

GRI

NACHHALTIGKEITSBERICHT DER POST

2012

Verfügbar unter www.post.at/CSR



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 27
4.1–4.10 Corporate Governance	Seite 27
4.11–4.13 Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen	Seite 34
4.14–4.17 Einbindung von Stakeholdern	Seite 35
Ökonomische Leistungsindikatoren	Seite 38
Aspekt: Wirtschaftliche Leistung (EC1)	Seite 39
Aspekt: Marktpräsenz (EC6)	Seite 42
Aspekt: Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen (EC9)	Seite 42
Ökologische Leistungsindikatoren	Seite 44
Aspekt: Materialien (EN1–EN2)	Seite 46
Aspekt: Energie (EN3–EN5)	Seite 46
Aspekt: Wasser	Seite 51
Aspekt: Biodiversität (EN12)	Seite 51
Aspekt: Emissionen, Abwasser und Abfall (EN16–EN18, EN22, EN24)	Seite 52
Aspekt: Produkte und Dienstleistungen (EN26)	Seite 56
Aspekt: Einhaltung von Rechtsvorschriften (EN28)	Seite 56
Aspekt: Transport (EN29)	Seite 57
Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung	Seite 58
Aspekt: Beschäftigung (LA1–LA3)	Seite 59
Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis (LA4–LA5)	Seite 62
Aspekt: Arbeitsschutz (LA6–LA9)	Seite 62
Aspekt: Aus- und Weiterbildung (LA10–LA12)	Seite 65
Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit (LA13–LA14)	Seite 68
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte	Seite 71
Aspekt: Investitions- und Beschaffungspraktiken (HR2–HR3)	Seite 71
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft	Seite 73
Aspekt: Gemeinwesen (SO1)	Seite 74
Aspekt: Korruption (SO2–SO4)	Seite 75
Aspekt: Politik (SO5)	Seite 78
Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten (SO7)	Seite 78



Aspekt: Einhaltung der Gesetze (SO8)	Seite 78
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung	Seite 79
Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen (PR3–PR5)	Seite 79
Aspekt: Werbung (PR6–PR7)	Seite 80
Aspekt: Schutz der Kundendaten (PR8)	Seite 81
Aspekt: Einhaltung von Gesetzesvorschriften (PR9)	Seite 81
Zielmatrix	Seite 82
GRI-Content-Index	Seite 83
Unabhängige Bescheinigung	Seite 99
Kontakt und Impressum	Seite 101

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 diesen Bericht nicht miteinbezogen. Bezieht sich eine Aussage des Berichts jedoch auf den gesamten Konzern (inkl. aller Tochtergesellschaften), wird dies im Text dezidiert mit der Bezeichnung Österreichischer Post Konzern angeführt.



1 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation

Bei der Österreichischen Post haben wir nicht nur klare Ziele und eine klare Strategie, sondern wir verfügen auch über ein fundiertes Wertegerüst, das den Hintergrund unserer Tätigkeit bildet. Ehrgeizige Ziele und Strategien sind uns wichtig, aber gleichzeitig müssen wir uns überlegen, wie wir diesen Weg gehen wollen. Es geht um die langfristige Ausrichtung und das Wertegerüst, und das nicht nur auf Management-Ebene, sondern für jeden einzelnen Mitarbeiter. Auf dieser Basis haben wir im Jahr 2010 ein konzernweites Leitbild entwickelt, das in den Bereichen Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit sowie Kommunikation und Wertschätzung klare Leitsätze vorgibt. Diese Leitsätze gilt es in der Arbeit tagtäglich zu leben.

Gelingt eine Ausrichtung an den drei Kernwerten des Leitbildes, ergibt sich praktisch von selbst eine nachhaltige Unternehmensführung. Wenn ein Unternehmen in den grundlegenden Fragen richtig gesteuert wird, agiert es automatisch zukunftsorientiert und damit nachhaltig. Das schließt aber eben nicht nur ökonomische Aspekte mit ein, sondern auch das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und natürlich die Mitarbeiter. Und für all diese Bereiche benötigt es klare Werte und Ziele als Richtschnur, um langfristig zukunftssicher zu sein.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Österreichischen Post gliedert sich in die Bereiche Ökonomie, Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt – wobei jeder Bereich mit entsprechenden Zielen und Maßnahmen hinterlegt ist. Bei der Definition der Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche wird besonderes Augenmerk darauf gelegt, dass diese wechselseitig aufeinander abgestimmt sind. Kein Bereich darf für sich isoliert betrachtet werden – denn nur unter Bezugnahme auf alle Nachhaltigkeitsaspekte kann das Unternehmen langfristig und zukunftssicher geführt werden. Die definierten Ziele und Maßnahmen orientieren sich dabei auch immer konsequent an den Ansprüchen und Erwartungen der Stakeholder der Österreichischen Post, um das Unternehmen im Sinne aller Anspruchsgruppen weiterzuentwickeln.

Vor diesem Hintergrund trat die Österreichische Post bereits 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. Zudem ist die Österreichische Post auch aktiv an Nachhaltigkeitsprojekten der Post- und Logistikbranche wie der International Post Corporation (IPC) beteiligt.

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 mindestens zweimal 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 Themenschwerpunkte der Österreichischen Post. Für jeden dieser Themenschwerpunkte existieren konkrete Ziele, die jährlich evaluiert und mit entsprechenden Maßnahmen hinterlegt werden. Um die Messbarkeit der Zielerreichung weiter zu optimieren, existieren in den einzelnen Kategorien neben den Hauptzielen, die primär qualitative Messkriterien beinhalten, auch quantifizierbare Sub-Ziele, welche den Hauptzielen untergeordnet sind.

Details zu den gesetzten Zielen sowie dem jeweiligen Zielerreichungsgrad sind in den jeweiligen Kapiteln zu den Themen Ökonomie (ab Seite 38), Umwelt (ab Seite 44), Mitarbeiter (ab Seite 58) sowie Gesellschaft (ab Seite 73) zu finden. Eine Gesamtübersicht aller Ziele ist in der Zielmatrix auf Seite 82 in komprimierter Form dargestellt.



Vier Themenschwerpunkte mit korrespondierenden Zielen im Überblick:

Ökonomie: Das grundsätzliche Ziel, das Unternehmen langfristig erfolgreich zu führen, 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, Steigerung des Unternehmenswerts.

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: Unternehmens- und Führungskultur fördern, Schaffung individueller Zukunftsperspektiven, 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 in einem ressourcenintensiven Geschäft tätig 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 2012, Teil 2 – Facts & Figures, 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 Zielmatrix auf Seite 82 in komprimierter Form dargestellt.

1.2.1 Beschreibung der Risiken

Risiken aus dem Bereich Gesellschaft

Als Universaldienstanbieter 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 insofern minimiert werden, als 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 Partnern weiter fortgeführt.



Risiken, die sich aus Kooperationen mit den größten Partnern der Österreichischen Post wie BAWAG P.S.K. und Telekom Austria ergeben, werden laufend evaluiert.

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. Dies 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 oder regulatorische Rahmenbedingungen, 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.

Zudem kommuniziert die Österreichische Post AG im Rahmen von Mitgliedschaften bei Wirtschafts- und Fachverbänden und in deren Gremien bzw. Arbeitsgruppen zu Themen, welche die Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post betreffen, regelmäßig ihre Positionen und bringt diverse Anliegen vor. Das Augenmerk der Österreichischen Post liegt auf der flächendeckenden Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Post-Dienstleistungen – dies muss zeitgemäß und kundenorientiert geschehen, wobei hier auch der Bereich elektronische Zustellung thematisiert wird.

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.

Ein wesentlicher Teilaspekt des Risikos E-Substitution ist die Änderung des Kommunikationsverhaltens jüngerer Generationen. Das Postgeschäft – und hier v.a. das Schreiben und Versenden von Briefen – ist ein bedeutender 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 der 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.

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. der 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, neue 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 der seit 2011 gültige 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 Führungsakademie 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 alternsgerechter 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 des 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 zur 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 die 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 2012, Teil 2 – Facts & Figures, 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 150 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 mehr 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 werden 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 und 2012 bei niedrigem Preisniveau Vorratskäufe von CO₂-Zertifikaten bis 2015 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 „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC) teil, das auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen abzielt. 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. Dieses Ziel wurde plangemäß erreicht. Nun hat



sich die Österreichische Post ein noch ambitionierteres Ziel gesetzt: Von 2010 bis 2015 soll der CO₂-Ausstoß unter Einschluss der vom Unternehmen beauftragten Frächter um weitere 20% reduziert werden.

Das Risiko hier besteht darin, dass das vereinbarte Einsparungsziel nicht geschafft werden könnte und dadurch ein Reputationsschaden eintritt. Erschwerend wirkt hier die laufende Technologisierung des Post- und Logistikgeschäfts, welche den Einsatz von effizienteren Maschinen und damit einen höheren Energieverbrauch nötig macht. Durch konsequentes Monitoring der CO₂-Emissionen sowie durch bereits eingeleitete Maßnahmen wie die vollständige Umstellung des direkten Strombezugs auf „grünen Strom“ und Forcierung der E-Mobilität ist die Österreichische Post jedoch auf einem guten Weg, diese Zielvorgaben erneut 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 Post-Dienstleistungen 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 durch 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. Beispielhaft war eine signifikante Steigerung der Arbeitsunfälle vom Jahr 2009 auf das Jahr 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 Gripeschutzimpfkampagnen 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 unter 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 Volumina-Rückgängen 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 Volumina-Rückgängen und damit Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

Weitere Details zu den ökonomischen Risiken finden Sie auch im Geschäftsbericht 2012, Teil 2 – Facts & Figures, 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 „Die Post macht Schule“. 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. 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. Um diesen Wertewandel sicherzustellen, hat die Post gemeinsam mit den Führungskräften des Konzerns eigene Führungsleitlinien erarbeitet, die auf den vier Leitwerten Verantwortung übernehmen, Orientierung geben, Zusammenarbeit fördern sowie Vertrauen schaffen basieren. Durch diese Maßnahmen kann sich die Österreichische 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 Aspekten 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 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 Einschulungsmaßnahmen 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 großteils 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 müssten.

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 2012 zügig fortgeführt – Ende 2012 waren bereits 435 gemeinsame Filialen umgesetzt. Die strukturelle Transformation und die Zusammenführung der Netze von Post und BAWAG P.S.K. wird auch im Jahr 2013 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. Auch im Geschäftsjahr 2012 hat die Österreichische Post ihre umfangreiche Service- und Qualitätsoffensive mit Fokus auf Privatkunden fortgesetzt. So wurden insbesondere neue Self-Service-Lösungen entwickelt, darunter der Frankierautomat. Zudem wurde 2012 das neue Konzept der Selbstbedienungs-Filiale getestet. Im Bereich Logistics Solutions entwickelt die Österreichische Post zudem laufend maßgeschneiderte Kundenlösungen im Bereich Warehousing und Fulfillment sowie diverse „Value-Added Services“.



2 ORGANISATIONSPROFIL

Die Österreichische Post AG, mit Sitz in Wien, Haidingergasse 1, ist mit einem Jahresumsatz im Jahr 2012 von 1,7 Mrd EUR und rund 19.500 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 1.931 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: Der Österreichische Post Konzern war 2012 über 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 diesen Bericht nicht miteinbezogen. Bezieht sich eine Aussage des Berichts jedoch auf den gesamten Konzern (inkl. aller Tochtergesellschaften), wird dies im Text dezidiert mit der Bezeichnung Österreichischer Post Konzern angeführt.

Die Österreichische Post ist in zwei operative Divisionen gegliedert: die Division Brief, Werbepost & Filialen sowie die Division Paket & Logistik.



Division Brief, Werbepost & Filialen

Das Kerngeschäft der Division Brief, Werbepost & Filialen erstreckt sich über die Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, Postkarten, adressierten und unadressierten Werbesendungen und Zeitungen bis hin zu diversen Filialdienstleistungen. Ergänzt wird das Leistungsspektrum durch neue Dienstleistungen für Geschäftspost und Werbepost, darunter Adress- und Datenmanagement, Poststellenmanagement, intelligentes Scanning



und Response-Management sowie Online-Services. Jährlich stellt die Österreichische Post in Österreich 6 Mrd Sendungen zu, darunter 1 Mrd Briefe an 4,3 Mio Haushalte und Unternehmen. Dabei garantiert die Post eine täglich flächendeckende Zustellung in höchster Qualität – 96% der Inlandsbriefe werden am nächsten Werktag nach Aufgabe zugestellt.

Zudem stehen den Kunden 1.931 Geschäftsstellen in ganz Österreich zur Verfügung und bilden damit das größte Privatkundennetz des Landes. Jährlich verzeichnen die Post-Geschäftsstellen rund 60 Mio Kundenbesuche. Neben dem Handling von Brief- und Paketprodukten werden in den Post-Geschäftsstellen auch Finanzdienstleistungen, Telekommunikationsprodukte und diverse Handelswaren angeboten.

Division Paket & Logistik

Die Division Paket & Logistik des Österreichischen Post Konzerns bietet ihre Leistungen in acht 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. Das Portfolio umfasst aber auch ein breites Spektrum an Speziallogistiklösungen – etwa die sogenannte Kombifracht (den gemeinsamen Transport von einzelnen Paketen und Paletten), temperaturgeführte Logistik (Transport von temperatursensiblen Waren in den Temperaturbereichen 2–8 C bzw. 15–25 C), Wertlogistik (Werttransporte, Cash-Management und Automaten-servics) sowie diverse Fulfillment-Dienstleistungen (zusätzliche kundenspezifische Logistikdienstleistungen, von Webshop-Logistik über Lagerhaltung und Kommissionierung bis hin zu Mehrwertdiensten).

Am Heimmarkt stellt die Österreichische Post jährlich rund 65 Mio Pakete und EMS-Sendungen an alle Haushalte und Unternehmen in ganz Österreich zu. Damit ist die Post führender Dienstleister für die Auslieferung von Versandhandelspaketen mit einer flächendeckenden Zustellung in höchster Qualität. 96% der im Universaldienst beförderten Pakete erreichen innerhalb der gesetzlichen Laufzeitvorgaben ihre Empfänger. Neben klassischen Paketdienstleistungen bietet die Österreichische Post über ihre Tochtergesellschaften auch vielfältige Fulfillment-Dienstleistungen wie Lagerung, Kommissionierung oder Retourenmanagement an.

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.

Auch 2012 sind hier wieder wichtige Erweiterungsschritte erfolgt, die vor allem den Einstieg in neue Märkte brachten: So gelang dem Österreichischen Post Konzern im November 2012 die vollständige Übernahme der rumänischen PostMaster s.r.l., an der sie sich schon im Oktober 2011 zu 26% beteiligt hatte. Sie ist damit nun Alleineigentümerin der Nummer 1 unter den alternativen Post-Dienstleistern in einem der größten CEE-Märkte. In Polen



wiederm erwarb die Österreichische Post 100% der Kolportaz Rzetelny, in Bulgarien stieg sie mit zunächst 26% bei M&BM Express ein. Kolportaz Rzetelny ist mit einem Marktanteil von 36% polnischer Marktführer in der nicht-adressierten Zustellung, M&BM Express fungiert in Bulgarien als Nummer 1 der alternativen Briefpost-Dienstleister und ist Marktführer im Bereich Hybrid Mail. Im Briefbereich ist der Konzern neben der Marktführerschaft in Österreich, nunmehr auch Nummer 1 bei unadressierten Werbesendungen in Kroatien, Ungarn, der Slowakei, Polen und Rumänien sowie bei der Direct-Mail-Produktion in Deutschland.

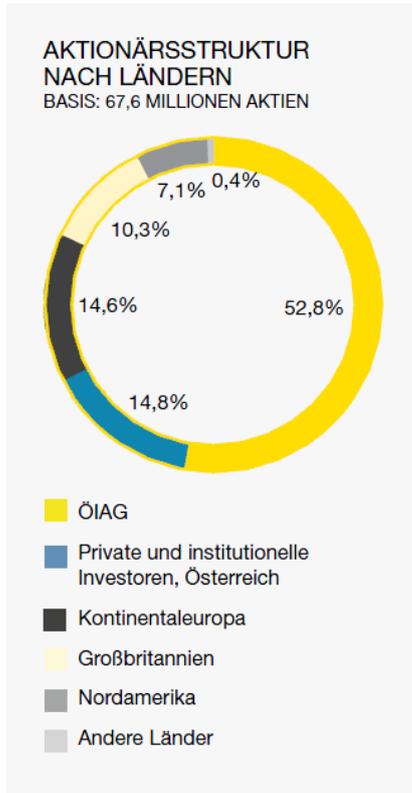
Mit integrierten Logistikdienstleistungen ist der Österreichische Post Konzern auch im bosnischen, deutschen, kroatischen, montenegrinischen, serbischen, slowakischen und ungarischen Markt aktiv. Damit hat er sich erfolgreich als Spezialist in interessanten Nischen bzw. in Regionen mit hohem Wachstumspotenzial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



Standorte des Österreichischen Post Konzerns, Stand Ende 2012

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.



Eine im Jänner 2013 durchgeführte Aktionärsbefragung zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖIAG – 40% aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (+1 Prozentpunkt gegenüber der Befragung im Jänner 2012). Davon werden in Summe 15% von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (+2 Prozentpunkte), 15% in Kontinentaleuropa (unverändert) und 10% in Großbritannien (–2 Prozentpunkte) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 7% der Aktien (unverändert), 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 etwa 2%.

