



# Angekommen!

Beitrag geleistet

**01****UNTERNEHMEN  
UND WERTE****02**PROFIL UND WESENT-  
LICHE KENNZAHLEN**08**DIE POST  
IM ÜBERBLICK**21**

ANTIKORRUPTION

**25**LIEFERANTEN-  
MANAGEMENT**32**

KERNSTRATEGIE

**44**WESENTLICHE  
THEMEN**04**

EDITORIAL

**12**UNTERNEHMENS-  
FÜHRUNG**23**VERTRAULICHKEIT UND  
DATENINTEGRITÄT**34**NACHHALTIGKEITS-  
STRATEGIE**06**

WAS TUT DIE POST?

**17**COMPLIANCE-  
MANAGEMENT**24**IM AUSTAUSCH  
MIT DER POLITIK**41**STAKEHOLDER-  
MANAGEMENT**31****STRATEGIE  
UND ZIELE****51****SCHWERPUNKT-  
THEMEN****52**

WIRTSCHAFT

**102**

UMWELT

**68**

GESELLSCHAFT

**80**

MITARBEITER

**119****INFORMATIONEN****120**

FACTS &amp; FIGURES

**138**AUSZEICHNUNGEN UND  
ANERKENNUNGEN**125**

GRI INDEX

**140**UNABHÄNGIGER BE-  
STÄTIGUNGSBERICHT**136**

BERICHTSPRINZIPIEN

**142**KONTAKT  
UND IMPRESSUM

Die jährliche Berichterstattung der Österreichischen Post umfasst drei Publikationen – den Finanzbericht, das Magazin und den Nachhaltigkeitsbericht. Zur Vermeidung unnötiger Redundanzen nutzen wir Verweise zu anderen Berichtsteilen.

Unsere Piktogramme ermöglichen dem Leser eine rasche Orientierung. Sie zeigen, in welchem Berichtsteil ergänzende Informationen zu finden sind.



Finanzbericht 2016



Magazin 2016



Nachhaltigkeitsbericht 2016

2

0

Wir schaffen  
nachhaltige  
Werte bei den  
Menschen in  
unserem Land.

## **2016: BEITRAG GELEISTET ZU EINER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG**

- 2,70 Mrd EUR generierte Wertschöpfung,  
davon 1,67 Mrd EUR in Österreich
- Gesetzliche Verpflichtungen des Universaldienstes  
erneut übererfüllt
- 1.048 angebotene Seminare für die Post-Mitarbeiter
- Umweltmanagementsystem wurde ausgebaut  
und inzwischen sind 1.387 E-Fahrzeuge in Betrieb

1

6

**01**UNTERNEHMEN  
UND WERTE**31**STRATEGIE  
UND ZIELE**51**SCHWERPUNKT-  
THEMEN**119**

INFORMATIONEN

**— PROFIL**

Mit ihren rund 17.500 Mitarbeitern und rund 450 eigenbetrieblenen Filialen und 1.350 Post Partnern ist die Österreichische Post der landesweit führende Logistik- und Postdienstleister. Das Filialnetz der Österreichischen Post zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes: Damit bietet die Post ihren Kunden in ganz Österreich hochwertige Produkte und Services in den Bereichen Post, Bank und Telekommunikation.

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

Mit ihren Tochterunternehmen ist die Österreichische Post in elf weiteren europäischen Ländern aktiv.

