

Bericht 2013 nach GRI

Service

QUALITÄT



Leistung

Integrität

Respekt

Fairness

Vertrauen

OFFENHEIT

Vielfalt

ERNEUERUNG

Zuverlässigkeit

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.

INHALT

04	1 NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE
04	1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation
06	1.2 Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen
17	2 ORGANISATIONSPROFIL
21	3 BERICHTSPARAMETER
23	4 GOVERNANCE, VERPFLICHTUNGEN UND ENGAGEMENT
23	4.1–4.10 Corporate Governance
28	4.11–4.13 Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen
29	4.14–4.17 Einbindung von Stakeholdern
35	ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN
36	Aspekt: Wirtschaftliche Leistung (EC1)
38	Aspekt: Marktpräsenz (EC6)
38	Aspekt: Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen (EC9)
39	ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN
40	Aspekt: Materialien (EN1–EN2)
41	Aspekt: Energie (EN3–EN5)
45	Aspekt: Wasser
45	Aspekt: Biodiversität (EN12)
45	Aspekt: Emissionen, Abwasser und Abfall (EN16–EN18, EN22, EN24)
48	Aspekt: Produkte und Dienstleistungen (EN26)
49	Aspekt: Einhaltung von Rechtsvorschriften (EN28)
49	Aspekt: Transport (EN29)

50	SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN
	Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung
51	Aspekt: Beschäftigung (LA1–LA3)
54	Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis (LA4–LA5)
54	Aspekt: Arbeitnehmerschutz und Gesundheitsförderung (LA6–LA9)
56	Aspekt: Aus- und Weiterbildung (LA10–LA12)
59	Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit (LA13–LA14)
62	SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN
	Menschenrechte
62	Aspekt: Investitions- und Beschaffungspraktiken (HR2–HR3)
64	SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN
	Gesellschaft
65	Aspekt: Gemeinwesen (SO1)
66	Aspekt: Korruption (SO2–SO4)
67	Aspekt: Politik (SO5)
68	Aspekt: Wettbewerbswidriges Verhalten (SO7)
68	Aspekt: Einhaltung der Gesetze (SO8)
69	SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN
	Produktverantwortung
69	Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen (PR3–PR5)
70	Aspekt: Werbung (PR6–PR7)
70	Aspekt: Schutz der Kundendaten (PR8)
70	Aspekt: Einhaltung von Gesetzesvorschriften (PR9)
72	ZIELE- UND THEMENMATRIX
74	GRI-CONTENT-INDEX
84	UNABHÄNGIGE BESCHEINIGUNG
87	KONTAKT UND IMPRESSUM

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.

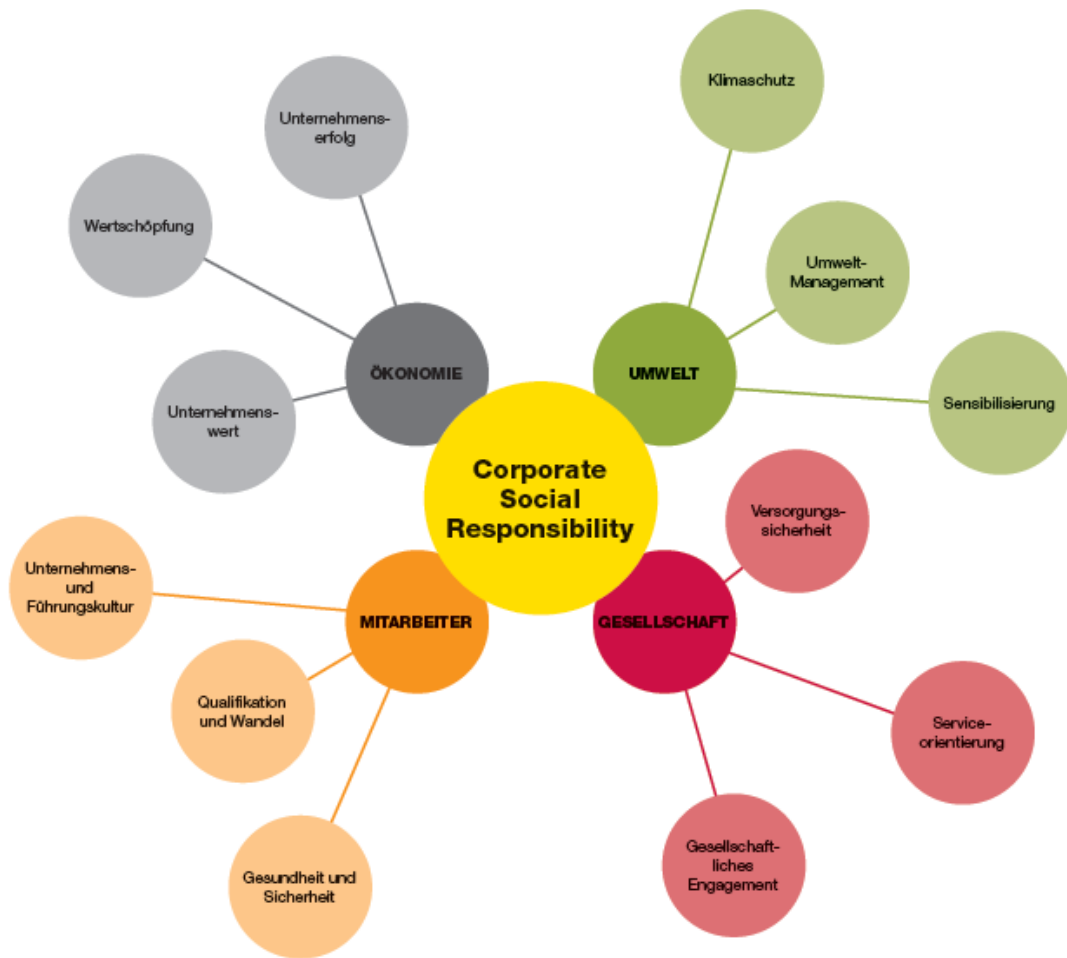
Vor diesem Hintergrund trat die Österreichische Post bereits im Jahr 2007 dem UN Global Compact bei, einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Initiative der Vereinten Nationen. Damit verpflichtet sich das Unternehmen auch zur Einhaltung globaler Prinzipien ethischen und ökologischen Wirtschaftens. Zudem 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 Georg Pölzl in der Abteilung Investor Relations 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 35), Umwelt (ab Seite 39), Mitarbeiter (ab Seite 50) sowie Gesellschaft (ab Seite 64) zu finden. Eine Gesamtübersicht aller Ziele ist in der Zielmatrix auf Seite 72-73 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, nachhaltige 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: Förderung der Unternehmens- und Führungskultur, Schaffung individueller Zukunftsperspektiven, Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Gesellschaft:

Als Universalanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Postdienstleistungen 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 des Kundennutzens, 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

Die Österreichische Post betreibt ein umfangreiches Risikomanagement, in das alle Unternehmenseinheiten sowie Konzerngesellschaften einbezogen sind. Das Ziel des Risikomanagements ist es, die Risiken frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen so zu steuern, dass die Abweichung von den Unternehmenszielen möglichst gering gehalten wird. Risiken werden nach einheitlichen Grundsätzen in ihrem Gesamtzusammenhang identifiziert, bewertet, überwacht und in einem unternehmensweiten Risikomanagementsystem dokumentiert.

Die wichtigsten Schritte des Risikomanagementprozesses

1. Identifizierung und Bewertung:

Risiken sind definiert als potenzielle Abweichung vom mittelfristig geplanten Unternehmensergebnis. Quartalsweise analysieren die Risikomanager der jeweiligen Unternehmensbereiche ihre Risikosituation. Für jedes identifizierte Risiko wird ein Verantwortlicher festgelegt, der die Bewertung, die Steuerung und die Überwachung durchführt. Bei der Bewertung werden die Risiken soweit wie möglich gemäß den Dimensionen Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit quantifiziert.

Nicht quantifizierbare Risiken werden anhand definierter qualitativer Klassen bewertet. Zusätzlich prüft das zentrale Risikomanagement zyklisch die einzelnen Unternehmensbereiche in Form eines proaktiven Risiko-Assessments hinsichtlich ihrer Risiken. Die Ergebnisse der Identifizierung und Bewertung werden in der IT-Anwendung des Risikomanagementsystems dokumentiert.

2. Aggregation und Reporting:

Das zentrale Risikomanagement sammelt und überprüft die identifizierten und bewerteten Risiken. Die finanziellen Effekte möglicher Überschneidungen werden in der Aggregation berücksichtigt. Im Anschluss werden die Risiken in einem Risiko-Gremium analysiert und plausibilisiert. Das Risiko-Gremium setzt sich aus Vertretern des Controllings, der Rechtsabteilung, der Strategieabteilung und des Rechnungswesens sowie aus operativen Vertretern zusammen. Die Ergebnisse des Risiko-Gremiums fließen in den quartalsweisen Bericht des zentralen Risikomanagements über die Risiken und deren Entwicklung an den Vorstand ein. Unerwartet auftretende Risiken werden dem Vorstand unmittelbar (ad hoc) berichtet. Zum Status des Risikomanagements werden der Aufsichtsrat und der Prüfungsausschuss ebenfalls regelmäßig informiert.

3. Maßnahmengestaltung:

Die Risikosteuerung erfolgt durch die Festlegung geeigneter Maßnahmen mit dem Ziel die Risiken zu vermeiden, zu reduzieren oder auf Dritte zu übertragen. Die Unternehmensbereiche prüfen hierzu die Maßnahmen mittels Kosten-Nutzen-Analysen und implementieren diese anschließend. Die Maßnahmen werden im Zuge der quartalsweisen Analyse durch die Risikomanager überwacht und angepasst.

4. Überwachung und Kontrolle:

In Anlehnung an den Österreichischen Corporate Governance Kodex wird die Funktionsfähigkeit des Risikomanagementsystems jährlich durch den Wirtschaftsprüfer bewertet. Des Weiteren wurde dieses Jahr die Konzeption, Angemessenheit und Wirksamkeit des Risikomanagementsystems durch einen externen Auditor evaluiert.

Risikomanagementprozess



Risikostrategie und -politik: Der Konzernvorstand definiert die Risikopolitik des Unternehmens und legt die Rahmenbedingungen des Risikomanagementsystems fest.

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, in der auch der Bereich CSR angesiedelt ist, beobachtet und gegebenenfalls an das Risikomanagement gemeldet.

Weitere Details zum Risikomanagement sowie zum internen Kontrollsystem finden Sie im Geschäftsbericht 2013, Teil 2 – Der Finanzbericht, Seite 46 bis 52.

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 72-73 in komprimierter Form dargestellt.

1.2.1 BESCHREIBUNG DER RISIKEN

Risiken aus dem Bereich Gesellschaft

Als Universaldienstanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Postdienstleistungen 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

Mit Inkrafttreten des Postmarktgesetzes am 1. Jänner 2011 erfolgte die vollständige Öffnung des österreichischen Postmarktes. Daraus ergeben sich Risiken einer Marktanteilsveränderung. Die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Zeitraum nach der vollständigen Liberalisierung wurden mit dem Postmarktgesetz ebenfalls neu geregelt. Dieses Postmarktgesetz sieht in vielen Bereichen keine Gleichbehandlung zwischen der Österreichischen Post und ihren Mitbewerbern vor, sondern eine Mehrbelastung der Österreichischen Post.



Die Österreichische Post ist im Rahmen des Universaldienstes verpflichtet, in ganz Österreich ein Mindestangebot von Postdienstleistungen in vergleichbarer Qualität anzubieten und ein flächendeckendes Netz von mindestens 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 Postdienstanbieter 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 Postdienstleistern nach Marktanteilen aufgeteilt werden. In diesen Ausgleichsfonds müssen jedoch nur jene konzessionierten Postdienstleister 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 in Zukunft einen beträchtlichen Marktanteil innehaben wird, muss die Österreichische Post den überwiegenden Teil bzw. nach den bisherigen Erfahrungen sämtliche Universaldienst-Nettokosten und die Administration des Ausgleichsfonds selbst finanzieren.

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

Die Österreichische Post geht derzeit nicht davon aus, dass sie verpflichtet wird, ihren Mitbewerbern Zugang zu Teilleistungen einzuräumen. In einem solchen Fall könnten diese jedoch in besonders lukrativen Marktsegmenten Postdienstleistungen selbst erbringen und in weniger lukrativen Marktsegmenten zu regulierten Preisen auf Teilleistungen der Österreichischen Post zurückgreifen. Dies könnte zu erheblichen Ergebnisbeeinträchtigungen führen.

In der Öffentlichkeitsarbeit des Österreichischen Post Konzerns sowie im Dialog mit allen Stakeholdern nimmt die Thematik der Gleichbehandlung der Österreichischen Post mit anderen Marktteilnehmern einen hohen Stellenwert ein. Das Unternehmen sieht es als seine Aufgabe, auf die ungenügende Abgeltung des Universaldienstes und die Problematik der asymmetrischen Marktöffnung hinzuweisen.

Die Österreichische Post unterliegt in der Gestaltung ihrer Geschäftsbedingungen (einschließlich ihrer Entgelte) im Universaldienst der Kontrolle durch die Regulierungsbehörde. Die Gesellschaft kann deshalb im Bereich des Universaldienstes nur eingeschränkt durch Preisanpassungen auf Marktveränderungen reagieren. Unterschiedliche Definitionen der Grenzen des Universaldienstes seitens der Regulierungsbehörde und des Unternehmens können sich in einer stärker marktkonformen Gestaltung des Produktportfolios und der Preisfestsetzung niederschlagen.

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 Postdienstleistungen – dies muss zeitgemäß und kundenorientiert gesche-

hen, 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 AG große Verantwortung gegenüber ihren rund 19.000 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 altersgerechter Arbeitsgestaltung, zielgruppenorientierte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie die Schaffung und Stärkung des Gesundheitsbewusstseins tragen zur Erhaltung und Stärkung der Arbeitsfähigkeit bei.

Gezieltes Recruiting neuer Mitarbeiter und Förderung von jungen „High Potentials“ runden die Maßnahmen 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.

Risiken aus dem Bereich Umwelt

Die Österreichische Post ist in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Mit rund 9.000 Fahrzeugen verfügt das Unternehmen über den größten Fuhrpark des Landes, in ihren Gebäuden verbraucht die Österreichische Post jährlich rund 151 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, 2012 und 2013 bei niedrigem Preisniveau Vorratskäufe von CO₂-Zertifikaten bis 2016 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.

Die Österreichische Post hat sich auch selbst ein sehr ambitioniertes Ziel gesetzt: Von 2010 bis 2015 soll der CO₂-Ausstoß unter Einschluss der vom Unternehmen beauftragten Frächter um 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 nötig macht und dadurch den Energieverbrauch erhöht. Durch konsequentes Monitoring der CO₂-Emissionen sowie durch bereits eingeleitete Maßnahmen wie die vollständige Umstellung des direkten Strombezugs auf „grünen Strom“, effiziente Beleuchtungskonzepte, eine optimierte Routenplanung sowie eine moderne Fahrzeugflotte, der Ausbau der Elektro-Flotte im Fuhrpark sowie eigener Photovoltaikanlagen versucht die Österreichische Post diese Zielvorgaben zu erreichen.

Risiken durch Natur- bzw. Unwetterkatastrophen

Durch den fortschreitenden Klimawandel könnte es zu einer Zunahme von Naturkatastrophen kommen. Wetterbedingte Phänomene wie starker Regen, Hagel, Erdbeben, Hochwasser etc. könnten häufiger auftreten. Konsequenzen und Folgeerscheinungen sind v.a. Sach- und Personenschäden. Es entsteht zusätzlicher Instandsetzungs- und Instandhaltungsbedarf. Zudem ist die Österreichische Post gesetzlich verpflichtet, die flächendeckende Versorgung



mit Postdienstleistungen sicherzustellen. Falls diese durch Naturkatastrophen über einen Zeitraum nicht gewährleistet werden kann, könnten zusätzliche finanzielle Verpflichtungen entstehen.

Die Post sorgt durch die laufende Überprüfung der Gebäude hinsichtlich Wetterfestigkeit und 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 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. Im Berichtsjahr 2013 ist die Anzahl der Arbeitsunfälle von 903 auf 980 gestiegen. Es kann davon ausgegangen werden, dass der überwiegende Teil auf die Witterung (härtester Winter seit 100 Jahren) zurückzuführen ist. Eine moderne Fahrzeugflotte und Fahrtechniktrainings für Mitarbeiter erhöhen die Sicherheit der Mitarbeiter im Zustellbereich. Auch die Bereitstellung von Dienst-/Schutzbekleidung sowie bundesweite Gripeschutzimpfaktionen tragen zur Risikominimierung bei ungünstigen Witterungsverhältnissen bei.

Risiken durch steigende Energiekosten

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

Aufgrund der guten Versorgungslage innerhalb Europas ist davon auszugehen, dass sich die Preise stabil seitwärts entwickeln und es zu keiner dramatischen Kostensteigerung kommt. Unabhängig davon wird die Post im Jahr 2014 Neuausschreibungen für die Versorgung mit Erdgas und Strom durchführen, um langfristig von den gegenwärtig günstigen Energiekosten zu profitieren.

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.

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.

1.2.2 BESCHREIBUNG DER CHANCEN

Da die Veränderungen, denen das Unternehmen ausgesetzt ist, auch zu positiven Zielabweichungen führen können, wird im Risikomanagementsystem ein weiterer Fokus auf die Erfassung und Steuerung der Chancen gelegt. Das Ziel hierbei ist es, Chancen aufzuzeigen und durch geeignete Maßnahmensetzung das entsprechende Potenzial zu verwirklichen. Die Identifikation, Bewertung, Steuerung und das Reporting erfolgen gemäß dem Prozess für Risiken.

Im Detail erfolgt die Erfassung einerseits im Rahmen der Mittelfristplanung durch den Bereichsplaner (Bottom-Up), zusätzlich werden die Chancen (Top-Down) durch den Bereich Strategie & Konzernentwicklung verifiziert und ergänzt. Die Österreichische Post führt daher eine kontinuierliche Chancenevaluierung durch, um alle Potenziale wahrnehmen zu können. Im Jahr 2013 wurde zur Chancenerkennung ein neues strategisches Projekt „Post2016“ gestartet. Dieses beinhaltet mehrere Teilprojekte mit dem Ziel, Potenziale im Detail zu eruieren. Diese Projekte sollen nochmals wichtige Chancen für die Österreichische Post, unter Beachtung der vier strategischen Eckpfeiler, aufzeigen.

In der ersten strategischen Stoßrichtung – Verteidigung der Marktführerschaft im Kerngeschäft – wird die Erweiterung und Adaptierung des Produktportfolios im Segment Brief, Werbepost & Filialen gemäß den Anforderungen unserer Kunden als Chance betrachtet. Anhand neuer attraktiverer Zustellmodelle im Paketbereich, die sich in Richtung „Same Day Delivery“ entwickeln können, werden Potenziale geprüft.

