



NACHHALTIG BEWEGT

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2015



INHALT

4–9

AUF EINEN BLICK

- 04 Vorwort
- 06 Was tut die Post?
- 08 Highlights

10–39

STRATEGISCHER ANSATZ

- 12 Kernstrategie
- 14 Nachhaltigkeitsstrategie
- 16 Beschaffungsstrategie
- 22 Führungsstrategie
- 26 Compliance-Strategie
- 34 Stakeholderstrategie

40–49

WIRTSCHAFT

- 42 Wirtschaftlicher Erfolg in einem diffizilen Umfeld
- 44 Im Wandel nachhaltig Werte schaffen
- 48 Key Facts Wirtschaft

50–63

UMWELT

- 52 Ökologischen Fußabdruck verkleinern
- 54 Umweltaspekte jederzeit mitdenken
- 62 Key Facts Umwelt

64–81

MITARBEITER

- 66 Navigieren im Wandel
- 68 Eine Mannschaft, die fit für die Zukunft ist
- 80 Key Facts Mitarbeiter

82–95

GESELLSCHAFT

- 84 Vernetzt und verantwortlich handeln
- 86 Stets ein verlässlicher Partner
- 94 Key Facts Gesellschaft

96–128

FACTS & FIGURES

- 98 Die Österreichische Post im Überblick
- 104 Chancen & Risiken
- 112 Ziele- und Themenmatrix
- 114 Wesentliche Aspekte
- 119 GRI Content Index
- 124 Berichtsprinzipien
- 126 Unabhängiger Bestätigungsbericht
- 128 Kontakt & Impressum

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 grundsätzlich in diesen Bericht nicht miteinbezogen. Bezieht sich eine Aussage des Berichts jedoch auch auf eine Tochtergesellschaft bzw. auf den gesamten Konzern (inkl. aller Tochtergesellschaften), wird dies im Text dezidiert angeführt.

Personenbezogene Formulierungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.



64 MITARBEITER



50 UMWELT



40 WIRTSCHAFT



82 GESELLSCHAFT

LIEBE STAKEHOLDER



DI Dr. Georg Pölzl

G4-1

Als Postdienstleistungsunternehmen bewegen wir uns in einem sich ständig verändernden Umfeld. Seit einigen Jahren ist der gesamte Post- und Logistikmarkt auf globaler Ebene einem Strukturwandel unterworfen: Der Briefmarkt schrumpft, der Paketmarkt wächst. Der klassische Brief und die Postkarte vom Sommerurlaub werden durch digitale Medien wie E-Mail oder Apps am Smartphone ersetzt. Dafür bringt die Post immer häufiger ein Paket mit der Bestellung vom Online-Versandhaus. Durch diese weltweiten Trends in der Post- und Logistikbranche ergeben sich gleichermaßen Chancen und Herausforderungen: Der Wettbewerb verschärft sich, Handelsströme werden internationaler, Nachhaltigkeitsaspekte rücken stärker in den Vordergrund.

Um für unsere Kunden weiterhin die Nummer 1 im Lande zu bleiben, stellen wir uns den Herausforderungen. Kundenorientierung und Versorgungssicherheit in ganz Österreich haben in unserer Geschäftsausrichtung die oberste Priorität. Inzwischen liefern wir auch an Samstagen Pakete

aus, und mit unseren Post-Empfangsboxen können wir den Kunden Pakete direkt in ihrem Wohnhaus hinterlegen. In unseren Selbstbedienungszonen können unsere Kunden auch außerhalb der Öffnungszeiten Briefe und Pakete versenden.

Mit Innovation und dem Einsatz neuer Technologien zählen wir zu den modernsten und erfolgreichsten Postgesellschaften weltweit. Die nachhaltige Ausrichtung unseres Geschäftsmodells spielt hierfür eine zentrale Rolle. Nachhaltigkeit betrifft in unserem täglichen Geschäft vier Bereiche: Mitarbeiter, Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft. Nachhaltigkeit betrifft also nicht nur Umweltaspekte wie Ressourcenknappheit und Klimawandel, sondern auch die Förderung unserer Mitarbeiter und soziales Engagement.

Als bedeutendes österreichweites Unternehmen tragen wir hohe gesellschaftliche Verantwortung. Wir versorgen alle Österreicher zuverlässig und flächendeckend mit Postdienstleistungen und orientieren uns dabei mit einer Vielzahl an Services an den Wünschen unserer Kunden.

Mit unseren rund 18.000 Mitarbeitern zählen wir zudem zu einem der größten Arbeitgeber im Lande und sind um ein wertorientiertes Miteinander bemüht. Verstärkte Wertschätzung, Motivation und Weiterbildung der Mitarbeiter sind Schwerpunkte in unserer Personalentwicklung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsförderung ist uns ein großes Anliegen.

Darüber hinaus übernehmen wir ökologische Verantwortung für unser Handeln. Klare Ziele und der Mut zu Neuem sind zentrale Aspekte unserer Nachhaltigkeitsstrategie. So haben wir mit unserer Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELT in den letzten Jahren eine Vorreiterrolle in der Logistikbranche eingenommen. In ganz Österreich garantieren wir eine CO₂-neutrale Zustellung von Briefen, Paketen, Werbesendungen und Zeitschriften – ganz ohne Zusatzkosten für unsere Kunden und auf freiwilliger Basis. Mit unserem Projekt „Grünes Wien“ gehen wir sogar noch einen Schritt weiter: In ganz Wien werden wir ab Ende 2016 Briefe und Werbesendungen an Privatkunden ausschließlich mit erneuerbaren Energien, entweder per E-Fahrzeug oder zu Fuß, zustellen. In puncto E-Mobilität sind wir österreichweit führend, wir betreiben die größte E-Flotte des Landes. Auch unsere Gebäude sind mittels Energieaudits und entsprechender

„Wir zählen zu den modernsten und erfolgreichsten Postgesellschaften weltweit. Die nachhaltige Ausrichtung unseres Geschäftsmodells spielt hierfür eine zentrale Rolle.“

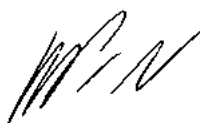
Maßnahmen wesentlich effizienter und damit umweltfreundlicher geworden.

Ein weiteres Augenmerk gilt dem Thema nachhaltige Beschaffung. Dabei geht es uns um die Weiterentwicklung von Umwelt- und Sozialstandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Bei unserem jährlichen Stakeholder Round Table diskutieren wir mit Vertretern unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen über aktuelle Trends und ihre Wünsche ans Unternehmen. Dieser Austausch ist für uns äußerst wertvoll, die Ideen und Anregungen unserer Stakeholder helfen uns, unsere Nachhaltigkeitsprogramme laufend weiterzuentwickeln.

Im Folgenden laden wir Sie herzlich dazu ein, mit uns tiefer in die Welt der Nachhaltigkeit einzutauchen und im Dialog zu bleiben. Wir werden in den kommenden Jahren weiterhin intensiv an unserer Strategie arbeiten, um einen positiven Beitrag für Mensch und Umwelt zu leisten.

Herzlich, Ihr



**DI Dr. Georg Pözl,
Generaldirektor der Österreichischen Post AG**

WAS TUT DIE

GESCHÄFTSFELDER DER POST

Die Dienstleistungen der Post sind in zwei operative Divisionen gegliedert: die Division Brief, Werbepost & Filialen sowie die Division Paket & Logistik.

1. LEISTUNGSSPEKTRUM DER DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN:

In der Division Brief, Werbepost & Filialen werden Briefe, Postkarten, adressierte und nichtadressierte Werbesendungen und Zeitungen angenommen, sortiert und zugestellt. Zudem werden Post- und Telekom-Produkte und in Kooperation mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. auch Finanzdienstleistungen verkauft.

2. LEISTUNGSSPEKTRUM DER DIVISION PAKET & LOGISTIK:

Die Paket-&-Logistik-Division der Österreichischen Post AG befördert Pakete und „Express Mail Service“(EMS)-Sendungen für Privat- und Geschäftskunden. Sie bietet im Einzelnen: Pakete, Kombifracht, temperaturgeführte Logistik, Fulfillment und Wertlogistik.

Weitere Details siehe Seite 102–103.



8,5 MIO EINWOHNER



300.000 UNTERNEHMEN

VERSENDEN IN ÖSTERREICH JÄHRLICH ...



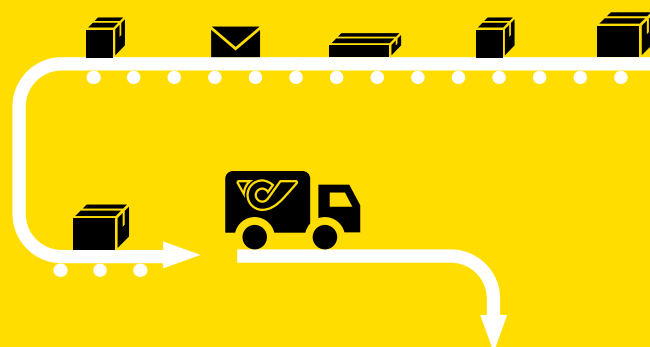
860 MIO BRIEFE



80 MIO PAKETE



4,8 MRD WERBESENDUNGEN/MEDIENPOST



248 BRIEF- UND
16 PAKETZUSTELLBASEN



POST?



POST AG

RUND **18.000** MITARBEITER ARBEITEN LAUFEND AN PRODUKTEN UND SERVICES ZUR STEIGERUNG DES KUNDENNUTZENS

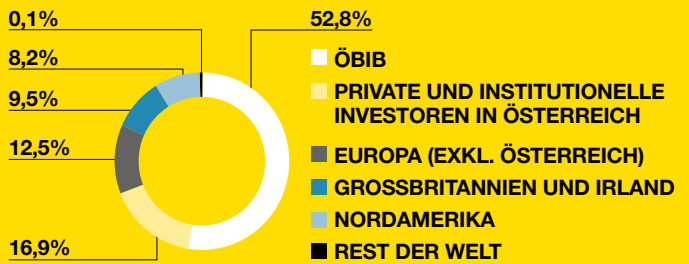


AUCH MIT TOCHTERGESELLSCHAFTEN IST DIE POST IN 12 LÄNDERN TÄTIG

MITARBEITERSTRUKTUR



EIGENTÜMERSTRUKTUR



15.544
BRIEFKÄSTEN



1.785
POST-GESCHÄFTSSTELLEN



6 BRIEF- UND **7** PAKETVERTEILZENTREN



4,4 MIO
HAUSHALTE UND UNTERNEHMEN

GESAMT **290.000** KM/TAG
DIE ZUSTELLER UMRUNDEN ALSO
7-MAL TÄGLICH DIE ERDE



HIGHLIGHTS 2015



DA FÜHL' ICH MICH WOHL

Rundum wohlfühlen können sich Kunden in einer neuen Post-Filiale in Wien-Simmering. Sie bietet unter anderem einen Lounge-Bereich, ein Ticketsystem, Kaffee- und Wasserspender, eine Kinderecke, WLAN und sogar ein eigens entwickeltes Duftkonzept.

WILLKOMMENSPAKETE FÜR FLÜCHTLINGE

Menschen, die der Flüchtlingshilfe des Arbeiter-Samariter-Bundes eine Sachspende zusenden wollten, konnten das im Herbst 2015 portofrei tun. Knapp 12.000 Pakete wurden über die Österreichische Post verschickt.



KNIPSEN. SCHICKEN. FREUDE MACHEN.

Mit der neuen Postkarten App können Smartphone-User innerhalb weniger Sekunden eine echte Postkarte aus einem Schnappschuss gestalten. Für weniger als 2 Euro pro Karte druckt und versendet die Post die Karte in die ganze Welt.

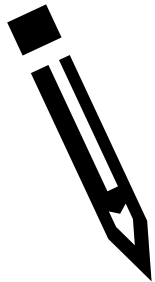
CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT

Seit fünf Jahren stellt die Post alle Sendungen an Privatkunden CO₂-neutral zu. Die Vorteile für die Kunden: positiv für die eigene Klimabilanz und keine zusätzlichen Kosten.



575 KILOMETER IN REKORDZEIT

Ein Staffellauf quer durch Österreich – mit dem (fiktiven) Ziel, das Geburtstagsgeschenk für ein kleines Mädchen in weniger als 48 Stunden von Vorarlberg nach Wien zu befördern. Die Post-Mitarbeiter nahmen die sportliche Herausforderung an und bewältigten „Mission:Susi“ in der Weltrekordzeit von nur 43 Stunden.



BEFRAGT, GETAN!

2013 hatte die Post die erste Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Auf Basis ihrer Ergebnisse wurden viele Verbesserungen umgesetzt. Die Befragung 2015, bei der die Teilnahmequote gegenüber der Befragung zwei Jahre zuvor um 10 Prozentpunkte auf 41% stieg, zeigte, dass die Maßnahmen greifen.

POST MACHT KULTUR

Die „Post-Kulturvereine“ (sieben Musikkapellen und zwei Chöre) haben rund 400 Mitglieder. Viele Postler sind dabei, die Türen stehen aber allen Freunden der Musik offen.



ELEKTRISCH GAS GEBEN

Beim Transport muss man ansetzen, wenn man das Klima schützen will. Genau deshalb baut die Post ihre E-Flotte weiter massiv aus.

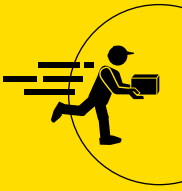


DER BESTE FREUND DES POSTLERS

Die alte „Feindschaft“ zwischen Hund und Postler ist Geschichte: Auf freiwilliger Basis verteilen die Zusteller seit 2015 Leckerli an Hunde in ihrem Zustellgebiet.



**DER POST-VORSTAND IM
BRIEFZENTRUM WIEN:
WALTER HITZIGER,
GEORG PÖLZL,
WALTER OBLIN,
PETER UMUNDUM.**



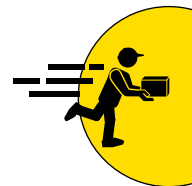
DER STRATEGISCHE ANSATZ DER ÖSTERREICHISCHEN POST

Nachhaltiges Handeln ist tief in der Strategie der Österreichischen Post verankert. Die Kernstrategie und ein eindeutiges Leitbild geben die Richtung vor. Die vier Nachhaltigkeitsschwerpunkte Wirtschaft, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft erfassen die gesamte Bandbreite strategischer Entscheidungen. Klare Werte leiten nicht nur Management und Belegschaft, sondern sind auch bindend für die Partner in der Wertschöpfungskette. Das letzte Wort haben stets die Stakeholder. Denn wenn's wirklich wichtig ist, dann lieber mit der Post – und das nachhaltig.



Der Post-Vorstand
(v. l. n. r.):
Walter Hitziger,
Georg Pölzl,
Walter Oblin,
Peter Umundum.

KERNSTRATEGIE: **EIN KLARER WEG ZUM ERFOLG**



Wer sich nicht behauptet, verliert. Das gilt für jedes Unternehmen, weswegen die nachhaltige Ertragskraft stets die oberste Priorität sein wird. Um diese zu sichern, stützt sich die Österreichische Post strategisch auf vier Eckpfeiler, welche den Kern der gesamten strategischen Ausrichtung des Unternehmens bilden: Zum Ersten ist das die Verteidigung der **Marktführerschaft im Kerngeschäft**. Dies lässt sich zweitens nur erreichen durch **profitables Wachstum**. Zukunftsfit wird die Post nur sein, wenn sie drittens auf **Effizienzsteigerung und Flexibilisierung** ihrer Kostenstruktur setzt. Dabei muss sie ihre Kunden und deren Bedürfnisse stets im Blick behalten, weswegen der vierte strategische Pfeiler der Post **Kundenorientierung und Innovation** ist.

In welcher Form die Strategien umgesetzt werden, bestimmt das Leitbild der Post. Dieses wurde 2010 mit 500 ausgewählten Mitarbeitern aus allen Bereichen des Post-Konzerns diskutiert und ausgearbeitet. Dabei kristallisierten sich schnell die drei Kernwerte der Post heraus:

1. Kundenorientierung
2. Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit
3. Kommunikation und Wertschätzung

Das Leitbild der Post vermag zweierlei. Zum einen fungiert es als Wegweiser in die Zukunft. Jeder Mitarbeiter, ob aus der Führungsetage oder an der Frankiermaschine, kann sich anhand dessen orientieren. Zum anderen gibt das Leitbild vor, dass sich nachhaltiger Erfolg bei der Post nicht nur über ökonomische Aspekte definiert, sondern auch über das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und die Mitarbeiter.

Das Leitbild ist von elementarer Bedeutung für klare Zielvorstellungen. Wenn die Kernwerte des Leitbildes von allen Mitarbeitern im täglichen Arbeitsalltag gelebt werden und die Grundlage für Entscheidungen aller Art bilden ergibt sich praktisch von selbst nachhaltiger Unternehmenserfolg.

Die Österreichische Post sieht in der nachhaltigen Ausrichtung ihrer Tätigkeiten große Chancen für das gesamte Unternehmen. Bei der Unternehmensführung spielen daher neben wirtschaftlichen auch ökologische und soziale Faktoren eine Rolle, um den langfristigen Erfolg des Unternehmens zu gewährleisten. Die Nachhaltigkeitsstrategie der Post beruft sich somit nicht nur auf Kernstrategien, Kernwerte und Unternehmensleitbild, sondern steht auch in einem engen Zusammenhang mit den Chancen und Risiken des Unternehmens. ■►

EIN GEMEINSAMES LEITBILD FÜHRT ZU NACHHALTIGER ENTWICKLUNG



So umweltfreundlich
wie möglich liefert
die Post täglich
Sendungen
von A nach B.

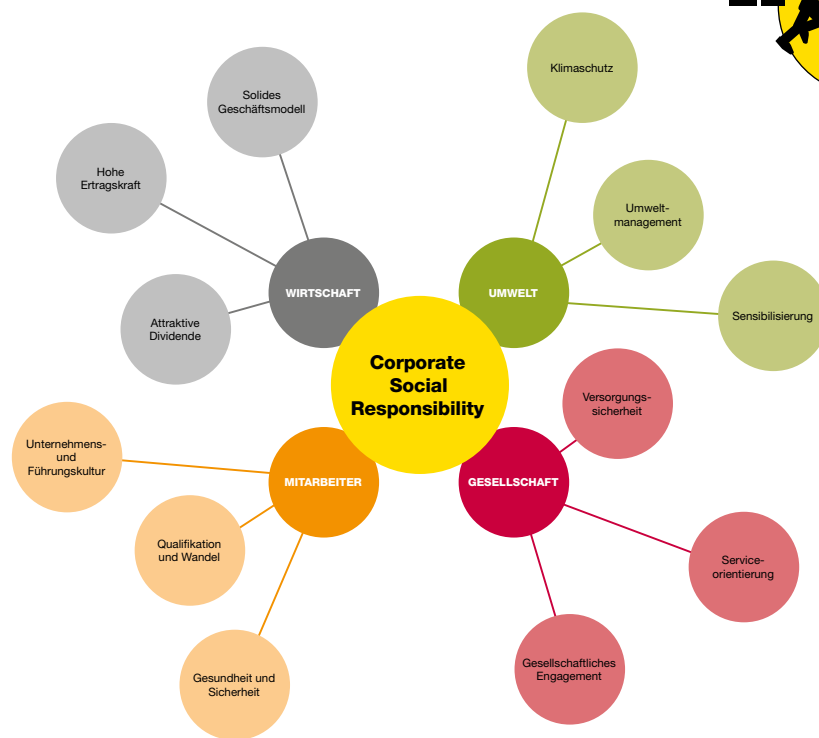


NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE: EIN STARKES BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT



Strategische Eckpunkte auf der einen und die Kernwerte des Leitbildes auf der anderen Seite ergeben unter Berücksichtigung von Stakeholderanliegen und Chancen und Risiken die Nachhaltigkeitsstrategie der Post, die aus vier Bereichen besteht: Wirtschaft, Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt.

Organisatorisch ist das Thema Nachhaltigkeit direkt bei Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl in der Abteilung „Corporate Social Responsibility und Umweltmanagement“ verankert. Zudem gibt es für jeden Bereich unternehmensübergreifende Arbeitsgruppen, die mindestens einmal jährlich zusammentreffen. Zusammen behandeln diese aktuelle nachhaltigkeitsrelevante Themen, leiten entsprechende Ziele ab und definieren Maßnahmen. Hierbei wird ein besonderes Augenmerk auf die interdisziplinäre Ausrichtung und Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Bereichen gelegt.



G4-15

Bekenntnis der Post

Die Österreichische Post ist seit 2007 Mitglied beim UN Global Compact und orientiert sich bei der Umsetzung ihrer Ziele und Aktivitäten an dessen Prinzipien bezüglich Menschenrechten, Arbeitsrechten, Umweltschutz und Antikorruption. Auch 2015 hat sich die Österreichische Post in internationalen Programmen wie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC) weiter engagiert.

Dass die Österreichische Post aus Sicht des Kapitalmarktes nachhaltig agiert, bestätigt die seit 2007 bestehende Aufnahme in den Nachhaltigkeitsindex VÖNIX der Wiener Börse.

Auch beim Carbon Disclosure Project (CDP), der weltweit größten Datenbank für unternehmensrelevante Umwelt- und Klimainformationen, die von Kapitalmarktteilnehmern stark zur Beurteilung potenzieller Investments genutzt

wird, konnte sich die Post erneut verbessern. Mit der 2015 erreichten Punktezahl von 99B konnte sich die Österreichische Post im Vergleich zum Vorjahr um 8 Punkte verbessern (Ergebnis 2014: 91B). Die Österreichische Post liegt daher deutlich über dem Sektordurchschnitt von 81C und nimmt in der Transportbranche in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) den vierten Platz ein.

Die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Österreichischen Post wurden auch von oekom research, einer der weltweit führenden Ratingagenturen im nachhaltigen Anlagesegment, analysiert und positiv bewertet. Besonders hervorgehoben wurden die Ziele und Maßnahmen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz, wie beispielsweise der relativ hohe Anteil an E-Fahrzeugen, sowie die Implementierung von Standards im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

WIRTSCHAFT	UMWELT	MITARBEITER	GESELLSCHAFT
Nur ein erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung langfristig wahrnehmen.	Als Logistikunternehmen betreibt die Post ein ressourcenintensives Geschäft und hat eine entsprechend große Verantwortung gegenüber der Umwelt.	Als einer der größten Arbeitgeber des Landes ist die Post für 17.983 motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter verantwortlich.	Als Universaldiensteanbieterin für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post eine große gesellschaftliche Verantwortung.
Die Key Facts zu diesem Themenbereich finden Sie im Kapitel Wirtschaft ab Seite 40.	Die Key Facts zu diesem Themenbereich finden Sie im Kapitel Umwelt ab Seite 50.	Die Key Facts zu diesem Themenbereich finden Sie im Kapitel Mitarbeiter ab Seite 64.	Die Key Facts zu diesem Themenbereich finden Sie im Kapitel Gesellschaft ab Seite 82.



Der Konzerneinkauf
kümmert sich um die
Nachhaltigkeit in der
Beschaffung.

- G4-12
- DMA-EN
- DMA-LA

BESCHAFFUNGSSTRATEGIE: VERANTWORTUNG AUF GANZER LINIE



Wie die Österreichische Post ihrer Verantwortung als Teil der Wertschöpfungskette gerecht wird und welche Instrumente sie dafür nutzt.

Die Kernaufgabe der Post besteht in der Entgegennahme, Sortierung und Zustellung von Sendungen. Dafür benötigt sie sowohl technische Anlagen, Maschinen, Betriebsmittel sowie IT und Fahrzeuge als auch Dienstleistungen von Frächtern (Güterverkehr und Paketzustellung). Auch die Verwaltungsstellen der Post benötigen diverse Materialien und Dienstleistungen.

Die Post unterscheidet daher grundsätzlich zwischen Beschaffungen für das Kerngeschäft (Infrastruktur & Logistik) und solchen für die Verwaltung (indirekte Materialien & Services):

■ Infrastruktur & Logistik

- Technische Anlagen & Maschinen
- Technische Betriebsmittel
- Transporte (Frächter)
- Flotten
- Informationstechnologie & Telekommunikation

■ Indirekte Materialien & Services

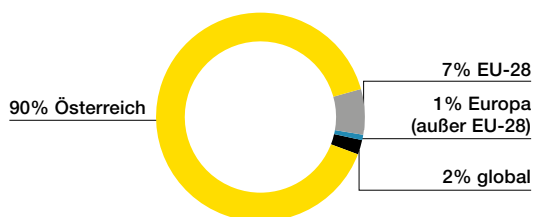
- Beratung
- Bau
- Facility-Management
- Betriebs- und Geschäftsausstattung
- Büromaterial
- Drucksorten
- Marketing
- Philatelie
- Personalmanagement
- Reisemanagement

Mit einem jährlichen vom Konzerneinkauf verantworteten externen Auftragsvolumen von über 0,5 Mrd EUR gehört die Österreichische Post zu den führenden Sektorenauftraggebern der Republik.

Geschäftsbeziehungen der Post

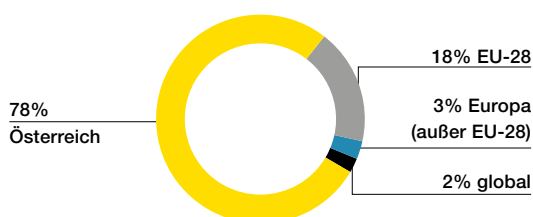
Von den derzeit mehr als 7.000 externen Lieferanten der Österreichischen Post sind 90% in Österreich angesiedelt.

LIEFERANTEN DER POST (HERKUNFT)



Damit entfallen über drei Viertel des Einkaufsvolumens der Post auf österreichische Unternehmen.

AUFTEILUNG EINKAUFSVOLUMEN DER POST



Corporate Procurement Policy und Local Procurement Policy

Sämtliche Einkäufe der Post über 100.000 EUR unterliegen der konzernweiten Beschaffungsrichtlinie (CPP: Corporate Procurement Policy). Die lokale Beschaffungsrichtlinie (LPP) detailliert die konzernweite Beschaffungsrichtlinie für Einkäufe der Post unter 100.000 EUR.

Diese beiden Richtlinien legen fest, dass sich sämtliche Geschäftsbeziehungen an ethischen Grundsätzen zu orientieren haben und den Geboten der Fairness entsprechen müssen.

Ein weiterer Grundsatz gilt der Nachhaltigkeit und fordert etwa vom Einkauf, seine Geschäfte mit umwelt- und sozialverantwortlichen Lieferanten zu tätigen und bei der Beschaffung von Produkten und Services darauf zu achten, dass diese im Einklang mit der Nachhaltigkeitsstrategie der Post stehen (ein besonderes Augenmerk gilt den Themen Energie, Mobilität und CO₂-Emissionen).

Die Regelungen in der Beschaffungsrichtlinie bezüglich Procurement Excellence (Qualitätsstandards, Reporting, Lieferantenbeurteilung) und Compliance gelten für den gesamten zentralen Einkauf und für Beschaffungen, die (dezentral) über den operativen Bereich abgewickelt werden. Die Compliance-Regelungen gelten zudem auch für jene Sonderfälle (Ausnahmeliste), die gemäß der Beschaffungsrichtlinie der Post gesonderten Regelungen unterliegen.

Verhaltenskodex für Lieferanten

Die Lieferanten der Post, welche der konzern-eigenen Beschaffungsrichtlinie unterliegen, müssen sich verpflichten, die im Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post geforderten sozialen Mindeststandards einzuhalten.

Der Verhaltenskodex bezieht sich auf zwölf Bereiche:

1. Achtung der Menschenwürde
2. Einhaltung gesetzlicher Vorschriften
3. Förderung von Chancengleichheit und Diversität
4. Verbot von Kinderarbeit
5. Verbot der Zwangsarbeit
6. Einhaltung der nationalen arbeitsrechtlichen Bestimmungen
7. Unterstützung der Vereins- und Versammlungsfreiheit
8. Gewährleistung der Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
9. Einhaltung von umwelt- und sicherheitsrechtlichen Vorschriften
10. Einhaltung der jeweiligen nationalen Antikorruptionsgesetze
11. Vermeidung von Interessenkonflikten
12. Umsetzung durch den Auftragnehmer, Einfluss auf Geschäfts- und Vertragsbeziehungen

Dieser Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post ist seit 2012 Teil der Standardunterlagen bei Ausschreibungsverfahren.

Bei allen externen Lieferanten, mit denen die Österreichische Post strategisch bedeutsame, finanziell wesentliche oder langfristige Geschäftsbeziehungen aufnehmen will, wird mittelfristig regelmäßig eine Risikobeurteilung durchgeführt, um das Einkaufs- und vor allem das Ausfalls- und Abhängigkeitsrisiko möglichst gering zu halten.

Vendor Integrity Check

Ab einem jährlichen Netto-Beschaffungsvolumen von mindestens 1 Mio EUR bzw. bei High Risk Categories (wie z. B. Management Consulting) bereits ab 50.000 EUR werden Lieferanten einem Vendor Integrity Check unterzogen, bei dem auch Nachhaltigkeitskriterien mitberücksichtigt werden.

Konzernerneigene Unternehmen (Töchter und Schwesternunternehmen), die für die Post Dienstleistungen erbringen und mit welchen Gegenverrechnungen vorgenommen werden, sind als Lieferanten gelistet, jedoch vom Vendor Integrity Check ausgenommen.

Ebenfalls ausgenommen sind die Postgesellschaften anderer Länder, mit welchen wechselseitige Kooperationsvereinbarungen bestehen. Die internationale Zusammenarbeit und die Rahmenbedingungen des grenzüberschreitenden Postverkehrs werden vom Weltpostverein (Universal Postal Union) geregelt.

Alle 24 Postgesellschaften aus der internationalen Vereinigung der Postgesellschaften IPC (International Post Corporation)¹ arbeiten an einer systematischen Erfassung der Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf den Klimawandel und an einer Reduktion ihrer CO₂-Emissionen.

Die Ziele und Maßnahmen der Vereinigung der Postgesellschaften werden jährlich in einem Sektor-Nachhaltigkeitsbericht (IPC Sector Sustainability Report) sowie auf der Website der IPC veröffentlicht.



https://www.ipc.be/~media/documents/public/sustainability/reports/ipc_sustainability_2015.pdf

1) Die Mitgliedsländer sind neben Österreich Deutschland, Irland, Belgien, Spanien, Portugal, Zypern, Griechenland, Finnland, Schweden, Frankreich, Italien, Ungarn, Norwegen, Dänemark, Luxemburg, Niederlande, Großbritannien, Schweiz, Island, Australien, Neuseeland, Kanada und die USA.



VENDOR INTEGRITY CHECK

1. LIEFERANTENSELBSTAUSKUNFT EINHOLEN

2. VENDOR INTEGRITY CHECK

Analyse/Kontrolle der Lieferantenselbstauskunft:

Prüfung der Vollständigkeit und Richtigkeit der Angaben, Bewertung der Angaben bezüglich Compliance und Einschätzung der Rechtskonformität, Einbeziehung vergangener Erfahrungen mit Lieferanten und Risikoeinschätzung.

Prüfung der Kooperation:

Prüfung der Integrität der Lieferanten

Von den Lieferanten zu beantwortende Fragen (Prüfung Compliance):

1. Fragen zu Menschenrechten und Arbeitsrecht:

- Bekennt sich Ihr Unternehmen zu den Prinzipien des UN Global Compact (u. a. Menschenrechte, faire Arbeitsbedingungen, Umwelt, Antikorruption)?
- Stellt Ihr Unternehmen die Einhaltung der Arbeitsstunden im Sinne der nationalen und internationalen Gesetzgebung und der ILO-Standards sicher?
- Beahlt Ihr Unternehmen seinen Arbeitskräften zumindest den kollektivvertraglich zugesicherten Mindestlohn unter Berücksichtigung der Bezahlung von Überstunden und gesetzlichen Urlaubsansprüchen?
- Fördert Ihr Unternehmen das Recht der Mitarbeiter auf freie Vereinigung, Gründung von Gewerkschaften und eines Betriebsrats und stellt so die Nichtdiskriminierung seiner Mitarbeiter sicher?

2. Fragen zu Gesundheit und Sicherheit

- Setzt Ihr Unternehmen aktive Schritte im Bereich der Arbeitssicherheit und zur Vermeidung von Arbeitsunfällen und Krankheiten?
- Stellt Ihr Unternehmen sichere Arbeitsgeräte, Ausrüstungen, Warnsignale zur Verfügung, und bietet ihr Unternehmen Arbeitssicherheitstrainings an?

3. Fragen zu Nachhaltigkeit und Umweltschutz

- Setzt Ihr Unternehmen Maßnahmen zur aktiven Vermeidung von Umweltverschmutzung, und stellt Ihr Unternehmen die Erfüllung der Mindestanforderungen der gesetzlichen Bestimmungen sicher?
- Ist Ihr Unternehmen nach ISO 14001 (Umweltschutz) zertifiziert?
- Hat Ihr Unternehmen ein System zur Messung des CO₂-Fußabdrucks implementiert, und setzt Ihr Unternehmen verbindliche Maßnahmen, um den CO₂-Ausstoß zu reduzieren?

4. Fragen zu Ethik und Unternehmensverantwortung

- Existiert in Ihrem Unternehmen ein Verhaltens- und Ethikkodex?
- Wird die Einhaltung der in Ihrem Land vorherrschenden gesetzlichen Bestimmungen zum Thema Antikorruption gewährleistet?
- Existieren in Ihrem Unternehmen interne Richtlinien zum Thema Geschenkkannahmen, Annahme von sonstigen Vorteilen und Einladungen?
- Existiert in Ihrem Unternehmen ein Compliance-Management-System (CSM)?
- Verpflichtet Ihr Unternehmen seine eigenen Geschäftspartner zur Einhaltung von Antikorruptionsbestimmungen?
- Wurde Ihr Unternehmen oder das aktuell verantwortliche Management in der Vergangenheit wegen eines Finanzdeliktes, Korruption oder Betruges angeklagt oder verurteilt?
- Hat Ihr Unternehmen Unternehmensverantwortung (Corporate Responsibility) in Prozessen und Managementsystemen implementiert, und setzt Ihr Unternehmen aktive Initiativen zum Thema Unternehmensverantwortung?
- Kooperiert Ihr Unternehmen aktiv mit NGOs wie beispielsweise Menschenrechtsbewegungen, Umweltschutzverbänden oder Wohltätigkeitsorganisationen?

3. ERGEBNISPRÜFUNG

Wenn auch nur eine Frage kritisch zu beurteilen ist, ist das Compliance Office zu informieren und der Lieferant zur Stellungnahme aufzufordern.

Lieferantenmanagement 2015 – Ergebnisse

Im Rahmen des Lieferantenmanagements hatten alle Lieferanten mit einem wesentlichen Beschaffungsvolumen einen Vendor Integrity Check (Compliance-Prüfung), eine Lieferantenbewertung (Qualitätsprüfung) und eine Bonitätsprüfung durch den Konzerneinkauf zu durchlaufen.

Die Lieferanten wurden beim Vendor Integrity Check im ersten Schritt aufgefordert, Angaben zu ihren Maßnahmen im Bereich „Menschenrechte und Arbeitsrecht“, „Gesundheit und Sicherheit“, „Nachhaltigkeit und Umweltschutz“, „Geschäftsethik und unternehmerische Gesellschaftsverantwortung“ zu machen. 88% der Lieferanten sind dieser Aufforderung nachgekommen.

Nach Abstimmung mit der Compliance-Abteilung der Österreichischen Post erfüllt nur ein Lieferant die geforderten Kriterien nicht, und es werden entsprechende Maßnahmen gesetzt.

Lieferantenbewertung

Die Lieferanten wurden anschließend in Hinblick auf „kommerzielle Kriterien“, „Performance und Qualität“ sowie „Innovation und Nachhaltigkeit“ von den Fachbereichen und dem Konzerneinkauf bewertet. Dank der hohen Rücklaufquote wurden 99% der Lieferanten vollständig bewertet, 96% der Lieferanten erreichten die erforderliche Gesamtpunktezahl.

Jene Lieferanten mit zu geringer Punktezahl werden, in Abstimmung mit den betroffenen Fachbereichen, entweder ausgeschieden oder müssen Verbesserungsmaßnahmen einleiten.

Abschließend wurden die Lieferanten hinsichtlich ihrer finanziellen Situation geprüft. Bei 3% der Lieferanten besteht ein leicht erhöhtes Risiko, welches jedoch nicht als kritisch erachtet wird. 97% der Lieferanten erfüllen die Bonitätskriterien in vollem Umfang.

G4-EN33

Green Procurement

„Green Procurement“ (grüne Beschaffung) bedeutet, dass bei Einkaufsentscheidungen neben Preis, Qualität und Lieferzeit auch Umweltaspekte berücksichtigt werden.

Green Procurement ist ein wesentliches Thema für die Österreichische Post und wird im Schwerpunkt Umwelt auf Seite 61 behandelt. ■



Die Post führt derzeit anlassbezogene Lieferantenaudits durch. Als Anlass gelten unter anderem Ausschreibungen, in deren Rahmen nicht nur intensive Off-Site-Prüfungen stattfinden, sondern (vor allem bei entsprechender Komplexität oder Größe des Auftrags) auch Gespräche vor Ort geführt werden.

Im Falle einer erhöhten Risikoeinschätzung sind On-Site-Prüfungen vorgesehen.

Folgend ein beispielhafter Ablauf eines anlassbezogenen Audits bei der Post.

**ON-SITE-PRÜFUNG –
PRÜFUNG VOR ORT**
(BESICHTIGUNG DER PRODUKTIONS-
UND ARBEITSBEREICHE)



LIEFERANTENAUDITS

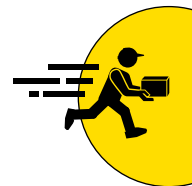
OFF-SITE-PRÜFUNG – PRÜFUNG VON INFORMATIONEN





Martina Keinrath (l.)
und Edith Ehm
unterstützen die
Post in allen Fragen
der Führung.

FÜHRUNGSSTRATEGIE: **CHEFSACHE CORPORATE GOVERNANCE**



G4-34

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

Sowohl Vorstand als auch Aufsichtsrat richten die Unternehmensführung und -überwachung an nationalen und internationalen Prinzipien aus, um durch nachhaltige Wertschöpfung den dauerhaften Fortbestand des Unternehmens zu sichern.

Gute Corporate Governance ist ein zentrales Anliegen nachhaltiger Unternehmensführung und umfasst weit mehr als die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben.

Interessen der Aktionäre und Mitarbeiter zu achten, unternehmerische Entscheidungen offenzulegen und angemessen mit Risiken umzugehen sind wesentliche Elemente guter Corporate Governance.

Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands tragen gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung und entscheiden über Grundsatzfragen der Geschäftspolitik und Unternehmensstrategie. Der Aufsichtsrat überwacht als Kontrollorgan die Geschäftsführung und unterstützt den Vorstand bei Entscheidungen grundlegender Bedeutung.

Gemäß österreichischem Aktiengesetz ist der Vorstand als Leitungsorgan des Konzerns an das Unternehmensinteresse gebunden und verpflichtet, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern.

Im Geschäftsjahr 2015 bestand der Vorstand der Österreichischen Post aus vier Personen. Jedes Vorstandsmitglied leitet sein Ressort selbständig und informiert den Gesamtvorstand regelmäßig über wesentliche Entwicklungen. Über Angelegenheiten von besonderer Bedeutung beschließt der Gesamtvorstand. In der Geschäftsordnung für den Vorstand sind die Geschäftsverteilung und die Zusammenarbeit im Vorstand geregelt.

