensive mit Fokus auf Privatkunden, die auf eine Optimierung von Leistungsprofil und Kundenzufriedenheit im gesamten Angebotsspektrum ausgerichtet war.

Auch der Testbetrieb von Post Abgabe- und Empfangsboxen wurde bei den Kunden im Rahmen von Pilotprojekten sehr gut angenommen. Parallel dazu entwickelte die Österreichische Post ihre Online-Services in den Bereichen elektronische Post, Online-Paketmarke und Online-Shop weiter. Dazu zählte vor allem der „Post Manager“ als sichere Kommunikationsplattform für Kunden, die ihre offizielle Post online erhalten und verwalten möchten. 2011 startete auch eine viel beachtete Initiative der Post zum nachhaltigen Umwelt- und Klimaschutz: Alle Briefe, Pakete und Werbesendungen werden nun CO₂ neutral zugestellt. Alle diese Initiativen eröffnen zusätzliche Umsatzpotenziale und heben die Österreichische Post vom Wettbewerb ab.



2 ORGANISATIONSPROFIL

Die Österreichische Post, mit Sitz in Wien, Haidingergasse 1, ist mit einem Jahresumsatz im Jahr 2011 von 1,6 Mrd EUR und rund 20.000 Mitarbeitern (Einzelabschluss nach Österreichischem UGB) Österreichs führender Logistik- und Post-Dienstleister. Egal, ob es um die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien oder Paketen geht – die Post kümmert sich verlässlich darum. Dazu betreibt sie ein Filialnetz, das mit 1.880 eigen- und fremdbetriebenen Geschäftsstellen zu den größten Privatkundennetzen des Landes zählt.

Durch die flächendeckende und zuverlässige Versorgung der österreichischen Bevölkerung und Wirtschaft mit Post-Dienstleistungen von hoher Qualität liefert das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur Absicherung der Kommunikations- und Logistikinfrastruktur des Landes. Doch der Radius reicht weit über Österreich hinaus: Die Österreichische Post war 2011 durch 24 operative Tochterunternehmen in zwölf europäischen Ländern tätig.

Der hier vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG (im Bericht bezeichnet als Österreichische Post bzw. Post). 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 Österreichischer Post Konzern angeführt.

Seit 1. September 2011 ist die Österreichische Post in zwei operative Divisionen gegliedert: die Division Brief, Werbepost & Filialen sowie die Division Paket & Logistik. Die Zusammenführung der früheren Divisionen Brief und Filialnetz bildet den Grundstein für weitere Serviceverbesserungen und die Nutzung von Synergien, da in der neuen Division nun der ganze Weg eines Briefes – von der Aufgabe in der Filiale bis zur Abgabe durch den Zusteller – beheimatet ist.

DIE NEUE DIVISIONSSTRUKTUR

DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN



BRIEF Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, adressierten und unadressierten Werbesendungen, Zeitungen und Regionalmedien sowie diverse Zusatzleistungen und Online-Services rund um den Brief.

FILIALNETZ Annahme von Briefen, Paketen, EMS-Sendungen und Werbesendungen sowie diverse zusätzliche Postdienstleistungen in eigen- und fremdbetriebenen Filialen; Verkauf von Handelswaren und Telekommunikationsprodukten sowie Bankdienstleistungen des Partners BAWAG P.S.K.

DIVISION PAKET & LOGISTIK



PAKET & LOGISTIK Annahme, Sortierung und Zustellung von Paketen und Expresssendungen, Angebot an Speziallogistik wie Kombifracht, temperaturgeführte Logistik, Kontraktlogistik und Wertlogistik (Transport und Handling großer Bargeldmengen).



Division Brief, Werbepost & Filialen

Mit einer organisatorischen Neuausrichtung hat die Österreichische Post 2011 den Grundstein für weitere Serviceverbesserungen und Synergien gelegt: Die bisher getrennten Bereiche Brief und Filialnetz wurden im September in der neuen Division Brief, Werbepost & Filialen zusammengeführt. Damit legt nun jeder Brief seinen gesamten Weg unter Verantwortung einer einzigen Division zurück. Deren umfangreiches Kerngeschäft erstreckt sich auf die Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, Postkarten, adressierten und unadressierten Werbesendungen und Zeitungen als auch den Verkauf von Bankdienstleistungen sowie Post- und Telekomprodukten. Ergänzt wird das Leistungsspektrum durch neue Dienstleistungen für Geschäftspost und Werbepost, darunter Adress- und Datenmanagement, Poststellenmanagement, intelligentes Scanning und Response-Management.

Dafür stehen den Kunden 1.880 Post-Geschäftsstellen in ganz Österreich zur Verfügung und bilden damit das größte Privatkundennetz des Landes. Fast 3.800 Mitarbeiter sorgen hier für Kundennähe und kompetente Beratung. Weitere rund 13.000 Mitarbeiter in der Sortierung und Zustellung bringen tagtäglich Post zu 4,2 Mio Haushalten und Unternehmen in ganz Österreich – pro Jahr werden über 6,1 Mrd Sendungen in Österreich zugestellt.

Division Paket & Logistik

Die Division Paket & Logistik des Österreichischen Post Konzerns bietet ihre Leistungen in elf europäischen Ländern an. In den internationalen Märkten erfolgt dies durchwegs über eigene Tochtergesellschaften. Hauptgeschäft ist die Beförderung von Paketen sowie von EMS-Sendungen für Privat- und Geschäftskunden. EMS steht für „Express Mail Service“ – das Premium-Express-Produkt der Österreichischen Post. Das Portfolio umfasst aber auch ein breites Spektrum an Speziallogistiklösungen – etwa die sogenannte Kombifracht (den gemeinsamen Transport von einzelnen Paketen und Paletten) oder temperaturgeführte Logistik (Transport von temperatursensiblen Waren in den Temperaturbereichen 2–8 °C bzw. 15–25 °C) und Kontraktlogistik (zusätzliche kundenspezifische Logistikdienstleistungen, von Webshop-Logistik über Lagerhaltung und Kommissionierung bis hin zu Mehrwertdiensten, z.B. Aufstellung von Elektrogeräten).

Flächendeckender Service und möglichst starke Marktposition – so lauten die Rezepte der Österreichischen Post, damit sie ihren Kunden effiziente Logistik und auf den jeweiligen Markt zugeschnittene Zusatzdienstleistungen offerieren kann. Dabei hilft nicht zuletzt das europäische Distributionsnetzwerk EURODIS, dem Transportdienstleister in 34 Ländern angehören. Gemeinsam gewährleisten sie verlässliche Kombifracht-Distributionsleistungen für Pakete und Paletten flächendeckend in Europa. Im Paket- und Logistikgeschäft fährt die Post speziell in Österreich erfreuliche Wachstumsraten ein. Auch 2011 konnte sie sowohl im B2B-Geschäft zulegen und ihre regionalen Marktanteile steigern als auch das wachsende Potenzial im Privatkundensegment erfolgreich nutzen – Stichwort „Online-Shopping“.



Standorte des Österreichischen Post Konzerns

Auch die dynamische Veränderung des Postmarktes in Europa hat der Österreichische Post Konzern aktiv genutzt: Ab 2001 expandierte er in die benachbarten Länder Südost- und Osteuropas, aber auch Westeuropas und baute dort ein fokussiertes Geschäftsportfolio mit den Schwerpunkten Paket & Logistik sowie unadressierte Werbesendungen auf. Damit hat sich der Konzern als Anbieter von spezialisierten Postdienstleistungen erfolgreich in attraktiven Marktnischen etabliert – Beispiele dafür sind Speziallogistik mit Fokus auf Kombifracht (kombinierter Transport von Paketen und Paletten), aktiv temperaturgeführte Produkte, vor allem solche der Pharmabranche, sowie Kontraktlogistik. Gleichzeitig hat sich der Österreichische Post Konzern gezielt in Wachstumsregionen positioniert. Mittlerweile stammen rund 30% des Umsatzes aus internationalen Aktivitäten, rund 3.000 Mitarbeiter sind hier beschäftigt.

Als Ergebnis ihrer erfolgreichen Expansion über die Grenzen Österreichs hinaus ist der Konzern in insgesamt zwölf Märkten mit unterschiedlichen Leistungen präsent (Stand Ende 2011). So betreibt er Werbemittel-Verteilunternehmen in Ungarn, Kroatien, Rumänien und der Slowakei und ist in diesen Ländern auch in der Zustellung von adressierten Werbesendungen in Ballungsgebieten tätig. In Ungarn, Kroatien und Rumänien ist der Österreichische Post Konzern die Nummer 1 im Bereich der unadressierten Werbesendungen. Mit dem Erwerb von 26% der rumänischen PostMaster s.r.l. wurde 2011 ein weiterer Schritt im Sinn der internationalen Wachstumsstrategie gesetzt. Speziell in Südost- und Osteuropa werden sich aufgrund der vollständigen Marktliberalisierung im Jahr 2013 interessante Wachstumschancen ergeben, auf die sich der Österreichische Post Konzern bereits heute vorbereitet. Auch in Deutschland verfügt der Konzern über eine eigene Vertriebsniederlassung – die Austrian Post International Deutschland, die deutsche Kunden mit internationalen Post-Versandlösungen betreut. Und mit der Schweizer Post gibt es ebenfalls eine vielversprechende Kooperation: Seit Anfang 2011 sind die Direct-Mail-Aktivitäten der Swiss Post Solutions und der Post-Tochter meiller direct GmbH im Rahmen eines Joint Ventures gebündelt. Das neue Unternehmen MEILLERGHP ist der führende Direct-Mail-Produzent in Deutschland und ein schlagkräftiger Player auf dem europäischen Markt für adressierte Werbesendungen.

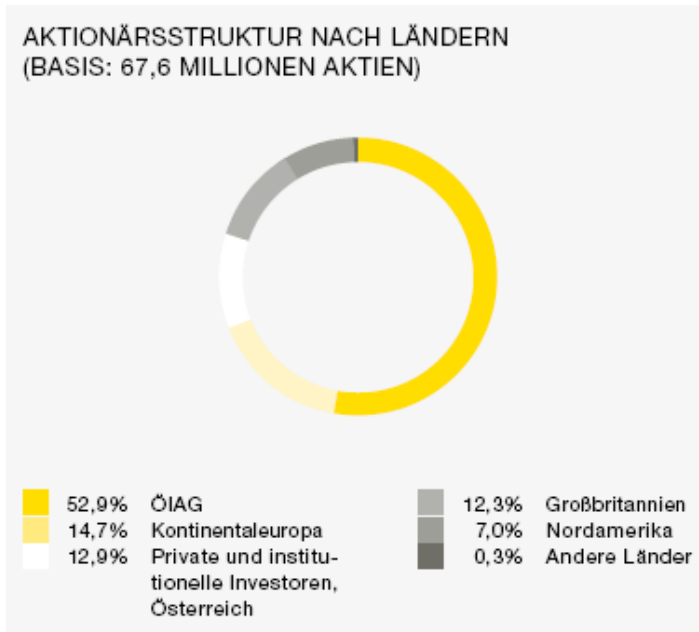
Mit integrierten Logistikdienstleistungen ist der Österreichische Post Konzern auch im belgischen, bosnischen, deutschen, kroatischen, luxemburgischen, montenegrinischen, niederländischen, serbischen, slowakischen und ungarischen Markt aktiv. Damit hat er sich erfolgreich als Spezialist in interessanten Nischen bzw. in Regionen mit hohem Wachstumspotenzial etabliert. So ist er in Deutschland Nummer 1 in der Feindistribution von Sendungen der Pharmabranche sowie in der Kombifracht. In der Slowakei, Kroatien, Serbien und Bosnien ist der Konzern Marktführer in der Zustellung von Paketen an Geschäftskunden.



Standorte des Österreichischen Post Konzerns mit Stand Ende 2011

Eigentümerstruktur der Österreichischen Post

Beim Börsengang 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 damit von zuvor 100% auf 51,0% bzw. 35,7 Mio Aktien. Bezogen auf die heute im Umlauf befindlichen 67.552.638 Aktien hält die ÖIAG 52,8% des Österreichischen Post Konzerns. 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 2012 durchgeführte Aktionärerhebung zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖIAG – 39% aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (+1 Prozentpunkt gegenüber der Erhebung im Jänner 2011). Dabei werden in Summe 13% von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (+3 Prozentpunkte), 15% in Kontinentaleuropa (–3 Prozentpunkte) und 12% in Großbritannien (+1 Prozentpunkt) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 7% der Aktien (–1 Prozentpunkt), 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%.

Im Berichtszeitraum erhaltene Preise

Die hohe Qualität des Reportings der Österreichischen Post belegen zwei Auszeichnungen für den Geschäftsbericht 2010: Erneut belegte das Unternehmen unter allen ATX-Unternehmen den 2. Platz beim Austrian Annual Report Award des Wirtschaftsmagazins „trend“. Auf internationaler Ebene wurde der Geschäftsbericht 2010 mit dem Titel „Die Werte der Post“ im Rahmen der Econ Awards für Unternehmenskommunikation in der Kategorie Geschäftsbericht/Print mit Silber ausgezeichnet.

Auch die Qualität der Briefdistribution der Österreichischen Post wurde in der Berichtsperiode neuerlich ausgezeichnet: Von insgesamt 21 Briefverteilzentren weltweit verfügen sowohl das Briefzentrum Wien als auch das Verteilzentrum Hall in Tirol über das Zertifikat „Exzellenz im Management und in der Bearbeitung von internationalen Briefsendungen“, das von der International Post Corporation (IPC) vergeben wird. Beiden Logistikzentren wurde dieses Zertifikat im Jahr 2009 für drei Jahre verliehen. Bewertet werden unter anderem Ressourcen- und Personalmanagement, Arbeitsablauforganisation sowie Qualitätskontrollsysteme und Schnittstellenkoordination mit den nationalen und internationalen Partnern. Die Verlängerung des Zertifikats über weitere drei Jahre erfolgte nach einer neuerlichen Kennzahlprüfung für das Briefzentrum Hall Ende 2011 und für das Briefzentrum Wien Mitte 2012.



3 BERICHTSPARAMETER

Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2011 und stellt die Leistungen der Österreichischen Post im Bereich der Nachhaltigkeit dar. Er knüpft damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2010 an und zeigt, wie die Österreichische Post die Themen Umweltschutz, Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern und der Gesellschaft gepaart mit wirtschaftlichen Kriterien in das Kerngeschäft integriert. Der Nachhaltigkeitsbericht der Österreichischen Post wird in einem jährlichen Turnus veröffentlicht.

Der Nachhaltigkeitsbericht 2011 besteht auch heuer wieder aus zwei unterschiedlichen, einander ergänzenden Publikationen. Der – hier vorliegende – GRI-Nachhaltigkeitsbericht (Global Reporting Initiative) gewährleistet durch seine standardisierte Struktur ein hohes Maß an Transparenz gegenüber Stakeholdern und Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen. Der ergänzende Nachhaltigkeitsbericht, der als Beilage der österreichischen Tageszeitung „Der Standard“ veröffentlicht wird, informiert eine breite Zielgruppe über die Aktivitäten und Projekte der Österreichischen Post im Nachhaltigkeitsbereich.

Berichtsabgrenzung

Der Bericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG 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 vier Jahre in die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu integrieren. Die restlichen Tochtergesellschaften erwirtschaften derzeit nur rund 5% des Konzernumsatzes und sind daher vorläufig nicht für eine Einbeziehung in die Nachhaltigkeitsberichterstattung vorgesehen.

Berichtsinhalte und Wesentlichkeit

Die Berichtsinhalte wurden nach dem Kriterium der Wesentlichkeit ausgewählt. Im GRI-Nachhaltigkeitsbericht sind all jene Nachhaltigkeitsaspekte abgedeckt, die entweder bedeutende ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Einflüsse der Organisation widerspiegeln oder maßgeblichen Einfluss auf die Beurteilung und Entscheidung von Stakeholdern haben können.

Die Beurteilung der Wesentlichkeit von Nachhaltigkeitsaspekten und einzelnen Leistungsindikatoren erfolgte in der Abteilung Investor Relations & Corporate Governance, in der auch der Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) angesiedelt ist, 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, werden von den CSR-Arbeitsgruppen definiert. Zu jedem Schwerpunktbereich – Mitarbeiter, Gesellschaft, Umwelt und Ökonomie – besteht eine Arbeitsgruppe, die sich in regelmäßigen Abständen trifft (mindestens zwei Mal jährlich). Zusätzlich werden die Nachhaltigkeitsstrategie sowie die korrespondierenden Maßnahmen einmal jährlich dem CSR-Board mit Mitgliedern aus unterschiedlichsten



Unternehmensbereichen präsentiert. Die Teilnehmer der Arbeitsgruppen bzw. des CSR-Boards stehen mit einem breiten Spektrum an Stakeholdern in laufendem Kontakt und können daher die vielfältigen Anforderungen dieser Interessensgruppen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung in die Diskussion einbringen. Eine direkte Einbeziehung der Stakeholder in den Nachhaltigkeitsprozess und in die Berichterstattung erfolgte im Juni 2012 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.