Im zweiten strategischen Feld – Wachstum in definierten Märkten – ergeben sich Chancen in den internationalen Beteiligungen in Wachstumsmärkten in Zentral- und Osteuropa sowie der Türkei. In Deutschland bieten sich besondere Chancen bei einer konsequenten Umsetzung der EU-Richtlinie GDP „Good Distribution Practice“.

In der dritten Stoßrichtung – Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur – können durch Projekte wie „Operating Excellence“ und weitere Einkaufsinitiativen Impulse gesetzt und als Chance erkannt werden.

Im vierten strategischen Eckpfeiler – Kundenorientierung und Innovation – ergeben sich beispielsweise Potenziale durch den Ausbau des Online-Angebots, in neuen Geschäftsmodellen im E-Commerce oder im Bereich Service durch die Entwicklung neuer Selbstbedienungslösungen.

Chancen aus dem Bereich Gesellschaft

Die Österreichische Post beschäftigt sich systematisch mit gesellschaftlichen Trends und entwickelt laufend neue Produkte und Lösungen, um die sich daraus ergebenden 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 und 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 auch auf ökologische Aspekte. Zudem bringen bestehende Mitarbeiter bessere Leistungen, wenn sie auf das, was sie tun, stolz sind. Durch eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsstrategie, deren Spitze die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT bildet, fällt es dem Unternehmen leichter, neue Mitarbeiter zu finden. So bieten sich durch den sehr präsenten ökologischen Trend Chancen, die sich positiv auf die Stakeholder-Beziehungen mit Kunden und Mitarbeitern auswirken.

Durch den 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 ei-

nem einzigen Transport- und Verteilungssystem 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 Jahr 2011 gestartet und auch im Jahr 2013 weiter fortgeführt – Ende 2013 waren bereits 476 gemeinsame Filialen umgesetzt. 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. Ein breites Leistungsportfolio wie Selbstbedienungszonen mit Abholstationen, Frankierautomaten oder Versandboxen und Online-Lösungen soll dazu beitragen Kundenbedürfnisse zu erfüllen.

Darüber hinaus bietet die Österreichische Post ihren Geschäftskunden maßgeschneiderte Lösungen beispielsweise im Bereich Warehousing oder Fulfillment an, die die gesamte Logistik-Wertschöpfungskette vom Wareneingang, der Kommissionierung von Kundenbestellungen, Zusatzservices wie Grußkarten oder Geschenkverpackungen sowie die Verpackung, Etikettierung, den Versand und die Zustellung umfassen.

2 ORGANISATIONSPROFIL

Die Österreichische Post AG, mit Sitz in Wien, Haidingergasse 1, ist mit einem Jahresumsatz im Jahr 2013 von 1,7 Mrd EUR und rund 19.000 Mitarbeitern (Einzelabschluss nach Österreichischem UGB) Österreichs führender Logistik- und Post-Dienstleister. Egal, ob es um die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien oder Paketen geht – die Post kümmert sich verlässlich darum. Dazu betreibt sie ein Filialnetz, das mit 1.894 eigen- und fremdbetriebenen Geschäftsstellen im Jahr 2013 zu den größten Privatkundennetzen des Landes zählt.

Durch die flächendeckende und zuverlässige Versorgung der österreichischen Bevölkerung und Wirtschaft mit Postdienstleistungen von hoher Qualität liefert das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur Absicherung der Kommunikations- und Logistikinfrastruktur des Landes.

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, Zeitungen und Regionalmedien bis hin zu diversen Filialdienstleistungen. Ergänzt wird das Leistungsspektrum durch Online-Services, Selbstbedienungszonen, Bank- und Telekommunikationsdienstleistungen, Mobilfunk und Handelswaren sowie digitalen Zusatzfeatures rund um den Brief.

Jährlich stellt die Österreichische Post in Österreich rund 6 Mrd Sendungen zu, darunter 1 Mrd Briefe an 4,3 Mio Haushalte und Unternehmen. Dabei garantiert die Post eine tägliche flächendeckende Zustellung in höchster Qualität – 95,5% der Inlandsbriefe wurden 2013 bereits am Tag nach ihrer Aufgabe zugestellt, und damit noch mehr als die vom Staat geforderten 95%. Zudem stehen den Kunden 1.894 Geschäftsstellen, davon 535 eigene Filialen und 1.359 Post Partner, in ganz Österreich zur Verfügung und bilden damit das größte Privatkundennetz des Landes.

Highlights 2013

- **Umsatzwachstum** im Bereich Brief- und Werbepost unterstützt durch Super-Wahljahr 2013.
- **Erweiterung des Service-Portfolios** im Bereich Mail Solutions und breites Angebot an Dialogmarketing-Produkten.
- **Auszeichnung** des neuen Filialdesigns mit dem „World Mail Award“.
- **Weiterer Ausbau des 24/7-Angebots** - Selbstbedienungszonen mit Frankierautomaten, Versandboxen & Co.
- **Modernisierungen** und Effizienzsteigerungen im Logistikprozess: weitere Investitionen in Verteilanlagen, wie z.B. Flatsorter.
- **Logistikoptimierungen** in der gesamten Zustellkette: Einführung eines neuen Arbeitszeitmodells und Ausstattung aller Zusteller mit modernen Handhelds.
- **Liberalisierung** der Briefmärkte in CEE und Erhöhung des Anteils an der bulgarischen Tochtergesellschaft M&BM Express auf 51%.

BRIEF, WERBE-POST & FILIALEN

- Briefe
- Werbesendungen adressiert/unadressiert
- Zeitungen und Regionalmedien
- Online-Services
- Filialdienstleistungen

PAKET & LOGISTIK

- Pakete
- Kombifracht
- Express-Sendungen
- Temperaturgeführte Logistik
- Fullfillment
- Wertlogistik

Division Paket & Logistik

Die Division Paket & Logistik des Österreichischen Post Konzerns bietet ihre Leistungen bereits in neun Ländern an. In den internationalen Märkten erfolgt dies durchwegs über eigene Tochtergesellschaften. Hauptgeschäft ist die Beförderung von Paketen sowie von Express-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-servises) sowie diverse Fulfillment-Dienstleistungen (zusätzliche kundenspezifische Logistikdienstleistungen von Webshop-Logistik über Lagerhaltung und Kommissionierung oder Retourenmanagement).

Am Heimmarkt stellt die Österreichische Post jährlich rund 70 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.

Highlights 2013

- **Neuer Paketrekord** von rund 70 Mio Paketen in Österreich und weiterer Ausbau des Marktanteils – derzeitiger Stand: 25% im B2B- und 76% im B2C/C2C-Segment.
- **Ausbau des Selbstbedienungsangebots** zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit bei der Paketzustellung: bereits 5.000 Empfangsboxen und neue Abholstationen in Österreich sowie 50 Paketautomaten („Balikomat“) in der Slowakei.
- **Eintritt in den türkischen Markt** durch die Übernahme eines 25%-Anteils am Paket-Dienstleister Aras Kargo.
- **Fokus auf den Bereich Pharmalogistik** und Gründung des Pharmagroßhändlers AEP direkt.
- **Weiteres Wachstum** und positive Entwicklung der Beteiligungen in Südost- und Osteuropa.
- **EU-Beitritt von Kroatien** im Juli 2013 bringt weiteres Marktwachstum durch die steigende internationale Nachfrage.

Standorte des Österreichischen Post Konzerns

Die Österreichische Post ist bereits seit Jahren erfolgreich jenseits der heimatischen Grenzen tätig. Die vorwiegend in Mittel- und Osteuropa, aber auch in Deutschland tätigen Tochterunternehmen tragen bereits einen beachtlichen Anteil zum Umsatz bei. Aufbauend auf diesen positiven Erfahrungen hat die Post im Sommer 2013 mit dem Einstieg in den Zukunftsmarkt Türkei einen weiteren großen Expansionsschritt gesetzt und einen Anteil von 25% am Paketdienstleister Aras Kargo erworben.

Auch im CEE-Raum hat sich 2013 einiges getan. Im Paketmarkt konnte die Post ihre führende Stellung 2013 erneut weiter ausbauen und ist B2B-Marktführer in der Slowakei, Kroatien, Bosnien und Herzegowina, Montenegro sowie Serbien. Auch im Privatkundensegment ist die Post gut unterwegs: Bereits jede vierte B2C/C2C-Paketsendung – in Ungarn sogar jede dritte – wird hier abgewickelt. Die Post wächst trotz der schwierigen Rahmenbedingungen, wie z.B. der teilweise hohen Inflation und dem anhaltenden Preisdruck, stärker als die Wirtschaft. Grundlagen für diese Erfolgsgeschichte sind die länderübergreifend exzellente Servicequalität, der Kundenfokus und die leistungsfähige Paketlogistik-Infrastruktur.

Die Post ist in CEE auch in Sachen Briefzustellung sehr aktiv. Die letzten acht Briefmärkte in Mittel- und Osteuropa wurden 2013 vollständig liberalisiert. Daraus ergeben sich für die Österreichische Post zusätzlich zu ihrem derzeitigen Engagement neue Wachstumschancen. Die Österreichische Post hat die Möglichkeiten in CEE früh erkannt und diese aktiv genutzt. Daher hat sich diese Region in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Absatzmarkt entwickelt. Ähnlich wie in der Slowakei seit 2012 bietet die Post mit ihren Töchtern nun auch in Kroatien und Rumänien kosteneffiziente und qualitativ hochwertige Lösungen für den klassischen Brief an.

INTERNATIONALE PRÄSENZ

LAND	UNTERNEHMEN/ANTEIL ¹	TÄTIGKEITSFELD
ÖSTERREICH	Österreichische Post AG	Briefpost, Paket, Express Mail Services (EMS), Kombifracht, adressierte Werbesendungen, Medienpost, elektronische Servicedienstleistungen
	feibra GmbH	Adressierte und unadressierte Werbesendungen
	Systemlogistik Distribution GmbH	Warehousing, Fulfillment
	Post.Wertlogistik GmbH	Werttransporte
	Scanpoint GmbH	Scanning/Archivierung von Dokumenten
	D2D GmbH (30%)	Druck und Versand von Dokumenten
BULGARIEN	M&BM Express OOD (51%)	Unadressierte und adressierte Werbesendungen, Briefpost, Hybrid Mail
BOSNIEN UND HERZEGOWINA	24-VIP d.o.o.	Express und Paket, Kombifracht
DEUTSCHLAND	trans-o-flex Logistics Group GmbH	Kombifracht, Lagerlogistik, Mehrwertdienstleistungen, temperaturgeführte Logistik
	MEILLERGHP (65%)	Direct-Mail-Dienstleistungen und -Produktion
KROATIEN	Overseas Trade d.o.o.	Express und Paket, Kombifracht
	Weber Escal d.o.o.	Unadressierte Werbesendungen, Werbesendungen, Hybrid Mail, Briefpost
MONTENEGRO	City Express Montenegro d.o.o.	Express und Paket, Kombifracht
POLEN	PostMaster PL	Unadressierte und Werbesendungen
RUMÄNIEN	PostMaster RO	Unadressierte und adressierte Werbesendungen, Hybrid Mail, Briefpost
SERBIEN	City Express d.o.o.	Express und Paket, Kombifracht
SLOWAKEI	Slovak Parcel Service s.r.o. (SPS), In Time s.r.o.	Express und Paket, Kombifracht
	Kolos s.r.o.	Unadressierte und adressierte Werbesendungen, Briefpost, Hybrid Mail
TÜRKEI	Aras Kargo a.s.	Express und Paket, Dokumente
UNGARN	trans-o-flex Hungary Kft.	Express und Paket, Kombifracht
	feibra Magyarországnak	Unadressierte und adressierte Werbesendungen, Hybrid Mail

¹ Angabe des Beteiligungsverhältnisses nur, wenn Anteil geringer als 100%

Aktionärsstruktur der Österreichischen Post

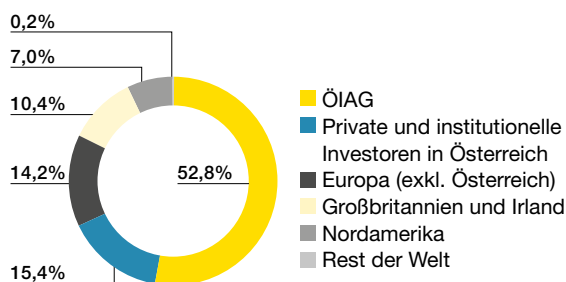
Beim Börsengang im Jahr 2006 wurden 49,0% der Aktien bei Investoren platziert. Der Anteil der österreichischen Staatsholding ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG) am Grundkapital des Österreichischen Post Konzerns reduzierte sich damit von zuvor 100% auf 51,0% bzw. 35,7 Mio Aktien. Bezogen auf die 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 2014 durchgeführte Aktionärshebung zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖIAG – 40% aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (unverändert gegenüber der Erhebung im Jänner 2013). Dabei werden in Summe 15,4% von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (+0,6 Prozentpunkte), 14,2%

in Kontinentaleuropa (–0,4 Prozentpunkte) und 10,4% in Großbritannien (+0,1 Prozentpunkte) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 7% der Aktien (–0,1 Prozentpunkte), auf andere Länder entfallen lediglich weniger als 0,2% (unverändert).

AKTIONÄRSSTRUKTUR NACH LÄNDERN

BASIS: 67,6 MILLIONEN AKTIEN



Im Berichtszeitraum erhaltene Preise

Die hohe Qualität des Reportings der Österreichischen Post wurde durch die neuerliche Auszeichnung beim Austrian Annual Reporting Award des österreichischen Wirtschaftsmagazins „trend“ belegt. Die Österreichische Post ging aus diesem Ranking 2013 wie schon im Jahr zuvor als Sieger in der Kategorie „Bestes Berichtswesen“ hervor. In die Bewertung floss dabei auch die sonstige Qualität der Kommunikation zwischen Unternehmen, Aktionären und Stakeholdern mit ein, die ja stets mehrere Kanäle und mehrere Ebenen einschließt. So gewinnen beispielsweise der Auftritt im Internet sowie Nachhaltigkeitsberichte immer mehr an Bedeutung. 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 Punktezah unter allen börsennotierten österreichischen Unternehmen.

Weiters belegte die Österreichische Post 2013 beim Wiener Börse Preis den ersten Platz in der Kategorie ATX-Preis. Der ATX-Preis zeichnet jenes Unterneh-

men aus, das sich auf dem Kapitalmarkt etwa hinsichtlich Finanzberichterstattung, Investor Relations, Strategie und Unternehmensführung sowie Corporate Governance besonders hervorhebt.

Dass die Österreichische Post aus Sicht des Kapitalmarktes nachhaltig agiert, bestätigt die erneute Aufnahme in den Nachhaltigkeitsindex VÖNIX der Wiener Börse für die Periode 2012/13. Auch für die Folgeperiode 2014/15 wurde die Post bereits in diesen Index aufgenommen.

International konnte die Österreichische Post einmal mehr beim Carbon Disclosure Projekt (CDP) punkten. CDP ist die weltweit größte Datenbank für unternehmensrelevante Umwelt- und Klimainformationen und wird von Kapitalmarktteilnehmern stark zur Beurteilung potenzieller Investments genutzt. Mit einer Punktezah von 88A wurde die Österreichische Post in den Climate Performance Leadership Index 2013 des deutschsprachigen Raums aufgenommen. Diese Auszeichnung ist nicht nur ein Beleg für die transparente Umweltberichterstattung, sondern auch für die Qualität der eingeleiteten Klimaschutzmaßnahmen.

3 BERICHTSPARAMETER

Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2013 und stellt die Leistungen der Österreichischen Post im Bereich der Nachhaltigkeit dar. Er knüpft damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2012 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 2013 besteht wieder aus zwei unterschiedlichen, einander ergänzenden Publikationen. Der hier vorliegende GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2013 (Global Reporting Initiative) gewährleistet durch seine standardisierte Struktur ein hohes Maß an Transparenz gegenüber Stakeholdern und Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen. Das ergänzende Nachhaltigkeitsmagazin 2013/14, 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 deren Kerngeschäft in Österreich und umfasst keine weiteren Konzernunternehmen, da für diese nach heutigem Stand einige nachhaltigkeitsrelevante Daten nicht in konsolidierter Form vorliegen. Ziel ist es, das Unternehmen transparent mit einem Anteil am Konzernumsatz von rund 20% sowie einem Mitarbeiteranteil von rund 5% innerhalb der nächsten zwei Jahre in die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu integrieren. Die restlichen Konzerngesellschaften erwirtschaften derzeit nur rund 5% des Konzernumsatzes, jedoch macht der Mitarbeiteranteil rund 17% 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, in der auch der Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) angesiedelt ist. 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.

Zusätzlich werden die Nachhaltigkeitsstrategie sowie die korrespondierenden Maßnahmen einmal jährlich dem CSR-Board mit Mitgliedern aus unterschiedlichsten Unternehmensbereichen wie Fuhrparkmanagement, Konzernimmobilien, Personalmanagement, Unternehmenskommunikation, Compliance, Risikomanagement, Controlling, Konzerneinkauf und Strategie- und Konzernentwicklung 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 2014 im Rahmen des jährlich stattfindenden Stakeholder-Roundtables. Dabei diskutierten erneut rund 30 geladene Vertreter unterschiedlichster Stakeholder-Gruppen die aktuellen und für die Österreichische Post zentralen Nachhaltigkeitsthemen.

Auf Basis der Diskussionen sowie der Abstimmung über die Wichtigkeit der einzelnen Themen durch die Teilnehmer des Stakeholder-Roundtables 2014 konnte die Wesentlichkeit der Themen für die Stakeholder neu überprüft werden. Eine Befragung des Top-Managements der Österreichischen Post lieferte die entsprechende Wichtigkeit aus Sicht des Unternehmens selbst. Anhand dieser Analysen wurden Anpassungen und Schärfungen der Wesentlichkeitsmatrix vorgenommen, welche nun die aktuellen Kernthemen für die Österreichische Post und ihre Stakeholder darstellt.

Eine detaillierte Beschreibung des Prozesses findet sich unter den Indikatoren 4.14 bis 4.17 zum Thema Einbindung von Stakeholdern.

Berichtsmethodik

Der GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2013 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 Wirtschaftsprüfungsges.m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts.

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. Mit den drei Anwendungsebenen A, B oder C sind unterschiedliche Anforderungen verbunden. Ein Pluszeichen hinter dem Buchstaben der jeweiligen Anwendungsebene zeigt, dass der Bericht von unabhängiger dritter Stelle geprüft wurde.