Dem Aufsichtsrat gehörten im Geschäftsjahr 2015 acht von der Hauptversammlung gewählte und vier vom Zentralausschuss entsandte Mitglieder an. Als oberstes Kontrollorgan überwacht der Aufsichtsrat die Tätigkeit des Vorstands. Der Aufsichtsrat kommt seinen Aufgaben im Plenum nach, soweit einzelne Angelegenheiten nicht Ausschüssen des Aufsichtsrats zugewiesen sind. Derzeit sind im Aufsichtsrat der Österreichischen Post folgende Ausschüsse eingerichtet: Präsidium, Nominierungsausschuss, Vergütungsausschuss, Prüfungsausschuss und

Paket-&-Logistik-Ausschuss. Die im Jahr 2015 erfolgte Neukonstituierung des Aufsichtsrats intensivierte die Ausschussarbeit durch eine stärkere Trennung zwischen Prüfungsausschuss und Aufsichtsrat sowie durch eine Neueinrichtung des Paket-&-Logistik-Ausschusses.

Das Präsidium regelt die Beziehungen zwischen der Gesellschaft und den Mitgliedern des Vorstands und entscheidet über Nebenbeschäftigungen der Vorstandsmitglieder. Der Nominierungsausschuss unterbreitet dem Aufsichtsrat Vorschläge zur Besetzung frei werdender Mandate im Vorstand und befasst sich mit Fragen der Nachfolgeplanung. Der Vergütungsausschuss befasst sich mit Vorstandsverträgen und -gehältern. Dem Prüfungsausschuss obliegen die Aufgaben gemäß § 92 Abs. 4a AktG. Der Paket-&-Logistik-Ausschuss bereitet komplexe Entscheidungen über grundlegende strategische Fragen vor, die den Bereich Paket & Logistik betreffen.

Details zur Zusammensetzung und Arbeitsweise des Vorstands und des Aufsichtsrats finden Sie im Geschäftsbericht 2015 (Teil 2, Finanzbericht, Seite 10 ff.).

G4-35

Verantwortung für Nachhaltigkeit

Als oberstes Kontrollorgan nimmt der Aufsichtsrat seine Aufgaben hinsichtlich ökonomischer sowie sozialer und ökologischer Verantwortung des Unternehmens wahr.

Der Vorstand hat nachhaltigkeitsrelevante Sachverhalte in die höchsten Entscheidungsgremien und -prozesse einzubringen, um eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensentwicklung zu gewährleisten. Wesentliche unternehmerische Entscheidungen über soziale Aspekte werden im Einklang mit dem Unternehmensleitbild der Österreichischen Post und auf Basis der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen getroffen. ▶

G4-36

G4-39

Unabhängigkeit

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 Kapitalvertreter der Österreichischen Post sind unabhängig, es liegen schriftliche Erklärungen über ihre Unabhängigkeit nach Kriterien zur Feststellung der Unabhängigkeit von Aufsichtsratsmitgliedern gemäß der C-Regel 53 des Österreichischen Corporate Governance Kodex vor. Kein Kapitalvertreter ist Anteilseigner einer Beteiligung von mehr als 10% oder vertritt die Interessen eines solchen Anteilseigners.

Details zu den Unabhängigkeitskriterien des Aufsichtsrats finden Sie im Geschäftsbericht 2015 (Teil 2, Finanzbericht, Seite 14).

G4-37

Mitsprachemöglichkeiten

Das österreichische Aktiengesetz gibt detailliert vor, wie Aktionärsrechte in der Hauptversammlung einer Aktiengesellschaft ausgeübt werden. Dazu zählen vor allem das Frage- und Stimmrecht sowie das Anfechtungsrecht.

Bei der Hauptversammlung 2015 konnte erneut das Stimmrecht via Briefwahl ausgeübt werden. In der Hauptversammlung 2015 wurde auf Anfrage von Aktionären auch eine Reihe von nachhaltigkeitsrelevanten Themen behandelt.

Zu den zentralen Themen zählten ökologische Aspekte wie der Ausbau des E-Fuhrparks sowie die Photovoltaikanlagen in Wien-Inzersdorf und Allhaming. Im Mittelpunkt des Interesses der Aktionäre standen außerdem die Auswirkungen des Strukturwandels auf die Mitarbeiter des Unternehmens sowie die Gewährleistung der Versorgungssicherheit mit Postdienstleistungen.

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, in insgesamt sechs Personalausschüssen und in über 90 Vertrauenspersonenausschüssen organisiert.

G4-41

G4-51

Vergütungssystem

Die Vergütung des Vorstands basiert auf einem Drei-Säulen-Modell: Es besteht aus einem fixen und einem variablen Gehaltsbestandteil sowie einem Long-Term-Incentive-Programm.

Der fixe Gehaltsbestandteil (das Basisgehalt) orientiert sich an der Gehaltsstruktur börsen-

notierter österreichischer Unternehmen und richtet sich nach dem Umfang des Aufgabebereichs und der Verantwortung des jeweiligen Vorstandsmitglieds.

Der variable Gehaltsbestandteil (das variable Gehalt) basiert auf jeweils im Vorfeld festgelegten kurzfristigen Zielen (jährlicher Zielekatalog). Die Höhe der variablen Vergütung hängt vom Zielerreichungsgrad ab, ausbezahlt wird im jeweiligen Folgejahr. Der dem variablen Gehalt zugrunde liegende Zielekatalog beinhaltet messbare, quantitative Leistungsindikatoren und qualitative Zielerreichungskomponenten. Im Zielekatalog werden alle vier Bereiche der Nachhaltigkeitsstrategie der Österreichischen Post berücksichtigt: Wirtschaft, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft. Im Geschäftsjahr 2015 sind nahezu 40% der Ziele nicht wirtschaftlicher Natur und gelten etwa auch der Personal-/ Führungskräfteentwicklung (Bereich Mitarbeiter), dem Ausbau der E-Fahrzeug-Flotte (Bereich Umwelt) und der Serviceverbesserung für Kunden (Bereich Gesellschaft).

Das Long-Term-Incentive-Programm (LTIP) basiert auf der erfolgsabhängigen Zuteilung von Aktien und zielt auf eine positive, langfristige Wertsteigerung des Unternehmens ab. Es läuft über einen Drei-Jahres-Horizont und beinhaltet Zielwerte für drei ökonomische Schlüsselindikatoren: Total Shareholder Return, Free Cashflow und Earnings per Share. So sollen die Interessen des Managements mit denen der Aktionäre in Einklang gebracht werden und der Unternehmenswert mittel- bis langfristig steigen.

Das für den Vorstand geltende dreigeteilte Entlohnungsschema (Basisgehalt, variables Gehalt und Long-Term-Incentive-Programm) gilt in angepasster Form auch für ausgewählte Führungskräfte der Österreichischen Post.

Weitere Informationen zum Thema Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung, wie z. B. die genaue Höhe und Ausgestaltung der Bezüge, können dem Vergütungsbericht entnommen werden (Geschäftsbericht 2015, Teil 2, Finanzbericht, Seite 16 ff.).

Vermeidung von Interessenkonflikten

Gemäß § 13 der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat der Österreichischen Post müssen Aufsichtsratsmitglieder Interessenkonflikte unverzüglich dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats offenlegen. Gerät der Vorsitzende in Interessenkonflikte, muss er diese unverzüglich einem Stellvertreter offenlegen.

Interessenkonflikte des Vorstands werden zum einen durch die Bestimmungen des österreichischen Aktiengesetzes vermieden



(beispielsweise: § 79 AktG Wettbewerbsverbot, § 80 Kreditgewährung); zum anderen normiert die Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat eine generelle Zustimmungspflicht des Präsidiums zu den Nebenbeschäftigungen der Mitglieder des Vorstands.

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

Expertise der Leitungsgremien zu Wirtschaft, Umwelt, Sozialem

Die Mitglieder des Vorstands werden gemäß Stellenbesetzungsgesetz bestellt. 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.

Sitze im Aufsichtsrat werden nach fachlicher Qualifikation und persönlicher Kompetenz besetzt. Der Aufsichtsrat wird diese Voraussetzungen bei Vorschlägen für die Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern stets in den Vordergrund stellen.

Insgesamt verfolgt der Aufsichtsrat das Ziel, durch die Vielfalt seiner Mitglieder seiner Überwachungs- und Beratungsfunktion optimal gerecht zu werden. Zur Vielfalt zählen dabei insbesondere Internationalität sowie unterschiedliche Erfahrungshorizonte. Auch der Anteil der Frauen im Aufsichtsrat wird unter Vielfalt eingeordnet.

Unter diesem Gesichtspunkt der Diversität ist zu berichten, dass mit 31. Dezember 2015 drei der zwölf Aufsichtsratsmitglieder unter 50 Jahre alt und zwei Mitglieder nichtösterreichischer Nationalität sind. Im Aufsichtsrat sind insgesamt vier Frauen vertreten, darunter Frau Dr. Edith Hlawati als Vorsitzende und Frau Mag. Edeltraud Stifinger als stellvertretende Vorsitzende.

Im Sinne einer effizienten und flexiblen Fortbildung der Aufsichtsräte wurde 2015 ein Programm ins Leben gerufen, in dem die Aufsichtsratsmitglieder gemeinsam mit internen und externen Experten ausgewählte Themenschwerpunkte behandeln. Diese Fortbildungsveranstaltungen zielen sowohl auf die Vertiefung der Marktkenntnisse als auch auf die Betrachtung wesentlicher ökonomischer und sozialer Aspekte ab.



CORPORATE GOVERNANCE

Corporate Governance bezeichnet die Gesamtheit aller nationalen und internationalen Grundsätze, Werte, Regeln und Vorschriften, die bestimmen, wie Unternehmen geführt werden. Gute Corporate Governance gewährleistet verantwortliche, qualifizierte, transparente und auf den langfristigen Erfolg ausgerichtete Führung und soll so dem Unternehmen selbst, den Eigentümern und gleichzeitig den externen Interessengruppen dienen. Die Ursprünge des Begriffs liegen bereits in den 1930er Jahren, als die amerikanischen Wirtschaftsexperten Adolf A. Berle und Gardiner C. Means im Buch „The Modern Corporation and Private Property“ erstmals beschrieben, wie Unternehmensführung und Aktionärsinteressen auseinanderklaffen können. Seit den 70er und verstärkt seit den 90er Jahren werden die Grundlagen und Herausforderungen guter Corporate Governance international diskutiert und weiterentwickelt.

Hierzulande ist das die Aufgabe des Österreichischen Arbeitskreises für Corporate Governance, der sich aus dem Institut Österreichischer Wirtschaftsprüfer (IWP) und der Österreichischen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (ÖVFA) zusammensetzt. Der Arbeitskreis hat im Oktober 2002 den Österreichischen Corporate Governance Kodex veröffentlicht. Jedes Unternehmen, das in Österreich an der Börse gelistet werden will, muss sich verpflichten, diesen einzuhalten.

G4-40

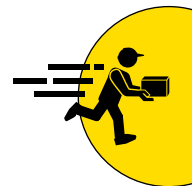
G4-43



Ulrike Schirkonyer und Alfred Hirschbeck überwachen die strikte Einhaltung aller Compliance-Vorgaben.

- DMA-SO
- DMA-PR
- DMA-LA

COMPLIANCE-STRATEGIE: ERFOLG IST EINE FRAGE DER EINSTELLUNG



G4-56

Die lückenlose Einhaltung aller für das Unternehmen geltenden Vorschriften hat bei der Post große Bedeutung.

Die Überzeugung dahinter: Compliance leistet einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und Wertschöpfung des Unternehmens. Die Österreichische Post AG hat im Jahr 2010 auf Initiative des Vorstands ein Leitbild für das Unternehmen erarbeitet. 500 Mitarbeiter und Führungskräfte aus allen Divisionen und Ebenen in ganz Österreich haben sich im Rahmen von Workshops oder via elektronische Befragung daran beteiligt.

Compliance-Risiken können kostspielig werden. Auf Basis des Leitbildes etabliert die Post deshalb eine konzernweite Compliance-Kultur. Die risikoorientierte Präventionsstrategie erkennt und eliminiert entsprechende Compliance-Risiken frühzeitig.

Dazu müssen klare Regelungen aufgestellt und in alle relevanten Geschäftsprozesse integriert werden. Dies wird kontinuierlich auch in den Tochtergesellschaften des Konzerns vorangetrieben. Daher wurde die Anzahl der regionalen Compliance-Beauftragten, die das zentrale Compliance Office bei der konzernweiten Umsetzung der Schwerpunkte unterstützen, im Jahr 2015 auf 26 regionale Beauftragte aufgestockt

Die Aktivitäten der zentralen und der regionalen Compliance-Organisation sichern in allen Unternehmenseinheiten ein nachhaltiges, praxis- und handlungsorientiertes Beratungsangebot für die Beschäftigten und schaffen Transparenz in Compliance-relevanten Sachverhalten. Darüber hinaus ist die Empfehlung von Maßnahmen im Falle von Compliance-Verstößen ein wichtiges Instrument zur Professionalisierung und Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems.

Die Konzeption, Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit des Compliance-Management-Systems entsprechen dem Standard des Instituts der Wirtschaftsprüfer in Deutschland IDW PS 980, was durch PwC im Jahr 2013 überprüft und bestätigt wurde.

VERHALTENS- UND ETHIKKODEX

Dreh- und Angelpunkt der konzernweiten Compliance-Kultur ist der Verhaltens- und Ethikkodex. Er baut auf dem Konzernleitbild auf und bietet den Mitarbeitern Orientierung im täglichen Arbeitsalltag.

Der Verhaltens- und Ethikkodex wurde vom Vorstand als konzernweit bindende Vorschrift beschlossen.

Die Mitarbeiter in Österreich erhielten den Verhaltens- und Ethikkodex per E-Mail, begleitet von weiteren Informationen im Intranet und in einer Ausgabe des Mitarbeitermagazins zum Thema Leitbild und Verhaltens- und Ethikkodex. Zudem wurden Printexemplare versendet und verteilt.

Im Jahr 2012 wurde der Kodex in alle im Konzern vertretenen Landessprachen übersetzt und konzernweit ausgerollt. Letzteres ging über die Geschäftsführung der jeweiligen Beteiligungen, die von den internationalen Compliance-Beauftragten unterstützt wurde. Die Tochtergesellschaften erhielten Druckexemplare, darüber hinaus ist der Kodex auf der Post-Internetseite in allen Konzernsprachen abrufbar.

Der Verhaltens- und Ethikkodex enthält die Grundsätze für ethisch und rechtlich einwandfreies Handeln aller Konzernbeschäftigten, 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.

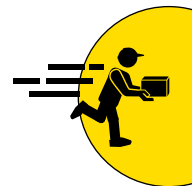
Allen neuen Mitarbeiter erhalten ihn mit dem Dienstvertrag und erklären sich mit Unterfertigung des Dienstvertrags bereit, die ethischen Standards der Österreichischen Post einzuhalten. Das Personalmanagement der Post verantwortet die Aushändigung des Kodex.

Darüber hinaus wurde im Jahr 2011 ein Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post entwickelt, der die Auftragnehmer der Post sowie deren Subauftragnehmer und Zulieferer auf rechtliche und soziale Mindeststandards verpflichtet.

Im Jahr 2014 wurde der Verhaltens- und Ethikkodex optisch neu gestaltet und 2015 in sämtliche Konzernsprachen übersetzt. Die Neufassung wurde anschließend in allen Tochtergesellschaften bekanntgemacht. ▶

G4-57

UNTERNEHMENSLEITBILD (LEITSÄTZE)	VERHALTENS- UND ETHIKKODEX
<p>1.</p> <p>KUNDENORIENTIERUNG</p> <p>WIR STELLEN DEN KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT</p> <p><i>Wir behandeln unsere Kunden so, wie wir selbst behandelt werden möchten: freundlich, zuvorkommend und kompetent.</i></p>	<p>Behandelte Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenbetreuung • Transparenz • Kommunikation • Bestechung • Geschenke & Einladungen • Spenden, gemeinnützige Zuwendungen & Sponsoring <p>Grundsätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wir handeln kundenorientiert und bemühen uns um ständige Verbesserung • Wir dulden keine Form der Korruption • Das Fordern eines Vorteils ist immer strafbar
<p>2.</p> <p>WIRTSCHAFTLICHKEIT UND NACHHALTIGKEIT</p> <p>WIR HANDELN ZUKUNFTSORIENTIERT</p> <p><i>Wir handeln wirtschaftlich und leisten unseren persönlichen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens.</i></p>	<p>Behandelte Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftlichkeit • Fairer Wettbewerb • Nachhaltigkeit • Rechnungslegung & Berichtswesen • Kooperation mit Behörden • Kapitalmarkt <p>Grundsätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unser Handeln zeichnet sich durch Wirtschaftlichkeit, fairen Wettbewerb und Nachhaltigkeit aus • Die Rechnungslegung und Buchhaltung erfolgen mit größter Sorgfalt • Wir verhalten uns gegenüber Behörden kooperativ • Wir agieren als vertrauensvoller Akteur am Kapitalmarkt
<p>3.</p> <p>KOMMUNIKATION UND WERTSCHÄTZUNG</p> <p>WIR ALLE SIND DIE POST</p> <p><i>Wir gehen offen und wertschätzend miteinander um. Wir respektieren alle Menschen.</i></p>	<p>Behandelte Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offenheit & Wertschätzung • Chancengleichheit & Diversität • Gesundheit & Sicherheit • Vermeidung von Interessenkonflikten • Umgang mit Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen (Datenschutz) <p>Grundsätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Offenheit, Wertschätzung und Respekt gegenüber allen Menschen sind die Basis im täglichen Umgang • Unser Handeln orientiert sich an den Interessen des Unternehmens. Mögliche Interessenkonflikte legen wir unaufgefordert offen • Wir schützen unsere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse • Wir verwenden personenbezogene Daten gemäß den gesetzlichen Vorgaben



Die Verhaltensstandards der Österreichischen Post basieren auf – und orientieren sich an – dem Unternehmensleitbild der Post. Alle Themen aus dem Verhaltens- und Ethikkodex korrespondieren mit dem Leitbild des Unternehmens, jedem Leitsatz können Grundsätze aus dem Verhaltens- und Ethikkodex zugeordnet werden. Alle weiteren Konzernrichtlinien und Verhaltensanweisungen stützen sich auf den Verhaltens- und Ethikkodex und leiten sich von ihm ab.

RICHTLINIEN

In der Österreichischen Post wurden schon früh spezifische, unternehmensweit geltende Richtlinien erarbeitet und veröffentlicht.

Das Compliance-Management-System besteht aus den Bereichen „Kapitalmarkt“ und „Business Compliance“ inklusive „Antikorruption“. Ende 2015 wurde beschlossen, das Compliance-Management-System um den Schwerpunkt „Kartellrechts-Compliance“ zu erweitern. Für 2016 sind dazu die Auflage eines Handbuchs und zielgruppenorientierte Schulungsmaßnahmen vorgesehen.

Seit Herbst 2013 haben konzernweit alle Personen mit Computerzugang Zugriff auf ein E-Learning-Tool zu den Themenbereichen Compliance-Bewusstsein und Antikorruption. Dessen Inhalte werden bei jeder Richtlinienänderung überprüft und gegebenenfalls aktualisiert, zuletzt 2015, als die Richtlinie zum Thema „Sponsoring und Spenden“ sowie die Überarbeitung der Richtlinie „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ veröffentlicht wurde.

Um Compliance im Unternehmen und in den Unternehmensprozessen bestmöglich zu integrieren, unterstützt das Compliance Office die jeweiligen Bereiche bei der Konzeption von Richtlinien und Prozessen.

Kapitalmarkt-Compliance-Richtlinie

Die Kapitalmarkt-Compliance-Richtlinie entspricht den geltenden europäischen und österreichischen Kapitalmarktvorschriften sowie der Emittenten-Compliance-Verordnung der Finanzmarktaufsicht und soll Insidergeschäfte unterbinden. Da es sich bei der Kapitalmarkt-Compliance-Richtlinie um eine Konzernvorschrift handelt, ist diese bindend für alle Mitarbeiter im Konzern.

Für das Thema Kapitalmarkt-Compliance wurde 2014 ein E-Learning-Programm entwickelt. Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben

ist diese Schulung für alle Personen aus Vertraulichkeitsbereichen verpflichtend. Die Absolvierung der Schulung wird vom Compliance-Team überprüft. Im Jahr 2015 haben 515 Mitarbeiter das E-Learning-Programm zum Thema Kapitalmarkt-Compliance absolviert. Ergänzt wird das E-Learning durch zielgruppenorientierte Präsenzs Schulungen und monatliche „Compliance-Infomails“. In diesen Infomails werden die Kapitalmarkt-Compliance-relevanten Inhalte kapitelweise kurz und prägnant dargestellt und es wird über aktuelle Vorkommnisse (z. B. anhängige Verfahren und Gerichtsentscheidungen) berichtet.

Auf Prozessebene wurde das Compliance-Management-System der Post von einem manuellen Insider-Verzeichnis auf eine elektronische Datenbanklösung umgestellt und dadurch abermals verbessert.

Richtlinie zur Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen

Die im Jahr 2011 erlassene Konzernrichtlinie zur „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ wurde im Jahr 2012 aufgrund der Bestimmungen des Korruptionsstrafrechtsänderungsgesetzes und der damit verbundenen Ausweitung des Amtsträgerbegriffs angepasst.

Im Jahr 2014 beschäftigte sich das Compliance-Team intensiv mit dieser Richtlinie. Nach über einem Jahr lagen bereits Erfahrungswerte zum Umgang mit der Richtlinie vor, die genutzt wurden, um die Richtlinie zu überarbeiten. Sie wurde vereinfacht, insbesondere das Prüfungsschema für Vorteilsannahme- und -gewährung. Im Jänner 2015 wurde die Neufassung der Richtlinie vom Vorstand beschlossen und konzernweit, auch in allen Tochtergesellschaften, ausgerollt. Die neuen Regelungen wurden den Mitarbeitern in konzernweiten Präsenzs Schulungen vermittelt. Bei insgesamt 77 Schulungsterminen wurden alle Fragen zum neuen Prüfungsschema diskutiert. Begleitet wurde dieser Roll-out der neuen Richtlinie von einer umfangreichen Kommunikationskampagne (Plakate, Intranet-News, Infoscreen-Meldungen und Artikel im Mitarbeitermagazin „Meine Post“).

Konzernrichtlinie zum Umgang mit Sponsoring und Spenden

Seit 2013 gelten verschärfte gesetzliche Regelungen für antikorrupsionsrelevante Sachverhalte. Daher begann die Post im Jahr 2014 die Richtlinie zur „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ ▶

G4-56

INTERNE KAMPAGNE GEGEN KORRUPTION

**ZUTRITT VERBOTEN
FÜR DEN BACILLUS
BESTECHUS.**



Bei der Post hat Bestechung keinen Platz. Denn wir stehen für Korrektheit, Ehrlichkeit und Transparenz. Und um diese weiße Weste zu bewahren, gibt es ein einfaches Mittel: Bleib sauber und gib Bacillus Bestechus keine Chance! Erste Hilfe bietet Compliance unter 0800 20 22 24 oder compliance.helpdesk@post.at

BLEIB SAUBER. COMPLIANCE. 

**ZUTRITT VERBOTEN
FÜR DIE BACTERIA
TRATSCHEPHILA.**



Bei der Post wird höchste Diskretion bewahrt. Denn das Vertrauen unserer Mitarbeiter, Kunden und Aktionäre ist unser höchstes Gut. Und um diese weiße Weste zu bewahren, gibt es ein einfaches Mittel: Bleib sauber und gib Bacteria Tratschephila keine Chance! Erste Hilfe bietet Compliance unter 0800 20 22 24 oder compliance.helpdesk@post.at

BLEIB SAUBER. COMPLIANCE. 

**ZUTRITT VERBOTEN
FÜR DEN BACILLUS
SCHIMPFICUS.**



Bei der Post haben Mobbing und Intrigen keinen Platz. Denn wir pflegen eine offene Kommunikation und einen respektvollen Umgang miteinander. Und um diese weiße Weste zu bewahren, gibt es ein einfaches Mittel: Bleib sauber und gib Bacillus Schimpficus keine Chance! Erste Hilfe bietet Compliance unter 0800 20 22 24 oder compliance.helpdesk@post.at

BLEIB SAUBER. COMPLIANCE. 

**ZUTRITT VERBOTEN
FÜR DEN VIRUS
CORRUPTIONIS.**

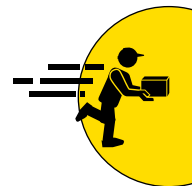


Bei der Post hat Korruption keinen Platz. Denn wir stehen für Korrektheit, Ehrlichkeit und Transparenz. Und um diese weiße Weste zu bewahren, gibt es ein einfaches Mittel: Bleib sauber und gib Virus Corruptionis keine Chance! Erste Hilfe bietet Compliance unter 0800 20 22 24 oder compliance.helpdesk@post.at

BLEIB SAUBER. COMPLIANCE. 

COMPLIANCE ALS SCHUTZSCHIRM FÜR DIE POST

Sie sehen böse aus – und sie sind es auch: Bacillus Bestechus, Bacteria Tratschephila, Bacillus Schimpficus und Virus Corruptionis. Die vier Erreger mit den lautmalerischen Namen sind die Protagonisten der postinternen Kampagne zum Thema Antikorruption und Unternehmenskultur. Die Bazillen sind Gift für das Immunsystem der Post und haben daher keinen Zutritt. Damit das so bleibt, wurde die Kampagne breit kommuniziert: Plakate, Intranet-News, Infoscreen-Meldungen, Artikel im Mitarbeitermagazin „Meine Post“ und Flyer mit entsprechenden Wohlverhaltensregeln helfen den Mitarbeitern, stets „sauber“ zu bleiben und so Ansteckung zu vermeiden. Für Fragen steht der Compliance-Helpdesk zur Verfügung.



anzupassen und konzipierte eine Richtlinie zum „Umgang mit Sponsoring und Spenden“. Die Richtlinie und darin enthaltene Prozesse wurden im Jahr 2014 konzernweit abgestimmt und im Jahr 2015 verbindlich vom Vorstand beschlossen. In der Richtlinie sind Anforderungen und Vorgehensweisen für Spenden und Sponsoring klar geregelt. Wie auch die übrigen Richtlinien basiert sie auf dem Konzernleitbild und den Werten im Verhaltens- und Ethikkodex. Die Richtlinie wurde konzernweit ausgerollt und mit den betroffenen Abteilungen besprochen. Bereits im Jahr 2015 beschloss die Post, die Richtlinie bzw. ihre Anwendbarkeit nach ca. einem Jahr zu evaluieren und allenfalls zu adaptieren.

ANTIKORRUPTION

Regeltreue und Transparenz haben für die Österreichische Post große Bedeutung. Daher stellt das Thema „Antikorruption“ wie bereits erwähnt einen Schwerpunkt des Compliance-Management-Systems des Post-Konzerns dar. Um ihre Antikorruptionsaktivitäten zu verstärken, hat die Österreichische Post im Jahr 2015 das Compliance-Management-System organisatorisch weiter ausgebaut und die Kommunikation ihrer Compliance-Agenden verstärkt und professionalisiert.

Dafür fand im Herbst 2015 bereits zum dritten Mal der International Compliance Day der Post mit allen nationalen sowie den Compliance-Beauftragten der internationalen Tochterunternehmen der Post statt. Der Schwerpunkt für die Compliance-Beauftragten lag in der Vermittlung von Schulungstechniken. Darüber hinaus gab es Fachvorträge zu den Themen „Kapitalmarktrecht“, „Antikorruption“ sowie „Etablierung von gemeinsamen ethischen Standards in einem Konzern“.

Lag 2014 der Fokus auf der Evaluierung des Compliance-Management-Systems, wurde im

Jahr 2015 zielstrebig an der Umsetzung der entsprechenden Ergebnisse gearbeitet. Die Konzernrichtlinie zur „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ wurde 2015 erneut überarbeitet und angepasst. Darüber hinaus wurde eine Konzernrichtlinie zum Umgang mit „Sponsoring und Spenden“ verabschiedet. Zusätzlich startete eine Kommunikationskampagne für Compliance-Bewusstsein. Um die Compliance-Organisation zu stärken, wurden regelmäßige Jours fixes mit den Compliance-Beauftragten im Inland etabliert sowie bereichsübergreifende Abstimmungen intensiviert. Künftig soll dieser persönliche Gesprächsansatz auch auf die ausländischen Beteiligungen ausgeweitet werden.

Untersuchungen in Bezug auf Korruptionsrisiken

Über das Konzernrisikomanagement sowie über die jährliche Compliance-Risikoanalyse der Österreichischen Post werden auch potenzielle Korruptionsrisiken erfasst.

Im Jahr 2015 wurden über das zentrale Risikomanagementsystem keine Korruptionsrisiken für Österreich gemeldet.

Auch 2015 wurde erneut eine konzernweite Compliance-Risikoanalyse durchgeführt, die alle Standorte umfasste. Thematisch wurden Risiken sowohl hinsichtlich Kapitalmarkt-Compliance als auch hinsichtlich Antikorruption analysiert. Die Ergebnisse der Analyse fließen in das Compliance-Programm für 2016 ein. Die Compliance-Risikoanalyse weist, wie das Risikomanagementsystem, darauf hin, dass keine Korruptionsproblematik besteht.

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

G4-56

G4-SO3

G4-SO4



„Compliance als Schutzschirm und Partner im Unternehmen noch weiter zu etablieren, war eines unserer Hauptanliegen im Jahr 2015.“

JUDITH PILLES, LEITUNG COMPLIANCE

G4-S04

zielgruppenorientiert regelmäßig zum Thema „Compliance-Bewusstsein“ und „Antikorruption“ in Form von Präsenztrainings sowie im Wege eines E-Learnings geschult. Darüber hinaus finden regelmäßige Kommunikations- und Informationsmaßnahmen statt, die auch mithilfe von Plakaten und Infoscreens in den Unternehmensgebäuden für Compliance sensibilisieren.

G4-57

G4-58

Anlässlich von Schulungs- und Informationsveranstaltungen werden die Mitarbeiter 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. Es wurden 237 Mitarbeiteranfragen zu den Themen Vorteilsannahme und -gewährung, Spenden und Sponsoring sowie zu den Verhaltensgrundsätzen der Post vom Compliance-Helpdesk beantwortet.

Wie bereits ausgeführt wurden im Jahr 2015 Maßnahmen umgesetzt, die aus dem Evaluierungsprozess des Compliance-Management-Systems abgeleitet worden waren. Die bestehende Richtlinie zur „Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen“ wurde vollständig überarbeitet und eine Richtlinie zum Umgang mit „Sponsoring und Spenden“ wurde neu verfasst und vom Vorstand beschlossen.

Die Mitarbeiter wurden in 77 Präsenzschulungen über die geänderten bzw. neuen Regelungen informiert.

Als weitere präventive Maßnahme wurde im Jahr 2015 die Zusammenarbeit mit dem IKS-Team intensiviert. Dabei wurden seitens Compliance die bestehenden IKS-Prozesse eingehend nach Compliance-Gesichtspunkten analysiert, mit dem Ziel, die IKS-Prozesse erforderlichenfalls zu ergänzen oder neue IKS-Prozesse zu implementieren.

Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen

G4-S05

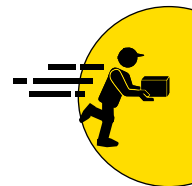
2015 haben sich in der Österreichischen Post keine Korruptionsvorfälle ereignet. Im Anlassfall werden arbeits- und disziplinarrechtliche Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2015 wurden die im Rahmen des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post eingeleiteten Maßnahmen zur Korruptionsprävention konzernweit erfolgreich weitergeführt (siehe oben).

DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT

Der Datenschutz genießt in der Österreichischen Post AG einen besonders hohen Stellenwert. Geschäftskunden überlassen der Österreichischen Post Daten zur reibungslosen Abwicklung von Transport und Zustellung. Auch die Empfänger der Sendungen stellen der Post Daten zur Verfügung. Deshalb hält sich die Post bei der Erhebung, Nutzung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten strikt an die gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzgesetzes (DSG 2000) und des Telekommunikationsgesetzes (TKG 2003).

Wegen der besonderen Bedeutung des Datenschutzes hat die Österreichische Post AG einen eigenen Datenschutzbeauftragten bestellt. Die Funktion des Datenschutzbeauftragten, die vom Datenschutzgesetz nicht zwingend vorgeschrieben wird, wurde bereits seit mehreren Jahren seitens der Post besetzt, um datenschutzrechtliche Vorgaben einzuhalten. Der Datenschutzbeauftragte im Unternehmen garantiert eine schnellstmögliche, zuverlässige Abklärung von Fragen zum Datenschutz.

Das Jahr 2015 war in datenschutzrechtlicher Hinsicht geprägt von den Verhandlungen zur EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO). EU-Kommission, EU-Parlament und Rat einigten sich Mitte Dezember 2015 auf die neue EU-DSGVO. Sie soll die EU-Datenschutzrichtlinie von 1995 ablösen und ab dem Jahr 2018 in allen EU Mitgliedstaaten direkt anwendbar sein. Für die Österreichische Post AG bedeutet dies, in den kommenden zwei Jahren die Datenverarbeitungsprozesse den neuen Regelungen der EU-DSGVO anzupassen. Für die Österreichische Post AG ist Informations- und Datensicherheit ein äußerst wichtiges Thema. Aufgrund der technischen Entwicklungen sowie des großen Datenbestands setzt die Österreichische Post umfangreiche Maßnahmen ein, um die Vertraulichkeit sowie die Integrität von Kunden- und Unternehmensdaten wie auch die Integrität und Verfügbarkeit der von der Post betriebenen IT-Systeme zu gewährleisten. Zum Schutz der Informationen und digitalen Daten ist ein eigenes Team in der Konzernsicherheit der Post eingerichtet.



TRANSPARENZ ÜBER LOBBYING- UND INTERESSENVERTRETUNG

Laut dem per 1.1.2013 in Kraft getretenen Lobbying- und Interessenvertretungs-Transparenz-Gesetz (kurz LobbyG) besteht eine Registrierungs- und Offenlegungspflicht für Unternehmen und Mitarbeiter, die ihre Interessen gegenüber der Politik vertreten bzw. vertreten lassen.

Die von der Österreichischen Post vertretenen Interessen beziehen sich vor allem auf die Leistungserbringung und deren Voraussetzungen; d. h., die Post setzt sich dafür ein, dass die politischen Rahmenbedingungen sowohl mit den Anforderungen an die Post als auch mit den Bedürfnissen der Kunden im Einklang stehen. Die Post hat aber auch Interesse an Gesetzen und Entscheidungen bezüglich E-Government, Paketzustellung, Postregulierung und Transport.

Die Interessen der Österreichischen Post werden einerseits durch firmenzugehörige Mitarbeiter vertreten, andererseits aber auch durch Mitgliedschaften bei Verbänden (wie

z. B. bei der PostEurop, der WKO, der Industriellenvereinigung oder beim Österreichischen Handelsverband) bzw. über Beratungsfirmen (wie z. B. pantarhei advisors Europe), welche relevante politische Entwicklungen auf nationaler und EU-Ebene beobachten und an die Post berichten.

Alle relevanten Informationen über die Lobbying-Aktivitäten der Post, wie z. B. die Namen der Unternehmenslobbyisten, der Umstand, dass der Lobbying-Aufwand der Post mehr als 100.000 Euro/Jahr beträgt oder die Lobbying-Position der Post, sind öffentlich zugänglich.

Die Österreichische Post ist nicht nur im Lobbying- und Interessenvertretungsregister des Bundesministeriums für Justiz (www.lobbyreg.justiz.gv.at; Registrierungsnummer LIVR-00196) eingetragen, sondern seit November 2014 auch im freiwilligen EU-Transparenzregister.



<http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=726916114945-91&locale=en&indexation=true>

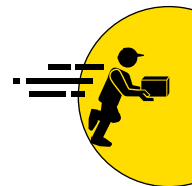
COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEM





Einmal jährlich
lädt die Post
zum Stakeholder
Round Table.

STAKEHOLDERSTRATEGIE: IM MITTELPUNKT DES INTERESSES



Ziel des Stakeholder-Managements der Post ist es, einerseits die interessierten Kreise rund um die Post besser kennenzulernen und auf sie einzugehen und andererseits die bereits sehr gute und offene Beziehung zu den Interessengruppen zu pflegen und weiter auszubauen. Doch die Stakeholder spielen auch eine eminent wichtige Rolle für die Strategie der Österreichischen Post. Durch einen breit angelegten Dialog diskutiert und entwickelt die Post mit allen ihren Interessengruppen strategische Ziele, Maßnahmen und deren Umsetzung. Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Österreichischen Post orientieren sich daher stark an den Ansprüchen und Erwartungen ihrer Stakeholder.

Der Stakeholderbegriff als solcher ist im Unternehmen sehr breit gefasst, da die Österreichische Post als einer der größten Arbeitgeber des Landes und als Universalanbieter für Postdienstleistungen sehr hohe gesellschaftliche Bedeutung genießt.

Die für die Österreichische Post relevanten Stakeholdergruppen wurden im Jahr 2014 evaluiert und in Anlehnung an die ONR 192500, die zertifizierbare 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.

Unterschiedliche Interessengruppen haben unterschiedliche Erwartungen an die Österreichische Post. Mit dieser Analyse und Clusterung kann die Post ganz spezifisch auf die Anforderungen der jeweiligen Interessengruppe eingehen.

Die Stakeholder setzen sich aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen zusammen und werden auf mehrfache Weise miteinbezogen. Zum Ersten durch die gleichsam natürliche Schnittstelle eines Dienstleistungsunternehmens, den direkten Kundenkontakt der Post-Mitarbeiter. Die zu den vier Schwerpunktbereichen der Post (Mitarbeiter, Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft) eigens eingerichteten Nachhaltigkeitsarbeitsgruppen setzen sich aus Mitarbeitern unterschiedlichster Abteilungen zusammen. Sie alle stehen im laufenden direkten Kontakt mit ihren jeweiligen Stakeholdergruppen. Die in diesem direkten Kontakt geäußerten Wünsche und Anforderungen der einzelnen Stakeholdergruppen werden in den jeweiligen Arbeitsgruppen behandelt, welche mindestens einmal jährlich zusammenkommen.

Zum Zweiten beim jährlichen Stakeholder Round Table der Post. So gut wie jeder Österreicher ist Kunde der Österreichischen Post. Und so vielfältig wie die österreichische Bevölkerung, so breit gefächert sind die Erwartungen an das Unternehmen. Um diese kennenzulernen, lädt die Post ihre Stakeholder einmal im Jahr zu einem Round Table. Kunden, Mitarbeiter, NGOs, Interessenvertreter, Bürgermeister und Kleinanleger teilen der Österreichischen Post mit, was in ihrer Wahrnehmung wichtig ist und was sie sich von der Post wünschen.

Die laufende Kommunikation mit den unterschiedlichen Stakeholdergruppen ist für die Österreichische Post enorm wichtig, um die Nachhaltigkeitsstrategie Schritt für Schritt weiterentwickeln zu können. ▶

G4-26

G4-24

G4-25



G4-24

Bei der Organisation des Stakeholder Round Tables achtet die Post darauf, dass die Teilnehmer hinsichtlich der verschiedenen Stakeholdergruppen und der Geschlechter ausgewogen vertreten sind. Alle Stakeholdergruppen müssen anwesend und dürfen weder unter- noch überrepräsentiert sein. Dadurch treffen in den einzelnen Diskussionsgruppen Stakeholder mit unterschiedlichen Hintergründen und Interessen aufeinander, nur so entsteht ein lebhafter Austausch, von dem sowohl die Österreichische Post als auch die Stakeholder profitieren.