Im Berichtszeitraum erhaltene Preise

Die hohe Qualität des Reportings der Österreichischen Post belegt auch die Auszeichnung beim Austrian Annual Reporting Award des österreichischen Wirtschaftsmagazins „trend“. Die Österreichische Post ging aus diesem Ranking 2012 als Sieger in der Kategorie „Bestes Berichtswesen“ hervor. Erstmals wurde – neben dem Geschäftsbericht 2011 – auch die Kommunikation zwischen Unternehmen, Aktionären und Stakeholdern bewertet, da Kommunikation über mehrere Kanäle und auf mehreren Ebenen stattfindet. So werden beispielsweise der Auftritt im Internet und Nachhaltigkeitsberichte immer wichtiger. Ebenso rücken Themen wie gesellschaftliche Verantwortung, Nachhaltigkeit und Transparenz immer stärker in den Vordergrund. Unter Einbeziehung all dieser Aspekte erreichte die Österreichische Post die höchste Punktzahl unter allen börsennotierten österreichischen Unternehmen.

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.



Im Umweltbereich bestätigten Experten – sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene – durch Auszeichnungen mit Klimaschutzpreisen die Vorbildwirkung der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT sowie deren positive Effekte für das globale Klima. So wurde der Österreichischen Post im Jahr 2012 der „Postal Technology International Award“ in der Kategorie „Environmental Achievement of the Year“ verliehen. Zudem konnte die Post beim Carbon Disclosure Project (CDP), der weltweit größten Datenbank für unternehmensrelevante Umwelt- und Klimainformationen, punkten und wurde als zweites österreichisches Unternehmen in den wichtigen Carbon Disclosure Leadership Index aufgenommen. Auch in Österreich wurde das Engagement der Post positiv gewürdigt – so belegte das Unternehmen im Rahmen des VCÖ-Mobilitätspreises mit der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT den ersten Platz in der Kategorie „Klimafreundlicher Güterverkehr“.



3 BERICHTSPARAMETER

Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2012 und stellt die Leistungen der Österreichischen Post im Bereich der Nachhaltigkeit dar. Er knüpft damit lückenlos an die Nachhaltigkeitsberichte 2010 und 2011 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 2012 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. Das ergänzende Nachhaltigkeitsmagazin, das als Beilage der österreichischen Wirtschaftsmagazine „Format“ und „Profil“ 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 keine weiteren Konzernunternehmen, da für diese nach heutigem Stand einige nachhaltigkeitsrelevante Daten nicht in konsolidierter Form vorliegen. Ziel ist es, das Unternehmen trans-o-flex mit einem Anteil am Konzernumsatz von rund 25% sowie einem Mitarbeiteranteil von rund 6% innerhalb der nächsten drei Jahre in die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu integrieren. Die restlichen Konzerngesellschaften erwirtschaften derzeit nur rund 5% des Konzernumsatzes jedoch macht der Mitarbeiteranteil rund 10% des Konzerns aus. Es wird evaluiert inwiefern und in welchem Ausmaß diese in die Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert werden können.

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 durch und Entscheidungen 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

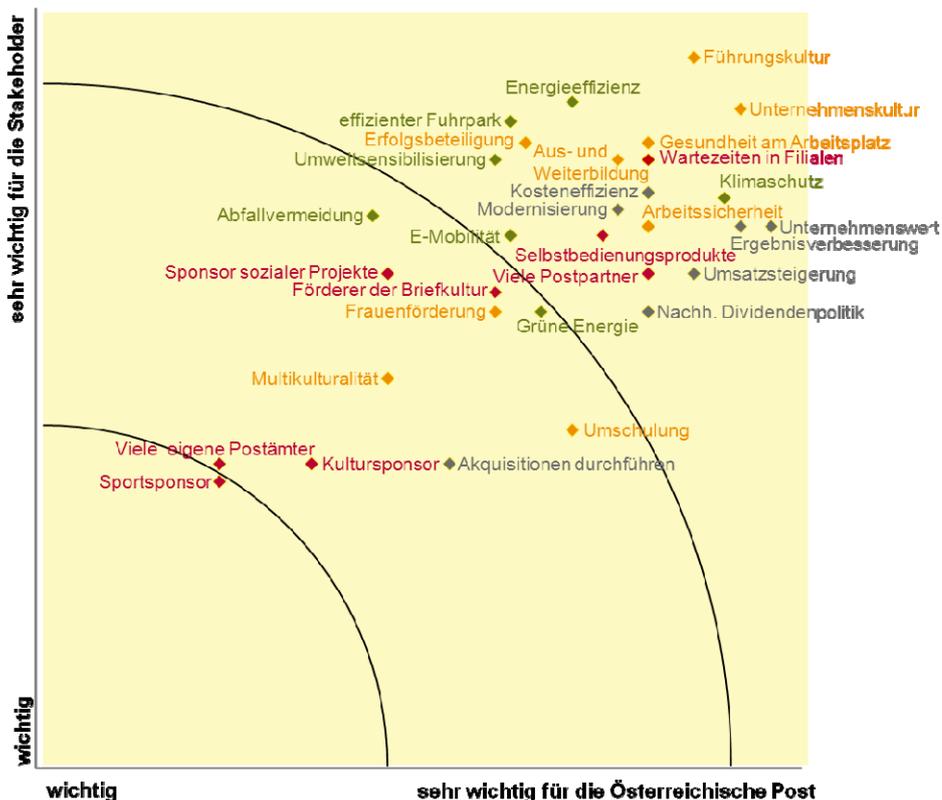


Arbeitsgruppe, die sich in regelmäßigen Abständen trifft (mindestens zweimal jährlich). Zusätzlich werden die Nachhaltigkeitsstrategie sowie die korrespondierenden Maßnahmen einmal jährlich dem CSR-Board mit Mitgliedern aus unterschiedlichsten Unternehmensbereichen präsentiert. Die Teilnehmer der Arbeitsgruppen 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 des jährlich stattfindenden Stakeholder-Roundtable. Dabei diskutierten rund 30 geladene Vertreter unterschiedlichster Stakeholder-Gruppen die aktuellen und für die Österreichische Post zentralen Nachhaltigkeitsthemen.

Auf Basis dieser Erkenntnisse wurde im Geschäftsjahr 2012 erstmalig eine Wesentlichkeitsmatrix erstellt, welche die Kernthemen für die Österreichische Post und ihre Stakeholder darstellt. Auf Basis der Diskussion im Rahmen des Stakeholder-Roundtable 2013 und einer schriftlichen Befragung der Teilnehmer, wurden kleinere Anpassungen in der Wesentlichkeitsmatrix vorgenommen. Im kommenden Jahr ist eine weitere Befragung, welche ein breiteres Bündel an Stakeholdern miteinbezieht, geplant, um die Wesentlichkeitsmatrix weiter zu optimieren.

Im Rahmen der aktuellen Analyse haben sich folgende Kernthemen herauskristallisiert: Kosteneffizienz, Energieeffizienz, Führungs- und Unternehmenskultur sowie Wartezeiten in Filialen. Diese Themen werden nun prioritär in Angriff genommen.

Wesentlichkeitsmatrix der Österreichischen Post 2013





Berichtsmethodik

Der GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2012 der Österreichischen Post wurde gemäß dem Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI G3.1) erstellt und entspricht der Anwendungsebene A+. 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.

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

Die Erhebung und Berechnung von Kennzahlen 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 Abweichungen davon geben, wird dies an der entsprechenden Stelle angeführt.

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



Anwendungsebenen	C	C+	B	B+	A	A+	
Erforderliche Kriterien	G3 Angaben zum Berichtsprofil	Berichten Sie über: 1.1 2.1 – 2.10 3.1 – 3.8, 3.10 – 3.12 4.1 – 4.4, 4.14 – 4.15	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Berichten Sie über: alle Kriterien für Ebene C und: 1.2 3.9, 3.13 4.5 – 4.13, 4.16 – 4.17	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Die selben Anforderungen wie für Ebene B	falls der Bericht extern bestätigt wurde
	G3 Offenlegung des Managementansatzes	Eine Offenlegung des Managementansatzes erfolgt nicht.	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	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 2012 der Österreichischen Post entspricht den Anforderungen der Anwendungsebene A+ des GRI G3.1-Leitfadens zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.



4 GOVERNANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT

4.1–4.10 Corporate Governance

4.1 Corporate Governance und Führungsstruktur

Gute Corporate Governance fördert den langfristigen Unternehmenserfolg und die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens. Es geht dabei nicht nur um die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben. Vorstand und Aufsichtsrat haben den Anspruch, eine verantwortungsbewusste, wertebasierte und auf den langfristigen Erfolg ausgerichtete Führung und Kontrolle des Unternehmens sicherzustellen. Die Achtung der Interessen der Aktionäre und Mitarbeiter, die Transparenz bei allen unternehmerischen Entscheidungen sowie ein angemessener Umgang mit Risiken sind wesentliche Elemente guter Corporate Governance.

Gemäß österreichischem Aktiengesetz ist der Vorstand als Leitungsorgan des Konzerns an das Unternehmensinteresse gebunden und der Steigerung des nachhaltigen Unternehmenswertes verpflichtet. Die Mitglieder des Vorstandes tragen gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung und entscheiden über Grundsatzfragen der Geschäftspolitik und Unternehmensstrategie. Der Aufsichtsrat hat als Kontrollorgan die Geschäftsführung zu überwachen und den Vorstand bei Entscheidungen grundlegender Bedeutung zu unterstützen.

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 2012, Teil 2 – Facts & Figures, Seite 9ff.

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 2012, Teil 2 – Facts & Figures, 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 1. November 2012 hat Ing. Rudolf Kemler das Mandat des Aufsichtsratsvorsitzenden inne. Er folgte in dieser Funktion Herrn Mag. Markus Beyrer nach.

Die Unvereinbarkeit des Aufsichtsrats mit einer Vorstandstätigkeit ist in §90 Abs. 1 AktG ausführlich geregelt.

4.3 Struktur der Leitungsorgane

Die Österreichische Post verfügte im Geschäftsjahr 2012 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 2012 sind im Geschäftsbericht 2012, Teil 2 – Facts & Figures, Seite 12 und 13 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 2013 wurde wieder die Möglichkeit geboten, das Stimmrecht via Briefwahl auszuüben. Im Rahmen der Hauptversammlung 2013 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 in einem hohen Ausmaß an messbare, quantitative Leistungsindikatoren an und enthält weiters qualitative Zielerreichungskomponenten, wobei sowohl die quantitativen als auch die qualitativen Leistungsindikatoren nachhaltigkeitsrelevante Komponenten enthalten. Für das Geschäftsjahr 2012 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 2012, Teil 2 – Facts & Figures, Seite 15 und 16).

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.

Interessenkonflikte 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, Sozialem

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 fünf der zwölf Mitglieder unter 50 Jahre alt und zwei Mitglieder nichtösterreichischer Nationalität sind. Mit Frau Dr. Edith Hlawati (Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende) und Frau Elisabeth Stadler befinden sich 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.

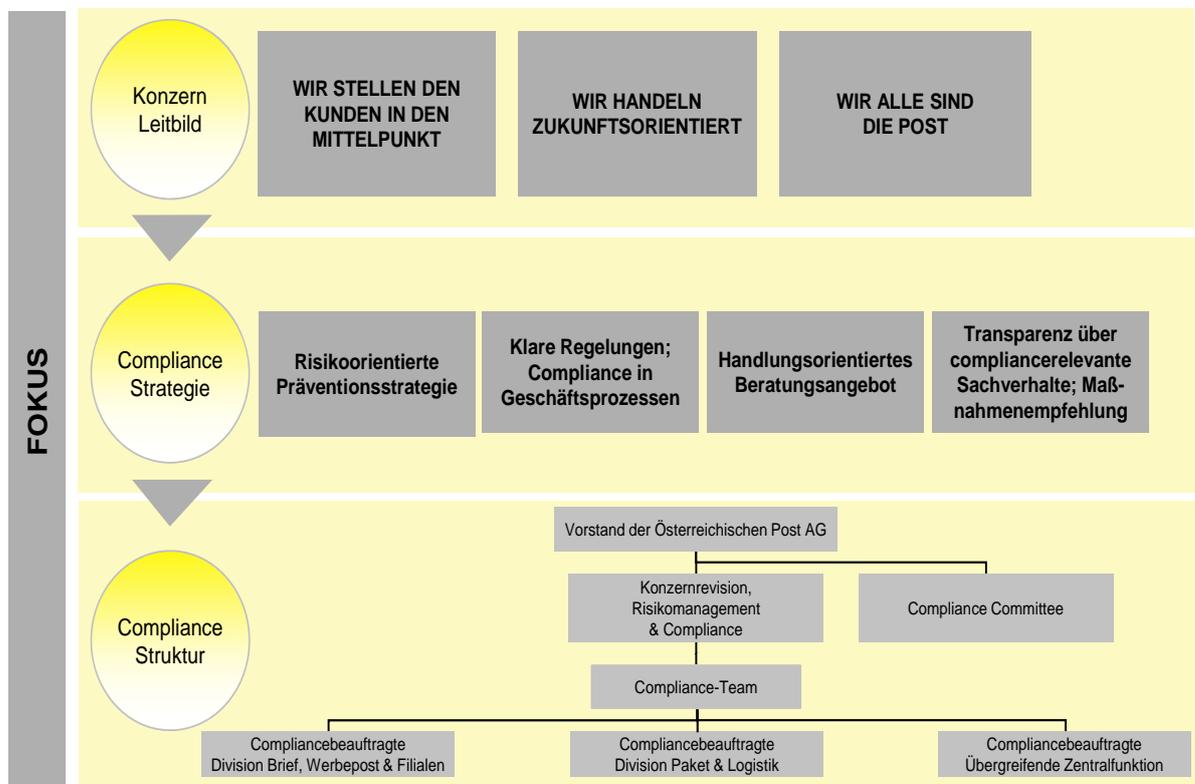
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodex, Richtlinien und Prinzipien der Nachhaltigkeit

Die Österreichische Post bekennt sich im Sinne einer verantwortungsvollen und transparenten Unternehmensführung seit ihrem Börsengang zur Einhaltung des Corporate Governance Kodex.

Daher hat die Österreichische Post auf Basis ihres Konzernleitbilds unter anderem ihr Compliance-Management-System sukzessive weiter ausgebaut.

Das Compliance-Management-System der Post

Ziel ist es, auf Basis unseres Leitbildes, eine konzernweite Compliance-Kultur zu etablieren und damit einen wertschöpfenden Beitrag zur Entwicklung des Unternehmens zu leisten.



Um dies zu erreichen, verfolgt die Österreichische Post eine risikoorientierte Präventionsstrategie, durch die Risiken frühzeitig erkannt und minimiert werden. Dazu gehört auch, klare Regelungen aufzustellen und diese in alle relevanten Geschäftsprozesse zu integrieren. Diese Integration soll kontinuierlich auch in den Tochtergesellschaften des



Konzerns vorangetrieben werden. Zu diesem Zweck wurde die Anzahl der regionalen Compliance-Beauftragten, die das zentrale Compliance Office bei der konzernweiten Umsetzung der Compliance-Schwerpunkte unterstützen, im Jahr 2012 auf 17 Personen aufgestockt. Die Aktivitäten der zentralen und der regionalen Compliance-Organisation sollen in allen Unternehmenseinheiten ein nachhaltiges, praxis- und handlungsorientiertes Beratungsangebot für die Beschäftigten sicherstellen sowie Transparenz in compliance-relevanten Sachverhalten schaffen. Darüber hinaus ist die Empfehlung von Maßnahmen im Falle von Compliance-Verstößen ein wichtiges Instrument zur Professionalisierung und Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems.

Aktuell lässt sich die Post nach dem deutschen Standard des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (IDW PS 980) zertifizieren.

Verhaltens- und Ethikkodex

Ein weiterer wichtiger Schritt zum konzernweiten Roll-out des Compliance-Management-Systems war die Veröffentlichung des Verhaltens- und Ethikkodex im Jahr 2011, welcher auf dem Konzernleitbild aufbaut und allen Mitarbeitern der Post einen Leitfaden für ihren täglichen Arbeitsalltag bietet. Dieser wurde im Jahr 2012 in alle im Konzern vertretenen Landessprachen übersetzt und konzernweit kommuniziert. Er enthält die Grundsätze für ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln aller Beschäftigten des Konzerns, orientiert sich an internationalen Übereinkünften sowie ethischen Standards und spiegelt damit auch das Bekenntnis der Österreichischen Post zu den Prinzipien des UN Global Compact wider.

Darüber hinaus wurde ebenfalls im Jahr 2011 ein Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post entwickelt, der die Auftragnehmer der Post sowie deren Sub-Auftragnehmer und Zulieferer zur Beachtung rechtlicher und sozialer Mindeststandards verpflichtet.

Richtlinien

Inhaltliche Schwerpunkte des Compliance-Management-Systems bilden die Bereiche „Kapitalmarkt“ und „Antikorruption“. Daher wurden in der Österreichischen Post schon früh spezifische, unternehmensweit geltende Richtlinien erarbeitet und veröffentlicht. Die Kapitalmarkt-Compliance-Richtlinie entspricht den geltenden österreichischen Kapitalmarktvorschriften sowie der Emittenten-Compliance-Verordnung der Finanzmarktaufsicht und wurde zur Vermeidung von Insidergeschäften erlassen. Die im Jahr 2011 erlassene Konzernrichtlinie betreffend „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ musste im Jahr 2012 aufgrund der Bestimmungen des Korruptionsstrafrechtsänderungsgesetzes und der damit verbundenen Ausweitung des Amtsträgerbegriffs angepasst werden. Diese Konzernrichtlinie erläutert detailliert die einschlägigen Gesetzesbegriffe (z.B. „Amtsträger“, „ungebührlicher Vorteil“ etc.) und informiert die Mitarbeiter über alles Wissenswerte zum Thema Antikorruption. Darüber hinaus enthält die Richtlinie einen umfangreichen Praxisleitfaden samt grafischer Darstellung und bietet somit für alle Mitarbeiter Hilfestellung im Umgang mit Geschenken und Einladungen im Arbeitsalltag. Eine weitere Hilfestellung zu den Themenschwerpunkten



„Kapitalmarkt“ und „Antikorruption“ wird darüber hinaus durch ein E-Learning-Tool angeboten, welches im Herbst 2013 konzernweit verfügbar gemacht wird.