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 wurden analog zum letzten Nachhaltigkeitsbericht gewählt. Sollte es vereinzelt davon Abweichungen geben, wird diese an der entsprechenden Stelle angeführt.

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.

Berichtsmethodik

Der GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2011 der Österreichischen Post wurde gemäß dem Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI G3.1) 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 Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit unterzogen und bestätigt. Die unabhängige Bestätigung der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts.

Erklärung zum GRI-Leitfaden 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-Leitfaden 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+
G3 Angaben zum Berichtsprofil OUTPUT	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		Berichten Sie über: alle Kriterien für Ebene C und: 1.2 3.9, 3.13 4.5 – 4.13, 4.16 – 4.17		Die selben Anforderungen wie für Ebene B	
G3 Offenlegung des Managementansatzes OUTPUT	Eine Offenlegung des Managementansatzes erfolgt nicht.	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	falls der Bericht extern bestätigt wurde
G3 Leistungsindikatoren und Leistungsindikatoren in Sector Supplements OUTPUT	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.	falls der Bericht extern bestätigt wurde	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.	falls der Bericht extern bestätigt wurde	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.	falls der Bericht extern bestätigt wurde

* Sofern es für die Branche eine endgültige Version gibt

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2011 der Österreichischen Post entspricht den Anforderungen der Anwendungsebene B+ des GRI-G3.1-Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.



4 GOVERNANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT

4.1–4.9 Corporate Governance

4.1 Corporate Governance und Führungsstruktur

Gute Corporate Governance ist ein zentrales Anliegen nachhaltiger Unternehmensführung. Es geht dabei nicht nur um die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben. Vorstand und Aufsichtsrat haben den Anspruch, die Unternehmensführung und -überwachung an nationalen und internationalen Prinzipien auszurichten, um durch nachhaltige Wertschöpfung den dauerhaften Fortbestand des Unternehmens zu sichern.

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. Mit dem Bilanzstichtag 31. Dezember 2011 wurde der Vorstand der Österreichischen Post von fünf auf vier Personen verkleinert, den Vorsitz hält seit Oktober 2009 DI Dr. Georg Pölzl.

Der Aufsichtsrat der Österreichischen Post bestand im Jahr 2011 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.

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.

Als oberstes Leitungsorgan nimmt der Aufsichtsrat seine Aufgaben hinsichtlich ökonomischer sowie sozialer und ökologischer Verantwortung des Unternehmens wahr. Der Vorstand trägt die Verantwortung und Aufgabe, nachhaltigkeitsrelevante Sachverhalte in die höchsten Entscheidungsgremien und -prozesse einzubringen, um eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensentwicklung zu gewährleisten. Wesentliche unternehmerische Entscheidungen betreffend soziale Aspekte werden im Einklang mit dem Unternehmensleitbild der Österreichischen Post und auf Basis der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen getroffen.

Details zur Zusammensetzung und Arbeitsweise des Vorstands sowie des Aufsichtsrats finden Sie im Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 10ff.

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 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 13.

4.2 Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgans

Der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans, des Aufsichtsrats der Österreichischen Post, ist nicht gleichzeitig Geschäftsführer des Unternehmens. Seit der Hauptversammlung 2011 hat Mag. Markus Beyrer das Mandat des Aufsichtsratsvorsitzenden inne. Er folgte in dieser Funktion Herrn Dr. Peter Michaelis nach.

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 verfügte im Geschäftsjahr 2011 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 2011 sind im Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 12 und 13 angeführt.

Mit dem Bilanzstichtag 31. Dezember 2011 wurde der Vorstand der Österreichischen Post von fünf auf vier Personen verkleinert, den Vorsitz hält seit Oktober 2009 DI Dr. Georg Pözl. Die Zusammensetzung des Vorstandes im Geschäftsjahr 2011 ist im Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 10 und 11 angeführt.

4.4 Mitsprachemöglichkeiten von Mitarbeitern und Anteilseignern

Das österreichische Aktiengesetz enthält detaillierte Bestimmungen über die Ausübung von Aktionärsrechten in der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft. Dazu zählen vor allem das Frage- und Stimmrecht sowie das Anfechtungsrecht. Bei der Hauptversammlung 2012 wurde wieder die Möglichkeit geboten, das Stimmrecht via Briefwahl auszuüben. Im Rahmen der Hauptversammlung 2012 wurde auf Anfrage von Aktionären auch eine Reihe an nachhaltigkeitsrelevanten Themen behandelt. Zu den zentralen Themen zählten die Auswirkungen des Strukturwandels auf die Mitarbeiter des Unternehmens sowie die Gewährleistung der Versorgungssicherheit mit Post-Dienstleistungen, aber auch ökologische Aspekte wie die CO₂ neutrale Zustellung oder der Ausbau des E-Fuhrparks.

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). 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 Zielerreichungskomponenten, wobei sowohl die quantitativen als auch die qualitativen Leistungsindikatoren nachhaltigkeitsrelevante Komponenten enthalten. Für das Geschäftsjahr 2011 sind beispielsweise Ziele zu den Themen Versorgungssicherheit und Erhöhung der Kunden-Convenience durch neue Selbstbedienungslösungen im Zielkatalog inkludiert.

Für den Vorstand sowie für leitende Führungskräfte der Österreichischen Post besteht darüber hinaus ein „Long Term Incentive“-Programm, das auf die Vergütung des Managements im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung abzielt.

Weitere Informationen über die Höhe und Ausgestaltung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung können dem Vergütungsbericht entnommen werden (Geschäftsbericht 2011, Teil 2 – Zahlenwerte, Seite 15).

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 offenzulegen. Gerät der Vorsitzende in Interessenkonflikte, hat er diese unverzüglich einem Stellvertreter offenzulegen.

Interessenskonflikte des Vorstands werden zum einen durch die Bestimmungen des österreichischen Aktiengesetzes vermieden (beispielsweise: § 79 AktG Wettbewerbsverbot, § 80 Kreditgewährung). Zum anderen normiert die Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat eine generelle Zustimmungspflicht des Präsidiums zu den Nebenbeschäftigungen der Mitglieder des Vorstandes.

Darüber hinaus sieht die Geschäftsordnung für den Vorstand 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 sechs der zwölf Mitglieder unter 50 Jahre alt und zwei Mitglieder nichtösterreichischer Nationalität sind. Seit der Wahl der Aufsichtsräte in der Hauptversammlung am 28. April 2011 befinden sich mit Frau Dr. Edith Hlawati und Frau Elisabeth Stadler zwei Frauen unter den Mitgliedern des Aufsichtsrates.

Die Bestellung der Mitglieder des Vorstandes erfolgt gemäß Stellenbesetzungsgesetz. Im Vordergrund stehen jene besonderen Kenntnisse und fachlichen Fähigkeiten, die im Hinblick auf die Erfüllung der Aufgaben zu erwarten sind. Darüber hinaus ist insbesondere auf die Führungskompetenz und die organisatorischen bzw. sozialen Fähigkeiten Bedacht zu nehmen.

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

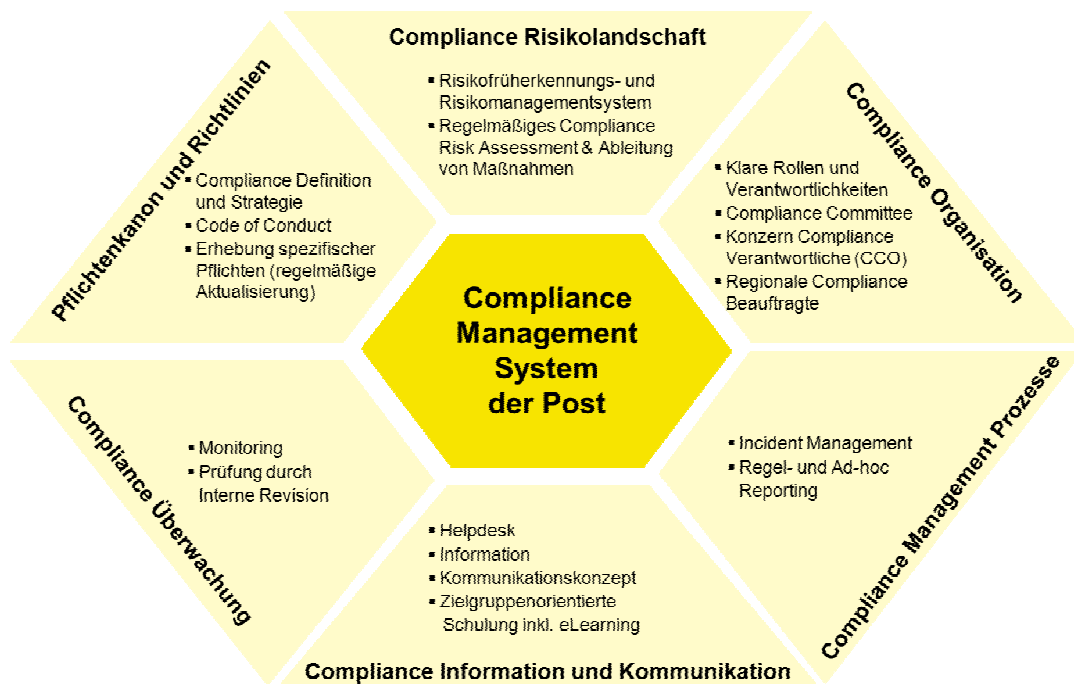
Zu den thematischen Schwerpunkten Kapitalmarkt-Compliance und Antikorruption des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post wurden spezifische, unternehmensweit geltende Richtlinien erlassen: Die Compliance-Richtlinie entspricht den geltenden österreichischen Kapitalmarktvorschriften sowie 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 und -vergabe zulässig ist, um Bestechung bzw. Korruption sowie mögliche Interessenskonflikte zu verhindern.

Der im Geschäftsjahr 2010 entwickelte und 2011 veröffentlichte und konzernweit kommunizierte 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.



Im Jahr 2011 wurde zudem ein Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post entwickelt, der die Auftragnehmer der Post sowie deren Subauftragnehmer und Zulieferer zur Beachtung rechtlicher und sozialer Mindeststandards verpflichtet. Dieser Kodex wurde Anfang 2012 an die größten Lieferanten der Österreichischen Post verschickt.

Das Compliance-Management-System der Post



Neues Leitbild – neue Werte

Die Österreichische Post arbeitet nicht nur intensiv an ihren Produkten und Services, sondern auch an sich selbst. Dazu zählt an vorderster Front die Unternehmens- und Führungskultur, die in den letzten Jahren auf grundlegend neue Beine gestellt wurde. Denn nur klare gemeinsame Visionen und Wertvorstellungen ermöglichen es einem Unternehmen, zielorientiert und nachhaltig zu handeln. Am Beginn stand 2010 die Entwicklung eines neuen Leitbildes. Mit seiner Formulierung verband die Österreichische Post mehrere Ziele, die sich aus den Veränderungen ihres Marktes und ihrer eigenen Tätigkeit, aber auch der Wirtschaft und der Arbeitswelt insgesamt ergaben.

Wichtig war dem Vorstand dabei die Einbeziehung einer möglichst großen Zahl von Mitarbeitern aus allen Bereichen, um das neue Wertegerüst auf ein möglichst solides Fundament zu stellen. Deshalb waren am Entwurf für das neue Leitbild in einem breit angelegten, mehrstufigen Top-down-/Bottom-up-Prozess auch rund 500 Mitarbeiter aktiv beteiligt. Ergebnis dieses eingehenden Analyse- und Diskussionsvorgangs waren drei Wertekategorien mit entsprechenden Leitsätzen:



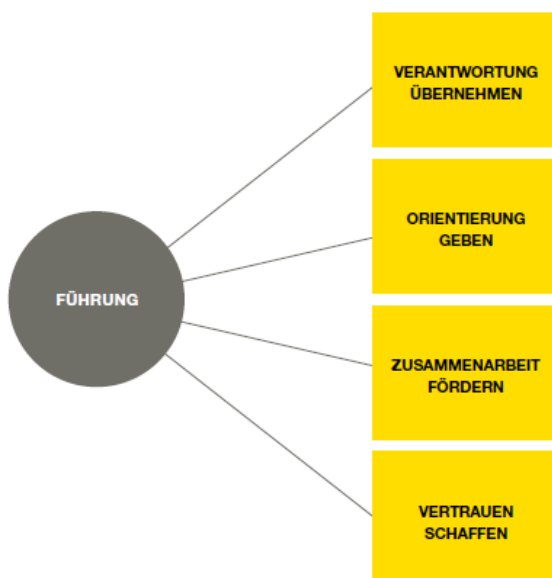
- Kundenorientierung: Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt.
- Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit: Wir handeln zukunftsorientiert.
- Kommunikation und Wertschätzung: Wir alle sind die Post.

Eine Vielzahl von Maßnahmen dient nun dem Ziel, das neue Leitbild in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umzusetzen und zu verankern. Denn nur, wenn es bewusst gelebt wird, erfüllt es seinen Zweck: Einen kulturellen Wandel im Umgang miteinander, mit Kunden und Partnern zu erzielen, die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken und die Attraktivität der Post als Arbeitgeber zu steigern.

Aus dem Leitbild entstehen Führungsleitlinien

Dafür sollen vor allem die Führungskräfte als Wertebotschafter eingesetzt werden. Um ihnen dabei eine Orientierungshilfe zu geben, wurden im Jahr 2011 neue Führungsleitlinien erarbeitet. Sie dienen als verbindende Klammer zwischen den mehr als 2.000 Führungskräften des Konzerns. In einer Konferenz mit rund 300 von ihnen wurden dafür zunächst vier zentrale Leitwerte erarbeitet und festgelegt. Um daraus konkrete Führungsleitlinien zu entwickeln, folgte eine Reihe von Workshops mit 162 Führungskräften und Mitarbeitern aus allen Bereichen und Regionen.

DIE FÜHRUNGSLEITLINIEN DER
ÖSTERREICHISCHEN POST BASIEREN
AUF VIER LEITWERTEN



Wie diese Leitlinien konkret in den Alltag umgesetzt werden können, erörterten im September und Oktober 2011 insgesamt rund 1.350 leitende Mitarbeiter bei drei Führungskräfte tagen in Wien, Salzburg und Graz. In regen Diskussionen entwickelten sie vielfältige Ansätze, wie Führungskräfte zur Übernahme von Verantwortung und zu einer



wertekonformen Führung motiviert werden können. Diese wurden in großen Teilen bereits umgesetzt und im Arbeitsalltag verankert.

Die Österreichische Post setzt auf eine klare gemeinsame Werteordnung als Basis für wirtschaftlichen Erfolg. Die erfolgreiche Entwicklung von Unternehmen bedarf des gemeinsamen Verständnisses von Zielen auf der Grundlage von Werten, Leitlinien und Verhaltensgrundsätzen. Darauf basierend leitet sich auch der Code of Conduct ab, ein für alle Mitarbeiter verbindlicher Verhaltenskodex.



4.9 Verfahren zur Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung

Derzeit findet kein spezielles Kontrollverfahren durch das höchste Leitungsorgan, 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.

4.10 Leistungsbeurteilung des höchsten Leitungsorgans bezüglich Nachhaltigkeit

Für den Aufsichtsrat gibt es hierzu kein formales Verfahren. In der für das Geschäftsjahr 2011 durchgeführten Selbstevaluierung des Aufsichtsrats wurde festgehalten, dass das Thema Nachhaltigkeit/CSR verstärkt im Aufsichtsrat zu behandeln ist.

Die variablen Gehaltsbestandteile des Vorstandes hängen vom Erreichungsgrad der festgelegten ökonomischen und gesellschaftlich/sozialen Ziele ab. Die Festlegung der Zielerreichung erfolgt zwischen dem Präsidium und den Mitgliedern des Vorstandes.



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 die Bemühungen, die Umwelteinflüsse des 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 2011.

Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption ist die Österreichische Post im Jahr 2011 Transparency International als korporatives Mitglied beigetreten.

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.