Darüber hinaus gibt es noch eine Reihe **weiterer Möglichkeiten** für (einzelne) Stakeholdergruppen, sich mitzuteilen, auszutauschen oder einzubringen, die hier nur übersichtsweise wiedergegeben werden sollen:

G4-26

- Mitarbeiterbefragung (alle zwei Jahre)
- Kundendienst für Privatkunden (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Kundenservice für Geschäftskunden (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Kundenbefragung (vierteljährlich)
- Investor-Relations-Abteilung (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Compliance-Hotline (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Ombudsmann für Mitarbeiter (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Hauptversammlung für Aktionäre (einmal jährlich)
- Eigene E-Mail-Adresse für Fragen zum Thema Nachhaltigkeit (csr@post.at)

SEHR WICHTIGE THEMEN

Im Jahr 2011 wurden in den einzelnen Arbeitsgruppen zu den jeweiligen Themenbereichen jeweils drei Hauptziele und damit die mittelfristige generelle Ausrichtung der Post bestimmt (siehe dazu auch die Ziele- und Themenmatrix auf Seite 112 sowie die Kapitel Key Facts in den Kapiteln Wirtschaft ab Seite 40, Umwelt ab Seite 50, Mitarbeiter ab Seite 64 und Gesellschaft ab Seite 82).

Außerdem werden jährlich Subziele definiert und verfolgt. Diese werden ebenfalls von den einzelnen Arbeitsgruppen ausgearbeitet und bauen auf die im Vorfeld mit den Stakeholdern ausgearbeiteten wesentlichen Themen auf.

2014 wurden die Stakeholder im Rahmen des Stakeholder Round Tables gebeten, in sechs Gruppen zu je einem Themenfeld über die von der Post im Vorfeld identifizierten wesentlichen Themen zu diskutieren und diese gegebenenfalls abzuändern bzw. zu erweitern.

In weiterer Folge wurden die Ergebnisse der einzelnen Gruppen (Themenfelder) vor allen anwesenden Stakeholdern präsentiert, anschließend konnten sie elektronisch über die Wichtigkeit der jeweiligen Themen abstimmen. Im Anschluss an den Stakeholder Round Table wurde das Top-Management gebeten, seine Wertungen zu denselben Themen abzugeben.

Die Ergebnisse der beiden Abstimmungen wurden in einer Wesentlichkeitsmatrix verankert.

Als wesentliche Themen der Post werden vor allem jene im rechten oberen Drittel der Wesentlichkeitsmatrix gesehen (siehe Abbildung Seite 39), also jene 13 Themen, welche sowohl von den Stakeholdern als auch vom Management der Post als wesentlich eingestuft wurden.



„Beim Stakeholder Round Table der Post schätze ich den vertrauensvollen Dialog und die kreative und produktive Atmosphäre.“

ALFRED W. STRIGL, GESCHÄFTSFÜHRER PLENUM,
VORSTAND ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



STAKEHOLDER ROUND TABLE 2016 DER ÖSTERREICHISCHEN POST



Intensive Diskussionen
und eine offene und
produktive Atmosphäre
beim Round Table der
Post.

Am 23. Juni 2016 lud die Post zum bereits sechsten Stakeholder Round Table und diskutierte mit rund 40 Stakeholdern über die Nachhaltigkeitsstrategie.

Auf dem Round Table 2016 wurden von den Stakeholdern zum Ersten die von der Post vorgeschlagenen Nachhaltigkeitsmaßnahmen bewertet. Diese Maßnahmen waren auch auf Basis der Stakeholder Round Tables der letzten beiden Jahre erarbeitet worden. Zum Zweiten konnten die Stakeholder Fragen und Bedenken äußern, die wiederum in neue Maßnahmen einfließen werden. In Kleingruppen wurde intensiv über unterschiedliche Themengebiete wie Kunden, Innovation, Gesellschaft, Mitarbeiter, Wirtschaft, Versorgungssicherheit und Umwelt diskutiert. Innerhalb dieser Kleingruppen wurden neue Maßnahmen erarbeitet und anschließend gemeinsam mit den bereits bestehenden Maßnahmen bewertet. Die Top-5-Maßnahmen der Kleingruppen schafften es dann in die Zielgerade für das Gesamtranking, bei dem alle Top-5-Maßnahmen der unterschiedlichen Themengebiete interaktiv von allen Stakeholdern gereiht wurden.

Das Highlight des Round Tables war demnach die elektronische TED-Abstimmung der Top 5. Jeder Stakeholder hatte die Möglichkeit, jede einzelne Maßnahme auf einer Skala von 1 bis 6 zu bewerten. Im Anschluss gab es dann eine durchaus spannende Präsentation der Abstimmung.

Den Teilnehmern waren vor allem Maßnahmen aus dem Mitarbeiterbereich wichtig. Die Wertschätzung und Motivation der Mitarbeiter, die Weiterentwicklung der Führungskultur und die

Orientierung am Leitbild halten die Stakeholder für entscheidend für eine wesentliche Weiterentwicklung im Bereich Mitarbeiter.

Auch die Versorgungssicherheit ist für die Stakeholder von großer Bedeutung. Sie waren sich einig, dass insbesondere bei wichtigen Dokumenten die physische Zustellung beibehalten werden soll.

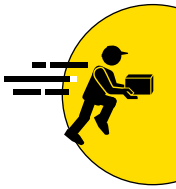
Maßnahmen aus dem Wirtschaftsbereich waren im Gesamtranking breit gestreut; als besonders wichtig wurde eine verstärkte Akquisition am österreichischen Markt empfunden.

Auch Maßnahmen aus dem Kundenbereich und Umweltschutzmaßnahmen wurden als wichtig bewertet und liegen im Gesamtranking im vorderen Drittel, wobei die Stakeholder eine noch stärkere Kundenorientierung anregten. Auch die Ausweitung des Umweltmanagementsystems und der nachhaltigen Lieferkette, die Forcierung der E-Mobilität und die Intensivierung der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT wurden von den Stakeholdern als wichtig empfunden. Gesellschaftliche Themen und Maßnahmen wurden hingegen von den Teilnehmern im Vergleich zu den anderen Themengebieten als weniger relevant erachtet. Trotzdem waren die Stakeholder der Meinung, gesellschaftliches Engagement, etwa bei Projekten wie der „Wunderküte“, solle sichtbarer sein.

Für die Post war es auch im Jahr 2016 wieder überaus interessant, Meinungen und Ansprüche der Stakeholder zu erfahren und gemeinsam mit Vertretern aller relevanten Interessengruppen zu diskutieren. Die wichtigen Anknüpfungspunkte helfen der Österreichischen Post, sich nachhaltig weiterzuentwickeln.

THEMEN, DIE DIE POST BEWEGEN

Sehr wichtige Themen der Post:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kundenzufriedenheit sicherstellen 2. Serviceorientiert handeln 3. Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten 4. Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten 5. Zeitgemäße Sicht auf Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen 6. Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren 7. Versorgungssicherheit gewährleisten 8. Ethisches Verhalten einfordern 9. Wachstum und Wertschöpfung schaffen 10. Produktinnovationen schaffen 11. Marktentwicklung und Wettbewerb beobachten 12. Modernisierung und Innovation vorantreiben 13. Unternehmenskultur entwickeln
Weitere wichtige Themen:	<ol style="list-style-type: none"> 14. Energie sparen 15. Abfall vermeiden bzw. nutzen 16. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sicherstellen 17. Beschaffung optimieren – Green Procurement 18. Aus- und Weiterbildung anbieten 19. Vielfalt und Chancengleichheit schaffen 20. Universaldienst weiterentwickeln 21. Kosteneffizienz vorantreiben und Ergebnis verbessern 22. Nachhaltige Dividendenpolitik verfolgen 23. Eventuelle Privatisierungsschritte mitgestalten 24. Gesellschaftliches Engagement & Sponsoring 25. Volkswirtschaft stärken
Die wichtigsten Themen aus Sicht des Unternehmens:	<ul style="list-style-type: none"> • Kundenzufriedenheit sicherstellen • Serviceorientiert handeln • Wachstum und Wertschöpfung generieren
Die wichtigsten Themen aus Sicht der Kunden:	<ul style="list-style-type: none"> • Serviceorientiert handeln • Zeitgemäße Sicht auf den Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen
Die wichtigsten Themen aus Sicht der Geschäftspartner:	<ul style="list-style-type: none"> • Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten • Ethisches Verhalten einfordern • Kundenzufriedenheit sicherstellen • Wachstum und Wertschöpfung generieren
Die wichtigsten Themen für NGOs:	<ul style="list-style-type: none"> • Energie einsparen • Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren
Die wichtigsten Themen für die Stakeholdergruppe Regierung:	<ul style="list-style-type: none"> • Versorgungssicherheit gewährleisten • Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten • Serviceorientiert handeln • Zeitgemäße Sicht auf den Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen



WESENTLICHKEITSMATRIX DER ÖSTERREICHISCHEN POST

UMWELT

Emissionen vermeiden
und Transport ökologisieren

Energie sparen

Abfall vermeiden bzw. nutzen

Beschaffung optimieren

GESELLSCHAFT

Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring

Regionale Infrastruktur zur
Versorgungssicherheit gewährleisten

Datenschutz und Datensicherheit gewährleisten

Zeitgemäße Sicht auf Kundennutzen in
regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen

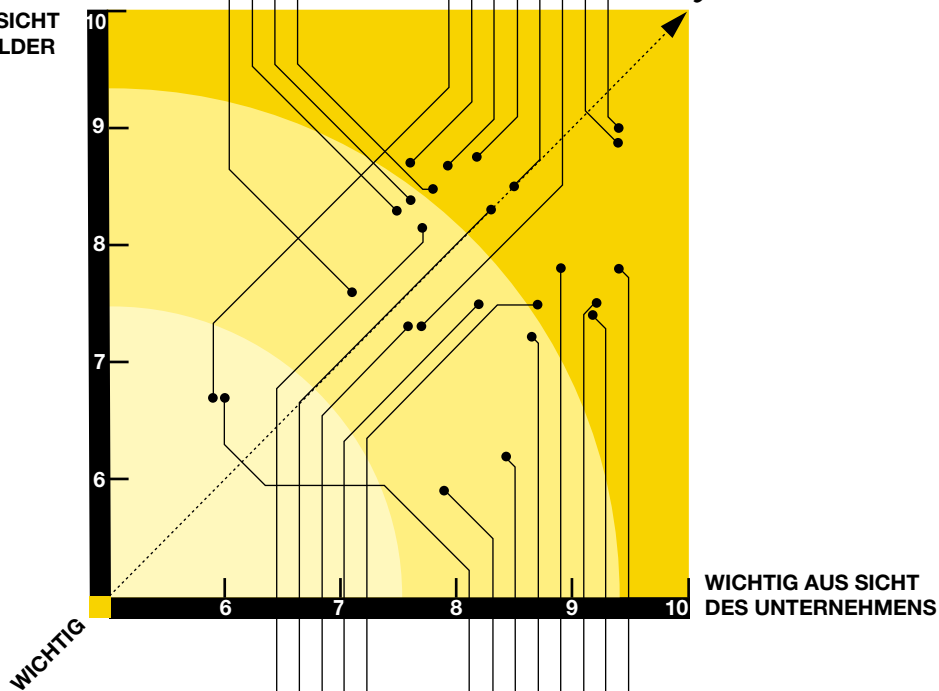
Versorgungssicherheit gewährleisten

Universaldienst weiterentwickeln

Serviceorientiert handeln

Kundenzufriedenheit sicherstellen

WICHTIG AUS SICHT
DER STAKEHOLDER



MITARBEITER

Arbeitssicherheit und
Gesundheitsschutz sicherstellen

Ethisches Verhalten einfordern

Vielfalt und Chancengleichheit schaffen

Aus- und Weiterbildung anbieten

Unternehmenskultur entwickeln

WIRTSCHAFT

Marktentwicklung und
Wettbewerb beobachten

Modernisierung und
Innovation vorantreiben

Wachstum und Wertschöpfung generieren

Produktinnovationen schaffen

Kosteneffizienz vorantreiben
und Ergebnis verbessern

Nachhaltige Dividendenpolitik verfolgen

Eventuelle Privatisierungsschritte mitgestalten

Volkswirtschaft stärken



**DAS GESCHÄFT MIT PAKETEN
IST EINER DER WICHTIGSTEN
WACHSTUMSTREIBER DER POST.**



WIRTSCHAFT – NACHHALTIG ERFOLGREICHER

Weil das Volumen bei adressierten Briefen aufgrund der E-Substitution stetig sinkt, setzt die Österreichische Post auf Wachstumstreiber in anderen Geschäftsfeldern. Das zunehmende Paketgeschäft und neue Serviceangebote sollen in den nächsten Jahren zu einer soliden Umsatzentwicklung führen.

Für ihre Eigentümer verfolgt die Post eine attraktive Dividendenpolitik. Und damit sie auch künftig erfolgreich ist, investiert sie laufend in den Ausbau und die Modernisierung von Infrastruktur und Arbeitsprozessen.



Wichtig für die
Eigentümer der Post:
eine attraktive
Dividendenpolitik

DMA-EC

DIE HERAUSFORDERUNG: WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG IN EINEM DIFFIZILEN UMFELD



Priorität Nummer 1 im Management der Österreichischen Post ist die nachhaltig erfolgreiche Führung, um langfristig zu wachsen und so die Marktführerschaft weiter auszubauen. Schließlich kann nur ein erfolgreiches Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und einen angemessenen Beitrag leisten, um soziale und ökologische Bedürfnisse zu erfüllen. Gleichzeitig wirken wirtschaftliche Entwicklungen auf die Österreichische Post. Neben Konjunktur- und Marktentwicklungen, Faktorkostensteigerungen und Personalkostenentwicklungen zählen regulatorische Rahmenbedingungen zu den externen Einfluss- und Erfolgsfaktoren, mit denen sich die Post kurz- und langfristig auseinandersetzen muss. Und das ist nicht alles, denn zusätzlich ist die Österreichische Post mit folgenden wirtschaftlich relevanten Megatrends konfrontiert:

- E-Substitution – Druck auf das Kerngeschäft
- Finanzkrisen – Auswirkungen auf Aktienkurs und Ethik-Rankings
- Steigende Arbeitslosigkeit – unsichere Zukunftserwartungen
- Geopolitische Spannungen – politische und wirtschaftliche Unsicherheiten
- Klimaschutz/Klimapolitik – Emissionshandel, schwankende Treibstoffkosten

WELCHE MEGATRENDS DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH WIRTSCHAFT BEEINFLUSSEN

INFOLGE VON WIRTSCHAFTLICHEN, POLITISCHEN UND ÖKOLOGISCHEN KRISEN NIMMT DIE UNSICHERHEIT WELTWEIT ZU. GLEICHZEITIG MUSS DIE POST IHR KERNGESCHÄFT VERTEIDIGEN.

■ E-SUBSTITUTION

Kommunikation wird digitaler. Die Einnahmenverluste im Briefgeschäft muss die Post mit neuen, lukrativen Einkommensquellen ausgleichen.

■ FINANZKRISEN

Infolge von Finanzkrisen reagieren die Börsenmärkte wesentlich volatil. Auch ethische Kriterien entscheiden zunehmend über das Auf und Ab des Aktienkurses – und damit über das entsprechende Auftreten der Post.

■ STEIGENDE ARBEITSLOSIGKEIT

Die zunehmende Arbeitslosigkeit und ein generell stärker von Unsicherheit geprägtes Umfeld sorgen für Konsumzurückhaltung.

■ GEOPOLITISCHE SPANNUNGEN

Zunehmende geopolitische Spannungen erhöhen die Unsicherheit und erschweren die Planbarkeit von langfristigen Investitionen.

■ KLIMASCHUTZ/KLIMAPOLITIK

Die politischen Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels können das Geschäft von Logistikern wie der Post erschweren und verteuern.

Diese Entwicklungen stellen die Österreichische Post vor große Herausforderungen. Aber sie schaffen auch Chancen. Um diese zu nutzen, hat der Post-Konzern in einem breit angelegten Strategieprozess seine Ziele und strategischen Maßnahmen klar festgelegt und folgende wirtschaftlich-strategische Stoßrichtungen definiert: Als unangefochtener Marktführer verteidigt die Post ihre Marktführerschaft beharrlich. Sie will profitabel in den von ihr definierten Märkten wachsen. Dazu muss sie ihre Kostenstruktur weiter flexibilisieren und dadurch effizienter werden. Und sie muss sich konsequent an ihren Kunden orientieren und stets innovativ bleiben. Nur so wird die Post nachhaltig wirtschaftlich erfolgreich agieren können. ►



Durch Wachstum
zu nachhaltigen
Werten – auch
für kommende
Generationen.

DIE ANTWORT: IM WANDEL NACHHALTIG WERTE SCHAFFEN



GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (IN MIO EUR)	2013	2014	2015
Umsatzerlöse	1.668,7	1.659,8	1.700,7
Aktivierete Eigenleistung	0,6	0,9	0,6
Sonstige betriebliche Erträge	133,4	87,8	98,5
Materialaufwand und Aufwand für bezogene Leistungen	-315,0	-309,2	-323,2
Personalaufwand	-953,9	-993,4	-962,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-228,8	-218,6	-244,7
Beteiligungsergebnis	-24,5	-27,1	-128,4 ¹⁾
Abschreibungen	-59,4	-62,9	-59,9
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	221,1	137,4	81,0
Sonstiges Finanzergebnis	-5,5	3,4	6,4
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	215,6	140,8	87,4
Steuern	-38,7	-46,1	-46,3
Jahresüberschuss	176,9	107,8	41,0

1) Inkludiert außerplanmäßige Abschreibungen im Zusammenhang mit der trans-o-flex-Gruppe Deutschland sowie Beteiligungen in Zentral- und Südosteuropa.

G4-EC1

Aus Sicht der Stakeholder passt die wirtschaftlich-strategische Ausrichtung der Post perfekt. Auch diese fordern, dass die Post nachhaltig wächst und damit Werte schafft – nicht zuletzt für die Anteilseigner. Dass sie sich konsequent erneuert und Neues hervorbringt. Kurz zusammengefasst sind die wesentlichen Themen der Stakeholder¹ diese:

- Wachstum und Wertschöpfung
- Attraktive Dividendenpolitik
- Modernisierung und Innovation

NACHHALTIGE WERTE: WACHSTUM UND WERTSCHÖPFUNG

Wer nachhaltige Werte schaffen will, muss solide und profitabel wirtschaften. Das Ziel eine EBITDA-Marge von um die 12% zu erreichen, konnte in den letzten Jahren stets erreicht werden. Für 2016 wird eine stabile operative Ergebnisentwicklung angepeilt, getragen von den bestehenden Umsatzrends, innovativen neuen Geschäftsideen und der Umsetzung der geplanten Effizienzprogramme.

Die Gewinn- und Verlustrechnung der Österreichischen Post (Einzelabschluss nach österreichischem UGB) zeigt für 2015 folgendes Bild:

Der **Umsatz** der Österreichischen Post AG erhöhte sich 2015 im Vergleich zum Vorjahr

um 2,5% auf 1.700,7 Mio EUR. Sofort ins Auge springt die hohe Bedeutung der Division Brief, Werbepost & Filialen in der Umsatzverteilung, auf die 81,8% vom Gesamtumsatz entfallen. Die Division Paket & Logistik trug 18,2% zum Umsatz bei.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** sind gegenüber dem Vorjahr um 12,2% auf 98,5 Mio EUR gestiegen. In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind im Jahr 2015 gutgeschriebene Rückforderungsansprüche aus in Vorperioden bezahlten Beiträgen aus der Gehaltsabrechnung der Beamten in Höhe von 28,2 Mio EUR enthalten. Im Gegenzug bestehen Verpflichtungen für etwaige Ersatzleistungen in Höhe von 5,2 Mio EUR, die in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten sind. Im Vorjahr war in dieser Position die Neubewertung der Liegenschaft Neutorgasse 7 zum Verkehrswert in Höhe von 12,8 Mio EUR im Zusammenhang mit der Einlage in eine eigene Gesellschaft enthalten.

Der **Aufwand für Material und bezogene Leistungen** ist gegenüber dem Vorjahr um 4,6% auf 323,2 Mio EUR gestiegen. Der **Personalaufwand** ist mit einem Anteil von 56,6% an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post AG und ist im Berichtszeitraum um 3,1% auf 962,4 Mio EUR gesunken.

Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** erhöhten sich um 12,0% auf 244,7 Mio EUR.

Das **Beteiligungsergebnis** reduzierte sich auf minus 128,4 Mio EUR. Verantwortlich dafür waren die außerplanmäßigen Abschreibungen bei der trans-o-flex-Gruppe Deutschland und den zentral- und südosteuropäischen Beteiligungen. ▶

1) Detaillierter siehe „Facts & Figures“ ab Seite 96. Zu den Themen „Marktentwicklung und Wettbewerb beobachten“ sowie „Eventuelle Privatisierungsschritte mitgestalten“ können keine entsprechenden Kennzahlen gebildet werden, daher wurden sie für die Berichterstattung aus dem Fokus genommen. Die Themen „Kosteneffizienz vorantreiben und Ergebnis verbessern“ sowie „Volkswirtschaft stärken“ kommen in den Kennzahlen zum Thema „Wachstum und Wertschöpfung schaffen“ zum Ausdruck.

Die **Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen** der Österreichischen Post AG sind 2015 um 4,8% auf 59,9 Mio EUR gesunken.

Das **Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit** (EBIT) der Österreichischen Post AG reduzierte sich 2015 auf 81,0 Mio EUR. Das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** (EGT) betrug im Geschäftsjahr 2015 87,4 Mio EUR. Nach Abzug von Steuern im Ausmaß von 46,3 Mio EUR ergibt sich ein **Jahresüberschuss** in Höhe von 41,0 Mio EUR. Nach der Auflösung von Rücklagen sowie des Gewinnvortrags betrug der **Bilanzgewinn** 133,0 Mio EUR.

Die Konzern-Gewinn- und -Verlustrechnung finden Sie im Geschäftsbericht 2015 (Teil 2, Finanzbericht, Seite 58).

G4-EC4

Wertschöpfungsbetrachtung

Die Österreichische Post verfolgt das Ziel, eine nachhaltige Wertschöpfung für ihre Stakeholder und damit für die Republik Österreich zu generieren.

Die Wertschöpfung der Post setzte sich im Jahr 2015 wie folgt zusammen und wurde auf folgende Stakeholdergruppen verteilt (Einzelabschluss nach österreichischem UGB):

Dem von der Österreichischen Post im Jahr 2015 erwirtschafteten Umsatz von 1.799,7 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 621,1 Mio EUR gegenüber.

Daraus ergibt sich eine **Wertschöpfung** der Österreichischen Post von 1.178,7 Mio EUR, die sich zum Großteil auf die Mitarbeiter verteilte:

einerseits direkt in Form von Gehältern und Löhnen und andererseits indirekt durch den damit verbundenen Sozialaufwand. Insgesamt entfielen damit auf die Mitarbeiter 962,4 Mio EUR.

Zahlungen der Österreichischen Post an den Staat

Der Staat Österreich ist als Mehrheitsaktionär über die ÖBIB (Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH), vormals ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG), mit 52,8% an der Österreichischen Post beteiligt und erhielt somit 2015 69,6 Mio EUR an Dividende ausbezahlt (52,8% von 131,7 Mio EUR). In Form von Steuern und Abgaben flossen zusätzlich 53,2 Mio EUR an den Staat.

Zahlungen vom Staat an die Österreichische Post

An staatlichen Geldern kommen der Post Fördergelder im Rahmen von einzelnen Projekten zu. So hat die Post beispielsweise mit dem Klima- und Energiefonds der Bundesregierung und dem „klima:aktiv mobil“-Programm des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Partner gefunden, die das Unternehmen im Rahmen der Modellregion E-Mobility Post sowohl mit Förderungen als auch mit Know-how beim Vorhaben, die E-Flotte weiter auszubauen, unterstützen. Bei der Österreichischen Post wird derzeit an der Umsetzung eines Fördermanagements gearbeitet.

WERTSCHÖPFUNGSBETRACHTUNG (IN MIO EUR)	2013	2014	2015
Entstehung:			
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.802,2	1.748,5	1.799,7
abzgl. Vorleistungen	-597,4	-584,1	-621,1
davon Material und bezogene Leistungen	-315,0	-309,2	-323,2
davon Abschreibungen	-59,4	-62,9	-59,9
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-222,9	-212,0	-237,9
Wertschöpfung	1.204,8	1.164,3	1.178,7
Verteilung:			
an Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Sozialaufwand)	953,9	993,4	962,4
an Aktionäre (Dividende)	128,4	131,7	131,7
an den Staat (Steuern und Abgaben)	44,6	52,6	53,2
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	2,2	0,7	0,4
Restbetrag	75,8	-14,1	31,0
Wertschöpfung	1.204,8	1.164,3	1.178,7



WERTE SCHAFFEN:

ATTRAKTIVE DIVIDENDENPOLITIK

Eine attraktive Dividendenpolitik ist nicht nur ein wesentlicher Eckpfeiler der Investment Story, sondern Fundament der gesamten Unternehmensphilosophie. Mindestens 75% des Nettoergebnisses sollen jährlich an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Ein Gewinn für Anleger – und eine Dividende, die langfristig im Einklang mit dem operativen Konzernergebnis steht.

Mit einer Ausschüttung von 1,95 EUR pro Aktie wurde die attraktive Dividendenpolitik auch im Geschäftsjahr 2015 fortgesetzt. Insgesamt wurden 131,7 Mio EUR an Dividende an die Aktionäre ausgeschüttet. Die Dividendenpolitik der Post beruht auf einem soliden Geschäftsmodell und einem starken operativen Cashflow. So konnte die Post im Jahr 2015 ihr operatives Ergebnis weiter verbessern, zudem lag der Free Cashflow trotz eines umfangreichen Investitionsprogramms auf hohem Niveau und bildet damit auch weiterhin eine solide Basis für die künftige Investitions- und Dividendenfähigkeit.

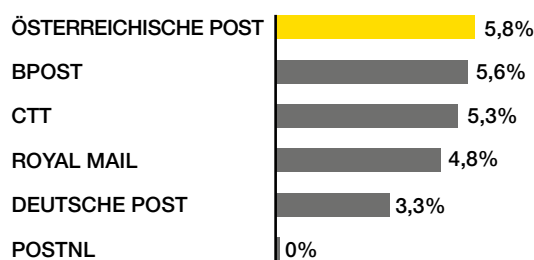
Mit einer Dividendenrendite von 5,8% mit Ende des Jahres 2015 zählt die Post sowohl in Österreich als auch international zu den attraktivsten Dividentiteln. Und das bereits seit einigen Jahren – ein Beleg dafür, dass die Dividendenpolitik des Unternehmens nachhaltig ist. Den Ausschüttungen zugrunde liegen nicht kurzfristig erwirtschaftete Gewinne, sondern ein solides Geschäftsmodell, das durch laufende Infrastrukturinvestitionen nachhaltig aufgestellt und damit für zukünftige Herausforderungen gerüstet ist.

STETER WANDEL: MODERNISIERUNG UND INNOVATION

Nachhaltiger Erfolg verlangt ständige Modernisierung und Innovation vom Unternehmen Post. Dies erfordert Investitionen. Der Österreichische Post Konzern setzt dabei auf State-of-the-Art-Technologien und investiert jährlich 70–80 Mio EUR in die Verbesserung und den Ausbau seiner operativen Infrastruktur.

Dabei beschränken sich die Investitionen und Innovationen nicht auf Sachanlagen, sondern verbessern auch die Art des Arbeitens selbst. Moderne und zeitgemäße Arbeitsmodelle in den tagtäglichen Prozessen garantieren auch in

DIVIDENDENRENDITE PER 31.12.2015



Quelle: Bloomberg

Zukunft Effizienz, Wirtschaftlichkeit und damit letztlich zufriedene Kunden. Denn nur mit modernster Technik und effizienten Prozessen sind alle Arbeitsabläufe im Unternehmen optimal auf die Servicequalität in allen Produkt- und Leistungsbereichen ausgelegt, welche Kunden erwarten.

Im Geschäftsjahr 2015 wurden insgesamt 91,4 Mio EUR in eine zeitgemäße, effiziente und kundenorientierte Post investiert.

Dazu gehört das Investitionsprogramm zur Modernisierung der Sortieranlagen und der Fördertechnik, das auch im Jahr 2015 fortgesetzt wurde. Diese Investitionen dienen der Effizienz- und Produktivitätssteigerung und sind notwendig, um die hohen Qualitätsanforderungen des Universaldienstes (Zustellung von mindestens 95% aller Briefe am nächsten Werktag bzw. von mindestens 90% aller Pakete innerhalb von zwei Werktagen) innerhalb Österreichs zu erfüllen.

Einen weiteren bedeutenden Anteil des jährlichen Investitionsvolumens machen die Ersatzinvestitionen im Bereich Fuhrpark (vor allem in neue umweltfreundliche Elektrofahrzeuge) sowie die Investitionen in neue Betriebs- und Geschäftsausstattung/Hardware aus. Über den Fuhrpark und den Ausbau der Elektromobilität wird im Schwerpunkt Umwelt ab Seite 50 berichtet.

Im Filialnetz wurden die Standorte weiter modernisiert und es wurde in neue Selbstbedienungslösungen investiert. Schließlich kommt es den Kunden direkt zugute – wenn das Unternehmen die Zeichen der Zeit erkennt und nachhaltig Werte schafft. ■

G4-EC7

Die Österreichische Post investiert laufend in die Modernisierung der Sortieranlagen und der Fördertechnik.



WIRTSCHAFT: KEY FACTS

Die Ziele der Österreichischen Post wurden für den gesamten Konzern definiert und beziehen sich daher auch hinsichtlich der Zielerreichung auf Konzerndaten. Für 2015 lauten diese:

Solides Geschäftsmodell mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 1–2% pro Jahr

Ziel des Österreichischen Post Konzerns ist es, mittelfristig ein Umsatzwachstum von durchschnittlich 1–2% pro Jahr zu erreichen. Dies wurde durchschnittlich über die letzten fünf Jahre hinweg erreicht. Der Konzernumsatz der Österreichischen Post erhöhte sich im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 1,6% auf 2.401,9 Mio EUR.

Hohe Ertragskraft und solide Profitabilität




Das Konzernziel einer hohen Ertragskraft mit einer EBITDA-Marge von um die 12% wurde im Berichtsjahr erreicht. Der Österreichische Post Konzern konnte eine EBITDA-Marge in Höhe von 12,6% ausweisen.

Attraktive Dividende und nachhaltiger Total Shareholder Return

Der Österreichische Post Konzern will den Eigentümern einen nachhaltigen Total Shareholder Return (Wertsteigerung und Verzinsung des eingesetzten Kapitals) liefern, um nachhaltig Wert zu schaffen. Seit dem Börsengang 2006 hat die Österreichische Post bis Ende 2015 gemessen am Total Shareholder Return einen Wertzuwachs von 163,1% erwirtschaftet. Ein wichtiger Baustein dieses starken Total Shareholder Return ist auch die attraktive Dividendenpolitik mit einer Ausschüttung von zumindest 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre. Für das Jahr 2015 wurden 1,95 EUR je Aktie, d. h. insgesamt 131,7 Mio EUR, an Dividenden ausbezahlt und somit mehr als 75% des Nettoergebnisses an die Aktionäre ausgeschüttet.

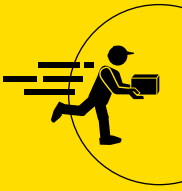


DIE POST IST IMMER IN BEWEGUNG

 ZIELE FÜR 2015	 ERREICHT IN 2015	 VORGENOMMEN FÜR 2016
Steigerung des Konzernumsatzes um 1–2% gegenüber 2014	Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen stieg der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr um 1,6% auf 2.401,9 Mio EUR, wobei in der Division Brief, Werbepost & Filialen die Umsätze in Summe um 0,9% und die Umsätze der Division Paket & Logistik um 2,9% zulegten.	Umsatz nach Abgang der deutschen Tochtergesellschaft trans-o-flex von 2,0 Mrd EUR
Nachhaltige EBITDA-Marge um die 12%	Das Konzernziel einer hohen Ertragskraft mit einer EBITDA-Marge von um die 12% wurde im Berichtsjahr erreicht. Der Österreichische Post Konzern konnte eine EBITDA-Marge in Höhe von 12,6% ausweisen.	Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung
Verbesserung des operativen Ergebnisses	Das operative Ergebnis (EBIT) der Österreichischen Post 2015 verbesserte sich vor Sondereffekten um 2,6% auf 198,0 Mio EUR.	Operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2015: 198,0 Mio EUR



**ÖKOLOGISCH UND SOZIAL – UND
DIREKT VERANTWORTLICH
FÜR DIE NACHHALTIGKEITS-
STRATEGIE DER POST: LISA PUM,
HARALD HAGENAUER, ELZBIETA
LEMANSKA, JULIA KOLLOUCH,
DANIEL-SEBASTIAN MÜHLBACH
(V.L.N.R.).**



DIE POST UND DIE UMWELT – AUS GELB WIRD GRÜN

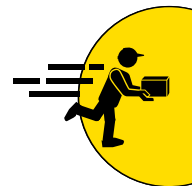
Die Österreichische Post bringt tagtäglich Sendungen zu jeder Adresse in ganz Österreich. Die Mitarbeiter der Post sind deshalb viel unterwegs: Täglich legen sie mehr als 290.000 Kilometer zurück, das entspricht sieben Erdumrundungen. Neben der Flotte benötigen auch die Gebäude der Post eine Menge Energie. In den Brief- und Paketverteilzentren, Zustellbasen, Filialen und Post Partner-Standorten werden jährlich Milliarden Sendungen gesammelt, sortiert und für die Zustellung vorbereitet. Daher unternimmt die Post große Anstrengungen, um bei ihren Aktivitäten einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck zu hinterlassen.



Im Jahr 2015 haben die Fahrzeuge der Post 125 Millionen Kilometer zurückgelegt – auch elektrisch.

DMA-EN

DIE HERAUSFORDERUNG: DEN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCK VERKLEINERN



Geht es um Umweltaspekte, ist die zentrale Herausforderung für ein Logistikunternehmen wie die Österreichische Post, klimawirksame Treibhausgase wie CO₂ so radikal wie möglich zu vermeiden. Die Post nimmt diese Herausforderung an und verkleinert ihren ökologischen Fußabdruck von Jahr zu Jahr durch konsequente Integration ihrer Umweltaktivitäten in das Kerngeschäft – ganz in Abstimmung mit den Forderungen ihrer Stakeholder.

In Umweltbelangen ist die Post mit folgenden Megatrends konfrontiert:

- Globaler Klimawandel – regionale Auswirkungen
- Lokale Immissionen – Luftverschmutzung und Lärm
- Energiewende und Folgen – erneuerbare Energien
- Ressourcenknappheit – Ressourceneffizienz
- Urbanisierung – neue Lösungsansätze Last Mile

Federführend in der internationalen Logistikbranche ist die Post bereits seit 2011 mit der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT: Jede einzelne Sendung innerhalb Österreichs – egal ob Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften oder Pakete – stellt sie seither CO₂-neutral zu.

WELCHE MEGATRENDS DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH UMWELT BEEINFLUSSEN

TRANSPORTE BELASTEN DIE UMWELT. DIE POST MUSS IHRE UMWELTAUSWIRKUNGEN STÄNDIG IM BLICK HABEN – UND SIE REDUZIEREN, WO SIE KANN.

■ GLOBALER KLIMAWANDEL

Der Klimawandel sorgt für veränderte Witterungsverhältnisse – denen die Post und ihre Mitarbeiter ganz direkt ausgesetzt sind.

■ LOKALE IMMISSIONEN

Logistische Dienstleistungen müssen punktgenau und termingerecht sein – und sie sollten möglichst wenig Belastungen verursachen.

■ ENERGIEWENDE UND FOLGEN

Die Energiewende zwingt große Logistiker wie die Post dazu, ihren ökologischen Fußabdruck konsequent zu verkleinern.

■ RESSOURCENKNAPPHEIT

Langfristig steigende Preise für Ressourcen erfordern eine ständige Auseinandersetzung damit, ob diese effizient genug eingesetzt werden.

■ URBANISIERUNG

In stetig wachsenden Städten mit immer dichteren Strukturen benötigen Postdienstleister neue Wege für den Transport von A nach B.

Die Initiative besteht aus drei aufeinander abgestimmten Modulen:

1. Effizienzsteigerungen im Fuhrpark und in den Gebäuden
2. „Grüne“ Technologien (erneuerbare Energien und E-Mobilität)
3. Kompensation der verbleibenden Emissionen

In den vergangenen Jahren konnte die Post ihre im Rahmen der Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen wie auch ihren Energieverbrauch rigoros senken. Bereits 2010 erreichte sie ihr 2007 gesetztes Ziel einer CO₂-Reduktion um 10% – zwei Jahre früher als geplant. Daher setzte sich die Post noch ambitioniertere Ziele: Von 2010 bis 2015 sollte der CO₂-Ausstoß inklusive externer Frächter (Güterverkehr und Paketzustellung) sogar um 20% sinken.

Neben umfangreichen eigenen Maßnahmen im Bereich Klimaschutz nimmt die Österreichische Post zudem aktiv an Projekten wie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC) teil, die auf die Reduktion von Treibhausgasemissionen abzielen. ►►



Die Post betreibt die größte E-Flotte des Landes – und wird auch bei konventionellen Antrieben umweltfreundlicher.

DIE ANTWORT: **UMWELTASPEKTE** **JEDERZEIT MITDENKEN**



Die Österreichische Post nimmt ihre Verantwortung als größte Logistikdienstleisterin des Landes ernst. Tagtäglich bringt sie Sendungen zu jeder Adresse in ganz Österreich. Dadurch sichert sie die postalische Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung. Die Mitarbeiter der Post sind deshalb viel unterwegs. Zu Fuß und mit dem Fahrrad, aber auch mit Mopeds, Autos und Lkw. Täglich werden mehr als 290.000 Kilometer zurückgelegt. Die Postler umrunden die Erde also siebenmal täglich. Neben der Flotte benötigen auch die Gebäude der Post eine Menge Energie. In sechs Brief- und sieben Paketverteilzentren, 264 Zustellbasen, 504 Filialen und 1.281 Post Partner-Standorten werden jährlich Milliarden Sendungen gesammelt, sortiert und für die Zustellung vorbereitet. Daher unternimmt die Post große Anstrengungen, um bei ihren Aktivitäten einen möglichst kleinen ökologischen Fußabdruck zu hinterlassen.

Die zentrale Rolle spielt dabei die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT. Im Rahmen dieser Initiative werden in einem ersten Schritt Maßnahmen für höhere Effizienz in den Kernprozessen gesetzt, etwa Gebäude und Beleuchtung energetisch optimiert und die Fahrzeugflotte kontinuierlich erneuert.

Der zweite Schritt besteht in der verstärkten Nutzung von alternativen Technologien. Bereits seit 2012 setzt die Post beim Bezug von elektrischer Energie ausschließlich auf Strom aus erneuerbaren Quellen. Zudem betreibt das Unternehmen zwei Solaranlagen.

Und schon heute ist die Post der größte E-Flotten-Betreiber des Landes – mit steigender Tendenz. Bis Ende 2016 werden mehr als 1.300 E-Fahrzeuge im Einsatz sein. Alle derzeit nicht vermeidbaren CO₂-Emissionen werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten kompensiert. Das sind keine leeren Versprechungen: Die CO₂-neutrale Zustellung aller Sendungen durch die Österreichische Post wird jährlich von TÜV Austria bestätigt.