# — WESENTLICHE KENNZAHLEN

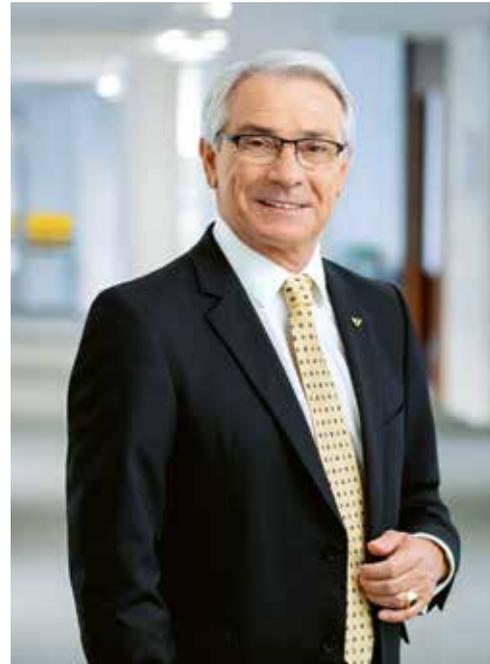
		2014	2015	2016
<b>WIRTSCHAFT</b>				
Umsatzerlöse	Mio EUR	1.659,8	1.756,8	<b>1.746,1</b>
EBIT (Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit)	Mio EUR	137,4	84,7	<b>178,6</b>
EBT (Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit)	Mio EUR	140,8	87,4	<b>178,2</b>
Jahresüberschuss	Mio EUR	107,8	41,2	<b>235,6</b>
Kundenzufriedenheit	Ø CSI-Wert	68	69	<b>68</b>
<b>GESELLSCHAFT</b>				
Briefe, die am nächsten Werktag zugestellt wurden	%	96,3	95,9	<b>95,7</b>
Pakete, die innerhalb von zwei Werktagen zugestellt wurden	%	97,5	98,1	<b>97,9</b>
Geschäftsstellen	Anzahl	1.826	1.785	<b>1.792</b>
davon eigenbetriebene Filialen	Anzahl	520	504	<b>454</b>
davon Post Partner-Filialen	Anzahl	1.306	1.281	<b>1.338</b>
<b>MITARBEITER</b>				
Mitarbeiter	Anzahl VZK	18.403	17.983	<b>17.448</b>
Aus- und Weiterbildungsstunden	Personen-stunden	100.859	81.500	<b>100.442</b>
Frauenquote	% VZK	29,1	29,3	<b>29,0</b>
Materielle Mittel, die über post.sozial zur Verfügung gestellt wurden	Mio EUR	6,3	6,3	<b>6,4</b>
<b>UMWELT</b>				
CO <sub>2e</sub> -Emissionen gesamt	t CO <sub>2e</sub>	70.672	68.558	<b>68.654</b>
Energieverbrauch gesamt	Mio kWh	142,2	133,7	<b>125,2</b>
Kilometerleistung gesamt	Mio km	162	163	<b>165</b>
Treibstoffverbrauch gesamt	Mio l	22,5	22,6	<b>22,9</b>
E-Fahrzeuge	Anzahl	862	1.012	<b>1.387</b>

**01**UNTERNEHMEN  
UND WERTE**31**STRATEGIE  
UND ZIELE**51**SCHWERPUNKT-  
THEMEN**119**

INFORMATIONEN

**04**DISCLOSURE  
**102-114**

# Editorial



GEORG PÖLZL

## Liebe Stakeholder,

die Post versorgt Österreich flächendeckend und zuverlässig mit Postdienstleistungen. Damit sichern wir unseren Kunden ihre Kommunikationsstruktur und leisten einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag. Dass Sie sich auf uns verlassen können, wollen wir auch in einem sich ständig verändernden Umfeld gewährleisten: Digitale Medien verdrängen Briefe und Postkarten, dagegen beflügelt der Internethandel das Paket. Durch diese weltweiten Trends in der Post- und Logistikbranche ergeben sich gleichermaßen Herausforderungen und Chancen: Der Wettbewerb verschärft sich, Handelsströme werden internationaler. Die veränderten Kundenanforderungen bieten aber auch die Möglichkeit zu neuen Geschäftsfeldern und innovativen Lösungen.