Der vorliegende GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2013 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 ist ein zentrales Anliegen nachhaltiger Unternehmensführung. Es geht dabei nicht nur um die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben. Vorstand und Aufsichtsrat haben den Anspruch, die Unternehmensführung und -überwachung an nationalen und internationalen Prinzipien auszurichten, um durch nachhaltige Wertschöpfung den dauerhaften Fortbestand des Unternehmens zu sichern. 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 von grundlegender Bedeutung zu unterstützen. Im Geschäftsjahr 2013 bestand der Vorstand der Österreichischen Post aus vier Personen. DI Dr. Georg Pölzl wurde vom Aufsichtsrat in der Sitzung am 13. November 2013 in seiner Funktion als Vorstandsvorsitzender und Generaldirektor der Österreichischen Post wiederbestellt. Sein Mandat läuft unter Berücksichtigung der Verlängerungsoption bis 30. September 2019.

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 2013, Teil 2 – Der Finanzbericht, Seite 10ff.

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

Details zu den Unabhängigkeitskriterien des Aufsichtsrats finden Sie im Geschäftsbericht 2013, Teil 2 – Der Finanzbericht, Seite 14.

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

4.3 STRUKTUR DER LEITUNGSORGANE

Der Aufsichtsrat der Österreichischen Post bestand mit 31. Dezember 2013 aus insgesamt elf Mitgliedern – sieben von der Hauptversammlung gewählten Kapitalvertretern und vier vom Zentralausschuss entsendeten Arbeitnehmervertretern. Im Geschäftsjahr 2013 gab es folgende Veränderung: Edgar Ernst legte mit 21. Juni 2013 sein Mandat zurück. In der Hauptversammlung 2014 wurde Peter Kruse in den Aufsichtsrat gewählt und somit die Anzahl der Kapitalvertreter wieder auf acht erhöht. Die Mitglieder des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2013 sind im Geschäftsbericht 2013, Teil 2 – Der Finanzbericht, Seite 11ff angeführt.

4.4 MITSPRACHEMÖGLICHKEITEN VON MITARBEITERN UND ANTEILSEIGNERN

Das österreichische Aktiengesetz enthält detaillierte Bestimmungen über die Ausübung von Aktionärs-

rechten in der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft. Dazu zählen vor allem das Frage- und Stimmrecht sowie das Anfechtungsrecht. Bei der Hauptversammlung 2014 wurde wieder die Möglichkeit geboten, das Stimmrecht via Briefwahl auszuüben. Im Rahmen der Hauptversammlung 2014 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 Postdienstleistungen, aber auch ökologische Aspekte wie die Photovoltaikanlage in Wien/Inzersdorf 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 Aufgabebereichs 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 2013 sind beispielsweise Ziele zu den Themen Versorgungssicherheit und Erhöhung der Kunden-Convenience durch neue Selbstbedienungslösungen sowie Kundenzufriedenheit 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 nach-

haltigen Unternehmensentwicklung abzielt. Weitere Informationen über die Höhe und Ausgestaltung der Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung können dem Vergütungsbericht entnommen werden (Geschäftsbericht 2013, Teil 2 – Der Finanzbericht, Seite 16 und 17).

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 Vorstandes 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 im Geschäftsjahr 2013 drei der elf Aufsichtsratsmitglieder unter 50 Jahre alt und zwei Mitglieder nichtösterreichischer Nationalität waren. 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 2013 auf 25 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.

In einem fast einjährigen Prozess hat PwC die Konzeption, Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit des Compliance Management Systems auf Basis des Standards des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland, IDW PS 980, überprüft. Durch die Prüfung konnte gezeigt werden, dass das Compliance Management System der Österreichischen Post AG in Einklang mit den Anforderungen des IDW PS 980 steht.

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“ wurde darüber hinaus ab Herbst 2013 durch ein E-Learning-Tool angeboten. Für die bessere Integration von Compliance in relevante Bereiche bzw. Prozesse unterstützt die Abteilung bei der Konzeption von Richtlinien und Prozessen.

Das Leitbild der Post als Wegweiser in die Zukunft

Wer über einen guten Kompass verfügt, muss ihn adäquat einsetzen können, um auf dem richtigen Weg zu bleiben. Dies gilt ebenso für die Kernstrategien, die den unternehmerischen Kompass der Österreichischen Post darstellen. Die Frage, in welcher Form diese Strategien umgesetzt werden sollen, wird durch das Leitbild der Post beantwortet. Die drei Kernwerte des Leitbildes bilden damit gewissermaßen den geistigen Hintergrund jeder Tätigkeit im Unternehmen und bestimmen, in welcher Form die definierten Ziele angestrebt werden. Das Leitbild eines Unternehmens hat große Bedeutung, denn erst wenn alle Mitarbeiter eine klare Vorstellung davon haben, wo der Weg hinführen soll, und auch davon, warum das so ist, ziehen wirklich alle an einem Strang.

Das Leitbild der Post wurde bereits im Jahr 2010 in einem umfassenden Prozess entwickelt und hat sich als Wegweiser in die Zukunft seither bestens bewährt.

So breit die Entstehung des Leitbildes angelegt war, rund 500 Mitarbeiter aus allen Bereichen des Konzerns wurden einbezogen, so klar und präzise ist das Ergebnis. Im Zentrum stehen drei Kernwerte: Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit sowie Kommunikation und Wertschätzung. Gelingt eine Ausrichtung an diesen drei Werten, ergibt sich praktisch von selbst eine nachhaltige Unternehmensführung.

Damit schließt sich der Kreis: Denn der nachhaltige Erfolg des Unternehmens und damit die nachhaltige Sicherung seiner Ertragskraft hat für das Management oberste Priorität. Wobei eine nachhaltige Entwicklung nicht nur rein ökonomische Aspekte umfasst, sondern auch das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und natürlich die Mitarbeiter.

EIN GEMEINSAMES LEITBILD FÜHRT ZU NACHHALTIGER ENTWICKLUNG

- 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



Das Erreichen der umfassenden Nachhaltigkeitsziele der Post und gute Beziehungen zu allen Stakeholdern wirken sich ebenfalls positiv auf eine langfristig gesicherte Ertragskraft aus.

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 VORSORGEPRINZIPIES

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 2013.

Auch im Jahr 2013 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, dem 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.

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. Grundsätzlich handelt es sich bei den Anspruchsgruppen um alle Personen, Organisationen oder Gruppen, die auf ein Unternehmen Einfluss haben oder die von den Aktivitäten eines Unternehmens betroffen sind.

Die für die Österreichische Post relevanten Stakeholder-Gruppen wurden im Jahr 2014 erneut evaluiert und in Anlehnung an die ONR 192500, der zertifizierbaren Leitlinie zur ISO 26000, identifiziert. Die Identifizierung erfolgte anhand einiger Kriterien wie beispielsweise wer von Entscheidungen oder Aktivitäten des Unternehmens betroffen sein könnte, wer voraussichtlich Bedenken zu Entscheidungen oder Aktivitäten äußert, wem gegenüber das Unternehmen gesetzliche Verpflichtungen hat, wer innerhalb

der Wertschöpfungskette betroffen wäre oder wer grundsätzlich ein Interesse an der Post beziehungsweise Einfluss auf die Post hat. Durch diese Analyse und Clusterung einzelner Anspruchsgruppen ist es möglich, ganz spezifisch auf die Anforderungen der jeweiligen Interessensgruppe eingehen zu können.

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.

Stakeholdergruppen der Österreichischen Post





Zudem nutzt das Unternehmen für einzelne Stakeholder-Gruppen auch spezielle Veranstaltungsformate, um auf deren spezifische Bedürfnisse in strukturierter Form einzugehen.

Vor diesem Hintergrund fand im Juni 2014 der bereits 4. Stakeholder-Roundtable der Österreichischen Post statt. Mit dem Ziel, Impulse für zukünftige Nachhaltigkeitsaktivitäten zu erhalten, diskutierten erneut rund 30 Stakeholder gemeinsam mit Generaldirektor Georg Pölzl und Vertretern des Managements über für das Unternehmen relevante Schlüsselthemen. Die Stakeholder bewerteten im Zuge der Diskussionen unterschiedliche Themen nach deren Relevanz und identifizierten neue Herausforderungen, 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

Beim Stakeholder-Roundtable wurden in sechs Tischgruppen, mit jeweils unterschiedlichen Tischthemen, die für das Themenfeld wesentlichen Themen diskutiert. Die einzelnen Themen wurden vorab erarbeitet und abgestimmt um sicherzustellen, dass alle wesentlichen Aspekte abgedeckt und behandelt werden. Ziel der einzelnen Diskussionsgruppen war es, Herausforderungen für die Post zu identifizieren und die wichtigen Themen aus Sicht der Stakeholder zu priorisieren. In den Diskussionen wurden vorrangig die vorgegebenen Themen diskutiert jedoch wurde auch die Möglichkeit geboten, allfällige neue relevante Themen anzuführen.

Folgende sechs Themenfelder wurden definiert und die darin enthaltenen wesentlichen Themen diskutiert:

Themenfeld 1: Rahmenbedingungen

Wesentliche Themen:

- Marktentwicklung und Wettbewerb beobachten
- Zeitgemäße Sicht auf Kundennutzen in den regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen
- Universaldienst weiterentwickeln
- Versorgungssicherheit gewährleisten
- Eventuelle Privatisierungsschritte mitgestalten

Themenfeld 2: Kunden

Wesentliche Themen:

- Serviceorientiert handeln
- Kundenzufriedenheit sicherstellen
- Produktinnovationen schaffen
- Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten

Themenfeld 3: Wirtschaftlicher Erfolg

Wesentliche Themen:

- Wachstum und Wertschöpfung generieren
- Kosteneffizienz vorantreiben und Ergebnis verbessern
- Modernisierung und Innovation vorantreiben
- Nachhaltige Dividendenpolitik verfolgen

Themenfeld 4: Mitarbeiter

Wesentliche Themen:

- Unternehmenskultur entwickeln
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sicherstellen
- Aus- und Weiterbildung anbieten
- Vielfalt und Chancengleichheit schaffen
- Ethisches Verhalten einfordern

Themenfeld 5: Gesellschaft

Wesentliche Themen:

- Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten
- Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring
- Volkswirtschaft stärken

Themenfeld 6: Umwelt

Wesentliche Themen:

- Energie sparen
- Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren
- Abfall vermeiden bzw. nutzen
- Beschaffung optimieren – Green Procurement

Nach der Diskussions- und Präsentationsrunde konnten alle anwesenden Stakeholder elektronisch über die Wichtigkeit der einzelnen Themen im jeweiligen Themenfeld abstimmen. Die Bewertungsskala reichte von 1 (wenig wichtig) bis 10 (sehr wichtig).

Im Anschluss an den Stakeholder Roundtable wurde das Top-Management der Österreichischen Post zu denselben Themen befragt und eine Abstimmung vorgenommen. Das Ergebnis der Stakeholderbewertung sowie der Bewertung durch die Post selbst wurde in der Wesentlichkeitsmatrix 2014 verankert und zeigt folgendes Bild:

Insgesamt wurden 25 Themen diskutiert und nach deren Relevanz für Stakeholder sowie Post beurteilt. Wie in der Matrix ersichtlich ist, sind grundsätzlich alle genannten Themen wichtig, einige davon haben Stakeholder und Management der Post jedoch als besonders wesentlich bewertet.

So stehen passend zu den Zielen aus Sicht des Unternehmens folgende Themen an oberster Stelle:

- Kundenzufriedenheit sicherstellen
- Serviceorientiert handeln
- Wachstum und Wertschöpfung generieren

Damit verbunden ist auch der starke Wunsch nach der Gewährleistung der Versorgungssicherheit und

der Berücksichtigung einer zeitgemäßen Sicht auf den Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen.

Einer Meinung waren sich die Stakeholder und das Post-Management bei der Relevanz der folgenden Themen:

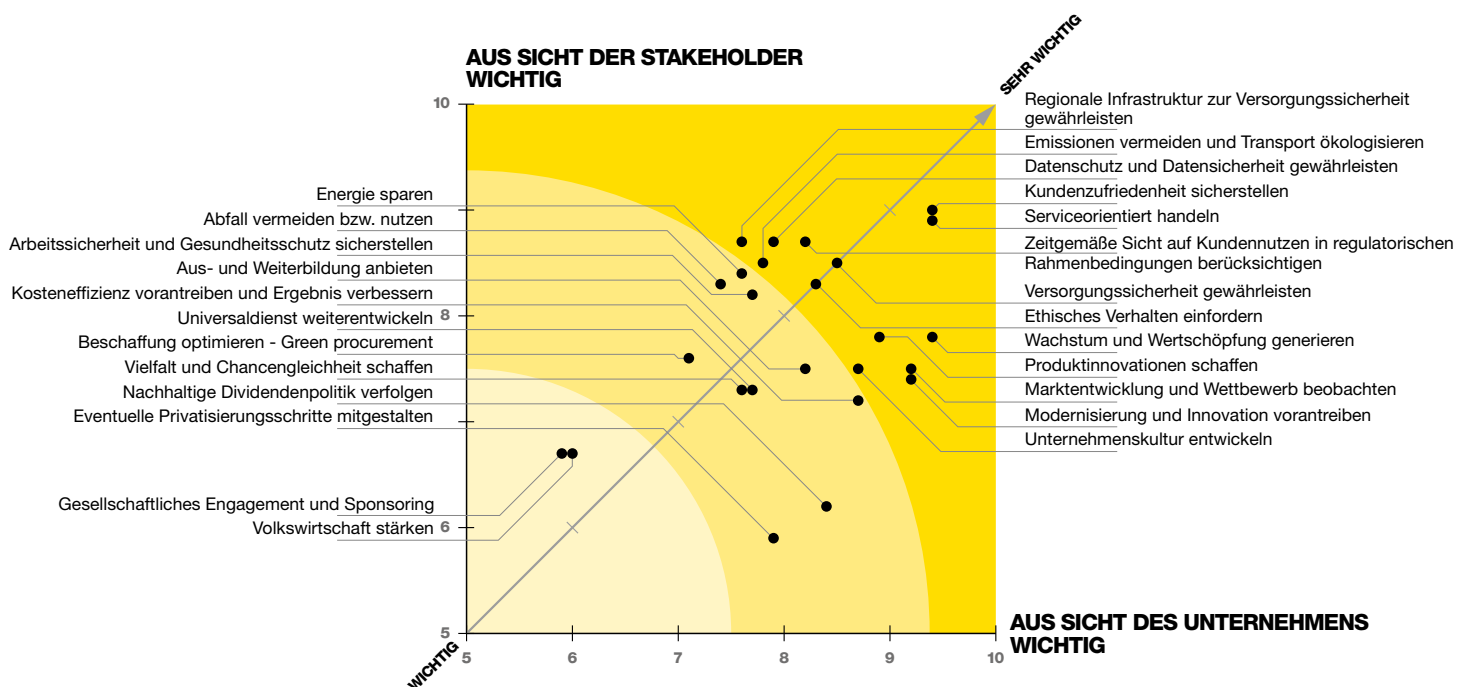
- Versorgungssicherheit gewährleisten
- Ethisches Verhalten einfordern
- Vielfalt und Chancengleichheit schaffen
- Universaldienst weiterentwickeln
- Kundenzufriedenheit sicherstellen

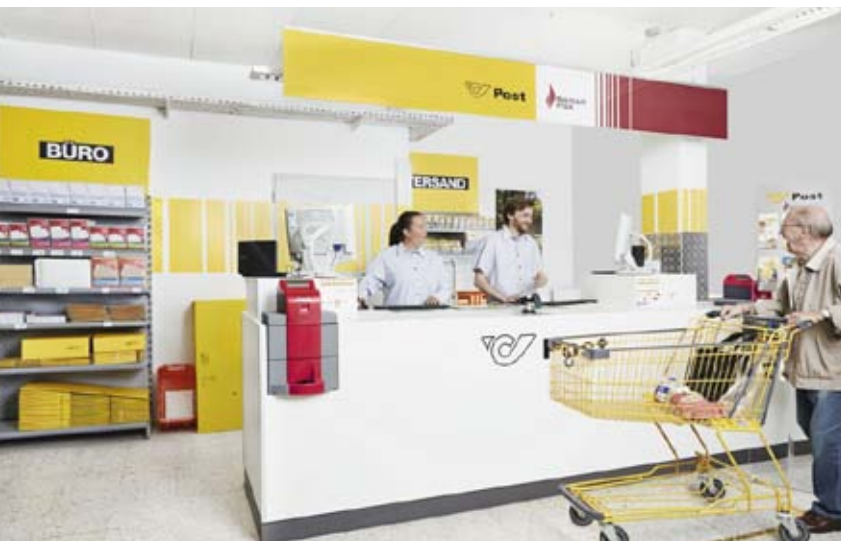
Die Stakeholder bewerteten die folgenden Themen höher als das Management der Post:

- Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten
- Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten
- Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren
- Energie sparen
- Abfall vermeiden bzw. nutzen

Die Post legt größtes Augenmerk auf diese wichtigen Themen und hat bereits in der Vergangenheit Maßnahmen und Schwerpunkte in diesen für die Stakeholder besonders relevanten Bereichen gesetzt.

Wesentlichkeitsmatrix der Österreichischen Post AG





Einen Überblick über Aktivitäten und Maßnahmen in diesen fünf relevanten Themenbereichen finden Sie hier:

1. Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten

Durch die zuverlässige Versorgung des gesamten Bundesgebiets mit Postdienstleistungen ist die Österreichische Post entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes aufrechterhalten und zukunftsorientiert weiterentwickelt wird. Tagtäglich bringt die Post Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich und sichert dadurch die postalische Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung. Und das in ausgezeichneter Qualität: Unabhängige Qualitätsmessungen ergeben, dass 95,5% aller Briefe bereits am ersten Werktag nach ihrer Aufgabe zugestellt werden – gesetzlich vorgeschrieben sind 95%. Neben sieben modernen Logistikzentren und 265 Zustellbasen betreibt die Post dafür landesweit ein flächendeckendes Geschäftsstellennetz, das Ende 2013 1.894 Standorte umfasste.

Da die Rahmenbedingungen für das Postgeschäft großen Veränderungen unterworfen sind, muss die Österreichische Post ihre Services und ihre Infrastruktur laufend kundenorientiert anpassen. Im Vordergrund dieser Bemühungen steht die Ausweitung des sehr erfolgreichen Post Partner-Konzepts. Insgesamt 1.359 Post Partner – Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen, Trafiken oder Gemeindeämter – sorgten per Ende 2013 für die optimale regionale Erreichbarkeit der Post. Vertieft wurde 2013 auch

die Kooperation zwischen Post und BAWAG P.S.K.. Ende 2013 wurden bereits 476 Filialen gemeinsam geführt. Sie bieten unter einem Dach Post- und Bankdienstleistungen, Handelswaren und Kommunikationsprodukte. Die strategischen Vorteile dieses Konzepts und die kombinierte Nutzung der jeweiligen Stärken von Post und BAWAG P.S.K. erweisen sich durchwegs als erfolgreich und führen zu umfangreichen Synergien. Auch die Kunden nehmen den gemeinsamen Auftritt – ebenso wie das Post Partner-Konzept – sehr gut auf.

2. Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten

Das Thema Datenschutz ist der Österreichischen Post ein zentrales Anliegen. Wie die Stakeholderbefragung im Rahmen des Roundtables 2014 ergab, ist dieses Thema auch für unsere Stakeholdergruppen von außerordentlich hoher Bedeutung.

Der Datenschutz genießt in der Österreichische Post AG einen besonders hohen Stellenwert. Geschäftskunden überlassen uns Daten zur reibungslosen Abwicklung von Transport und Zustellung, aber auch die Empfänger der Sendungen stellen der Post Daten zur Verfügung. Deshalb halten wir uns bei der Erhebung, Nutzung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten strikt an die gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzgesetzes (DSG 2000) und des Telekommunikationsgesetzes (TKG 2003). Der Datenschutz wird hoch gehalten, was sich auch darin zeigt, dass die Post einen Datenschutzbeauftragten hat, eine Funktion, die vom Datenschutzgesetz nicht zwingend vorgeschrieben wird, seitens der Post jedoch besetzt wurde, um die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorgaben zu gewährleisten. Der Datenschutzbeauftragte im Unternehmen garantiert die schnellstmögliche Abklärung von Fragen zum Datenschutz.

Auch seitens der IT ist Data Security ein äußerst wichtiges Thema. Aufgrund der technischen Entwicklungen sowie des großen Datenbestandes setzt die Österreichische Post umfangreiche Maßnahmen, um die Vertraulichkeit und Integrität von Kundendaten und den von der Post betriebenen IT-Systemen zu gewährleisten. Zum Schutz der digitalen Daten beschäftigt die Post ein eigenes IT-Team, das mit sämtlichen Sicherheitsfragen betraut ist.

3. Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren

Die Österreichische Post ist bestrebt ihre Transporte so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. So werden bereits über 20% der Zustellrayone 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 und die Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge konsequent verbessert. Auch eine moderne Fahrzeugflotte und deren regelmäßige Servicewartungen optimieren die Effizienz im Fuhrpark. 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 2013 ihre Fahrzeugflotte im Bereich der Elektromobilität massiv ausgebaut. Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und den Klima- und Energiefonds der Bundesregierung verfügte die Post über 653 E-Fahrzeuge, davon 581 einspurige und 72 mehrspurige, sowie 71 Erdgas-Fahrzeuge und plant, ihren E-Fuhrpark bis 2016 auf ca. 1.300 E-Fahrzeuge auszubauen. Darüber hinaus wird die Österreichische Post bis 2016 alle Briefe und Werbesendungen an Privatkunden in Wien „grün“ zustellen. Das bedeutet, dass keine herkömmlichen Mopeds und Autos mehr eingesetzt werden, sondern ausschließlich mit Muskelkraft oder auf Basis von elektrischer Energie zugestellt wird.

Maßnahmen zur Vermeidung von Emissionen im Gebäudebereich werden unter dem Punkt „Energie sparen“ genannt.

4. Energie sparen

Als größtes Logistikunternehmen des Landes ist die Österreichische Post in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Das Unternehmen benötigt für seine rund 9.000 Fahrzeuge pro Jahr ca. 15 Mio Liter Treibstoff und zusätzlich für seine Gebäude rund



151 Mio Kilowattstunden an Energie. Doch die Post ist mit Erfolg daran, den Energieverbrauch und die daraus resultierenden CO₂-Emissionen immer weiter zu reduzieren. Eingebettet ist das große Bündel an energiesparenden Maßnahmen in die im Jahr 2011 gestartete Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und beinhaltet eine Vielzahl an Maßnahmen im Fuhrpark sowie im Gebäudebereich.

Im Rahmen ihrer Klimaschutzstrategie ist die Österreichische Post bestrebt, ihre Transporte so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. Daher setzt die Post im Bereich Fuhrpark einerseits auf den laufenden Ausbau ihres Elektro-Fuhrparks, andererseits auf die kontinuierliche Steigerung der Ökoeffizienz im Transportbereich, wie bereits unter dem Punkt „Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren“ beschrieben.

Dass die Themen Nachhaltigkeit sowie Umwelt- und Klimaschutz heute zu den Grundfesten des Geschäftsmodells der Österreichischen Post zählen, schlägt sich auch im Gebäudebereich nieder. So werden Heizsysteme auf fossiler Basis (Öl bzw. Gas) sukzessive ersetzt und nach Möglichkeit auf Fernwärme umgestellt. Laufend werden daneben die Gebäudeinfrastruktur optimiert sowie der Energieverbrauch genau beobachtet. Darüber hinaus hat die Post bereits im Jahr 2012 ihren gesamten direkten Strombezug auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen umgestellt. Im Jahr 2013 errichtete die Post zudem eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen Österreichs auf dem 30.000 Quadratmeter großen Flachdach des Briefzentrums in Wien-Inzersdorf. Hier wurde eine Photovoltaikanlage

mit einer Leistung von rund 882 kW_{peak} installiert. Eine zweite Anlage wurde 2014 auf dem Dach des neuen Logistikzentrums Allhaming in Oberösterreich errichtet. Beide Anlagen zusammen werden ausreichend Strom produzieren, um die gesamte E-Mobility-Flotte der Post mit sauberer Sonnenenergie zu versorgen.

5. Abfall vermeiden bzw. nutzen

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. Für Standorte ab einer bestimmten Größe bestehen Abfallwirtschaftskonzepte. Spezielle Entsorgungs- und Verwertungskonzepte sorgen überdies dafür, dass CO₂-Emissionen reduziert und somit die Umwelt geschützt wird.

Jeden Monat fallen in den Zustellbasen der Österreichischen Post viele Tonnen Papier, Karton und Kunststoff an, die recycelt und auf diese Weise sinnvoll wiederverwendet werden können.



Der anfallende Abfall wird bei den Rückfahrten der Post-Fahrzeuge von den Zustellbasen in die Logistikzentren der Post transportiert und dort zentral gesammelt. Das hat den großen Vorteil, dass die jeweiligen Entsorgungsunternehmen das Material nun gesammelt in großer Menge an einer zentralen Stelle abholen können. Dadurch werden überflüssige Kilometer und damit entsprechend hohe Emissionen vermieden, was sich positiv auf die Umwelt und das Klima auswirkt. Außerdem wird der Abfall nicht nur sortiert, sondern von der Post auch noch durch eigene Presscontainer verdichtet, wodurch er weniger Volumen beansprucht. Das reduziert die Anzahl der benötigten Fuhren zusätzlich.

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.

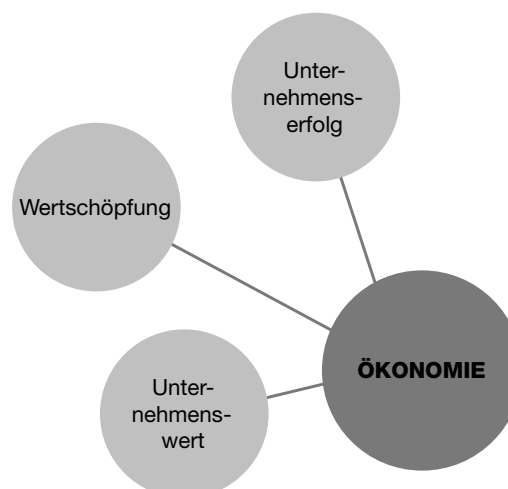
Diese ökonomischen Ziele gelten auch für den gesamten Österreichischen Post Konzern.

Zielerreichungsgrad 2013

Im Jahr 2013 hat der Österreichische Post Konzern das gesetzte Ziel einer stabilen bis leicht positiven Umsatzentwicklung erneut erreicht. Das rollierende ökonomische Ziel einer EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10–12% konnte sogar übertroffen werden. Zudem wurde die attraktive Dividendenpolitik mit einer Ausschüttung von 1,90 EUR pro Aktie am 8. Mai 2014 auch für das Geschäftsjahr 2013 fortgesetzt. Insgesamt wurden damit 128,4 Mio EUR an Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet. Der Total Shareholder Return für das Jahr 2013 von 17,2% zeigt, dass auch dem Ziel einer nachhaltigen Unternehmenswertsteigerung gemäß den Eigentümererwartungen entsprochen wurde.

Für das Geschäftsjahr 2014 verfolgt die Österreichische Post das Ziel einer weiterhin stabilen Umsatzentwicklung, bei der ein Rückgang im Briefgeschäft durch steigenden Paketumsatz kompensiert werden kann. Darüber hinaus wird auch für 2014 eine Verbesserung des Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) angestrebt.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf Seite 72–73.



ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

EC1

Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Die Gewinn- und Verlustrechnung der Österreichischen Post (Einzelabschluss nach Österreichischem UGB) zeigt für 2013 folgendes Bild:

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG			
(in Mio Euro)	2011	2012	2013
Umsatzerlöse	1.635,7	1.667,3	1.668,7
Sonstige betriebliche Erträge	77,6	82,5	133,4
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-280,1	-306,8	-315,0
Personalaufwand	-935,2	-985,7	-953,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-242,6	-229,5	-228,8
Beteiligungsergebnis	-57,5	-4,6	-24,5
Abschreibungen	-72,7	-60,9	-59,4
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	125,2	162,5	221,1
Sonstiges Finanzergebnis	5,9	-16,6	-5,5
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	131,1	146,9	215,6
Steuern	-38,2	-32,8	-38,7
Jahresüberschuss	92,9	113,2	176,9

Der Umsatz der Österreichischen Post AG konnte 2013 insgesamt um 0,1% auf 1.668,7 Mio EUR gesteigert werden. Zuwächse wurden dabei mit plus 6,2% vor allem in der Division Paket & Logistik erzielt. Die Verteilung des Umsatzes auf die einzelnen Divisionen zeigt die hohe Bedeutung der Division Brief, Werbepost & Filialen auf die ein Anteil von 83,7% am Gesamtumsatz entfällt. Die Division Paket & Logistik trug mit 16,3% zum Umsatz bei.

Die Erhöhung der sonstigen betrieblichen Erträge gegenüber dem Vorjahr ist im Wesentlichen auf die Neubewertung der Liegenschaft Postgasse 8 zum Verkehrswert im Zusammenhang mit der Einlage in eine eigene Gesellschaft zurückzuführen. Der Aufwand für Material und bezogene Leistungen erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,7% auf 315 Mio EUR. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich um 0,3% auf 228,8 Mio EUR. Der Personalaufwand ist mit einem Anteil von über 57% an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post AG und ist im Berichtszeitraum um 3,2% auf 953,9 Mio EUR gesunken.

Das Beteiligungsergebnis reduzierte sich auf -24,5 Mio EUR aufgrund im Geschäftsjahr 2013 durch-

geführten außerplanmäßigen Abschreibungen auf Beteiligungen im Zusammenhang mit der trans-o-flex Gruppe Deutschland und MEILLERGHP GmbH, Deutschland sowie geringeren Beteiligungserträgen im Vergleich zum Vorjahr.

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der Österreichischen Post AG reduzierten sich 2013 um 2,5% auf 59,4 Mio EUR. Dies ist ein Anteil von 3,6% am Umsatz.

Das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) der Österreichischen Post AG erhöhte sich 2013 auf 221,1 Mio EUR. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) betrug im Geschäftsjahr 2013 215,6 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 38,7 Mio EUR ergibt sich ein Jahresüberschuss in Höhe von 176,9 Mio EUR. Unter Berücksichtigung der Auflösung von un versteuerten Rücklagen sowie des Gewinnvortrages betrug der Bilanzgewinn 2013 188,8 Mio EUR.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie im Geschäftsbericht 2013 (Finanzbericht – Konzernabschluss 2013).

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 2013 wie folgt zusammen und wurde auf folgende Stakeholder-Gruppen verteilt (Einzelabschluss nach österreichischem UGB):

Dem von der Österreichischen Post im Jahr 2013 erwirtschafteten Umsatz von 1.802,2 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistun-

gen von 597,4 Mio EUR gegenüber. Die sich daraus ergebende Wertschöpfung der Österreichischen Post von 1.204,8 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 953,9 Mio EUR. An die Aktionäre gingen für 2013 insgesamt 128,4 Mio EUR an Dividende, der Staat Österreich ist mit 52,8% beteiligt, erhielt demnach also 67,8 Mio EUR als Aktionär. In Form von Steuern flossen zusätzlich 44,6 Mio EUR an den Staat.

WERTSCHÖPFUNGSBETRACHTUNG			
(in Mio EUR)	2011	2012	2013
Entstehung:	1.635,7	1.667,3	1.668,7
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.713,4	1.749,7	1.802,2
abzgl. Vorleistungen	-595,5	-591,3	-597,4
davon Material und bezogene Leistungen	-280,1	-306,8	-315,0
davon Abschreibungen	-72,7	-60,9	-59,4
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-242,6	-223,6	-222,9
Wertschöpfung	1.117,9	1.158,4	1.204,8
Verteilung:			
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Sozialaufwand)	935,2	985,7	953,9
an Aktionäre (Dividende)	114,8	121,6	128,4
an den Staat (Steuern und Abgaben)	38,2	38,7	44,6
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	2,2	2,0	2,2
Restbetrag	27,5	10,3	75,8
Wertschöpfung	1.117,9	1.158,4	1.204,8

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 Postdienstleistungen 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 Postdienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. So gelangten 2013 95,5% der Briefe innerhalb Österreichs bereits am nächsten Werktag zum Empfänger.

Die Österreichische Post ist dabei immer in der Nähe ihrer Kunden: Mit 1.894 Standorten mit Ende 2013 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 Postdienstleistungen, fördert wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum und bietet längere Öffnungszeiten.

Weitere Informationen finden Sie auch beim Indikator SO1 auf der Seite 65.

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.

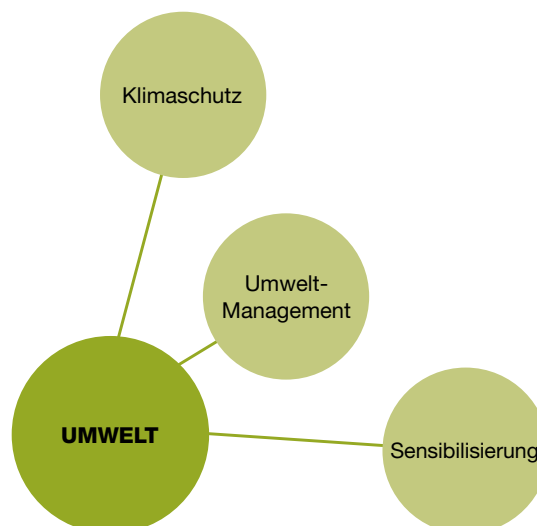
In den vergangenen Jahren konnten bei der Reduktion der im Rahmen der Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen sowie bei der Senkung des Energieverbrauchs große Erfolge verbucht werden. Da das gesetzte Ziel einer CO₂-Reduktion um 10% von 2007 bis 2012 frühzeitig bereits im Jahr 2010 erreicht wurde, 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 2013

- 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 2013

Auch im Jahr 2013 wurde das Ziel der CO₂-neutralen Zustellung aller Sendungen in Österreich erneut erreicht. Von 2010 bis 2013 konnte die Österreichische Post ihre CO₂-Emissionen um 17,4% reduzieren. Das Reduktionsziel für den Zeitraum 2010 bis 2015 liegt bei 20% und wird aller Voraussicht nach erfüllt werden. Im Gegensatz zum Vorjahr (-18,6% Reduktion) konnte an die Emissionsreduktion nicht angeschlossen werden. Es kam zu einem Anstieg von 1.065 Tonnen CO₂.

Die CO₂-Emissionen des eigenen Fuhrparks haben sich aufgrund des gesteigerten Sendungsvolumens im Paketbereich und mehr gefahrenen Kilometern erhöht (plus 1.132t). Gleichzeitig gingen die Emissionen bei den Partnerunternehmen leicht zurück (minus 443t). Somit stiegen die aus dem Transport resultierenden CO₂-Emissionen um 689 Tonnen an.

Im Gebäudebereich haben sich die CO₂-Emissionen ebenfalls erhöht (plus 376t). Maßgebend dafür war der Anstieg beim Erdgasverbrauch um 5,9 Mio kWh. Des Weiteren gab es beim Heizölverbrauch eine Steigerung um 0,7 Mio kWh. Der Anstieg beim Erdgasverbrauch wurde durch eine Verbesserung bei der Datenauswertung bedingt. Der Heizwärmebedarf bei angemieteten Flächen ohne detaillierte Verbrauchsangaben (hier wird Erdgas als Energieform angenommen) wurde an den Heizwärmebedarf von Flächen mit bekanntem Verbrauch angeglichen.

Beim Ausbau des E-Fuhrparks konnte die Anzahl der E-Fahrzeuge von 2012 auf 2013 mehr als verdoppelt werden. Mit Anfang 2014 werden bereits 653 E-Fahrzeuge bei der Post betrieben. 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. So haben bereits fünf Wiener Gemeindebezirke eine Umstellung erfahren. Zudem hat sich die Post bereits im Vorjahr das Ziel gesetzt, ihr internes Umweltmanagement weiter zu professionalisieren und auszubauen. Hier wurde 2013 ein unternehmensweiter Abfallmanager nominiert.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf Seite 72-73.



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 Papier-

verbrauch von Bedeutung, weshalb dieser in der folgenden Tabelle dargestellt wird.

Insgesamt wurden im Jahr 2013 5.622,5 Tonnen Papier verbraucht. Der Verbrauch an Kopierpapier konnte im Vergleich zum Vorjahr um 164,2 Tonnen gesenkt werden. Diese Verringerung wurde unter anderem durch den Entfall der Arbeitsplatzdrucker realisiert. Stattdessen gibt es nun auf jedem Stockwerk zentrale Druckstationen. Diese sind so eingestellt, dass alle Kopien automatisch doppelseitig gedruckt werden.

PAPIERVERBRAUCH			
	2011	2012	2013
Papierverbrauch gesamt (t)	397,4	5.611,7²⁾	5.622,5
Kopierpapier	294,3	230,7	66,5
davon Recyclingpapier	62,0	150,0	41,3
Drucksorten ¹⁾	103,1 ³⁾	5.381,0 ²⁾	5.556,0

¹⁾ Die Erhöhung der Drucksorten 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.

²⁾ Im Jahr 2012 wurde der Papierverbrauch bei Drucksorten aufgrund von optimierten Berechnungsmethoden rückwirkend korrigiert. Des Weiteren wurden Werbeaussendungen rückwirkend inkludiert.

³⁾ Wert 2011 beinhaltet keine Werbeaussendungen

ASPEKT: ENERGIE

EN3

Direkter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen

EN4

Indirekter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen

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.