Auch im Jahr 2011 hat sich die Österreichische Post bei internationalen Programmen wie dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ der europäischen Post-Interessenvertretung PostEurop sowie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Postal Corporation (IPC) weiter engagiert.

4.13 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessenvertretungen

Die Österreichische Post ist Mitglied in einigen nationalen Verbänden und Interessenvertretungen, wie beispielsweise der Wirtschaftskammer Wien, dem Aktienforum 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).

Seit 2012 ist die Österreichische Post außerdem Mitglied der Initiative Green Freight Europe, die auf die Reduktion von CO₂-Emissionen im Straßentransport abzielt.



Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption ist die Österreichische Post im Jahr 2011 auch Transparency International als korporatives Mitglied beigetreten.

4.14–4.17 Einbindung von Stakeholdern

4.14 Einbezogene Stakeholder-Gruppen

Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Österreichischen Post orientieren sich immer an den Ansprüchen und Erwartungen ihrer Stakeholder. Unterschiedliche Interessengruppen nehmen die unternehmerische Verantwortung der Österreichischen Post unterschiedlich wahr bzw. setzen jeweils andere Erwartungen in das Unternehmen.

STAKEHOLDER-GRUPPEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST				
Kunden	Eigentümer	Mitarbeiter	Geschäftspartner	Branchenvertreter
Gesellschaft	Umwelt	Gemeinden	Regulierungsumfeld	Medien

4.15 Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder

Der Stakeholder-Begriff ist im Unternehmen sehr breit gefasst, da die Österreichische Post als einer der größten Arbeitgeber des Landes und Universalanbieter für Post-Dienstleistungen sehr hohe gesellschaftliche Bedeutung genießt. Die für die Österreichische Post relevanten Stakeholder-Gruppen wurden im Jahr 2011 im Rahmen von CSR-Arbeitsgruppen-Meetings diskutiert und teilweise neu geclustert, um noch spezifischer auf die Anforderungen der jeweiligen Stakeholder-Gruppe eingehen zu können.

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 NGO aufgenommen.

4.16 Ansätze für die Einbeziehung der Stakeholder

Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Österreichischen Post orientieren sich an den Ansprüchen und Erwartungen ihrer Stakeholder, wobei unterschiedliche Interessengruppen jeweils andere Erwartungen in das Unternehmen setzen. Daher steht die Österreichische Post über verschiedenste Kanäle im laufenden Dialog mit ihren Stakeholdern und lädt sie zu Interaktion und Feedback ein. Im Rahmen des Stakeholder-Managements gilt es, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen sowie konkretes Wissen über die Erwartungen der Stakeholder zu erhalten sowie gute Beziehungen zu stärken bzw. neu zu schaffen.



Daher sind eine transparente Kommunikation sowie ein offener Dialog Schlüsselfaktoren, um rechtzeitig potenzielle 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 sind die CSR-Arbeitsgruppen sowie 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 2011 an diversen Arbeitsgruppen in Ministerien oder Nachhaltigkeits-Plattformen teil.

Vor diesem Hintergrund fand am 26. Juni 2012 der 2. Stakeholder Roundtable der Österreichischen Post statt. Mit dem Ziel, Impulse für zukünftige Nachhaltigkeitsaktivitäten zu erhalten, diskutierten rund 30 Stakeholder gemeinsam mit Generaldirektor Georg Pölzl und Vertretern des Managements über für das Unternehmen relevante Schlüsselthemen. Die Stakeholder stellten hierbei auch konkrete Forderungen an das Management der Österreichischen Post, die sowohl in die Gestaltung der Nachhaltigkeitsstrategie und korrespondierende Maßnahmen einbezogen werden als auch im vorliegenden Bericht entsprechend aufgegriffen werden.

4.17 Zentrale Themen Stakeholder

Im Rahmen des laufenden Dialogs mit Stakeholdern im Jahr 2011 zeigten sich fünf Schlüsselthemen, welche für die Interessensgruppen von hoher Bedeutung sind und demnach auch im Stakeholder Roundtable im Juni 2012 aufgegriffen wurden. Je eine Gruppe befasste sich in der Diskussion mit einem der fünf folgenden Schlüsselthemen und fasste ihre Ergebnisse in Folge für das gesamte Plenum zusammen:

- Gestaltung von Rahmenbedingungen
- Leistungsversprechen und Marktumfeld
- Qualifikation und Wandel
- Verantwortung gegenüber der Gesellschaft
- Einfluss auf die Umwelt

Die Stakeholder stellten zu den einzelnen Themenbereichen konkrete Forderungen an das Management der Österreichischen Post. Wesentliche Forderungen wurden in einem Protokoll der Veranstaltung zusammengefasst und allen teilnehmenden Stakeholdern zur Verfügung gestellt. Die Anliegen der Stakeholder werden sehr ernst genommen und nach Möglichkeit zielgerichtet in das Nachhaltigkeitsmanagement integriert.

Im Bereich „Gestaltung von Rahmenbedingungen“ lagen Schwerpunkte der Diskussion auf der Flexibilisierung des Beamtendienstrechts sowie der Anpassung der



Rahmenbedingungen an neue Strukturen bzw. Anforderungen, wie beispielsweise durch die E-Substitution. Die Österreichische Post sollte ihren Fokus auf die Absicherung und Weiterentwicklung des Kerngeschäfts richten.

Die Gruppe zum Thema „Leistungsversprechen und Marktumfeld“ strich die Relevanz der Entwicklung maßgeschneiderter Speziallösungen für Business-Kunden hervor und begrüßte neue Selbstbedienungslösungen für Privatkunden, wobei die Österreichische Post diese noch proaktiver kommunizieren sollte.

Die Anforderungen im Bereich Personalqualifikation wurden in der Gruppe „Qualifikation und Wandel“ besprochen. Als eines der wichtigsten Ziele der Österreichischen Post wurde die Erhaltung der Leistungsfähigkeit bis zum gesetzlichen Pensionseintrittsalter diskutiert, wobei hier sowohl weitere gezielten Maßnahmen von Unternehmensseite als auch die Eigenverantwortung der Mitarbeiter gefordert wurden. Als weitere Ziele wurden die Positionierung der Post als attraktiven Arbeitgeber als auch die Fortsetzung des sozialverträglichen Personalabbaus definiert.

Im Bereich „Verantwortung gegenüber der Gesellschaft“ wird speziell dem Thema Versorgungssicherheit (v.a. Strukturwandel im Filialnetz, Ausbau des Post Partner-Netzes) hohe Bedeutung beigemessen. Die Österreichische Post muss hier Verantwortung übernehmen, wobei die Ausdünnung des ländlichen Raums auch ein Thema der Politik ist. Diskutiert wurde auch die Vorbildwirkung der Österreichischen Post, die sie sowohl als Partner von karitativen Organisationen als auch durch Kommunikationsmaßnahmen im Umweltbereich noch stärker wahrnehmen sollte.

Die Gruppe „Einfluss auf die Umwelt“ diskutierte Potenziale, die weitere CO₂-Einsparungen ermöglichen. Neben der weiteren Vermeidung der Emissionen und Effizienzsteigerung wurde vor allem die Gewinnung erneuerbarer Energien durch die Nutzung der Logistikzentren für die Errichtung von Verteilzentren gefordert. Positiv hervorgehoben wurde die Pionierrolle im Rahmen der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT inklusive des Ausbaus des E-Fuhrparks. Die Gruppe regte an, diese Initiative noch stärker zu kommunizieren, um damit auch zur Bewusstseinsbildung der Gesellschaft in diesem Bereich beizutragen.



ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

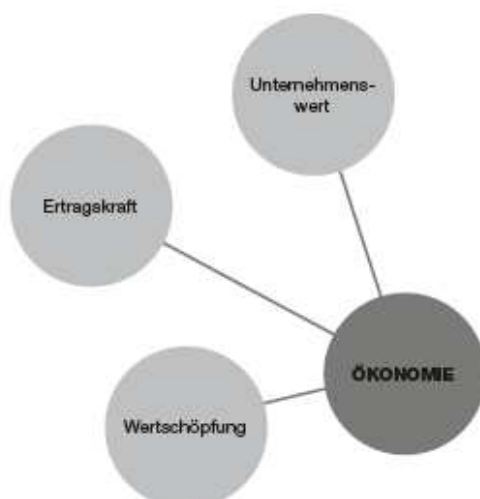
Die Österreichische Post verfolgt das Ziel, ihre Marktführerschaft zu sichern und auszubauen sowie langfristig weiter zu wachsen. Gezielte strategische Maßnahmen sollen dazu beitragen. Das grundsätzliche Ziel, die Ertragskraft langfristig zu sichern, hat dabei oberste Priorität im Management der Österreichischen Post. Nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale und ökologische Bedürfnisse zu erfüllen.

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

- Die Österreichische Post wird ihre Dienstleistungen kundenorientiert weiterentwickeln, um auch langfristig erfolgreich zu sein (Umsatzanstieg von 1–2% pro Jahr sowie eine solide Profitabilität mit einer EBITDA-Marge von 10–12%).
- Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette bewusst und möchte für alle Stakeholder Werte schaffen (shared value).
- Die Post will den Eigentümern einen nachhaltigen Total Shareholder Return (Wertsteigerung und Verzinsung des eingesetzten Kapitals) liefern, um damit die Eigentümererwartungen sicherzustellen.

Diese ökonomischen Ziele gelten auch für den gesamten Österreichischen 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 2011 folgendes Bild:

Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	2009	2010	2011
Umsatzerlöse	1.620,0	1.595,0	1.635,7
Sonstige betriebliche Erträge	83,0	73,1	77,6
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-258,3	-266,5	-280,1
Personalaufwand	-994,8	-974,8	-935,2
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-211,2	-212,5	-242,6
Beteiligungsergebnis	-14,7	30,1	-57,5
Abschreibungen	-64,7	-67,0	-72,7
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	159,3	177,4	125,2
Sonstiges Finanzergebnis	0,3	3,9	5,9
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	159,6	181,3	131,1
Steuern	-39,7	-32,8	-38,2
Jahresüberschuss	119,9	148,6	92,9

Der Umsatz der Österreichischen Post auf Einzelgesellschaftsebene konnte im Jahr 2011 um 2,6% auf 1.635,7 Mio EUR gesteigert werden. Zuwächse wurden dabei in der Division Paket & Logistik (+7,1%) und Brief (+3,7%) verzeichnet. Die in der Division Filialnetz erzielten Umsätze gingen im selben Zeitraum um 13,5% zurück. Im Jahr 2011 gab es mit 250 Arbeitstagen zwei Werktage weniger als in der Vergleichsperiode des Vorjahres (252 Arbeitstage).

Die Verteilung des Umsatzes auf die einzelnen Divisionen zeigt die hohe Bedeutung der Division Brief, auf die ein Anteil von 78% vom Gesamtumsatz entfällt. Die Division Paket & Logistik trug mit 14% zum Umsatz bei. Die Division Filialnetz erwirtschaftete 8% des Gesamtumsatzes.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 6,1% auf 77,6 Mio EUR gestiegen und haben einen Anteil von 4,7% an den Umsatzerlösen. Der Aufwand für Material und bezogene Leistungen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5,1% auf 280,1 Mio EUR. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen um 14,2% auf 242,6 Mio EUR.

Der Personalaufwand ist mit einem Anteil von 57,2% an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post und ist im Berichtszeitraum um 4,1% auf 935,2 Mio EUR gesunken.



Das Beteiligungsergebnis reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 87,6 Mio EUR aufgrund im Geschäftsjahr 2011 durchgeführter außerplanmäßiger Abschreibungen auf Beteiligungen im Zusammenhang mit der trans-o-flex-Gruppe Deutschland sowie geringeren Beteiligungserträgen im Vergleich zum Vorjahr.

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der Österreichischen Post stiegen 2011 um 8,5% auf 72,7 Mio EUR. Dies ist ein Anteil von 4,4% am Umsatz. Der Anstieg ist auf erhöhte außerplanmäßige Abschreibungen auf Gebäude zurückzuführen.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) der Österreichischen Post reduzierte sich 2011 auf 125,2 Mio EUR. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug im Geschäftsjahr 2011 131,1 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 38,2 Mio EUR ergibt sich ein Jahresüberschuss in Höhe von 92,9 Mio EUR. Unter Berücksichtigung der Auflösung von un versteuerten Rücklagen sowie des Gewinnvortrages lag der Bilanzgewinn 2011 bei 134,6 Mio EUR.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie im Geschäftsbericht 2011 (Teil 2 – Zahlenwerte).

Wertschöpfungsbetrachtung

Die Österreichische Post verfolgt das Ziel, nachhaltige Wertschöpfung für ihre Stakeholder und damit für die Republik Österreich zu generieren. Die vom Unternehmen generierte Wertschöpfung setzte sich im Jahr 2011 wie folgt zusammen und wurde auf folgende Stakeholder-Gruppen verteilt (Einzelabschluss nach österreichischem UGB):

Wertschöpfungsbetrachtung (in Mio EUR)	2009	2010	2011
Entstehung:			
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.703,0	1.668,2	1.713,4
abzgl. Vorleistungen	-534,2	-546,0	-595,5
davon Material und bezogene Leistungen	-258,3	-266,5	-280,1
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-211,2	-212,5	-242,6
Wertschöpfung	1.168,8	1.122,1	1.117,9
Verteilung:			
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Sozialaufwand)	994,8	974,8	935,2
an Aktionäre (Dividende)	101,3	108,1	114,8
an den Staat (Steuern)	39,7	32,8	38,2
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	2,0	1,9	2,2
an Fremdgesellschafter	0,0	0,0	0,0
Restbetrag	31,0	4,6	27,5
Wertschöpfung	1.168,8	1.122,1	1.117,9



Dem von der Österreichischen Post im Jahr 2011 erwirtschafteten Umsatz von 1.713,4 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 595,5 Mio EUR gegenüber. Die sich daraus ergebende Wertschöpfung der Österreichischen Post von 1.117,9 Mio EUR verteilte sich zum Großteil auf die Mitarbeiter: direkt in Form von Gehältern und Löhnen bzw. indirekt durch den damit verbundenen Sozialaufwand. Insgesamt entfielen damit auf die Mitarbeiter 935,2 Mio EUR. An die Aktionäre gingen für 2011 insgesamt 114,8 Mio EUR an Dividende, der Staat Österreich ist mit 52,8% beteiligt, erhielt demnach also 60,6 Mio EUR als Aktionär. In Form von Steuern flossen zusätzlich 38,2 Mio EUR an den Staat.

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. Demzufolge 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, 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 Post-Dienstleistungen und trägt dadurch zur Aufrechterhaltung der Infrastruktur im ländlichen Raum bei. Nur die Österreichische Post bringt täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich. Sie ist ein verlässlicher Partner und sichert die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Post-Dienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. So gelangen mehr als 96% der Briefe bereits am nächsten Werktag zum Empfänger.

Die Österreichische Post ist dabei immer in der Nähe ihrer Kunden: Mit 1.880 Standorten mit Ende 2011 zählt ihr Filialnetz zu den größten Privatkundennetzen des Landes. Ein großer Teil dieser Standorte wird von Post Partnern betrieben. Dies sind Nahversorger in unterschiedlichsten Branchen, die zusätzlich zu ihrem eigenen Sortiment Produkte und Services der Österreichischen Post anbieten. Das Konzept ist ein voller Erfolg. Es sichert die effiziente Versorgung der Bevölkerung mit Post-Dienstleistungen, fördert wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum und bietet längere Öffnungszeiten.



Und auch die Kunden sind mit ihren Post Partnern sehr zufrieden, wie eine im Jahr 2011 durchgeführte Studie belegt (Online-Befragung, Samplegröße 6.801 Kunden): 86% der Befragten sind mit ihrem Post Partner sehr zufrieden. Deshalb setzte die Post den Ausbau des Post Partner-Netzes auch im Jahr 2011 konsequent fort. Verfügte das Unternehmen Anfang 2010 noch über 418 Kooperationspartner, erhöhte sich die Zahl auf 1.258 per Ende 2011 – Tendenz weiter steigend. Das Konzept soll in Zukunft verstärkt auch in Ballungsräumen umgesetzt werden und wird auch im Jahr 2012 weiter optimiert (per Ende Juni 2012 bereits 1.283 Post Partner).

Weitere Informationen finden Sie auch beim Indikator SO1 auf der Seite 69.



ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

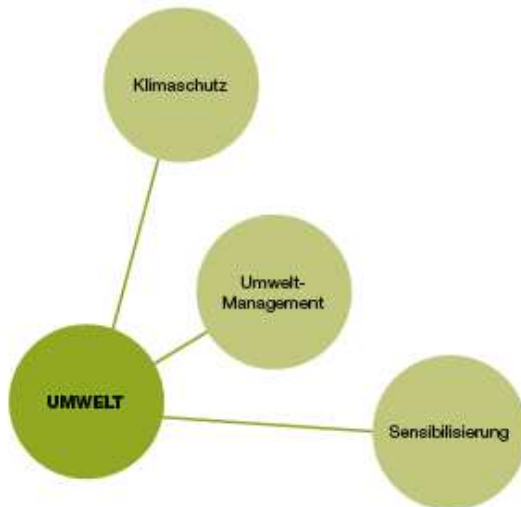
Die Österreichische Post ist sich ihrer Verantwortung gegenüber der Umwelt bewusst und sucht daher laufend nach Optimierungspotenzialen, um ihren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Neben umfangreichen eigenen Maßnahmen im Bereich Klimaschutz nimmt sie auch aktiv an Projekten wie dem „Greenhouse Gas Reduction Programme“ von PostEurop oder dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Postal Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen abzielen. In den vergangenen Jahren konnten bei der Reduktion der im Rahmen der Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen sowie der Senkung des Energieverbrauchs bereits große Erfolge verbucht werden. Das gesetzte Ziel der CO₂-Reduktion um 10% von 2007 bis 2012 wird voraussichtlich plangemäß erreicht, da bereits von 2007 bis 2011 15,8% der CO₂-Emissionen eingespart werden konnten. Etwas unter Plan liegt die Österreichische Post bei den geplanten Energieeinsparungen von minus 10%, wobei mit der Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen bereits Maßnahmen gesetzt wurden, um die Umweltauswirkungen des höheren Energieverbrauchs zu minimieren. Die von 2007 bis 2011 erzielten Einsparungen beim Energieverbrauch liegen bei 4,0%.

Daher hat sich die Österreichische Post bezüglich CO₂-Reduktion nun noch ambitioniertere Ziele gesetzt: Von 2010 bis 2015 soll der CO₂-Ausstoß inkl. Frächter sogar um 20% reduziert werden. Dies ist der Österreichischen Post jedoch noch nicht genug, denn auch die verbleibenden Emissionen werden jährlich durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten kompensiert. So werden alle Sendungen – egal ob Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften oder Pakete – klimaneutral zugestellt. Kommuniziert wird diese Initiative unter dem Titel CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT. Die Initiative ist der Beweis, dass man auch im Logistikgeschäft wirtschaftliches Denken und umweltschonendes Handeln vereinen kann. Da diese Initiative mit Beginn des Jahres 2011 gestartet wurde, legte die Österreichische Post den Start der neuen Zielperiode zur Reduktion der CO₂-Emissionen mit 2010 fest. Damit können mit Ende der Zielperiode Ende 2015 die Auswirkungen der neuen Initiative und der begleitenden Maßnahmen evaluiert werden.

Mit der Reduktion der CO₂-Emissionen ist es jedoch noch nicht getan – so hat sich die Post auch das Ziel gesetzt, ihr internes Umweltmanagement weiter zu professionalisieren. Zudem sieht es das Unternehmen als seine Verantwortung, seine gesellschaftliche Stellung als eines der wichtigsten Dienstleistungsunternehmen des Landes für die Sensibilisierung von Stakeholdern sowie Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern für das Thema Umwelt- und Klimaschutz zu nutzen. Denn 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 und damit den Planeten für die nächsten Generationen zu erhalten.

Ökologische Ziele

- Reduktion der CO₂-Emissionen und jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen
- Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagementsystems
- Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz



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	2009	2010	2011
Papierverbrauch (t)	426,4	337,1	397,4
davon Kopierpapier	426,4	337,1	294,3
davon Drucksorten (exkl. Werbeaussendungen) ¹	k.A.	k.A.	103,1
davon Recyclingpapier	2,6	25,3	62,0

¹ Drucksorten (exkl. Werbeaussendungen) wurden erstmals 2011 erfasst.

Im Jahr 2011 wurde die Datenerfassung weiter optimiert und erstmals auch Papierverbräuche durch Drucksorten (exkl. Werbeaussendungen) erfasst. Im Bereich Kopierpapier ist es zudem gelungen, eine weitere Reduktion des Papierverbrauchs zu erreichen und gleichzeitig den Einsatz von Recyclingpapier bedeutend zu steigern. Der Rückgang des gesamten Papierverbrauchs ist hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass nur mehr das tatsächlich benötigte Papier direkt vom Lieferanten bezogen wird, anstatt Papier bei der Post zu lagern.



ASPEKT: ENERGIE

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

Umweltkennzahlen	2009	2010 ¹	2011 ²
Verbrauch signifikanter Ressourcen (Mio kWh)			
Gesamt	170,7	164,7	158,0
Erdgas	33,6	35,1	33,0
Heizöl	11,3	9,3	9,7
Fernwärme	37,2	46,6	40,3
Strom	88,6	73,7	75,0
davon Strom aus erneuerbaren Energien	-	-	32,4
Gebäudenutzflächen (m²)	1.220.988	1.186.753	1.130.165
davon im Unternehmensbesitz	766.045	748.936	695.840
davon vermietete Flächen	233.838	233.073	228.885
Treibstoffmenge: Benzin, Super, Diesel, Erdgas (Mio Liter)³	15,29	15,21	14,60
davon Diesel ³	14,90	14,75	14,15

¹ Aufgrund einer optimierten Datenerfassung im Bereich Gebäude wurden diese Kennzahlen für das Jahr 2010 revidiert.

² In den Gebäudekennzahlen sind alle Verbrauchsabrechnungen für 2011 enthalten, die mit Stichtag 03.08.2012 bei der Österreichischen Post eingelangt sind (ca. 90%). Der verbleibende Anteil (auf 100%) sind Hochrechnungswerte.

³ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten.

Ab dem Geschäftsjahr 2010 wurden die Umweltkennzahlen der Österreichischen Post um Verbräuche in angemieteten bzw. vermieteten Flächen bereinigt und damit dem Ziel des Nachhaltigkeitsberichts 2010 Rechnung getragen, die Datenerfassung im Gebäudebereich weiter zu optimieren. In der Vergangenheit wurden vermietete Flächen, für welche die Energieversorgung nicht durch eigene Lieferverträge und/oder Subzählerablesungen erfolgte, in die Umweltbilanz der Österreichischen Post inkludiert. Gleichzeitig wurden angemietete Flächen ohne vorliegende Energiedaten in den Umweltkennzahlen nicht erfasst. Nun werden den Nutzflächen der betroffenen angemieteten und vermieteten Immobilien basierend auf dem aktuellen Energiemix der Österreichischen Post Ressourcenmengen zugeordnet sowie in Folge in die Umweltbilanz der Post inkludiert (angemietet) bzw. exkludiert (vermietet). Die Bereinigung erfolgte rückwirkend für das Geschäftsjahr 2010, um für die neue Zielperiode von 2010 bis 2015 eine konsistente Datenbasis zu gewährleisten.



EN5 Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen

Höhere Ökoeffizienz im Fuhrpark

Im Rahmen ihrer Klimaschutzstrategie ist die Österreichische Post bestrebt, ihre Transporte (9.650 Fahrzeuge inkl. Fahrräder) so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Zwar werden ein Teil der Zustellregionen (Rayone) mit dem Fahrrad oder zu Fuß erledigt (über 20% aller Zustellregionen sind Fuß- bzw. Fahrrad-Rayone), dennoch gilt es, gerade in diesem Bereich Potenziale nachhaltig zu heben. Einerseits setzt die Post laufend auf den Ausbau des Anteils der Fahrzeuge mit alternativen Antriebstechnologien, andererseits ist die Post bemüht, die Ökoeffizienz im Transportbereich zu steigern. Dazu gehört unter anderem eine kontinuierliche Optimierung der Routenplanung: Leerfahrten werden vermieden, die Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge konsequent verbessert und die Anzahl der Transportkilometer verringert. Ebenso optimieren auch eine moderne Fahrzeugflotte und deren regelmäßige Servicewartungen die Effizienz im Fuhrpark.

E-Mobility

Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Lebensministeriums verfügte die Post mit Anfang 2012 bereits über 265 E-Fahrzeuge, davon 247 einspurige und 18 zweispurige E-Fahrzeuge sowie 77 Erdgas-Fahrzeuge. Während sich einspurige E-Fahrzeuge bereits seit längerem im Fuhrpark der Österreichischen Post befinden, begab sich das Unternehmen 2011 mit dem Ankauf von 18 E-Autos auf völlig neues Terrain. Neben zehn Renault Kangoo hat die Post derzeit acht elektrische Citroëen Berlingo im Einsatz. Die Umstellung für die Zusteller war zu Beginn noch relativ groß, vor allem die fehlende Geräuschkulisse war gewöhnungsbedürftig. Probleme gab es teilweise noch bei den extrem tiefen Temperaturen des heutigen Winters. Eines der Learnings der ersten Testphase war auch, die Schulungen der Fahrer noch weiter zu intensivieren, da v.a. defensives bzw. effizientes Fahren bei Elektromobilität noch stärker im Vordergrund stehen muss. Insgesamt fällt das erste Resümee der Testphase positiv aus. Die Österreichische Post setzt daher auch weiterhin verstärkt auf diese Zukunftstechnologie.

So plant die Österreichische Post, ihren E-Fuhrpark nun bedeutend zu erweitern und will diesen bis 2015 auf über 1.300 E-Fahrzeuge ausbauen. Da E-Mobilität derzeit noch nicht wirtschaftlich darstellbar ist, ist die Österreichische Post dafür auf Förderungen angewiesen. Für die nächsten Jahre hat die Post mit dem Klima- und Energiefonds der Bundesregierung und dem klima:aktiv mobil-Programm des Lebensministeriums Partner an ihrer Seite, die sie beim Vorhaben, die E-Flotte weiter auszubauen, durch Förderungen und Know-how stark unterstützt.

Die Österreichische Post ist mit ihrer Modellregion für E-Mobilität, „E-Mobility Post“, eine von acht Modellregionen in Österreich. Im Rahmen dieses Programms plant das Unternehmen von 2012 bis 2015 rund 300 E-Autos, 300 E-Mopeds und über 500 E-Fahrräder zu beschaffen, um den praktischen Einsatz im Zustellverkehr zu testen und zu erforschen. Der konkrete Ausbau der E-Flotte bis zum Jahr 2015 hängt von der Eignung der Fahrzeuge für den postalischen Betrieb sowie neuen Innovationen der Anbieter, die voraussichtlich in Kürze auf den Markt kommen, ab. Im Rahmen der Modellregionen setzt der Klima- und Energiefonds auf Gesamtlösungen, in denen der Strom für den sauberen



PKW-Antrieb aus zusätzlichen, erneuerbaren Stromquellen kommen muss. Daher wird die Österreichische Post in den nächsten Jahren auch eine eigene Photovoltaikanlage errichten, die die gesamte E-Flotte der Post mit sauberem Strom aus Solarenergie versorgt.

Energieeffizienz und Gewinnung erneuerbarer Energien

Im Jahr 2011 bezog die Österreichische Post rund die Hälfte ihres Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energiequellen, mit Anfang 2012 wurde nun der gesamte Strom des Unternehmens ausschließlich auf erneuerbare Energiequellen umgestellt. Denn „grüner Strom“ nutzt die natürlichen Energien der Erde – Sonne, Wasser, Wind, Biomasse und Erdwärme. Die Gewinnung ist umweltschonend und es entstehen dabei praktisch keine Treibhausgase. Nun geht die Österreichische Post noch einen Schritt weiter und bezieht nicht nur ausschließlich „grünen Strom“, sondern wird diesen in Zukunft auch selbst produzieren. Das Unternehmen plant die Ausschreibung für eine Photovoltaikanlage, die im Rahmen des Programms „E-Mobility Post“ errichtet wird. Diese Solaranlage soll auf dem Briefzentrum in Wien entstehen. Das Verteilzentrum verfügt über eine Dachfläche von ca. 30.000 m², wobei die geplante Photovoltaikanlage mit rund 900 kWp ca. 2/3 der Dachfläche beanspruchen wird. Mit der damit gewonnenen Energie könnte in Zukunft die gesamte E-Flotte der Post, die bis 2015 auf über 1.300 Fahrzeuge anwachsen soll, mit Strom aus sauberer Sonnenenergie versorgt werden.

Aber auch beim Verbrauch der sonstigen Ressourcen für die Beheizung der Gebäude stehen Klimaschutz und Ressourcenschonung sehr weit oben auf der Agenda. So verbraucht die Post jährlich rund 80 Mio kWh Erdgas, Heizöl und Fernwärme. Das Maßnahmenbündel reicht dabei von der Reduktion der öl- bzw. gasgefeuerten Heizsysteme hin zu mehr Fernwärme über die Optimierung der Gebäudeinfrastruktur bis hin zu einem konsequenten Monitoring des Energieverbrauchs. Auch beim Stromverbrauch (rund 75 Mio kWh) versucht die Post, durch die Implementierung neuer effizienter Beleuchtungskonzepte Einsparungspotenziale zu nutzen. Gestartet werden soll hier mit der Installation einer modernen LED-Anlage im Briefzentrum in Wien.

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	2009	2010 ¹	2011 ²
CO₂-Emissionen (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	96.706	87.068	78.532
davon Scope 1 – Straßentransport (Eigentransport) ³	40.868	37.299	35.821
davon Scope 1 – Gebäude	9.939	9.572	9.265
davon Scope 2 – Gebäude	27.802	22.489	14.783
davon Scope 3 – Partnerunternehmen	18.097	17.708	18.664

¹ Aufgrund einer optimierten Datenerfassung im Bereich Gebäude wurden diese Kennzahlen für das Jahr 2010 revidiert. Zudem finden ab 2010 für die gesamten Daten aktualisierte CO₂-Umrechnungsfaktoren Anwendung, um eine konsistente Berechnung über die gesamte Zielperiode 2010–2015 zu gewährleisten.

² In den Gebäudekennzahlen sind alle Verbrauchsabrechnungen für 2011 enthalten, die mit Stichtag 03.08.2012 bei der Österreichischen Post eingelangt sind (ca. 90%). Der verbleibende Anteil (auf 100%) sind Hochrechnungswerte.

³ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten.

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 sowie Post Partner-Betriebe. 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 ist die Österreichische Post auf einem guten Weg, dieses Ziel zu erreichen, weshalb sich die Österreichische Post nun ein noch ambitionierteres Ziel gesetzt hat: Von 2010 bis 2015 soll der CO₂-Ausstoß inkl. Frächter sogar um 20% reduziert werden.

EN17 Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht

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

EN18 Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen

Als größter Logistikdienstleister des Landes ist die Österreichische Post in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Für die Versorgung der Österreichischen Bevölkerung legen die Mitarbeiter der Post täglich rund 200.000 km zu Fuß, per Fahrrad und Moped sowie per PKW und Transporter zurück. Das Unternehmen benötigt für seine rund 9.500 Fahrzeugen ca. 15 Mio Liter Treibstoff und in seinen Gebäuden rund 160 Mio kWh Energie pro Jahr. Dies führt zu CO₂-Emissionen, die das globale Klima belasten. In Summe emittiert die Österreichische Post im Zuge ihrer Geschäftstätigkeit rund 80.000 Tonnen CO₂ pro Jahr. 24.000 Tonnen entstehen durch den Betrieb der Gebäude und Verteilzentren, weitere 36.000 Tonnen im eigenen Fuhrpark, die übrigen 18.500 Tonnen durch Partnerunternehmen. Seit dem Jahr 2011 werden auch alle diese Emissionen kompensiert, d.h. alle Briefe, Pakete und Werbesendungen der Österreichischen Post werden CO₂ neutral zugestellt. Damit zählt die Österreichische Post zu den Vorreitern im Bereich der „grünen Logistik“ – sowohl in Österreich als auch international. Während die meisten Unternehmen einzelne Produkte klimaneutral anbieten und dafür zusätzliche Kosten an ihre Kunden verrechnen, stellt die Österreichische Post ausnahmslos alle Sendungen CO₂ neutral zu. Davon profitiert nicht nur das Klima und damit wir alle, sondern auch jeder einzelne Kunde der Österreichische Post, der diese Einsparungen in seine eigene Klimabilanz einrechnen kann.

Die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT wird in einem 3-Stufen-Programm umgesetzt: Oberste Priorität hat immer die Vermeidung von Emissionen in den eigenen



Kernprozessen. Zu den Maßnahmen zählen ein konsequentes Monitoring des Energieverbrauchs der Gebäude, die Einführung effizienter Beleuchtungskonzepte sowie die Optimierung der Gebäudeinfrastruktur.