Im Kontext dieser Veränderungen ist es für uns umso wichtiger, unser Kerngeschäft systematisch nachhaltig auszurichten und uns als Unternehmen weiterzuentwickeln. Deshalb haben wir vor dem Hintergrund der Trends und Entwicklungen im Jahr 2016 an unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie gearbeitet. Unter dem Motto „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich“ fassen wir unsere Überzeugung zusammen: Wir können langfristig nur erfolgreich sein, wenn wir ökologische und gesellschaftliche Entwicklungen konsequent in unser unternehmerisches Handeln einbeziehen und unserer Verantwortung als Arbeitgeber umfassend gerecht werden.

Wir sind aber auch überzeugt, dass eine nachhaltige Entwicklung nur stattfinden kann, wenn die Unternehmensaktivitäten auf ein größeres, globales Ziel hin ausgerichtet sind. Deshalb haben wir die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen in unserer neuen Nachhaltigkeitsstrategie berücksichtigt und bekennen uns dazu, an ihrer Erreichung bis zum Jahr 2030 aktiv mitzuwirken.

Mit unserer Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT haben wir in den letzten Jahren eine Vorreiterrolle in der Logistikbranche eingenommen. Wir garantieren eine CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung von Briefen, Paketen, Werbesendungen und Zeitschriften – in ganz Österreich, ganz ohne Zusatzkosten für unsere Kunden und auf freiwilliger Basis. Mit dem Beitritt zur Initiative „Science Based Targets“ sind wir im Jahr 2016 einen Schritt weitergegangen: Wir haben uns zu einem wissenschaftlich basierten Ziel verpflichtet, um zum globalen Klimaziel des Klimaabkommens in Paris beizutragen, nämlich die Erderwärmung auf unter 2 °C zu halten.

Darüber hinaus bekommen Umwelt- und Wertstoffmanagement einen immer höheren Stellenwert in unserem Unternehmen. Zuletzt konnten wir im Jahr 2016 unsere größte operative Einheit, das Briefzentrum in Wien-Inzersdorf, nach der weltweit anerkannten ISO 14001:2015 zertifizieren und somit ein geprüftes Umweltmanagementsystem einführen. Für das Jahr 2017 ist eine Ausweitung des Umweltmanagements auf weitere Standorte geplant.

Damit wir den Ansprüchen unserer Kunden gerecht werden und ihre Bedürfnisse auch im Wandel befriedigen können, hat Kundenorientierung bei uns oberste Priorität. Auch 2016 haben wir investiert und konnten weitere innovative Lösungen einführen, die dem Kunden einen leichteren und vor allem flexibleren Zugang zu Postdienstleistungen ermöglichen. Einer der Schwerpunkte lag dabei auch im vergangenen Jahr auf weiteren Angeboten zur Vereinfachung des Sendungsempfangs und -versands.

Unseren Versorgungsauftrag der österreichischen Bevölkerung mit flächendeckenden postalischen Diensten haben wir 2016 wieder deutlich über die gesetzlichen Vorgaben hinaus erfüllt und konnten die damit zusammenhängenden erforderlichen Werte in der Brief- und Paketzustellung sowie der Verfügbarkeit unserer Dienste im Vergleich zum Vorjahr teilweise nochmals steigern.

Gerade in einer Zeit der Veränderung sind motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiter ein zentraler Erfolgsfaktor. So haben wir im letzten Jahr unsere Unternehmenskultur weiterentwickelt, um ihnen ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sie sich wohlfühlen, und intensiv in die fachliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter investiert. Dem Engagement unserer rund 17.500 Mitarbeiter verdanken wir, dass die Post ihre wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Ziele nicht nur erreicht, sondern sogar immer wieder übertrifft. Wir danken Ihnen für Ihren Beitrag zu unserem Erfolg!

Rückblickend auf das Jahr 2016 können wir also stolz sagen: Die Post hat ihren Beitrag geleistet. Für die Wirtschaft, für die Gesellschaft, für die Umwelt und für die Mitarbeiter.