UMWELTKENNZAHLEN			
Verbrauch signifikanter Ressourcen (Mio kWh) ²⁾	2011	2012	2013 ¹⁾
Gesamt	158,0	149,5	151,4
Erdgas	33,0	31,4	37,3
Heizöl	9,7	6,2	6,9
Fernwärme	40,3	40,7	39,7
Strom gesamt ³⁾	75,0	71,2	67,5
davon Strom aus erneuerbaren Energien	32,4	64,1	63,0
davon Graustrom	42,6	7,1	4,5
Gebäudenutzflächen (m²)	1.130.165	1.121.801	1.097.377
davon im Unternehmensbesitz	695.840	680.144	669.342
davon angemietete Flächen	434.325	441.657	428.035
Treibstoffmenge: Benzin, Super, Diesel, Erdgas (Mio Liter)⁴⁾	14,6	14,3	14,8
davon Diesel	14,2	13,9	14,4

¹⁾ In den Gebäudekennzahlen sind alle Verbrauchsabrechnungen für 2013 enthalten, die mit Stichtag 29.7.2014 bei der Österreichischen Post AG eingelangt sind (ca. 90%). Der verbleibende Anteil (auf 100%) sind Hochrechnungswerte.

²⁾ Die Verbrauchswerte 2013 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.

³⁾ Seit dem 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.

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

EN5

Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen

Der Energieverbrauch konnte im Gebäudebereich seit 2010 um 13,3 Mio kWh reduziert werden. 83,9 Mio kWh werden im Bereich Raumwärme und Warmwasser benötigt. Knapp die Hälfte des Verbrauchs (39,7 Mio kWh) wird über umweltfreundliche Fernwärme gedeckt. Im Vergleich zum Vorjahr kam es bei dieser Energieform zu einer Reduktion von 1 Mio kWh. Der Erdgasverbrauch erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 5,9 Mio kWh aufgrund einer Verbesserung in der Datenaufbereitung. Auch beim Heizölverbrauch kam es im Vergleich zum Vorjahr zu einer Erhöhung von 0,7 Mio kWh. Der Stromverbrauch betrug im Jahr 2013 67,5 Mio kWh.

Trotz der weiteren Mechanisierung der Sendungsortierung verringerte sich der Stromverbrauch im Vergleich zum Vorjahr um 3,7 Mio kWh. Der Strom selbst stammt fast zu 100% aus erneuerbaren Energiequellen. Beim Treibstoffverbrauch kam es zu einer Verbrauchserhöhung von 0,5 Mio Liter. Diese Entwicklung resultiert aus der erhöhten Kilometerleistung.

Beim Energieverbrauch wird es bis 2015 zu einer weiteren Reduktion kommen. Die Energiewerte für das Jahr 2013 enthalten zum Teil noch die Verbräuche der ehemaligen Unternehmenszentrale in der Postgasse und des Verteilzentrums in Linz. Die historische Unternehmenszentrale steht mittlerweile zum Verkauf. Das Verteilzentrum Linz wird

durch das neu errichtete Logistikzentrum Allhaming ersetzt. Weitere Einsparungsmöglichkeiten ergeben sich bei der Umstellung von Heizöl und Erdgas auf Fernwärme. Im Bereich des Fuhrparks wird einerseits die Anzahl an E-Fahrzeugen zu einer Erhöhung beim Stromverbrauch führen und andererseits eine Verringerung beim Treibstoffverbrauch bewirken. Zur weiteren Senkung des Treibstoffverbrauchs werden Methoden zur treibstoffsparsamen Fahrweise evaluiert.

Höhere Ökoeffizienz und E-Mobility im Fuhrpark

Im Rahmen ihrer Klimaschutzstrategie ist die Österreichische Post bestrebt, ihre Transporte (ca. 9.000 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 und die Auslastung der eingesetzten Fahrzeuge konsequent verbessert. 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, Euro 5 EEV und Euro 6 von 2.495 (2012) auf 3.337 (2013) 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 2013 ihre Fahrzeugflotte im Bereich der Elektromobilität massiv ausgebaut. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich beispielsweise die Anzahl an Elektrofahrrädern mehr als verdoppelt, die Anzahl an mehrspurigen E-Fahrzeugen ist sogar um das 4-fache gestiegen. Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und den Klima- und Energiefonds der Bundesregierung verfügte die Post bereits über 653 E-Fahrzeuge, davon 581 einspurige und 72 mehrspurige, sowie 71 Erdgas-Fahrzeuge. Diesbezügliche Testphasen und Befragungen der Lenker zeigen ein sehr positives Resümee. Neun von zehn E-Lenkern sind mit den Fahrzeugen (sehr) zufrieden.

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 2016 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 2016 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.

Bis 2016 wird die Österreichische Post alle Briefe und Werbesendungen an Privatkunden in Wien „grün“ zustellen. Das bedeutet, dass keine her-



FAHRZEUGE			
	2011	2012	2013
Fahrzeuge gesamt ¹⁾	9.650	9.187	8.959
Fahrräder	1.049	958	789
davon Elektrofahräder	94	164	439 ²⁾
Mopeds	1.235	1.078	904
davon Elektromopeds	6	80	142 ²⁾
Fahrzeuge bis 3,5 t	7.214	7.005	7.105
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	77	74	71
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	18	18	72 ²⁾
Fahrzeuge über 3,5 t	152	146	161
Kilometerleistung (Mio km)	155	159	162
Österreichische Post	119	119	123
Frächter	36	40	39
Motorisierte Fahrzeuge nach Emissionsklassen			
Euro 0 (kein Euomotor)	1.232	0	0
Euro 2	16	904	732
Euro 3	1.845	1.038	438
Euro 4	3.811	3.694	3.516
Euro 5	1.673	2.495	3.258
Euro 5 EEV	0	0	74
Euro 6	0	0	5

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

²⁾ Die Kennzahlen berücksichtigen alle im Jahr 2013 vorhandenen (aktiv und Posteingentum) sowie im Test befindlichen einspurigen E-Fahrzeuge (i.e. Mopeds und Fahrräder). Weiters beinhaltet diese Zahl im Jahr 2013 bestellte E-Fahrzeuge, welche aufgrund von Lieferschwierigkeiten teilweise erst im Jänner 2014 tatsächlich geliefert wurden.

³⁾ Die Kennzahl berücksichtigt alle im Jahr 2013 vorhandenen (aktiv und Posteingentum) sowie im Test befindlichen mehrspurigen E-Fahrzeuge (i.e. E-Autos, Kyburz-Trike und Paxster-Quart) Weiters beinhaltet diese Zahl im Jahr 2013 bestellte E-Fahrzeuge, welche aufgrund von Lieferschwierigkeiten teilweise erst im Jänner 2014 tatsächlich geliefert wurden.

kömmlichen Mopeds und Autos mehr eingesetzt werden. In den 23 Wiener Gemeindebezirken wird dann ausschließlich mit Muskelkraft oder auf Basis von elektrischer Energie zugestellt werden.

Der konkrete Ausbau der E-Flotte bis zum Jahr 2016 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 hat die Österreichische Post im Jahr 2013 auch eine eigene Photovoltaikanlage errichtet. Im Herbst 2014 wird eine weitere Photovoltaikanlage in Betrieb genommen. Mit den beiden Anlagen kann die gesamte E-Flotte der Post mit sauberem Strom aus Solarenergie versorgt werden.

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 Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Partner an ihrer Seite, die sie beim Vorhaben, die E-Flotte weiter auszubauen, durch Förderungen und Know-how stark unterstützen.





© Ian Ehm

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

Die Österreichische Post geht nun noch einen Schritt weiter und bezieht nicht nur „grünen Strom“, sondern produziert diesen nun auch selbst. Das Unternehmen hat im Herbst 2013 eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen Österreichs auf dem Briefzentrum in Wien-Inzersdorf errichtet. Das Logistikzentrum verfügt über eine Dachfläche von ca. 30.000 m², wobei die Photovoltaikanlage mit 882 Kilowatt_{peak} (kW_p) ca. 2/3 der Dachfläche beansprucht. Eine zweite Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 496 kW_p geht 2014 am Dach des Logistikzentrums Allhaming in Oberösterreich in Betrieb. Mit der aus beiden Anlagen gewonnenen Energie kann in Zukunft die gesamte E-Flotte der Post, die bis 2016 auf rund 1.300 Fahrzeuge anwachsen soll, mit Strom aus sauberer Sonnenenergie versorgt werden.

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 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 83,9 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 (67,5 Mio kWh) versucht die Post, durch die Implementierung neuer effizienter Beleuchtungskonzepte Einsparungspotenziale zu nutzen.

Maßnahmen im Bereich Bewusstseinsbildung

Im Jahr 2013 wurden die Mitarbeiter der Österreichischen Post über die hausinternen Infoscreens, das Mitarbeitermagazin, sowie das Nachhaltigkeitsmagazin kontinuierlich über die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und sonstige Maßnahmen im CSR-Bereich informiert und damit für das Thema sensibilisiert. Eine weitere Sensibilisierungskampagne befindet sich im Konzeptionsstadium.

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 dabei, noch nachhaltiger zu wirtschaften, da sich die Klimabilanz jedes einzelnen Kunden verbessert. Diese Reduktion wird 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. Die Kombination aus Gründach und Photovoltaikanlage hat auch zur Ansiedlung eines Haubenlerchenpaares geführt. Dieser äußerst seltene und unter Naturschutz stehende Vogel nutzt die Paneele zum Schutz vor Raubvögeln und brütet seit dem Frühjahr 2014 auf dem Dach des Briefzentrums. Insgesamt gibt es in Österreich lediglich 300 Brutpaare.

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.



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 9.000 Fahrzeuge ca. 15 Mio Liter Treibstoff und in seinen Gebäuden rund 151 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 war 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			
	2011	2012	2013
CO₂-Emissionen (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	78.533	70.834	71.899
davon Scope 1 – Straßentransport (Eigentransport) ²⁾	35.821	35.052	36.184
davon Scope 1 – Gebäude ^{1) 3)}	9.265	7.986	9.353
davon Scope 2 – Gebäude ^{1) 3)}	14.783	7.402	6.411
davon Scope 3 – Partnerunternehmen	18.664	20.394	19.951

¹⁾ In den Gebäudekennzahlen sind alle Verbrauchsabrechnungen für 2013 enthalten, die mit Stichtag 29.7.2014 bei der Österreichischen Post AG eingelangt sind (ca. 90%). Der verbleibende Anteil (auf 100%) sind Hochrechnungswerte.

²⁾ In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten.

³⁾ Die Verbrauchswerte 2013 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.

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 fremdvergebene Transportleistungen.

In Summe emittierte die Österreichische Post im Zuge ihrer Geschäftstätigkeit im Jahr 2013 71.899 Tonnen CO₂. 15.764 Tonnen entstanden im Gebäudereich und, weitere 36.184 Tonnen im eigenen Fuhrpark, die übrigen 19.951 Tonnen durch Partnerunternehmen.

EN17

Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht

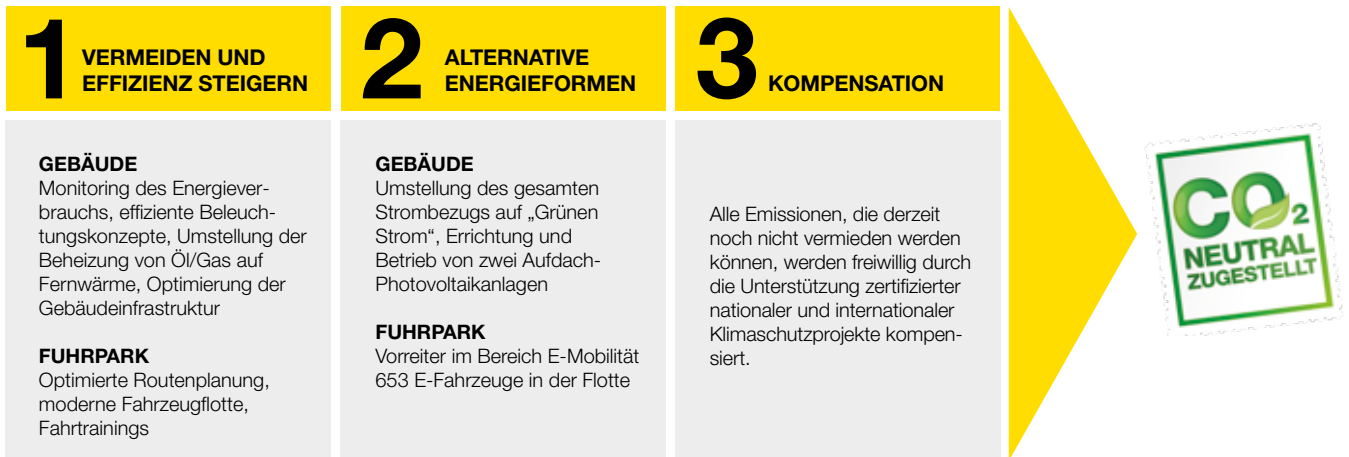
Im Rahmen der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post entstehen keine sonstigen relevanten Treibhausgasemissionen.

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 Errichtung einer Photovoltaikanlage auf dem Dach des Briefzentrums in Wien sowie auf dem neuen Logistikzentrum in Allhaming 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 und den Klima- und Energiefonds der Bundesregierung befanden sich Anfang 2014 bereits 653 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 ist auch in den Prozess der Auswahl der Klimaschutzprojekte stark eingebunden. Jeder einzelne Aspekt der Initiative wird durchleuchtet, um mit Sicherheit bestätigen zu können, dass die Österreichische Post alle Sendungen in Österreich CO₂-neutral zustellt.

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. Seit Anfang 2012 erhalten Großkunden der Österreichischen Post jährlich ein Zertifikat, mit dem die CO₂-neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt wird. Durch die klimaneutrale Zustellung hilft die Post ihren Kunden dabei, noch nachhaltiger zu wirtschaften.



Die Post bestätigt ihren Business-Kunden die klimaneutrale Zustellung mit einem Zertifikat.



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.

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 Standorte ab einer bestimmten Größe bestehen Abfallwirtschaftskonzepte. Einige Logistikzentren 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.

Im Bereich Abfallmanagement erfolgte im Jahr 2013 die Nominierung eines unternehmensweiten Abfallmanagers. Für das Jahr 2014 wurde mit einer zentralisierten Datenerfassung und Datenauswertung begonnen. Ziel ist die Entwicklung einer Datenbank, in der die einzelnen Abfallfraktionen mit der jeweiligen Menge und dem Anfallsort hinterlegt werden.

EN24

Gesamtgewicht des als gefährlich eingestuftes Abfalls

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

ASPEKT: PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

EN26

Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

Mit 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 2013 konnte das Kerngeschäft Transport und Logistik weiter ökologisiert werden.
- Mit der Umstellung des gesamten direkten Strombezugs des Unternehmens auf ausschließlich 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 trägt die Österreichische Post eine besondere Verantwortung. Daher legt sie hohen Wert auf gute Arbeitsbedingungen für ihre Mitarbeiter. Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz sowie betriebliche Gesundheitsförderung spielen dabei eine zentrale Rolle. Denn motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter bilden die Basis für den unternehmerischen Erfolg – erst recht in einem Dienstleistungsbetrieb. In einem von ständigen Veränderungen geprägten Marktumfeld will die Post zuverlässige Zukunftsperspektiven schaffen und ihre Mitarbeiter individuell fördern.

Die Österreichische Post legt auch großen Wert auf ihre Unternehmens- und Führungskultur. Denn nur klare gemeinsame Visionen und Wertvorstellungen ermöglichen es, zielorientiert und nachhaltig zu handeln. Am Beginn stand deshalb die Entwicklung eines neuen Leitbildes mit drei Wertekategorien und drei zentralen Leitsätzen, die durch eine Vielzahl von Maßnahmen in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umgesetzt und verankert werden. Alle Maßnahmen, die im Bereich Mitarbeiter gesetzt werden, sind von diesen Wertekategorien abgeleitet:

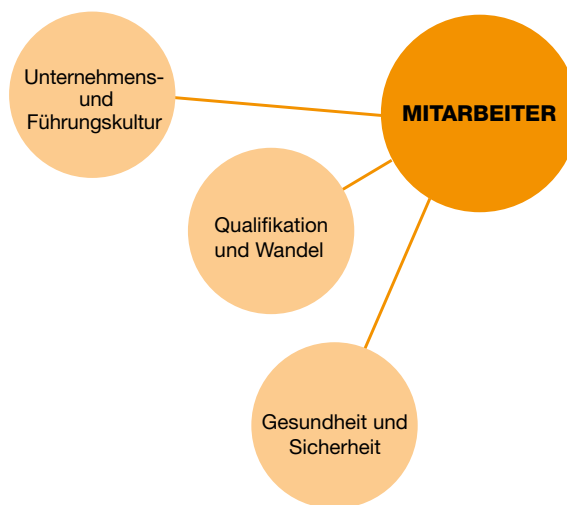
- **Kundenorientierung:**
Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt
- **Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit:**
Wir handeln zukunftsorientiert
- **Kommunikation und Wertschätzung:**
Wir alle sind die Post

Im Umgang mit den Mitarbeitern ist der Wert „Kommunikation und Wertschätzung“ besonders wichtig. Gemäß dem Leitsatz „Wir alle sind die Post“ soll sich jeder einzelne Mitarbeiter einbringen und die Zukunft der Post aktiv mitgestalten können. Diese Haltung wird im Unternehmen ernst genommen und tatsächlich gelebt: Im Juni 2013 fand unter dem Titel „Weil Sie uns wirklich wichtig sind“ die erste unternehmensweite Mitarbeiterbefragung der Post statt. Das Ziel: die Stimmung unter den Mitarbeitern einzufangen sowie relevante Themen und Verbesserungspotenzial zu identifizieren. Die Mitarbeiter konnten ihre Meinung zu unterschiedlichen Aspekten des Unternehmens äußern und ihren Arbeit-

geber bewerten. Die Ergebnisse der Befragung ergaben ein objektives Bild, wo die Post gerade steht. Auf dieser Grundlage wurden vier Handlungsfelder identifiziert, denen die Post nun verstärkte Aufmerksamkeit widmet und in denen konkrete Verbesserungen erzielt werden sollen.

Mitarbeiterziele

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



Zielerreichungsgrad 2013

Im Jahr 2013 wurden sämtliche Sub-Ziele im Bereich Mitarbeiter planmäßig erreicht. Insgesamt nahmen 693 Führungskräfte an der Führungsakademie teil, geplant waren 300 Führungskräfte. Das Audit „beruf&familie“, das verschiedenste Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie beinhaltet, wurde wie geplant 2013 gestartet.

Das Programm „Post Mitarbeiter zum Bund“ wurde weiter geführt und auf zusätzliche Ministerien ausgeweitet. 2013 wurde die erste unternehmensweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die mit einer Rücklaufquote von 30,8% ein Erfolg war. Weiters fand der für 2013 geplante Roll-Out des Compliance-E-Learning-Tools statt.