Da das Compliance-Management-System der Österreichischen Post zusätzlich zu den Schwerpunktthemen weitere Bereiche innerhalb des Konzerns abdeckt, wurde eine Richtlinie zum Thema „Einheitliche Kommunikation und Umgang mit Medien“ erlassen sowie eine Richtlinie zum Thema „Sponsoring und Spenden“ erarbeitet, um Compliance auch in diesen relevanten Bereichen bzw. Prozessen zu integrieren.

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.

Im Zuge eines breit angelegten Prozesses wurden drei zentrale Felder definiert, die der Post in Zukunft als Wegweiser dienen sollen:



LEITBILD	
1	KUNDENORIENTIERUNG Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt
2	WIRTSCHAFTLICHKEIT UND NACHHALTIGKEIT Wir handeln zukunftsorientiert
3	KOMMUNIKATION UND WERTSCHÄTZUNG Wir alle sind die Post

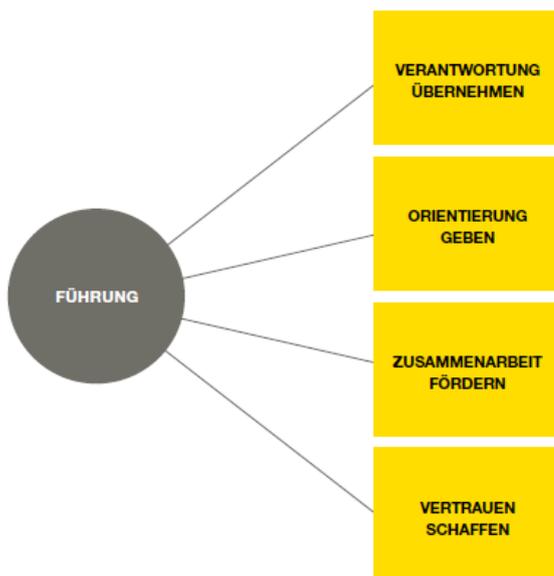
Eine Vielzahl von Maßnahmen dient nun dem Ziel, das neue Leitbild in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umzusetzen und zu verankern. Denn nur, wenn es bewusst gelebt wird, erfüllt es seinen Zweck: Einen kulturellen Wandel im Umgang miteinander, mit Kunden und Partnern zu erzielen, die Identifikation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

Damit dieser Anspruch aber auch tatsächlich mit Leben erfüllt wird, muss auch die Mannschaft entsprechend ausgerichtet werden. Deshalb ist ein Großteil der Arbeit zur Weiterentwicklung des Leitbildes auf das Thema Führung entfallen – denn alle Führungskräfte müssen das Leitbild auch glaubwürdig im Alltag vorleben. Um das



sicherzustellen, hat die Post gemeinsam mit den Führungskräften des Konzerns eigene Führungsleitlinien erarbeitet, die auf den vier Leitwerten Verantwortung übernehmen, Orientierung geben, Zusammenarbeit fördern sowie Vertrauen schaffen basieren. Aufbauend darauf wurde speziell für Führungskräfte eine Fülle an Möglichkeiten geboten, am Roll-out und der Weiterentwicklung der Führungsleitlinien, aber auch der Ausrichtung der Post insgesamt aktiv mitzuarbeiten. Dazu fand eine Vielzahl von Workshops und Führungskräfte tagen statt, in denen es um Themen wie Kundenorientierung, Wertschätzung und zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Geschäftsaktivitäten ging. 2012 nahmen z.B. rund 500 Führungskräfte an einem Managementtag in der Nähe von Wien sowie rund 1.500 Teilnehmer aus dem mittleren und höheren Management in über 50 Arbeitsgruppen an Open-Space-Veranstaltungen in Wien und Salzburg teil. Zudem nahmen 270 Führungskräfte am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil, um die Tätigkeit des Zustellers bzw. Filialmitarbeiters einen Tag lang „live“ miterleben und damit die Kundenbedürfnisse, aber auch den täglichen Einsatz von Zustellern und Filialmitarbeitern besser zu verstehen.

DIE FÜHRUNGSLEITLINIEN DER
ÖSTERREICHISCHEN POST BASIEREN
AUF VIER LEITWERTEN



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. Die variablen Gehaltsbestandteile des Vorstandes hängen vom Erreichungsgrad der festgelegten ökonomischen und gesellschaftlichen/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. In diesem Rahmen 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 2012.

Auch im Jahr 2012 hat sich die Österreichische Post in internationalen Programmen wie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post 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, der Industriellenvereinigung, der Vienna Economic Forum, dem Aktienforum, dem Cercle Investor Relations Austria (C.I.R.A.), dem Public Relations Verband Austria, dem DMVÖ - Dialog Marketing Verband Österreich sowie dem Bundesverband Logistik.

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

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.

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 neu geclustert, um noch spezifischer auf die Anforderungen der jeweiligen Stakeholder-Gruppe eingehen zu können. Diese Gliederung wurde im Jahr 2012 erneut evaluiert und wurde in dieser Form beibehalten.

Um für das Unternehmen aktuelle Nachhaltigkeitsthemen angemessen und entsprechend den Anforderungen der allgemeinen Öffentlichkeit zu behandeln, wird im Anlassfall auch verstärkt Kontakt zu relevanten Bundesministerien und NGOs aufgenommen.



4.16 Ansätze für die Einbeziehung der Stakeholder

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 laufend im 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 und 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.

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 miteinbringen können. Zudem nutzt das Unternehmen für einzelne Stakeholder-Gruppen auch spezielle Veranstaltungsformate, um auf deren spezifische Bedürfnisse in strukturierter Form einzugehen. Beispielsweise nahm die Österreichische Post auch im Jahr 2012 an diversen Arbeitsgruppen in Ministerien oder Nachhaltigkeitsplattformen teil.

Vor diesem Hintergrund fand am 20. Juni 2013 der 3. Stakeholder-Roundtable der Österreichischen Post statt. Mit dem Ziel, Impulse für zukünftige Nachhaltigkeitsaktivitäten zu erhalten, diskutierten rund 30 Stakeholder gemeinsam mit Generaldirektor Dr. 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 als auch im vorliegenden Bericht entsprechend aufgegriffen werden.

4.17 Zentrale Themen der Stakeholder

Im Rahmen des laufenden Dialogs mit Stakeholdern im Jahr 2012 zeigte sich eine Vielzahl an relevanten Themen, welche in der Wesentlichkeitsmatrix der Österreichischen Post abgebildet wurden und durch die neuen Erkenntnisse beim Stakeholder-Roundtable 2013 sowie auf Basis des schriftlichen Fragebogens aktualisiert wurden (siehe auch Seite 24). Im Rahmen des Stakeholder-Roundtables 2013 wurden die eingeladenen Stakeholder speziell zu Herausforderungen in den nächsten 10 Jahren befragt und danach, welche Herausforderungen sich dadurch für die Österreichische Post ergeben.



Folgende zentrale Themen wurden in der Diskussion beispielsweise aufgegriffen:

Fortführung Stakeholder-Orientierung, Energieeffizienz, Flexibilität der Dienstleistungen, Qualität und Verlässlichkeit, Empfängerzufriedenheit/Kundenzufriedenheit, Inhomogenität der Konsumenten, Kontinuität Post Partner-Strategie, Wettbewerb vs. Regulierung, Rahmenbedingungen, Beherrschung der Komplexität, Netzabdeckung, weniger Wachstum und steigende Kosten, Digitalisierung, technischer Wandel, Erhalt der sozialen Funktion, Effizienzsteigerung vs. Mitarbeitermotivation, Mitarbeiterförderung, altersgerechte Arbeitsbedingungen, Restrukturierung vs. Kundenorientierung.

In einem zweiten Schritt wurden die Stakeholder dazu befragt, was die Österreichische Post dazu beitragen kann, diesen Herausforderungen zu begegnen. In fünf Arbeitsgruppen wurden zu den Themengebieten strategische Stakeholder-Orientierung, Herausforderung Kundenorientierung, Komplexität & Rahmenbedingungen, Kerngeschäft & neue Produkte sowie Effizienzsteigerung & Motivation Lösungsansätze erarbeitet.

In der Gruppe zum Thema „**Stakeholder-Orientierung**“ wurde einmal mehr die Relevanz einer nachhaltigen und umweltfreundlichen Logistik hervorgehoben, wobei die Vorreiterrolle der Österreichischen Post im Bereich der Elektromobilität sich positiv auf die Mitarbeiter wie auch Kundenzufriedenheit auswirkt. Zudem wurde der Ausbau flexibler Arbeitsmodelle gefordert, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern.

Im Bereich „**Herausforderung Kundenorientierung**“ stand ganz klar der hohe Qualitätsanspruch der Österreichischen Post und ihrer Kunden im Fokus. Weiterentwicklungspotenziale sahen die Stakeholder im Bereich der Erstzustellung von Paketen sowie bei den Wartezeiten in Filialen.

Im Bereich „**Komplexität & Rahmenbedingungen**“ wurden die Vorteile und Nachteile der Regulierung des Postgeschäfts diskutiert. Wichtig für die Österreichische Post ist es in Zukunft die Komplexität zu beherrschen bzw. zu reduzieren. Zudem muss die Sicherheit für alle Vertragspartner gewährleistet werden.

Im Themengebiet „**Kerngeschäft & neue Produkte**“ wurden eine Reihe an Wachstumstreibern hervorgehoben, welche in Zukunft weiter forciert werden sollten. Dazu zählen der Bereich Paket durch den E-Commerce-Trend, Erweiterungen der Wertschöpfungskette, personalisierte Zustellservices und der Bereich digitale Post.

Kontrovers wurde in der Gruppe zum Thema „**Effizienzsteigerung vs. Motivation**“ diskutiert, wobei sich die Teilnehmer auf eine Tatsache einigten: Der Faktor Mensch bleibt wichtig und ist sowohl mitarbeiter- als auch kundenseitig das wichtigste Asset der Österreichischen Post.



ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Die Österreichische Post verfolgt das Ziel, ihre Marktführerschaft zu sichern und auszubauen sowie langfristig weiter zu wachsen. Das grundsätzliche Ziel, das Unternehmen langfristig und nachhaltig erfolgreich zu führen, hat dabei 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.

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 zu erfüllen und nachhaltig Wert zu schaffen.

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



Zielerreichungsgrad 2012

Im Jahr 2012 wurden die rollierenden ökonomischen Ziele eines mittelfristigen Umsatzwachstums von 1-2% pro Jahr sowie einer EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10-12% erneut erreicht (siehe EC1). Zudem wurde die attraktive Dividendenpolitik mit einer Ausschüttung von 1,80 EUR pro Aktie am 2. Mai 2013 auch für das Geschäftsjahr 2012 fortgesetzt. Insgesamt wurden damit 121,6 Mio EUR an Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet. Bereits früher als geplant konnte das Ziel des Ausbaus des Marktanteils im B2B-Paketgeschäft auf über 20% erreicht werden – im Jahr 2013 lag der Marktanteil der Österreichischen Post AG in diesem Bereich bei 22%.

Für das Geschäftsjahr 2013 verfolgt die Österreichische Post das Ziel einer stabilen bis leicht positiven Umsatzentwicklung, einhergehend mit einer weiteren Ergebnisverbesserung (EBIT).

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf der Seite 82.

ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Die Gewinn- und Verlustrechnung der Österreichischen Post (Einzelabschluss nach Österreichischem UGB) zeigt für 2012 folgendes Bild:



Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	2010	2011	2012
Umsatzerlöse	1.595,0	1.635,7	1.667,3
Sonstige betriebliche Erträge	73,1	77,6	82,5
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-266,5	-280,1	-306,8
Personalaufwand	-974,8	-935,2	-985,7
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-212,5	-242,6	-229,5
Beteiligungsergebnis	30,1	-57,5	-4,6
Abschreibungen	-67,0	-72,7	-60,9
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	177,4	125,2	162,5
Sonstiges Finanzergebnis	3,9	5,9	-16,6
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	181,3	131,1	146,9
Steuern	-32,8	-38,2	-32,8
Jahresüberschuss	148,6	92,9	113,2

Der Umsatz der Österreichischen Post AG konnte 2012 insgesamt um 1,9% auf 1.667,3 Mio EUR gesteigert werden. Zuwächse wurden dabei mit plus 9,4% vor allem in der Division Paket & Logistik erzielt, aber auch die Division Brief, Werbepost & Filialen konnte um 0,7% zulegen. Die Verteilung des Umsatzes auf die einzelnen Divisionen zeigt die hohe Bedeutung der Division Brief, Werbepost & Filialen auf die ein Anteil von 84,7% am Gesamtumsatz entfällt. Die Division Paket & Logistik trug mit 15,3% zum Umsatz bei.

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 6,2% auf 82,5 Mio EUR gestiegen und haben einen Anteil von 4,9% an den Umsatzerlösen. Der Aufwand für Material und bezogene Leistungen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 9,5% auf 306,8 Mio EUR. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um 5,4% auf 229,5 Mio EUR. Der Personalaufwand ist mit einem Anteil von nahezu 60% an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post AG und ist im Berichtszeitraum um 5,4% auf 985,7 Mio EUR gestiegen.

Das Beteiligungsergebnis verbesserte sich auf -4,6 Mio EUR 2012 von -57,5 Mio EUR bedingt durch eine im Geschäftsjahr 2011 durchgeführte außerplanmäßige Abschreibung auf Beteiligungen im Zusammenhang mit der trans-o-flex Gruppe Deutschland. Die Beteiligungserträge stiegen im Vergleich zum Vorjahr.

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der Österreichischen Post AG reduzierten sich 2012 um 16,2% auf 60,9 Mio EUR. Dies ist ein Anteil von 3,7% am Umsatz. Der Rückgang ist auf erhöhte außerplanmäßige Abschreibungen in 2011 zurückzuführen.

Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) der Österreichischen Post AG erhöhte sich 2012 auf 162,5 Mio EUR. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug im Geschäftsjahr 2012 145,9 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 32,8 Mio EUR ergibt sich ein Jahresüberschuss in Höhe von 113,2 Mio EUR. Unter Berücksichtigung der Auflösung von un versteuerten Rücklagen sowie des Gewinnvortrages betrug der Bilanzgewinn 2012 133,1 Mio EUR.



Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie im Geschäftsbericht 2012 (Teil 2 – Facts & Figures).

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 2012 wie folgt zusammen und wurde auf folgende Stakeholder-Gruppen verteilt (Einzelabschluss nach österreichischem UGB):

Wertschöpfungsbetrachtung (in Mio EUR)	2010	2011	2012
Entstehung:			
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.668,2	1.713,4	1.749,7
abzgl. Vorleistungen	-546,0	-595,5	-591,3
davon Material und bezogene Leistungen	-266,5	-280,1	-306,8
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-212,5	-242,6	-223,6
Wertschöpfung	1.122,1	1.117,9	1.158,4
Verteilung:			
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Sozialaufwand)	974,8	935,2	985,7
an Aktionäre (Dividende)	108,1	114,8	121,6
an den Staat (Steuern)	32,8	38,2	38,7
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	1,9	2,2	2,0
Restbetrag	4,6	27,5	10,3
Wertschöpfung	1.122,1	1.117,9	1.158,4

Dem von der Österreichischen Post im Jahr 2012 erwirtschafteten Umsatz von 1.749,7 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 591,3 Mio EUR gegenüber. Die sich daraus ergebende Wertschöpfung der Österreichischen Post von 1.158,4 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 985,7 Mio EUR. An die Aktionäre gingen für 2012 insgesamt 121,6 Mio EUR an Dividende, der Staat Österreich ist mit 52,8% beteiligt, erhielt demnach also 64,2 Mio EUR als Aktionär. In Form von Steuern flossen zusätzlich 38,7 Mio EUR an den Staat.



ASPEKT: MARKTPRÄSENZ

EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil lokaler Lieferanten

Der Konzerneinkauf ist sich der Rolle der Österreichischen Post AG als einer der führenden Sektorenauftraggeber der Republik Österreich wohl bewusst. Von den derzeit rund 7.000 Lieferanten fallen ca. 4–6% auf Großunternehmen (welche großteils in Österreich ansässig sind, wobei die Wertschöpfung eventuell im Ausland erfolgt) und der Rest von 94–96% auf KMU, wobei davon auszugehen ist, dass sich diese großteils in Österreich befinden. Die Österreichische Post AG unterliegt in weiten Teilen ihrer Geschäftstätigkeit dem österreichischen Bundesvergabegesetz.

Ein zentrales Leitmotiv der gelebten Geschäftspraktik ist die Gleichbehandlung von Bietern bei größtmöglicher Transparenz in der Einkaufstätigkeit.

Das Procurement Excellence Programm des Konzerns, mit seinen Teilprojekten, implementiert Methoden und Prozesse mit dem Ziel der weiteren Professionalisierung und konzernweiter Bündelung - mit dem Ergebnis den Materialaufwand des Konzerns zu senken und die Einhaltung der entsprechenden Transparenz sicherzustellen.