Klima schützen: daheim und international

Nicht nur innerhalb des Unternehmens engagiert sich die Post für den Klimaschutz: Die Unterstützung von Klimaschutzprojekten in Österreich – wie etwa dem Ersatz veralteter Heizsysteme auf Basis fossiler Energieträger durch moderne Pelletsheizungen – vermeidet CO₂-Emissionen und fördert über eine hohe Umwegrentabilität zudem die regionale Wirtschaft. Auch international unterstützt die Post zahlreiche zertifizierte Klimaschutzprojekte. Da-

runter etwa die Erzeugung erneuerbarer Energie in Solaranlagen in Indien oder die Entwicklung eines günstigen und effizienten Ofens für die Bevölkerung in Kambodscha, um den Brennstoffverbrauch zu reduzieren und das Gesundheitsrisiko zu minimieren.

Die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT ist auch wesentlich für die Umweltsensibilisierung der Mitarbeiter, Kunden und anderer Stakeholdergruppen. Aus diesem Grunde wurde etwa die Website www.post.at/co2neutral überarbeitet, um eine höhere Wahrnehmung zu schaffen. Seit Anfang 2012 erhalten interessierte Geschäftskunden der Österreichischen Post jährlich ein Zertifikat, mit dem die CO₂-neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt wird. Durch die Initiative hilft die Post ihren Kunden ganz direkt, noch nachhaltiger zu wirtschaften, da sich die Klimabilanz jedes einzelnen Kunden verbessert. 2012, 2013, 2014 und 2015 wurden insgesamt rund 2.400 Zertifikate ausgestellt. Die Kunden können das Logo der Initiative auch kostenfrei nutzen und werden laufend über Neuerungen informiert.

Nicht nur extern, sondern auch intern sensibilisiert die Post laufend zum Thema Umwelt: Im Jahr 2015 wurden die Mitarbeiter über die hausinternen Infoscreens, das Intranet, das Mitarbeitermagazin sowie das Nachhaltigkeitsmagazin kontinuierlich über die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und sonstige Maßnahmen im CSR-Bereich informiert. Außerdem wurde im Jahr 2015 eine Ausgabe des Mitarbeitermagazins unter dem Titel „Wir tragen Verantwortung und helfen alle zusammen“ dem Thema CSR gewidmet und eine eigene Kolumne zum Thema „Ressourcen und Energie sparen“ eingeführt. Weitere Kommunikationsmaßnahmen zum Thema werden in Kürze folgen.

Die Umweltleistungen der Post sind wie oben erwähnt auf die wesentlichen Themen, die sich aus den Dialogen mit den Stakeholdern ergeben haben, abgestimmt. Diese lauten im Überblick¹:

- Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren
- Energie sparen
- Beschaffung optimieren – Green Procurement

Darüber hinaus arbeitet die Post an ihrem Abfallmanagement. Wie bei Logistikunternehmen üblich, fällt Abfall hauptsächlich in Form von Altpapier, Kunststoff, Altholz (Paletten) und Restmüll an. Die direkte Beeinflussung des anfallenden Abfalls durch die Post gestaltet sich ▶

1) Details siehe „Facts & Figures“ ab Seite 96.

DIE THEMEN DER POST

- Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren
- Energie sparen
- Beschaffung optimieren – Green Procurement

G4-EN23

schwierig, da dieser maßgeblich von den Kunden bzw. deren beauftragten Subunternehmen bestimmt wird. In den Büros ist es hauptsächlich Altpapier, das anfällt. Hier setzt die Post Initiativen, um den Papierverbrauch zu reduzieren. Das Unternehmen setzt darüber hinaus Maßnahmen im Bereich Abfall vermeiden bzw. nutzen – etwa eine Datenbank zur Optimierung und Qualitätssicherung des Abfallmanagements –, hat sich aber dazu entschieden, bis auf Weiteres zu diesem Thema keine österreichweiten Daten zu veröffentlichen.



SONNENENERGIE BEFLÜGELT

Seit Herbst 2013 produziert die Post eigenen Strom aus Solarenergie. Die Aufdach-Photovoltaikanlage auf dem Briefzentrum in Wien-Inzersdorf gehört mit einer Leistung von 882 Kilowatt peak (kWp) zu den größten derartigen Anlagen des Landes. Eine zweite Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 496 kWp erzeugt seit 2014 Sonnenstrom auf dem Dach des Logistikzentrums im oberösterreichischen Allhaming. Mit der aus den beiden Anlagen gewonnenen Solarenergie kann die gesamte E-Flotte der Post versorgt werden.

Einen unbeabsichtigten Nebeneffekt hat die Photovoltaikanlage auf dem Dach des Briefzentrums Wien-Inzersdorf gezeigt: Die seltene Haubenlerche hat sich auf dem begrünten Flachdach zwischen den schattenspendenden Solarmodulen eingenistet. In ganz Wien gibt es nur mehr 60 Pärchen der streng geschützten Vogelart.

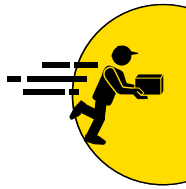
EINE GRÜNE SACHE: ÖKOLOGISCH VON A NACH B

Kurz gesagt: Die Österreichische Post gestaltet ihre Transporte so umweltfreundlich wie möglich. Rund 20% der Zustellrayone werden mit dem Fahrrad oder zu Fuß erreicht. Auch in den motorisierten Rayonen gilt es diese Potenziale nachhaltig zu erschließen. In ihrem Fuhrpark erhöht die Post daher stetig ihren Anteil von Fahrzeugen mit alternativen Antriebstechnologien und steigert die Ökoeffizienz im Transportbereich von Jahr zu Jahr.

So wird etwa die Routenplanung laufend optimiert: Leerfahrten entfallen und die Fahrzeuge werden konsequenter ausgelastet. Die moderne Fahrzeugflotte und deren regelmäßige Servicewartungen optimieren die Effizienz im Fuhrpark und helfen dabei, Emissionen zu vermeiden und den Transport weiter zu ökologisieren. Die Anzahl der Fahrzeuge der schadstoffärmsten Emissionsklasse Euro 5, Euro 5 EEV und Euro 6 ist von 4.099 (2014) auf 5.103 (2015) angestiegen.

Außerdem setzt die Post in der Zustellung zunehmend auf alternative Antriebe und hat im Jahr 2015 ihre Fahrzeugflotte im Bereich der Elektromobilität erneut 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 1.012 E-Fahrzeuge, davon 774 einspurige und Sonderfahrzeuge (Quads und Trikes) sowie 238 E-Autos. Zur Flotte zählen auch 52 Erdgasfahrzeuge. Bis Ende 2016 soll die E-Flotte auf 1.300 E-Fahrzeuge anwachsen. Darüber hinaus wird die Österreichische Post bis Ende 2016 alle Brief- und Werbesendungen an Privatkunden in Wien „grün“ bzw. CO₂-frei zustellen. Es werden dafür keine herkömmlichen Mopeds und Autos mehr eingesetzt, sondern es wird ausschließlich mit Muskelkraft oder auf Basis von elektrischer Energie zugestellt. Ende 2015 waren bereits 14 Wiener Gemeindebezirke umgestellt.

Auch im Gebäudebereich reduziert die Post konsequent Emissionen. Ein Beispiel: Im Jahr 2011 bezog die Österreichische Post erst etwa die Hälfte ihres Stromverbrauchs aus erneuerbaren Energiequellen. Danach wurde radikal ökologisiert: Seit 1.1.2012 bezieht sie ausschließlich „grünen“ Strom aus erneuerbaren Energiequellen für Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, und für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen bekannt und nachvollziehbar sind. Dieser Strombezug wird im Weiteren



FAHRZEUGE	2013	2014	2015 ¹⁾
FAHRZEUGE GESAMT ¹⁾	8.959	9.176	9.455
Fahrräder	789	914	862
davon Elektrofahräder	439	570	593
Mopeds	904	857	875
davon Elektromopeds	142	129	181
Fahrzeuge bis 3,5 t	7.105	7.243	7.558
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	71	68	52
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	72	163	238
Fahrzeuge über 3,5 t	161	162	160
KILOMETERLEISTUNG (MIO KM)	162	162	163
Österreichische Post ¹⁾	123	124	125
Frächter	39	38	38
MOTORISIERTE FAHRZEUGE NACH EMISSIONSKLASSEN ¹⁾			
Euro 0 (kein Euomotor)	0	0	0
Euro 2	732	620	610
Euro 3	438	205	131
Euro 4	3.516	3.066	2.330
Euro 5	3.258	4.011	4.952
Euro 5 EEV	74	75	74
Euro 6	5	13	77

1) In den Kennzahlen ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten. Andere nationale und internationale Tochtergesellschaften sind nicht berücksichtigt.

als direkter Strombezug bezeichnet. Der geringe Anteil an Strom aus unbekanntem Quellen entsteht bei Post Partnern und in angemieteten Objekten ohne bekannten Lieferanten.

Die Post bezieht allerdings nicht nur Strom aus Erneuerbaren, sie produziert ihn auch. Seit Herbst 2013 etwa mit einer der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen Österreichs mit einer Leistung von 882 Kilowatt peak (kWp) auf dem Briefzentrum in Wien-Inzersdorf. Eine zweite Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 496 kWp produziert seit 2014 Sonnenstrom auf dem Dach des Logistikzentrums Allhaming in Oberösterreich. Mit der aus den beiden Anlagen gewonnenen Energie kann die gesamte E-Flotte der Post mit Strom aus sauberer Solarenergie versorgt werden.

Emissionen

Die Berichterstattung der Österreichischen Post im Bereich der Treibhausgasemissionen beschränkt sich auf CO₂ als klimarelevantes Gas, da dieses im Rahmen der Tätigkeit als Logistikdienstleister emittiert wird. Scope 1 und 2 erfassen die Berichterstattung über Emissionen der unternehmensinternen Tätigkeiten (Scope 1) und aus der Energieversorgung (Scope 2). Scope

3 Emissionen entstehen durch fremdvergebene Transportleistungen (Güterverkehr und Zustellfrächter).

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

Die Berichtsgrenze umfasst die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaft Scanpoint GmbH bei den Gebäudeemissionen und die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH bei den Straßentransportemissionen. Weitere nationale und internationale Tochtergesellschaften sowie internationale Flugpost und internationaler Bahnverkehr sind derzeit nicht inkludiert. Innerhalb Österreichs gibt es keine Flugpost. Die Emissionen aus dem nationalen Bahnverkehr werden jährlich neu evaluiert, sind aber aufgrund der geringen Menge aktuell nicht wesentlich. An einer Erweiterung der Berichtsgrenzen der CO₂-Emissionsberichterstattung auf weitere wesentliche nationale und internationale Tochtergesellschaften wird intensiv gearbeitet.

Für den Straßentransport werden CO₂-Emis- ▶

- G4-EN15
- G4-EN16
- G4-EN17

EMISSIONEN	2013	2014	2015
CO ₂ -Emissionen (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol (in t)	71.899	70.672	68.558
davon Scope 1 – Straßenverkehr (Eigentransport) ¹⁾	36.184	36.046	36.500
davon Scope 1 – Gebäude ²⁾	9.353	7.834	7.924
davon Scope 2 – Gebäude ²⁾	6.411	7.447	4.971
davon Scope 3 – Partnerunternehmen	19.951	19.345	19.163

1) In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten. Andere nationale und internationale Tochtergesellschaften sind nicht berücksichtigt.

2) In den Kennzahlen der Gebäude ist die Tochtergesellschaft Scanpoint GmbH enthalten. Andere nationale und internationale Tochtergesellschaften sind nicht berücksichtigt.

sionen in der Organisationseinheit Konzernfuhrpark ermittelt. Die Basisdaten für die Berechnung der Österreichischen Post AG (inkl. Post.Wertlogistik GmbH) kommen aus einem speziellen SAP-Produktionssystem, das Fahrzeugdaten (Fahrzeugtyp, Motorart etc.) und Leistungsdaten (gefahrte Kilometer und Treibstoffmenge) umfasst. Die Basisdaten, d. h. die Kilometerleistung, für „externe Frächter Brief“ kommen aus Datenbanken, wobei zwischen den Bereichen Distribution und Güterverkehr unterschieden wird. Die Daten für „externe Frächter Paket“ werden mittels Verhältnisrechnung bestimmt. Dabei wird die Paketzustellmenge der Frächter der Paketzustellmenge der Post gegenübergestellt und daraus die Kilometerleistung abgeleitet. Daraus ergeben sich die Gesamtkilometer, welche mit dem durchschnittlichen Ist-Treibstoffverbrauch der Postfahrzeuge, unter Berücksichtigung der jeweiligen Fahrzeugkategorie, multipliziert werden. Als Ergebnis erhält man die Treibstoffmenge der Frächter.

Für die Gebäude werden CO₂-Emissionen in der Organisationseinheit Konzernimmobilien ermittelt. Die Datenerfassung umfasst alle Objekte sowie die Gebäudenutzflächen (eigene, angemietete, vermietete) der Österreichischen

Post AG (inkl. Scanpoint GmbH). Generell wird eine Black-Box-Betrachtung gewählt, anhand derer die signifikanten Energieströme (elektrische Energie, Raumwärme) identifiziert werden. Diese werden über das Verbrauchsreporting erhoben, welches zu 90% auf den Vorjahresabrechnungen beruht. Auf Basis der prozentuellen Erhöhung des Verbrauchsreportings des Vorjahres werden die Verbrauchsdaten anschließend auf 100% hochgerechnet.

Die CO₂-Umrechnungsfaktoren für Erdgas, Heizöl, Diesel und Benzin stammen aus der Datenbank des österreichischen Umweltbundesamtes. Der Strom ist gemäß Verträgen mit den Lieferanten Grünstrom. Für den restlichen Strom aus unbekanntem Quellen wird der Österreich-Mix gemäß Stromkennzeichnungsbericht 2015 zur Berechnung der CO₂-Emissionen herangezogen. Für die Emissionsfaktoren der Fernwärme werden die Angaben der Betreiber angewendet, sofern diese plausibel sind. Die Ersatzwerte für nicht plausible Daten und für Kleinversorger entstammen der Fernwärmestudie des Umweltbundesamtes aus dem Jahr 2013. Für die Fernwärme Wien wird der Emissionsfaktor aus dem Bericht des Umweltbundesamtes für die Fernwärme Wien aus dem Jahr 2005 verwendet. Alle Emissionsfaktoren werden jährlich überprüft. ▶



„Mit zahlreichen Maßnahmen ist es uns im Briefzentrum Wien gelungen, den ökologischen Fußabdruck deutlich zu verkleinern.“

CHRISTOPH HADEK, LEITUNG BRIEFZENTRUM WIEN



CO₂-EMISSIONEN AUF EINEN BLICK

EIN STOLZES ERGEBNIS: UM GANZE 21 PROZENT KONNTE DIE POST IHRE CO₂-EMISSIONEN ZWISCHEN 2010 UND 2015 SENKEN. WO EMISSIONEN IM GESCHÄFT DER POST ANFALLEN UND WAS SIE DAGEGEN UNTERNIMMT.

■ G4-EN19

Tagtäglich bringt die Post Sendungen zu jeder Adresse in ganz Österreich. Die Mitarbeiter der Post sind deshalb viel unterwegs. Zu Fuß und mit dem Fahrrad, aber auch mit Mopeds, Autos und Lkw. Täglich werden mehr als 290.000 Kilometer zurückgelegt. Die Postler umrunden die Erde also siebenmal pro Tag. Neben der Flotte benötigen auch die Gebäude der Post eine Menge Energie. In sechs Brief- und sieben Paketverteilzentren, 264 Zustellbasen, 504 Filialen und 1.281 Post Partner-Standorten werden jährlich Milliarden Sendungen gesammelt, sortiert und für die Zustellung vorbereitet.

Im Zuge dessen fallen Emissionen an durch den Verbrauch von Fossilenergie, insbesondere CO₂-Emissionen. Doch obwohl die Post sich über ständig wachsendes Geschäft freuen kann, ist es ihr gelungen, den diesbezüglichen Fußabdruck in den vergangenen Jahren deutlich zu verkleinern.



68.558

Tonnen

CO₂ emittierte die Post im Jahr 2015



87.068

Tonnen

CO₂ emittierte die Post im Jahr 2010



21

Prozent

weniger CO₂ stieß die Post damit im Jahr 2015 verglichen mit dem Jahr 2010 aus



1.012

Elektrofahrzeuge

fahren für die Post. Das ist die größte E-Flotte des Landes



36.500

Tonnen

CO₂-Emissionen fielen im Eigentransport an



5.103

Fahrzeuge

der schadstoffärmsten Klassen 5 und 6 besitzt die Post. Tendenz: steigend



19.163

Tonnen

CO₂ emittierten die Partnerunternehmen der Post im Jahr 2015



163

Millionen

Kilometer legen die Fahrzeuge der Post im Jahr zurück (inkl. Partnerunternehmen)



12.895

Tonnen

CO₂-Emissionen fielen im Bereich Gebäude an



14

Wiener Bezirke

werden Ende 2015 bereits ausschließlich mit Muskelkraft oder per E-Fahrzeug beliefert (Privatkunden)

ENERGIEKENNZAHLEN	2013	2014	2015
VERBRAUCH SIGNIFIKANTER RESSOURCEN (MIO KWH)			
GESAMT ¹⁾	151,4	142,2	133,7
Erdgas	37,3	31,3	34,2
Heizöl	6,9	5,7	3,9
Fernwärme	39,7	42,4	35,2
Strom gesamt	67,5	62,8	60,4
davon Strom aus erneuerbaren Energien	63,0	57,4	56,1
davon Strom aus unbekanntem Quellen	4,5	5,4	4,3
GEBÄUDENUTZFLÄCHEN (m²) ¹⁾	1.097.377	1.089.867	1.075.048
davon im Unternehmensbesitz	669.342	662.272	646.639
davon angemietete Flächen	428.035	427.595	428.409
TREIBSTOFFMENGE: BENZIN, SUPER, DIESEL, ERDGAS (MIO LITER) ²⁾	14,8	14,7	14,8
davon Diesel	14,4	14,3	14,5

1) In den Kennzahlen der Gebäude ist die Tochtergesellschaft Scanpoint GmbH enthalten. Andere nationale und internationale Tochtergesellschaften sind nicht berücksichtigt.

2) In den Kennzahlen des Fuhrparks ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH enthalten. Andere nationale und internationale Tochtergesellschaften sind nicht berücksichtigt.

G4-EN30

Transport

Die wesentlichen Umweltauswirkungen aus dem Transport werden über die berichteten CO₂-Emissionen abgedeckt. Weitere erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten oder Gütern und Materialien sowie durch den Transport von Mitarbeitern sind der Österreichischen Post nicht bekannt.

Die Zusammensetzung des Fuhrparks und die Kilometerleistung, die für die wesentlichen Umweltauswirkungen aus dem Transport verantwortlich sind, werden in der Tabelle auf Seite 57 dargestellt.

**DER FUSSABDRUCK
WIRD KLEINER:
KONSEQUENT ENERGIE
SPAREN**

Eins vorweg: Natürlich ist das Thema „Energie sparen“ stark mit dem vorherigen Thema „Emissionen“ verknüpft, betrifft den Fuhrpark ebenso wie die Gebäude und umfasst deshalb im Wesentlichen die gleichen Maßnahmen.

Beispiel Straße: Auch Fahrzeuge mit alternativen Antrieben (E-Fahrzeuge und Erdgasfahrzeuge) und emissionsärmere konventionelle Fahrzeuge sowie die flankierenden Maßnahmen zur Routenoptimierung und Lenkerschulungen helfen, Energie zu sparen. Auch die Gebäudeinfrastruktur wird konsequent energetisch

optimiert. Der Energieverbrauch wird rigoros überwacht und die Beleuchtungssysteme in den Logistikzentren auf LED-Lichtlösungen umgestellt. Wie in den Logistikzentren Graz und Villach und einem weiteren Gebäude in Linz im Jahr 2015 werden in Zukunft auch die Beleuchtungssysteme in weiteren Logistikzentren Zug um Zug ersetzt. Und das ist längst nicht alles: Im Jahr 2015 wurden über ein konzernweites Energieaudit Energiesparpotenziale systematisch identifiziert. Daraus ließen sich eine Reihe an Maßnahmen erarbeiten, welche von den angesprochenen LED-Lichtlösungen über Heizungsumstellungen und Fernwärmeanschlüsse, Anpassungen in der Steuerungstechnik von Licht- und Heizungsanlagen bis hin zu Messtrennungen zur genaueren Erfassung und Steuerung der Verbräuche reichen. Dieses zusätzliche deutliche Einsparungspotenzial wird in den nächsten Jahren realisiert – und die Post damit von Jahr zu Jahr ökologischer. Das Ausgangsjahr für die Verringerung des Energieverbrauchs ist das Jahr 2010, da die systematische Umsetzung von Energiesparmaßnahmen im Jahr 2011 begann. Im Jahr 2010 betrug der Energieverbrauch der Österreichischen Post im Bereich Gebäude 164,7 Mio kWh, im Bereich Fuhrpark wurden 15,2 Mio Liter Treibstoff verbraucht.

Das Ergebnis: Im Zeitraum 2010 bis 2015 konnte die Post ihren Energieverbrauch in den Gebäuden um 31 Mio kWh und den Treibstoffverbrauch im Fuhrpark um 0,4 Mio Liter verringern.



G4-EN33

G4-LA15

G4-EN23

G4-EN1

BESCHAFFUNG OPTIMIEREN: GREEN PROCUREMENT

Die Österreichische Post ist sich ihrer Rolle in der Lieferkette sowie der Folgewirkungen ihrer Einkaufsentscheidungen bewusst und fordert die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards im Rahmen des Verhaltenskodex für Lieferanten sowie des Vendor Integrity Check konsequent ein. Die wesentlichen Lieferanten wurden im Zuge des Lieferantenmanagements 2015 systematisch überprüft, allerdings können für das Berichtsjahr 2015 keine quantitativen Angaben über die ökologischen und sozialen Auswirkungen in der Lieferkette gemacht werden. Daher werden die Prozesse und das Monitoring rund um die Lieferantenbewertungen kontinuierlich weiterentwickelt.

Energie und Fahrzeuge

Die Österreichische Post bezieht seit 1.1.2012 ausschließlich Strom aus erneuerbaren Energiequellen für Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, und für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen bekannt und nachvollziehbar sind.

Bei Neuanschaffungen im Fuhrpark werden Fahrzeuge der schadstoffärmsten Emissionsklasse Euro 5, Euro 5 EEV und Euro 6 gekauft. Zudem setzt die Österreichische Post in der Zustellung auf alternative Antriebe und baut ihre Fahrzeugflotte im Bereich der Elektromobilität bis 2016 massiv aus.

Materialien

Bei der Österreichischen Post als Logistikunternehmen ist der Materialverbrauch beim Papier von Bedeutung, weshalb dieser in der folgenden Tabelle dargestellt wird.

Trotz verschiedener Maßnahmen stieg der Verbrauch beim Kopierpapier leicht an.

WERTSTOFFE: ABFALL VERMEIDEN ODER NUTZEN

Im Sinne einer nachhaltigen Abfallwirtschaft arbeitet die Österreichische Post mit Nachdruck daran, die Umwelt durch Abfälle möglichst gering zu belasten. Lassen sich Abfälle nicht vermeiden, werden sie umweltgerecht entsorgt. Altstoffe werden getrennt und sortenrein erfasst, dadurch wird Restmüll vermieden und die wertvollen Reststoffe können ökonomisch und ökologisch sinnvoll verwertet werden.

Abfall entsteht bei der Post vor allem durch gebrauchte Verpackungen von Kundenlieferungen und besteht aus Karton, Kunststoff und Altholz. Eine weitere wichtige Abfallart ist Papier, das in Büros und sonstigen Betriebsstätten anfällt.

Für Standorte ab einer bestimmten Größe bestehen Abfallwirtschaftskonzepte. Einige Verteilzentren gingen hier noch einen Schritt weiter und entwickelten eigene Entsorgungs- und Verwertungskonzepte für die gesamte Region. Zum Beispiel in der Brieflogistik Ost und West: Während Kunststoffe, Papier und Karton in den Logistikzentren vergütet werden können, müsste die Entsorgung der Wertstoffe in den Zustellbasen, wo kleinere Mengen anfallen, bezahlt werden. Also werden die Wertstoffe in den Zustellbasen im Rahmen des Entsorgungskonzepts getrennt, aber im Logistikzentrum zur Verwertung übergeben. Für den Transport der Wertstoffe werden freie Kapazitäten in der Güterbeförderung benutzt. Ein doppelter Vorteil, denn einerseits profitiert die Umwelt von diesem Konzept, andererseits werden Kosten gesenkt.

Für das Abfallmanagement wurde 2013 ein unternehmensweiter Abfallmanager nominiert. 2014 wurde begonnen, Daten zum Abfallmanagement zentralisiert zu erfassen und auszuwerten, flankiert von einer Untersuchung zur Optimierung des Abfallmanagements. Ende 2015 wurde ein Pilotprojekt für die Region Ost beschlossen, in dem entsprechende Maßnahmen zur Qualitätssicherung künftig umgesetzt werden sollen.

PAPIER	2013	2014	2015
Papierverbrauch gesamt (t)	5.622,5	6.646,6	5.255
davon nachhaltig produziert (PEFC- und FSC-Papier) ¹⁾		5.651,3	4.214
Kopierpapier	66,5	263,5	286,5
Drucksorten	5.556	6.383	4.969

1) Erst ab dem Jahr 2014 erhoben.

E-mobil zum
Kunden – für immer
mehr Postler tag-
tägliche Praxis.



UMWELT: KEY FACTS

Die Hauptziele, Subziele und Maßnahmen der Post im Bereich Umwelt für 2015 und 2016 noch einmal übersichtlich zusammengefasst:

Klimaschutz betreiben – Reduktion der CO₂-Emissionen im Zeitraum 2010–2015 um 20% und jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen

Auch im Jahr 2015 wurden alle Sendungen der Post CO₂-neutral zugestellt. Dies wurde durch die TÜV AUSTRIA SERVICES GMBH bestätigt. Die CO₂-Emissionen konnten im Zeitraum von 2010 bis 2015 um rund 21% reduziert werden. Das Reduktionsziel für den Zeitraum 2010 bis 2015 lag bei 20%.

Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagementsystems

Die Post hatte sich im Jahr 2012 das Ziel gesetzt, ihr internes Umweltmanagement weiter zu professionalisieren und auszubauen. Daher wurde im Jahr 2013 ein unternehmensweiter Umwelt- und Abfallmanager nominiert. Im Jahr 2014 startete die Post mit einer GAP-Analyse zur Einführung eines Umweltmanagementsystems. Diese nahm die Unternehmensprozesse unter die Lupe, um Nutzen, internen Aufwand und externe Kosten abzuschätzen und einen Umsetzungsplan auszuarbeiten. Aufgrund der Größe und Komplexität wurde das Projekt zeitlich auf das Jahr 2015 ausgeweitet und abgeschlossen. Im Dezember 2015 beschloss die Österreichische Post, im Briefzentrum Wien-Inzersdorf bis Ende 2016 ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 einzuführen und zu zertifizieren.

Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz

Auch bei der Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz war die Post im Jahr 2015 erfolgreich unterwegs. Im Rahmen der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT erhielten die Geschäftskunden wieder Zertifikate über die von der Post kompensierten CO₂-Mengen. Daneben wurden der VN(Vorarlberger Nachrichten)-Klimaschutzpreis und andere Veranstaltungen mit einem Fokus auf Umwelt- und Klimaschutz unterstützt. Das Thema E-Mobilität wurde in Kooperation mit den Projektpartnern Klima- und Energiefonds der österreichischen Bundesregierung und Ministerium für ein lebenswertes Österreich über Publikationen, Vorträge, Ausstellungen und Presseauftritte einer breiteren Öffentlichkeit nähergebracht.



DIE POST IST IMMER IN BEWEGUNG

 ZIELE FÜR 2015	 ERREICHT IN 2015	 VORGENOMMEN FÜR 2016
CO₂-Reduktion um 20% von 2010 bis 2015	Reduktion der CO ₂ -Emissionen um 21% im Zeitraum 2010 bis 2015	Erarbeitung eines neuen CO ₂ -Reduktionsziels auf Basis der Science Based Targets Initiative
Weiterführung der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT	Auch 2015 wurden die CO ₂ -Emissionen und deren Kompensation von TÜV Austria bestätigt.	Weiterführung der Initiative CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT
Ausbau des E-Fuhrparks auf 1.300 Fahrzeuge bis Ende 2016	1.012 Fahrzeuge waren Ende 2015 im Einsatz.	Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis Ende 2016
Projekt „Grünes Wien“: Umstellung von weiteren Bezirken bis Ende 2015	14 Bezirke waren Ende 2015 „grün“.	Fertigstellung des Projekts „Grünes Wien“ bis Ende 2016
Durchführung eines konzernweiten Energieaudits	Ein Energieaudit nach EN 16247-1 wurde durchgeführt.	Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 im Briefzentrum Wien-Inzersdorf
Umstellung auf LED-Beleuchtung in zwei weiteren Logistikzentren	Graz und Villach wurden umgestellt.	Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung
Schaffung einer konsistenten Datenbasis für das Abfallmanagement	Es wurde eine Datenbank eingerichtet, in der Daten zentral gesammelt und ausgewertet werden können.	Pilotprojekt zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement

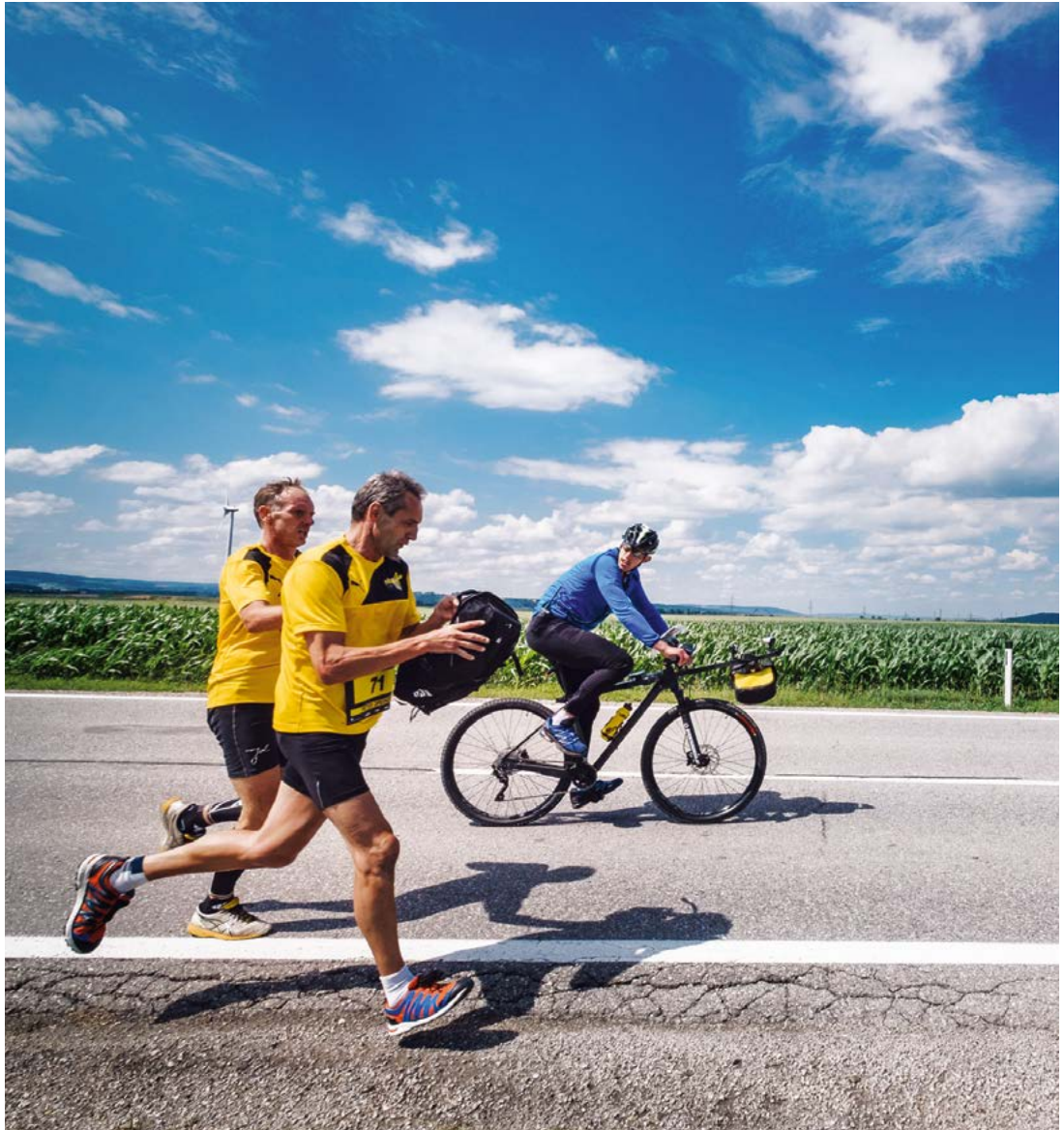


VIelfalt ist bei der Post gelebte Praxis, wie hier im Briefzentrum Wien: Emira Sakanovic, Tair Rustemoski, Janet Weigel, Amr Adel-Wahab, Özlem Köpke, Ömer Akgöz (v.l.n.r.).



DIE MITARBEITER – ZENTRAL FÜR DEN ERFOLG DER POST

Die Belegschaft ist in einem Dienstleistungsunternehmen der entscheidende Erfolgsfaktor. Die Österreichische Post fördert das auf vielfältige Weise – ein gutes Arbeitsumfeld, attraktive Karrieremöglichkeiten, Arbeitssicherheit und betriebliche Gesundheitsförderung spielen dabei eine wesentliche Rolle. Zufriedene und gesunde Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sind motivierter und bringen die beste Leistung für das Unternehmen.



Gesunde und leistungsfähige Mitarbeiter sind für den Erfolg der Post entscheidend.

DMA-LA

DIE HERAUSFORDERUNG: NAVIGIEREN IM RASANTEN WANDEL



Die Leistung der Österreichischen Post ist die Leistung ihrer Mitarbeiter. Die Belegschaft nimmt deshalb den herausragenden Stellenwert in der Nachhaltigkeitsstrategie der Post ein. Dies muss so sein, weil das Postgeschäft – und damit jeder einzelne Mitarbeiter – einem stetigen Wandel unterworfen ist, der sich derzeit vor allem in den folgenden Megatrends manifestiert:

- Demografischer Wandel
- Steigende Komplexität der Tätigkeiten
- Effizienzdruck
- Automatisierung
- Work-Life-Balance

Die Post stellt sich diesen Trends und kommt gleichzeitig mit einer Vielzahl an Maßnahmen ihrer Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern aktiv nach.

Ihr klares Leitbild ist dabei der Wegweiser in die Zukunft. Gerade in einem Umfeld, in dem Veränderung die einzige Konstante ist, sind klare gemeinsame Visionen und Wertvorstellungen für Mitarbeiter wichtig, um zielorientiert und nachhaltig handeln zu können.

Im Umgang mit 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.

Die Post möchte für ihre Mitarbeiter zuverlässige Zukunftsperspektiven schaffen und sie für

WELCHE MEGATRENDS DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH MITARBEITER BEEINFLUSSEN

DIE ARBEITSWELT IST EINEM STARKEN WANDEL UNTERWORFEN, DER EIN GROSSUNTERNEHMEN WIE DIE POST GENAUSO WIE JEDEN EINZELNEN MITARBEITER VOR ENORME HERAUSFORDERUNGEN STELLT.

■ DEMOGRAFISCHER WANDEL

Arbeiten bis ins hohe Alter erfordert zielgruppengerechtes Training und Gesundheitsprogramme.

■ STEIGENDE KOMPLEXITÄT DER TÄTIGKEITEN

Zunehmend komplexere Aufgaben bewältigen die Mitarbeiter nur, wenn sie laufend geschult werden.

■ EFFIZIENZDRUCK

Dem wirtschaftlichen Druck muss mit passenden Effizienz- und Flexibilisierungsmaßnahmen begegnet werden.

■ AUTOMATISIERUNG

Die zunehmende Technisierung des Postgeschäfts stellt hohe Anforderungen an Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

■ WORK-LIFE-BALANCE

Mitarbeiter sind motivierter und leistungsfähiger, wenn Arbeit und Freizeit im rechten Verhältnis zueinander stehen.

die Anforderungen ihrer jeweiligen Tätigkeiten qualifizieren und individuell fördern. Weiterbildung genießt daher in allen Bereichen des Unternehmens einen hohen Stellenwert. Darüber hinaus bietet die Plattform „Post-Arbeitsmarkt“ Mitarbeitern, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, neue Möglichkeiten innerhalb und außerhalb des Unternehmens.

Um die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensbereiche zu verbessern, wurde das Audit „berufundfamilie“ des Familienministeriums gestartet. Die Förderung von Diversity in der Belegschaft ermöglicht wiederum unterschiedliche Sichtweisen und belebt damit die Unternehmenskultur.

Um dem steigenden Effizienzdruck standhalten zu können und die Arbeitsfähigkeit zu erhalten, setzt die Post zudem eine lange Reihe an Maßnahmen für die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeiter. Die Themen Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz sowie betriebliche Gesundheitsförderung spielen eine Hauptrolle im Personalmanagement der Österreichischen Post. Denn klar ist: Als einer der größten Arbeitgeber des Landes trägt die Post eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern. ►►



Ob in der Sortierung,
der Zustellung oder
dem Management –
die Mitarbeiter der
Post ziehen an
einem Strang.

DIE ANTWORT:
**EINE MANNSCHAFT,
DIE FIT FÜR
DIE ZUKUNFT IST**



Motivierte und leistungsfähige Mitarbeiter sind die Grundlage für den unternehmerischen Erfolg. Gerade in Dienstleistungsbetrieben haben Mitarbeiter einen hohen Stellenwert. Daher haben die Gesundheit und Entwicklung der Mitarbeiter sowie deren Sicherheit am Arbeitsplatz Priorität. Wichtig sind der Post eine offene Kommunikation und ein wertschätzendes Miteinander. Um ein gutes Betriebsklima und leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, wurden auf Grundlage des Unternehmensleitbildes Führungsleitlinien erarbeitet und die Unternehmens- und Führungskultur kontinuierlich weiterentwickelt.

Im Rahmen ihres Diversity-Managements sieht die Post soziale Vielfalt in ihrer Belegschaft explizit als förderungswert und nutzt sie konstruktiv. Denn Wertschätzung und Förderung von Vielfalt wirken sich positiv auf die Unternehmenskultur aus und tragen maßgeblich zur Zufriedenheit der Mitarbeiter bei. Auch um soziale Anliegen ihrer Mitarbeiter kümmert sich die Post über den gemeinnützigen Verein „post. sozial“.

Die Leistungen der Post sind perfekt auf die wesentlichen Themen, die sich aus den Dialogen mit den Stakeholdern ergeben haben, abgestimmt. Diese lauten im Überblick:¹

- Unternehmenskultur entwickeln
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sicherstellen
- Aus- und Weiterbildung anbieten
- Vielfalt und Chancengleichheit schaffen
- Ethisches Verhalten einfordern²

WAHRE WERTE: UNTERNEHMENS- UND FÜHRUNGSKULTUR

Wirtschaftlicher Erfolg bedeutet heute vor allem eines: sich ständig an neue Gegebenheiten anpassen zu können. Ein Unternehmen – und seine Mitarbeiter – müssen sich laufend weiterentwickeln. Die Österreichische Post nimmt diese Herausforderung an, sie will ihre rund 18.000 Mitarbeiter individuell fördern und damit zuverlässige Zukunftsperspektiven bieten. Dafür müssen Unternehmenskultur und Arbeitsumfeld so gestaltet sein, dass sie die Mitarbeiter zu Kreativität und Innovation

motivieren und die Umsetzung neuer Ideen unterstützen.