Für die kommende Periode wurden bereits neue Sub-Ziele festgelegt, die unter anderem eine Ausweitung der Führungsakademie sowie des Programms „Ein Tag beim Kunden“ beinhalten. Im Bereich „beruf&familie“ werden Maßnahmen gesetzt, um einerseits karezierten Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen den Zugang zu unternehmensrelevanten Informationen zu erleichtern und andererseits Führungskräfte für das Thema zu sensibilisieren. Das laufende Programm „Post Mitarbeiter zum Bund“ soll weiter geführt werden. Überdies ist geplant, bis Ende 2014 mindestens 50 Mitarbeiter bei Fahrsicherheitstrainings zur Schadens- und Unfallreduzierung zu schulen.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf Seite 72-73.

ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG

LA1

Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart und Arbeitsvertrag

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 160 VZK im Geschäftsjahr 2011 und 196 VZK in 2012 auf 210 VZK im Geschäftsjahr 2013 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 2013 gerade an der Ein-Prozent-Marke gelegen.

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST			
	2011	2012	2013
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	19.907	19.534	18.951
davon Frauen (VZK in %)	29,3%	29,3%	28,9%
davon Männer (VZK in %)	70,7%	70,7%	71,1%
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	10.266	9.738	9.146
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.429	9.558	9.548
Mitarbeiter nach ABGB ² (VZK)	212	238	256
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	17.785	17.724	17.178
davon Frauen (in %)	23,1%	23,7%	23,4%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.812	3.422	3.388
davon Frauen (in %)	83,3%	85,4%	83,5%
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamteter Mitarbeiter (Jahre)	27	28	29
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von Mitarbeitern im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	11	11
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.187	1.201	1.196

¹ VZK = Vollzeitkräfte

² Mitarbeiter nach ABGB unterliegen aufgrund einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) nicht dem Kollektivvertrag.

LA2

Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe und Geschlecht

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST			
	2011	2012	2013
Fluktuation (Abgänge absolut)¹	1.844	2.109	2.222
davon Frauen	811	943	842
davon Männer	1.033	1.166	1.380
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	395	420	404
30–50 Jahre	801	886	904
über 50 Jahre	648	803	914
Fluktuation (Abgänge in %)²	8,6%	10,1%	10,9%
davon Frauen	44,0%	44,7%	37,9%
davon Männer	56,0%	55,3%	62,1%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	21,4%	19,9%	18,2%
30–50 Jahre	43,4%	42,0%	40,7%
über 50 Jahre	35,1%	38,1%	41,1%
Zugänge (absolut)¹	1.354	1.458	1.801
davon Frauen	672	643	785
davon Männer	682	815	1.016
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	271	495	851
30–50 Jahre	695	683	760
über 50 Jahre	388	280	190
Zugänge (in %)²	6,3%	6,9%	8,8%
davon Frauen	49,6%	44,1%	43,6%
davon Männer	50,4%	55,9%	56,4%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	20,0%	33,9%	47,3%
30–50 Jahre	51,3%	46,8%	42,2%
über 50 Jahre	28,7%	19,2%	10,5%

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 – unabhän-

gig von Alter, Geschlecht und Ausmaß der Beschäftigung, also auch jenen Mitarbeitern, die teilzeitbeschäftigt sind.

Mitarbeiter der Österreichischen Post erhalten jährlich eine EBIT-Prämie. Im Rahmen der Beteiligung am Unternehmenserfolg für das Geschäftsjahr 2013 erhielten vollbeschäftigte Mitarbeiter eine freiwillige Prämie in Höhe von 761 Euro brutto und eine Sonderprämie in Höhe von 50 Euro ausbezahlt.

Mit dieser Sonderprämie ergibt sich die Gesamtsumme von 811 Euro brutto. Teilbeschäftigte Mitarbeiter erhielten einen entsprechend aliquotierten Betrag.

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.

post.sozial – Maßgeschneiderte Sozialleistungen für die Mitarbeiter der Post

Der 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 sowie Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit. Zusätzlich unterstützt post.sozial Gesundheitsmaßnahmen und Freizeitaktivitäten, die der Krankheitsprävention dienen. Im Jahr 2013 wurde dabei besonderes Augenmerk auf die Burn-Out-Prävention gelegt.

Betroffenen und Opfern der österreichweiten Hochwasserereignisse im ersten Halbjahr 2013 konnte durch rasche und unbürokratische finanzielle Unterstützung seitens des Vereins post.sozial rasch geholfen werden.



© BilderBox

DIE LEISTUNGEN VON POST.SOZIAL IM JAHR 2013

post.sozial	Materielle Mittel gesamt	6,4 MIO EUR
fair.reisen	Anzahl der Nächtigungen	58.856
helfens.wert	Essensbons	4,3 MIO EUR
	Ausbezahlte Unterstützungsbeträge	974.000 EUR
sehens.wert	Anzahl vergünstigte Eintrittskarten	19.122
	Angeborene Veranstaltungen	124
postler.kids	Beiträge Kinderferiencamps	10.315 EUR

Die Mittel werden durch Zuwendungen in Höhe von einem Prozent der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihrer Tochterunternehmen gestellt. Für 2013 beliefen sich diese Zuwendungen auf 6,4 Mio Euro. Der Verein wird auch durch Spenden Dritter unterstützt.

ASPEKT: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS

LA4

Prozentsatz der Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen

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.

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST			
	2011	2012	2013
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK) ¹	9.429	9.558	9.548
davon Angestellte	7.177	6.747	6.198
davon Angestellte KV 2009 ²	2.234	2.795	3.333
davon Lehrlinge	17	16	18
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	10.266	9.738	9.146
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK in %) ¹	47,4%	48,9%	50,4%
davon Angestellte	36,1%	34,5%	32,7%
davon Angestellte KV 2009 ²	11,2%	14,3%	17,6%
davon Lehrlinge	0,1%	0,1%	0,1%
Beamtete Mitarbeiter (VZK in %)	51,6%	49,8%	48,3%

¹ VZK = Vollzeitkräfte

² KV = Kollektivvertrag

Mitarbeiter nach ABGB unterliegen aufgrund einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) nicht dem Kollektivvertrag und sind somit in dieser Darstellung nicht enthalten. Eine gesamthafte Darstellung findet sich unter LA1.

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: ARBEITNEHMERSCHUTZ UND GESUNDHEITSFÖRDERUNG

Für die Österreichische Post als Dienstleistungsunternehmen stellen motivierte und gesunde Mitarbeiter einen entscheidenden Erfolgsfaktor dar. Um die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter auch bis in ein höheres Alter gut zu erhalten, muss ein attraktiver Arbeitgeber ein sicheres und motivierendes Arbeitsumfeld schaffen. Daher arbeiten wir an der Gestaltung einer gesundheitsfördernden und ergonomischen Arbeitsumgebung sowie an behinderten- und alter(n)sgerechten Arbeitsplätzen.

Zum Erhalt ihrer eigenen Gesundheit sind natürlich auch die Mitarbeiter selbst gefordert – hier unterstützt die Österreichische Post durch gezielte Angebote in den Bereichen Bewegung, Ernährung, seelische Gesundheit und Suchtprävention, sowie mit zielgruppen- und themenspezifischen Gesundheitsförderungsprogrammen.

LA6

Vertretung in Arbeitsschutzausschüssen und Beratung über Arbeitsschutzprogramme

Die Österreichische Post verfügt über einen zentralen Arbeitsschutzausschuss für die Österreichische Post AG, sowie über 25 regionale Arbeitsschutzausschüsse für Arbeitsstätten mit mehr als 100 Mitarbeitern bzw. für Arbeitsstätten mit gewisser Gefährdung.

Die Vorgaben dazu sind im ArbeitnehmerInnen-schutzgesetz (ASchG) in §88 und §88a geregelt. Zu einzelnen sicherheits- und gesundheitsrelevanten Themen werden Verbesserungsvorschläge erarbeitet und die Maßnahmenumsetzung besprochen. Über jede Sitzung wird ein Ergebnisprotokoll erstellt, das regional (für Arbeitsschutzausschüsse) bzw. zentral (für den zentralen Arbeitsschutzausschuss) abgelegt wird.

In kleineren Arbeitsstätten erfolgt gemäß gesetzlicher Vorgaben Beratung seitens der Organe des Arbeitnehmer/innenschutzes. Somit wird die gesamte Belegschaft seitens des Arbeitnehmer/innenschutzes (Sicherheitsfachkräfte sowie Arbeitmediziner/innen) betreut.

LA7

Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle

Im Berichtsjahr 2013 ist die Anzahl der Arbeitsunfälle von 903 auf 980 gestiegen. Es kann davon ausgegangen werden, dass der überwiegende Teil auf die Witterung (härtester Winter seit 100 Jahren) zurückzuführen ist. Im Berichtsjahr 2013 ereignete sich auch ein tödlicher Wegunfall im Dienst (Kollision eines Zustellerfahrzeugs mit einem LKW).



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

Im Jahr 2013 ereigneten sich 8 Dienstunfälle mit Leiharbeitern, woraus ein Unfallanteil von 3,8 resultiert.

LA8

Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten, Gesundheitsvorsorge

Im Jahr 2013 fanden mehr als 3.600 Arbeitsstättenbegehungen durch Sicherheitsfachkräfte und/oder Arbeitsmedizinern statt. In diesem Rahmen wurden

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST

	2011	2012	2013
Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK ¹ in %)	7,4%	7,4%	8,7%
Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)	10,0	10,1	11,2
Anzahl der Arbeitsunfälle ^{2,3}	837	903	980
Durchschnittliche (Kalender-)Ausfalltage pro Unfall ³	22,3	21,6	21,9
Unfallanteil ^{3,4}	4,2	4,6	5,2
Todesfälle durch Unfall	0	1	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.

Führungskräfte über ergonomische, sichere und gesundheitsfördernde Gestaltung der Arbeitsplätze aufgeklärt und Verbesserungsvorschläge unterbreitet, sowie Beratung über gesetzliche Erfordernisse gegeben.

In insgesamt 400 Trainings wurden Mitarbeiter und Führungskräfte über richtiges Verhalten in Notfällen (Brand, akuter Erkrankungsfall, Unfälle) unterwiesen und allgemein über sicheres und gesundheitsförderliches Verhalten am Arbeitsplatz informiert. Weiters fanden zahlreiche arbeitspsychologische Beratungsgespräche durch Arbeitsmediziner zu Themen wie Mobbing, Burn-Out und Stressvorbeugung statt. Um Grippe sowie anderen schweren Erkrankungen (FSME-, Tetanus-, Diphtherie-, Polio- und Hepatitis u.a.) vorzubeugen, wurden 2013 österreichweit rund 3.200 Impfungen zu sehr günstigen Konditionen an die Mitarbeiter verabreicht.

Zur Vermeidung von Erkrankungen des Muskel-Skelettsystems bietet die Post bereits seit 2011 als freiwillige Zusatzleistung zur Gesundheitsvorsorge eine personenbezogene Rückenschule inklusive Wirbelsäulenscreening und Haltungsanalyse an. Bis Ende 2013 haben bereits rund 1.700 Mitarbeiter daran teilgenommen. Dieses Programm wurde als Ergänzung zum vorigen Schwerpunktprogramm „Die Post bewegt – richtiges Bewegen bringt allen was“ eingeführt. Inhalte dieses Programms waren Informationsveranstaltungen über die richtige Haltung und Bewegung am Arbeitsplatz. Auffrischungsschulungen dazu werden laufend von unserem arbeitsmedizinischen Team durchgeführt.

Ab Herbst 2013 startete zusätzlich in Kooperation mit dem Österreichischen Herzfonds das neue Gesundheitsprogramm „Gesundes Herz und du“. Alle Mitarbeiter der Post erhielten die Möglichkeit mittels „Herzrisiko-Check“ vom Herzfonds ein persönliches Risikoprofil mit individuellen Empfehlungen erstellen zu lassen. Auf Basis einer anonymisierten Gesamtdatenauswertung wurde als erste Maßnahme eine Erweiterung des bisherigen Angebots an Gesundheitsberatungen (inklusive Messung von Blutzucker, Cholesterin und Blutdruck) und Gesundheitstagen für 2014 geplant. 2013 gab es drei Gesundheitstage mit 570 Teilnehmern sowie zahlreiche Einzelberatungen durch Arbeitsmediziner.



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, weiters sind sie in den genannten Arbeitsschutzausschüssen vertreten.

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 Jahren grundlegend überarbeitet und auf neue Beine gestellt wurde. Um Potenziale der Mitarbeiter zu erkennen und ihre Fähigkeiten durch individuelle Förderung auszubauen, sind in einem ersten Schritt die Führungskräfte gefordert. Die Grundlage dazu liefern die Führungsleitlinien der Post, die auf den vier Leitwerten Verantwortung übernehmen, Orientierung geben, Zusammenarbeit fördern sowie Vertrauen schaffen basieren.

Aufbauend auf den Führungsleitlinien wurde im Mai 2012 die Führungsakademie ins Leben gerufen. Das Ziel der „Führungsakademie“ besteht darin, leitende Mitarbeiter und Schlüsselkräfte mit einem maßgeschneiderten Programm bei der Umsetzung der Führungsleitlinien zu unterstützen. Schlüsselkräfte sowie jede Führungskraft mit mehr als drei Mitarbeitern nehmen an speziell auf ihre Aufgaben abgestimmten Schulungen teil. In verschiedenen Modulen und mithilfe speziell ausgebildeter Coaches wird Führungskompetenz vermittelt. Die Themen beinhalten etwa Kommunikation und Motivation, Führungsstil und -instrumente oder auch Präsentationstechnik. In der so genannten „Führungswerkstatt“ wird das Gelernte noch einmal vertieft.

Im Jahr 2013 nahmen rund 700 Führungskräfte an der Führungsakademie teil. Die vier zielgruppen-gerechten Programme zur Weiterentwicklung der Führungskräfte werden 2014 fortgesetzt.

Ganz im Sinn ihres Leitbildes legt die Österreichische Post größten Wert auf kundenorientiertes Denken und Handeln. Dies setzt gerade für Führungskräfte Kenntnisse der Abläufe und Tätigkeiten im Alltag „an der Front“ voraus. Mehr als 380 Führungskräfte erhielten 2013 die Möglichkeit, Einblick in die tägliche Arbeit der Kollegen in der Zustellung, im Filialnetz und im Post-Kundenservice zu gewinnen. Einen Tag lang begleiteten sie beispielsweise einen Zusteller und unterstützten ihn bei seiner Arbeit direkt beim Kunden. Diese Maßnahme bot nicht zuletzt die Gelegenheit, die Anforderungen und Probleme an der Kundenschnittstelle näher kennenzulernen.

Individuelle Förderung durch gezielte Aus- und Weiterbildung

Zusätzlich zur Führungsakademie wurde 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.

Weiters wurden zahlreiche Standortbestimmungen und Potenzialanalysen quer über alle Divisionen durchgeführt. Insgesamt nahmen 443 Personen vorwiegend aus dem Filialnetz und Briefbereich teil.

Im September 2013 startete das Trainee-Programm zum Aufbau von Nachwuchskräften in der Österreichischen Post. Insgesamt 27 Trainees absolvieren ein einjähriges Programm mit dem Ziel das gesamte Unternehmen gründlich kennenzulernen und sich divisionsübergreifend zu vernetzen. Die Trainees werden unter anderem auch in der Zustellung, in einer Filiale sowie in einem Verteilzentrum tätig sein.

FACTS & FIGURES ZUM THEMA AUS- UND WEITERBILDUNG

	2011	2012	2013
Anzahl der Seminare	836	1.389	1.347
Anzahl der Teilnehmer	3.240	7.525	6.495
davon Frauen in %	31,7%	39,4%	32,6%
davon Männer in %	68,3%	60,6%	67,4%
Personenstunden	18.095	84.580	76.273
Durchschnittliche Personenstunden Frauen pro Jahr	0,8	4,2	3,3
Durchschnittliche Personenstunden Männer pro Jahr	0,9	3,9	3,9

Im Jahr 2013 wurden insgesamt 1.347 Seminare für Post-Mitarbeiter abgehalten. An diesen Veranstaltungen nahmen insgesamt mehr als 6.000 Mitarbeiter teil. Die Teilnehmer waren zu 67,4% Männer und zu 32,6% Frauen. Insgesamt wurden männliche Mitarbeiter durchschnittlich 3,9 Stunden pro Jahr und weibliche Mitarbeiterinnen 3,3 Stunden pro Jahr geschult (in diesen Kennzahlen sind interne Schulungen „on the job“ sowie Trainings zur Arbeitssicherheit und Gesundheit nicht inkludiert).

Schwerpunkt waren im Berichtsjahr wieder Schulungen für Führungskräfte. Insgesamt fanden 114 Veranstaltungen für diesen Mitarbeiterkreis statt, an welchen 693 Führungskräfte teilnahmen. Ein Großteil der Führungskräfte stammte aus den Bereichen Distribution, Filialnetz und der Paketlogistik. Insgesamt nahmen die Mitarbeiter der Österreichischen Post an 76.273 Seminarstunden teil.

Zudem wurden im Jahr 2013 899 Post Partner in insgesamt 16.198 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 eröffnet 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“.

Steigender Wettbewerb und die Öffnung des Briefmarktes im Jahr 2011 fordern von der Österreichischen Post laufend Effizienzsteigerungen und Anpassungen in der Personalstruktur. 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.

Die Plattform „Post-Arbeitsmarkt“ bereitet deshalb betroffene Mitarbeiter für neue Tätigkeiten innerhalb oder außerhalb des Unternehmens vor.

Im Vordergrund stand hier im Jahr 2013 die Kooperation mit der PDG, der Post Dienstleistungs

Gesellschaft mbH, die umfassende Services für die Österreichische Post anbietet, so etwa Reparaturen und Instandhaltungsarbeiten, die Durchführung diverser baulicher Maßnahmen, aber auch die Unterstützung bei administrativen Tätigkeiten. Bei diesen Dienstleistungen kommen, wenn möglich, auch Mitarbeiter des Post-Arbeitsmarktes zum Einsatz. So konnten rund 400 Post Partner bei der Umsetzung des Corporate Designs der Post unterstützt werden. Weiters wurden Mitarbeiter der PDG sowie des Post-Arbeitsmarktes im Auftrag des Bundesministeriums für Finanzen zur Entnahme von Bodenproben für die Bodenwertschätzung in ganz Österreich eingesetzt.