In diesem Sinne freuen wir uns, Ihnen unseren diesjährigen Nachhaltigkeitsbericht vorzulegen, und wünschen eine informative Lektüre!

Herzlich, Ihr

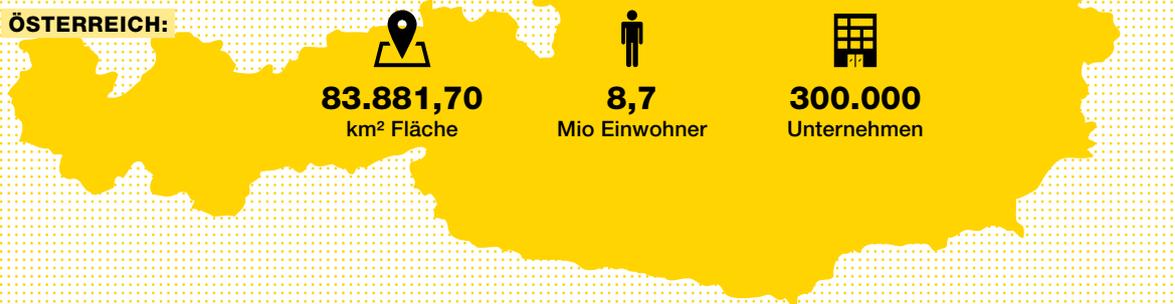


DI Dr. Georg Pözl,

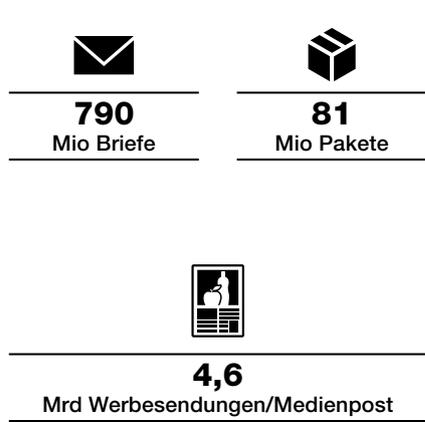
Generaldirektor der Österreichischen Post AG

# Was tut die Post?

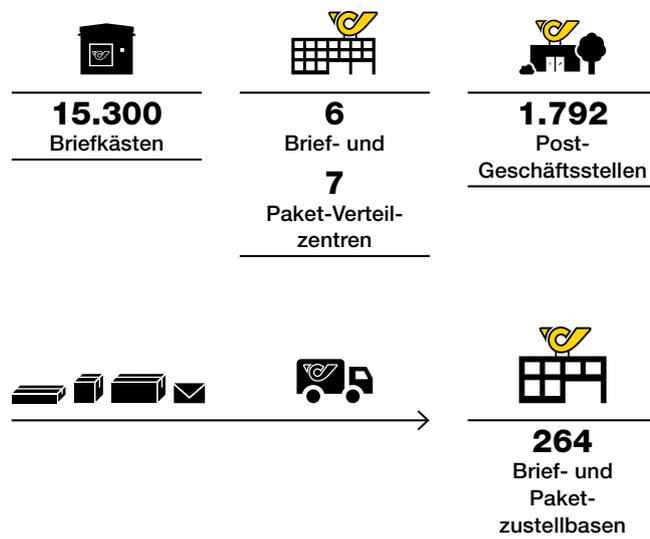
**ÖSTERREICH:**



**IM JAHR 2016 WURDEN ...**



**... ÜBER DIE FLÄCHENDECKENDE INFRASTRUKTUR**



## ZUSTELLUNG ERFOLGT ...

- MIT HÖCHSTER SERVICEQUALITÄT:  
BELEGT DURCH  
KUNDENUMFRAGEN
- SCHNELL UND ZUVERLÄSSIG:  
BELEGT DURCH  
ZUSTELLQUOTEN
- CO<sub>2</sub>-NEUTRAL:  
GEPRÜFT DURCH  
TÜV AUSTRIA