Auch 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 Transportkilometer verringert), zum anderen garantieren eine moderne Fahrzeugflotte, regelmäßige Wartung und laufende Schulung der Fahrer die Ökoeffizienz.

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 wurden Fahrzeuge mit Alternativantrieben angeschafft. Mit Anfang Februar 2012 befanden sich bereits 265 E-Fahrzeuge im Fuhrpark der Österreichischen Post.

Fahrzeuge¹	2009	2010	2011
Fahrzeuge (Summe)	9.165	9.248	9.650
Fahrräder	973	1.032	1.049
davon Elektrofahrräder	14	64	94
Mopeds	1.082	1.252	1.235
davon Elektromopeds	6	6	6
Fahrzeuge bis 3,5 t	6.925	6.788	7.214
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	77	77	77
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	0	0	18
Fahrzeuge über 3,5 t	185	176	152
Kilometerleistung (Mio km)	123	120	119
Motorisierte Fahrzeuge nach Emissionsklassen			
Euro 0 (kein Euomotor)	5	3	3
Euro 2	225	63	16
Euro 3	3.741	3.026	1.845
Euro 4	3.068	3.714	3.811
Euro 5	71	158	1.673
Sonstige Fahrzeuge (nur Mopeds mit Verbrennungsmotor)	1.076	1.246	1.229

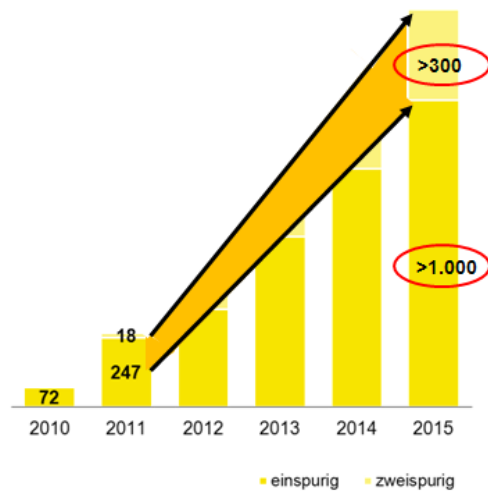
¹ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten.

Die Österreichische Post plant ihren E-Fuhrpark in den nächsten Jahren bedeutend zu erweitern und will diesen bis 2015 auf über 1.300 E-Fahrzeuge ausbauen. Da E-Mobilität derzeit noch nicht wirtschaftlich darstellbar ist, ist die Österreichische Post dafür auf Förderungen angewiesen. Für die nächsten Jahre hat die Post mit dem Klima- und Energiefonds der Bundesregierung und dem klima:aktiv mobil-Programm des Lebensministeriums Partner an ihrer Seite, die sie beim Vorhaben, die E-Flotte weiter auszubauen, durch Förderungen und Know-how stark unterstützen. Die Österreichische Post ist mit Ihrer Modellregion, „E-Mobility Post“, eine von acht Modellregionen in Österreich. Im Rahmen dieses Programms plant das Unternehmen von 2012 bis 2015 rund



300 E-Autos, 300 E-Mopeds und über 500 E-Fahrräder zu beschaffen, um den praktischen Einsatz im Zustellverkehr zu testen und zu erforschen.

Geplanter Ausbau des E-Fuhrparks:



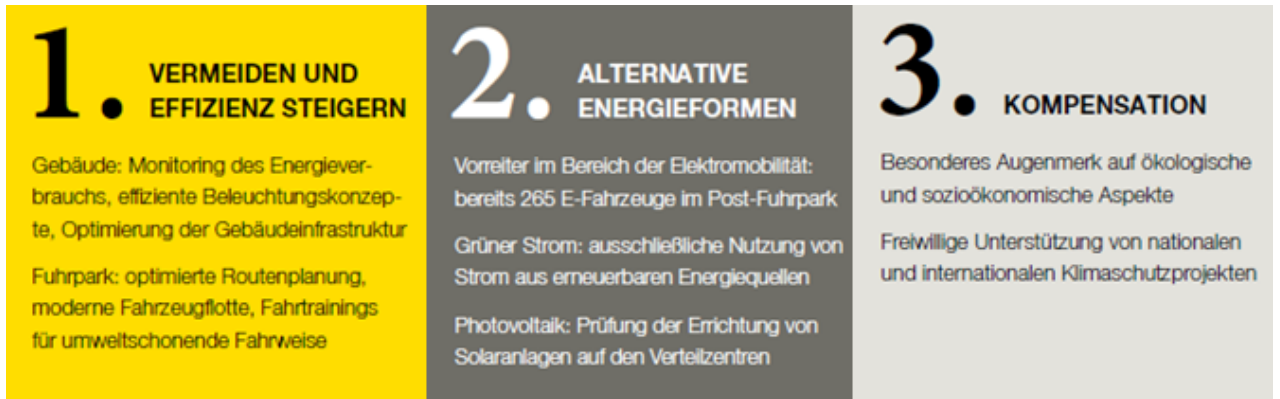
Auch im Gebäudebereich setzt die Österreichische Post auf alternative Energieformen. So stellte das Unternehmen Anfang 2012 seinen gesamten Strombezug auf Energie aus erneuerbaren Quellen um. In Zukunft wird die Post jedoch nicht nur „grünen Strom“ beziehen, sondern diesen auch selbst produzieren – so befindet sich die Errichtung einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Briefzentrums in Wien in Vorbereitung.

Alle Emissionen, die derzeit noch nicht vermieden werden können, werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte kompensiert. Bei der Auswahl dieser Projekte wird neben den Emissionseinsparungen ein besonderes Augenmerk auf ökologische und sozioökonomische Aspekte gelegt, um den Ansatz der ganzheitlichen Nachhaltigkeit in vollem Umfang Rechnung zu tragen. Oberste Priorität hat jedoch immer die Vermeidung von Emissionen in den eigenen Kernprozessen, erst nach Ausnützung der bestehenden Potenziale wird der Rest der Emissionen kompensiert.

Um sicherzustellen, dass die angestrebten positiven Umweltauswirkungen auch tatsächlich eintreten, wird die gesamte Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT durch unabhängige Experten des TÜV AUSTRIA begleitet. TÜV AUSTRIA prüft nicht nur die gesamten Berechnungen der Emissionen, sondern ist auch in den Prozess der Auswahl der Klimaschutzprojekte stark eingebunden. Jeder einzelne Aspekt der Initiative wird durchleuchtet, um mit Sicherheit bestätigen zu können, dass die Österreichische Post alle Sendungen in Österreich CO₂ neutral zustellt.



Die 3 Schritte zur CO₂-Neutralität:



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 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

Mit der im Jahr 2011 gestarteten Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT strebt die Post eine Minimierung der Umweltauswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen an. Im Rahmen dieser Initiative werden seit dem Jahr 2011 alle Sendungen der Österreichischen Post, d.h. alle Briefe, Pakete und Werbesendungen in Österreich CO₂ neutral zugestellt.

Die Initiative wird in einem 3-Stufen-Programm umgesetzt: Oberste Priorität hat immer die Vermeidung von Emissionen in den eigenen Kernprozessen, d.h. vor allem in den Bereichen Gebäude und Fuhrpark. In einem zweiten Schritt setzt die Österreichische Post auf alternative, umweltfreundliche Energieformen. Alle Emissionen, die derzeit noch nicht vermieden werden können, werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung anerkannter und zertifizierter Klimaschutzprojekte kompensiert.

Details zu CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und allen Maßnahmen, um die CO₂-Emissionen der Österreichischen Post zu reduzieren, finden Sie unter EN 18.

Die Österreichische Post zählt mit dieser Initiative zu den Vorreitern im Bereich der „grünen Logistik“ – sowohl in Österreich als auch international. Während die meisten Unternehmen einzelne Produkte klimaneutral anbieten und dafür zusätzliche Kosten an ihre Kunden verrechnen, stellt die Österreichische Post ausnahmslos alle Sendungen CO₂ neutral zu. Davon profitiert nicht nur das Klima und damit wir alle, sondern auch jeder einzelne Kunde der Österreichischen Post, der diese Einsparungen in seine eigene Klimabilanz einrechnen kann.

Anfang 2012 bekamen die Großkunden der Österreichischen Post erstmals ein Zertifikat, mit dem die CO₂ neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Jahres 2011 bestätigt wurde. Durch die klimaneutrale Zustellung hilft die Post ihren Kunden, nun dabei noch nachhaltiger zu wirtschaften, da sich die Klimabilanz jedes einzelnen Kunden verbessert. Diese Reduktion wird nun jährlich durch die Ausstellung von Kundenzertifikaten bestätigt.

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, 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 allen 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 seine 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	2009	2010	2011
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	21.598	20.695	19.907
davon Frauen (VZK in %)	29,6%	29,5%	29,3%
davon Männer (VZK in %)	70,4%	70,5%	70,7%
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	11.803	11.005	10.266
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.306	9.456	9.429
UEK/KEK ² (VZK)	265	13	0
Mitarbeiter nach ABGB ³ (VZK)	224	221	212
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	19.498	18.559	17.785
davon Frauen (in %)	23,5%	23,3%	23,1%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	4.075	3.977	3.812
davon Frauen (in %)	87,4%	85,0%	83,3%
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamteter Mitarbeiter (Jahre)	26	26	27
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von Mitarbeitern im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	11	11
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.144	1.189	1.187

¹ VZK = Vollzeitkräfte

² UEK/KEK = Urlaubersatzkräfte/Krankenersatzkräfte

³ Mitarbeiter nach ABGB unterliegen aufgrund einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) nicht dem Kollektivvertrag.

Beide Mitarbeitergruppen (Urlaubersatzkräfte und Krankenersatzkräfte sowie Mitarbeiter nach ABGB) werden während des gesamten Jahres für die Urlaubsabwicklung und bei Krankenständen des Stammpersonals aufgenommen. Mit August 2009 trat der neue Kollektivvertrag der Österreichischen Post in Kraft, der auch den Geltungsbereich neu regelte. Alle Mitarbeiter, die nunmehr in ein Beschäftigungsverhältnis zur Österreichischen Post treten, sind nach diesem Kollektivvertrag zu entlohnen. Eine Ausnahmeregelung wurde aber für die Zeit vom 1. Juni bis 31. Oktober eines Kalenderjahres für die Dauer der Dienstabwesenheiten von Bediensteten bis maximal zwölf Wochen geschaffen: In diesem Zeitraum können weiterhin Mitarbeiter nach ABGB aufgenommen werden. Daraus ergibt sich, dass ab 2010 kaum und ab 2011 keine UEK/KEK mehr beschäftigt wurden, weil auch für diese Urlaubersatz-/Krankenersatzmitarbeiter als Rechtsgrundlage der neue Kollektivvertrag gilt.

Die Österreichische Post beschäftigt im Bedarfsfall auch externes Leasingpersonal, diese Mitarbeiter werden in den Mitarbeiterkennzahlen der Österreichischen Post nicht erfasst. Während im Geschäftsjahr 2009 noch 202 geleaste Vollzeitkräfte (VZK) bei der Post beschäftigt waren, lag dieser Wert in 2010 bei 142 VZK bzw. in 2011 bei 160 VZK. Würden die Leasingkräfte in die Mitarbeiterkennzahlen miteinbezogen werden, so wäre der Anteil der Leasingkräfte am Gesamtpersonal von 2009 bis 2011 immer unter der Ein-Prozent-Marke gelegen.



LA2 Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe und Geschlecht

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2009	2010	2011
Fluktuation (Abgänge absolut)¹	1.583	2.038	1.844
davon Frauen	786	933	811
davon Männer	797	1.105	1.033
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	462	709	395
30–50 Jahre	714	905	801
über 50 Jahre	407	424	648
Fluktuation (Abgänge in %)²	6,7%	9,0%	8,5%
davon Frauen	49,7%	45,8%	44,0%
davon Männer	50,3%	54,2%	56,0%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	29,2%	34,8%	21,4%
30–50 Jahre	45,1%	44,4%	43,4%
über 50 Jahre	25,7%	20,8%	35,1%
Zugänge (absolut)¹	1.303	1.077	1.354
davon Frauen	712	488	672
davon Männer	591	589	682
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	231	222	271
30–50 Jahre	612	549	695
über 50 Jahre	460	306	388
Zugänge (in %)²	5,5%	4,8%	6,3%
davon Frauen	54,6%	45,3%	49,6%
davon Männer	45,4%	54,7%	50,4%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	17,7%	20,6%	20,0%
30–50 Jahre	47,0%	51,0%	51,3%
über 50 Jahre	35,3%	28,4%	28,7%

¹ Abgänge/Zugänge Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis

² Abgänge/Zugänge in Relation zu Periodendurchschnitt Mitarbeiter (Personen)

Im Vergleich zur Vorperiode hat sich die Fluktuation zwar geringfügig reduziert, wobei diese aber weiterhin auf höherem Niveau liegt als in den Perioden davor. Gründe dafür sind einerseits die nach Implementierung des neuen Kollektivvertrages (wirksam mit 1. August 2009) gestiegene Veränderungsbereitschaft neuer Mitarbeiter, aber auch die als Begleitmaßnahme zu den notwendigen Strukturänderungen des Unternehmens angebotenen Sozialplanregelungen.



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.

Mitarbeiter der Österreichischen Post erhalten jährlich eine EBIT-Prämie (Beteiligung am Unternehmenserfolg). Pro vollbeschäftigten Mitarbeiter wurden für das Geschäftsjahr 2011 grundsätzlich 725 EUR brutto ausbezahlt. Die Beteiligung gelangt unter anderem entsprechend der Jahresarbeitszeit anteilig zur Auszahlung, wobei die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen 2011 mehr als sechs Monate im Unternehmen tätig sein mussten.

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 gemeinnützige Verein „post.sozial“ spiegelt die soziale Verantwortung der Österreichischen Post gegenüber ihren Mitarbeitern durch zusätzliche – über gesetzliche Vorgaben hinausgehende – Sozialleistungen wider. Die Leistungspalette reicht von finanziellen Unterstützungen bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen über vergünstigte Angebote im kulturellen Bereich bis hin zu kostengünstigen Urlaubsangeboten und Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit. Weiters werden auch Unterstützung für Gesundheitsmaßnahmen und zur Krankheitsprävention beitragende 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 Mittel werden durch Zuwendungen in Höhe von einem Prozent der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihren Tochterunternehmen gestellt. Für 2011 beliefen sich diese Zuwendungen auf 6,7 Mio EUR. Der Verein wird auch durch Spenden Dritter unterstützt.

Kennzahlen post.sozial 2011

post.sozial	Materielle Mittel gesamt 6,7 Mio EUR
fair.reisen	Anzahl der Nächtigungen 55.973
helfens.wert	Essensbons 4,7 Mio EUR
sehens.wert	Ausbezahlte Unterstützungsbeträge 605.060 EUR
postler.kids	Anzahl vergünstigter Eintrittskarten 17.890
	Beitrag Kinderferriencamps 10.954 EUR



ASPEKT: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

LA4 Prozentsatz der Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2009	2010	2011
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK) ¹	9.306	9.456	9.429
davon Angestellte	8.979	7.801	7.177
davon Angestellte KV 2009 ²	325	1.646	2.234
davon Lehrlinge	2	10	17
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	11.803	11.005	10.266
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK in %) ¹	43,1%	45,7%	47,4%
davon Angestellte	41,6%	37,7%	36,1%
davon Angestellte KV 2009 ²	1,5%	8,0%	11,2%
davon Lehrlinge	0,0%	0,0%	0,1%
Beamtete Mitarbeiter (VZK in %)	54,6%	53,2%	51,6%

¹ VZK = Vollzeitkräfte

² KV = Kollektivvertrag

Urlaubsersatzkräfte (UEK), Krankenersatzkräfte (KEK) sowie Mitarbeiter nach ABGB sind in dieser Darstellung nicht enthalten. Eine gesamthafte Darstellung befindet sich unter LA1.

Ein Großteil der Mitarbeiter der Österreichischen Post steht in einem öffentlich-rechtlichen Dienstverhältnis und unterliegt den Bestimmungen des Beamtendienstrechts. Seit 1996 erfolgt keine Übernahme in ein öffentlich-rechtliches Dienstverhältnis mehr.