Daher arbeitet die Österreichische Post nicht nur laufend an ihren Produkten und Services, sondern auch an einer offenen und modernen Unternehmens- und Führungskultur. Nur mit klaren gemeinsamen Visionen und Wertvorstellungen lässt sich zielorientiert und nachhaltig handeln. Um für die Zukunft gerüstet zu sein, startete der Kulturwandel im Jahr 2010 mit einem neuen Leitbild. Drei Wertekategorien und drei zentrale Leitsätze liefern Klarheit und Orientierung – und werden durch eine Vielzahl von Maßnahmen in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umgesetzt und verankert.

Die Führungskräfte agieren dabei wie Lotsen. Ihnen obliegt es, Potenziale zu erkennen und individuell zu entwickeln sowie leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, in denen sich die Mitarbeiter optimal entfalten können. Ihre Basis sind die Führungsleitlinien der Post mit ihren vier Leitwerten „Verantwortung übernehmen“, „Orientierung geben“, „Zusammenarbeit fördern“ sowie „Vertrauen schaffen“. Lotsen geben die Richtung vor und benötigen dafür ein einheitliches Führungsverständnis, worauf sie seit 2012 in der Führungsakademie geschult werden. Die maßgeschneiderten Trainings unterstützen Führungskräfte und Schlüsselkräfte bei der Umsetzung der Führungsleitlinien in die tägliche Arbeitspraxis.

Die Führung ist das eine – aber längst nicht alles. Zu motivierenden und leistungsfördernden Arbeitsbedingungen tragen eine Reihe von Zusatzleistungen bei, die allen Mitarbeitern der Post zur Verfügung stehen – unabhängig von Alter, Geschlecht und Ausmaß der Beschäftigung, also auch teilzeitbeschäftigten Mitarbeitern.

Beteiligung am Unternehmenserfolg

So beteiligt die Österreichische Post wie nur ganz wenige Unternehmen in Österreich ihre Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens – und das seit über einem Jahrzehnt. Für das Geschäftsjahr 2015 erhielten vollbeschäftigte Mitarbeiter der Österreichischen Post AG eine freiwillige EBIT-Prämie in Höhe von 802 EUR brutto sowie eine Sonderprämie in Höhe von 30 EUR ausbezahlt. Mit dieser Sonderprämie ergibt sich die Gesamtsumme von 832 EUR brutto. Teilbeschäftigte Mitarbeiter erhalten einen entsprechend aliquotierten Betrag. ▶

UNSERE THEMEN

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

G4-LA2

1) Details siehe „Facts & Figures“ ab Seite 96.
2) Wird im Kapitel „Compliance“ ab Seite 26 behandelt.

KENNZAHLEN POST.SOZIAL 2015

 **6,3 MIO EUR** post.sozial
Materielle Mittel gesamt

 **55.600** fair.reisen
Anzahl der Nächtigungen

 **4,2 MIO EUR** helfens.wert
Essensbons

 **799.702 EUR** helfens.wert
Ausbezahlte Unterstützungsbeiträge

 **21.814** sehens.wert
Anzahl vergünstigter Eintrittskarten

 **163** sehens.wert
Angebotene Veranstaltungen

unterstützt post.sozial Gesundheitsmaßnahmen und Freizeitaktivitäten, die der Krankheitsprävention dienen.

Ein Beispiel ist der Bereich helfens.wert: Hier konnte post.sozial im Jahr 2015 4.232 Anspruchsberechtigte mit insgesamt 799.702 EUR bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen finanziell unterstützen. Zudem wurden im Jahr 2015 383.626 Essensbons-Blätter im Wert von 4.219.886 EUR an die Mitarbeiter der Österreichischen Post AG ausgefolgt. Zu 163 sehens.wert(en) Veranstaltungen konnten 21.814 Tickets um mindestens 20% günstiger erworben werden.

Im Jahr 2015 wurden in den zahlreichen fair.reisen-Destinationen insgesamt 55.600 erholsame Urlaubsnächte verbracht.

66 postler.kids haben ein Kinderferriencamp über post.sozial besucht.

In der Sparte besser.shoppen werden den Anspruchsberechtigten zu Leistungen des Vereins aus verschiedensten Produktgruppen Leistungen oder Produkte mit einem Preisvorteil von mindestens 20% angeboten.

Durchschnittlich machen die Zuwendungen die Höhe von einem Prozent der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihrer Tochterunternehmen aus, für 2015 beliefen sie sich auf 6,3 Mio Euro. Der Verein wird auch durch Spenden Dritter unterstützt.

Mitarbeiterbefragung 2015

Motivierend ist, wenn man selbst gestalten kann. Viele „Postler“ wollen das. 2015 nutzten 41% von ihnen die Mitarbeiterbefragung der Post, um ihre Meinung über das Unternehmen zu äußern und Vorschläge einzubringen, wie man ihren Arbeitsalltag verbessern könnte. Nach der ersten Befragung im Jahr 2013 handelte es sich bereits um die zweite derartige Maßnahme. Im Vergleich zu 2013 stieg die Teilnahmequote von 31% auf 41%. Besonders erfreulich war, dass jeder dritte Teilnehmer die Möglichkeit nutzte, zusätzliche Anmerkungen in den Fragebogen einzutragen – ein klares Zeichen für besonderes Engagement. Aber auch die statistischen Ergebnisse der Befragung können sich sehen lassen: Zusammenarbeit, Arbeitsabläufe, berufliche Entwicklungsmöglichkeiten und Gesamtzufriedenheit erzielten bessere Werte als 2013. Dies belegt, dass die Post aus dem Feedback ihrer Mitarbeiter lernt und dies von der Belegschaft auch anerkannt wird. Ein Beispiel dafür ist der Bereich Gesundheitsmanagement, bei dem seit der letzten Mitarbeiterbefragung unter anderem verstärkt auf die Sichtbarkeit der Arbeitsmedizin gesetzt wurde. Als gut bewerteten die Mitarbei-

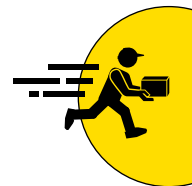
G4-LA2

post.sozial: maßgeschneiderte

Sozialleistungen für die Mitarbeiter der Post

Wer mehr bietet, motiviert. Ein weiteres Beispiel dafür ist der Verein post.sozial. 2005 mittels Betriebsvereinbarung mit dem Vorstand der Österreichischen Post AG und dem Zentralbetriebsrat nach dem Vereinsgesetz 2002 gegründet, spiegelt post.sozial die soziale Verantwortung der Österreichischen Post gegenüber ihren Mitarbeitern durch zusätzliche – und 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



ter auch die Sicherheitsmaßnahmen am Arbeitsplatz sowie die Angebote zur Gesundheitsförderung. Die Erkenntnisse aus der Befragung dienen als Ausgangspunkt, um weitere Verbesserungsmaßnahmen zu entwickeln und damit die Zufriedenheit der Mitarbeiter im Unternehmen kontinuierlich zu steigern.

GESUNDE LEISTUNG: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITS- MANAGEMENT

Aktion „Gesundes Herz und Du“

Herzkrankheiten sind der Tod auf leisen Sohlen. Wer sich dagegen zu wappnen weiß, lebt länger und gesünder. Die Post hilft dabei: Im Jahr 2015 lag der Schwerpunkt daher in der Weiterentwicklung des Projekts „Gesundes Herz und Du“. Die Arbeitsmediziner der Post boten an rund 150 Standorten Gesundheitsberatungen an. Dabei konnten Mitarbeiter ihren Blutdruck messen sowie Blutzucker und Cholesterinwerte bestimmen lassen und auf der MFT Challenge Disc ihre Standfestigkeit und Koordinationsfähigkeit auf spielerische Weise erproben. In persönlichen Gesprächen wurden sie über ihr individuelles Herz-Kreislauf-Risiko aufgeklärt und über vorbeugende Maßnahmen informiert. Auf Wunsch wurden zusätzlich Grippeimpfungen verabreicht. Insgesamt umfasste diese Maßnahme rund 2.700 Mitarbeiter, etwa 2.000 nahmen an den Gesundheitsberatungen teil.

Gesundheitstage

An rund 30 Standorten wurden zusätzlich zu den Gesundheitsberatungen weitere Gesundheitsservices angeboten. So konnten unter externer Begleitung unter anderem Hörfähigkeit und Lungenfunktion getestet und mittels Body Composition Analyzer die Fett- und Muskelmasse sowie der Wassergehalt des Körpers ermittelt werden. Daneben gab es an diesen Tagen umfassende Informationen zu gesunder Ernährung, Entspannung mit Sessel-Shiatsu und Biofeedback. Außerdem konnten Interessierte Seminare aus der Reihe „Rauchfrei mit dem Power-Denk-Modell“ in Wien und Graz besuchen. Auch die Gesundheitstage waren ein voller Erfolg, für die Beschäftigten wie die Post: Insgesamt nahmen rund 2.500 Mitarbeiter die verschiedenen Services in Anspruch.

Stressmanagement und Herzratenvariabilitätsanalysen

Im Rahmen des Projekts „Stressverarbeitung check zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz“ hatten Mitarbeiter auch 2015 wieder die Möglichkeit zur Messung ihrer Herzratenvariabilität. Dabei wurden die Stressverarbeitung und die Regenerationsfähigkeit wissenschaftlich fundiert gemessen. Abgerundet wurde diese Maßnahme mit ausführlichen Informationsgesprächen und Workshops. Insgesamt wurden 280 Herzratenvariabilitätsanalysen an 7 Dienstorten durchgeführt. ▶



MISSION SUSI

Eine Laufveranstaltung der besonderen Art war „Mission:Susi“, die gezeigt hat, wozu die Postler gemeinsam laufend fähig sind. „Mission:Susi“ war die größte Mitarbeiter-Kampagne in der Geschichte der Österreichischen Post und der Versuch, einen Weltrekord aufzustellen – den mit einer Distanz von 575 Kilometern längsten Mitarbeiter-Staffellauf der Welt. Es war auch der Versuch, die ganz alltäglichen Spitzenleistungen der Post-Mitarbeiter vor den Vorhang zu holen und zu würdigen. 290.000 Kilometer legen die Zusteller jeden Tag in Österreich zurück. Eine Strecke, mit der man siebenmal die Erde umrunden könnte. Milliarden Briefsendungen und Millionen Pakete werden Jahr für Jahr zuverlässig zugestellt. Bei „Mission:Susi“ wurden „nur“ 575 Kilometer zurückgelegt. Aber das quer durch Österreich, von Klösterle in Vorarlberg bis nach Wien, alles zu Fuß und vor allem innerhalb von weniger als 48 Stunden. 79 Postler nahmen die sportliche Herausforderung an und bewältigten „Mission:Susi“ in der Weltrekordzeit von nur 43 Stunden.

GESUNDHEITSMANAGEMENT 2015 AUF EINEN BLICK


DIE GESUNDHEIT UND SICHERHEIT IHRER MITARBEITER HAT HÖCHSTE PRIORITÄT FÜR DIE POST. DIES BEWEISEN AUCH DIE ZAHLEN ZUM GESUNDHEITSMANAGEMENT.

Für die Österreichische Post als Dienstleistungsunternehmen stellen motivierte und gesunde Mitarbeiter den entscheidenden Erfolgsfaktor dar. Um die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter – auch bis in ein höheres Alter – zu erhalten, muss der Arbeitgeber ein sicheres und motivierendes Arbeitsumfeld schaffen. Zum Erhalt ihrer eigenen Gesundheit sind natürlich auch die Mitarbeiter selbst gefordert – hier unterstützt sie die Österreichische Post aber mit diversen Gesundheitsangeboten, diese Eigenverantwortung auch wahrzunehmen.

 **2.900** **Arbeitsstättenbegehungen**
(durch Sicherheitsfachkräfte und Arbeitsmediziner),
davon etwa 100 Begehungen mit Aufsichtsbehörde


 **350** **Trainings**
(Schulungen/Unterweisungen) durch
Sicherheitsfachkräfte oder Arbeitsmediziner

 **10** **Brandschutzübungen**
wurden durchgeführt

 **650** **Evaluierungen**
inklusive Mutterschutzevaluierungen


 **150** **Standorte**
boten Gesundheitsberatungen für etwa
2.000 Teilnehmer an

 **16** **Arbeitsschutzausschusssitzungen**
fanden 2015 statt

 **30** **Gesundheitstage**
mit etwa 2.500 Teilnehmern wurden
an verschiedenen Standorten durchgeführt

 **1.500** **Impfungen**
wurden verabreicht
(davon ca. 1.150 Gripeschutzimpfungen)

 **3.847** **Post-Mitarbeiter**
nahmen an 14 Laufveranstaltungen teil

 **25** **Untersuchungen**
der Augen bzw. des Sehvermögens
wurden durchgeführt



G4-LA 5

LAUFEND ZUM ERFOLG

Die Post und post.sozial unterstützen sportliches Engagement und übernehmen für Laufveranstaltungen die Anmeldegebühr. Etwa beim Vienna City Marathon, wo 82 Postler die Marathon-Distanz in Angriff nahmen, 280 Mitarbeiter die Halbmarathon-Distanz liefen und 238 an Staffeln teilnahmen.

G4-LA8

G4-LA6

G4-22

Förderung des sportlichen Engagements

Laufen hält fit. Die Post und post.sozial unterstützen entsprechendes sportliches Engagement mit der Übernahme der Anmeldegebühr für verschiedene Laufveranstaltungen und eigenen Post-Laufshirts. Ein Angebot, das ankommt: Insgesamt 3.847 Post-Mitarbeiter nahmen 2015 an 14 Laufevents in ganz Österreich teil. Alleine 400 Postler starteten beim 15. Wien Energie Business Run, um die 4,1 Kilometer gemeinsam zu laufen oder zu walken. Beim Österreichischen Frauenlauf im Wiener Prater gingen 104 sportliche Postlerinnen an den Start. Beim Vienna City Marathon 2015 stellte die Post sogar die beeindruckende Zahl von 600 Läufern. 82 Kollegen nahmen die Marathon-Distanz von 42,195 Kilometern in Angriff, 280 Postler liefen den Halbmarathon und 238 Kollegen nahmen in Staffeln am Vienna City Marathon teil.

Sicherheit und Schutz

Gesundheit ist die eine Seite, Sicherheit die andere. Das Team der Sicherheitsfachkräfte stellt sich dieser Herausforderung. Alleine 2015 beriet es bei mehr als 2.900 Arbeitsstättenbesuchen die Standortleiter hinsichtlich möglicher Gefährdungen und bezüglich Sicherheit und Schutz der Mitarbeiter. Dabei wurden 650 Evaluierungen und 350 Schulungen durchgeführt. Ein beidseitiger Prozess, denn Verbesserungsvorschläge bezüglich Arbeitsumgebung und Arbeitsprozessen wurden seitens des Betriebs umgesetzt.

Außerdem fanden im Jahr 2015 wieder Fahr-sicherheitstrainings statt, mit dem Ziel, Schäden und Unfälle im Zustellbereich zu reduzieren.

Insgesamt wurden 282 Personen geschult.

Die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz werden auch in formellen Arbeitsschutzausschüssen besprochen, zu deren Mitgliedern Sicherheitsfachkräfte, Arbeitsmediziner, Sicherheitsvertrauenspersonen, die Belegschaftsvertretung sowie der Arbeitgeber selbst gehören.

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 Arbeitnehmerschutzgesetz (ASchG) durch § 88 und § 88a geregelt. Zu einzelnen sicherheits- und gesundheitsrelevanten Themen werden Verbesserungsvorschläge erarbeitet, und die Maßnahmenumsetzung wird 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 Arbeitnehmerschutzes. Somit wird die gesamte Belegschaft durch den Arbeitnehmerschutz (Sicherheitsfachkräfte sowie Arbeitsmediziner) betreut.

Zum Thema Arbeitssicherheit und Unfallschutz gibt es neben den gesetzlichen Vorschriften unternehmensinterne Organisationsvorschriften, Betriebsanweisungen und Merkblätter, die zum Schutz der Mitarbeiter beitragen. Bei wesentlichen Belangen der Arbeitssicherheit und des Unfallschutzes werden Gewerkschaft und

KRANKENSTANDS- UND UNFALLKENNZAHLEN	2013	2014	2015
Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK ¹⁾ in %	8,7%	8,6%	8,4%
davon Frauen	27,0%	27,1%	28,3%
davon Männer	73,0%	72,9%	71,7%
Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)	11,2	11,1	10,1
Anzahl der Arbeitsunfälle ^{2), 3), 4)}	865	726	638
Durchschnittliche (Kalender-)Ausfalltage pro Unfall ^{2), 3), 4), 7)}	20,7	19,0	21,7
Unfallhäufigkeit ^{2), 3), 4), 5), 6)}	4,6	3,9	3,6
davon Frauen	4,9	4,9	4,5
davon Männer	4,4	3,5	3,2
Todesfälle durch Unfall	1	1	0

1) VZK = Vollzeitkräfte.

2) Ab 2015 neues Reporting gemäß International Post Corporation Standard (Nachkorrektur für 2013 und 2014).

3) Unfälle ab einem Ausfalltag (inkl. Wegunfälle im Dienst).

4) Nachgemeldete Arbeitsunfälle werden dem tatsächlichen Unfalljahr zugeordnet, sodass jährliche Nachkorrekturen der Vorjahre erforderlich sind.

5) Anzahl der Arbeitsunfälle ab einem Ausfalltag inklusive Wegunfälle im Dienst pro 100 VZK.

6) Neue Kennzahlenbezeichnung.

7) Es werden die Ausfalltage für Arbeitsunfälle berichtet, die im Berichtsjahr stattgefunden, ohne Berücksichtigung der Ausfalltage nach dem 31.12. des jeweiligen Berichtsjahres.

der Betriebsrat miteinbezogen, zudem sind sie in den genannten Arbeitsschutzausschüssen vertreten. Das zentrale Werk, in dem die diesbezüglichen internen Regelungen niedergeschrieben sind, ist der Leitfaden „Unfallverhütung Post“ (letzte Aktualisierung Dezember 2013).

Krankenstands- und Unfallstatistik

Im Berichtsjahr 2015 wurde ein neues Reporting gemäß International Post Corporation Standard eingeführt, d. h., anders als bisher werden Unfälle auf dem Weg zur und von der Arbeitsstätte nicht mehr eingerechnet. Die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag ist um 12% von 726 auf 638 gesunken.

Alle Arbeitsunfälle (auch jene von Leiharbeitskräften) sind umgehend postintern zu melden, und – falls entsprechende Meldepflicht der Aufsichtsbehörden besteht – Unfallberichte zu erstellen. Die so ermittelten Unfallursachen helfen, Unfälle anschließend zu verhüten. Die Zuständigkeiten und Meldeabläufe sind im Detail in der Organisationsvorschrift Nr. 2/2007 „Melde-system für Arbeits-/Dienstunfälle“ geregelt.

Im Jahr 2015 ereigneten sich 11 Dienstunfälle mit Leiharbeitern, woraus eine Unfallhäufigkeit von 2,9% resultiert.

WISSENSWERT: 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 laufend neue Anforderungen an die Personalstruktur des Unternehmens und damit an jeden einzelnen Mitarbeiter. Die Österreichische Post nimmt diese Herausforderung an, zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildungs-

programme fördern die Mitarbeiter individuell und helfen ihnen, ihre Potenziale voll auszu-schöpfen.

Förderung der Führungskultur durch Führungskräfte trainings

Um diese anspruchsvollen Anforderungen erfüllen zu können, arbeitet die Post nicht nur intensiv an ihren Produkten und Services, sondern auch an sich selbst. Dazu zählen interne Strukturen und Prozesse sowie eine offene und moderne Unternehmens- und Führungskultur. Entscheidend für eine Unternehmenskultur, die Kreativität und Innovation begünstigt, sind die Führungskräfte. Als Lotsen erkennen sie die Potenziale ihrer Mitarbeiter, helfen mittels individueller Förderung beim Ausbau von Fähigkeiten und schaffen leistungsfördernde Arbeitsbedingungen. Sie orientieren sich stets an den Führungsleitlinien der Post, die auf den vier Leitwerten „Verantwortung übernehmen“, „Orientierung geben“, „Zusammenarbeit fördern“ sowie „Vertrauen schaffen“ beruhen. Aufbauend auf diesen Führungsleitlinien wurde die Führungsakademie ins Leben gerufen. Mit diesem langfristig angelegten Weiterbildungsprogramm werden leitende Mitarbeiter sowie Schlüsselkräfte maßgeschneidert bei der Umsetzung der Führungsleitlinien unterstützt und ein einheitliches Führungsverständnis innerhalb der Post etabliert. In verschiedenen Modulen und mithilfe speziell ausgebildeter Coaches wird Führungskompetenz vermittelt und die individuelle Persönlichkeitsentwicklung gefördert. Im Jahr 2015 nahmen 578 Führungskräfte an der Führungsakademie teil. Die vier zielgruppengerechten Programme zur Weiterentwicklung der Führungskräfte werden 2016 fortgesetzt.

Individuelle Förderung durch gezielte Aus- und Weiterbildung

Neben der Führungsakademie wurde auch die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter intensiv fortgesetzt. Diese ist ein wichtiger Schwerpunkt

G4-LA9

AUS- UND WEITERBILDUNGSKENNZAHLEN ¹⁾	2013	2014	2015
Anzahl der Seminare	1.347	1.021	932
Anzahl der Teilnehmer	6.471 ²⁾	5.169	5.424
davon Frauen in %	32,7%	26,4%	33,1%
davon Männer in %	67,3%	73,6%	66,9%
Personenstunden	75.841	100.859	81.500
Durchschnittliche Personenstunden Frauen pro Jahr	3,3	3,8	4,3
Durchschnittliche Personenstunden Männer pro Jahr	3,9	5,7	4,1

1) Inklusive nationaler Tochtergesellschaften.

2) Die Teilnahme an mehreren Kursen im Rahmen von modular aufgebauten Seminarreihen wird ab 2014 pro Seminarreihe berichtet, nicht pro Kurs. Deshalb ist die Teilnehmerzahl für 2013 nicht mit jener der Folgejahre vergleichbar.



im Personalmanagement der Österreichischen Post. Dazu gehören Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens.

2015 wurden in Summe 932 Seminare abgehalten, an denen insgesamt 5.424 Post-Mitarbeiter teilnahmen. Die Teilnehmer waren zu 33,1% Frauen und zu 66,9% Männer. Insgesamt wurden Mitarbeiterinnen durchschnittlich 4,3 Stunden pro Jahr und Mitarbeiter 4,1 Stunden pro Jahr geschult (in diesen Kennzahlen sind interne Trainings „on the job“ sowie Schulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz nicht inkludiert). Insgesamt nahmen die Mitarbeiter der Österreichischen Post an 81.500 Seminarstunden teil.

Talentmanagementprogramm

Talente gehören gefördert. Im Jahr 2014 startete die Österreichische Post daher ein international ausgerichtetes, maßgeschneidertes Talentmanagementprogramm für 19 vielversprechende junge Mitarbeiter aus dem Post-Konzern an der IEDC Bled School of Management in Slowenien. Die Teilnehmer beschäftigen sich in den unterschiedlichsten Trainingsmodulen intensiv mit Management- und Führungsthemen.

In den vielfältigen Trainingsmodulen erweitern die High Potentials durch Austausch mit internationalen Vortragenden und Gastrednern ihren Horizont. Sie lernen andere Sichtweisen kennen und können so wertvolle Erfahrungen für ihre persönliche Weiterentwicklung sammeln. Nach jedem Modul reflektieren die Post-Talente das Gelernte und entwickeln neue Ideen nach dem Motto: „Stretch your mind!“ Ziel dieses umfangreichen Programms ist es, Führungskräfte von morgen auf ihre herausfordernde Rolle umfassend vorzubereiten.

Lehrlingsausbildung

Doch die Talentsuche der Post setzt noch früher an: Für Jugendliche bietet die Post seit mittlerweile sechs Jahren die „Lehre mit Matura“ an. 52 Lehrlinge nutzten das im Jahr 2015, sie erhielten im Bereich Filialnetz eine spannende Ausbildung in gleich vier Kompetenzfeldern: Bankwesen, Postdienstleistungen, Telekommunikation und Handelswaren. Im Jahr 2016 werden österreichweit weitere 30 Lehrlinge die Chance für eine Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann bzw. zur Einzelhandelskauffrau mit Schwerpunkt Telekommunikation erhalten. Für die hohe Qualität der Ausbildung der Jugendlichen erhielt die Post Ende 2014 das Qualitätssiegel „TOP-Lehrbetrieb“ der Wirtschaftskammer Wien. ▶



TRAINEEPROGRAMME

Ihre Nachwuchskräfte bereitet die Post mit einem maßgeschneiderten Traineeprogramm auf ihren Einsatz vor. Ein solches startete erneut im November 2014. Insgesamt 23 Trainees durchliefen bis August 2015 umfassende Ausbildungsmodulare und lernten im Rotationsprinzip die Arbeit unterschiedlicher Abteilungen im Detail kennen. Auch sie absolvierten – wie die Führungskräfte – das Programm „Ein Tag beim Kunden“ und besuchten Verteilzentren und Veranstaltungen wie die Hauptversammlung der Österreichischen Post sowie den Logistik Dialog. Umfassende Seminare ergänzten die Praxisteile des Trainee-programms.

Als Abschlussprojekt ihrer Trainee-Zeit organisierten sie für die neu eintretenden Trainees des darauffolgenden Programms ein Teambuilding, um ihnen den Einstieg ins Programm zu erleichtern. Gemeinsam mit den neuen Trainees sind zwei Grillplätze im Ferienhaus Bad Ischl für alle Post-Mitarbeiter entstanden. Unter dem Motto „Rettet die Bienen“ wurden im Zuge dessen auch Bäume und Sträucher gepflanzt – Nachhaltigkeit startet also bereits beim Einstieg in die Post-Laufbahn. Das Traineeprogramm hat sich zur Förderung von Talenten bestens bewährt. 13 neue Trainees haben im September 2015 ihr Programm in der Post begonnen.

Center of Excellence

Als führender Logistik- und Postdienstleister bietet die Österreichische Post spannende Tätigkeitsgebiete und vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung für Akademiker an.

G4-LA10

Zum Beispiel im Center of Excellence. Dort treffen sich die besten Studierenden der Wirtschaftsuniversität Wien. Die Post begleitet diesmal die Gruppe 46 zwei Jahre lang und konnte dabei außergewöhnliche Persönlichkeiten kennenlernen, viele interessante Gespräche führen sowie auf ein hohes Engagement für das Charity-Projekt zurückblicken. Für das Kick-off wurden rund 50 Studenten des Center of Excellence in die Unternehmenszentrale geladen, um den Studenten nicht nur einen umfassenden Einblick in die Post zu geben, sondern auch die einzelnen Persönlichkeiten kennenzulernen und mit konkreten Fragestellungen aus den Fachbereichen an die Gruppe heranzutreten.

G4-LA11

Individuelle Entwicklungsplanung

Regelmäßige Mitarbeitergespräche zwischen Mitarbeitern und deren unmittelbaren Vorgesetzten machen zukunftsfit. Sie helfen, persönliche Arbeitsschwerpunkte und Ziele festzulegen und Unterstützungsmaßnahmen in Form von Aus- und Weiterbildung zu vereinbaren. 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 damit 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 auf Arbeitsschwerpunkte, Zielvereinbarungen und Unterstützungsmaßnahmen.

Post-Arbeitsmarkt

Neben ihrem spezifischen Aus- und Weiterbildungsangebot für die Mitarbeiter aller Bereiche und Altersgruppen bietet die Post auch Mitarbeitern, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, die Möglichkeit zur beruflichen Neuorientierung im Rahmen des „Post-Arbeitsmarktes“.

Steigen der Wettbewerb und die Bedürfnisse des Marktes fordern von der Österreichischen Post laufende Effizienzsteigerungen und Anpassungen in der Personalstruktur. Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln bedeutet, 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“ bietet deshalb vielfältige „Training-on-the-Job-Programme“ zur beruflichen Neuorientierung innerhalb und außerhalb des Unternehmens und bereitet auf diese Weise betroffene Mitarbeiter auf neue Tätigkeiten vor.

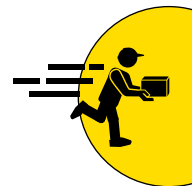
Initiative „Post-Mitarbeiter zu den Bundesministerien“

Ein Erfolgsmodell für den verantwortungsvollen und sozialverträglichen Umgang mit Personalüberkapazitäten ist auch die Initiative „Post-Mitarbeiter zu den Bundesministerien“: Bis Ende 2015 wechselten 519 Post-Mitarbeiter in verschiedene Bundesdienststellen, der Großteil von ihnen in die Bundesministerien für Inneres, Finanzen, Justiz sowie Bildung und Frauen. Dieses Win-win-Modell zeigt uns, dass die Kompetenzen von Post-Mitarbeitern in den Ministerien sehr gefragt sind und den ehemaligen Post-Bediensteten neue Tätigkeiten mit interessanten beruflichen Perspektiven geboten werden konnten. Dieses Projekt soll intensiviert werden, es wird am noch besseren Informationszugang für die aktuell ca. 500 offenen Bundesstellen gearbeitet. So können sich interessierte Mitarbeiter für individuelle Beratungen bei Roadshows vor Ort anmelden.



EIN TAG BEIM KUNDEN

Zu den erfolgreichsten Maßnahmen zur Schärfung des Führungsverständnisses zählt der jährliche „Tag beim Kunden“. Im Rahmen dieses Programms hatten im Jahr 2015 erneut 380 Führungskräfte die Gelegenheit, einen Tag lang Einblick in die tägliche Arbeit von Kollegen in der Brief- und Paketzustellung, in den Filialen und im Kundenservicecenter sowie in den Tochterfirmen Systemlogistik und feibra zu gewinnen. Dadurch erleben Führungskräfte die Arbeit von Kollegen im direkten Kundenkontakt selbst und können die entsprechenden Herausforderungen wesentlich besser einschätzen. Außerdem unterstützt dieser „Tag beim Kunden“ wesentliche Punkte des Post-Leitbildes – Kundenorientierung, Wertschätzung und offene Kommunikation – und fördert das gegenseitige Verständnis.



G4-LA12

BUNT GEWINNT: VIELFALT UND CHANGENGLEICHHEIT

Soziale Vielfalt bringt weiter. Das weiß auch die Post. Im Rahmen ihres Diversity-Managements fördert sie soziale Vielfalt und nutzt sie konstruktiv. Dies bezieht sich auf äußerlich wahrnehmbare Unterschiede wie Geschlecht, Ethnie, Alter oder Behinderung, andererseits aber auch auf subjektive Unterschiede wie Religion oder Lebensstil.

Die Österreichische Post will die individuelle Verschiedenheit ihrer Mitarbeiter nicht nur tolerieren, sondern diese im Sinne einer positiven Wertschätzung besonders hervorheben. Das schafft eine produktive Gesamtatmosphäre im Unternehmen. Um Chancengleichheit zu schaffen, tritt sie jeder Form von Diskriminierung, Mobbing und sexueller Belästigung entschieden entgegen.

Vielfalt lässt sich an Zahlen festmachen. In der Österreichischen Post waren 2015 durchschnittlich 17.983 Mitarbeiter beschäftigt – rund ein Drittel (29,3%) davon Frauen und 70,7% Männer. 2.632 Frauen nutzten neben 633 Männern die individuellen Teilzeitmodelle, mit denen die Post die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert.

Zudem stammen rund 1.600 Mitarbeiter der Post aus 83 verschiedenen Nationen. Unter den Führungskräften waren es 39 Mitarbeiter aus 13 Nationen.

Diversität in den Leitungsgremien

Der Vorstand der Österreichischen Post besteht aus vier Personen:

- DI Dr. Georg Pözl, Vorstandsvorsitzender, Generaldirektor
- DI Walter Oblin, Finanzvorstand
- DI Walter Hitziger, Vorstandsmitglied, Division Brief, Werbepost & Filialen
- DI Peter Umundum, Vorstandsmitglied, Division Paket und Logistik

Nähere Informationen zu den Mitgliedern des Vorstands einschließlich ihres beruflichen Werdegangs und ihres aktuellen Verantwortungsbereichs finden Sie im Geschäftsbericht 2015 (Teil 2, Finanzbericht, Seite 10–11).

Auch der Aufsichtsrat lebt von Vielfalt. Dennoch: Entscheidend für die Besetzung der Sitze im Aufsichtsrat sind fachliche Qualifikation und persönliche Kompetenz. Der Aufsichtsrat wird diese Voraussetzungen bei Vorschlägen für die Wahl von Aufsichtsratsmitgliedern stets in den Vordergrund stellen.

Zur Vielfalt zählen dabei insbesondere Internationalität sowie unterschiedliche Erfahrungshorizonte. Auch der Anteil von Frauen im Aufsichtsrat orientiert sich am Kriterium der Vielfalt: Im Jahr 2015 waren drei der zwölf Aufsichtsratsmitglieder jünger als 50 Jahre und zwei Mitglieder nichtösterreichischer Nationalität. Insgesamt sind im Aufsichtsrat vier Frauen vertreten, das sind 50% der von der Hauptversammlung gewählten Mitglieder. In der konstituierenden Aufsichtsrats-sitzung am 15. April 2015 wurden Frau Dr. Edith Hlawati zur Vorsitzenden und Frau Mag. Edeltraud Stiftinger zur stellvertretenden Vorsitzenden gewählt.

Nähere Informationen zur Zusammensetzung des Aufsichtsrats finden Sie im Geschäftsbericht 2015 der Österreichischen Post, Finanzteil, Seite 11–13. ▶

DIVERSITÄT

17.983 Mitarbeiter aus 84 verschiedenen Nationen arbeiten gemeinsam daran, dass Pünktlichkeit bei der Österreichischen Post kein Schlagwort bleibt.



„Vielfalt macht uns innovativer und kreativer. Deshalb ist sie bei uns gelebte Praxis.“

VERENA ABU-DAYEH, LEITUNG PERSONALENTWICKLUNG UND TALENTMANAGEMENT

G4-LA12

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST	2013	2014	2015
Mitarbeiter (VZK ¹⁾) gesamt	18.951	18.403	17.983
davon Frauen (VZK in %)	28,9%	29,1%	29,3%
davon Männer (VZK in %)	71,1%	70,9%	70,7%
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	17.178	16.654	16.201
davon Frauen (in %)	23,4%	23,7%	23,9%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.388	3.315	3.265
davon Frauen (in %)	83,5%	82,4%	80,6%
Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.196	1.188	1.242
MITARBEITER (VZK) NACH ALTERSKLASSEN			
unter 30 Jahren	1.837	1.953	2.031
30–50 Jahre	11.131	10.040	9.116
über 50 Jahre	5.982	6.410	6.836
MITARBEITER IN LEITENDEN POSITIONEN ²⁾			
Mitarbeiter in leitenden Positionen absolut	1.268	1.207	1.105
davon Frauen	320	299	274
davon Männer	948	908	831
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	28	25	21
30–50 Jahre	800	709	617
über 50 Jahre	440	473	467
Mitarbeiter in leitenden Positionen in %	6,7%	6,6%	6,1%
davon Frauen	25,2%	24,8%	24,8%
davon Männer	74,8%	75,2%	75,2%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	2,2%	2,1%	1,9%
30–50 Jahre	63,1%	58,7%	55,9%
über 50 Jahre	34,7%	39,2%	42,3%

1) VZK = Vollzeitkräfte.

2) Vorstände, Führungskreis („Direct Reports“ der Vorstände), erweiterter Führungskreis („Direct Reports“ des Führungskreises oder Schlüsselkräfte) und Führungskonferenz (Mitarbeiter der BE 2 bis 5, die mindestens drei Mitarbeiter führen).

Charta der Vielfalt

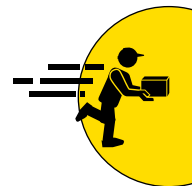
Die Österreichische Post legt größten Wert auf Diversität im Unternehmen. Unabhängig von Alter, Religion, Geschlecht, Behinderung, sexueller Orientierung oder Herkunft wird eine große Vielfalt der Mitarbeiter bei der Post geschätzt und bewusst gefördert. Die gelebte Vielfalt bei der Post bedingt Respekt und Chancengleichheit, fördert die Innovationsfähigkeit und Kreativität, hilft bei der Erschließung internationaler Märkte und verbessert gleichzeitig das Image.

Um ihren inneren Werten in puncto Diversität auch ein äußeres Zeichen zu setzen, zählt die Post seit dem Jahr 2013 zu den Unterzeichnern der „Charta der Vielfalt“, einer freiwilligen Unternehmensinitiative der Wirtschaftskammern

Österreich und Wien – ein klares Signal für mehr Toleranz und Fairness.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Österreichische Post nimmt ihre Rolle als familienfreundlicher Arbeitgeber ernst und fördert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch eine Reihe von Maßnahmen und Angeboten. Dafür erhielt sie im November 2013 das bis 2016 gültige Grundzertifikat „berufundfamilie“ des österreichischen Familienministeriums. Im Jahr 2016 möchte sich die Österreichische Post erneut auditieren lassen, um den Vereinbarungsgedanken von Beruf und Familie nachhaltig im Unternehmen zu verankern. Das Audit entwickelt das Familienbewusstsein in allen relevanten



G4-LA13

Aspekten eines Unternehmens kontinuierlich weiter. Studien belegen, dass ein familienfreundliches Arbeitsumfeld bei den Beschäftigten zu einer gesteigerten Motivation, Loyalität und Einsatzbereitschaft führt. Gestartet wurde mit Maßnahmen für die Unternehmenszentrale und die Overhead-Funktionen der regionalen Außenstellen, 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 entwickelt und umgesetzt werden. Nach der erfolgreichen Implementierung entsprechender Maßnahmen werden schrittweise auch andere Unternehmensbereiche mit in das Audit aufgenommen.

Gleichberechtigung

Es ist der Post ein wichtiges Anliegen, Menschen mit Behinderungen gleichberechtigt am Arbeitsleben teilhaben zu lassen. So wichtig, dass sie diese Verantwortung in den vergangenen Jahren über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus wahrgenommen hat. 1.242 Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen waren im Jahr 2015 bei der Österreichischen Post beschäftigt. Menschen mit Behinderungen sind in den unter-

schiedlichsten Positionen tätig – beispielsweise als Führungskräfte, Betriebsräte, Zusteller oder Filialmitarbeiter.

Gleichberechtigung besteht auch hinsichtlich der Gehälter von Männern und Frauen. Sowohl die bei der Österreichischen Post beschäftigten Bundesbeamten als auch die Angestellten nach dem „alten“ Kollektivvertrag (Dienstordnung) und die Angestellten nach dem „neuen“ Kollektivvertrag (wirksam seit 1. August 2009) werden ihrer Tätigkeit entsprechend im jeweiligen Gehalts- bzw. Entlohnungsschema bezahlt. Jede Tätigkeit entspricht einer bestimmten Einreihung im Gehalts- bzw. Entlohnungsschema, die für alle Mitarbeiter unabhängig vom Geschlecht gleichermaßen gilt. Bedingt durch diese Systematik bestehen bei der Österreichischen Post keine Gehaltsunterschiede zwischen Männern und Frauen bei gleicher Tätigkeit und gleicher Ausbildung.

Anlaufstellen für Mitarbeiter

Die Österreichische Post bietet eine Vielzahl an Programmen und Initiativen, die Mitarbeiter fördern und unterstützen und zu einem positiven Arbeitsklima beitragen sollen. Dennoch können persönliche Themen die Motivation und Einsatzbereitschaft der Mitarbeiter beeinträchtigen. Seit 2014 können sich Mitarbeiter deshalb vertraulich an eine interne Ombudsperson wenden, wenn sie Hilfe bei persönlichen Problemen im Arbeitsumfeld benötigen oder wenn es um die Einhaltung der Leitbild-Werte der Post geht. ■



„Mitarbeitern mit persönlichen Problemen stehen wir vertrauensvoll zur Seite.“

URSULA BACHMAIR, LEITUNG GESUNDHEITSMANAGEMENT

Im Jahr 2015 fanden
2.000 Gesundheits-
beratungen statt.