Nachhaltigkeitsaspekte sind derzeit auf Einzelbeschaffungs-/Projekt-/Initiativebene priorisiert und bei den veröffentlichten Ausschreibungen am Markt erkennbar berücksichtigt. Das Procurement Excellence Programm verankert in diesem Zusammenhang Nachhaltigkeitsthemen strukturell und systemisch dauerhaft. Dies erfolgt im Rahmen der Teilprojekte Supplier- und Risk-Management, Sourcing Practices und Governance.

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 gelangten 2012 96% der Briefe innerhalb Österreichs bereits am nächsten Werktag zum Empfänger.

Die Österreichische Post ist dabei immer in der Nähe ihrer Kunden: Mit 1.931 Standorten mit Ende 2012 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 den Post Partnern nach wie vor sehr zufrieden, wie eine quartalsweise durchgeführte Studie belegt. So wurden die Post Partner in Kategorien wie Öffnungszeiten, Atmosphäre, Mitarbeiter und Standort fast gleich gut wie Postfilialen beurteilt, bei den Wartezeiten sogar deutlich besser. Zudem zeigt die Studie, dass Post Partner im Zeitverlauf in den Beurteilungen eine positive Tendenz aufweisen (quartalsweise, n =>300).

Weitere Informationen finden Sie auch beim Indikator SO1 auf der Seite 74.



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 „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen abzielen.

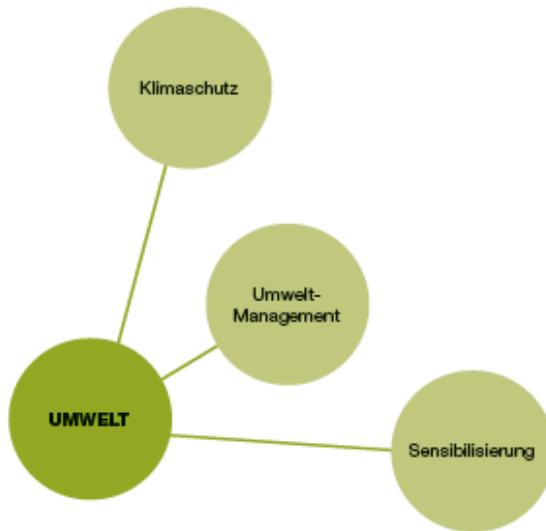
In den vergangenen Jahren konnten bei der Reduktion der im Rahmen der Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen sowie bei der Senkung des Energieverbrauchs große Erfolge verbucht werden. Da das gesetzte Ziel einer CO₂-Reduktion um 10% von 2007 bis 2012 frühzeitig bereits im Jahr 2010 erreicht wurde, 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.

Zusätzlich dazu werden auch die verbleibenden Emissionen jährlich durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten kompensiert. Seit 2011 stellt die Post alle Sendungen in Österreich – egal ob Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften oder Pakete – CO₂ neutral zu. Kommuniziert wird diese Initiative unter dem Titel CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT. Sie umfasst ein breites Maßnahmenbündel – von Effizienzsteigerungen über die Förderung alternativer Energieformen bis hin zur Kompensation – und ist der Beweis, dass man auch im Logistikgeschäft wirtschaftliches Denken und umweltschonendes Handeln vereinen kann.

Denn das Unternehmen sieht es 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. 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 2012:

- Reduktion der CO₂-Emissionen im Zeitraum 2010-2015 um 20% und jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen
- Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagementsystems
- Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz



Zielerreichungsgrad 2012

Auch im Jahr 2012 wurde das Ziel der CO₂ neutralen Zustellung aller Sendungen in Österreich erneut erreicht. Das Ziel der CO₂-Reduktion von 2007-2012 um 10% wurde sogar übererfüllt – so konnten die CO₂-Emissionen inklusive Frächter bis 2012 sogar um 24% reduziert werden. Nicht ganz erreicht hat das Unternehmen das Ziel der Energieeinsparungen von minus 10% von 2007 bis 2012. Die seit 2007 erzielten Einsparungen beim Energieverbrauch liegen bei circa 9,1%. Gründe für diese Entwicklung liegen vor allem in der stetigen Effizienzsteigerung im Logistikbereich, so wurde in den vergangenen Jahren eine Reihe an Maschinen angeschafft, die Sendungen effizienter sortieren, jedoch auch energieintensiver sind. Diese Entwicklung wurde bereits frühzeitig erkannt, weshalb Maßnahmen gesetzt wurden, den Energieverbrauch so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Beispielsweise wurde der direkte Strombezug auf ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen umgestellt. Zudem konnte der Anteil an Erdgas und Heizöl bei der Deckung des Heizbedarfs zugunsten der Fernwärme verringert werden. Während der Verbrauch von Erdgas und Heizöl im Jahr 2007 noch bei 48,3 Mio KWh lag, wurden 2012 nur mehr 37,6 Mio KWh verbraucht – dies entspricht einer Reduktion um 22%.

Beim Ziel der CO₂-Reduktion um 20% von 2010-2015 liegt die Österreichische Post gut im Plan, bis 2012 konnte bereits eine Reduktion von 18,5% erzielt werden. Beim Ausbau des E-Fuhrparks konnte die Anzahl der E-Fahrzeuge von 2011 auf 2012 mehr als verdoppelt werden, und es befinden sich mit Ende 2012 bereits 262 E-Fahrzeuge im Post Fuhrpark. Nun hat sich die Österreichische Post ein weiteres Ziel im Bereich der E-Mobility gesetzt: Bis 2016 soll die gesamte Zustellung von Briefen und Werbesendungen an Privatkunden in Wien zu Fuß bzw. mit elektrisch betriebenen Verkehrsmitteln erledigt werden. Zudem hat sich die Post bereits im Vorjahr das Ziel gesetzt, ihr internes Umweltmanagement weiter zu professionalisieren und auszubauen. Hier soll noch 2013 ein unternehmensweiter Abfallmanager nominiert werden.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf der Seite 82.



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.

	2010	2011	2012
Papierverbrauch gesamt (t)	337,1	397,4	781,5
Kopierpapier	337,1	294,3	230,7
davon Recyclingpapier	25,3	62,0	150,0
Drucksorten (exkl. Werbeaussendungen) ¹⁾	k.A.	103,1	550,8

¹⁾ Drucksorten (ohne Werbeaussendungen) wurden erst ab 2011 erfasst. Die Erhöhung im Jahr 2012 ergibt sich aus der Einführung des Collators mit Beginn 2012.

„Collatoren“ sind Anlagen, mit denen unadressierte Sendungen anstelle händischer Arbeit maschinell gebündelt werden können. Sie werden zur Konfektionierung des neuen KUVERT – des erfolgreichen, 2012 flächendeckend eingeführten Sammelumschlags für Werbesendungen der Post – eingesetzt. Dies steigert die Effizienz und erspart Teile der händischen Sortierarbeit.

Im Jahr 2012 ist es gelungen, den Verbrauch an Kopierpapier um knapp 65 t gegenüber dem Vorjahr zu senken. Gleichzeitig konnte der Anteil an Recyclingpapier mehr als verdoppelt werden.

ASPEKT: ENERGIE

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

Umweltkennzahlen	2010 ¹⁾	2011	2012 ²⁾
Verbrauch signifikanter Ressourcen (Mio KWh)³⁾			
Gesamt	164,7	158,0	149,5
Erdgas	35,1	33,0	31,4
Heizöl	9,3	9,7	6,2
Fernwärme	46,6	40,3	40,7
Strom gesamt ⁴⁾	73,7	75,0	71,2
davon Strom aus erneuerbaren Energien	-	32,4	64,1
davon Graustrom	-	42,6	7,1
Gebäudenutzflächen (m²)	1.186.753	1.130.165	1.121.801
davon im Unternehmensbesitz	748.936	695.840	680.144
davon angemietete Flächen	437.817	434.325	441.657



Treibstoffmenge: Benzin, Super, Diesel, Erdgas (Mio Liter)⁵⁾	15,2	14,6	14,3
davon Diesel	14,8	14,2	13,9

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 2012 enthalten, die mit Stichtag 29.7.2013 bei der Österreichischen Post AG eingelangt sind (ca. 90%). Der verbleibende Anteil (auf 100%) sind Hochrechnungswerte.

³⁾ Die Verbrauchswerte 2012 enthalten die rechnerisch ermittelten Verbräuche in angemieteten Objekten (ohne detaillierte Verbrauchsangaben). Ebenso wurden die rechnerisch ermittelten Verbrauchsdaten in den vermieteten Flächen berücksichtigt und in Abzug gebracht.

⁴⁾ Im Jahr 2012 bezieht sich Strom aus erneuerbaren Energien auf den direkt eingekauften Strom. Graustrom (Strom aus unbekannter Herkunft) bezieht sich auf den Strombezug in angemieteten Objekten und bei Post Partnern.

⁵⁾ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post. Wertlogistik GmbH enthalten.

Seit 1.1.2012 bezieht die Österreichische Post ausschließlich grünen Strom (Strom aus erneuerbaren Energiequellen) in Objekten, die in Unternehmensbesitz stehen, und in angemieteten Objekten, in denen die Stromlieferungen bekannt und nachvollziehbar sind. Dieser Strombezug wird im Weiteren als direkter Strombezug bezeichnet. Der geringe Anteil an Graustromverbrauch entsteht bei Post Partnern und durch unbekannte Stromlieferungen in angemieteten Objekten.

EN5 Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen

Seit 2007 konnten 9,1% des Energieverbrauches eingespart werden. Obwohl dies geringfügig unter dem Einsparungsziel von 10% bis 2012 liegt, kann die Österreichische Post dennoch große Erfolge, insbesondere beim Strombezug, verbuchen. Mittlerweile stammen 100% des bezogenen Stroms aus erneuerbaren Energiequellen. Im Vergleich zum Vorjahr 2011 bedeutet dies mehr als eine Verdoppelung des Anteils an Strom aus regenerativen Quellen. Gleichzeitig konnte der Anteil an Erdgas und Heizöl bei der Deckung des gesamten Energiebedarfs zugunsten der Fernwärme verringert werden.

Um künftig beim Energieverbrauch noch höhere Einsparungspotenziale zu erschließen und die Umweltauswirkungen des Energieverbrauchs zu minimieren, wurden im Jahr 2012 viele Maßnahmen in den Bereichen Fuhrpark und Gebäude sowie bei der Bewusstseinsbildung relevanter Stakeholder gesetzt. Beispielsweise wurden der Strombezug auf ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen umgestellt, die Elektromobilität im Fuhrpark der Österreichischen Post ausgebaut sowie Mitarbeiter verstärkt für den Klimaschutz sensibilisiert.

Höhere Ökoeffizienz und E-Mobility im Fuhrpark

Im Rahmen ihrer Klimaschutzstrategie ist die Österreichische Post bestrebt, ihre Transporte (ca. 9.200 Fahrzeuge inkl. Fahrräder) so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. So werden über 20% der Zustellrayone bereits mit dem Fahrrad oder zu Fuß erreicht. Auch in den motorisierten Rayonen gilt es, Potenziale nachhaltig zu erschließen. Daher setzt die



Post im Bereich Fuhrpark einerseits auf den laufenden Ausbau des Anteils der Fahrzeuge mit alternativen Antriebstechnologien, andererseits auf die kontinuierliche Steigerung der Ökoeffizienz im Transportbereich.

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. Auch eine moderne Fahrzeugflotte und deren regelmäßige Servicewartungen optimieren die Effizienz im Fuhrpark. Des Weiteren ist die Anzahl der Fahrzeuge der schadstoffärmsten Emissionsklasse Euro 5 von rund 1.700 (2011) auf 2.500 (2012) angestiegen. Auch Fahrtrainings der Lenker zählen zu den begleitenden Maßnahmen im Bereich Ökoeffizienz.

Zudem setzt die Österreichische Post in der Zustellung auf alternative Antriebe und hat im Jahr 2012 ihre Fahrzeugflotte im Bereich der Elektromobilität massiv ausgebaut. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich beispielsweise die Anzahl an Elektrofahrrädern nahezu verdoppelt, die Anzahl an Elektromopeds ist sogar auf das 13-fache gestiegen. Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Lebensministeriums verfügte die Post im Jahr 2012 bereits über 262 E-Fahrzeuge, davon 244 einspurige und 18 zweispurige, sowie 74 Erdgas-Fahrzeuge. Diesbezügliche Testphasen und Befragungen der Lenker zeigen ein sehr positives Resümee. Neun von zehn E-Lenkern sind mit den Fahrzeugen (sehr) zufrieden.

Fahrzeuge¹⁾	2010	2011	2012
Fahrzeuge (Summe)	9.248	9.650	9.187
Fahrräder	1.032	1.049	958
davon Elektrofahrräder	64	94	164
Mopeds	1.252	1.235	1.078
davon Elektromopeds	6	6	80
Fahrzeuge bis 3,5 t	6.788	7.214	7.005
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	77	77	74
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	0	18	18
Fahrzeuge über 3,5 t	176	152	146
Kilometerleistung (Mio km)	154	155	159
Österreichische Post	120	119	119
Frächter	34	36	40
Motorisierte Fahrzeuge nach Emissionsklassen	9.248	9.650	9.187
Fahrräder (inkl. E-Fahrräder)	1.032	1.049	958
Elektromotor	6	24	98
Euro 0 (kein Euomotor)	1.249	1.232	0
Euro 1	-	-	-
Euro 2	63	16	904
Euro 3	3.026	1.845	1.038
Euro 4	3.714	3.811	3.694
Euro 5	158	1.673	2.495

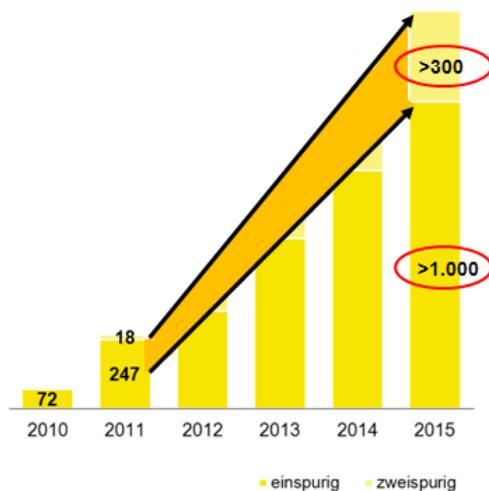
¹⁾ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten.



Geplante Maßnahmen im Fuhrpark

Mit diesen Erfahrungen und mit dem Wissen, dass Pioniere der Elektromobilität in Zukunft zu den Gewinnern eines klimaneutralen Weges zählen werden, setzt die Österreichische Post auch weiterhin verstärkt auf diese Zukunftstechnologie. So ist es geplant, den E-Fuhrpark bedeutend zu erweitern und diesen bis 2015 auf ca. 1.300 E-Fahrzeuge auszubauen. 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 ab sowie von neuen Innovationen der Anbieter, die voraussichtlich in Kürze auf den Markt kommen. 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 im Jahr 2013 auch eine eigene Photovoltaikanlage errichten, die die gesamte E-Flotte der Post mit sauberem Strom aus Solarenergie versorgt.



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.

Effizienz und Gewinnung erneuerbarer Energien im Gebäudebereich

Im Jahr 2011 bezog die Österreichische Post rund die Hälfte ihres Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energiequellen, mit Anfang 2012 wurde nun der gesamte direkte Strombezug des Unternehmens auf ausschließlich 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.

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 zugunsten von Fernwärme über die Optimierung der Gebäudeinfrastruktur bis hin zu einem konsequenten Monitoring des Energieverbrauchs. Auch beim Stromverbrauch (rund 71 Mio kWh) versucht die Post, durch die Implementierung neuer effizienter Beleuchtungskonzepte Einsparungspotenziale zu nutzen.

Zudem wird bei der Optimierung der Gebäudeinfrastruktur ökologischen Gesichtspunkten besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Geplante Maßnahmen im Gebäudebereich

Die Österreichische Post geht nun noch einen Schritt weiter und bezieht nicht nur „grünen Strom“, sondern wird diesen in Zukunft auch selbst produzieren. Das Unternehmen plant für Herbst 2013 den Baubeginn der größten Aufdach-Photovoltaikanlage Österreichs auf dem Briefzentrum in Wien. 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 ca. 1.300 Fahrzeuge anwachsen soll, mit Strom aus sauberer Sonnenenergie versorgt werden.

Maßnahmen im Bereich Bewusstseinsbildung

Als Unternehmen von österreichweiter Bedeutung und einer der größten Arbeitgeber des Landes sieht es die Österreichische Post als Teil ihrer Verantwortung, auch ihre Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz zu sensibilisieren. In diesem Sinn hat sie im Jahr 2012 für ihre Mitarbeiter die Kampagne „SCHRITT FÜR SCHRITT für unser Klima – wir machen mit!“ ins Leben gerufen. Ein ansprechend gestalteter Folder inklusive CO₂-Rechner soll dabei helfen, den persönlichen ökologischen Fußabdruck in den Bereichen Wohnen, Ernährung, Mobilität, sonstiger Konsum und Reisen einfach zu berechnen und Einsparungspotenziale zu identifizieren. Zusätzlich finden sich Klimaschutztipps für den Alltag.