ASPEKT: ARBEITSSCHUTZ

Als Dienstleistungsunternehmen stellen motivierte und gesunde Mitarbeiter den entscheidenden Erfolgsfaktor für die Österreichische Post dar. Um die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter – auch bis in ein höheres Alter – zu erhalten, muss der Arbeitgeber ein sicheres und motivierendes Arbeitsumfeld schaffen. Zum Erhalt ihrer eigenen Gesundheit sind natürlich auch die Mitarbeiter selbst gefordert – hier unterstützt die Österreichische Post durch gezielte Angebote an Trainings und Informationsmaterial ihre Mitarbeiter, diese Eigenverantwortung auch wahrzunehmen. So gehören Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz, Bewegung, Tabak- und Alkoholprävention zu den Schwerpunkten des Programms. Ein besonderes Augenmerk legt das Unternehmen zudem auf die Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie auf behinderten- und altersgerechte Arbeitsplätze.



LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle

Mitarbeiterkennzahlen	2009	2010	2011
Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK ¹ in %)	7,3%	7,5%	7,4%
Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)	9,9	10,0	10,0
Anzahl der Arbeitsunfälle ²	794	947	810
Durchschnittliche (Kalender-)Ausfalltage pro Unfall ²	21,6	23,0	21,5
Unfallquote ³	36,8	45,8	40,7
Todesfälle durch Unfall	0	0	0

¹ VZK = Vollzeitkräfte

² Unfälle ab einem Ausfalltag (inkl. Wegunfälle vom/zum/im Dienst)

Die Berechnungsbasis für die im GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2010 veröffentlichte Kennzahl waren Gesamtereignisse (Arbeitsunfälle ab 0 Ausfalltagen). Die nunmehr veröffentlichten Zahlen für 2009, 2010 und 2011 wurden angepasst und basieren auf Arbeitsunfällen ab einem Ausfalltag.

³ Anzahl der Arbeitsunfälle ab einem Ausfalltag inkl. Wegunfälle vom/zum/im Dienst pro 1.000 VZK

Nach zwei Jahren Steigerung konnte im Jahr 2011 wieder eine Senkung der Arbeitsunfälle und Ausfalltage erreicht werden, die unter anderem auf gemäßigte Witterungsverhältnisse im Winter zurückzuführen ist.

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 Organisationsvorschrift Nr. 2/2007 „Meldesystem für Arbeits-/Dienstunfälle“ geregelt.

LA8 Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten

Neben dem bundesweiten Angebot zur kostenlosen Grippeimpfung bot die Österreichische Post auch 2011 wieder die Möglichkeit für vergünstigte FSME-, Tetanus-, Diphtherie-, Polio- und Hepatitisimpfungen. Im Jahr 2011 wurden bundesweit etwa 2.870 Impfungen verabreicht. Für Nachtschichtarbeiter und Mitarbeiter mit Bildschirmtätigkeit bestanden Angebote zu arbeitsmedizinischen Untersuchungen, die 2011 in 260 Fällen angenommen wurden. Daraus resultierend wurden 95 Bildschirmbrillen genehmigt. Weiters fanden 2011 zahlreiche arbeitspsychologische Beratungsgespräche zu Themen wie Mobbing, Burn-out und Stressvorbeugung durch Arbeitsmediziner statt. Umfangreiche Vorsorgeuntersuchungsmöglichkeiten wurden den Mitarbeitern 2011 auch wieder im Rahmen von vier Gesundheitstagen angeboten, bei denen etwa 260 Teilnehmer unter anderem Blutzucker-, Cholesterin- und Blutdruckwertmessungen sowie eingehende medizinische Beratungen erhielten.

Eine gesundheitsförderliche sowie ergonomische Arbeitsumgebung ist bei der Ausübung aller Tätigkeiten unerlässlich. Daher fanden im Jahr 2011 mehr als 2.800 Arbeitsstättenbegehungen durch Sicherheitsfachkräfte bzw. Arbeitsmediziner statt. In insgesamt 480 Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz wurden 2011 viele Mitarbeiter und Führungskräfte über Notfallverhalten im Brand- oder akutem Erkrankungsfall sowie in Unfallsituationen und generell über sicherheitsgerechtes und gesundheitsbewusstes Verhalten informiert.



Das im Jahr 2007 gestartete Gesundheitsprogramm „Die Post bewegt“ – an dem bisher mehr als 13.200 Mitarbeiter teilgenommen haben – wurde auch 2011 weitergeführt. Schwerpunkt des Programms sind Informationsveranstaltungen über die richtige Haltung und Bewegung am Arbeitsplatz. Im Jahr 2011 fanden bundesweit 130 Info-Veranstaltungen mit über 2.000 Teilnehmern statt. Ab Jänner 2012 werden die Inhalte der Info-Veranstaltungen durch Frage- und Feedbackmöglichkeiten direkt am Arbeitsplatz gefestigt.

Auch am Projekt „Fit für die Zukunft – Arbeitsfähigkeit erhalten“ nimmt die Österreichische Post weiterhin teil. Mit Pilotbetrieben aus verschiedenen Wirtschaftsbereichen soll hier gezeigt werden, dass es möglich ist, Arbeitsfähigkeit zu erhalten und sogar im höheren Berufsalter noch zu fördern. Zu den Maßnahmen zählen beispielsweise Ergonomietrainings, die Umgestaltung von Arbeitsplätzen und Lärmmessungen. Im Jahr 2011 fanden zudem spezielle Führungskräfte trainings mit dem Schwerpunkt „Kommunikation mit Mitarbeitern“ statt, ergänzt wurde diese Maßnahme durch regelmäßigen Erfahrungsaustausch und speziellen Info-Ecken für gesundheitsrelevante Themen im Verteilzentrum.

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 der Mitarbeiter beitragen sollen. Die Gewerkschaft und der Betriebsrat werden bei wesentlichen Belangen der Arbeitssicherheit und des Unfallschutzes miteinbezogen.

ASPEKT: AUS- UND WEITERBILDUNG

Der Wettbewerb im Postmarkt nimmt stetig zu, gleichzeitig befindet sich die gesamte Branche in einem grundlegenden Wandel. Das zunehmend anspruchsvolle Branchenumfeld der Österreichischen Post stellt dadurch auch laufende neue Anforderungen an die Personalstruktur des Unternehmens und damit an jeden einzelnen Mitarbeiter. Die Österreichische Post begegnet diesen Anforderungen durch zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildungsprogramme, welche die Mitarbeiter individuell fördern sollen und ihnen dabei helfen, ihre Potenziale voll auszuschöpfen.

LA10 Aus- und Weiterbildung

Die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter bildet einen wichtigen Schwerpunkt im Human-Resources-Management der Österreichischen Post und wurde auch 2011 intensiv fortgesetzt. Die Maßnahmen beinhalteten Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens. Im Jahr 2011 wurden darüber hinaus verstärkt Compliance-Schulungen zum Thema „Compliance, Awareness und Antikorruption“ abgehalten. Zudem



legt die Post großen Wert auf die Ausbildung von Führungspersonal im Rahmen spezieller Führungskräfte Trainings. Zu diesem Zweck wurde im Mai 2012 die Führungsakademie ins Leben gerufen. Ziel ist es, Führungskräfte mit einem maßgeschneiderten Programm bei der Umsetzung der Führungsleitlinien zu unterstützen und geeignete Trainingsmaßnahmen zu setzen.

Zudem bietet die Österreichische Post auf Wunsch allen Mitarbeitern individuelle Coachings an. In 4-Augen-Gesprächen erarbeiten die Mitarbeiter mit einem Coach persönliche Ziele. Die Gespräche werden dabei absolut vertraulich behandelt. Mögliche Coachingthemen sind persönliche Entwicklungsvorhaben, Veränderungsprozesse, persönliche und berufliche Situationen, aber auch Konfliktsituationen. Seit 2011 sind bei der Post österreichweit sechs ausgebildete Coaches im Einsatz.

Seit September 2010 werden die einzelnen Abteilungen/Unternehmensbereiche angehalten, die Erfassung der Schulungen und Weiterbildungsprogramme nicht dezentral, sondern zentral für das gesamte Unternehmen zu veranlassen. Daher stehen für die Vorperioden noch keine aussagekräftigen Vergleichskennzahlen zur Verfügung.

Im Jahr 2011 wurden 2.253 Schulungstage für Post-Mitarbeiter abgehalten. An diesen Veranstaltungen nahmen insgesamt 3.240 Mitarbeiter teil. Die Teilnehmer waren zu 68,3% Männer und 31,7% Frauen. Damit lag die Gesamtzahl an Tagen, die Post-Mitarbeiter in Schulungen verbrachten (Personentage), bei 7.601. Insgesamt wurde jeder männliche Mitarbeiter 0,85 Stunden pro Jahr und jede weibliche Mitarbeiterin 0,82 Stunden pro Jahr geschult (in diesen Kennzahlen sind interne Schulungen „on the job“ sowie Trainings zur Arbeitssicherheit und Gesundheit nicht inkludiert).

Ein Schwerpunkt lag im Berichtsjahr auf Schulungen für Führungskräfte. Insgesamt fanden 54 Veranstaltungen für diesen Mitarbeiterkreis statt, an welchen 532 Führungskräfte teilnahmen. Ein Großteil der Führungskräfte stammte aus den Bereichen Distribution und Filialnetz. Insgesamt nahmen die Führungskräfte der Österreichischen Post damit an 10.384 Seminarstunden teil, die speziell für diesen Personenkreis konzipiert wurden.

Zudem wurden 5.006 Schulungstage für Post Partner abgehalten, wovon 4.600 vor Ort und 406 im Schulungsraum stattfanden.

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 der Österreichischen Post 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 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

Aufgaben des Post-Arbeitsmarktes:

- Befähigung und Motivation: Potenzialerhebung sowie Ausbildung und Training
- Optimierung des internen Personaleinsatzes: 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

Auch 2011 haben wieder Beamte der Post in das Bundesministerium für Inneres, in das Bundesministerium für Justiz oder in das Bundesministerium für Finanzen gewechselt. Diese bieten Mitarbeitern der Österreichischen Post interessante neue berufliche Perspektiven. Zahlreiche Bewerbungen und Besuche bei Informationsveranstaltungen zeigen, dass hier ein richtiger Weg eingeschlagen wurde. Mittlerweile haben bereits über 300 Mitarbeiter bewiesen, dass ihre in der Österreichischen Post erworbenen Kompetenzen in Bundesministerien sehr gefragt sind.

LA12 Leistungsbeurteilungen und Entwicklungsplanungen

Bei der Österreichischen Post finden regelmäßig Mitarbeitergespräche zwischen Mitarbeitern und deren unmittelbaren Vorgesetzten statt. Die Empfehlung an alle Führungskräfte von Seiten des Personalmanagements lautet, diese mindestens einmal jährlich durchzuführen.

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

Im Rahmen ihres Diversity-Managements sieht die Post soziale Vielfalt explizit als förderungswert und nutzt diese konstruktiv. Dies bezieht sich einerseits auf äußerlich wahrnehmbare Unterschiede wie Geschlecht, Ethnie, Alter oder Behinderung, andererseits aber auch auf subjektive Unterschiede wie Religion oder Lebensstil.

Die Österreichische Post möchte die 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.

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	2009	2010	2011
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	21.598	20.695	19.907
davon Frauen (VZK in %)	29,6%	29,5%	29,3
davon Männer (VZK in %)	70,4%	70,5%	70,7
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	19.498	18.559	17.785
davon Frauen (in %)	23,5%	23,3%	23,1%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	4.075	3.977	3.812
davon Frauen (in %)	87,4%	85,0%	83,3%
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.144	1.189	1.187
Mitarbeiter (VZK) nach Altersklassen			
unter 30 Jahre	1.571	1.567	1.600
30–50 Jahre	15.395	14.344	13.210
über 50 Jahre	4.631	4.785	5.098
Mitarbeiter in leitenden Positionen²			
Mitarbeiter in leitenden Positionen absolut	157	153	147
davon Frauen	34	37	34
davon Männer	123	116	113
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	1	1	2
30–50 Jahre	123	116	109
über 50 Jahre	33	35	36



Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2009	2010	2011
Mitarbeiter in leitenden Positionen in Prozent	0,7%	0,7%	0,7%
davon Frauen	21,8%	24,4%	23,3%
davon Männer	78,2%	75,7%	76,7%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	0,7%	0,9%	1,3%
30–50 Jahre	78,0%	76,0%	74,5%
über 50 Jahre	21,3%	23,1%	24,2%

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 2011 durchschnittlich 19.907 Mitarbeiter beschäftigt – rund ein Drittel davon Frauen. Etwa 3.200 von ihnen nutzen neben rund 600 Männern die individuellen Teilzeitmodelle, mit denen die Post die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert.

Zudem stammen die Mitarbeiter der Post aus insgesamt 52 verschiedenen Geburtsnationen. Rund 410 Mitarbeiter besitzen keine österreichische Staatsbürgerschaft, noch deutlich mehr Beschäftigte haben Migrationshintergrund. Auch in der Führungsebene der Österreichischen Post sind fünf Personen mit Migrationshintergrund vertreten. Und auch in Bezug auf Menschen mit Behinderung hat die Post in den vergangenen Jahren ihre Verantwortung über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus wahrgenommen. 1.187 Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen waren im Jahr 2011 bei der Österreichischen Post beschäftigt. Menschen mit Behinderungen sind in unterschiedlichsten Positionen – beispielsweise als Führungskräfte, Betriebsräte, Zusteller oder Filialmitarbeiter – tätig.

Bereits heute verfügt die Österreichische Post über einen hohen Anteil an Frauen in leitenden Positionen, im Jahr 2011 lag der Frauenanteil in diesem Bereich bei 23,3%. Dieser Anteil soll in den nächsten Jahren weiter erhöht werden. Im Rahmen eines neuen Programms sollen daher weibliche „high potentials“ speziell gefördert werden, um sie bei ihrem nächsten Karrieresprung zu unterstützen. Das Programm „Business Cross Mentoring“ bietet erfolgsorientierten Frauen in einem Trainingsprogramm mit flachen Hierarchien berufliche Unterstützung. 2011/2012 nahmen insgesamt zwölf Frauen aus dem mittleren Management teil. Das Programm bestand aus folgenden Inhalten:

- Vernetzung und Austausch mit externen Mentoren
- Workshops: Netzwerken, Selbstpräsentation, Business Style, Kommunikation und Teamarbeit, berufliche Ziele und Visionen
- Unternehmenspräsentationen der einzelnen Mentoren
- Treffen mit den Führungskräften der Mentees
- 14-tägige Treffen der Mentees



LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht

Sowohl die bei der Österreichischen Post beschäftigten Bundesbeamten als auch 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 erwartet die Österreichische Post auch von ihren Geschäftspartnern.

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 ist die Österreichische Post im Jahr 2011 Transparency International als korporatives Mitglied beigetreten. Darüber hinaus beteiligt sich die Österreichische Post regelmäßig an Konferenzen zum Thema Antikorruption.

Der im Geschäftsjahr 2010 entwickelte und 2011 veröffentlichte und konzernweit kommunizierte 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.

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 ethisch und ökologisch wirtschaftlichen Handelns verpflichten.

Der im Geschäftsjahr 2010 entwickelte, 2011 veröffentlichte und konzernweit kommunizierte 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.

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.

Bei einigen Vergaben werden soziale Aspekte bereits in die Ausschreibungsunterlagen inkludiert. So enthielt beispielsweise die Ausschreibung für externe Frachtunternehmen die Anforderung, dass die Durchführung der Transporte durch qualifiziertes und ausgebildetes Fachpersonal zu erfolgen hat, das gemäß den in Österreich geltenden arbeits- und



sozialrechtlichen Bestimmungen beschäftigt ist. So werden von der Österreichischen Post auch nach der Auftragsvergabe regelmäßig Unterlagen wie Gebietskrankenkassenanmeldungen, Gewerbescheine von Subfrächtern oder Führerscheinkopien angefordert, um die Einhaltung dieser Bestimmungen zu überprüfen.

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.

Im Jahr 2011 wurde zudem ein Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post entwickelt, der die Auftragnehmer der Post sowie deren Subauftragnehmer und Zulieferer zur Beachtung rechtlicher und sozialer Mindeststandards verpflichtet. Dieser Kodex wurde Anfang 2012 an die größten Lieferanten der Österreichischen Post verschickt.

HR3 Mitarbeiterschulungen in Bezug auf Menschenrechte

Derzeit werden keine Mitarbeiterschulungen abgehalten, die speziell das Thema Menschenrechte behandeln. Entsprechend dem Bekenntnis zu den Prinzipien des UN Global Compact hat die Österreichische Post einen Verhaltenskodex für Lieferanten der Post entwickelt, der die Einhaltung der Menschenrechte durch Auftragnehmer der Post und deren Subauftragnehmer und Zulieferer statuiert.