MITARBEITER: KEY FACTS

Die Hauptziele, Subziele und Maßnahmen der Post im Bereich Mitarbeiter für 2015 und 2016 noch einmal übersichtlich zusammengefasst:

Unternehmens- und Führungskultur fördern

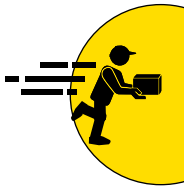
Eine offene und moderne Unternehmens- und Führungskultur erlaubt den Mitarbeitern, kreativ und innovativ, flexibel und eigenverantwortlich sowie zielorientiert und nachhaltig zu agieren. Wichtigster Orientierungspunkt dafür ist das Leitbild der Post. Den Führungskräften der Post obliegt es, Potenziale zu erkennen und individuell zu fördern, sie sind verantwortlich für leistungsfördernde Arbeitsbedingungen, in denen sich die Mitarbeiter optimal entfalten können. Zu diesem Zweck investiert die Post nachhaltig in die Qualität ihrer leitenden Mitarbeiter und schult seit 2012 Führungskräfte durch spezielle Trainings im Rahmen ihrer Führungsakademie.

Qualifikation und Wandel unterstützen

Die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung unterstützt die Mitarbeiter in puncto Qualifikation und Wandel und wurde auch 2015 intensiv fortgesetzt. Über 5.000 Teilnehmer an rund 1.000 Seminaren zeugen davon, dass die angebotenen Trainings und Seminare gut angenommen werden.

Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz

Auch wenn die Mitarbeiter natürlich selbst gefordert sind, wenn es um den Erhalt ihrer Gesundheit geht, unterstützt die Post sie mit zielgruppen- und themenspezifischen Gesundheitsförderungsprogrammen. Auch die Arbeitssicherheit nimmt einen hohen Stellenwert ein, da sehr viele Mitarbeiter in der Zustellung und den Verteilzentren körperlich anspruchsvolle Tätigkeiten ausüben. Viele bedienen Maschinen und Fahrzeuge und müssen deshalb besonders achtsam sein. Durch regelmäßige Unterweisungen und Schulungen kennen die Mitarbeiter die mit ihren Tätigkeiten verbundenen Sicherheitsrisiken und können diesen durch richtiges Verhalten vorbeugen.

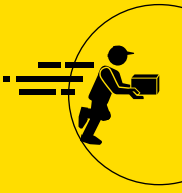


DIE POST IST IMMER IN BEWEGUNG

 ZIELE FÜR 2015	 ERREICHT IN 2015	 VORGENOMMEN FÜR 2016
Führungsakademie Durchführung von Schulungen und Seminaren im Ausmaß von mindestens 1.500 Personentagen	Insgesamt wurden Schulungen und Seminare im Ausmaß von 2.251 Personentagen durchgeführt.	Durchführung von Schulungen und Seminaren im Ausmaß von mindestens 1.500 Personentagen
Ein Tag beim Kunden Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften	380 Teilnehmer nahmen am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil.	Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften
Audit „berufundfamilie“ Umfassendes Informationsangebot über Themen wie Karenz oder Kinderbetreuung über das Post-Intranet. Durchführung einer Netzwerkveranstaltung im Jahr 2015	Das umfassende Informationsangebot wurde im Intranet eingerichtet und steht allen Mitarbeitern zur Verfügung. Titel der Veranstaltung: Culture.Change.Europe	Abschluss der Auditierung und Start des Re-Audits
Mitarbeiterbefragung Durchführung einer Mitarbeiterbefragung im Jahr 2015	Die Mitarbeiterbefragung wurde durchgeführt.	
Postler zum Bund Fortführung des Programms „Postler zum Bund“	Das Programm wurde auch im Jahr 2015 fortgeführt.	Fortführung des Programms „Postler zum Bund“
Fahrsicherheitstraining Durchführung von Fahrsicherheitstrainings für mindestens 150 Teilnehmer	282 Mitarbeiter nahmen an Fahrsicherheitstrainings teil.	
Gesundheitsberatung Durchführung von mindestens 750 Gesundheitsberatungen und 10 Gesundheitstagen	Es wurden rund 2.000 Gesundheitsberatungen und 30 Gesundheitstage durchgeführt.	Durchführung von mindestens 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen
Herzratenvariabilitätsanalysen Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens 3 Dienststellen	280 Herzratenvariabilitätsanalysen wurden an 7 Dienstorten durchgeführt.	Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens 3 Dienststellen
Laufveranstaltungen Förderung von 10 Laufveranstaltungen	Im Jahr 2015 hat die Post die Teilnahme an 14 Laufveranstaltungen gefördert.	Weiterhin Förderung von Laufveranstaltungen
NEUE VORHABEN FÜR 2016:	Entwicklung und Weiterführung von Gesundheitsprojekten: „Gesundes Herz und Du“, Rückenschule, Ersthelferausbildung für Führungskräfte Evaluierung psychischer Fehlbelastungen: Datenevaluierung für die Bereiche Filialen und Zustellbasen	



**NAH AM KUNDEN:
IN DEN 1.785 GESCHÄFTSSTELLEN
DER POST WIRD DIENSTLEISTUNG
GROSSGESCHRIEBEN.**



DIE POST UND DIE GESELLSCHAFT – UNIVERSAL UND SOZIAL

Die Österreichische Post liefert 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: 2015 wurden 95,9% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 98,1% der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen zugestellt – beide Werte liegen über den gesetzlichen Anforderungen des Universaldienstes. Neben ihrem wertvollen Beitrag zur Kommunikationsinfrastruktur des Landes unterstützt die Post eine Reihe von Sozialprojekten und entwickelt laufend innovative Dienste für neue gesellschaftliche Anforderungen.



Jede Generation hat
unterschiedliche
Wünsche an die
Österreichische
Post.

DMA-SO
DMA-PR

DIE HERAUSFORDERUNG: VERNETZT UND VERANTWORTLICH HANDELN



Die Österreichische Post spielt eine wichtige Rolle in der österreichischen Gesellschaft. Sie ist Universalanbieter für Postdienstleistungen, in ihrer Verantwortung liegt die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten in erstklassiger Qualität. Damit ist sie entscheidend dafür mitverantwortlich, dass die Kommunikationsinfrastruktur des Landes aufrechterhalten und gesichert wird. Was die Post bietet, muss modernen gesellschaftlichen Ansprüchen gerecht werden. Mit innovativen Dienstleistungen und einer umfassenden Serviceoffensive stellt sie die Kunden deshalb stets in den Mittelpunkt aller unternehmerischen Entscheidungen.

Zusätzlich leistet die Österreichische Post durch die Unterstützung einer Reihe von Sozialprojekten ihren Beitrag zu gesellschaftlichen Anliegen. Den Projekten kommt dabei insbesondere die Kernkompetenz der Post, die flächendeckende Zustellung von Sendungen und ihr österreichweites Vertriebsnetz, zugute.

In gesellschaftlicher Hinsicht ist die Österreichische Post von den folgenden Megatrends maßgeblich beeinflusst:

- Demografischer Wandel
- Ausdifferenzierte Lebensstile
- Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein

Jahr für Jahr befördert die Österreichische Post rund 6 Mrd Sendungen schnell und zuverlässig an ihren Bestimmungsort und sichert dadurch die postalische Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung auf höchster Qualitätsstufe. 2015 wurden 95,9% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 98,1% der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen zugestellt – beide Werte liegen über den gesetzlichen Anforderungen des Universaldienstes. Möglich machen dies sowohl das Know-how der Post-

WELCHE MEGATRENDS DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH GESELLSCHAFT BEEINFLUSSEN

DIE GESELLSCHAFT WIRD KOMPLEXER, KUNDEN FORDERNDER. EINE VERANTWORTUNG, DER SICH DIE POST JEDEN TAG AUFS NEUE STELLEN MUSS.

■ DEMOGRAFISCHER WANDEL

Ob Alt oder Jung – die Österreichische Post muss alle Kundenbedürfnisse zielgruppengerecht bedienen.

■ AUSDIFFERENZIERTE LEBENSSTILE

Online oder persönlich, rund um die Uhr und termingerecht – die Post muss stets innovative Leistungen bieten.

■ NACHHALTIGKEIT UND UMWELTBEWUSSTSEIN

Die Gesellschaft wandelt sich – die Post muss mit gesellschaftlichem Engagement ihrer Vorreiterrolle gerecht werden.

Mitarbeiter als auch die laufenden Investitionen in Hightechanlagen in den sechs Brief- und sieben Paketverteilzentren in ganz Österreich.

Mit 1.785 Geschäftsstellen – darunter 504 eigene Filialen und 1.281 Post Partner – ist die Post im ganzen Land bestens vernetzt. Besonders das Konzept der Post Partner – zu ihnen zählen beispielsweise Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen oder Apotheken, die ihren Kunden neben ihrem herkömmlichen Waren- oder Dienstleistungsangebot auch Postdienstleistungen anbieten – hat sich als kundenorientierte Initiative sehr gut bewährt.

Die Österreichische Post arbeitet laufend an neuen Produkten und Services, um die aktuellen Kundenbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen und den sich wandelnden Lebensstilen entgegenzukommen. Die Kunden von heute möchten ihre Postgeschäfte flexibel und zu unterschiedlichen Zeiten erledigen, und genau das macht die Post mit ihren neuen 24/7-Konzepten möglich. Das Ergebnis: eine ausgezeichnete Servicequalität und damit ein höherer Komfort für die Kunden.

Dem steigenden Trend zu Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein begegnet die Post mit ihrer Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT, die im Kapitel Umwelt näher beschrieben wird, sowie mit der Unterstützung von gesellschaftsrelevanten, sozialen Projekten und Aktivitäten. ►►

G4-9

STARKE WERTE

Im Jahr 2015 wurden 95,9% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 98,1% der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen zugestellt. Mit 1.785 Geschäftsstellen ist die Post stets nah am Kunden.



Die Post liefert an jede Adresse Österreichs – und leistet so einen wichtigen Beitrag zur Grundversorgung.

DIE ANTWORT:
**DIE POST – STETS EIN
VERLÄSSLICHER
PARTNER**



Es ist ein Netzwerk der besonderen Art: Nur die Österreichische Post bringt täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich. Damit ist sie ein verlässlicher Partner und sichert die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. Außerdem betreibt die Post ein flächendeckendes Standortnetz mit 1.785 Geschäftsstellen, davon 504 eigenbetriebene Post-Filialen und 1.281 Post Partner-Filialen. Das Geschäftsstellennetz zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes und ist für jeden Kunden optimal erreichbar. Die Post wandelt sich mit ihren Kunden: Sie bietet stets zeitgemäße Produkte und Dienstleistungen, die den aktuellen Kundenbedürfnissen nach Flexibilität und zusätzlichen Services entsprechen.

Die Leistungen der Post sind perfekt auf die wesentlichen Themen, die sich aus dem laufenden Dialog mit den Stakeholdern ergeben, abgestimmt. Diese lauten im Überblick:¹

- Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten
- Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring
- Kundenzufriedenheit sicherstellen
- Serviceorientiert handeln

WENN'S WIRKLICH WICHTIG IST: VERSORGENGS-SICHERHEIT

Jede Adresse in ganz Österreich – das ist kurz gefasst die Herausforderung, der sich die Post stellt. Sie muss das gesamte Bundesgebiet zuverlässig mit Postdienstleistungen versorgen und ist damit entscheidend für die Kommunikationsinfrastruktur des Landes mitverantwortlich. Nur die Post bringt tagtäglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich und sichert dadurch die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit postalischen Dienstleistungen. Und ist stolz auf die ausgezeichnete Qualität: 2015 wurden 95,9% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 98,1% der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen zugestellt – beide Werte liegen über den gesetzlichen Anforderungen des Universaldienstes.

Kein Grund, sich auszuruhen: Bei der Erstzustellquote von bescheinigten Briefen und Paketen übertraf die Post die guten Werte des Vorjahres im Briefbereich und im Paketbereich erneut. Die Erstzustellquote ist ein für die

1) Details siehe „Facts & Figures“ ab Seite 96.

Kundenzufriedenheit sehr wichtiger Faktor. So konnten im Jahr 2015 91% der Pakete beim ersten Versuch erfolgreich zugestellt werden, bei den bescheinigten Briefen lag der Wert bei 78%.

Neben sechs Brief- und sieben Paketverteilzentren sowie 248 Brief- und 16 Paketzustellbasen betreibt die Post landesweit ein flächendeckendes Geschäftsstellennetz, das Ende 2015 ganze 1.785 Standorte umfasste. Doch da sich die Rahmenbedingungen für das Postgeschäft rapide ändern, muss die Österreichische Post ihre Services und ihre Infrastruktur laufend kundenorientiert anpassen.

Ein Kernelement dieses Wandels ist das erfolgreiche Post Partner-Konzept. Insgesamt 1.281 Post Partner – Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen, Trafiken und Gemeindeämter – sorgten per Ende 2015 für die optimale regionale Erreichbarkeit der Post. Die Vorteile des Post Partner-Konzepts liegen auf der Hand: Die Post Partner ergänzen das posteigene Filialnetz, sorgen so für mehr Service, kürzere Wege und bessere Öffnungszeiten und sichern zudem die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung. Doch das ist längst nicht alles: Gleichzeitig werden damit bestehende 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 erwirtschaften können. Es handelt sich dabei um eine „Win-win-Situation“ für Post Partner, Kunden und die Post.

Besonders erfolgreich ist die Kooperation mit Post Partnern aus dem Sozialbereich. Die Partnerschaften der Post mit karitativen Organisationen bewirken einen doppelten sozialen Effekt: Sie leisten einen Beitrag zur Sicherung der Postversorgung und helfen gleichzeitig den Mitarbeitern der Organisationen beim Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt. ▶

UNSERE THEMEN

- Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten
- Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring
- Kundenzufriedenheit sicherstellen
- Serviceorientiert handeln

■ G4-SO 1

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT 2015

 **388.000** **Handys**
 für die „Ö3-Wundertüte“

 **3.000** **Kinder**
 erhielten „Pakete fürs Christkind“

 **100.000** **Menschen**
 profitierten von den „Gurkenglas“-Spenden

 **12.000** **Willkommenspakete**
 an Flüchtlinge verteilt

 **700** **Flüchtlinge**
 fanden Hilfe im ehemaligen Verteilzentrum
 am Linzer Hauptbahnhof

 **3.000** **Schulboxen**
 landesweit an Volksschulen verschickt

 **26** **Schüler**
 beim Post-Workshop der „Kinder Business Week“

 **19** **Mädchen**
 beim „Wiener Töchertag“ der Post

Engagement für Benachteiligte

Ein Beispiel dafür ist die Aktion „Ö3 Wundertüte“, an welcher die Post bereits seit 2005 federführend beteiligt ist. 388.000 alte Handys wurden 2015 im Rahmen der Initiative gesammelt und brachten Spenden von 580.000 EUR für die Soforthilfefonds von Licht ins Dunkel und Caritas.

Oder die über 3.000 „Pakete fürs Christkind“, die die Post in Kooperation mit dem Arbeiter-Samariter-Bund Österreichs im Jahr 2015 an Kinder aus sozialen Einrichtungen und benachteiligten Familien in Österreich überbrachte.

Wohlmeinende „Christkinder“ hatten es damit leicht: Jeder, der zu Weihnachten einem bedürftigen Kind in Österreich ein Geschenk machen wollte, konnte auf der Post-Homepage für diesen Zweck kostenfrei eine vorfrankierte Paketmarke bestellen. Damit konnten die Geschenkpakete beklebt und in einer Post-Geschäftsstelle abgegeben werden. Die Pakete wurden anschließend an eine der neun Sammelstellen des Samariterbundes geschickt. Rechtzeitig vor Weihnachten überbrachten haupt- und ehrenamtliche Samariter die Pakete persönlich an Kinder aus sozialen Einrichtungen und benachteiligten Familien. Die Aktion zeigt: Die Post verbindet.

Ein ganz ähnliches Projekt war „Weihnachten im Schuhkarton“, das auch 2015 wieder unterstützt wurde: Die Post holte die Pakete von den Sammelstellen im Großraum Wien ab und übergab sie dem Transport nach Osteuropa. So konnten sie rechtzeitig an Kinder in Not verteilt werden.

Fair-teilen gilt auch für die „Gurkenglas-Aktion“, bei der die Post die Caritas unterstützte. Dabei konnten die Österreicher Kleingeld in leeren Gurkengläsern sammeln und diese in allen Post-Filialen abgeben. Mit den Mitteln aus dieser Caritas-Kampagne soll die Ernährungssituation von insgesamt 100.000 Menschen in den ärmsten Ländern der Welt verbessert und damit Hunger langfristig bekämpft sowie Kriegsvertriebene unterstützt werden.

Neben diesen Initiativen engagierte sich die Post auch in der Flüchtlingshilfe. Im Zuge der Aktion „Willkommenspakete für Flüchtlinge“ übernahm sie die kostenlose Zustellung von knapp 12.000 Paketen mit Sachspenden aus ganz Österreich an den Arbeiter-Samariter-Bund. Auch post.sozial hat ein eigenes Spendenkonto für Flüchtlinge eingerichtet und konnte mit den bestehenden Strukturen rasch und unbürokratisch helfen.

Darüber hinaus stellte die Österreichische Post ihr ehemaliges Verteilzentrum am Linzer Hauptbahnhof dem Bundesministerium für Inneres

FAIR-TEILEN: GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT DER POST

Neben ihrer hervorragenden Rolle in der postalischen Grundversorgung engagiert sich die Post auch bei einer Vielzahl von Sozialprojekten. Zugute kommt den Projekten dabei vor allem die Kernkompetenz der Post, nämlich die flächendeckende Zustellung von Sendungen und ihr österreichweites Vertriebsnetz. Eins ist sicher: Fair-teilen kann niemand besser als die Post.



zur Verfügung. Im vom Roten Kreuz betriebenen Notquartier konnten ab Mitte September rund 700 Betten für Flüchtlinge eingerichtet werden.

Engagement für den Nachwuchs

Die Post engagiert sich nicht nur für sozial Schwache, sie kümmert sich auch um den Nachwuchs, wie die folgenden Projekte beweisen. Unter dem Titel „Die Post macht Schule“ etwa verschickt sie jährlich rund 3.000 Schulboxen an Volksschulen. Diese ansprechend gestaltete Unterrichtsunterlage regt zum Lesen und Schreiben an und bringt den Schülern gleichzeitig die Post näher.

2015 unterstützte die Post erneut den Bücherverband Österreich bei seiner Aktionswoche „Österreich liest. Treffpunkt Bibliothek“. Besonders im Fokus standen für die Post dabei die „Bilderbuch-Kinos“ für die ganz Kleinen: eine Veranstaltungsreihe in allen Bundesländern, bei der sehr junges Publikum für das Lesen und Schreiben begeistert wird.

Die Post nahm auch im Jahr 2015 an der „Kinder Business Week“ in der Wirtschaftskammer Österreich teil. Bei der einwöchigen Veranstaltung können Schüler unterschiedliche Unternehmen kennenlernen und dabei in die Welt der Wirtschaft hineinschnuppern. Mit großer Begeisterung besuchten 26 Schüler unseren „Post-Workshop“. Spielerisch und anschaulich wurde den Mädchen und Burschen im Alter zwischen 8 und 14 Jahren der Weg eines Briefes oder eines Pakets von der Aufgabe bis hin zur Zustellung erklärt. Besonders gern nutzten die Schüler die Chance, in ein altes Posthorn zu blasen und ihre persönlichen Postkarten zu gestalten.

Vielfalt ist bei der Post nicht nur ein Schlagwort, sondern gelebte Praxis. Und die beginnt

schon früh, wie das Engagement beim „Wiener Töchtertage“ zeigt: 19 Mädchen haben diesen im April 2015 bei der Österreichischen Post verbracht: Im Briefzentrum, im Paketzentrum sowie bei der Güterbeförderung in Inzersdorf konnten die 11- bis 16-jährigen Teilnehmerinnen einen Einblick in die berufliche Praxis gewinnen. Ziel des Töchtertages ist es, Mädchen vor der Berufswahl zu motivieren, neue und für sie teilweise auch ungewöhnliche Ausbildungswege einzuschlagen – ein Gewinn für Gesellschaft und Wirtschaft gleichermaßen.

Die Schülerinnen verfolgten den Weg von selbstgestalteten Postkarten im Briefzentrum, sie begleiteten ein Paket von der Aufgabe bis zur Übergabe, und alle genossen nach einer kurzen Einführung auch eine Runde mit dem Lkw auf dem Postgelände. Den Abschluss bildete wie in den Jahren zuvor ein Wettbewerb mit tollen Preisen für die Gewinnerinnen: Beim Kartieren von Testbriefen konnten die Mädchen ihre Genauigkeit und Schnelligkeit unter Beweis stellen.

Kulturelles Engagement

Die „Post-Kulturvereine“ (sieben Post-Musikkapellen und zwei Chöre in ganz Österreich) haben rund 400 Mitglieder. Viele Postler sind dabei, die Türen stehen aber allen Freunden der Musik offen. Denn gemeinsames Musizieren sorgt für gute Stimmung und stärkt das Gemeinschaftsgefühl – nicht nur unter Arbeitskollegen. Die Post und der Verein post.sozial unterstützen die Post-Kulturvereine finanziell – etwa bei der Anschaffung von Instrumenten und Uniformen.

Die Vereine sind ein voller Erfolg, der auch sichtbar ist. Für Beifall sorgten beispielsweise die Auftritte im Burgtheater bei einer Karl-Kraus-Inszenierung sowie die Konzerte beim Wiener Oktoberfest-Pendant „Wiener Wiesen“ und beim Wiener Blasmusikfestival im Juni 2015. ▶

KULTURELLE HIGHLIGHTS

Die Kulturvereine der Post haben 400 Mitglieder in sieben Musikkapellen und zwei Chören. Für Begeisterung sorgten diese etwa bei Auftritten im Burgtheater und beim Wiener Blasmusikfestival.



„Gemeinsam mit der Caritas konnte die Post mit der ‚Gurkenglas-Aktion‘ 100.000 Menschen in armen Ländern helfen.“

ALEXANDER FRECH, LEITUNG FILIALEN UND VERTRIEB

DIE BESTEN SPENDENBRIEFE 2015

DIE ÖSTERREICHISCHE POST UND DER FUNDRAISING VERBAND AUSTRIA VERLIEHEN ZUM ZWEITEN MAL PREISE FÜR DIE BESTEN SPENDENBRIEFE DES JAHRES.



Ob im Kampf gegen Tierquälerei oder im Einsatz für Katastrophenopfer: Hilfsorganisationen leisten tagtäglich großartige Arbeit. Für sie sind Spendenbriefe ein unverzichtbares Kommunikationsmittel, sie bieten den Menschen eine bequeme Möglichkeit, sich über die Arbeit der NPOs zu informieren und sie in ihrem Handeln zu unterstützen: Um hervorzuheben, welche tolle Sozialprojekte für Mensch, Tier und Natur dank der Spendenbriefe verwirklicht werden konnten, ermittelte die Österreichische Post gemeinsam mit dem Fundraising Verband Austria auch im Jahr 2015 den besten Spendenbrief.

Aus 35 Einreichungen namhafter NPOs wurden die acht besten Spendenbriefe von einer Fachjury aus unterschiedlichsten Organisationen ausgewählt und im KUVERT veröffentlicht. Bis zum 24. Dezember konnte gevotet werden. Zur Abstimmung standen Spendenbriefe folgender Organisationen: Österreichisches Rotes Kreuz, ROTE NASEN Clowndoctors, WWF, Care Österreich, Pro Juventute, Diakonie Eine Welt, die möwe und DEBRA Austria.

Mehr als 18.000 Österreicher sind dem Aufruf der Post gefolgt und haben via Gratispostkarte im KUVERT oder online für ihren Lieblingsspendenbrief gevotet.

Als Sieger ging das Österreichische Rote Kreuz hervor. Der zweite Platz ging an ROTE NASEN Clowndoctors, der dritte an DEBRA Austria.



1. PLATZ ÖSTERREICHISCHES ROTES KREUZ

Mit den Spenden aus dem Spendenbrief kann das Rote Kreuz in wichtige Ausrüstung und Ausbildung der Rotkreuz-Mitarbeiter investieren, um rasch und kompetent 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr helfen zu können.

www.rotekreuz.at



2. PLATZ ROTE NASEN CLOWNDOCTORS

Dieses Mailing gibt einen guten Einblick in die Arbeit der ROTE NASEN Clowndoctors und trug dazu bei, dass viele zusätzliche Clownvisiten durchgeführt werden konnten.

www.rotenasen.at



3. PLATZ DEBRA AUSTRIA

Mit den Spenden aus der Weihnachtsausendung konnte die medizinische Versorgung der „Schmetterlingskinder“ im Epidermolysis-bullosa-Haus für ein ganzes Jahr sichergestellt werden.

www.schmetterlingskinder.at



IMMER NAH DRAN: SERVICEORIENTIERUNG UND KUNDENKOMFORT

Die Post kennt ihre Kunden – das ist zentral für ihren Erfolg. Nur wenn ein Unternehmen weiß, was seine Kunden wollen, kann es innovative und kundenorientierte Services anbieten und dadurch langfristig unternehmerisch erfolgreich sein. Deshalb analysiert die Post die Bedürfnisse ihrer Kunden genau und entwickelt sich auf dieser Basis kontinuierlich weiter.

Ganz im Sinne ihres Leitsatzes „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt“ arbeitet die Österreichische Post laufend an neuen Produkten und Services wie den folgenden, die punktgenau auf die aktuellen Kundenbedürfnisse nach mehr Flexibilität eingehen.

Selbstbedienungszonen, Abholstationen und Empfangsboxen

So verfügte die Österreichische Post Ende 2015 bereits über 302 Selbstbedienungszonen in Post-Filialen, die mit Packstationen, Frankierautomaten und Versandboxen ausgestattet sind, um Kunden die Sendungsaufgabe rund um die Uhr zu ermöglichen. Zusätzlich stehen den Kunden schon 210 Abholstationen zur Verfügung, die auch den Empfang von Sendungen zu jeder Zeit möglich machen.

Eine weitere praktische Abholmöglichkeit stellt die Post-Empfangsbox dar. 13.416 Empfangsboxen wurden bereits in größeren Wohnanlagen installiert.

Online-Paketmarke

Kunden haben bereits länger die Möglichkeit, auf einfache und schnelle Art und Weise Marken für den Versand ihrer Pakete bequem von zu Hause aus zu erstellen und zu drucken. Gleichzeitig haben die Kunden so einen Überblick über ihre Sendungs- und Empfängerdaten und können ihre Marke individuell mit Logos oder Bildern gestalten.

Postkarten App

Im Jahr 2015 verhalf die Post auch einem alten Klassiker zu neuer Popularität: der Postkarte. Schließlich macht eine gedruckte Postkarte einfach mehr Freude als ein Foto, das per E-Mail oder Messenger-Dienst verschickt wird. Für die meisten Menschen gilt das mehr denn je in einer Zeit, in der sich Kommunikation zunehmend auf digitaler Ebene abspielt. Mit ihrer Postkarten App verknüpft die Post die Vorzüge von Digital und Print auf intelligente Weise. Mit der App können denkbar einfach auf dem Handy individuelle Postkarten gestaltet werden. Nur wenige Klicks und schon verwandeln sich Schnappschüsse in persönliche Urlaubsgrüße. Nach dem Versand via Smartphone werden die Karten von der Post gedruckt und an den Empfänger geschickt. Digitaler Komfort beim Versenden verbindet sich auf diese Weise ideal mit dem emotionalen Mehrwert einer physischen Zustellung.

Samstagszustellung von Paketen

Immer nah dran, zu jeder Zeit: Nach diesem Motto liefert die Post seit Oktober 2015 Pakete in Ballungsräumen auch an Samstagen aus. Nach einem erfolgreichen Pilotversuch im Sommer 2015 wurde das neue Service nahtlos im Regelbetrieb weitergeführt. Denn für viele Kunden, sowohl Versandhändler als auch Privatkunden, ist die Zustellung an Samstagen nicht mehr wegzudenken. 2016 soll die Samstagszustellung von Paketen in ganz Österreich verfügbar sein.

Lebensmittelbox

Wer innoviert, führt. Ein Beispiel dafür ist die flächendeckende Lebensmittelzustellung, welche die Post seit 2015 als erstes Unternehmen in ganz Österreich anbietet. Bereits am Tag nach der Bestellung im Internet liefert die Post frisch und sicher an die Wohnungstür – und über ein Same-Day-Delivery-Service ist in Ballungsräumen sogar die Lieferung am selben Tag möglich. ▶

RUND UM DIE UHR

Die Post steht ihren Kunden jederzeit zur Verfügung. Dafür gibt es bereits 302 Selbstbedienungszonen, 210 Abholstationen und 13.416 Post-Empfangsboxen. Das Angebot wird sukzessive weiter ausgebaut.

KUNDENZUFRIEDENHEIT 2015

MIT NEUEN IDEEN UND INNOVATIVEN SERVICES BIETET DIE POST IHREN KUNDEN IMMER UND ÜBERALL HÖCHSTE QUALITÄT. DIESE DANKEN ES MIT STETIG STEIGENDEN ZUFRIEDENHEITSWERTEN.

G4-PR5

Im Berichtsjahr wurde die Kundenzufriedenheit quartalsweise vom renommierten IFES erhoben. 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.

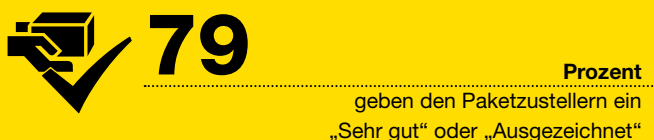
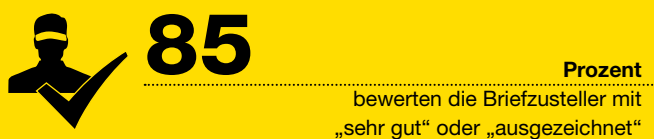
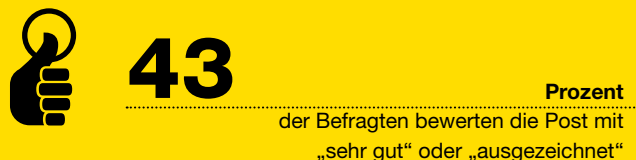
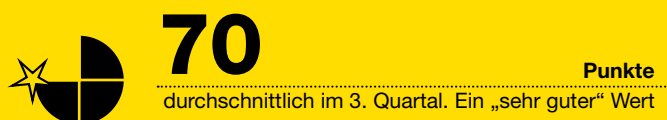
Die Kundenzufriedenheitsmessung mittels CSI beurteilt Werte bis 50 Punkte als kritisch, Werte zwischen 51 und 60 Punkten als mäßig, ab 61 Punkten wird von einem guten Wert gesprochen. 71 Punkte und mehr sind sehr gut; ausgezeichnet bedeuten 81 Punkte bis zum Höchstwert von 100 Punkten.

Bereits seit 2011 kann die Post Jahr für Jahr auf konstante Steigerungen der Kundenzufriedenheit verweisen. Der durchschnittliche CSI im Jahr 2015 liegt mit einem Wert von 69 im oberen guten Bereich und einen Indexpunkt über dem Vorjahr. Im 3. Quartal lag der CSI-Wert sogar erstmals bei 70 und damit an der Grenze zum „sehr guten“ Bereich.

Insgesamt vergaben im letzten Quartal des Berichtsjahres (Q4 2015) 43% der Befragten der Post die Note „sehr gut“ oder „ausgezeichnet“ für deren Leistungen und Services, weitere 43% die Note „gut“. Die unter 30-jährigen Post-Kunden sind überdurchschnittlich zufrieden.

Absolute Topwerte über alle Bevölkerungsgruppen hinweg erzielten 2015 einmal mehr die Brief- und Paketzusteller: 85% der Kunden beurteilten im 4. Quartal ihre(n) Briefzusteller mit „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“, und 79% der Kunden beurteilten ihre(n) Paketzusteller mit „ausgezeichnet“ oder „sehr gut“.

Auch die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens im Bereich Umwelt und die Verantwortung der Post gegenüber der Gesellschaft und ihren Mitarbeitern wird in der Kundenzufriedenheitsmessung berücksichtigt. Das Ergebnis im letzten Quartal 2015 zeigt, dass sowohl die Aktivitäten im Umwelt- als auch im Gesellschaftsbereich positiv wahrgenommen werden.





Bevor die flächendeckende Zustellung von Lebensmitteln umgesetzt werden konnte, floss viel Energie in die Entwicklung eines geeigneten Konzepts. 2015 gelangen der Post gemeinsam mit der Fachhochschule Steyr, dem Softwareentwickler RISC und der Handelsgruppe Pfeiffer entscheidende Durchbrüche. Im Zuge des Pilotprojekts „food4all@home“ wurden erstmals nicht nur Adressen in Ballungsräumen mit Lebensmitteln beliefert, sondern Haushalte in ganz Oberösterreich.

Um die Lebensmittel über den „normalen“ Postweg befördern zu können, entwickelten die Projektpartner eine eigene Transportbox. Individuell einsetzbare Kühlakkus können den Inhalt bis zu 48 Stunden auf einer Temperatur von 3–5 Grad Celsius halten. Die Abmessungen der Isolierbox nach Eurostandard sowie ihr sicherer Verschluss machen Sortierung, Transport und Zustellung als herkömmliches Paket möglich. Die perfekte Lösung für die Lebensmittelzustellung – und zwar gleichermaßen in ökonomischer wie in ökologischer Hinsicht, denn die Boxen können immer wieder verwendet werden.

Ein weiteres Element dieses ganzheitlichen Systems ist ein von RISC entwickeltes Last-Mile-Logistikkonzept, das die Verkehrslage „auf den letzten Metern“ der Sendung analysiert und auf Basis dessen die Auslieferungstouren präziser plant. Mit einem positiven Nebeneffekt für die Umwelt, denn durch die Wahl der optimalen Route wird auch Treibstoff gespart.

Für ihr innovatives Projekt zur Lebensmittelzustellung wurde die Post 2015 gleich zweimal mit Preisen belohnt: einerseits mit dem Österreichischen Logistikpreis des Vereins Netzwerk Logistik und andererseits vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie sowie der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) beim Spring Award zur „Mobilität der Zukunft“.

Wohlfühl-Filialen

Mit ihrem Pilotprojekt „Wohlfühl-Filiale“ testete die Post im Jahr 2015 in Wien-Simmering ihr Filialkonzept der Zukunft. Neue, kundenfreundliche Einrichtungen gestalten den Aufenthalt in der Filiale angenehm und machen den Weg zur Post zu einem freudvollen Erlebnis. Zunächst wurde dafür der Außenauftritt der Filiale erneuert und eine voll ausgestattete SB-Zone eingerichtet. Ein großzügiger Lounge-Bereich mit bequemen Sitzgelegenheiten, Bücherwand, Kaffee- und Wasserspender sowie „Mini-Post“ für Kinder trägt dazu bei, die subjektiv empfun-



POST APP

Schon 2014 hat die Post ihre App für Smartphones vorgestellt, mittlerweile erleichtert diese mehr als 300.000 Nutzern den Weg zu ihren Paketen. Die Post App ist zu einem zentralen Service-Tool für die Kunden geworden. Ihre Funktionen werden laufend erweitert und verbessert. Neben Modulen wie Sendungsverfolgung, Standortsuche, Tarifrechner oder Paketumleitung ist der elektronische „gelbe Zettel“ besonders beliebt. Zusätzlich zum gedruckten Formular im Briefkasten erhält der Empfänger eine elektronische Benachrichtigung über die Hinterlegung auf sein Smartphone oder per E-Mail und kann die Sendung ohne Umweg nach Hause direkt von der Post abholen – etwa auf dem Heimweg von seinem Arbeitsplatz.

Die Paketumleitung ist ein weiteres Service der Post: Per E-Mail oder per Push-Nachricht erhält der Empfänger eine Vorinformation darüber, wann die Zustellung im vorberechneten Zeitfenster erfolgt. Ist der Zeitpunkt für die Übernahme ungünstig, kann er die Sendung umleiten oder – seit 2015 – auch den Zeitpunkt der Zustellung bis zu fünf Tage (ausgenommen Samstage) nach hinten verschieben – auf seinen persönlichen Wunschtage.

dene Wartezeit für die Kunden zu verkürzen. Durch ein Ticketsystem können sich die Kunden während der Wartezeit frei in der Filiale bewegen, bis ihre Nummer auf einem der Infoscreens angezeigt wird. Daneben sorgen WLAN, ein eigenes Radioprogramm und ein spezielles Duftkonzept für einen noch angenehmeren Post-Besuch. Nach dem positiven Kundenfeedback in der ersten neugestalteten Filiale wurde auch der Standort am Fleischmarkt im 1. Wiener Gemeindebezirk zur neuen Wohlfühl-Filiale. ■

Optimal versorgt,
und das zu jeder
Zeit: ein Gewinn für
Jung und Alt.



GESELLSCHAFT: KEY FACTS

Die Hauptziele, Subziele und Maßnahmen der Post im Bereich Gesellschaft für 2015 und 2016 noch einmal übersichtlich zusammengefasst:

Zuverlässige und flächendeckende Versorgung sicherstellen

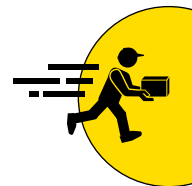
Die zuverlässige und stabile flächendeckende Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen auf hohem Niveau ist eines der Hauptziele im Bereich Gesellschaft. Die Österreichische Post bringt täglich Briefe und Pakete zu jeder Adresse in ganz Österreich. Damit ist die Post ein verlässlicher Partner und sichert die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. Externe Qualitätsmessungen ergeben, dass 2015 95,9% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 98,1% der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen zugestellt wurden. Neben der täglichen, österreichweiten Zustellung von Sendungen verfügt die Österreichische Post über ein dichtes Geschäftsstellennetz, das Ende 2015 insgesamt 1.785 Geschäftsstellen, davon 504 eigenbetriebene Post-Filialen und 1.281 Post Partner-Filialen umfasste.

Services zur Erhöhung des Kundennutzens weiterentwickeln



Das Angebot an Selbstbedienungszonen, die Postdienstleistungen rund um die Uhr an sieben Tagen der Woche verfügbar machen, wird stetig ausgebaut. Per Ende 2015 standen den Kunden bereits 302 SB-Zonen zur Verfügung, die mit modernen Frankierautomaten, Packstationen, Versandboxen und teilweise bereits Abholstationen ausgestattet sind. 13.416 Post-Empfangsboxen wurden bereits in Wohnhausanlagen installiert und steigern den Kundenkomfort weiter.

Geschäftsnahe und gesellschaftsrelevante Projekte und Aktivitäten fördern

Die Post fördert und unterstützt soziale Projekte und Aktivitäten und leistet so ihren Beitrag zu gesellschaftsrelevanten Anliegen. Dieses soziale Engagement umfasst Initiativen wie die „Ö3-Wundertüte“, „Weihnachten im Schuhkarton“ oder „Pakete fürs Christkind“.