In einem zweiten Schritt zeigt die Kampagne Möglichkeiten auf, die selbst verursachten CO₂-Emissionen zu kompensieren. Eine solche Möglichkeit ist z.B. die Unterstützung von Aufforstungsprojekten. Denn Bäume entziehen der Atmosphäre während ihres Wachstums im Wege der Photosynthese beträchtliche Mengen an CO₂. Ein Vorzeigeprojekt dieser Art ist der „Regenwald der Österreicher“. Der vor zwanzig Jahren vom österreichischen Umweltschützer Prof. Michael Schnitzler gegründete gleichnamige Verein hat mithilfe von Spendengeldern mehr als 4.000 Hektar des 159 Quadratkilometer großen Esquinas-Regenwaldes im Südwesten Costa Ricas freigekauft und der Nationalparkverwaltung übergeben. Der Esquinas-Regenwald ist einer der letzten noch erhaltenen



Tieflandregenwälder an der Pazifikküste Mittelamerikas. Im Rahmen der Kampagne „SCHRITT FÜR SCHRITT für unser Klima – wir machen mit!“ hatten die Post-Mitarbeiter die Gelegenheit, dieses Projekt zu unterstützen und damit ihren persönlichen Beitrag für den Klimaschutz zu leisten.

Unterstützend zu dieser Kampagne werden die Mitarbeiter der Österreichischen Post über die hausinternen Infoscreens und das Mitarbeitermagazin kontinuierlich über die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und über die laufenden Kompensationsprojekte informiert und damit für den Klimaschutz sensibilisiert.

Was die Stakeholdergruppe der Großkunden betrifft, so können diese über die Zertifikate, mit denen jährlich die klimaneutrale Zustellung aller Sendungen bestätigt wird, sensibilisiert werden. Anfang 2012 bekamen die Großkunden der Österreichischen Post erstmals ein Zertifikat, mit dem die CO₂ neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen 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: WASSER

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

ASPEKT: BIODIVERSITÄT

EN12 Wesentliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die 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 Vielfalt 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 wird zum Erhalt von Lebensformen beigetragen.

Im Bereich der Biodiversität sind jedoch die Auswirkungen der durch die Österreichische Post unterstützten Klimaschutzprojekte in Entwicklungsländern von weit größerer Bedeutung. Beispielsweise tragen Aufforstungsprojekte in Malaysia, Kolumbien, Panama und Kenia nicht nur zu einer Reduktion des CO₂-Gehalts in der Atmosphäre und zur Schaffung von Arbeitsplätzen für die regionale Bevölkerung bei, sondern auch zur



Erhaltung von Lebensraum für einzigartige Tier- und Pflanzenarten. Schließlich ist die Flora und Fauna in den Tropenwäldern, die durch die Aufforstungsprojekte geschützt und erhalten werden, einzigartig, besonders artenreich und wichtig für Ökosysteme und Lebensgrundlagen.

Eine weitere Wirkung auf den Erhalt der Biodiversität erzielte die Österreichische Post im Rahmen der „SCHRITT FÜR SCHRITT für unser Klima – wir machen mit!“-Kampagne, in deren Rahmen ihre Mitarbeiter auf freiwilliger Basis ihren errechneten ökologischen Fußabdruck kompensieren konnten. Diese Gelder wurden für den „Regenwald der Österreicher“ gespendet und kommen damit dem Schutz und dem Erhalt des Esquinas-Regenwalds, einem der letzten noch erhaltenen Tieflandregenwälder an der Pazifikküste Mittelamerikas, zu gute.

ASPEKT: EMISSIONEN, ABWASSER UND ABFALL

Als größtes Logistikunternehmen 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 9.200 Fahrzeuge ca. 14 Mio Liter Treibstoff und in seinen Gebäuden rund 150 Mio kWh Energie pro Jahr. 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.

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-Interessenvertretung PostEurop verschrieben hatte. Bereits im Jahr 2011, als schon 15,8% der CO₂-Emissionen eingespart wurden, war dieses Ziel mehr als erfüllt. Dies konnte durch eine laufende Optimierung und Effizienzsteigerungen in den Kernprozessen des Unternehmens sowie durch Verbesserungen im Bereich Fuhrpark sowie Gebäude bewerkstelligt werden. Deshalb hat sich die Österreichische Post nun ein neues, noch ambitionierteres Ziel gesetzt: Von 2010 bis 2015 soll der CO₂-Ausstoß inkl. Frächter sogar um 20% reduziert werden.

EN16 Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht

Umweltkennzahlen	2010 ¹⁾	2011	2012 ²⁾
CO₂-Emissionen (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	87.068	78.533	70.834
davon Scope 1 – Straßentransport (Eigentransport) ⁴⁾	37.299	35.821	35.052
davon Scope 1 – Gebäude ³⁾	9.572	9.265	7.986
davon Scope 2 – Gebäude ³⁾	22.489	14.783	7.402
davon Scope 3 – Partnerunternehmen	17.708	18.664	20.394



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 2012 enthalten, die mit Stichtag 29.7.2013 bei der Österreichischen Post AG eingelangt sind (ca. 90%). Der verbleibende Anteil (auf 100%) sind Hochrechnungswerte.

³⁾ Die Verbrauchswerte 2012 enthalten die rechnerisch ermittelten Verbräuche in angemieteten Objekten (ohne detaillierte Verbrauchsangaben). Ebenso wurden die rechnerisch ermittelten Verbrauchsdaten in den vermieteten Flächen berücksichtigt und in Abzug gebracht.

⁴⁾ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten.

Die Datenerfassung erfolgt 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 erfassen die Berichterstattung über Emissionen der unternehmensinternen Tätigkeiten (Scope 1) und aus der Energieversorgung (Scope 2). Erfasst werden alle Emissionen der Österreichischen Post in Österreich. Scope 3-Emissionen entstehen durch fremd-vergebene Transportleistungen.

In Summe emittierte die Österreichische Post im Zuge ihrer Geschäftstätigkeit im Jahr 2012 rund 71.000 Tonnen CO₂. Rund 15.500 Tonnen entstanden durch den Betrieb der Gebäude und Verteilzentren, weitere 35.000 Tonnen im eigenen Fuhrpark, die übrigen 20.400 Tonnen durch Partnerunternehmen. Einen massiven Rückgang der CO₂ Emissionen gab es dabei bei Scope 2, d.h. bei der Energieversorgung der Gebäude. Dies lässt sich u.a. durch die entsprechende Umstellung des gesamten direkten Strombezugs auf Strom aus erneuerbaren Energieträgern erklären.

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, was zu nicht unerheblichen CO₂-Emissionen führt. Im Rahmen der im Jahr 2011 gestarteten Initiative **CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT** werden alle Sendungen der Österreichischen Post, d.h. alle Briefe, Pakete und Werbesendungen in Österreich 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 in Österreich CO₂ neutral zu.



Die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT wird in einem 3-Stufen-Programm umgesetzt:



- 1. Oberste Priorität hat immer die Vermeidung und Reduktion von Emissionen** in den eigenen Kernprozessen durch höhere Effizienz im Fuhrpark und Gebäudebereich: Zu den Maßnahmen zählen beispielsweise ein konsequentes Monitoring des Energieverbrauchs der Gebäude, die Optimierung der Gebäudeinfrastruktur, eine optimierte Routenplanung sowie die laufende Modernisierung der Fahrzeugflotte.
- 2. In einem zweiten Schritt setzt die Österreichische Post auf alternative Energieformen:** Dies zeigt sich beispielsweise in der gänzlichen Umstellung auf den direkten Bezug von Strom aus erneuerbaren Energiequellen im Jahr 2012 sowie in der geplanten Errichtung einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Briefzentrums in Wien für die eigene Versorgung mit „grünem Strom“. Zu den wesentlichen Maßnahmen im Fuhrparkbereich zählt die Anschaffung von Fahrzeugen mit Alternativantrieben. Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Lebensministeriums befanden sich im Jahr 2012 bereits rund 265 E-Fahrzeuge im Fuhrpark der Österreichischen Post.
- 3. Erst nach Ausnützung der bestehenden Potenziale werden alle derzeit noch nicht vermeidbaren Emissionen 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 dem Ansatz der ganzheitlichen Nachhaltigkeit in vollem Umfang Rechnung zu tragen. Die Post unterstützt beispielsweise Klimaschutzprojekte in den Bereichen Aufforstung, Biomasse, Energieeffizienz, Wasser- und Windkraft in Ländern wie Malaysia, Panama, Kenia, Kolumbien und Indien.

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 war 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.



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 und 2013 bekamen die Großkunden der Österreichischen Post ein Zertifikat, mit dem die CO₂ neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt wurde. Durch die klimaneutrale Zustellung hilft die Post ihren Kunden nun dabei, noch nachhaltiger zu wirtschaften. Diese Reduktion wird nun jährlich durch die Ausstellung von Kundenzertifikaten bestätigt.

Als weitere begleitende Initiative zur Reduktion von Treibhausgasemissionen zählt die bereits erwähnte Kampagne „**SCHRITT FÜR SCHRITT für unser Klima – wir machen mit!**“. Diese zielt auf die Sensibilisierung der eigenen Mitarbeiter für das Thema Umwelt- und Klimaschutz. In einer anschaulichen Broschüre finden die Leser wichtige Tipps zur Vermeidung von Treibhausgasemissionen und können mit dem beigelegten CO₂-Rechner (erstellt in Zusammenarbeit mit Climate Austria und dem Lebensministerium) ihren eigenen ökologischen Fußabdruck berechnen und Einsparungspotenziale im Alltag leichter erkennen.

EN22 Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode

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.

Im Bereich Abfallmanagement ist für 2013 die Nominierung eines unternehmensweiten Abfallmanagers sowie für 2014 eine zentralisierte Datenerfassung und -auswertung geplant.

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 eingestuften 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 den folgenden Maßnahmen und Initiativen (vgl. detailliert unter EN 5 und EN18) strebt die Post eine Minimierung der Umweltauswirkungen ihrer Produkte und Dienstleistungen an:

- Im Rahmen der im Jahr 2011 gestarteten Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT werden alle Sendungen der Österreichischen Post, d.h. alle Briefe, Pakete und Werbesendungen in Österreich CO₂ neutral zugestellt.
- Zertifikate für die CO₂ neutrale Zustellung führen in weiterer Folge auch bei den Großkunden der Österreichischen Post zu verbesserten Klimabilanzen.
- Mit der Ausweitung der E-Mobilität im Fuhrpark im Jahre 2012 konnte das Kerngeschäft Transport und Logistik weiter ökologisiert werden.
- Mit der Umstellung des gesamten direkten Strombezugs des Unternehmens ausschließlich auf erneuerbare Energiequellen im Jahr 2012 vermeidet die Österreichische Post zusätzliche klimaschädliche Treibhausgase im Geschäftsbetrieb.

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

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



Zielerreichungsgrad 2012

Im Jahr 2012 wurden folgende Sub-Ziele aus dem Bereich Mitarbeiter plangemäß erreicht: In der Berichtsperiode nahmen 270 Führungskräfte am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil – zum Ziel gesetzt hatte sich die Post 200 Mitarbeiter. Das geplante Zusatzangebot im



Bereich „Die Post bewegt“ wurde mit dem Programm „Rückenschule“ – Wirbelsäulenscreening und Haltungsanalyse geschaffen. Anstatt den 800 geplanten Mitarbeitern nahmen sogar 1.030 Mitarbeiter an diesem Programm teil.

Weiterhin gültig sind ist das Ziel der Teilnahme von 300 Führungskräften an der Führungsakademie bis 2013. Im Jahr 2012 startete die Führungsakademie mit zwei Pilotgruppen mit insgesamt 22 Teilnehmern, der unternehmensweite Roll-out wird plangemäß erfolgen. Gespräche zur Ausweitung des Programms „Post-Mitarbeiter zum Bund“ sind bereits weit fortgeschritten, um dieses Ziel wie geplant bis Ende 2013 zu erreichen. Weiterhin läuft auch der Roll-out des Compliance-E-Learning-Tools bis 2013.

Zudem wurden nunmehr auch zwei neue Ziele für diesen Bereich definiert, die bereits 2013 umgesetzt werden sollen – und zwar der Start des Audits „Familie und Beruf“ sowie die Durchführung einer unternehmensweiten Mitarbeiterbefragung.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf der Seite 82.

ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG

LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart und Arbeitsvertrag

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2010	2011	2012
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	20.695	19.907	19.534
davon Frauen (VZK in %)	29,5%	29,3%	29,3%
davon Männer (VZK in %)	70,5%	70,7%	70,7%
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	11.005	10.266	9.738
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.456	9.429	9.558
UEK/KEK ² (VZK)	13	0	0
Mitarbeiter nach ABGB ³ (VZK)	221	212	238
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	18.559	17.785	17.724
davon Frauen (in %)	23,3%	23,1%	23,7%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.977	3.812	3.422
davon Frauen (in %)	85,0%	83,3%	85,4%
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamteter Mitarbeiter (Jahre)	26	27	28
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von Mitarbeitern im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	11	11
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.189	1.187	1.201

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.



Die Österreichische Post AG beschäftigt im Bedarfsfall auch externes Leasingpersonal. Diese Mitarbeiter werden in den Mitarbeiterkennzahlen der Österreichischen Post AG nicht erfasst. Die Steigerung der geleasteten Vollzeitkräfte (VZK) von 142 VZK im Geschäftsjahr 2010 und 160 VZK in 2011 auf 196 VZK im Geschäftsjahr 2012 ergibt sich aus der Notwendigkeit der immer flexibler werdenden Spitzenabdeckung.

Würden die Leasingkräfte in die Mitarbeiterkennzahlen miteinbezogen werden, so wäre der Anteil der Leasingkräfte am Gesamtpersonal 2012 gerade an der Ein-Prozent-Marke gelegen.

LA2 Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe und Geschlecht

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2010	2011	2012
Fluktuation (Abgänge absolut)¹	2.038	1.844	2.109
davon Frauen	933	811	943
davon Männer	1.105	1.033	1.166
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	709	395	420
30–50 Jahre	905	801	886
über 50 Jahre	424	648	803
Fluktuation (Abgänge in %)²	9,9%	8,6%	10,1%
davon Frauen	45,8%	44,0%	44,7%
davon Männer	54,2%	56,0%	55,3%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	34,8%	21,4%	19,9%
30–50 Jahre	44,4%	43,4%	42,0%
über 50 Jahre	20,8%	35,1%	38,1%
Zugänge (absolut)¹	1.077	1.354	1.458
davon Frauen	488	672	643
davon Männer	589	682	815
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	222	271	495
30–50 Jahre	549	695	683
über 50 Jahre	306	388	280
Zugänge (in %)²	4,8%	6,3%	6,9%
davon Frauen	45,3%	49,6%	44,1%
davon Männer	54,7%	50,4%	55,9%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	20,6%	20,0%	33,9%
30–50 Jahre	51,0%	51,3%	46,8%
über 50 Jahre	28,4%	28,7%	19,2%

¹ Abgänge/Zugänge Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis

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



Die gestiegene Fluktuation ergibt sich zum Teil aus der erhöhten Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter, aber auch als Begleitmaßnahme zu den notwendigen Strukturänderungen des Unternehmens.

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 2012 grundsätzlich 768 EUR (Prämie von 738 EUR und erstmalig Sonderprämie von 30 EUR) brutto ausbezahlt. Die Beteiligung gelangt unter anderem entsprechend der Jahresarbeitszeit anteilig zur Auszahlung, wobei die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen 2012 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. Der Verein ist gemeinnützig und bezweckt die soziale Betreuung von aktiven Mitarbeitern der Österreichischen Post und deren Tochterunternehmen, aber auch von Mitarbeitern im Ruhestand sowie Angehörigen und Hinterbliebenen von Mitarbeitern. Die Leistungspalette reicht von finanziellen Unterstützungen bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen über vergünstigte Eintrittskarten zu Kultur- und Sportveranstaltungen bis hin zu kostengünstigen Urlaubsangeboten und Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit.

Daneben unterstützt post.sozial auch Gesundheitsmaßnahmen sowie Freizeitaktivitäten, die der Gesundheitsförderung dienen. Seit 2012 werden Burn-Out-Prävention und die Trennungsbetreuung für Kinder von MitarbeiterInnen in Scheidungs- und Todesfällen über Rainbows unterstützt.

Die erforderlichen Mittel werden durch Zuwendungen in Höhe von 1% der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihrer Tochterunternehmen bereitgestellt. Für 2012 beliefen sich diese Zuwendungen auf 6,6 Mio EUR. Zusätzlich erhält der Verein auch Spenden Dritter.

Kennzahlen post.sozial 2012

<i>post.sozial</i>	Materielle Mittel gesamt	6,6 Mio EUR
<i>fair.reisen</i>	Anzahl der Nächtigungen	58.266
<i>helfens.wert</i>	Essensbons	4,4 Mio EUR
	Ausbezahlte Unterstützungsbeträge	1.003.275 EUR
<i>sehens.wert</i>	Anzahl vergünstigter Eintrittskarten	18.240
	Angebotene Veranstaltungen	119
<i>postler.kids</i>	Beitrag zu Kinderferiencamps	16.776 EUR



ASPEKT: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

LA4 Prozentsatz der Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen

Mitarbeiterkennzahlen Österreichische Post	2010	2011	2012
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK) ¹	9.456	9.429	9.558
davon Angestellte	7.801	7.177	6.747
davon Angestellte KV 2009 ²	1.646	2.234	2.795
davon Lehrlinge	10	17	16
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	11.005	10.266	9.738
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK in %) ¹	45,7%	47,4%	48,9%
davon Angestellte	37,7%	36,1%	34,5%
davon Angestellte KV 2009 ²	8,0%	11,2%	14,3%
davon Lehrlinge	0,0%	0,1%	0,1%
Beamtete Mitarbeiter (VZK in %)	53,2%	51,6%	49,8%

¹ VZK = Vollzeitkräfte

² KV = Kollektivvertrag

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

Da seit 1996 keine Übernahme in ein öffentlich-rechtliches Dienstverhältnis mehr erfolgt, nimmt die Anzahl der beamteten Mitarbeiter durch den Übertritt in den Ruhestand stetig ab.

LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen

Grundsätzlich sind die Regelungen betreffend Mitwirkungsrechte der Personalvertretung bei Organisationsänderungen im Arbeitsverfassungsgesetz geregelt.

Die Österreichische Post ist zusätzlich an das Post-Betriebsverfassungsgesetz gebunden. Gemäß §72 Abs.3 Z.7 PBVG (=Post-Betriebsverfassungsgesetz) ist die Österreichische Post verpflichtet, vor der Durchführung organisatorischer Änderungen die Personalvertretung rechtzeitig zu verständigen und mit ihr eingehend zu verhandeln.

Abgeleitet aus diesen Bestimmungen werden organisatorische Änderungen im Durchschnitt mehr als zwei Monate vor Umsetzung mit der Personalvertretung abgestimmt.

ASPEKT: ARBEITSSCHUTZ

Für die Österreichische Post als Dienstleistungsunternehmen stellen motivierte und gesunde Mitarbeiter den entscheidenden Erfolgsfaktor 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 zu sicherem und gesundem 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.

LA6 Vertretung in Arbeitsschutzausschüssen und Beratung über Arbeitsschutzprogramme

Die Österreichische Post verfügt über 25 regionale Arbeitsschutzausschüsse auf Arbeitsstättenebene sowie einen zentralen Arbeitsschutzausschuss für die Österreichische Post AG. Rund 35% der Belegschaft werden in diesen Arbeitsschutzausschüssen vertreten.

Die Vorgaben dazu sind im ArbeitnehmerInnenschutzgesetz (ASchG) in §88 und §88a geregelt. In diesem Gesetz ist festgelegt ab welcher Anzahl an Arbeitnehmern bzw. in Verbindung mit welcher Gefährdung Arbeitsschutzausschüsse einzurichten sind sowie unter welcher Voraussetzung ein zentraler Arbeitsschutzausschuss einzurichten ist.

Die Organisation der Arbeitsschutzausschüsse (= Einberufung einer Sitzung) ist in den oben zitierten Paragraphen des ASchG festgelegt. Über jede Sitzung wird ein Ergebnisprotokoll erstellt, das regional (für Arbeitsschutzausschüsse) bzw. zentral (für den zentralen Arbeitsschutzausschuss) abgelegt wird. Auch diese Vorgabe ist in den oben zitierten Paragraphen des ASchG geregelt.

LA7 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle

Mitarbeiterkennzahlen	2010	2011	2012
Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK ¹ in %)	7,5%	7,4%	7,4%
Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)	10,0	10,0	10,1
Anzahl der Arbeitsunfälle ^{2,3}	943	837	898
Durchschnittliche (Kalender-)Ausfalltage pro Unfall ³	23,1	22,3	21,6
Unfallanteil ^{3,4}	4,6	4,2	4,6
Todesfälle durch Unfall	0	0	1

¹ VZK = Vollzeitkräfte

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

³ Ab 2012 werden nachgemeldete Arbeitsunfälle dem tatsächlichen Unfalljahr zugeordnet, sodass jährliche Nachkorrekturen der Vorjahre erforderlich sind.

⁴ Anzahl der Arbeitsunfälle ab einem Ausfalltag inkl. Wegunfälle vom/zum/im Dienst pro 100 VZK.

Im Berichtsjahr 2012 ist die Anzahl der Arbeitsunfälle von 837 auf 898 moderat gestiegen. Es kann davon ausgegangen werden, dass ein relevanter Teil dieses Anstiegs auf die Implementierung eines internen Kontrollsystems zur Erhöhung des Erfassungsgrads der Unfallmeldungen zurückzuführen ist. Die durchschnittlichen Ausfalltage pro Unfall konnten im selben Berichtszeitraum jedoch auf 21,6 Kalenderausfalltage gesenkt werden. Im



Berichtsjahr 2012 ereignete sich auch ein tödlicher Wegunfall im Dienst (Kollision eines Zustellerfahrzeugs mit einem Zug bei Überquerung eines durch eine funktionierende Signalanlage gekennzeichneten Bahnübergangs).

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

Zu den bundesweit angebotenen Gesundheitsförderungsprogrammen zählt unter anderem das bereits im Jahr 2007 gestartete Schwerpunktprogramm „Die Post bewegt – richtiges Bewegen bringt allen was“. Inhalte dieses Programms sind Informationsveranstaltungen über die richtige Haltung und Bewegung am Arbeitsplatz. Bisher nahmen an insgesamt 590 Infoveranstaltungen bzw. Trainings knapp 16.900 Mitarbeiter teil. Das ab dem Jahr 2011 angebotene Zusatzprogramm „Rückenschule – Wirbelsäulenscreening und Haltungsanalyse“ wurde bereits von 1.030 Mitarbeitern in Anspruch genommen. Aufgrund des hohen Interesses wird diese gesundheitsförderliche Maßnahme auch in den Jahren 2013 und 2014 durchgeführt. Neben dem bundesweiten Angebot zur kostenfreien Grippeimpfung bot die Österreichische Post auch 2012 wieder die Möglichkeit von vergünstigten FSME-, Tetanus-, Diphtherie-, Polio- und Hepatitis-Impfungen. In Summe wurden im Rahmen dieser Aktion im Jahr 2012 österreichweit mehr als 3.000 Impfungen verabreicht.

Weiters fanden zahlreiche arbeitspsychologische Beratungsgespräche durch Arbeitsmediziner zu Themen wie Mobbing, Burn-Out und Stressvorbeugung statt. Umfangreiche Gelegenheiten zu Vorsorgeuntersuchungen wurden den Mitarbeitern auch 2012 wieder im Rahmen von vier Gesundheitstagen angeboten, bei denen die etwa 360 Teilnehmer unter anderem Blutzucker-, Cholesterin- und Blutdruckmessungen vornehmen lassen konnten sowie eingehende medizinische Beratung erhielten.

Zudem fanden mehr als 3.640 Arbeitsstättenbegehungen durch Sicherheitsfachkräfte und/oder Arbeitsmediziner statt. In insgesamt 600 Trainings über sicheres und gesundes Verhalten am Arbeitsplatz wurden viele Mitarbeiter und Führungskräfte über Notfallverhalten im Brand- oder akuten Erkrankungsfall sowie in Unfallsituationen unterwiesen und allgemein über sicherheitsgerechtes und gesundheitsbewusstes Verhalten informiert.

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 auch laufend 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 und ihnen dabei helfen sollen, ihre Potenziale voll auszuschöpfen.

LA10 Aus- und Weiterbildung

Förderung der Führungskultur durch Führungskräfte trainings

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 beiden Jahren grundlegend überarbeitet und auf neue Beine gestellt wurde.

In einem Marktumfeld, in dem die Anforderungen an die Mitarbeiter ständigen Veränderungen unterworfen sind, will und muss die Österreichische Post Zukunftsperspektiven für alle Beschäftigten schaffen und diese individuell in ihrer Weiterentwicklung fördern. Um Potenziale der Mitarbeiter zu erkennen und ihre Fähigkeiten durch individuelle Förderung auszubauen, sind in einem ersten Schritt die Führungskräfte gefordert. Sie sind zudem auch dafür verantwortlich, leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, in denen die Mitarbeiter ihre Fähigkeiten und Leistungen optimal entfalten können. Um das sicherzustellen, hat die Post gemeinsam mit den Führungskräften des Konzerns eigene Führungsleitlinien erarbeitet, die auf den vier Leitwerten Verantwortung übernehmen, Orientierung geben, Zusammenarbeit fördern sowie Vertrauen schaffen basieren. Aufbauend darauf wurde speziell Führungskräften eine Fülle an Möglichkeiten geboten, am Roll-out und der Weiterentwicklung der Führungsleitlinien, aber auch der Ausrichtung der Post insgesamt aktiv mitzuarbeiten. Dazu fand eine Vielzahl von Workshops und Führungskräfte tagen statt, in denen es um Themen wie Kundenorientierung, Wertschätzung und zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Geschäftsaktivitäten ging.

Daher setzte die Österreichische Post im Jahr 2012 den Schwerpunkt auf die Ausbildung von Führungspersonal im Rahmen spezieller Führungskräfte trainings. Zu diesem Zweck wurde im Mai 2012 die Führungsakademie ins Leben gerufen. Ihr Ziel ist es, leitende Mitarbeiter mit einem maßgeschneiderten Programm bei der Umsetzung der Führungsleitlinien zu unterstützen. Zusätzlich wurden 2012 zu den Schwerpunktthemen „Führungskommunikation“, „Führen in schwierigen Zeiten“ bzw. „Umgang mit Beschwerden“ für mehr als 300 Distributions- und Gruppenleiter und 450 Filialleiter



österreichweit mehr als 95 praxisbezogene Trainingsveranstaltungen organisiert. Zudem nahmen 270 Führungskräfte am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil, um die Tätigkeit des Zustellers bzw. Filialleiters einen Tag lang „live“ mitzerleben und damit besser verstehen zu lernen.

Individuelle Förderung durch gezielte Aus- und Weiterbildung

Neben diesen speziellen Führungskräfte trainings wurde auch die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter intensiv fortgesetzt. Diese bildet einen wichtigen Schwerpunkt im Human Resources Management der Österreichischen Post. Die Maßnahmen beinhalteten Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens.

Zudem bietet die Österreichische Post allen Mitarbeitern, die es wünschen, individuelle Coachings an. Coaching ist eine persönliche Betreuung – in 4-Augen-Gesprächen arbeitet man mit einem Coach am persönlichen Ziel. Die Gespräche sind natürlich absolut vertraulich. Mögliche Coaching-Themen sind persönliche Entwicklungsvorhaben, Veränderungsprozesse, persönliche und berufliche Situationen, aber auch Konfliktsituationen. Seit 2 Jahren sind bei der Post österreichweit sechs ausgebildete Coaches im Einsatz.

Facts & Figures 2012 zum Thema Aus- und Weiterbildung

	2010 ¹⁾	2011	2012
Anzahl der Seminare	-	836	1.389
Anzahl der Teilnehmer	-	3.240	7.525
davon Frauen in %	-	31,7%	39,4%
davon Männer in %	-	68,3%	60,6%
Personenstunden	-	18.095	84.580
Durchschnittliche Personenstunden Frauen pro Jahr	-	0,8	4,2
Durchschnittliche Personenstunden Männer pro Jahr	-	0,9	3,9

¹⁾ Für das Jahr 2010 liegen keine Zahlen vor, da diese noch nicht in der zentralen Datenbank erfasst wurden.

Im Jahr 2012 wurden insgesamt 1.389 Seminare für Post-Mitarbeiter abgehalten. An diesen Veranstaltungen nahmen insgesamt 7.525 Mitarbeiter teil. Die Teilnehmer waren zu 60,6% Männer und zu 39,4% Frauen. Insgesamt wurden männliche Mitarbeiter durchschnittlich 3,9 Stunden pro Jahr und weibliche Mitarbeiterinnen 4,2 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 86 Veranstaltungen für diesen Mitarbeiterkreis statt, an welchen 873 Führungskräfte teilnahmen. Ein Großteil der Führungskräfte stammte aus den Bereichen Distribution,



Filialnetz und der Paketlogistik. Insgesamt nahmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Österreichischen Post an 84.580 Seminarstunden teil.

Zudem wurden im Jahr 2012 1.085 Post Partner in insgesamt 19.600 Personenstunden geschult (in diesen Kennzahlen sind nur Schulungen, die in einem Schulungsraum stattfanden inkludiert, nicht Schulungen vor Ort).

LA11 Programme zu Wissensmanagement und lebensbegleitendem 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 Briefmarktes mit Beginn des Jahres 2011. Das zunehmend anspruchsvolle Branchenumfeld der Österreichischen Post fordert deshalb laufend 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. Wechsel von Mitarbeitern in den Bundesdienst oder externe Arbeitskräfteüberlassung für karitative Organisationen
- Soziale Abfederung: Sozialplan sowie Förderung von Arbeitsstiftungsmodellen

Postmitarbeiter wechseln zu Bundesministerien

Auch 2012 haben wieder Beamte der Österreichischen Post in das Bundesministerium für Inneres, in das Bundesministerium für Justiz oder in das Finanzministerium gewechselt. Diese bieten Mitarbeitern der Österreichischen Post interessante berufliche Perspektiven. Viele Bewerbungen und Besuche bei Infoveranstaltungen zeigen, dass hier ein richtiger Weg eingeschlagen wurde. Mittlerweile haben bereits knapp 400 Mitarbeiter bewiesen,



dass ihre bei der Österreichischen Post erworbenen Kompetenzen in Bundesministerien sehr gefragt sind. Im Jahr 2013 sind jetzt auch das neue Bundesamt für Asyl- und Fremdenwesen und das Bundesministerium für Unterricht und Kunst als neue Einsatzgebiete hinzugekommen.

LA12 Leistungsbeurteilungen und Entwicklungsplanungen

Bei der Österreichischen Post finden regelmäßig Mitarbeitergespräche zwischen Mitarbeitern und deren unmittelbaren Vorgesetzten statt. Die Empfehlung an alle Führungskräfte vonseiten 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	2010	2011	2012
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	20.695	19.907	19.534
davon Frauen (VZK in %)	29,5%	29,3%	29,3%
davon Männer (VZK in %)	70,5%	70,7%	70,7%
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	18.559	17.785	17.724
davon Frauen (in %)	23,3%	23,1%	23,7%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.977	3.812	3.422
davon Frauen (in %)	85,0%	83,3%	85,4%
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.189	1.187	1.201
Mitarbeiter (VZK) nach Altersklassen			
unter 30 Jahre	1.567	1.600	1.735
30–50 Jahre	14.344	13.210	12.218
über 50 Jahre	4.785	5.098	5.581
Mitarbeiter in leitenden Positionen²			
Mitarbeiter in leitenden Positionen absolut	153	147	159
davon Frauen	37	34	38
davon Männer	116	113	121
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	1	2	2
30–50 Jahre	116	109	113
über 50 Jahre	35	36	44
Mitarbeiter in leitenden Positionen in Prozent	0,7%	0,7%	0,8%
davon Frauen	24,4%	23,3%	24,1%
davon Männer	75,7%	76,7%	75,9%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	0,9%	1,3%	1,0%
30–50 Jahre	76,0%	74,5%	71,1%
über 50 Jahre	23,1%	24,2%	27,9%

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 2012 durchschnittlich 19.534 Mitarbeiter beschäftigt – rund ein Drittel (29,3%) davon Frauen. Etwa 2.900 von ihnen nutzen neben rund 500 Männern die individuellen Teilzeitmodelle, mit denen die Post die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert.

Zudem stammen die Mitarbeiter der Post aus insgesamt rund 47 verschiedenen Geburtsnationen. Rund 828 Mitarbeiter besitzen keine österreichische Staatsbürgerschaft, noch deutlich mehr Beschäftigte haben Migrationshintergrund. Auch in der Führungsebene der Österreichischen Post sind 36 Personen mit Migrationshintergrund vertreten.

Auch in Bezug auf Menschen mit Behinderung hat die Post in den vergangenen Jahren ihre Verantwortung über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus wahrgenommen. 1.201



Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen waren im Jahr 2012 bei der Österreichischen Post beschäftigt. Menschen mit Behinderungen sind in unterschiedlichsten Positionen – beispielsweise als Führungskräfte, Betriebsräte, Zusteller oder Filialmitarbeiter – tätig.

Auch bei der Auswahl der Mitglieder des Aufsichtsrats wird auf eine Diversität erzielende Zusammensetzung geachtet. Unter diesem Gesichtspunkt ist zu berichten, dass fünf der zwölf Aufsichtsratsmitglieder unter 50 Jahre alt sind und zwei Mitglieder nicht-österreichischer Nationalität sind. Der Frauenanteil unter den von der Hauptversammlung gewählten Mitgliedern beträgt 25%.

Business Cross Mentoring

Bereits heute verfügt die Österreichische Post über einen hohen Anteil an Frauen in leitenden Positionen, im Jahr 2012 lag der Frauenanteil in diesem Bereich bei 24,1%. Im Rahmen eines speziellen Karriereprogramms werden weibliche „High Potentials“ speziell gefördert.

Das dazu ins Leben gerufene Business Cross Mentoring Programm war auch 2012 ein voller Erfolg. Die zwölf teilnehmenden Frauen profitierten nicht nur von den Workshops über Business Style, Selbstpräsentation, Ziele und Visionen, sondern konnten sich sowohl intern mit anderen Kolleginnen als auch extern mit ihren Mentoren vernetzen. Aufgrund der äußerst positiven Resonanz auf dieses Mentoring-Programm führt die Österreichische Post das Programm in vergrößertem Rahmen auch im neuen Jahr fort. Im Jahr 2013 nehmen bereits 32 Frauen daran teil.

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. Als Unterzeichnerin des UN Global Compact bekennt sich die Österreichische Post zu den darin formulierten Prinzipien (www.unglobalcompact.com). Jede Form von Kinder- und Zwangsarbeit, unlautere Geschäftspraktiken, Korruption und Bestechung werden entschieden abgelehnt. Die Österreichische Post erwartet die Einhaltung dieser Werte auch von ihren Geschäftspartnern.