## DER POST ...



**17.500**  
Mitarbeiter,  
davon

**9.100**  
Zusteller



**9.000**  
Fahrzeuge,  
davon

**1.387**  
E-Fahrzeuge



## ... ZUGESTELLT



**4,4**

Mio Haushalte und Unternehmen

## DISCLOSURE

102-1  
102-5  
102-7  
102-3  
102-46  
102-2

# Die Post im Überblick

Die Österreichische Post AG ist mit fast 17.500 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 1,7 Mrd EUR der führende Logistik- und Postdienstleister des Landes. Das Kerngeschäft umfasst die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien und Paketen sowie diverse Logistikdienstleistungen. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in 1030 Wien, Haidingergasse 1.

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG, die ca. 86 % des Konzernumsatzes erwirtschaftet und rund 80 % der Konzernmitarbeiter beschäftigt.

## DISCLOSURE

102-2

## — UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND GESCHÄFTSFELDER

Die Post bündelt ihre Geschäftsaktivitäten in den beiden Divisionen Brief, Werbepost & Filialen sowie Paket & Logistik.

Das **LEISTUNGSSPEKTRUM DER DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN** umfasst die Annahme, Sortierung und Zustellung von Briefen, Postkarten, adressierten und unadressierten Werbesendungen und Zeitungen. Zudem werden in Kooperation mit den Partnern BAWAG P.S.K und A1 Telekom Austria AG auch Post- und Telekomprodukte sowie Finanzdienstleistungen angeboten.

Die Österreichische Post bietet ihren Kunden auch diverse Online Services an. Ergänzt wird das Angebot durch neue Dienstleistungen für Geschäfts- und Werbepost, darunter Adress- und Datenmanagement, Poststellenmanagement, intelligentes Scanning und Response-Management.

Die Beförderung von Paketen und „Express Mail Service (EMS)-Sendungen“ für Privat- und Geschäftskunden ist das Kerngeschäft der Division Paket & Logistik. Das **LEISTUNGSSPEKTRUM DER DIVISION PAKET & LOGISTIK** umfasst neben der Expresszustellung auch vielfältige Mehrwertdienstleistungen: Fulfillment-Lösungen wie Lagerung, Kommissionierung, Retourenmanagement, Geld- und Werttransporte, Webshop-Logistik sowie Webshop-Infrastruktur.

Die beiden operativen Divisionen werden um die Division Corporate ergänzt: Ihr obliegen vor allem Dienstleistungen im Bereich der Konzernverwaltung, das Innovationsmanagement und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle. Wesentliche Veränderungen in der Unternehmensstruktur gab es im Berichtszeitraum nicht.

DISCLOSURE

102-10

102-7



#### HIGHLIGHTS AUS DER DIVISION BRIEF, WERBEPOST & FILIALEN

# 790

Mio Briefe,

# 590

Mio adressierte Werbesendungen,

# 3,3

Mrd unadressierte Werbesendungen,

# 370

Mio Printmedien und

# 290

Mio Regionalmedien  
stellt die Post im Jahr zu.

# 95,7 %

aller bei der Post aufgegebenen Briefe  
erreichen ihre Empfänger  
schon am nächsten Werktag.



#### HIGHLIGHTS AUS DER DIVISION PAKET & LOGISTIK

# 81

Mio Pakete und EMS-Sendungen  
stellt die Post jedes Jahr  
an die österreichischen Haushalte  
und Unternehmen zu.

# 97,9 %

aller Pakete werden innerhalb  
von zwei Werktagen zugestellt.

# 91,7 %

aller Pakete werden von der Post  
bereits beim ersten Zustellversuch  
dem Empfänger übergeben.

# 42.000

Pakete werden in einer Stunde  
von 7 Sortieranlagen  
ihren Bestimmungsorten zugeordnet.