Erfolgsmodell: Wechsel von Post-Mitarbeitern zu Bundesministerien

Auch 2013 haben wieder Beamte der Österreichischen Post in das Bundesministerium für Inneres, in das Bundesministerium für Justiz oder in das Finanzministerium gewechselt. Diese bieten interessante berufliche Perspektiven und die Resonanz ist entsprechend positiv: Viele Bewerbungen und Besuche bei Infoveranstaltungen zeugen von großem Interesse. Bis Ende 2013 haben bereits knapp 400 Mitarbeiter bewiesen, dass ihre bei der Österreichischen Post erworbenen Kompetenzen in Bundesministerien sehr gefragt sind. Seit dem Jahr 2013 bietet auch das Bundesministerium für Bildung und Frauen berufliche Möglichkeiten für Post-Mitarbeiter. Die angebotenen Positionen decken dabei ein breites Spektrum an unterschiedlichen Tätigkeiten ab, von anspruchsvollen Expertenfunktionen im Ministerium bis hin zu unterstützenden Funktionen in Schulen.

Die vom Bundesministerium für Inneres neu geschaffene Behörde „Bundesamt für Fremdenwesen und Asyl“ (BFA), die Anfang 2014 mit Standorten in allen Bundesländern ihren Dienst aufgenommen hat, ist ebenfalls ein neues Einsatzgebiet für Post-Mitarbeiter. 18 Post-Mitarbeiter haben sich der neuen Herausforderung gestellt und das BFA verstärkt. Sie werden durch erfahrene Mitarbeiter aus dem Bundesasylamt und der Fremdenpolizei in ihre neue Tätigkeit eingeschult. Mit Abschluss der Ausbildung verfügen die neuen Mitarbeiter über grundlegende Kenntnisse aus dem Bereich des allgemeinen Verwaltungsverfahrens und des Asyl- und Fremdenrechts. In weiterer Folge werden sie direkt am Arbeitsplatz von Teamleitern unterstützt und weiter ausgebildet.

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 sich auf einer persönlichen Ebene zu begegnen und eine 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 die Vielfalt unter ihren Mitarbeitern 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

In der Österreichischen Post waren 2013 durchschnittlich 18.951 Mitarbeiter beschäftigt – rund ein Drittel (28,9%) davon Frauen. 2.829 von ihnen nutzen neben 559 Männern die individuellen Teilzeitmodelle, mit denen die Post die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert.

Zudem stammen die Mitarbeiter der Post aus insgesamt 88 verschiedenen Nationen, das heißt 1.302 Mitarbeiter besitzen keine österreichische Staatsbürgerschaft. Auch bei den Mitarbeitern in leitenden Positionen besitzen 11 Personen keine österreichische Staatsbürgerschaft.

Auch in Bezug auf Menschen mit Behinderung hat die Post in den vergangenen Jahren ihre Verantwortung über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus wahrgenommen. 1.196 Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen waren im Jahr 2013 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 im Geschäftsjahr 2013 drei der elf Aufsichtsratsmitglieder unter 50 Jahre alt und

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST			
	2011	2012	2013
Mitarbeiter (VZK)¹ gesamt	19.907	19.534	18.951
davon Frauen (VZK in %)	29,3%	29,3%	28,9%
davon Männer (VZK in %)	70,7%	70,7%	71,1%
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	17.785	17.724	17.178
davon Frauen (in %)	23,1%	23,7%	23,4%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.812	3.422	3.388
davon Frauen (in %)	83,3%	85,4%	83,5%
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.187	1.201	1.196
Mitarbeiter (VZK) nach Altersklassen			
unter 30 Jahre	1.600	1.735	1.837
30–50 Jahre	13.210	12.218	11.131
über 50 Jahre	5.098	5.581	5.982
Mitarbeiter in leitenden Positionen²			
Mitarbeiter in leitenden Positionen absolut	147	159	153
davon Frauen	34	38	39
davon Männer	113	121	114
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	2	2	1
30–50 Jahre	109	113	117
über 50 Jahre	36	44	35
Mitarbeiter in leitenden Positionen in Prozent	0,7%	0,8%	0,8%
davon Frauen	23,3%	24,1%	25,2%
davon Männer	76,7%	75,9%	74,8%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahre	1,3%	1,0%	0,8%
30–50 Jahre	74,5%	71,1%	76,0%
über 50 Jahre	24,2%	27,9%	23,1%

¹ VZK = Vollzeitkräfte

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

zwei Mitglieder nichtösterreichischer Nationalität waren. Mit Frau Dr. Edith Hlawati (Stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende) und Frau Elisabeth Stadler befinden sich zwei Frauen unter den Mitgliedern des Aufsichtsrates.

Gelebte Vielfalt

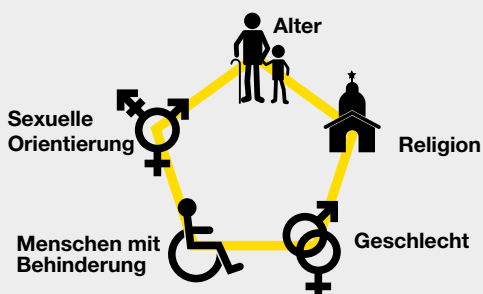
Die Österreichische Post legt größten Wert auf Diversität im Unternehmen. Denn Wertschätzung und Förderung von Vielfalt wirken sich positiv auf die Unternehmenskultur aus und tragen zum wirtschaftlichen Erfolg bei. Vielfalt innerhalb der Beleg-

schaft bedeutet unterschiedliche Ansichten, diese führen zu neuen Ideen und fördern kreatives Denken über den Tellerrand hinaus. Vielfalt kann zudem zu effektiverer Entscheidungsfindung und Problemlösung beitragen.

Charta der Vielfalt

Die Österreichische Post hat 2013 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und sich damit dazu verpflichtet, zu mehr Toleranz, Fairness und Wertschätzung beizutragen.

FÜNF KERNDIMENSIONEN DES DIVERSITY MANAGERMENTS



Diversity schafft neue Kunden.

Diversity unterstützt die Talentgewinnung.

Diversity fördert Innovationsfähigkeit und Kreativität.

Diversity hilft bei der Erschließung internationaler Märkte.

Diversity bindet Mitarbeiter langfristig und steigert die Effizienz.

Diversity verbessert das Image der Post.

Zertifikat familienfreundliches Unternehmen

Dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie der Österreichischen Post sehr am Herzen liegt, wurde im Jahr 2013 auch offiziell bestätigt, indem die Post das Grundzertifikat „beruf&familie“ des Wirtschaftsministeriums entgegennehmen konnte. Mit der Teilnahme am Audit „beruf&familie“ möchte die Post auf bereits vorhandene familienfreundliche Angebote aufmerksam machen und diese auch künftig kontinuierlich ausbauen, verbessern und bedarfsgerecht anpassen.

Das Audit entwickelt das Familienbewusstsein in allen relevanten Aspekten eines Unternehmens kontinuierlich weiter. Studien belegen, dass ein familienfreundliches Arbeitsumfeld bei den Beschäftigten zu einer gesteigerten Motivation, Loyalität und Einsatzbereitschaft führt. Zunächst wurden Maßnahmen für die Unternehmenszentrale und die Overhead-Funktionen der regionalen Außenstellen gesetzt, da die Struktur innerhalb der Post sehr vielschichtig ist. Es gibt Mitarbeiter, die in Schicht- und Wechseldiensten arbeiten, ein Teil steht am Schalter, wieder andere haben überhaupt keinen PC-Arbeitsplatz. Die Teamgröße variiert sehr stark, und auch die örtlichen Gegebenheiten sind nicht überall gleich. Deshalb war es am Anfang des Audits wichtig, sich auf einen Teilbereich der Post zu konzentrieren, denn je gleichartiger die Ausgangsvoraussetzungen

sind, umso gezielter können Maßnahmen für diesen Bereich gesetzt werden. Nach der erfolgreichen Implementierung von Maßnahmen werden schrittweise auch andere Unternehmensbereiche mit in das Audit aufgenommen.

Business Cross Mentoring

Die Österreichische Post verfügt bereits über einen hohen Anteil an Frauen in leitenden Positionen. Im Jahr 2013 lag der Frauenanteil in diesem Bereich bei 25,2%. Im Rahmen eines speziellen Karriereprogramms werden weibliche „High Potentials“ gefördert. Im Jänner 2013 wurde das zweite Business Cross Mentoring Programm der Post gestartet. Insgesamt 32 Mitarbeiterinnen nehmen an diesem Frauenförderungsprogramm teil. Ziel ist es einerseits, die Chancengleichheit für erfolgsorientierte Frauen weiter zu fördern, sowie andererseits den Austausch zwischen den Mitarbeiterinnen und ihren persönlichen Mentoren zu stärken.

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, unlaute Geschäftspraktiken, Korruption und Bestechung werden entschieden abgelehnt. Die Österreichische Post erwartet die Einhaltung dieser Werte auch von ihren Geschäftspartnern.

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 Lieferantencheck 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 2013 gab es keine Gleichbehandlungsfälle, die an die Bundes-Gleichbehandlungskommission weitergeleitet wurden.



SOZIALE LEISTUNGSINDIKATOREN

GESELLSCHAFT

Als Universalanbieter für Postdienstleistungsträgt die Österreichische Post hohe gesellschaftliche Verantwortung. Denn durch die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit Postdienstleistungen 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.

Die Österreichische Post leistet aber auch durch die Unterstützung einer Reihe von Sozialprojekten ihren Beitrag zu gesellschaftlichen Anliegen. Das Unternehmen ist dabei bestrebt, vor allem seine eigene Kernkompetenz, nämlich die flächendeckende Zustellung von Sendungen und sein österreichweites Vertriebsnetz, in diese Kooperationen einzubringen.

Gesellschaftliche bzw. soziale Ziele

- Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung
- Stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung des Kundennutzens
- Förderung geschäftsnahe, gesellschaftsrelevanter Projekte und Aktivitäten



Zielerreichungsgrad 2013

In der Berichtsperiode konnte das Ziel der Forcierung von Self-Service-Lösungen vollständig erfüllt werden. Ein Ziel war es, bis 2013 160 Post-Filialen mit Selbstbedienungszonen auszustatten, tatsächlich wurden bereits in 180 Filialen SB-Zonen eingerichtet. Das Ziel der Installation von rund 2.000 Post Empfangsboxen wurde weit übererfüllt. Ende 2013 gab es bereits 5.000 Post Empfangsboxen um ein optimales Service im Paketbereich bieten zu können.

Das Ziel der Umsetzung einer neuen Kooperation zur Förderung der Lese- und Schreibkultur im Jahr 2013 wurde durch eine Kooperation mit Bibliotheken erreicht. Unter dem Titel „Österreich liest – Treffpunkt Bibliothek“ werden österreichweit Bilderbuchkinos für Kinder im Kindergartenalter in Bibliotheken veranstaltet.

Beim Ausbau des Geschäftsstellennetzes wurde der Bedarf erreicht. Ende 2013 verfügte die Post über 1.894 Geschäftsstellen und hat sich nun die Stabilisierung der Anzahl der Geschäftsstellen auf diesem hohen Niveau zum Ziel gesetzt. Auch beim Ausbau der gemeinsam mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. betriebenen Filialen wurde mit 476 gemeinsamen Filialen per Ende 2013 der Bedarf erreicht. Neues Ziel ist die bedarfsorientierte Anpassung der gemeinsamen Post und BAWAG P.S.K. Filialen.

Als neue Ziele für 2014 hat sich die Post die Ausweitung der SB-Zonen auf 250 Filialen, sowie der Post Empfangsboxen auf 8.000 Stück gesetzt. Weiters soll die Installation von 100 Abholstationen bis Ende 2014 den Kundenkomfort weiter erhöhen. Beim Thema Datensicherheit hat sich die Post die Einführung eines Mobile-Device-Management-Systems zur Verschlüsselung mobiler Endgeräte zum Ziel gesetzt.

Weitere Details zu Nachhaltigkeitszielen und deren Zielerreichungsgrad finden Sie auch in der Zielmatrix auf Seite 72-73.



ASPEKT: GEMEINWESEN

SO1

Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen

Durch die zuverlässige Versorgung des gesamten Bundesgebiets mit Postdienstleistungen ist die Österreichische Post entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes aufrechterhalten und zukunftsorientiert weiterentwickelt wird. Nur die Österreichische Post bringt tagtäglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich und sichert dadurch die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen. Und das in ausgezeichneter Qualität: Unabhängige Qualitätsmessungen ergeben, dass 95,5% aller Briefe bereits am ersten Werktag nach ihrer Aufgabe zugestellt werden – gesetzlich vorgeschrieben sind 95%.

Neben sieben modernen Logistikzentren und 265 Zustellbasen betreibt die Post dafür landesweit ein flächendeckendes Geschäftsstellennetz, das Ende 2013 1.894 Standorte umfasste. Da die Rahmenbedingungen für das Postgeschäft großen Veränderungen unterworfen sind, muss die Österreichische Post ihre Services und ihre Infrastruktur laufend kundentorientiert anpassen. Im Vordergrund dieser Bemühungen steht die Ausweitung des sehr erfolgreichen Post Partner-Konzepts. Insgesamt 1.359 Post Partner

– Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen, Trafiken oder Gemeindeämter – sorgen per Ende 2013 für die optimale regionale Erreichbarkeit der Post. Die Vorteile des Post Partner-Konzepts liegen auf der Hand, 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.

Vertieft wurde 2013 auch die Kooperation zwischen Post und BAWAG P.S.K.. Ende 2013 wurden bereits 476 Filialen gemeinsam geführt. Sie bieten unter einem Dach Post- und Bankdienstleistungen, Handelswaren und Kommunikationsprodukte. Die strategischen Vorteile dieses Konzepts und die kombinierte Nutzung der jeweiligen Stärken von Post und BAWAG P.S.K. erweisen sich durchwegs als erfolgreich und führen zu umfangreichen Synergien. Auch die Kunden nehmen den gemeinsamen Auftritt – ebenso wie das Post Partner-Konzept – sehr gut auf.

Als besonders erfolgreich hat sich auch die Kooperation mit Post Partnern im Sozialbereich erwiesen. So betreibt das soziale Unternehmen „Die Laube“ in Salzburg mittlerweile sieben Post Partner-Geschäftsstellen. Die Laube fängt psychisch beeinträchtigte Menschen, die aufgrund ihrer Erkrankung aus dem Arbeitsprozess gefallen sind, auf. Über Einrichtungen in Salzburg und Wien bietet sie ihnen Beschäftigung und trägt dazu bei, sie wieder in den Arbeitsmarkt zu integrieren.

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 2013 ihr Compliance Management System organisatorisch ausgebaut sowie den kommunikativen Ansatz ihrer Compliance-Agenden verstärkt und professionalisiert.

Aufgrund des großen Erfolgs des 1. International Compliance Day im Jahr 2012 fand 2013 eine weitere solche Veranstaltung statt, die einmal mehr auf großes Interesse der Mitarbeiter stieß. Unter den Teilnehmern fanden sich neben Vorstandsmitglied Peter Umundum und den regionalen Compliance-Beauftragten auch Mitglieder des Compliance Committees und Mitarbeiter, die für die Koordination der Tochtergesellschaften (v. a. im CEE/SEE-Raum) verantwortlich sind. Externer Input kam von renommierten Referenten der International Anti-Corruption Academy (IACA), der Universität Lausanne und internationaler Unternehmen.

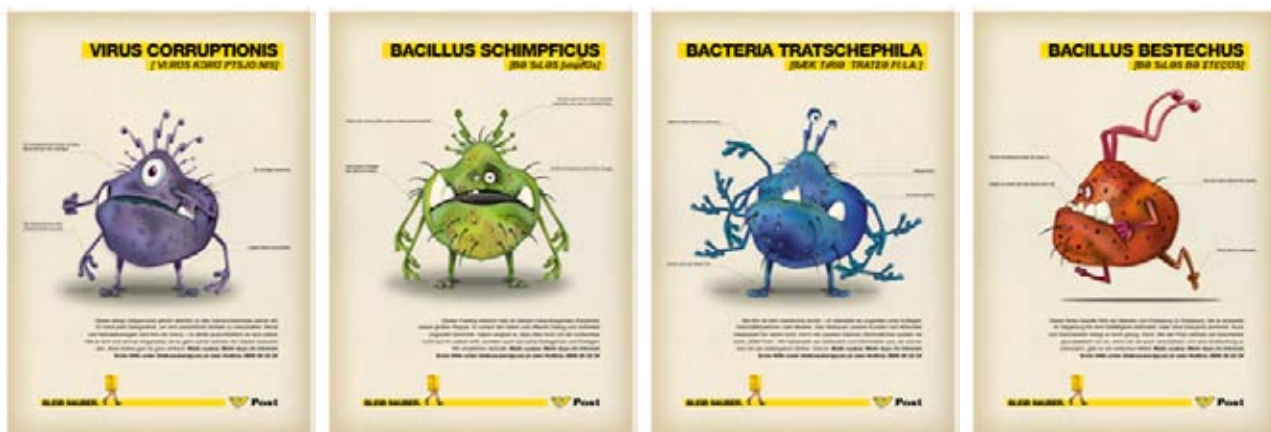
Zur Stärkung des Compliance-Bewusstseins im Unternehmen hat die Österreichische Post bereits im Jahr 2012 überdies Kommunikationskampagnen konzipiert, die auf humorvolle Art auf die wichtigsten Themen hinweisen, die auch im Verhaltens- und Ethikkodex angesprochen werden, wie beispielsweise Korruption, Bestechung, Geheimnisverrat und nicht wertschätzendes Verhalten. Die Kampagnen

wurden den Mitarbeitern anhand speziell gestalteter Plakate und Folder näher gebracht und begleitet von verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen inklusive Vorstandsmittelungen („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 finden Mitarbeiter der Post Infos zum Thema Geschenke, Einladungen und sonstige Vorteile kompakt zusammengefasst in einem Folder. Abgerundet wurden die umfangreichen Kommunikationsmaterialien durch spezielle Give-Aways, die das Thema Compliance mit einem kleinen Schmunzeln aufgreifen – womit die Botschaften noch stärker in Erinnerung bleiben. So gab es neben Compliance-Erste-Hilfe-Sets eigene Regen-Ponchos unter dem Motto „Compliance won't leave you out in the rain“ und als weiteres Element die Kontaktdaten des Compliance Helpdesk, an den sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für weiterführende Informationen oder bei Fragen wenden können.

SO2 Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken

Über das Risikomanagementsystem sowie über die jährliche Compliance Risikoanalyse der Österreichischen Post werden gegebenenfalls auch potenzielle Korruptionsrisiken erfasst. Im Jahr 2013 wurden über das Risikomanagementsystem keine Korruptionsrisiken für Österreich gemeldet. Die Ergebnisse der Compliance-Risikoanalyse (sowie der Prüfung durch PwC) fließen in das Compliance-Programm für das Jahr 2014 ein.



Keine Chance den Korruptions-Bazillen: Die Post hat eine umfassende Aufklärungskampagne zum Thema Compliance ausgerollt.



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. Darüber hinaus wurde ein E-Learning Tool entwickelt und konzernweit ausgerollt.