DIE POST IST IMMER IN BEWEGUNG

 ZIELE FÜR 2015	 ERREICHT IN 2015	 VORGENOMMEN FÜR 2016
Zuverlässige Zustellung Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben	Mit einer Rate von 95,9% für die am ersten Werktag nach Einlieferung zugestellten Briefe und Zustellung von 98,1% der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen hat die Österreichische Post die gesetzlichen Vorgaben auch 2015 wieder übererfüllt.	Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben
Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen	Auch hier übertrifft die Österreichische Post – im Sinne der optimalen Versorgung ihrer Kunden – die Vorgaben: Insgesamt 1.785 Standorte umfasste das Geschäftsstellennetz mit Ende 2015, damit zählt es zu den größten Privatkundennetzen des Landes.	Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen
Optimierung der Lösungen für Empfänger – Post-Empfangsboxen Ausweitung der Post-Empfangsboxen auf 11.000 Stück	13.416 Post-Empfangsboxen wurden bis Ende 2015 in Wohngebäuden installiert.	Ausweitung der Post-Empfangsboxen auf 16.000 Stück (mittelfristiger Ausbau auf 20.000)
Optimierung der Lösungen für Empfänger – Abholstationen Ausweitung auf 200 Abholstationen	210 Abholstationen standen den Kunden Ende 2015 zur Verfügung.	Ausweitung auf 250 Abholstationen (mittelfristiger Ausbau auf 300)
Selbstbedienungszonen Ausweitung der SB-Zonen auf 300 Stück	302 SB-Zonen wurden bis Ende 2015 eingerichtet.	Ausweitung der SB-Zonen auf 330 Stück (mittelfristiger Ausbau auf 400)
Online-Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience Track & Trace, SMS/E-Mail-Aviso, Post App, Paketmarke, E-Commerce-Services	Forcierung von Online-Services wie Post App, Postkarten App, Online-Paketmarke	Track & Trace, SMS/E-Mail-Aviso, Post App, Paketmarke, E-Commerce-Services weiterentwickeln
Datenschutz- und Datensicherheit Aufrechterhaltung der sicheren und verlässlichen Datenschutz- und Datensicherheitsmaßnahmen	Maßnahmen zur Aufrechterhaltung von sicheren und verlässlichen Datenschutz- und Datensicherheitsmaßnahmen wurden gesetzt.	Aufrechterhaltung der sicheren und verlässlichen Datenschutz- und Datensicherheitsmaßnahmen
Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post	Die Österreichische Post unterstützte auch im Jahr 2015 soziale Projekte wie die „Ö3-Wundertüte“, „Weihnachten im Schuhkarton“ oder „Pakete fürs Christkind“ mit ihrer Logistikkompetenz.	Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post





FACTS & FIGURES



DIE ÖSTERREICHISCHE POST IM ÜBERBLICK

G4-3
 G4-9

Die Österreichische Post AG ist mit einem Jahresumsatz von 1,7 Mrd EUR und rund 18.000 Beschäftigten Österreichs führender Logistik- und Postdienstleister. Mehrheitseigentümerin ist mit 52,8 Prozent die Staatsholding ÖBIB, weitere 40 Prozent der umlaufenden Aktien halten in Europa ansässige

Investoren. Die Österreichische Post AG erwirtschaftet in ihren beiden Divisionen „Brief, Werbepost & Filialen“ sowie „Paket & Logistik“ rund 70 Prozent vom Umsatz des Österreichischen Post Konzerns. Tochtergesellschaften des Konzerns agieren in zwölf weiteren Ländern.

BELEGSCHAFT DER POST

Die Belegschaft der Österreichischen Post AG bestand im Jahr 2015 aus durchschnittlich 17.983 Personen (Jahresmittelwert; Vollzeitäquivalente).

G4-10
 G4-11

Von diesen waren im Berichtsjahr 8.040 beamtet, 9.714 in einem Angestellten-dienstverhältnis, davon 52 Lehrlinge, und 230 als Aushilfskräfte (Urlaubsersatzkräfte) tätig. Bis auf die 1,3% Urlaubsersatzkräfte unterliegen alle Mitarbeiter einem österreichischen Kollektivvertrag. Die 230 Aushilfskräfte

(Urlaubsersatzkräfte mit einer Beschäftigungszeit von bis zu maximal 12 Wochen) unterliegen nach einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) keinem Kollektivvertrag, sondern den Bestimmungen des Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuches (ABGB).

MITARBEITERKENNZAHLEN	2013	2014	2015
ÖSTERREICHISCHE POST			
Mitarbeiter (VZK ¹⁾) gesamt	18.951	18.403	17.983
davon Frauen (VZK in %)	28,9%	29,1%	29,3%
davon Männer (VZK in %)	71,1%	70,9%	70,7%
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	9.146	8.496	8.040
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.548	9.655	9.714
Mitarbeiter nach ABGB ²⁾ (VZK)	256	252	230
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	17.178	16.654	16.201
davon Frauen (in %)	23,4%	23,7%	23,9%
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.388	3.315	3.265
davon Frauen (in %)	83,5%	82,4%	80,6%
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamteter Mitarbeiter (Jahre)	29	30	31
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von Mitarbeitern im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	11	11

1) VZK = Vollzeitkräfte.

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

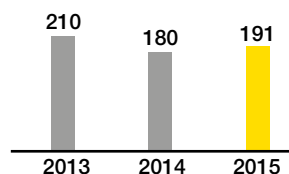


LEIHARBEITSKRÄFTE

Die Österreichische Post beschäftigt im Bedarfsfall auch externes Leasingpersonal.

Diese Mitarbeiter werden in den Mitarbeiterkennzahlen der Österreichischen Post AG nicht erfasst. Würden die Leasingkräfte in die Mitarbeiterkennzahlen mit einbezogen, so läge der Anteil der Leasingkräfte am Gesamtpersonal 2015 gerade an der Einprozentmarke.

LEIHARBEITSKRÄFTE
DER ÖSTERREICHISCHEN POST



ZU- UND ABGÄNGE IM JAHR 2015

IM JAHR 2015 LAG DIE FLUKTUATION IM UNTERNEHMEN MIT 10,2% GERINGFÜGIG UNTER DEM VORJAHRESNIVEAU.

G4-LA1

MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST	2013	2014	2015
FLUKTUATION (ABGÄNGE ABSOLUT) ¹⁾	2.222	2.037	1.961
davon Frauen	842	831	854
davon Männer	1.380	1.206	1.107
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	404	486	466
30–50 Jahre	904	836	812
über 50 Jahre	914	715	683
FLUKTUATION (ABGÄNGE IN %) ²⁾	10,9%	10,3%	10,2%
davon Frauen	37,9%	40,8%	43,5%
davon Männer	62,1%	59,2%	56,5%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	18,2%	23,9%	23,8%
30–50 Jahre	40,7%	41,0%	41,4%
über 50 Jahre	41,1%	35,1%	34,8%
ZUGÄNGE (ABSOLUT) ¹⁾	1.801	1.391	1.199
davon Frauen	785	591	525
davon Männer	1.016	800	674
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	851	787	700
30–50 Jahre	760	549	464
über 50 Jahre	190	55	35
ZUGÄNGE (IN %) ²⁾	8,8%	7,1%	6,2%
davon Frauen	43,6%	42,5%	43,8%
davon Männer	56,4%	57,5%	56,2%
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	47,3%	56,6%	58,4%
30–50 Jahre	42,2%	39,5%	38,7%
über 50 Jahre	10,5%	4,0%	2,9%

1) Abgänge/Zugänge Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis.

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

EIGENTÜMER DER ÖSTERREICHISCHEN POST

G4-7

Beim Börsengang im Jahr 2006 wurden 49% der Aktien bei Investoren platziert. Der Anteil der österreichischen Staatsholding ÖBIB (Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH), vormals ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG), am Grundkapital des Österreichischen Post Konzerns reduzierte sich damit von zuvor 100% auf 51%.

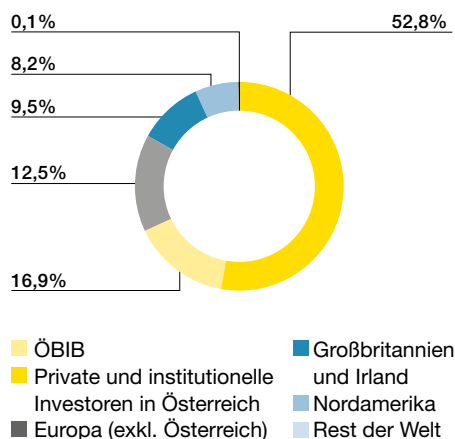
G4-13

2008 kam es zu einem Aktienrückkauf. Bezogen auf die heute im Umlauf befindlichen 67.552.638 Aktien hält die ÖBIB nach wie vor 52,8% des Österreichischen Post Konzerns und ist damit unverändert Mehrheitsaktionärin des Unternehmens.

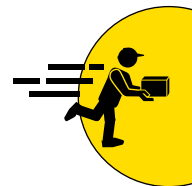
Eine Aktionärserhebung aus dem Jänner 2016 zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖBIB (vormals ÖIAG) – rund 40% aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (unverändert gegenüber der Erhebung im Jänner 2015). Dabei werden in Summe 16,9% von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (+1,6 Prozentpunkte), 12,5% in Kontinentaleuropa (-2,6 Prozentpunkte) und 9,5% in Großbritannien (-0,4 Prozentpunkte) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 8,2% der Aktien (+1,5 Prozentpunkte), auf andere Länder entfallen 0,1% (unverändert).

DIE AKTIONÄRSSTRUKTUR

STELLT SICH PER JÄNNER 2016 WIE FOLGT DAR:



Da es sich bei den Aktien der Post nicht um Namens-, sondern um Inhaberaktien handelt, sind die einzelnen Aktionäre des Österreichischen Post Konzerns namentlich nicht bekannt. Laut Börsegesetz (§ 91 Abs. 1 BörseG) muss die Österreichische Post über einen Anteilsverkauf informiert werden, wenn damit die Meldeschwelle von 4% erreicht wird. Da der Österreichischen Post keine Meldung dieser Art vorliegt, existieren neben der ÖBIB keine einzelnen Aktionäre, die mehr als 4% am Unternehmen halten.



DIE ÖSTERREICHISCHE POST AG UND DIE STANDORTE DES ÖSTERREICHISCHEN POST KONZERNS

Der hier vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG, die ca. 70% des Konzernumsatzes erwirtschaftet und rund 77% der Konzernmitarbeiter beschäftigt.

Die Tochtergesellschaften sind grundsätzlich nicht in die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Österreichischen Post miteinbezogen. Bezieht sich eine Aussage des Berichts jedoch auch auf eine Tochtergesellschaft bzw. auf den gesamten Konzern (inkl. aller Tochtergesellschaften), wird dies im Text dezidiert angeführt.

Dennoch soll an dieser Stelle erwähnt werden, dass der Österreichische Post Konzern bereits seit Jahren jenseits der heimatischen Grenzen tätig ist. Die vorwiegend in Mittel- und Osteuropa, aber auch in Deutschland tätigen Tochterunternehmen tragen bereits einen beachtlichen Anteil zum Umsatz bei. Die Österreichische Post ist mit ihren Konzernunternehmen in zwölf Ländern im Bereich Brief- und Werbepost sowie Paket und Logistik aktiv.

G4-18

G4-6

G4-8



ÖSTERREICH

Nummer 1 bei Briefen, Werbesendungen, Medienpost und Privatkunden-Paketen



DEUTSCHLAND¹⁾

Marktführer im Pharma-Direktgeschäft



POLEN

Top 2 bei unadressierten Werbesendungen



SLOWAKEI

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden



RUMÄNIEN

Nummer 1 bei unadressierten Werbesendungen
Nummer 2 bei adressierten Sendungen



SERBIEN

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden



KROATIEN

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden
Nummer 1 bei unadressierten Werbesendungen



UNGARN

Nummer 1 bei Kombifracht



BOSNIEN UND HERZEGOWINA

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden



MONTENEGRO

Nummer 1 bei Paketen an Geschäftskunden



BULGARIEN

Nummer 1 bei Hybrid-Mail (Druck und adressierte Zustellung)



TÜRKEI

25%-Beteiligung an der Nummer 2 bei Paketen

1) Mit Stichtag 8.4.2016 wurden 100% der Anteile an der operativ tätigen trans-o-flex-Gesellschaft verkauft.

GESCHÄFTSFELDER DER POST

Die Dienstleistungen der Post sind in zwei operative Divisionen gegliedert: die Division Brief, Werbepost & Filialen sowie die Division Paket & Logistik.

G4-4

DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN

In der Division Brief, Werbepost & Filialen werden Briefe, Postkarten, adressierte und nichtadressierte Werbesendungen und Zeitungen angenommen, sortiert und zugestellt. Zudem werden Post- und Telekom-Produkte und in Kooperation mit dem Bankpartner BAWAG P.S.K. auch Finanzdienstleistungen verkauft.

HIGHLIGHTS AUS DER DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN



95,9%

aller bei der Post aufgegebenen **Briefe** erreichen ihre Empfänger schon am nächsten Werktag. Ein Beweis für die hohe Kundenorientierung dank ausgezeichneter Performance.



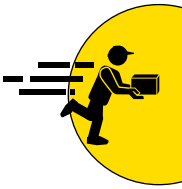
21.680

Briefannahmestellen gewährleisten eine bundesweit funktionierende Kommunikationsinfrastruktur.



61,5 MIO

Kunden besuchen die Geschäftsstellen der Post pro Jahr. Berücksichtigt man die 8.124 Briefzusteller, zählt die Post jährlich 105 Mio Kundenkontakte.



G4-4

DIVISION PAKET & LOGISTIK

Die Paket-&-Logistik-Division der Österreichischen Post AG befördert Pakete und „Express Mail Service“(EMS)-Sendungen für Privat- und Geschäftskunden. 2015 stellte die Österreichische Post landesweit rund 80 Millionen Pakete und EMS-Sendungen zu. Damit ist sie führende Dienstleisterin für die Auslieferung von Versandhandelspaketen und stellt flächendeckend in höchster Qualität zu.

HIGHLIGHTS AUS DER DIVISION PAKET & LOGISTIK

80 MIO

Pakete und EMS-Sendungen stellt die Österreichische Post jedes Jahr an alle Haushalte und Unternehmen im Land zu und ist damit österreichischer Marktführer.



509.228

Pakete wurden im Dezember 2015 in Österreich an nur einem Tag zugestellt. Damit wurde der bisherige Tagesrekord aus dem Jahr 2014 um rund 40.000 Pakete übertroffen.



91 %

aller Pakete werden von der Post bereits beim ersten Zustellversuch erfolgreich an den Empfänger übergeben.



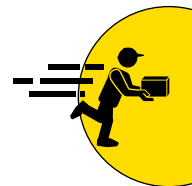


Die Post muss sich auf die Bedürfnisse ihrer Kunden einstellen – jeden Tag aufs Neue.

CHANCEN UND RISIKEN:

G4-2

CHANCEN NÜTZEN, VOR RISIKEN SCHÜTZEN

**THEMA
RISIKO**

Risiken werden bei der Post nach einheitlichen Grundsätzen identifiziert, bewertet, überwacht und dokumentiert. Dabei fließen auch ökologische, soziale und ethische Aspekte ein.

Die Österreichische Post betreibt ein umfangreiches Risikomanagement, das alle Unternehmenseinheiten und Konzerngesellschaften einbezieht. Die Risikopolitik des Unternehmens und die Rahmenbedingungen des Risikomanagementsystems werden vom Konzernvorstand festgelegt.

Das Risikomanagement soll Risiken frühzeitig erkennen und durch geeignete Maßnahmen vermeiden, sodass die Abweichung von den Unternehmenszielen möglichst gering bleibt. Risiken werden nach einheitlichen Grundsätzen in ihrem Gesamtzusammenhang identifiziert, bewertet, überwacht und in einem unternehmensweiten Risikomanagementsystem dokumentiert.

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).

Im Interesse der Nachhaltigkeit fließen auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in die Risikobewertung, Risikosteuerung und Maßnahmenplanung ein. Bei der Österreichischen Post sind diese Aspekte auf vier Schwerpunkte verteilt, die sich auch in der folgenden Chancen-Risiken-Betrachtung widerspiegeln: Wirtschaft, Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft.

Chancen und Risiken unterhalb der Wesentlichkeitsgrenzen überwachen und steuern die Fachleute in den jeweiligen Organisationseinheiten. Risiken aus dem Bereich Nachhaltigkeit, die diesen Grenzwert erreichen, werden demnach von der Abteilung CSR und Umweltmanagement beobachtet und an das Risikomanagement gemeldet.

Weitere Details zum zentralen Risikomanagement, zur Risikostrategie und -politik sowie zum internen Kontrollsystem finden Sie im Geschäftsbericht 2015, Finanzteil, ab Seite 46.

RISIKEN AUS DEM BEREICH WIRTSCHAFT

Die wesentlichsten Risiken aus dem Bereich Wirtschaft sind Markt- und Wettbewerbsrisiken, die sich vor allem durch die Konzentration auf den österreichischen Markt und die geringe Anzahl an Großkunden ergeben. Auch durch das Auftreten alternativer Anbieter im Paketsektor ergeben sich für die Österreichische Post Risiken.

Strukturveränderung bei Werbesendungen
Bedingt durch die anhaltend schwache Wirt-

schaftsentwicklung in den vergangenen Jahren kam es zu einer zunehmenden Marktkonzentration im Handel (Firmenzusammenschlüsse, Konkurse). Eine Strukturveränderung bei Werbemitteln und -mengen, z. B. eine Reduktion der Flugblattwerbung, könnte die Folge sein. Dies kann zu einem spürbaren Rückgang im Geschäft mit Werbesendungen und damit auch zu einer Beeinträchtigung des Ergebnisses führen.

Beteiligungsrisiken

Teil der Strategie des Österreichischen Post Konzerns ist das Wachstum durch selektive Akquisitionen und Kooperationen. Dabei müssen passende Akquisitionsziele gefunden und erworbene Unternehmen erfolgreich integriert werden. Die Chancen und Risiken von Beteiligungen sind in hohem Maß von politischen, wirtschaftlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen abhängig. Darüber hinaus können Marktpreisrisiken wie fluktuierende Fremdwährungskurse Auswirkungen auf den Beteiligungswert haben. Die Rentabilität der Beteiligungen bzw. allenfalls erforderliche Wertminderungen können das Ergebnis der Österreichischen Post beeinflussen.

Markt- und Wettbewerbsrisiken

Der Österreichische Post Konzern erwirtschaftet den überwiegenden Teil seines Umsatzes in Österreich. Sollten sich die aktuellen Prognosen zum Wirtschaftswachstum verschlechtern, könnte es notwendig werden, Planungsprämissen zu verwerfen und damit die Planungssicherheit einzuschränken.

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

Das Paketgeschäft – hier nimmt die Österreichische Post eine führende Stellung im österreichischen Markt ein – ist zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung seiner Kunden und zum anderen von allfälligen Wettbewerbsverschärfungen durch das Auftreten weiterer alternativer Anbieter abhängig, sodass Umsatzeinbußen nicht ausgeschlossen werden können. Die Post setzt daher alles daran, Kunden durch attraktive Leistungsangebote an sich zu binden. ▶

Im Filialnetz ist die Österreichische Post zum Teil von strategischen Partnern wie der BAWAG P.S.K. abhängig. Risiken, die auf die Partnerschaften einwirken können, jedoch nicht im Einflussbereich der Post liegen, können auch das Ergebnis aufseiten der Post beeinträchtigen. Die Österreichische Post stimmt solche Risiken laufend mit ihren Partnern ab und wirkt ihnen mit diesen gemeinsam – soweit möglich – entgegen.

Alle erwähnten Markt- und Wettbewerbsrisiken können nicht unerhebliche Volumina-Rückgänge zur Folge haben und damit das Ergebnis schmälern.

Technische Risiken

Der Österreichische Post Konzern ist in hohem Maß auf komplexe technische Systeme angewiesen und erbringt seine Dienstleistungen maßgeblich mit dem Einsatz von Datenverarbeitungssystemen, modernen Kommunikationsmedien und anderen technischen Einrichtungen. Vor diesem Hintergrund hat der Österreichische Post Konzern in den vergangenen Jahren umfangreich investiert, um sein Verteil- und Zustellnetz zu modernisieren.

Die Leistung der Post hängt dabei von der Funktionsfähigkeit weniger wichtiger Standorte ab. Sollten technische Systeme vorübergehend oder dauerhaft ausfallen, sollte es zu unberechtigten Datenzugriffen und Datenmanipulationen kommen oder längerfristige kollektive Arbeitsniederlegungen stattfinden, könnte dies zu Störungen des Geschäftsablaufs und zum Verlust von Reputation und Kunden führen sowie zusätzliche Kosten verursachen.

Um versicherbare Risiken systematisch zu bewältigen, betreibt der Österreichische Post Konzern ein internes Versicherungsmanagement. Dieses bewertet laufend die am Markt erhältlichen Versicherungslösungen, steuert das Portfolio der abgeschlossenen Versicherungsverträge und optimiert die Prozesse in der Schadenabwicklung.

Sicherheitsmaßnahmen und -regeln reduzieren technische und operative Risiken, decken verschiedene Eventualitäten ab und sollen einen reibungslosen Ablauf sicherstellen. Im Betrieb von Rechenzentren verfolgt der Österreichische Post Konzern eine Outsourcing-Strategie. Durch entsprechende Vertragsgestaltung und gezieltes Service-Level-Management wird die Verfügbarkeit aller ausgelagerten Tätigkeiten abgesichert. Die Vertragspartner müssen einschlägige gültige Zertifizierungen vorweisen.

Finanzielle Risiken

Finanzielle Risiken des Österreichischen Post

Konzerns umfassen das Liquiditätsrisiko, das Kredit-/Kontrahenten- und das Zinsänderungsrisiko. Auch das Währungsrisiko kann das Ergebnis der Österreichischen Post beeinträchtigen. Die Österreichische Post wickelt jedoch ca. 95% der Geschäftstätigkeit in Euro ab, was das Risiko aus Wechselkursschwankungen insgesamt begrenzt. Absicherungsinstrumente für Währungen werden dennoch laufend geprüft. Eine detaillierte Darstellung der finanziellen Risiken findet sich im Anhang zum Konzernabschluss des Österreichischen Post Konzerns. Der Konzern hat im Zuge seiner Expansion umfangreiche Firmenwerte und nicht abnutzbare Markenrechte bilanziert. Diese müssen gemäß IAS 36 mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest (Impairment Test) unterzogen werden. Falls dabei Wertminderungen festgestellt werden, sind diese Firmenwerte und nicht abnutzbaren Markenrechte abzuschreiben.

Beschaffungsrisiken

Die Beschaffungsrisiken der Österreichischen Post beschränken sich im Wesentlichen auf Schwankungen der Treibstoffpreise. Deren Erhöhung kann sich geringfügig negativ auf das Ergebnis auswirken.

Des Weiteren führt die Österreichische Post regelmäßig Risikobeurteilungen bezüglich Einkaufs-, Ausfalls- und Abhängigkeitsrisiken durch, welche sich aus langfristigen Geschäftsbeziehungen mit finanziell und/oder strategisch bedeutsamen Lieferanten ergeben.

CHANCEN AUS DEM BEREICH WIRTSCHAFT

Mit attraktiven Angeboten für die Kunden ergeben sich Chancen zur Verteidigung und Ausweitung der Marktführerschaft. Gezielte Innovationen im Leistungsangebot und maßgeschneiderte Lösungen für Geschäftskunden sind Teil der Strategie der Österreichischen Post.

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



Nur mit attraktiven Angeboten für ihre Kunden kann die Post langfristig erfolgreich sein. Deshalb setzt das Unternehmen auf gezielte Innovation im Leistungsangebot und auf attraktive und vielfältige Services. Ein breites Leistungsportfolio wie Selbstbedienungszonen mit Abholstationen, Frankierautomaten oder Versandboxen sowie Online-Lösungen soll Kundenbedürfnisse bestmöglich erfüllen.

Ihren Geschäftskunden bietet die Österreichische Post maßgeschneiderte Lösungen beispielsweise im Bereich Warehousing oder Fulfillment an. Diese umfassen die gesamte Logistik-Wertschöpfungskette vom Wareneingang und von der Kommissionierung von Kundenbestellungen über Zusatzservices wie Grußkarten oder Geschenkverpackungen bis hin zu Verpackung, Etikettierung, Versand und Zustellung.

RISIKEN AUS DEM BEREICH UMWELT

Die Österreichische Post ist in einem sehr energieintensiven Geschäft tätig. Mit rund 9.400 Fahrzeugen betreibt das Unternehmen den größten Fuhrpark des Landes, in ihren Gebäuden verbraucht die Österreichische Post jährlich rund 134 Mio kWh Energie. Durch die hohe Abhängigkeit von fossilen Treibstoffen ist das Unternehmen Risiken ausgesetzt.

Risiken durch Änderung von Umweltgesetzen

Durch Änderungen und Verschärfungen in Gesetzen, die den Ausstoß von Schadstoffen im Verkehr regeln, könnten gegenwärtige Zustellfahrzeuge nicht mehr eingesetzt werden und müssten vorzeitig ausgetauscht werden. Dadurch müsste über das budgetierte Austauschprogramm des Fuhrparks zusätzlich investiert werden. Dieses Risiko wird dadurch minimiert, dass Fahrzeuge im Fuhrparkaustauschprogramm laufend ausgetauscht werden und sich daher die Mehrkosten in Grenzen halten. Bereits in den vergangenen Jahren wurde der Anteil an Euro-5- und Euro-6-Fahrzeugen im Fuhrpark der Österreichischen Post konsequent ausgebaut.

Risiken durch steigende Preise für CO₂-Zertifikate

Weil die Österreichische Post alle durch die Geschäftstätigkeit verursachten CO₂-Emissionen reduzieren bzw. kompensieren will, hat sie im Jahr 2011 die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT eingeführt. Im Rahmen dieser Initiative

werden alle Sendungen (Briefe, Werbesendungen, Zeitschriften, Pakete) innerhalb Österreichs CO₂-neutral zugestellt. Die Initiative wird in einem Drei-Stufen-Programm umgesetzt: Oberste Priorität ist, Emissionen in den eigenen Kernprozessen zu vermeiden, d. h. vor allem im Bereich Gebäude und Fuhrpark. In einem zweiten Schritt setzt die Post auf alternative Energieformen. Drittens werden alle Emissionen, die derzeit nicht vermieden werden können, über anerkannte und zertifizierte Klimaschutzprojekte kompensiert.

Das Risiko: Je mehr Unternehmen am Emissionshandel teilnehmen, desto weniger freie Zertifikate gibt es am Markt. Dadurch steigt der Preis einer Tonne CO₂ und führt aufseiten der Post zu Mehrkosten. Die Post hat jedoch CO₂-Zertifikate auf Vorrat gekauft und dadurch zumindest mittelfristig diesem Risiko vorgebeugt.

Risiko der Nichterreichung von vereinbarten Umweltzielen

Die Österreichische Post übernimmt gegenüber der Umwelt Verantwortung und versucht laufend ihren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. 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 sehr ambitionierte Ziele gesetzt: Jährlich werden die gesamten CO₂-Emissionen erhoben und kompensiert. Zusätzlich soll die Anzahl von E-Fahrzeugen im Fuhrpark bis Ende 2016 auf 1.300 Fahrzeuge steigen. Außerdem werden alle Briefe und Werbesendungen an Privatkunden in Wien ab spätestens Ende 2016 nur noch durch E-Fahrzeuge oder zu Fuß zugestellt.

Das Risiko besteht, dass die Post die vereinbarten Ziele nicht erreicht. Die Österreichische Post hat nicht auf alle Faktoren Einfluss. Wenn beispielsweise E-Fahrzeuge nicht angeboten werden bzw. die Technik unzuverlässig ist und daher keine weiteren konventionellen Fahrzeuge ersetzt werden können, könnten die entsprechenden Ziele verfehlt werden. Das könnte sich schädlich auf die Reputation auswirken. Erschwerend wirkt auch die laufende Technologisierung des Post- und Logistikgeschäfts. Sie erfordert mehr Maschinen und erhöht dadurch den Energieverbrauch. Durch konsequentes Monitoring der CO₂-Emissionen sowie durch bereits eingeleitete Maßnahmen (vollständige Umstellung des direkten Strombezugs auf „grünen Strom“, ▶

UMWELT-RISIKO

Die Post betreibt mit mehr als 9.400 Fahrzeugen den größten Fuhrpark des Landes und verbraucht in ihren Gebäuden jährlich 134 Mio kWh Energie. Dadurch ist sie auch abhängig von den Preisen für Fossilenergie.

effiziente Beleuchtungskonzepte, optimierte Routenplanung und moderne Fahrzeugflotte, Ausbau der Elektroflotte im Fuhrpark sowie eigene Photovoltaikanlagen) wird die Österreichische Post ihre Zielvorgaben aber erreichen.

G4-EC2

Risiken durch Auswirkungen des Klimawandels auf die Infrastruktur

Der Klimawandel und die dadurch bedingten Wettereffekte haben Auswirkungen auf die Infrastruktur in Österreich. Voraussichtlich werden Starkniederschläge, Überflutungen, Hangrutschungen und Muren langfristig zunehmen. Häufigere und/oder stärkere Stürme, häufigere Frost-Tau-Übergänge und höhere Temperaturen im Winter führen wahrscheinlich zu Schäden an Straßenbelägen, Verkehrsanlagen, Brücken, zu Unterbrechungen infolge von Baumbruch, Unterbrechung der Elektrizitätsversorgung und dadurch zu Störungen von Verkehrsströmen. Von daraus resultierenden Umwegen, Unterbrechungen und Zeitverlusten wäre der Güter- und Zustellverkehr negativ betroffen.

Die Österreichische Post ist aber gesetzlich verpflichtet, die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen sicherzustellen. Falls diese durch Naturkatastrophen über einen bestimmten Zeitraum nicht gewährleistet werden kann, könnten zusätzliche finanzielle Verpflichtungen entstehen. Unter Umständen müssten Gebäude vermehrt instand gesetzt oder gehalten werden. Mehr Hitzetage wiederum reduzieren den Komfort in den Gebäuden und erhöhen den Energieverbrauch durch den Einsatz von Klimaanlage.

Die Post beugt 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 mögliche Folgeerscheinung der Klimaerwärmung sind laut aktuellen Studien kalte und schneereiche Winter auf der Nordhalbkugel der Erde. Die Zusteller der Österreichischen Post und damit ein großer Teil der Mitarbeiter sind im Freien tätig und werden von schwankenden Witterungsverhältnissen beeinflusst. Sowohl Arbeitsunfälle (vor allem Wegunfälle im Rahmen der Zustellung) als auch Krankenstandstage stehen in engem Zusammenhang mit den Witterungsverhältnissen in den Wintermonaten.

Eine moderne Fahrzeugflotte und Fahrtechniktrainings für Mitarbeiter erhöhen die Sicherheit der Mitarbeiter im Zustellbereich. Die

Post stellt passende Dienst-/Schutzkleidung und minimiert das Risiko zudem durch bundesweite Gripeschutzimpfaktionen.

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. Höhere Besteuerungen oder steigende Energiekosten durch Ressourcenknappheit können daher zu Kosten führen, die in der Geschäftsplanung berücksichtigt werden müssen.

Aufgrund der guten Versorgungslage innerhalb Europas ist derzeit davon auszugehen, dass sich die Preise stabil seitwärts entwickeln und es zu keiner dramatischen Kostensteigerung kommt.

CHANCEN AUS DEM BEREICH UMWELT

CO₂-neutrale Zustellung als Wettbewerbsvorteil

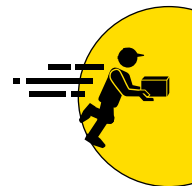
Der Konsumtrend zu umweltfreundlichen bzw. ökologischen Produkten eröffnet der Österreichischen Post eine Reihe an Chancen, da das Unternehmen durch die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT eine Vorreiterrolle einnimmt. Das Verlangen der Konsumenten nach ökologischen Produkten und Dienstleistungen wird künftig wahrscheinlich eine größere Rolle spielen. Bereits seit 2011 sind die von der Österreichischen Post angebotenen Services CO₂-neutral – ein klarer Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Anbietern. Dies kann vor allem im wettbewerbsintensiven Paketbereich zu zusätzlichen Umsätzen führen.

Identifikation mit dem Unternehmen

Auch am Arbeitsmarkt achten hoch qualifizierte Arbeitskräfte bei der Auswahl ihres Arbeitgebers zunehmend auf ökologische Aspekte. Die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen führt zu besseren Leistungen. Zudem fällt es dem Unternehmen durch eine glaubwürdige Nachhaltigkeitsstrategie leichter, neue Mitarbeiter zu finden. So bieten sich durch den sehr präsenten ökologischen Trend Chancen, die sich positiv auf die Stakeholderbeziehungen mit Kunden und Mitarbeitern auswirken.

Wettbewerbsvorteile durch effiziente Prozessstrukturen

Zusätzliche Steuern oder Abgaben zur Reduk-



tion des Energiekonsums von Privathaushalten oder Unternehmen könnten für die Österreichische Post ein hoher Kostenfaktor werden.

Allerdings ergeben sich gegenüber dem Wettbewerb Chancen, da die Österreichische Post das größte flächendeckende Zustellnetz des Landes betreibt. Brief- und Paketvolumen werden großteils gemeinsam in einem einzigen Transport- und Verteilsystem zugestellt. Die energie- und/oder ressourcenabhängigen Kosten pro Sendung/Einheit sind dadurch sehr gering. 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 stärker als die Post erhöhen müssten.

RISIKEN AUS DEM BEREICH MITARBEITER

Als einer der größten Arbeitgeber des Landes hat die Österreichische Post AG große Verantwortung gegenüber ihren rund 18.000 Mitarbeitern. Im Dienstleistungsgewerbe ist das 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 von Risiken mit sich. Andererseits birgt eine gute Personalpolitik, die Mitarbeiter fordert und fördert, auch zahlreiche Chancen.

Risiken durch strukturelle Veränderungen

Das Geschäft der Österreichischen Post ist in großen Teilen (vor allem 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 bessere 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 Mitarbeiter der seit 2011 gültige Sozialplan zur sozialen Abfederung zur Verfügung.

Risiken Altersstruktur

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, dass ältere Mitarbeiter die Arbeitsanforderungen nicht mehr in vollem Umfang erfüllen können. Diesem Risiko wirkt die Österreichische Post über Personalentwicklungs- und Gesundheitsförderungsprogramme entgegen.

Neue Tätigkeitsfelder mit alters- und altersgerechter Arbeitsgestaltung, zielgruppenorientierte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie die Schaffung und Stärkung des Gesundheitsbewusstseins erhalten und stärken die Arbeitsfähigkeit. ▶



„Im Interesse der Nachhaltigkeit fließen auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in das Risikomanagement der Post ein.“

THOMAS POMMERENING, LEITUNG RISIKOMANAGEMENT

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

Für sehr viele Mitarbeiter, die sich im Rahmen der Zustellung bzw. Sortierung von Sendungen körperlich betätigen, sind Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz von äußerster Wichtigkeit. Maßnahmen zur Prävention und Gesundheitsförderung erhalten und stärken die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter bis ins höhere Alter. Arbeitsplatzbezogene Gesundheits- und Sicherheitsrisiken werden laufend ermittelt und beurteilt, allenfalls notwendige Schutzmaßnahmen gewährleisten sichere und ergonomische Arbeitsumgebungen. Regelmäßig werden die Mitarbeiter über Themen der Arbeitssicherheit informiert und geschult, dadurch kennen die Mitarbeiter die mit ihren Tätigkeiten verbundenen Risiken und tragen durch richtiges Verhalten zu deren Minimierung bei.

Poststrukturgesetz

Nach dem Poststrukturgesetz 1996 sind Änderungen des Beamtendienstrechts, die für Bundesbeamte eingeführt werden, grundsätzlich auch auf die der Österreichischen Post zugewiesenen Beamten anwendbar. Änderungen des Beamtendienstrechts können daher unmittelbar die Kostenstruktur des Unternehmens verändern. Auch können Risiken aufgrund unterschiedlicher Interpretationen des Poststrukturgesetzes grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden.

CHANCEN AUS DEM BEREICH MITARBEITER

Die Österreichische Post investiert intensiv in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, wodurch sich ein Wettbewerbsvorteil gegenüber ihrem Mitbewerb ergibt. Mit verschiedenen Initiativen werden Mitarbeiter gezielt und individuell unterstützt. Neben einer Vielzahl von zielgruppen- und kompetenzorientierten Aus- und Weiterbildungsprogrammen werden über ein Talentmanagement- und Traineeprogramm vielversprechende junge Mitarbeiter gefördert. Das Leitbild (siehe dazu das Kapitel „Kernstrategie“ ab Seite 12) in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter sorgt für ein bewusstes Miteinander, dadurch hebt sich die Österreichische Post von Mitbewerbern ab und positioniert

sich als attraktiver Arbeitgeber für qualifizierte Arbeitskräfte.

Das Leitbild fördert gezielte Kommunikation und Wertschätzung, um die Anerkennung der Mitarbeiter zu steigern. Führungskräfte erhalten spezielle Schulungen, um wertschätzende und leistungsgerechte Kommunikation bestmöglich einsetzen zu können.

Mitarbeiterförderung

Neue Tätigkeitsfelder mit altersgerechter Arbeitsgestaltung, zielgruppenorientierte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie die Schaffung und Stärkung des Gesundheitsbewusstseins erhalten und stärken die Arbeitsfähigkeit. 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.

Effizienzsteigerung

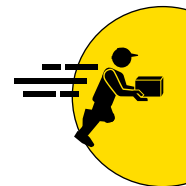
Neue Teamstrukturen in der Zustellung können wie der Einsatz modernster Sortiertechnologien in der Brief- und Paketlogistik die Effizienz der Post weiter verbessern.

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 für die Kommunikationsinfrastruktur mitverantwortlich. Aus dieser Verantwortung ergeben sich sowohl Risiken als auch Chancen. Zudem ist die Österreichische Post aufgrund ihrer hohen gesellschaftlichen Relevanz von gesellschaftlichen Trends, welche das Konsumverhalten beeinflussen, überproportional stark betroffen.

Risiko der E-Substitution

Klassische Briefsendungen werden zunehmend durch elektronische Medien ersetzt. Der Trend zur elektronischen Substitution von Briefen, insbesondere zur elektronischen Zustellung, wird auch weiterhin fortbestehen. Diese Entwicklung, möglicherweise auch von öffentlichen Institutionen angetrieben, kann erhebliche Volumenrückgänge und damit Ergebnisbeeinträchtigungen zur Folge haben. Sinkt der Umsatz der Österreichischen Post im Bereich Briefpost um einen



Prozentpunkt, resultiert das in einem negativen Umsatzeffekt von rund 7 Mio EUR pro Jahr, der aufgrund der Fixkostenstruktur des Unternehmens kurz- bis mittelfristig ergebnismindernd wirken würde. Änderungen der gesetzlichen Zustellvorschriften für behördliche Sendungen in Österreich könnten dazu führen, dass ein Teil dieser Sendungen nicht mehr über die Österreichische Post zugestellt wird.

Dem Mengenrückgang infolge der Substitution von Briefsendungen durch elektronische Medien begegnet die Post mit neuen Produkten und Dienstleistungen. Die Diversifikation auf mehrere Märkte trägt dazu bei, Risiken einzelner Branchen weit zu streuen bzw. gering zu halten.

Zu Themen, welche ihre Geschäftstätigkeit betreffen, kommuniziert die Österreichische Post im Rahmen von Mitgliedschaften bei Wirtschafts- und Fachverbänden und in deren Gremien bzw. Arbeitsgruppen 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 geschehen, wobei hier auch der Bereich elektronische Zustellung thematisiert wird. Für die sich ändernden Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden entwickelt die Österreichische Post kontinuierlich innovative und neue Lösungen und prüft regelmäßig ihren Privatkundenfokus und die Tauglichkeit der umgesetzten Maßnahmen. So werden laufend innovative Online-Lösungen entwickelt, um die physischen und digitalen Kommunikationswelten zu verbinden.