DISCLOSURE  
102-5  
102-10

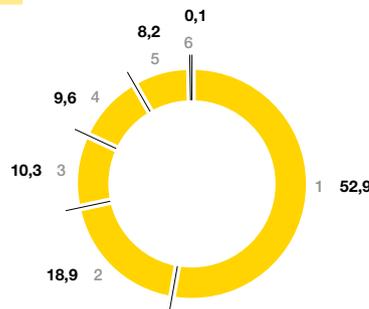
## — EIGENTÜMERSTRUKTUR

Die ÖBIB (Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH), vormals ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG), hält 52,85 % des Österreichischen Post-Konzerns (bezogen auf die heute im Umlauf befindlichen 67.552.638 Aktien) und ist damit unverändert Mehrheitsaktionärin des Unternehmens. Der Gesellschaft sind keine anderen Aktionäre bekannt, die mehr als 4 % der Anteile halten.

Eine Anfang 2017 durchgeführte Aktionärserhebung zeigt, dass – neben dem Großaktionär ÖBIB – rund 40 % aller Aktien von in Europa ansässigen Investoren gehalten werden (unverändert gegenüber der Erhebung Anfang 2016). Dabei werden in Summe 18,9 % von privaten und institutionellen Investoren in Österreich (+2,0 Prozentpunkte), 10,3 % in Kontinentaleuropa (–2,2 Prozentpunkte) und 9,6 % in Großbritannien (+0,1 Prozentpunkte) gehalten. In Nordamerika (USA und Kanada) befinden sich derzeit 8,2 % der Aktien (unverändert), auf andere Länder entfallen 0,1 % (unverändert).

### AKTIONÄRSSTRUKTUR

in %



- 1 – ÖBIB
- 2 – Private und institutionelle Investoren in Österreich
- 3 – Kontinentaleuropa (exkl. Österreich)
- 4 – Großbritannien und Irland
- 5 – Nordamerika
- 6 – Rest der Welt

 s. 08–09

Detaillierte Informationen zur Aktie der Post sowie zur Aktionärsstruktur finden Sie im Finanzbericht 2016, S. 08–09.