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 2013 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 2013 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 Postdienstleistungen – 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

S07

Klagen aufgrund

wettbewerbswidrigen Verhaltens

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

ASPEKT: EINHALTUNG DER GESETZE

S08

Sanktionen und Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen

Im Berichtsjahr gab es keine Bußgelder und nicht-monetäre 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.

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. Der durchschnittliche CSI im Jahr 2013 liegt mit einem Wert von 67 im guten Bereich und zwei Indexpunkte über dem Vorjahr. Über die vier Quartale gesehen schwankt der Index nur geringfügig zwischen 65 und 68. Im 4. Quartal 2013 wurde sogar der höchste bisher gemessene Wert erzielt, wobei besonders junge Menschen zu den zufriedensten Kunden zählen.

Sehr gute Bewertungen erhalten die Post-Geschäftsstellen sowie die Zustellung. Speziell die Zufriedenheit mit der Zustellung hat sich im vierten Quartal des Jahres 2013 abermals erhöht und liegt im Briefbereich bei 76 Indexpunkten (+5 im Vergleich zum Vorjahr) und im Paketbereich bei 77 Indexpunkten (+4 im Vergleich zum Vorjahr).

Auch die Sicht auf die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens im Bereich Umwelt sowie in Bezug auf die Verantwortung der Post gegenüber der Gesellschaft und ihrer Mitarbeiter wird in der Kundenzufriedenheitsmessung berücksichtigt. Das Ergebnis im letzten Quartal 2013 zeigt, dass sowohl die Aktivitäten im Umwelt- als auch im Gesellschaftsbereich positiv wahrgenommen werden.



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 Postdienstleistungen – 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.

ZIELE- UND THEMENMATRIX 2013

Leitbild	Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt		Wir handeln zukunftsorientiert	
CSR-Themen-schwerpunkte	GESELLSCHAFT		UMWELT	
Hauptziele	1. Ausweitung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung 2. Stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung des Kundennutzens 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	
Sub-Ziele	Zielerreichungsgrad 2013		Zielerreichungsgrad 2013	
	Ausbau des Geschäftsstellennetzes auf 2.000 Standorte bis 2013	1.894	CO ₂ -neutrale Zustellung ab 2011	✓
	Ausbau der gemeinsam mit BAWAG P.S.K. betriebenen Filialen auf 500 Standorte bis 2013	476	CO ₂ -Reduktion um 20% von 2010-2015	-17,4%
	Ausstattung von 160 Filialen mit SB-Zonen bis 2013	180	Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis 2016	653
	Installation von über 2.000 Post Empfangsboxen bis 2013	5.000	"Grünes Wien": Zustellung aller Briefe/Werbeseudungen an Privatkunden in Wien zu Fuß bzw. durch E-Fahrzeuge bis 2016	5 Bezirke
	Konzipierung und Umsetzung einer neuen Kooperation zur Förderung der Lese- und Schreibkultur bis 2013	✓	Nominierung eines unternehmensweiten Abfallmanagers bis 2013	✓
Neue Sub-Ziele 2014	Bedarf an Post-Geschäftsstellen erreicht. Stabilisierung der Anzahl der Geschäftsstellen auf hohem Niveau.		Weiterführung der Initiative CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT	
	Bedarfsorientierte Anpassung des Post Partner Konzeptes.		„Grünes Wien“: Umstellung von weiteren 3 Bezirken bis Ende 2014	
	Bedarfsorientierte Anpassung der gemeinsamen Post und BAWAG P.S.K. Filialen.		Optimierung Abfallmanagement: Schaffung einer konsistenten Datenbasis bis Ende 2014	
	Ausweitung der SB-Zonen auf 250 Filialen bis Ende 2014			
	Ausweitung der Post Empfangsboxen auf 8.000 Stück bis Ende 2014			
	Installation von 100 Abholstationen bis Ende 2014			
	Datensicherheit: Einführung eines Mobile-Device-Management Systems zur Verschlüsselung mobiler Endgeräte			

- Zielperiode abgeschlossen, Ziel wurde planmäßig erreicht.
- Zielperiode abgeschlossen, Zielsetzung bedarfsorientiert geändert.
- Zielperiode abgeschlossen, Ziel wurde nicht erreicht.
- Zielperiode läuft, Zielerreichungsgrad ist angeführt.

Wir handeln zukunftsorientiert		Wir alle sind die Post		Leitbild
ÖKONOMIE		MITARBEITER		CSR-Themen- schwerpunkte
1. Mittelfristiges Umsatzwachstum sowie solide Profitabilität 2. Generierung von Wertschöpfung für alle Stakeholder 3. Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung gemäß den Eigentümererwartungen		1. Förderung der Unternehmens- und Führungskultur 2. Schaffung individueller Zukunftsperspektiven 3. Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz		Hauptziele
Zielerreichungsgrad 2013		Zielerreichungsgrad 2013		Sub-Ziele
Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1-2% pro Jahr ¹⁾	✓	Teilnahme von über 300 Führungskräften an der Führungsakademie bis 2013	693	
EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10-12% ¹⁾	✓	Start des Audits "beruf&familie" in 2013	✓	
Attraktive Dividendenpolitik mit Ausschüttung von mindestens 75% des Nettoergebnisses ¹⁾	✓	Ausweitung des Programms "Post Mitarbeiter zum Bund" auf weitere Ministerien bzw. auf Länder bis 2013	✓	
Stabile bis leicht positive Umsatzentwicklung im Jahr 2013	✓	Durchführung einer unternehmensweiten Mitarbeiterbefragung in 2013	✓	
Weitere Ergebnisverbesserung (EBIT) im Jahr 2013	✓	Roll-out eines Compliance-E-Learning Tools bis 2013	✓	
Ausbau des Marktanteils im B2B-Paketgeschäft auf über 20% bis 2013	25%			
Mittelfristiges Umsatzwachstum von 1-2% pro Jahr ¹⁾		Ausweitung der Führungsakademie auf 3.000 Personentage bis Ende 2014		Neue Sub-Ziele 2014
EBITDA-Marge in der Zielbandbreite von 10-12% ¹⁾		Teilnahme von 250 Führungskräften am Programm "Ein Tag beim Kunden" bis Ende 2014		
Stabile Umsatzentwicklung in 2014		Audit "beruf&familie": -) 4 Führungskräfte-Newsletter bis Ende 2014 -) Einbindung von karezierten Mitarbeitern in das interne Informationsnetz bis Ende 2014 -) 1 Netzwerkveranstaltung bis Ende 2014		
Verbesserung EBIT in 2014		Integration des Themas "Nachhaltigkeit" beim Welcome-Day bis Ende 2014		
		Fortführung des Programms "Postler zum Bund"		
		Mindestens 50 Teilnehmer bei Fahrsicherheits- trainings zur Schadens- und Unfallreduzierung		
		Weitere Sensibilisierung des Managements für das Thema CSR		

¹⁾ Rollierende Ziele, gelten auch für die Folgejahre.

GRI-CONTENT-INDEX

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Deklaration zum Profil					
1. Strategie und Analyse					
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation		Seite 4	Unterstützungserklärung	
1.2	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen		Seite 6		
2. Organisationsprofil					
2.1	Name der Organisation		Seite 17		
2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen		Seite 17		
2.3	Organisationsstruktur		Seite 17		
2.4	Hauptsitz der Organisation		Seite 17		
2.5	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist		Seite 18		
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform		Seite 19		
2.7	Märkte, die bedient werden		Seite 19		
2.8	Größe der berichtenden Organisation		Seite 17		
2.9	Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse				Im Berichtszeitraum gab es keine wesentlichen derartigen Veränderungen.
2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise		Seite 20		
3. Berichtsparameter					
3.1	Berichtszeitraum für die Informationsbereitstellung		Seite 21		
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts		Seite 21		
3.3	Berichtszyklus		Seite 21		
3.4	Anlaufstelle bei Fragen bezüglich des Berichts und dessen Inhalt		Seite 87		
3.5	Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte		Seite 21		
3.6	Berichtsgrenzen		Seite 21		
3.7	Beschränkungen des Umfangs oder der Grenzen des Berichts		Seite 21		
3.8	Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures, Tochterunternehmen usw.		Seite 21		
3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für Daten		Seite 22		
3.10	Neue Darstellung von Informationen		Seite 21		
3.11	Wesentliche Änderungen in der Berichterstattung		Seite 21		
3.12	GRI Content Index		Seite 74		
3.13	Externe Überprüfung und Bestätigung		Seite 84		

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement					
4.1	Corporate Governance und Führungsstruktur		Seite 23	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
4.2	Unabhängigkeit des höchsten Leitungsorgans		Seite 24		
4.3	Struktur der Leitungsorgane in Organisationen ohne Aufsichtsrat		Seite 24		
4.4	Mitsprachemöglichkeit von Mitarbeitern und Anteilseignern		Seite 24		
4.5	Zusammenhang zwischen Vergütung leitender Organe und Leistung der Organisation		Seite 24		
4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten		Seite 25		
4.7	Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Soziales		Seite 25		
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes, Prinzipien der Nachhaltigkeit		Seite 25		
4.9	Verfahren zur Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung		Seite 28		
4.10	Leistungsbeurteilung des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeit		Seite 28		
4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips		Seite 28	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 7	
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen		Seite 28	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1–10	
4.13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessenvertretungen		Seite 28		
4.14	Liste der von der Organisation einbezogenen Stakeholder-Gruppen		Seite 29	Übermittlung des Fortschrittsberichts an die Stakeholder des Unternehmens	
4.15	Grundlage für die Auswahl der einbezogenen Stakeholder		Seite 29		
4.16	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern		Seite 29		
4.17	Zentrale Themen der Stakeholder		Seite 30		
Angaben zu den Managementansätzen					
DMA EC	Angaben zum Managementansatz Wirtschaft		Seite 35	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 4, 6 und 7	
DMA EN	Angaben zum Managementansatz Umwelt		Seite 39	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	
DMA LA	Angaben zum Managementansatz Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung		Seite 50	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 3 und 6	

 vollständig berichtet
 teilweise berichtet

n.a. nicht anwendbar
 EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)
 EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

GRI-CONTENT-INDEX

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
DMA HR	Angaben zum Managementansatz Menschenrechte		Seite 62	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1, 2, 3, 4, 5 und 6	
DMA SO	Angaben zum Managementansatz Gesellschaft		Seite 64	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
DMA PR	Angaben zum Managementansatz Produktverantwortung		Seite 69	Maßnahmen zur Umsetzung der Prinzipien 1 und 8	
Ökonomische Leistungsindikatoren					
EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		Seite 36		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 15		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.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
EC6	Geschäftspolitik und -praktiken gegenüber lokalen Zulieferern		Seite 38		
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 65		Siehe Indikator SO1.
EC9	<i>Verständnis und Beschreibung indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen</i>		Seite 38		
Ökologische Leistungsindikatoren					
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen		Seite 40	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz		Seite 40	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 8 und 9	
EN3	Direkter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 41	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN4	Indirekter Energieverbrauch, aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen		Seite 41	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN5	<i>Eingesparte Energie durch umweltbewussten Einsatz und Effizienzsteigerungen</i>		Seite 41	<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>	n.a.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
EN7	<i>Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs und erzielte Einsparungen.</i>	n.a.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
EN8	Gesamtwasserentnahme aufgeteilt nach Quellen	n.a.			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>	n.a.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
EN10	<i>Anteil in Prozent und Gesamtvolumen an rückgewonnenem und wiederverwendetem Wasser.</i>	n.a.			<i>Nicht wesentlicher Zusatzindikator.</i>
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 45		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.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
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.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
EN16	Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 46	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	

 vollständig berichtet
 teilweise berichtet

n.a. nicht anwendbar
EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)
EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

GRI-CONTENT-INDEX

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Ökologische Leistungsindikatoren					
EN17	Sonstige relevante Treibhausgasemissionen nach Gewicht		Seite 46	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	
EN18	<i>Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse</i>		Seite 46	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 7, 8 und 9	Analog zu EN5 wurden die wichtigsten Initiativen und Maßnahmen zur Reduktion der Treibhausgase berichtet. Die dadurch eingesparte Menge an CO ₂ konnte nicht den einzelnen Aktivitäten zugeordnet werden.
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	NO _x , SO _x 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 48	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 eingestuftes Abfalls</i>		Seite 48	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.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen		Seite 48	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 49	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
EN29	Wesentliche Umweltauswirkungen durch Transport		Seite 49	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8	Transporte stellen die Kern-dienstleistung der Österreichischen Post dar. Daher sind die wesentlichen transportbedingten Umweltauswirkungen bereits in den Leistungsindikatoren EN3, EN4, EN5, EN7, EN16, EN18 und EN26 dargestellt.

Soziale Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

LA1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region		Seite 51		Regionsspezifische Erhebung nicht wesentlich, da Mitarbeiter des Unternehmens ausschließlich in Österreich beschäftigt sind.
LA2	Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region		Seite 52	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 6	
LA3	Betriebliche Leistungen, differenziert nach Anstellungsverhältnis		Seite 52		
LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		Seite 54	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 54		
LA6	Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in Arbeitsschutzausschüssen vertreten wird, die die Arbeitsschutzprogramme überwachen und darüber beraten		Seite 55		
LA7	Arbeitsbedingte Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage, Abwesenheit und Todesfälle		Seite 55	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	Diese Kennzahlen werden von externen Frachtunternehmen nicht erhoben.
LA8	Maßnahmen zur Vorsorge in Bezug auf schwere Krankheiten		Seite 55	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 1	
LA9	Arbeitsschutzthemen, die in Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden		Seite 56		
LA10	Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter und Mitarbeiterkategorie		Seite 57		
LA11	Programme, die die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter fördern und ihnen im Umgang mit dem Berufsausstieg helfen		Seite 58		
LA12	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten		Seite 59		Aufzeichnungen über die Durchführung von Mitarbeitergesprächen werden nicht zentral erfasst.
LA13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe		Seite 59	Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1 und 6	
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht		Seite 61		

 vollständig berichtet
 teilweise berichtet

n.a. nicht anwendbar
 EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)
 EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

GRI-CONTENT-INDEX

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 62	Maßnahmen zur und Ergebnisse der Umsetzung der Prinzipien 1–6	Der Roll-out eines Verhaltenskodex für Lieferanten fand Anfang 2012 statt (für 2013 noch keine konkreten Daten verfügbar).
HR3	<i>Mitarbeiterschulungen in Bezug auf Menschenrechte</i>		Seite 62		
HR4	Gesamtzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen		Seite 63		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.
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.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator, da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation auf Österreich bezieht.
HR9	<i>Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Rechte der Ureinwohner verletzt wurden und ergriffene Maßnahmen.</i>	n.a.			Nicht anwendbarer Zusatzindikator, da sich die Geschäftstätigkeit der berichtenden Organisation auf Österreich bezieht.
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.
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft					
SO1	Programme zur Bewertung der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Gemeinwesen und Gesellschaft		Seite 65		
SO2	Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken		Seite 66	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 10	

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Gesellschaft					
SO3	Mitarbeiterschulungen zur Vermeidung von Korruption		Seite 67	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 10	Konkrete Zahlen sind derzeit nicht verfügbar.
SO4	Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen		Seite 67	Maßnahmen zur Umsetzung des Prinzips 10	
SO5	Politische Positionen, Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying		Seite 67	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 68		
SO8	Sanktionen und Geldbußen aufgrund von Rechtsverstößen		Seite 68		
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.
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.			Nicht wesentlicher Zusatzindikator.
PR3	Produkte und Dienstleistungen, die gesetzlichen Informationspflichten unterliegen		Seite 69	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 69	<i>Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 8</i>	

 vollständig berichtet
 teilweise berichtet

n.a. nicht anwendbar
 EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)
 EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

GRI-CONTENT-INDEX

GRI-Code	Indikator	Status	Verweis	UNGC	Erläuterungen/Begründung
Soziale Leistungsindikatoren: Produktverantwortung					
PR5	Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit		Seite 69		
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung		Seite 70		Es existieren noch keine internen Richtlinien zur Befolgung von Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung.
PR7	Vorfälle gegen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung		Seite 70		
PR8	Gesamtzahl berechtigter Beschwerden wegen Verletzung des Schutzes von Kundendaten		Seite 70	Ergebnisse der Umsetzung des Prinzips 1	
PR9	Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen		Seite 70		

 vollständig berichtet
 teilweise berichtet

n.a. nicht anwendbar
 EC1 Kernindikatoren (in normaler Schrift)
 EC9 Zusatzindikatoren (in kursiver Schrift)

Der GRI-Nachhaltigkeitsbericht 2013 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 Österreichischen Post Aktiengesellschaft

Unabhängiger Bestätigungsbericht

Unabhängige Prüfung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts 2013 der Österreichischen Post Aktiengesellschaft

Auftragsgegenstand

Wir wurden von der Österreichischen Post Aktiengesellschaft mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend „Prüfung“) des vorliegenden „Nachhaltigkeitsbericht 2013 nach GRI“ (nachfolgend „Bericht“) beauftragt.

Die Prüfung umfasste den Nachhaltigkeitsbericht nach der GRI G3.1.

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 jener 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 Österreichischen Post Aktiengesellschaft und etwaigen 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 und Aussagen, sowie Informationen aus dem Corporate Governance Bericht 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 2013 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“):

- ▶ GRI-Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung G3.1², Anwendungsebene A+

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

Verantwortung des Managements

Das Management der Österreichischen Post Aktiengesellschaft ist für die Erstellung des Berichts, sowie 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 der Berichterstattung 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 Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen im Bericht zu beurteilen

² <https://www.globalreporting.org/reporting/G3andG3-1/g3-guidelines/Pages/default.aspx>

³ International Federation of Accountants' International Standard for Assurance Engagements Other than Audits or reviews of Historical Financial Information (ISAE3000) effective for assurance statements dated after January 1, 2005

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

und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;

- ▶ 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;
- ▶ Evaluierung der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbeziehung von branchenspezifischen Megatrends, sowie Aspekten von GRI;

- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen im Bericht auf Basis der GRI-G3-Berichtsprinzipien und
- ▶ Beurteilung, ob für die Anwendungsebene A+ die GRI-G3-Richtlinien konform angewendet wurden.

Unsere Bestätigung

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

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

Wien, 15. September 2014

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h.

Georg Rogl e.h.



KONTAKT UND IMPRESSUM

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

Organisation/Koordination und Kontakt für Rückfragen
Mag. (FH) Julia Kollouch, Österreichische Post AG
Nachhaltigkeit (CSR)
Tel.: +43 (0)577 67-21860
E-Mail: julia.kollouch@post.at

DI Daniel-Sebastian Mühlbach, Österreichische Post AG
Nachhaltigkeit (CSR)
Tel.: +43 (0)577 67-24689
E-Mail: daniel-sebastian.muehlbach@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 Rechen-differenzen 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: 15. September 2014