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.

ASPEKT: INVESTITIONS- UND BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN

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

Der im Geschäftsjahr 2011 veröffentlichte und konzernweit kommunizierte Verhaltens- und Ethikkodex 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. So hat die Österreichische Post ihr Compliance-Management-System auch im Hinblick auf Beschaffungspraktiken ausgebaut. Zum einen werden in neue Verträge Antikorruptionsklauseln aufgenommen, zum anderen wurde ein sogenannter „Vendor Integrity Check“ konzipiert, durch den in Zukunft bestimmte Geschäftspartner im Hinblick auf Compliance bzw. Integrität geprüft werden.

HR2 Lieferantenchek auf Einhaltung der Menschenrechte

Der Konzerneinkauf unterstützt die Wahrung der Werte und ethischen Richtlinien der Österreichischen Post AG auch in der externen Lieferkette. Dies gilt sowohl für Vergaben innerhalb, als auch außerhalb des Geltungsbereichs des Bundesvergabegesetzes.

Bei Ausschreibungen der Österreichischen Post AG wird die Erfüllung sozialer und ethischer Standards sowohl durch die umfangreichen Kriterien für Nachweise aus dem Bundesvergabegesetz als auch durch entsprechende Erklärungen, die darüber hinausgehen, abgefragt und priorisiert. Darüber hinaus wurden diese Werte 2012 in einem Verhaltenskodex zusammengefasst, der seit dem dritten Quartal 2012 Teil der Standard-



Ausschreibungsunterlagen und daher de facto aller vom Konzerneinkauf der Österreichischen Post AG durchgeführten Beschaffungen ist.

Ferner ist die Beschaffungspolitik des Konzerns im Einzelfall von der generellen Unternehmensstrategie abgeleitet. Zu den prominenten Beispielen zählen die Ausschreibungen zu Strom, E-Mobility, Photovoltaik oder im Bauinvestitionsbereich.

Im Rahmen des Procurement Excellence Programmes ist angedacht die Verknüpfung von Nachhaltigkeitsthemen und Konzernstrategie stärker zu formalisieren und systemisch abzusichern. Dies wird in Stufen erfolgen. Unmittelbare Schritte dazu sind die Verankerung in einer neuen Konzernbeschaffungsrichtlinie sowie die Durchführung von Vendor Integrity Checks und die Verankerung von Nachhaltigkeit und Innovation als Hauptkapitel in der Lieferantenbeurteilung.

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 Sub-Auftragnehmer und Zulieferer statuiert.

HR4 Gesamtzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen

Das Verbot jeglicher Diskriminierung findet sich grundsätzlich im Verhaltens- und Ethikkodex der Österreichischen Post, ergibt sich aber bereits aus dem Bekenntnis zu den Prinzipien des UN Global Compact.

Die Österreichische Post verfügt zudem über einen Arbeitskreis zu Gleichbehandlungsfragen. In der Regel können Gleichbehandlungsfälle durch Beratungsgespräche mit den Gleichbehandlungsbeauftragten gelöst werden. Im Jahr 2012 gab es einen Gleichbehandlungsfall, der an die Bundes-Gleichbehandlungskommission weitergeleitet wurde. Das Unternehmen hat alle notwendigen Maßnahmen ergriffen, um die betroffene Mitarbeiterin zu schützen.

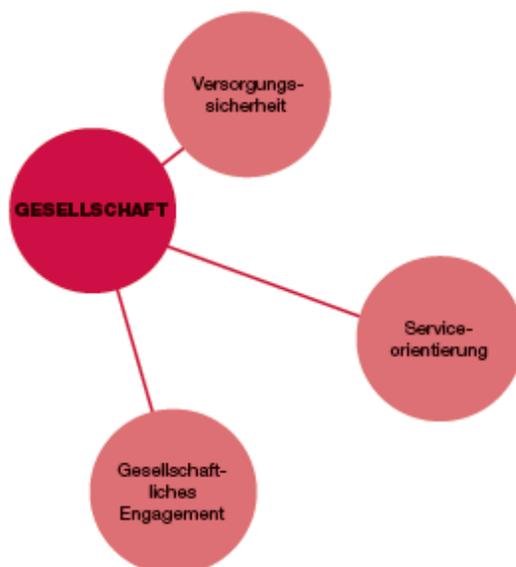


SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN GESELLSCHAFT

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





Zielerreichungsgrad 2012

In der Berichtsperiode konnte das Ziel der Forcierung von Self-Service-Lösungen und Installation von 50 Automaten in Filialen übererfüllt werden: Insgesamt wurden bis Ende 2012 44 Frankierautomaten installiert und 106 Abgabeböden in Betrieb genommen. In Hinblick auf das Ziel der Installation von 2.000 Empfangsböden bis 2013 befindet sich die Post mit einem Status von 1.055 Empfangsböden mit Ende der Berichtsperiode gut im Plan. Als neues Ziel wurde nun die Ausstattung von 160 Filialen mit Selbstbedienungszonen bis 2013 definiert.

Auch der Ausbau des Geschäftsstellennetzes schreitet gut voran: Mit 31. Dezember 2012 standen den Kunden der Post insgesamt 1.931 Standorte zur Verfügung. Bis Ende 2013 soll das Geschäftsstellennetz auf 2.000 Standorte anwachsen. Beim Ausbau der gemeinsam mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K betriebenen Filialen wurden mit Ende 2012 bereits 435 der geplanten 500 Filialen umgesetzt.

Weiterhin gilt das Ziel der Konzipierung und Umsetzung einer neuen Kooperation zur Förderung der Lese- und Schreibkultur – die Österreichische Post ist dabei auf der Suche nach passenden Partnern, um eine Kooperation in diesem Bereich umzusetzen.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf der Seite 82.

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 96,0% der Briefe am nächsten Werktag zugestellt werden – gesetzlich vorgeschrieben sind 95%. Bei der Paketzustellung im Rahmen des Universaldienstes (primär Privatpakete) konnte mit 93,3% Beförderung innerhalb von zwei Werktagen das gesetzliche Ziel (90%) ebenfalls erneut übertroffen werden. 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 1.931 Standorte umfasst das Geschäftsstellennetz mit Ende 2012 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 vonseiten der Post, um die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Post-Dienstleistungen 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



1.376 Post Partner mit Ende 2012 – Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen, Trafiken, Gemeindeämter und viele andere mehr – sorgen für eine optimale regionale Erreichbarkeit der Post.

Mit im Jahr 2012 mittlerweile 41 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.

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 Post-Dienstleistungen über den gesetzlich vorgeschriebenen Versorgungsauftrag hinaus.

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 2013 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. Mit Ende 2012 wurden bereits 435 Filialen gemeinsam mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. geführt.

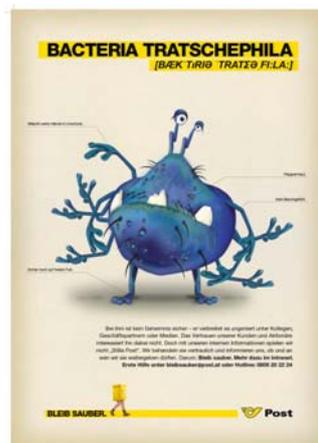
ASPEKT: KORRUPTION

Die Österreichische Post misst den Themen Regeltreue und Transparenz große Bedeutung bei. Dementsprechend stellt das Thema „Antikorruption“ wie bereits erwähnt einen Schwerpunkt des Compliance-Management-Systems des Post-Konzerns dar. Zur Verstärkung ihrer Aktivitäten auf dem Gebiet der Antikorruption hat die Österreichische Post im Jahr 2012 ihr Compliance-Management-System organisatorisch ausgebaut sowie den kommunikativen Ansatz ihrer Compliance-Agenden verstärkt und professionalisiert.



Ein wesentlicher Schritt dazu war der erstmals im September 2012 abgehaltene „International Compliance Day“, an dem alle regionalen Compliance-Beauftragten der Post, das zentrale Compliance Team, Mitarbeiter aus den Bereichen Konzernrevision, Risikomanagement und Recht sowie Vertreter international anerkannter Organisationen (IACA, Transparency International Austrian Chapter) und Unternehmen teilnahmen. Der „International Compliance Day“ wird auch dieses Jahr stattfinden und erneut verstärktes Bewusstsein für das Thema Compliance schaffen und somit den Ausbau des Compliance-Management-Systems vorantreiben.

Zur Stärkung des Compliance-Bewusstseins im Unternehmen hat die Österreichische Post im Jahr 2012 überdies Kommunikationskampagnen konzipiert, die auf humorvolle Art auf die wichtigsten Themen hinweisen, die auch im Verhaltens- und Ethikkodex angesprochen werden, wie beispielsweise Korruption, Bestechung, Geheimnisverrat und nicht wertschätzendes Verhalten. Die Kampagnen wurden den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern anhand speziell gestalteter Plakate und Folder näher gebracht und begleitet von verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen inklusive Vorstandsmitteilungen („Tone from the top“) zum Jahreswechsel kommuniziert. Im Anschluss daran folgte eine breit gestreute Information über die Kampagnen im Intranet der Österreichischen Post sowie in der Mitarbeiterzeitung. Darüber hinaus wurde eine Hotline eingerichtet, an die sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Fragen zu den Kampagnen sowie für weiterführende Information wenden können.





SO2 Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken

Über das Risikomanagementsystem der Österreichischen Post werden gegebenenfalls auch potenzielle Korruptionsrisiken erfasst. Im Jahr 2012 wurden über das Risikomanagementsystem keine Korruptionsrisiken für Österreich gemeldet. Darüber hinaus wurde im Jahr 2012 ein konzernweites Compliance-Risk Assessment durchgeführt, das sich insbesondere mit dem Themenkomplex Korruption befasst hat. Die Ergebnisse des Compliance-Risk Assessments fließen in das Compliance-Programm für das Jahr 2013 ein.

SO3 Maßnahmen zur Vermeidung von Korruption

Das Thema Antikorruption ist einer der Schwerpunkte des Compliance-Schulungs- und Informationsprogramms der Österreichischen Post. Die Mitarbeiter werden im Rahmen eines umfangreichen Schulungsplans risiko- und zielgruppenorientiert regelmäßig zum Thema „Compliance Bewusstsein“ und „Antikorruption“ in Form von Präsenztrainings geschult. Aus Anlass des Korruptionsstrafrechtsänderungsgesetzes 2012 fanden darüber hinaus Update-Schulungsveranstaltungen zu der entsprechend geänderten Konzernrichtlinie betreffend „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ statt. Die Schulungsaktivität wird darüber hinaus im Herbst dieses Jahres durch ein E-Learning-Tool unterstützt, das in weiterer Folge konzernweit eingeführt wird.

Anlässlich von Schulungs- und Informationsveranstaltungen werden die Mitarbeiter überdies auf den zentralen Compliance-Helpdesk hingewiesen, der als Anlaufstelle für Anliegen, Fragen oder Hinweise zu compliance-relevanten Themen, wie beispielsweise Bestechung oder Korruption, eingerichtet wurde. Der Compliance-Helpdesk ist konzernweit 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 2012 wurden die im Rahmen des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post eingeleiteten Maßnahmen zur Korruptionsprävention konzernweit erfolgreich weitergeführt (siehe SO3).



ASPEKT: POLITIK

SO5 Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung

Auch im Jahr 2012 hat die Österreichische Post AG im Rahmen von Mitgliedschaften bei Wirtschafts- und Fachverbänden und in deren Gremien bzw. Arbeitsgruppen zu Themen, welche die Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post betreffen, ihre Positionen kommuniziert und Anliegen vorgebracht und wird dies auch in Zukunft tun. Im Blickpunkt standen dabei v.a. die Themengebiete Infrastruktur und Versorgungsbereitstellung. Das Augenmerk der Österreichischen Post liegt auf der flächendeckenden Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Post-Dienstleistungen – dies muss zeitgemäß und kundenorientiert geschehen. Es ist daher mittelfristig nötig, eine zeitgemäße Definition und Weiterentwicklung des Universaldienstes zu finden, Flexibilität in der Wahl des Betriebsmodells von Post-Geschäftsstellen zu gewährleisten sowie ein marktkonformes Dienstrecht zu entwickeln.

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. Mittels repräsentativer Befragungen mit einer Samplegröße von n = 1.000 pro Welle wird der „Customer Satisfaction Index“ (CSI) ermittelt, der sich aus Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zusammensetzt.

Der durchschnittliche CSI im Jahr 2012 liegt mit einem Wert von 65 im guten Bereich und einen Indexpunkt über dem Vorjahr. Über die vier Quartale gesehen schwankt der Index nur geringfügig zwischen 64 und 67. Dies deutet auf eine Stabilisierung gegenüber dem Vorjahr hin, in dem durch die Tarifreform ein leichter Rückgang der Kundenzufriedenheit zu bemerken war. Gerade die Beurteilung des Preis-Leistungs-Verhältnisses hat sich über die Quartale hinweg schrittweise erholt. Sehr gute Bewertungen erhalten die Post-Geschäftsstellen inklusive der Post Partner – und im Besonderen die neuen Post BAWAG P.S.K. Filialen – sowie die Zustellung. Die Versandbeurteilung liegt stabil auf gutem Niveau.



Einzig der Bereich des Post-Kundenservice wird im Vergleich zum Vorjahr kritischer beurteilt, wobei durch die geringe Stichprobengröße in diesem Bereich nur tendenzielle Aussagen möglich sind.

Die Kundenzufriedenheitsmessung mittels CSI beurteilt Werte bis 50 Punkte als kritisch, Werte 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.

Im Bereich Filialnetz wurde im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse insbesondere das Thema Wartezeiten als besonders relevant für die Kundenzufriedenheit hervorgehoben (siehe auch Wesentlichkeitsmatrix Seite 24). Im Berichtsjahr 2012 wurden die durchschnittlichen Wartezeiten in Filialen daher laufend erhoben und im Rahmen der internen Berichterstattung monatlich dem Management vorgelegt. Um die Wartezeiten in den Filialen weiter zu verkürzen, setzte die Österreichische Post eine Reihe von Maßnahmen: So wurden in allen Filialen, welche die notwendigen räumlichen Möglichkeiten bieten, Einschlangen-Systeme eingeführt, Öffnungszeiten angepasst und der Personaleinsatz entsprechend der Kundenfrequenz flexibler gesteuert. Zusätzlich wurde der Roll-out von Selbstbedienungszonen in den Filialen konsequent fortgesetzt. Bis Ende 2013 sollen bereits 160 Filialen mit Selbstbedienungszonen ausgestattet werden, die den gesamten Versandprozess von Briefen und Paketen – vom Verpacken über das Frankieren bis zum Versenden – abdecken. Damit werden die Schaltermitarbeiter entlastet und Post-Dienstleistungen rund um die Uhr für den Kunden verfügbar gemacht. Als weitere Maßnahmen werden die Dienstpläne laufend optimiert, um Spitzenzeiten besser abzudecken und diese noch bedarfsorientierter – sowohl für Mitarbeiter als auch für Kunden – zu gestalten.

ASPEKT: WERBUNG

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

Die Kerndienstleistung der Österreichischen Post – das sichere, nachhaltige und vertrauenswürdige Angebot von Post-Dienstleistungen – steht im Mittelpunkt ihrer Werbung. Dabei fließen auch ihre Nachhaltigkeitsthemen mit ein.

Dabei wird Werbung nicht nur unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilt, auch ethische Aspekte sind miteingeschlossen. Die Österreichische Post lehnt unmoralische und nicht den allgemein anerkannten ethischen oder kulturellen Standards entsprechende Werbung jeglicher Art ab.

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 weniger einzelner 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.

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.