Regulatorische und rechtliche Risiken

Die Österreichische Post rechnet derzeit nicht damit, ihrem Mitbewerber Zugang zu Teilleistungen einräumen zu müssen. 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. Nähere Informationen zu den regulatorischen und rechtlichen Risiken finden Sie im Geschäftsbericht, Finanzteil, Seite 49.

Reputationsrisiken

Der Transportsektor gilt generell als umweltbelastend, wodurch ein Reputationsschaden für das Unternehmen entstehen kann. In der Folge würden Privatpersonen und auch Unternehmen verstärkt auf den Versand von Briefen und Werbesendungen verzichten und zu alternativen

Versandmöglichkeiten bzw. Werbeformen wechseln. Ein Umsatzrückgang wäre die Folge, 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 CO₂-neutral zugestellt werden.

CHANCEN AUS DEM BEREICH GESELLSCHAFT

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

Online-Anwendungen spielen für Kunden eine immer wichtigere Rolle, weshalb die Post ihr entsprechendes Dienstleistungsangebot kontinuierlich erweitert. Die breite Auswahl der angebotenen Online-Services wird von den Kunden gut angenommen und laufend weiterentwickelt sowie verbessert. Diese Services verdeutlichen: Die Post gestaltet ihre Zukunft bereits heute aktiv mit. Ein Fokus liegt auf dualen Lösungen, 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 vom Mitbewerber 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 an den 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. ■

RISIKO E-SUBSTITUTION

Briefe werden zunehmend durch digitale Kommunikation ersetzt. Sinkt der Umsatz im Bereich Briefpost um einen Prozentpunkt, entspricht das einem negativen Umsatzeffekt von 7 Mio Euro. Die Post steuert mit neuen Produkten und Dienstleistungen dagegen.

ZIELE- UND THEMENMATRIX

Leitbild	Wir handeln zukunftsorientiert			
CSR-Themen-schwerpunkte	UMWELT		WIRTSCHAFT	
Hauptziele¹⁾	1. CO ₂ -Reduktion, jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen und Erarbeitung eines neuen CO ₂ -Reduktionsziels		1. Solides Geschäftsmodell mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 1–2% pro Jahr	
	2. Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagements		2. Hohe Ertragskraft und solide Profitabilität	
	3. Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz		3. Attraktive Dividende und nachhaltiger Total Shareholder Return	
Subziele 2015	Zielerreichungsgrad 2015		Zielerreichungsgrad 2015	
	CO ₂ -Reduktion um 20% von 2010 bis 2015	-21,5% ✓	Stabile Umsatzentwicklung	+1,6% ✓
	Weiterführung der Initiative CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT	✓	Nachhaltige EBITDA-Marge um die 12%	12,6% ✓
	Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis Ende 2016	1.012	Verbesserung des operativen Ergebnisses	+2,6% ✓
	Projekt „Grünes Wien“: Umstellung von weiteren Bezirken bis Ende 2016	14	Attraktive Dividendenpolitik	>75% ✓
	Durchführung eines konzernweiten Energieaudits	✓		
	Umstellung auf LED-Beleuchtung in zwei weiteren Logistikzentren	✓		
	Schaffung einer konsistenten Datenbasis bezüglich Abfallmanagement	✓		
Neue Subziele für 2016	Weiterführung der Initiative CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT		Umsatz nach Abgang der deutschen Tochtergesellschaft trans-o-flex von 2,0 Mrd EUR	
	Erarbeitung eines neuen CO ₂ -Reduktionsziels auf Basis der Science Based Targets Initiative		Operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2015 (198 Mio EUR)	
	Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis Ende 2016		Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung	
	Fertigstellung des Projekts „Grünes Wien“ bis Ende 2016			
	Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 im Briefzentrum Wien-Inzersdorf			
	Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Fernwärme, Kesseltausch, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung			
	Pilotprojekt zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement			
1) Gelten bis Ende 2015				



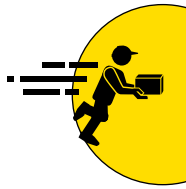
Wir alle sind die Post		Wir stellen die Kunden in den Mittelpunkt	
MITARBEITER		GESELLSCHAFT	
1. Unternehmens- und Führungskultur fördern		1. Sicherstellung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung	
2. Qualifikation und Wandel unterstützen		2. Stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung des Kundennutzens	
3. Förderung von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz		3. Förderung geschäftsnaher, gesellschaftsrelevanter Projekte und Aktivitäten	
Zielerreichungsgrad 2015		Zielerreichungsgrad 2015	
Führungsakademie: Schulungen und Seminare im Ausmaß von mindestens 1.500 Personentagen	2.251 ✓	Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben	✓
Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften am Programm „Ein Tag beim Kunden“	380 ✓	Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen	✓
Audit „berufundfamilie“: umfassendes Informationsangebot über Themen wie Karenz oder Kinderbetreuung über das Post-Intranet. Durchführung einer Netzwerkveranstaltung im Jahr 2015	✓	Ausweitung der Empfangsboxen auf 11.000 Stück bis Ende 2015	13.416 ✓
Durchführung einer Mitarbeiterbefragung im Jahr 2015	✓	Ausweitung auf 200 Abholstationen bis Ende 2015	210 ✓
Fortführung des Programms „Postler zum Bund“	✓	Ausweitung der SB-Zonen auf 300 Stück bis Ende 2015	302 ✓
Durchführung von Fahrsicherheitstrainings für mindestens 150 Teilnehmer	282 ✓	Forcierung von Online-Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience, wie Post App, Postkarten App, Online-Paketmarke	✓
Durchführung von mindestens 750 Gesundheitsberatungen und 10 Gesundheitstagen	2.000/30 ✓	Aufrechterhaltung der sicheren und verlässlichen Datenschutz- und Datensicherheitsmaßnahmen	✓
Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens 3 Dienststellen	280 7 Orte ✓	Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post	✓
Förderung von 10 Laufveranstaltungen	14 ✓		
Führungsakademie: Durchführung von Schulungen und Seminaren im Ausmaß von mindestens 1.500 Personentagen		Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben	
„Ein Tag beim Kunden“: Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften		Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen	
Audit „berufundfamilie“: Abschluss der Auditierung und Start des Re-Audits		Ausweitung der Post-Empfangsboxen auf 16.000 Stück (mittelfristiger Ausbau auf 20.000)	
Förderung von Laufveranstaltungen		Ausweitung auf 250 Abholstationen (mittelfristiger Ausbau auf 300)	
Herzratenvariabilitätsanalysen: Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens 3 Dienststellen		Ausweitung der SB-Zonen auf 330 Stück (mittelfristiger Ausbau auf 400)	
Gesundheitsberatungen: Durchführung von mindestens 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen		Forcierung von Online-Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience: Track & Trace, SMS/E-Mail-Aviso, Post App, Paketmarke, E-Commerce-Services	
Evaluierung psychischer Fehlbelastungen: Datenevaluierung für die Bereiche Filiale und Zustellbasen		Aufrechterhaltung der sicheren und verlässlichen Datenschutz- und Datensicherheitsmaßnahmen	
Entwicklung und Weiterführung von Gesundheitsprojekten: „Gesundes Herz und Du“, Rückenschule, Ersthelferausbildung		Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post	
Fortführung des Programms „Postler zum Bund“			

WESENTLICHE ASPEKTE

G4-19

WESENTLICHE ASPEKTE IM BEREICH WIRTSCHAFT (SIEHE AB SEITE 40)

Thema laut Wesentlichkeitsmatrix	Aspekt gemäß GRI G4	Interne Wesentlichkeit	Externe Wesentlichkeit
Wachstum und Wertschöpfung generieren Attraktive Dividenden- politik verfolgen	Wirtschaftliche Leistung	Dieser Aspekt ist für die Eigentümer und Mitarbeiter der Österreichischen Post AG insofern wesentlich, als sowohl die Entwicklung des Unternehmens und die Höhe der Dividendenausschüttung als auch die Anzahl und Qualität der Arbeitsplätze vom wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens abhängen.	Dieser Aspekt ist nicht nur für die Geschäftspartner der Post, sondern auch für den Staat und die Gesellschaft wesentlich. Schließlich hängen Auftrags-, Steuer- und Abgabenvolumen vom wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens ab. Auch seiner gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung kann ein Unternehmen in einem umfangreicheren Ausmaß nachkommen, wenn es wirtschaftlich erfolgreich ist.
Modernisierung und Innovation vorantreiben	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Dieser Aspekt ist für die Österreichische Post AG insofern wesentlich, als eine gute Infrastruktur die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg darstellt und sich die indirekten Auswirkungen außerdem auch auf die Reputation der Post auswirken.	Dieser Aspekt ist sowohl für andere Unternehmen als auch für den österreichischen Staat und für die Gesellschaft wesentlich. Sie alle profitieren von Investitionen in die Infrastruktur und sind im Gegenzug daran interessiert, dass eventuell negative Auswirkungen gering gehalten werden.



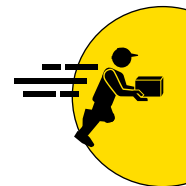
WESENTLICHE ASPEKTE IM BEREICH MITARBEITER (SIEHE AB SEITE 64)

Thema laut Wesentlichkeitsmatrix	Aspekt gemäß GRI G4	Interne Wesentlichkeit	Externe Wesentlichkeit
Unternehmenskultur entwickeln	Beschäftigung	Alle Mitarbeiter sowie Führungskräfte. Gemeinsame Leitlinien, Kommunikation und Wertschätzung sind wesentlich für die Mitarbeiteridentifikation und -zufriedenheit.	Kunden, Eigentümer, Geschäftspartner und allgemeine Öffentlichkeit. Ein starker gemeinsamer Auftritt und eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit bewirken ein positives Unternehmensimage.
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sicherstellen	Arbeits-sicherheit und Gesundheits-schutz	Alle Mitarbeiter. Positiver Einfluss auf die Gesundheit ist wesentlich für die Aufrechterhaltung der Arbeitsfähigkeit.	Vermeidung von Zusatzkosten für Staat und Gesellschaft
Aus- und Weiter-bildung anbieten	Aus- und Weiterbildung	Alle Mitarbeiter. Individuelle Förderung von Mitarbeitern, um Qualifikation für die jeweilige Tätigkeit sowie zuverlässige Zukunftsperspektiven zu schaffen.	Kunden und Allgemeinheit. Gut ausgebildete Mitarbeiter können das optimale Service bieten und somit zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit beitragen.
Vielfalt und Chancen-gleichheit schaffen	Vielfalt und Chancen-gleichheit	Alle Mitarbeiter. Belebung der Unternehmenskultur durch Vielfalt in der Belegschaft sowie Verbesserung der Work-Life-Balance	Kunden und allgemeine Öffentlichkeit. Vielfalt unter den Mitarbeitern eröffnet unterschiedliche Sichtweisen und führt zu kreativen Ideen.
	Gleich-behandlung	Alle Mitarbeiter. Wesentlich, um jeglicher Form von Diskriminierung entgegenzuwirken und die Gleichbehandlung aller Mitarbeiter sicherzustellen	Sozialpartner, Politik, allgemeine Öffentlichkeit. Wahrnehmung der Post als faires Unternehmen
Ethisches Verhalten einfordern	Korruptions-bekämpfung (siehe Kapitel Compliance)	Alle Mitarbeiter. Erhöhung des Bewusstseins der Mitarbeiter für ethisches Verhalten und Antikorruption	Kunden, Eigentümer, Geschäftspartner, Politik und allgemeine Öffentlichkeit. Wahrnehmung der Post als fairer, transparent agierender und zuverlässiger Partner
	Compliance	Alle Mitarbeiter. Erhöhung des Bewusstseins der Mitarbeiter für ethisches Verhalten	Kunden, Eigentümer, Geschäftspartner, Politik und allgemeine Öffentlichkeit. Wahrnehmung der Post als fairer, transparent agierender und zuverlässiger Partner

G4-19

WESENTLICHE ASPEKTE IM BEREICH UMWELT (SIEHE AB SEITE 50)

Thema laut Wesentlichkeitsmatrix	Aspekt gemäß GRI G4	Interne Wesentlichkeit	Externe Wesentlichkeit
Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren	Emissionen	Als österreichweit tätiges Logistikunternehmen ist die Post eine in der Öffentlichkeit eindeutig wahrnehmbare Emittentin. Aufgrund der Unternehmensreputation ist ein verantwortungsvoller Umgang mit Emissionen sehr wichtig. Betroffen sind die Bereiche Distribution, Güterbeförderung und Konzernimmobilien in Österreich.	Die Umweltauswirkungen des Klimawandels betreffen die österreichische Allgemeinheit. Regulatorische Rahmenbedingungen, Kundenanforderungen und nachhaltigkeitsorientierte Investoren sind weitere wichtige Faktoren.
	Transport	Die Hälfte des Energieverbrauchs der Österreichischen Post ist dem Transportbereich geschuldet. Es handelt sich auch um den nach außen hin sichtbarsten Teil der Leistungserbringung. Hier geht es auch um die indirekten Emissionen durch beauftragte Frächter. Betroffen sind die Bereiche Distribution, Güterbeförderung und Konzernimmobilien in Österreich.	Die Verkehrs- und Umweltbelastungen betreffen die österreichische Allgemeinheit. Regulatorische Rahmenbedingungen, Kundenanforderungen und nachhaltigkeitsorientierte Investoren sind weitere wichtige Faktoren.
Energie sparen	Energie	Zur Leistungserbringung ist Energie eine unverzichtbare Ressource, und der Energieverbrauch ist kostenrelevant. Betroffen sind die Bereiche Distribution, Güterbeförderung und Konzernimmobilien in Österreich.	Die Abhängigkeit von fossilen Energieträgern und den Erzeugerländern wird vielfach als problematisch wahrgenommen. Betroffen ist die gesamte österreichische Volkswirtschaft.



WESENTLICHE ASPEKTE IM BEREICH UMWELT (SIEHE AB SEITE 50)

Thema laut Wesentlichkeitsmatrix	Aspekt gemäß GRI G4	Interne Wesentlichkeit	Externe Wesentlichkeit
Beschaffung optimieren – Green Procurement	Materialien	Neben dem Energieverbrauch ist der Papierverbrauch von Bedeutung. Betroffen ist der Einkauf, welcher für die Beschaffung des Materials in Österreich verantwortlich ist. Hierbei geht es auch um die Reputation des Unternehmens.	Die Papierindustrie und die Forstwirtschaft sind wichtig für die österreichische Volkswirtschaft. Illegale Abholzung und Plantagenwirtschaft haben die Allgemeinheit für die Herkunft des Papiers sensibilisiert.
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte	Der Bewertung der Lieferanten bezüglich ihrer Leistungen in den Bereichen Umwelt, Arbeitspraktiken, Menschenrechte und Gesellschaft ist für die Mitarbeiter und Eigentümer der Österreichischen Post insofern wichtig, als durch die Sicherstellung einer sozialen, menschenwürdigen und umweltfreundlichen Lieferkette sowohl die Reputation des Unternehmens als auch die Motivation der Mitarbeiter positiv beeinflusst werden.	Die Sicherstellung der Einhaltung von ökologischen Standards ist für die Arbeitnehmer der Lieferanten sowie die Anrainer von Bedeutung. Aber auch für die Gesellschaft und den Staat ist der Schutz der Umwelt relevant – nicht nur weil die Umwelt die Lebensgrundlage für Tier und Mensch darstellt, sondern auch weil mit Umweltverschmutzung auch Umwelt- und Gesundheitsschäden sowie Kosten einhergehen.
	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken		Die Sicherstellung der Einhaltung von sozialen und arbeitsrechtlichen Standards ist nicht nur für die Arbeitnehmer der Lieferanten von Bedeutung, sondern auch für den jeweiligen Staat und die Gesellschaft. Schließlich wirken sich höhere soziale Standards positiv auf die Gesundheit und das Wohlbefinden der Betroffenen aus.
Abfall vermeiden bzw. nutzen	Abfall	Im Vergleich zu den Aspekten Emissionen, Energie und Transport wird dieses Thema aufgrund der Art, Menge und Kosten des anfallenden Abfalls intern derzeit nicht als sehr wichtig eingestuft.	Die Österreichische Post hat nur geringen Einfluss auf das Abfallaufkommen, da dieses maßgeblich durch die Kunden bestimmt wird.

G4-19

WESENTLICHE ASPEKTE IM BEREICH GESELLSCHAFT (SIEHE AB SEITE 82)

Thema laut Wesentlichkeitsmatrix	Aspekt gemäß GRI G4	Interne Wesentlichkeit	Externe Wesentlichkeit
Regionale Infrastruktur zur Versorgungssicherheit gewährleisten	Lokale Gemeinschaften	Ein dichtes Geschäftsstellennetz sowie eine landesweite Zustellung sind wesentlich für die Mitarbeiter in den Filialen sowie in der Zustellung, da dadurch guter Kundenkontakt gewährleistet wird. Für Mitarbeiter, die in Kontakt mit Großkunden stehen, sind die zuverlässige und schnelle Zustellung von Sendungen entscheidende Qualitätskriterien.	Optimaler Zugang zu Postdienstleistungen ist wesentlich für Kunden und die gesamte österreichische Bevölkerung. Der Gesetzgeber erlässt gesetzliche Vorgaben bezüglich Versorgungssicherheit.
Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring	Lokale Gemeinschaften	Positive Wahrnehmung der Post als verantwortungsvolles Unternehmen durch die Mitarbeiter	Durch die Unterstützung sozialer Projekte leistet die Post einen Beitrag zu Anliegen der Gesellschaft.
Kundenzufriedenheit sicherstellen	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Die Zufriedenheit der Kunden ist Voraussetzung für unternehmerischen Erfolg. Daher ist sie für alle Mitarbeiter gleichermaßen wichtig.	Kundenzufriedenheitsumfragen geben Aufschluss über die Zufriedenheit der Kunden – und daher de facto aller Österreicher – mit den Leistungen der Post. Kundenzufriedenheit kann als Anreiz gesehen werden, den Nutzen und Komfort für die Kunden immer weiter zu erhöhen und neue Ideen und Lösungen zu finden. Da sie wesentlich für den Erfolg eines Unternehmens ist, ist dies auch ein wichtiges Thema für Eigentümer.
Serviceorientiert handeln	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Die Kunden- und Serviceorientierung ist im Leitbild der Post verankert und daher wesentlich für alle Mitarbeiter. Weiters trägt die Serviceorientierung zur Kundenzufriedenheit bei.	Die Serviceorientierung ist wesentlich für den Erfolg der Österreichischen Post und daher ein wichtiger Aspekt für Kunden sowie Eigentümer des Unternehmens.

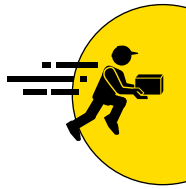


GRI CONTENT INDEX

GRI CONTENT INDEX		
GRI-Indikator-Nr.	Indikatorbeschreibung	Seitenverweise und Anmerkungen
Strategie und Analyse		
G4-1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	Seite 4 f.
G4-2	Wichtigste Auswirkungen, Chancen und Risiken	Seite 104 ff.
Organisationsprofil		
G4-3	Name der Organisation	Österreichische Post AG Seite 98
G4-4	Wichtigste Marken, Produkte, Dienstleistungen	Seite 102 f.
G4-5	Hauptsitz der Organisation	Haidingergasse 1, A-1030 Wien
G4-6	Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist	Seite 101
G4-7	Eigentumsstruktur und Rechtsform	Seite 100
G4-8	Märkte, die bedient werden	Seite 101
G4-9	Größe der berichteten Organisation	Seite 6 f., 98 f.
G4-10	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region	Seite 98 f.
G4-11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	Seite 98 f.
G4-12	Lieferkette der Organisation	Seite 16 ff.
G4-13	Wesentliche Veränderungen der Größe, der Struktur oder der Eigentumsverhältnisse	Seite 100
G4-14	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips	Seite 105
G4-15	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	Seite 15

GRI CONTENT INDEX

GRI-Indikator-Nr.	Indikatorbeschreibung	Seitenverweise und Anmerkungen
G4-16	Mitgliedschaften	<p>Die Österreichische Post ist Mitglied bei folgenden Verbänden und Vereinen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftskammer Wien • Industriellenvereinigung • Vienna Economic Forum • Aktienforum • Cercle Investor Relations Austria (C.I.R.A.) • Public Relations Verband Austria • DMVÖ – Dialog Marketing Verband Österreich • FMVÖ – Finanz-Marketing Verband Österreich • Handelsverband • Bundesverband Logistik • Transparency International • respACT • PostEurope • International Post Corporation (IPC) • Universal Postal Union (UPU) • 21st Austria
G4-17	Leistung der Unternehmen im konsolidierten Jahresabschluss	Seite 101, 125
G4-18	Berichtsinhalt und Berichtsgrenzen	Seite 101, 124
G4-19	Materielle Aspekte	Siehe dazu das Kapitel „Wesentliche Aspekte“ ab Seite 114 ff.
G4-20	Materialitätsgrenzen für Aspekte innerhalb der Organisation	Siehe dazu das Kapitel „Wesentliche Aspekte“ ab Seite 114 ff.
G4-21	Materialitätsgrenzen für Aspekte außerhalb der Organisation	Siehe dazu das Kapitel „Wesentliche Aspekte“ ab Seite 114 ff.
G4-22	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	Seite 81 (Fußnote 2), 124
G4-23	Wesentliche Veränderung des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der verwendeten Messmethoden	Seite 124
Stakeholdereinbeziehung		
G4-24	Liste der Stakeholdergruppen	Seite 35
G4-25	Auswahl der Stakeholdergruppen	Seite 35
G4-26	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern	Seite 35 f.
G4-27	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	Seite 37
Berichtsprofil		
G4-28	Berichtszeitraum	Seite 124
G4-29	Veröffentlichung des letzten Berichts	Seite 124
G4-30	Berichtszyklus	Seite 124



GRI CONTENT INDEX

GRI-Indikator-Nr.	Indikatorbeschreibung	Seitenverweise und Anmerkungen
G4-31	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und zu seinem Inhalt	Ansprechpartner für Fragen zum Nachhaltigkeitsbericht sind Herr DI Daniel-Sebastian Mühlbach und Frau Mag. (FH) Julia Kollouch E-Mail: csr@post.at
G4-32	Gewählte Option	In Übereinstimmung: Kern
G4-33	Externe Prüfung	Siehe dazu Berichtsprinzipien ab Seite 124 sowie den unabhängigen Bestätigungsbericht ab Seite 126
Unternehmensführung		
G4-34	Führungsstruktur der Organisation	Seite 23
G4-35	Prozess zur Delegation von Verantwortung	Seite 23
G4-36	Verantwortung für ökonomische, ökologische und soziale Themen auf Vorstandsebene	Seite 23
G4-37	Austausch zwischen Stakeholdern und dem höchsten Leitungsorgan	Seite 24
G4-39	Vorsitzender des höchsten Leitungsorgans	Seite 24
G4-40	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Leitungsorgan	Seite 25
G4-41	Maßnahmen zur Vermeidung von Interessenkonflikten des höchsten Leitungsorgans	Seite 24
G4-43	Kollektive Kenntnisse	Seite 25
G4-51	Vergütungspolitik	Seite 24
Ethik und Integrität		
G4-56	Verhaltenskodex und Werte	Seite 27, 29, 31
G4-57	Vorgehensweise zur Einholung von Beratung zu ethischem Verhalten (intern und extern)	Seite 27, 32
G4-58	Vorgehensweise zur Berichterstattung von Anliegen bezüglich ethischen Verhaltens	Seite 32
Ökonomische Leistungsindikatoren		
DMA-EC	Angaben zum Managementansatz Wirtschaft	Seite 42 ff., 48 f.
G4-EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Seite 45 ff.
G4-EC2	Chancen und Risiken für die Organisation durch den Klimawandel	Seite 108
G4-EC4	Vom Staat erhaltene finanzielle Unterstützung	Seite 46
G4-EC7	Infrastrukturinvestitionen	Seite 47
G4-EC8	Erhebliche indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Seite 33

GRI CONTENT INDEX

GRI-Indikator-Nr.	Indikatorbeschreibung	Seitenverweise und Anmerkungen
G4-EC9	Anteil lokaler Lieferanten an der Beschaffung	Seite 17
Ökologische Leistungsindikatoren		
DMA-EN	Angaben zum Managementansatz Umwelt	Seite 16 ff., 52f f., 62 f.
G4-EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	Seite 61
G4-EN3	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	Seite 60
G4-EN6	Verringerung des Energieverbrauchs	Seite 60
G4-EN15	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	Seite 58
G4-EN16	Indirekte THG-Emissionen (Scope 2)	Seite 58
G4-EN17	Indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	Seite 58
G4-EN19	Reduktion von THG-Emissionen	Seite 59
G4-EN23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	Seite 55 f., 61
G4-EN30	Umweltauswirkungen des Transports	Seite 60
G4-EN33	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	Seite 20, 61
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken		
DMA-LA	Angaben zum Managementansatz Arbeitspraktiken	Seite 16 ff., 26 ff., 66 ff., 80 f.
G4-LA1	Neueinstellungen und Fluktuationen	Seite 99
G4-LA2	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden	Seite 69 f.
G4-LA4	Ankündigungsfristen für operative Veränderungen	Grundsätzlich sind die Regelungen betreffend Mitwirkungsrechte der Personalvertretung bei Organisationsänderungen im Arbeitsverfassungsgesetz geregelt. Die Österreichische Post ist zusätzlich an das Post-Betriebsverfassungsgesetz (PBVG) gebunden. Gemäß § 72 Abs. 3 Z 7 PBVG 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.
G4-LA5	Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Seite 73
G4-LA6	Unfallarten und -häufigkeiten in der Organisation	Seite 73 f.



GRI CONTENT INDEX

GRI-Indikator-Nr.	Indikatorbeschreibung	Seitenverweise und Anmerkungen
G4-LA8	Gesundheits- und Arbeitssicherheitsthemen, die in Gewerkschaftsvereinbarungen behandelt werden	Seite 73 f.
G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitern, nach Kategorie und Geschlecht	Seite 74 f.
G4-LA10	Programme zum Kompetenzmanagement, Umgang mit Berufsausstieg und der Verlängerung der Beschäftigungsfähigkeit	Seite 76
G4-LA11	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten	Seite 76
G4-LA12	Zusammensetzung der Leitungsorgane und Aufteilung der Mitarbeiter in Bezug auf Geschlecht und Altersgruppe	Seite 78 f.
G4-LA13	Verhältnis Grundvergütung von Frauen zu Männern	Seite 79
G4-LA15	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen in der Lieferkette in Bezug auf Arbeitspraktiken	Seite 61
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft		
DMA-SO	Angaben zum Managementansatz Gesellschaft	Seite 26 ff., 85 ff., 94 f.
G4-SO1	Einbindung lokaler Gemeinschaften an den Geschäftsstandorten	Seite 87
G4-SO3	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte Risiken	Seite 31
G4-SO4	Kommunikation von Maßnahmen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	Seite 31 f.
G4-SO5	Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	Seite 32
G4-SO7	Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse	Im Jahr 2015 gab es gegen die Österreichische Post keine Klagen, Sanktionen oder Geldbußen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- oder Monopolbildung, gestützt auf UWG und/oder KartG.
G4-SO8	Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	Mit Ausnahme von geringfügigen Verwaltungsstrafen gab es gegen die Österreichische Post im Jahr 2015 keine Klagen, Sanktionen oder Geldbußen wegen Nichteinhaltung geltenden Rechts.
G4-SO11	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft	Im Berichtszeitraum 2015 gab es keine Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft.

GRI CONTENT INDEX

GRI-Indikator-Nr.	Indikatorbeschreibung	Seitenverweise und Anmerkungen
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung		
DMA-PR	Angaben zum Managementansatz Produktverantwortung	Seite 26 ff., 85 ff., 94 f.
G4-PR5	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	Seite 92
G4-PR8	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre der Kunden und die Verletzung des Datenschutzes	Mit Ausnahme weniger einzelner Beschwerden in Zusammenhang mit der auf dem Nachsendeauftrag erteilten Einwilligung zur Datenweitergabe zu Werbezwecken gab es im Berichtsjahr 2015 keine Beschwerden wegen Verletzung des Kundendatenschutzes.
G4-PR9	Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	Gegen die Österreichische Post gab es im Jahr 2015 keine Klagen, Sanktionen oder Geldbußen wegen der Verletzung von Gesetzen oder Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen.

BERICHTSPRINZIPIEN

Der Nachhaltigkeitsbericht soll zeigen, wie die Österreichische Post ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Mitarbeitern sowie der Gesellschaft wahrnimmt und in

das Kerngeschäft integriert, ohne dabei die wirtschaftlichen Kriterien aus den Augen zu verlieren. Dabei verfolgt die Österreichische Post folgende fünf Prinzipien:

G4-28

G4-29

G4-30

G4-33

PRINZIP DER REGELMÄSSIGKEIT

Der Nachhaltigkeitsbericht der Österreichischen Post wird jährlich veröffentlicht. Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2015 und schließt damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2014 an, der im Jahr 2015 veröffentlicht wurde.

PRINZIP DER VERGLEICHBARKEIT UND TRANSPARENZ

Seit dem Jahr 2014 berichtet die Österreichische Post nach GRI-G4-Standard (Standard der Global Reporting Initiative) mit der gewählten Option „In Übereinstimmung: Kern“. Dies ist nun der zweite Bericht nach GRI-G4 Standard.

Die Erhebung und Berechnung von Kennzahlen erfolgte durch das Rechnungswesen und Controlling sowie von den Bereichen Personal, Fuhrpark und Konzernimmobilien. 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.

Die veröffentlichten Angaben wurden von unabhängiger dritter Stelle geprüft. Die entsprechende Bestätigung der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsges.m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts unter „Unabhängiger Bestätigungsbericht“ (Seite 126–127).

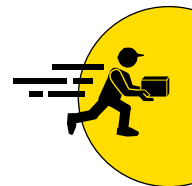
PRINZIP DER KLAREN ABGRENZUNG UND KONSOLIDIERUNG – BERICHTSGRENZE

Der hier vorliegende Bericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG und deren Kerngeschäft in Österreich. Tochtergesellschaften der Österreichischen Post wurden grundsätzlich in diesen Bericht nicht miteinbezogen. Bezieht sich eine Aussage des Berichts jedoch auch auf eine Tochtergesellschaft bzw. auf den gesamten Konzern (inkl. aller Tochtergesellschaften), wird dies im Text dezidiert angeführt.

Dass die in- und ausländischen Tochtergesellschaften der Österreichischen Post noch nicht

G4-22

G4-23



in die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Österreichischen Post AG miteinbezogen werden, liegt daran, dass die Daten noch nicht bei allen Tochterunternehmen gemäß einem einheitlichen Standard erfasst werden und uns daher noch nicht alle wesentlichen nachhaltigkeitsrelevanten Daten in der für uns konsolidierbaren Form vorliegen.

Es wird evaluiert, inwiefern und in welchem Ausmaß Tochtergesellschaften in Zukunft in die Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert werden können.

PRINZIP DER ZIELGRUPPENAUSRICHTUNG

Der hier vorliegende, nach GRI-Kriterien erstellte und extern geprüfte Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2015 soll den interessierten Kreisen ein hohes Maß an Transparenz und Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen gewähren.

PRINZIP DER WESENTLICHKEIT

Entsprechend den GRI-Vorgaben wurden die Berichtsinhalte nach dem Kriterium der Wesentlichkeit ausgewählt. Somit sind im GRI-Nachhaltigkeitsbericht all jene Nachhaltig-

GLOBAL REPORTING INITIATIVE

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.

Die 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.

ÖSTERREICHISCHER POST KONZERN		NACHHALTIGKEITSBERICHT
Mutterkonzern	Österreichische Post AG	Voll berichtet
Tochtergesellschaften in Österreich	Post.Wertlogistik GmbH (100%)	Zum Teil berichtet: Fuhrpark-Daten; Aus- und Weiterbildungskennzahlen
	Scanpoint GmbH (100%)	Zum Teil berichtet: Gebäude-Daten; Aus- und Weiterbildungskennzahlen
	feibra GmbH (100%)	Zum Teil berichtet: Aus- und Weiterbildungskennzahlen
	Systemlogistik Distribution GmbH (100%)	
	ThermoMed Austria GmbH	
	Post Immobilien (100%)	
	Medien.Zustell GmbH	
Tochtergesellschaften im Ausland		Nicht berichtet

G4-17

Eine vollständige Auflistung aller Konzernunternehmen finden Sie im Geschäftsbericht 2015 (Teil 2, Finanzbericht, Seite 138).

keitsaspekte abgedeckt, die entweder bedeutende ökonomische, ökologische oder gesellschaftliche Einflüsse der Organisation widerspiegeln oder einen maßgeblichen Einfluss auf die Stakeholder haben könnten.

Als Basis für die Beurteilung der Wesentlich-

keit wurde vor allem die Wesentlichkeitsmatrix 2014 herangezogen, aus welcher die aus Sicht der Stakeholder und des Managements wesentlichen Themen hervorgehen. Siehe dazu auch die Kapitel „Stakeholderstrategie“ ab Seite 34 und „Wesentliche Aspekte“ ab Seite 114.

An den Vorstand der Österreichischen Post Aktiengesellschaft

Unabhängiger Bestätigungsbericht

Unabhängige Prüfung des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts 2015 der Österreichischen Post Aktiengesellschaft

Auftragsgegenstand

Wir wurden von der Österreichischen Post Aktiengesellschaft mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (nachfolgend „Prüfung“) der Aussagen und Daten zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2015 (nachfolgend „Berichterstattung“) der Österreichischen Post Aktiengesellschaft, nach der GRI G4 KERN-Option erstellt, beauftragt.

Die Prüfung umfasste die Berichterstattung wie folgt:

- ▶ „Nachhaltigkeitsbericht 2015“ im pdf-Format, bezüglich der Angaben und Verweise vom GRI Index in die Berichterstattung.

Im Bericht wurden die im GRI Index angeführten Verweise, jedoch nicht darüber hinaus gehende weitere (Web-)Verweise, geprüft.

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.

Einschränkungen des Prüfauftrages

- ▶ Vorjahreszahlen wurden von uns nicht geprüft.
- ▶ Zahlen, die aus externen Studien entnommen wurden, wurden nicht geprüft. Es wurde lediglich die korrekte Übernahme der relevanten Angaben und Daten in die Berichterstattung überprüft.
- ▶ Gegenstand unseres Auftrags war weder eine Abschlussprüfung noch eine prüferische Durchsicht von Abschlüssen. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Leistungsindikatoren und Aussagen wurden von uns keiner Prüfung unterzogen. Wir überprüften die GRI-konforme Darstellung dieser Informationen in der Berichterstattung.
- ▶ Informationen ausländischer sowie inländischer Tochtergesellschaften der Österreichischen Post Aktiengesellschaft sind grundsätzlich nicht Gegenstand des Berichts sowie der Prüfung.
- ▶ Die Prüfung zukunftsbezogener Angaben war nicht Gegenstand unseres Auftrags.
- ▶ Ebenso war weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z.B. Unterschlagungen oder sonstiger doloser Handlungen, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrags.

Kriterien

Wir beurteilten die Informationen in der Berichterstattung auf Basis der folgenden für das

Geschäftsjahr 2015 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“):

- ▶ GRI G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung¹.

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 der Berichterstattung 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 in der Berichterstattung auf Basis einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit abzugeben.

Wir haben unseren Prüfauftrag unter Beachtung des „International Federation of Accountants‘ ISAE 3000“² - 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.

Gegenstand unserer Leistung ist es nicht, Interessen spezifischer Dritter zu berücksichtigen. Sie dient daher ausschließlich dem Auftraggeber und nur für dessen Zwecke. Sie ist somit nicht darauf ausgerichtet und dazu bestimmt, Dritten als Entscheidungsgrundlage zu dienen.

Gemäß der „Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe“³ 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.

¹<https://www.globalreporting.org/reporting/g4/Pages/default.aspx>

²International 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

³Fassung vom 21. Februar 2011, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhandberufe, Kapitel 8, http://www.kwt.or.at/de/PortalData/2/Resourcen/downloads/downloadcenter/AAB_2011_de.pdf

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 die Berichterstattung unterstützen, zu identifizieren und zu verstehen;
- ▶ Durchsicht der relevanten Dokumente auf Konzern-, Vorstands- und Managementebene, um Bewusstsein und Priorität der Themen in der Berichterstattung zu beurteilen und um zu verstehen, wie Fortschritte überwacht werden;
- ▶ Erhebung der Risikomanagement- und Governance-Prozesse in Bezug auf Nachhaltigkeit und kritische Evaluierung der Darstellung in der Berichterstattung;
- ▶ Durchführung analytischer Prüfungshandlungen auf Unternehmensebene;
- ▶ Stichprobenartige Überprüfung der Daten und Prozesse, um zu erheben, ob diese auf Konzernebene 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, 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 in der Berichterstattung auf Basis der GRI G4 Berichtsgrundsätze;
- ▶ Beurteilung, ob für die KERN-Option die GRI G4 Leitlinien 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 in der Berichterstattung nicht in Übereinstimmung mit den oben definierten Kriterien sind.

Wien, 26. September 2016

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

Brigitte Frey e.h.

Georg Rogl e.h.



KONTAKT/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

Mag. (FH) Julia Kollouch
Österreichische Post AG
CSR und Umweltmanagement

Mag. jur. Elzbieta Lemanska MSc
Österreichische Post AG
CSR und Umweltmanagement

DI Lisa Pum
Österreichische Post AG
CSR und Umweltmanagement

DI Daniel-Sebastian Mühlbach MSc
Österreichische Post AG
CSR und Umweltmanagement

Konzept/Produktion

Creative Director/Projektleitung:

Gabriele Nerwinski-Rosenzopf MSc

Redaktionelles Konzept und Text:

Dipl.-Kfm. Arndt Müller

Layout und Grafik: Alexander Puff

Infografik: René Gatti

Fotoredaktion: Mag. Lydia Gribowitsch

Fotografie:

Ian Ehm (Cover, S. 9, 10/11, 12, 16, 22, 26, 31, 36, 40/41, 44, 50/51, 52, 58, 64/65, 77, 79, 82/83, 84, 94, 104, 109)

Werner Streitfelder (S. 3, 4, 54, 62)

Rudy Dellinger (S. 3, 66, 71)

Österreichische Post AG (S. 3, 8, 14, 20, 30, 48, 75)

Stefanie Steindl (S. 8, 89)

Mauro Mattarelli (S. 9)

Katharina Stögmüller (S. 34, 37)

Aleksandra Pawloff (S. 36)

Getty Images (S. 42, 56, 80)

Wolfgang Wolak (S. 68)

Shutterstock (S. 86)

Christan Husar (S. 90)

Fotounit (S. 90)

Atsushi Yamada (S. 93)

Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde im Auftrag der Österreichischen Post AG von VGN (Verlagsgruppe NEWS) – Content Marketing/Corporate Editing produziert (Managing Director: Mag. Erich Schönberg).

Druck

Niederösterreichisches Pressehaus, St. Pölten

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

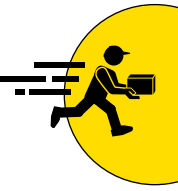
Dieser Bericht enthält auch zukunftsbezogene Einschätzungen und Aussagen, die wir auf Basis aller uns zum gegenwärtigen Zeitpunkt zur Verfügung stehenden Informationen getroffen haben. Diese zukunftsbezogenen Aussagen werden üblicherweise mit Begriffen wie „erwarten“, „schätzen“, „planen“, „rechnen“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

Personenbezogene Formulierungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

Redaktionsschluss: 27.9.2016

RAUM FÜR NOTIZEN

A series of horizontal dotted lines for taking notes, filling most of the page below the header.



A series of horizontal dotted lines spanning the width of the page, intended for writing.