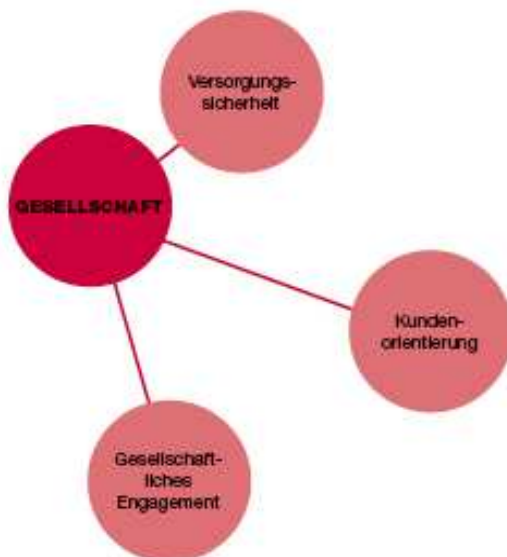


SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN GESELLSCHAFT

Als Universalanbieter für Post-Dienstleistungen trägt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Post-Dienstleistungen in erstklassiger Qualität ist sie entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes aufrechterhalten und gesichert wird. Die Post will dabei Leistungen anbieten, die modernen gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht werden. Mit innovativen Dienstleistungen und einer umfassenden Serviceoffensive beweist sie dabei: Der Kunde steht im Mittelpunkt aller unternehmerischen Entscheidungen. Aufgrund ihrer Bedeutung für das Land sieht sich die Österreichische Post aber auch verpflichtet, sich gesellschaftlich zu engagieren. Ein Schwerpunkt liegt hier auf Projekten, die einen direkten Konnex zum Kerngeschäft des Unternehmens besitzen – der hohen Logistikkompetenz und dem flächendeckenden Standortnetz.

Gesellschaftliche bzw. soziale Ziele

- Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung
- Stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience
- Förderung geschäftsnaher, gesellschaftsrelevanter Projekte und Aktivitäten





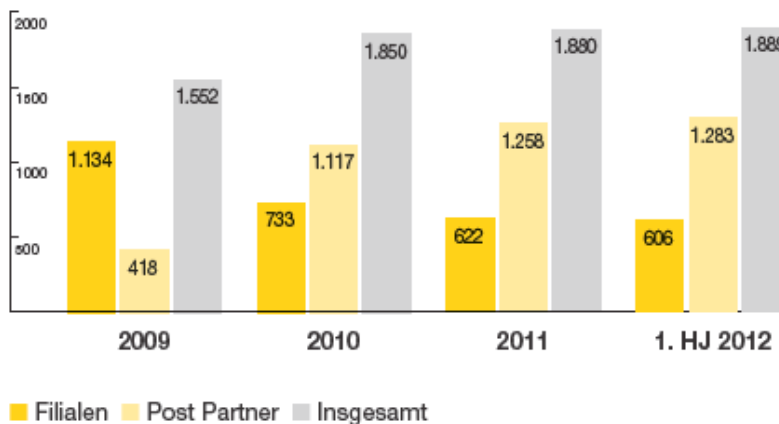
ASPEKT: GEMEINWESEN

SO1 Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen

Nur die Österreichische Post bringt täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich. So ist die Post ein verlässlicher Partner und sichert die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Post-Dienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. Qualitätsmessungen ergeben, dass 96,1% der Briefe am nächsten Werktag zugestellt werden – gesetzlich vorgeschrieben sind 95%. Auch bei der Zustellung von Werbesendungen und Paketen ist die Österreichische Post top – 98% wurden zeitgerecht zugestellt. Neben der Verpflichtung, täglich Post-Dienstleistungen für jeden Haushalt in alle Ecken des Landes in höchster Qualität und zu einem einheitlichen Preis zu liefern, umfassen die Verpflichtungen des Universaldienstes auch ein flächendeckendes Standortnetz mit mindestens 1.650 Geschäftsstellen. Auch hier übertrifft die Österreichische Post – im Sinne der optimalen Versorgung ihrer Kunden – die Vorgaben: Insgesamt 1.880 Standorte umfasst das Geschäftsstellennetz mit Ende 2011 und zählt damit zu den größten Privatkundennetzen des Landes. Die Österreichische Post ist also wortwörtlich immer in der Nähe ihrer Kunden.

Da das Postgeschäft an sich großen Veränderungen unterworfen ist, erfordern diese neuen Rahmenbedingungen auch kundenorientierte Anpassungen von Seiten der Post, um die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen auch langfristig gewährleisten zu können. Eine wesentliche Maßnahme stellt dabei der Umbau des Standortnetzes der Post dar, der auch im vergangenen Jahr konsequent vorangetrieben wurde. Zentrales Element dabei: das sehr erfolgreiche Post Partner-Konzept. Insgesamt 1.258 Post Partner per Ende 2011 – Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen, Trafiken, Gemeindeämter und viele andere mehr – sorgen für eine optimale regionale Erreichbarkeit der Post. Das Konzept soll in Zukunft verstärkt auch in Ballungsräumen umgesetzt werden und wird auch im Jahr 2012 weiter optimiert (per Ende Juni 2012 bereits 1.283 Post Partner).

Entwicklung der Standorte im Jahresvergleich





Mit im Jahr 2012 mittlerweile 37 Partnerschaften mit Geschäften und Unternehmen aus dem sozialen Bereich ist die Österreichische Post auch zu einem starken Verbündeten für mehrere karitative Organisationen geworden. So erfüllen die Post-Partnerschaften gleich einen doppelten sozialen Effekt: Zum einen sichern sie die Post-Versorgung in den Gemeinden, zum anderen helfen sie beim Wiedereinstieg und bilden Arbeitssuchende aus – und das in knapp vierzig Gemeinden in ganz Österreich.

Von den Kunden werden die Veränderungen im Netz der Post weiterhin sehr gut angenommen. Im Rahmen der im Juli und Oktober 2011 durchgeführten repräsentativen Zufriedenheitsstudie zeigten sich 83% der Kunden mit der Betreuung in den Filialen der Post sehr zufrieden (Online-Befragung, Samplegröße 25.035 Kunden). Ähnliches gilt für die Post Partner, mit denen insgesamt 86% der Befragten sehr zufrieden oder zufrieden sind (Online-Befragung, Samplegröße 6.801 Kunden). Und 79% würden ihre Filiale oder ihren Post Partner weiterempfehlen. Diese Zahlen belegen: Der Strukturwandel im Standortnetz der Österreichischen Post geht gut voran und bringt zahlreiche Vorteile, die vom Kunden auch anerkannt werden.

Denn die Ergänzung des posteigenen Filialnetzes durch Post Partner sorgt für mehr Service, kürzere Wege und bessere Öffnungszeiten und sichert zudem die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung. Gleichzeitig werden damit existente wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum gestärkt. Denn ein Großteil der Post Partner-Standorte sind Nahversorger in unterschiedlichsten Branchen, die zusätzlich zu ihrem eigenen Sortiment Produkte und Services der Österreichischen Post anbieten und damit auch entsprechende Zusatzeinnahmen generieren können. Es handelt sich dabei um eine „Win-win-Situation“ für Post Partner, Kunden und die Post. Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Das Post Partner-Konzept fördert wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum durch Investitionen vor Ort und höhere Kundenfrequenz.
- Post Partner bieten in der Regel längere Öffnungszeiten, oftmals auch am Samstag.
- Kunden profitieren von der Nähe des Post Partners.
- Effiziente Vollversorgung mit Postdienstleistungen über den gesetzlich vorgeschriebenen Versorgungsauftrag hinaus.

Das Konzept soll in Zukunft verstärkt auch in Ballungsräumen umgesetzt werden und wird auch im Jahr 2012 weiter optimiert. So plant die Post, ihr Produktportfolio bei Post Partnern neuerlich zu erweitern und beispielsweise zusätzliche Handelswarenmodule einzuführen. Zudem setzt das Unternehmen weiterhin konsequent auf Qualitätsoptimierung vor Ort und bietet etwa spezielle Trainingsmöglichkeiten inklusive E-Learning – das hilft den Post Partnern und führt zu mehr Kundenzufriedenheit.

Im Rahmen des Umbaus des Standortnetzes stehen auch die eigenen Filialen laufend auf dem Prüfstand: Anstatt Bank- und Postfilialen parallel zu führen, werden seit Anfang 2011 in zahlreichen Kooperationsfilialen von Post und BAWAG P.S.K. Post- und Bankdienstleistungen gemeinsam angeboten. Das Konzept bewährt sich und wird weiter ausgebaut. Bis Ende 2012 soll es bundesweit rund 500 gemeinsame Standorte geben, etwa 100 davon in Wien. Post und BAWAG P.S.K. können im Rahmen dieser Kooperation ihre jeweiligen Stärken sinnvoll zusammenführen und damit Synergien schaffen. Gleichzeitig kann sich jeder der beiden Partner auf sein Kerngeschäft konzentrieren.



ASPEKT: KORRUPTION

Die Österreichische Post bekennt sich als Unterzeichnerin des UN Global Compact zu den darin formulierten Prinzipien (www.unglobalcompact.com). Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption ist die Österreichische Post im Jahr 2011 Transparency International als korporatives Mitglied beigetreten. Darüber hinaus beteiligt sich die Österreichische Post regelmäßig an Konferenzen zum Thema Antikorruption.

SO2 Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken

Über das Risikomanagementsystem der Österreichischen Post werden gegebenenfalls auch potenzielle Korruptionsrisiken erfasst. Im Jahr 2011 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 Systems liegt im Bereich der Korruptionsprävention. Als erste Maßnahme wurde im Jahr 2011 ein für alle Mitarbeiter des Post-Konzerns verbindlicher Verhaltens- und Ethikkodex („Code of Conduct“) eingeführt, der Leitlinien und Grundsätze für werte- und gesetzeskonformes Verhalten im geschäftlichen Alltag enthält. In diesem Kodex ist klar festgehalten, dass die Österreichische Post keine Form von Bestechung und Korruption toleriert. Um den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern praxisorientierte Unterstützung für ihre tägliche Arbeit zu geben, wurde überdies eine detaillierte Konzernrichtlinie betreffend „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ erlassen.

SO3 Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption

Der Themenbereich Antikorruption ist einer der Schwerpunkte der Compliance-Arbeit in der Österreichischen Post. Die von der Österreichischen Post auf Basis des Verhaltens- und Ethikkodex im Jahr 2011 überarbeitete und neu benannte Konzernrichtlinie „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ wird im Rahmen eines umfangreichen Schulungsplans konzernweit ausgerollt. Die Umsetzung hat im Jahr 2011 mit Pilotschulungen begonnen, an denen ausgewählte Führungskräfte und die regionalen Compliance-Beauftragten teilgenommen haben. Dieses Programm wird im Laufe des Jahres 2012 mit Unterstützung der regionalen Compliance-Beauftragten auch auf die Beteiligungsgesellschaften ausgeweitet. Hierbei setzt die Österreichische Post auf die zielgruppenspezifische Schulung ihrer Mitarbeiter.

Als weitere Maßnahme zur Mitarbeiterinformation und -beratung wurde im Jahr 2011 ein zentraler Compliance-Helpdesk eingerichtet – als Anlaufstelle für Anliegen, Fragen oder Hinweisen zu compliance-relevanten Themen, wie beispielsweise Bestechung oder Korruption. Der Compliance-Helpdesk ist über ein eigenes E-Mail-Postfach und kostenlose Hotlines für alle Beschäftigten erreichbar.



SO4 Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen

Im Berichtsjahr wurden keine Korruptionsvorfälle in Österreich an das Compliance-Office der Österreichischen Post gemeldet. Im Anlassfall werden arbeits- und disziplinarrechtliche Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2011 wurden die im Rahmen des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post eingeleiteten Maßnahmen zur Korruptionsprävention erfolgreich weitergeführt, wobei die konzernweite Umsetzung für das Jahr 2012 vorgesehen ist (siehe SO3).

ASPEKT: POLITIK

SO5 Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung

Die Österreichische Post hat auch im Jahr 2011 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. Aufgabe und Ziel der Österreichischen Post ist es, die österreichische Bevölkerung flächendeckend mit Post-Dienstleistungen 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 Post-Geschäftsstellen 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 aufgrund von Rechtsverstößen

Im Berichtsjahr gab es keine Bußgelder und nichtmonetäre Strafen wegen Verstößen 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

Im Berichtsjahr wurde die Kundenzufriedenheit quartalsweise erhoben. Partner in der Marktforschung ist hier das renommierte IFES-Institut. Die repräsentativen Studien mit einer Samplegröße von jeweils $n = 1.000$ stellen das Jahr 2011 über die Ermittlung eines „Customer Satisfaction Index“ (CSI) folgendermaßen dar:

Die Kundenzufriedenheit mit der Österreichischen Post liegt im guten Bereich. Sehr gute Beurteilungen erhalten die Postfilialen und die Zustellung. Allerdings sind alle untersuchten Teilbereiche im Jahrestrend rückläufig – dies trifft insbesondere auf die Servicebereiche zu. Im ersten Quartal 2011 weist der CSI eine Kundenzufriedenheit von 67 Indexpunkten auf (max. 100). Die Tarifreform führte zu einer rückläufigen Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis. Damit weist der CSI im zweiten Quartal 63 Indexpunkte auf. Für das dritte Quartal (CSI: 64) und das vierte Quartals (CSI: 62) ist eine Stabilisierung des Wertes zu beobachten.



Die Kundenzufriedenheitsmessung mittels CSI beurteilt Werte bis 50 Punkte als kritisch, zwischen 51 und 60 Punkten als mäßig, ab 61 Punkten wird von einem guten Wert gesprochen. 71 Punkte und mehr sind sehr gut, Ausgezeichnet bedeuten 81 Punkte bis zum Höchstwert von 100 Punkten.

ASPEKT: WERBUNG

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

Die Österreichische Post stellt ihre Kerndienstleistung – die sichere und vertrauenswürdige Zustellung von Post-Sendungen – in den Mittelpunkt ihrer Werbung und lässt dabei auch ihre 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 der 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 aufgrund 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

Leitbild	Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt.		Wir handeln zukunftsorientiert.				Wir alle sind die Post.	
CSR-Themenschwerpunkte	SOZIALES/GESELLSCHAFT		UMWELT		ÖKONOMIE		SOZIALES / MITARBEITER	
Hauptziele	1. Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung 2. Stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience 3. Förderung geschäftsnaher, gesellschaftsrelevanter Projekte und Aktivitäten		1. CO ₂ -Reduktion und jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen 2. Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagements 3. Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz		1. Mittelfristiges Umsatzwachstum sowie solide Profitabilität 2. Generierung von Wertschöpfung für alle Stakeholder 3. Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung gemäß den Eigentümererwartungen		1. Unternehmens- und Führungskultur fördern 2. Schaffung individueller Zukunftsperspektiven 3. Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz	
	Zielerreichungsgrad 2011		Zielerreichungsgrad 2011		Zielerreichungsgrad 2011		Zielerreichungsgrad 2011	
Subziele	Ausbau des Geschäftsstellennetzes auf 2.000 Standorte bis 2013	1.880	CO ₂ neutrale Zustellung ab 2011		Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1–2% pro Jahr ¹		Teilnahme von über 300 Führungskräften an der Führungsakademie bis 2013	neu
	Ausbau der gemeinsam mit BAWAG P.S.K. betriebenen Filialen auf 500 Standorte bis 2013	329	CO ₂ -Reduktion um 10% von 2007–2012	-15,8%	EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10–12% ¹		Teilnahme von über 200 Führungskräften am Programm „Tag beim Kunden“ bis 2012	neu
	Forcierung von Self-Service-Lösungen und Installation von über 50 Automaten in Filialen bis 2012	neu	Reduktion des Energieverbrauchs um 10% von 2007–2012	-4,0%	Attraktive Dividendenpolitik mit Ausschüttung von mindestens 75% des Nettoergebnisses ¹		Ausweitung des Programms „Post-Mitarbeiter zum Bund“ auf weitere Ministerien bzw. auf Länder bis 2013	neu
			CO ₂ -Reduktion um 20% von 2010–2015	neu			Schaffung eines Zusatzangebots im Rahmen des Programms „Die Post bewegt“ und Teilnahme von über 800 Mitarbeitern bis 2012	neu
	Installation von über 2.000 Post Empfangsboxen bis 2013	neu	Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis 2015	neu	Stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung im Jahr 2012	neu		
	Konzipierung und Umsetzung einer neuen Kooperation zur Förderung der Lese- und Schreibkultur bis 2013		Nominierung eines unternehmensweiten Abfallmanagers bis 2013 und zentrale Auswertung der Daten bis 2014	neu	Ausbau des Marktanteils im B2B-Paketgeschäft auf über 20% bis 2013	neu	Roll-out eines Compliance-E-Learning-Tools bis 2013	neu