ZIELMATRIX

Leitbild	<i>Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt.</i>		<i>Wir handeln zukunftsorientiert.</i>		<i>Wir alle sind die Post.</i>			
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	
Sub-Ziele	Zielerreichungsgrad 2012		Zielerreichungsgrad 2012		Zielerreichungsgrad 2012		Zielerreichungsgrad 2012	
	Ausbau des Geschäftsstellennetzes auf 2.000 Standorte bis 2013	1.931	CO ₂ neutrale Zustellung ab 2011	✓	Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1-2% pro Jahr ¹	✓	Teilnahme von über 300 Führungskräften an der Führungsakademie bis 2013	22
	Ausbau der gemeinsam mit BAWAG P.S.K. betriebenen Filialen auf 500 Standorte bis 2013	435	CO ₂ -Reduktion um 10% von 2007-2012	-23,9% ✓	EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10-12% ¹	✓	Teilnahme von über 200 Führungskräften am Programm "Tag beim Kunden" bis 2012	270 ✓
	Forcierung von Self-Service-Lösungen und Installation von über 50 Automaten in Filialen bis 2012	150 ✓	Reduktion des Energieverbrauchs um 10% von 2007-2012	-9,1% ✓	Attraktive Dividendenpolitik mit Ausschüttung von mindestens 75% des Nettoergebnisses ¹	✓	Start des Audits Beruf und Familie in 2013	neu
			CO ₂ -Reduktion um 20% von 2010-2015	-18,5% ✓	Stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung im Jahr 2012	1,9% ✓	Ausweitung des Programms "Post-Mitarbeiter zum Bund" auf weitere Ministerien bzw. auf Länder bis 2013	
	Ausstattung von 160 Filialen mit SB-Zonen bis 2013	neu	Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis 2015	262	Stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung im Jahr 2013	neu	Schaffung eines Zusatzangebots im Rahmen des Programms "Die Post bewegt" und Teilnahme von über 800 Mitarbeitern bis 2012	1.030 ✓
	Installation von über 2.000 Post Empfangsboxen bis 2013	1.055	Zustellung aller Briefe/Werbeseudungen an Privatkunden in Wien zu Fuß bzw. durch E-Fahrzeuge bis 2016	neu	Weitere Ergebnisverbesserung (EBIT) im Jahr 2013	neu	Durchführung einer unternehmensweiten Mitarbeiterbefragung und Auswertung der Ergebnisse in 2013	neu
	Konzipierung und Umsetzung einer neuen Kooperation zur Förderung der Lese- und Schreibkultur bis 2013		Nominierung eines unternehmensweiten Abfallmanagers bis 2013		Ausbau des Marktanteils im B2B-Paketgeschäft auf über 20% bis 2013	22% ✓	Roll-out eines Compliance-E-Learning Tools bis 2013	

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 18		
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform		Seite 20		
2.7	Märkte, die bedient werden		Seite 19		
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 21		



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 101		
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 25		
3.10	Neue Darstellung von Informationen		Seite 23		
3.11	Wesentliche Änderungen in der Berichterstattung		Seite 24		
3.12	GRI Content Index		Seite 83		
3.13	Externe Überprüfung und Bestätigung		Seite 99		
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement					
4.1	Corporate Governance und Führungsstruktur		Seite 27	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
4.2	Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgans		Seite 28		
4.3	Struktur der Leitungsorgane in Organisationen ohne Aufsichtsrat		Seite 28		
4.4	Mitsprachemöglichkeit von Mitarbeitern und Anteilseignern		Seite 28		
4.5	Zusammenhang zwischen Vergütung leitender Organe und Leistung der Organisation		Seite 29		
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten		Seite 29		
4.7	Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales		Seite 29		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes, Prinzipien der Nachhaltigkeit		Seite 30		
4.9	Verfahren zur Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung		Seite 33		
4.10	Leistungsbeurteilung des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeit		Seite 34		
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips		Seite 34	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 7	
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen		Seite 34	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessenvertretungen		Seite 35	Übermittlung des Fortschrittsberichts an die Stakeholder des Unternehmens	
4.14	Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholder-Gruppen		Seite 35		
4.15	Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder		Seite 35		
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern		Seite 36		
4.17	Zentrale Themen der Stakeholder		Seite 36		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Angaben zu den Managementansätzen					
DMA EC	Angaben zum Managementansatz Wirtschaft		Seite 38	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 4, 6 und 7	
DMA EN	Angaben zum Managementansatz Umwelt		Seite 44	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
DMA LA	Angaben zum Managementansatz Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung		Seite 58	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 3 und 6	
DMA HR	Angaben zum Managementansatz Menschenrechte		Seite 71	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 2, 3, 4, 5 und 6	
DMA SO	Angaben zum Managementansatz Gesellschaft		Seite 73	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
DMA PR	Angaben zum Managementansatz Produktverantwortung		Seite 79	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1 und 8	



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Leistungsindikatoren					
Ökonomische Leistungsindikatoren					
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Seite 39		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.
EC2	Finanzielle Folgen des Klimawandels		Seite 11 Seite 16		Die mit dem Klimawandel verbundenen Risiken und Chancen werden ausführlich im Kapitel 1.2 Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen behandelt.
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	n.a.			Die Österreichische Post verfügt über keine betriebliche Altersvorsorge – Einzahlung in das staatliche Pensionssystem.
EC4	Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	n.a.			Aus Vertraulichkeitsgründen können keine Details zu finanziellen Zuwendungen der öffentlichen Hand veröffentlicht werden.
EC5	<i>Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn an Wesentlichen Geschäftsstandorten.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EC6	Geschäftspolitik und -praktiken gegenüber lokalen Zulieferern		Seite 42		
EC7	Verfahren für die Einstellung von lokalem Personal und Anteil von lokalem Personal an den Posten für leitende Angestellte an wesentlichen Geschäftsstandorten	n.a.			Nicht relevant, da ausschließlich über die Österreichische Post AG mit Sitz in Österreich berichtet wird (derzeit keine Einbeziehung ausländischer Tochtergesellschaften).
EC8	Entwicklung und Auswirkungen von Investitionen in die Infrastruktur und Dienstleistungen		Seite 74		Siehe Indikator SO1.
EC9	<i>Verständnis und Beschreibung indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen</i>		Seite 42		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Ökologische Leistungsindikatoren					
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		Seite 46	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz		Seite 46	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 8 und 9	
EN3	Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 46	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN4	Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 46		
EN5	<i>Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen</i>		Seite 47	<i>Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 8 und 9</i>	<i>Die wichtigsten Initiativen und Maßnahmen zur Reduktion des Energieverbrauchs wurden berichtet. Die dadurch eingesparte Energiemenge konnte nicht den einzelnen Aktivitäten zugeordnet werden.</i>
EN6	<i>Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen mit höherer Energieeffizienz und solchen, die auf erneuerbaren Energien basieren sowie dadurch erreichte Verringerung des Energiebedarfs.</i>	<i>n.a.</i>			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EN7	<i>Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs und erzielte Einsparungen.</i>	<i>n.a.</i>			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EN8	Gesamtwasserentnahme aufgeteilt nach Quellen	<i>n.a.</i>			Da die Österreichische Post kein produzierendes, sondern ein Dienstleistungsunternehmen ist, ist der unternehmensweite Wasserverbrauch von untergeordneter Bedeutung.
EN9	<i>Wasserquellen, die wesentlich von der Entnahme von Wasser betroffen sind.</i>	<i>n.a.</i>			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EN10	<i>Anteil in Prozent und Gesamtvolumen an rückgewonnenem und wiederverwendetem Wasser.</i>	<i>n.a.</i>			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN11	Ort und Größe von Grundstücken in Schutzgebieten oder angrenzend an Schutzgebiete. Ort und Größe von Grundstücken in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten oder daran angrenzend. Zu berücksichtigen sind Grundstücke, die im Eigentum der berichtenden Organisation stehen oder von diesem gepachtet oder verwaltet werden.	n.a.			Die Österreichische Post verfügt über keine Grundstücke in oder angrenzend an Schutzgebiete bzw. Gebiete mit hohem Biodiversitätswert.
EN12	Beschreibung der wesentlichen Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität in Schutzgebieten und in Gebieten mit hohem Biodiversitätswert außerhalb von Schutzgebieten		Seite 51		Die Österreichische Post verfügt über keine Grundstücke in oder angrenzend an Schutzgebiete bzw. Gebiete mit hohem Biodiversitätswert.
EN13	<i>Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EN14	<i>Strategien, laufende Maßnahmen und Zukunftspläne für das Management der Auswirkungen auf die Biodiversität.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EN15	<i>Anzahl der Arten auf der Roten Liste der IUCN und auf nationalen Listen, die ihren natürlichen Lebensraum in Gebieten haben, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind, aufgeteilt nach dem Bedrohungsgrad.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 52	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN17	Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 53		
EN18	<i>Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse</i>		Seite 53	<i>Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9</i>	<i>Analog zu EN5 wurden die wichtigsten Initiativen und Maßnahmen zur Reduktion der Treibhausgase berichtet. Die dadurch eingesparte Menge an CO₂ konnte nicht den einzelnen Aktivitäten zugeordnet werden.</i>



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN19	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen nach Gewicht	n.a.			Da die Österreichische Post kein produzierendes, sondern ein Dienstleistungsunternehmen ist, kommt es zu keiner wesentlichen Freisetzung von Ozon abbauenden Stoffen.
EN20	NOx, SOx und andere wesentliche Luftemissionen nach Art und Gewicht.	n.a.			Valide Daten liegen derzeit noch nicht für das gesamte Unternehmen vor.
EN21	Gesamte Abwassereinleitungen nach Art und Einleitungsort	n.a.			Da die Österreichische Post kein produzierendes, sondern ein Dienstleistungsunternehmen ist, sind die anfallenden Abwässer von untergeordneter Bedeutung.
EN22	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode		Seite 55	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.
EN23	Gesamtzahl und Volumen wesentlicher Freisetzungen	n.a.			Da die Österreichische Post kein produzierendes, sondern ein Dienstleistungsunternehmen ist, kommt es zu keiner wesentlichen Freisetzung von sonstigen Chemikalien, Ölen und Brennstoffen.
EN24	<i>Gesamtgewicht des als gefährlich eingestuften Abfalls</i>		Seite 56	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.
EN25	<i>Bezeichnung, Größe, Schutzstatus und Biodiversitätswert von Gewässern und damit verbundenen natürlichen Lebensräumen, die von den Abwassereinleitungen und dem Oberflächenabfluss der berichtenden Organisation erheblich betroffen sind.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen		Seite 56	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
EN27	Anteil in Prozent der verkauften Produkte, bei denen das dazugehörige Verpackungsmaterial zurückgenommen wurde, aufgeteilt nach Kategorie	n.a.			Da die Österreichische Post kein produzierendes, sondern ein Dienstleistungsunternehmen ist, werden keine Produkte mit Verpackungsmaterial verkauft.
EN28	Sanktionen und Geldbußen wegen Nichteinhaltung von Umweltrechtsvorschriften		Seite 56	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN29	<i>Wesentliche Umweltauswirkungen durch Transport</i>		Seite 57		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.



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung					
LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region		Seite 59		Regionsspezifische Erhebung nicht wesentlich, da Mitarbeiter des Unternehmens ausschließlich in Österreich beschäftigt sind.
LA2	Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region		Seite 60	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 6	
LA3	<i>Betriebliche Leistungen, differenziert nach Anstellungsverhältnis</i>		Seite 61		
LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		Seite 62	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 3	
LA5	Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen einschließlich der Information, ob diese Frist in Kollektivvereinbarungen festgelegt wurde.		Seite 62		
LA6	<i>Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in Arbeitsschutzausschüssen vertreten wird, die die Arbeitsschutzprogramme überwachen und darüber beraten</i>		Seite 63		
LA7	Arbeitsbedingte Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle		Seite 63	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	Diese Kennzahlen werden von externen Frachtunternehmen nicht erhoben.
LA8	Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten		Seite 64	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 1	
LA9	<i>Arbeitsschutzthemen, die in Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden</i>		Seite 64		
LA10	Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter und Mitarbeiterkategorie		Seite 65		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 2012 noch nicht erhoben.



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
LA11	Programme, die die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter fördern und ihnen im Umgang mit dem Berufsausstieg helfen		Seite 67		
LA12	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten		Seite 68		Aufzeichnungen über die Durchführung von Mitarbeitergesprächen werden nicht zentral erfasst.
LA13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe		Seite 69	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 6	
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht		Seite 70		



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Menschenrechte					
HR1	Prozentsatz und Gesamtzahl der wesentlichen Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden.	n.a.			Da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation ausschließlich auf Österreich bezieht, ist von keiner Verletzung der Menschenrechte im Sinne dieses Indikators auszugehen.
HR2	Lieferantencheck auf Einhaltung der Menschenrechte		Seite 71	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1–6	Der Roll-out eines Verhaltenskodex für Lieferanten fand Anfang 2012 statt (für 2012 noch keine konkreten Daten verfügbar).
HR3	<i>Mitarbeiterschulungen in Bezug auf Menschenrechte</i>		Seite 72		
HR4	Gesamtzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen		Seite 72		Keine zentrale Erfassung aller Gleichbehandlungsfälle.
HR5	Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen die Vereinigungsfreiheit oder das Recht zu Kollektivverhandlungen erheblich gefährdet sein könnten, sowie ergriffene Maßnahmen, um diese Rechte zu schützen.	n.a.			Da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation ausschließlich auf Österreich bezieht, ist von keiner Verletzung der Rechte im Sinne dieses Indikators auszugehen.
HR6	Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Kinderarbeit besteht und ergriffene Maßnahmen, um zur Abschaffung von Kinderarbeit beizutragen.	n.a.			Da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation ausschließlich auf Österreich bezieht, ist von keinem Risiko im Sinne dieses Indikators auszugehen.
HR7	Ermittelte Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht und ergriffene Maßnahmen, um zur Abschaffung von Zwangs- oder Pflichtarbeit beizutragen.	n.a.			Da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation ausschließlich auf Österreich bezieht, ist von keinem Risiko im Sinne dieses Indikators auszugehen.



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
HR8	<i>Prozentsatz des Sicherheitspersonals, das im Hinblick auf die Richtlinien und Verfahrensanweisungen in Bezug auf Menschenrechtsaspekte, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind, geschult wurde.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator, da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation auf Österreich bezieht.</i>
HR9	<i>Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Rechte der Ureinwohner verletzt wurden und ergriffene Maßnahmen.</i>	n.a.			<i>Nicht anwendbarer Zusatzindikator, da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation auf Österreich bezieht.</i>
HR10	<i>Prozentsatz und Gesamtzahl der Geschäftstätigkeiten, die Menschenrechtsprüfungen und/oder einer Bewertung der Auswirkungen unterzogen wurden.</i>	n.a.			Da im Zuge der Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation von keiner Verletzung der Menschenrechte auszugehen ist, fanden keine Bewertungen oder Prüfungen dahingehend statt.
HR11	Anzahl der Beschwerden im Zusammenhang mit Menschenrechten, die im Rahmen formeller Beschwerdemechanismen eingereicht, behandelt und gelöst wurden.	n.a.			Da im Zuge der Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation von keiner Verletzung der Menschenrechte auszugehen ist, kann keine Beschwerdeanzahl dargestellt werden.



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft					
SO1	Programme zur Bewertung der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinwesen und Gesellschaft		Seite 74		
SO2	Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken		Seite 77	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 10	Konkrete Zahlen sind derzeit nicht verfügbar
SO3	Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption		Seite 77		
SO4	Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen		Seite 77	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying		Seite 78	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
SO6	<i>Gesamtwert der Zuwendungen (Geldzuwendungen und Zuwendungen von Sachwerten) an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen, aufgelistet nach Ländern.</i>				Es erfolgen keine direkten Zuwendungen an Parteien oder Politiker. Im Rahmen der gesetzlichen und freiwilligen Interessensvertretung wurden in der Berichtsperiode diverse Zahlungen für Mitgliedschaften in Einrichtungen wie Wirtschaftskammer und Industriellenvereinigung getätigt. Die Höhe dieser Mitgliedsbeiträge wird nicht veröffentlicht.
SO7	<i>Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung</i>		Seite 78		
SO8	Sanktionen und Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen		Seite 78		
SO9	Geschäftstätigkeiten mit signifikanten potenziellen oder tatsächlichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden.	n.a.			Indikator nicht wesentlich, da keine negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden identifiziert wurden.
SO10	Vorsorge- und Minderungsmaßnahmen, die bei Geschäftstätigkeiten mit signifikanten potenziellen oder tatsächlichen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden eingeführt wurden.	n.a.			Indikator nicht wesentlich, da keine negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinden identifiziert wurden.



GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung					
PR1	Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit der Kunden	n.a.		Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	Es ist nicht davon auszugehen, dass die von der Österreichischen Post angebotenen Dienstleistungen wesentliche Auswirkungen auf die Gesundheit und Sicherheit ihrer Kunden haben.
PR2	<i>Summe der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
PR3	Produkte und Dienstleistungen, die gesetzlichen Informationspflichten unterliegen		Seite 79	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 79	<i>Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8</i>	
PR5	<i>Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit</i>		Seite 79		
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung		Seite 80		Es existieren noch keine internen Richtlinien zur Befolgung von Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung.
PR7	<i>Vorfälle gegen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung</i>		Seite 80		
PR8	<i>Gesamtzahl berechtigter Beschwerden wegen Verletzung des Schutzes von Kundendaten</i>		Seite 81	<i>Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1</i>	
PR9	Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen		Seite 81		



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

Der GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2012 der Österreichischen Post wurde gemäß dem Leitfaden für Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI G3.1) erstellt und entspricht der Anwendungsebene A+. 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.

An den Vorstand der Österreichische Post Aktiengesellschaft

Ernst & Young Unabhängiger Bestätigungsbericht

Unabhängige Prüfung des GRI-Nachhaltigkeitsberichts 2012 der Österreichische Post Aktiengesellschaft.

Auftragsgegenstand

Wir wurden von der Österreichische Post Aktiengesellschaft (nachfolgend „Post“) mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend „Prüfung“) des vorliegenden GRI-Nachhaltigkeitsberichts 2012 (nachfolgend „Bericht“) beauftragt.

Dazu führten wir eine Prüfung der Anwendungsebene nach GRI („GRI Third Party Application Level Check“) durch, um die von der Post im Bericht deklarierte 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 etwaige 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.
- ▶ Die Prüfung zukunftsbezogener Angaben war nicht Gegenstand unseres Auftrags.

Kriterien

Wir beurteilten die Informationen im Bericht auf Basis der folgenden für das Geschäftsjahr 2012 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“):

- ▶ GRI Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (3.1), Anwendungsebene A+²

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“³ 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 Vorstands- und Managementebene um Bewusstsein und Priorität der Themen im Bericht zu beurteilen und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;

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

² <https://www.globalreporting.org/reporting/G3andG3-1/Pages/default.aspx>

³ International 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 zu erheben, ob diese angemessen übernommen, konsolidiert und berichtet worden sind. Dies umfasste die Beurteilung, ob die Daten in genauer, verlässlicher und vollständiger Art und Weise berichtet worden sind;
- ▶ 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 wesentlichen Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen und Behauptungen im Bericht auf Basis der GRI Berichtsprinzipien;
- ▶ Beurteilung, ob für die Anwendungsebene A+ die GRI G3 Richtlinien konform angewendet wurden; und

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 A+ entspricht.

Wien, 19. September 2013

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h. iV 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: 12. September 2013