Leitbild	Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt.	Wir handeln zukunftsorientiert.		Wir alle sind die Post.
CSR-Themenschwerpunkte	SOZIALES/GESELLSCHAFT	UMWELT	ÖKONOMIE	SOZIALES/MITARBEITER
Maßnahmen 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Vorantreiben der Post Partner-Offensive - Intensivierung der Kooperation mit BAWAG P.S.K. - Implementierung neuer Endkundenlösungen mit Selbstbedienungscharakter - Neue Onlinelösungen (z.B. Post Manager) - Sozialprojekte (z.B. Ö3-Wundertüte) - Förderung der Schreib- und Lesekultur (z.B. Schulbox) - Mitgliedschaft bei Transparency International 	<ul style="list-style-type: none"> - CO₂ neutrale Zustellungen aller Sendungen in Österreich - Teilnahme an internationalen Klimaschutzprogrammen - Höhere Ökoeffizienz im Transport - Ausweitung des E-Fuhrparks auf 265 Fahrzeuge - Optimierung der Gebäudeinfrastruktur (z.B. Übersiedlung in eine neue Unternehmenszentrale) - Konsequentes Monitoring/Optimierung des Energieverbrauchs - Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten 	<ul style="list-style-type: none"> - Bestätigung der Marktführerschaft im liberalisierten Briefmarkt - Neues Brief-Produktportfolio ab Mai 2011 - Starkes Umsatzwachstum im Paketbereich - Strukturwandel im Filialnetz und Integration in die Division Brief - Investitionen in die Verbesserung der Performance und Servicequalität - Kundenoffensive Paket- und erfolgreicher Testbetrieb KUVERT 	<ul style="list-style-type: none"> - Verankerung des Leitbilds und Entwicklung von Führungsleitlinien - Förderung von weiblichen „high potentials“ - Beteiligung der Mitarbeiter am Unternehmenserfolg - Gesundheitstage mit Vorsorgeuntersuchungen und Impfungen - Weiterführung der Programme „Die Post bewegt“ und „Fit in die Zukunft“ - Fachschulungen/Kurse/Coachings und spezielle Führungskräfte trainings - Weiterentwicklung der Compliance-Organisation
Maßnahmen ab 2012	<ul style="list-style-type: none"> - Verstärkte Kooperation mit Post Partnern aus dem Sozialbereich - Endkundenoffensive im Filialnetz - Neue Kooperationen im Bereich Lesen-Schreiben-Post - Landesweiter Versand der Schulbox 	<ul style="list-style-type: none"> - Umstellung auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen - Ausschreibung und Errichtung einer Photovoltaikanlage - Nominierung eines unternehmensweiten Abfallmanagers - Kommunikationsinitiativen zur Sensibilisierung von Stakeholdern für den Klimaschutz 	Weiterentwicklung gemäß Kernstrategie: <ul style="list-style-type: none"> - Verteidigung Marktführerschaft im Kerngeschäft - Wachstum in definierten Märkten - Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur - Kundenorientierung und Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> - Weiterentwicklung der konzernweiten Weiterbildungsprogramme - Einführung einer Führungsakademie - Evaluierung neuer Kooperationen mit weiteren Ministerien und Ländern - Erweiterung des Angebots im Bereich der Gesundheitsförderung - Forcierung der Post-Musik

¹ Rollierende Ziele, gelten auch für die Folgejahre.

- Zielperiode bereits abgeschlossen, Ziel wurde nicht erreicht;
- Zielperiode bereits abgeschlossen, Ziel wurde plangemäß erreicht;
- Zielperiode läuft, Zielerreichungsgrad ist angeführt;
- Ziel wurde in bzw. nach der Berichtsperiode festgelegt;



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	Unterstützungs- erklärung	
1.2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen		Seite 6		
2. Organisationsprofil					
2.1	Name der Organisation		Seite 18		
2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen		Seite 18		
2.3	Organisationsstruktur		Seite 18		
2.4	Hauptsitz der Organisation		Seite 18		
2.5	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist		Seite 20		
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform		Seite 21		
2.7	Märkte, die bedient werden		Seite 18		
2.8	Größe der berichtenden Organisation		Seite 18		
2.9	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse				Im Berichtszeitraum gab es keine wesentlichen derartigen Veränderungen.
2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise		Seite 22		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
3. Berichtsparameter					
3.1	Berichtszeitraum für die Informationsbereitstellung		Seite 23		
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts		Seite 23		
3.3	Berichtszyklus		Seite 23		
3.4	Anlaufstelle bei Fragen bezüglich des Berichts und dessen Inhalt		Seite 88		
3.5	Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte		Seite 23		
3.6	Berichtsgrenzen		Seite 23		
3.7	Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts		Seite 23		
3.8	Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures, Tochterunternehmen usw.		Seite 23		
3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für Daten		Seite 24		
3.10	Neue Darstellungen von Informationen		Seite 24		
3.11	Wesentliche Änderungen in der Berichterstattung		Seite 24		
3.12	GRI Content Index		Seite 78		
3.13	Externe Überprüfung und Bestätigung		Seite 86		
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement					
4.1	Corporate Governance und Führungsstruktur		Seite 26	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	Die Österreichische Post verfügt über einen Aufsichtsrat.
4.2	Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgans		Seite 27		
4.3	Struktur der Leitungsorgane in Organisationen ohne Aufsichtsrat	n.a.			
4.4	Mitsprachemöglichkeit von Mitarbeitern und Anteilseignern		Seite 27		
4.5	Zusammenhang zwischen Vergütung leitender Organe und Leistung der Organisation		Seite 28		
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten		Seite 28		
4.7	Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales		Seite 29		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes, Prinzipien zur Nachhaltigkeit		Seite 29		
4.9	Verfahren zur Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung		Seite 32		
4.10	Leistungsbeurteilung des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeit		Seite 32		
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips		Seite 33	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 7	
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen		Seite 33	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessenvertretungen		Seite 33		
4.14	Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholder-Gruppen		Seite 34	Übermittlung des Fortschrittsberichts an die Stakeholder des Unternehmens	
4.15	Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder		Seite 34		
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern		Seite 34		
4.17	Zentrale Themen der Stakeholder		Seite 35		
Angaben zu den Managementansätzen					
DMA EC	Angaben zum Managementansatz Wirtschaft		Seite 37	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 4, 6 und 7	
DMA EN	Angaben zum Managementansatz Umwelt		Seite 42	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
DMA LA	Angaben zum Managementansatz Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung		Seite 54	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 3 und 6	



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
DMA HR	Angaben zum Managementansatz Menschenrechte		Seite 66	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 2, 3, 4, 5 und 6	
DMA SO	Angaben zum Managementansatz Gesellschaft		Seite 68	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
DMA PR	Angaben zum Managementansatz Produktverantwortung		Seite 73	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1 und 8	
Leistungsindikatoren					
Ökonomische Leistungsindikatoren					
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Seite 38		Investitionen für die Gesellschaft sind nicht klar abgrenzbar – ein großer Anteil der Investitionen wird zum Erhalt der Versorgungssicherheit getätigt und kommt damit der Gesellschaft zugute.
EC6	Geschäftspolitik und -praktiken gegenüber lokalen Zulieferern		Seite 40		
EC9	<i>Verständnis und Beschreibung indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen</i>		Seite 40		
Ökologische Leistungsindikatoren					
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		Seite 43	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamt Materialeinsatz		Seite 43	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 8 und 9	
EN3	Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 44	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN4	Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 44		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN5	<i>Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen</i>		Seite 45	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 den einzelnen Aktivitäten zugeordnet werden.
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 47	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN17	Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 48		
EN18	<i>Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse</i>		Seite 48	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 den einzelnen Aktivitäten zugeordnet werden.
EN22	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode		Seite 51	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 51		
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen		Seite 52	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
EN28	Sanktionen und Geldbußen wegen Nichteinhaltung von Umweltrechtsvorschriften		Seite 52	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 53		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung					
LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region		Seite 55		Regionsspezifische Erhebung nicht wesentlich, da Mitarbeiter des Unternehmens ausschließlich in Österreich beschäftigt sind.
LA2	Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region		Seite 56	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 6	
LA3	<i>Betriebliche Leistungen, differenziert nach Anstellungsverhältnis</i>		Seite 57		
LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		Seite 58	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 3	
LA7	Arbeitsbedingte Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle		Seite 59	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	Diese Kennzahlen werden von externen Frachtunternehmen nicht erhoben.
LA8	Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten		Seite 59	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 1	
LA9	<i>Arbeitsschutzthemen, die in Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden</i>		Seite 60		
LA10	Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter und Mitarbeiterkategorie		Seite 60		Seit September 2010 werden Schulungen zentral erhoben, daher stehen für die Vorperioden noch keine aussagekräftigen Vergleichskennzahlen zur Verfügung. Die durchschnittlichen Trainingsstunden pro Mitarbeiterkategorie wurden für 2011 noch nicht erhoben.
LA11	<i>Programme, die die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter fördern und ihnen im Umgang mit dem Berufsausstieg helfen</i>		Seite 61		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
LA12	<i>Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten</i>		Seite 62		Aufzeichnungen über die Durchführung von Mitarbeitergesprächen werden nicht zentral erfasst.
LA13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe		Seite 63	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 6	
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht		Seite 65		
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte					
HR2	Lieferantencheck auf Einhaltung der Menschenrechte		Seite 66	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1–6	Der Roll-out eines Verhaltenskodex für Lieferanten fand Anfang 2012 statt (für 2011 noch keine konkreten Daten verfügbar).
HR3	Mitarbeiterschulungen in Bezug auf Menschenrechte		Seite 67		
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft					
SO1	Programme zur Bewertung der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinwesen und Gesellschaft		Seite 69		
SO2	Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken		Seite 71	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 10	
SO3	Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption		Seite 71		Roll-out eines speziellen Schulungsprogramms zur Vermeidung von Korruption in 2012 – Daten sind daher erst in der nächsten Berichtsperiode verfügbar.
SO4	Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen		Seite 72	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying		Seite 72	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
SO7	<i>Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung</i>		Seite 72		
SO8	Sanktionen und Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen		Seite 72		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung					
PR3	Produkte und Dienstleistungen, die gesetzlichen Informationspflichten unterliegen		Seite 72	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
PR4	<i>Vorfälle gegen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln bezüglich Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</i>		Seite 72	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
PR5	<i>Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit</i>		Seite 72		
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung		Seite 74		Es existieren noch keine internen Richtlinien zur Befolgung von Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung.
PR7	Vorfälle gegen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung		Seite 74		
PR8	<i>Gesamtzahl berechtigter Beschwerden wegen Verletzung des Schutzes von Kundendaten</i>		Seite 74	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	
PR9	Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen		Seite 75		

- vollständig berichtet
- teilweise berichtet
- n.a. nicht anwendbar
- EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)
- EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

Der GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2011 der Österreichischen Post wurde gemäß dem Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI G3.1) 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 Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit unterzogen und bestätigt. Die unabhängige Bestätigung der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts.



UNABHÄNGIGE BESCHEINIGUNG

An das Management der Österreichischen Post Aktiengesellschaft

Ernst & Young Unabhängiger Bestätigungsbericht

Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit des GRI-Nachhaltigkeitsberichts 2011 der Österreichischen Post Aktiengesellschaft.

Auftragsgegenstand

Wir wurden von der Österreichischen Post Aktiengesellschaft (nachfolgend „Post“) mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend „Prüfung“) des GRI-Nachhaltigkeitsberichts 2011 (nachfolgend „Bericht“) beauftragt.

Außerdem führten wir eine Prüfung der Anwendungsebene nach GRI („GRI Third Party Application Level Check“) durch, um die von der Post im Bericht deklarierten Anwendungsebene zu bestätigen.

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 einer Jahresabschlussprüfung), sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

Gemäß der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“¹ ist unsere Haftung 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 Post und Dritten insgesamt EUR 726.730.

Einschränkungen des Prüfauftrages

- ▶ Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, wurden nicht geprüft. Es wurde lediglich die korrekte Übernahme der relevanten Angaben und Daten in den Berichten überprüft.
- ▶ Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften finanziellen Leistungsindikatoren wurden von uns keiner weiteren Prüfung unterzogen. Wir überprüften lediglich die GRI-konforme Darstellung dieser Daten im Bericht.
- ▶ Informationen ausländischer sowie inländischer Tochtergesellschaften der Österreichischen Post Aktiengesellschaft sind nicht Gegenstand des Berichts sowie der Prüfung.

Kriterien

Wir beurteilten die Informationen im Bericht auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2011 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“):

- ▶ GRI Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (G3.1), Anwendungsebene B+²

- ▶ GHG INVENTORY STANDARD FOR THE POSTAL SECTOR, Version for 2010 (UPC, IPC, PostEurop)³

Wir gehen davon aus, dass diese Kriterien für die Durchführung unseres Prüfauftrags angemessen sind.

Verantwortung des Managements

Das Management der Post 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.

Unsere Verantwortung

Unsere Verantwortung besteht darin, ein Urteil über die Informationen im Bericht auf Basis einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit 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.

Unsere Vorgehensweise

Wir haben alle erforderlichen Prüfungshandlungen durchgeführt, um eine ausreichende und geeignete Basis für unser Urteil sicherzustellen. Die Prüfung wurde am Hauptsitz der Gesellschaft in Wien durchgeführt. Wesentliche Prüfungshandlungen von uns waren:

- ▶ Erlangung eines Gesamtüberblicks zur Unternehmenstätigkeit sowie zur Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens;
- ▶ Durchführung von Interviews mit Unternehmensverantwortlichen, um relevante Systeme, Prozesse und interne Kontrollen, welche die Erhebung der Informationen für den Bericht unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- ▶ Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene um Bewusstsein und Priorität der Themen im Bericht zu beurteilen und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;

¹Fassung vom 21. Februar 2011, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhandberufe, Kapitel 8, http://www.kwt.or.at/de/PortalData/2/Resources/downloads/downloadcenter/AAB_2011_de.pdf

²<https://www.globalreporting.org/resource/library/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>

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)



- ▶ Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Prozesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluierung der Darstellung im Bericht;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse um sicherzustellen, dass diese angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet worden sind. Dies umfasste die Überprüfung der Daten hinsichtlich Vollständigkeit, Zuverlässigkeit, Genauigkeit, Vergleichbarkeit und Aktualität;
- ▶ Bewertung der Berichterstattung zu wesentlichen Themen hinsichtlich Kernthemen welche im Rahmen von Stakeholderdialogen angesprochen worden sind, über welche in externen Medien Bericht erstattet worden ist und zu welchen wesentliche Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen und Behauptungen im Bericht auf Basis der GRI Berichtsprinzipien; und
- ▶ Beurteilung, ob für die Anwendungsebene B+ die GRI G3 Richtlinien konform angewendet wurden.

Unsere Bestätigung

Auf Grundlage unserer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit, sind uns keine Sachverhalte bekannt, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Informationen im Bericht nicht in Übereinstimmung mit den oben definierten Kriterien sind.

Es sind uns keine Sachverhalte bekannt, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der Bericht der Post nicht der Anwendungsebene B+ entspricht.

Anmerkung

Unsere Feststellungen und Verbesserungsvorschläge werden in einem Bericht an das Management der Post dargelegt.

Wien, 17. September 2012

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h.

Georg Rogl e.h.





KONTAKT und IMPRESSUM

Herausgeber und Medieninhaber

Österreichische Post AG
Haidingergasse 1, 1030 Wien, Österreich
T: +43 (0)577 67-0, E-Mail: info@post.at, I: www.post.at
FN: 180219d, Handelsgericht Wien

Organisation/Koordination und Kontakt für Rückfragen

Mag. (FH) Julia Kollouch, Österreichische Post AG
Nachhaltigkeit (CSR)
Tel.: +43 (0)577 67-21860 (Fax: 30409)
E-Mail: julia.kollouch@post.at

Mag. (FH) Anna Niederhofer, Österreichische Post AG
Investor Relations & CSR
Tel.: +43 (0)577 67-30402 (Fax: 30409)
E-Mail: anna.niederhofer@post.at

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 2012