## DISCLOSURE

102-4

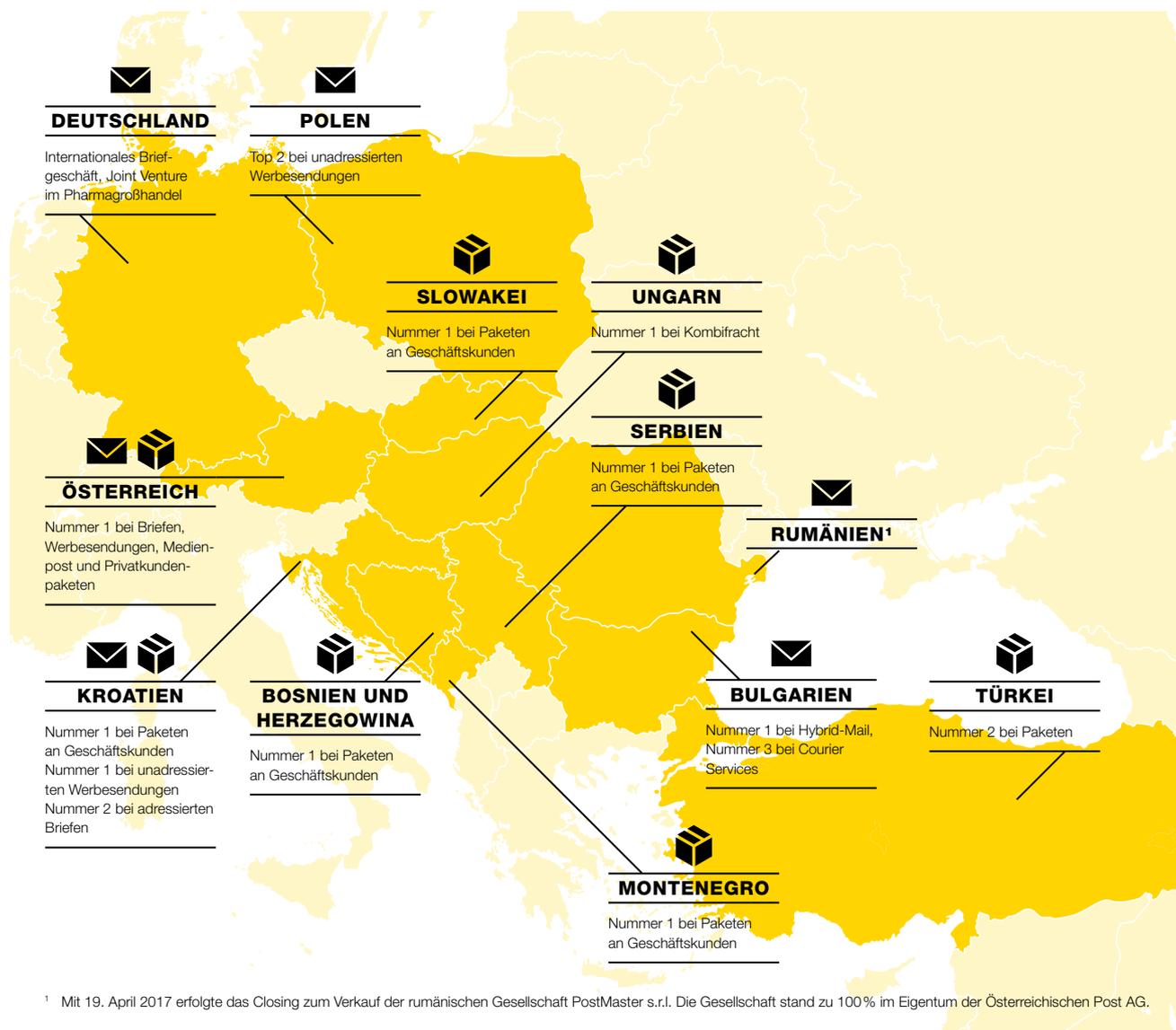
102-6

## — MÄRKTE, STANDORTE UND KUNDEN

Die Österreichische Post ist mit ihren Konzernunternehmen in zwölf Ländern im Bereich Brief- und Werbepost sowie Paket & Logistik aktiv.

Rund 86 % ihres Umsatzes erwirtschaftete die Post 2016 am Heimatmarkt Österreich. Hier nimmt die Österreichische Post sowohl in der Zustellung von Briefen, Werbesendungen und Zeitungen als auch von Paketen eine führende Marktstellung ein.

Die Tochterunternehmen sind vorwiegend in Südost- und Osteuropa, aber auch in Deutschland tätig. Sie tragen einen Anteil von 14 % zum Umsatz bei und verfügen über eine gute Marktposition. Zum Beispiel ist der Konzern bei Paketen an Geschäftskunden die Nummer 1 in der Slowakei, Kroatien, Serbien, Montenegro sowie in Bosnien und Herzegowina.



## DISCLOSURE

102-7

Mit 1.792 Geschäftsstellen, davon 454 eigenen und 1.338 Post Partnern, bietet die Post ihre Leistungen flächendeckend im ganzen Land an. Das Geschäftsstellennetz der Post zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes.

Weitergehende Informationen zur Geschäftstätigkeit und Organisationsstruktur finden Sie im Finanzbericht 2016, S. 28–29.

# Unternehmensführung

**Eine verantwortungsvolle und transparente Unternehmensführung hat für die Österreichische Post einen hohen Stellenwert. Denn: Die Post ist eines der Leitunternehmen Österreichs. Der Vorbildfunktion und Verantwortung, die damit einhergeht, ist sich das Unternehmen bewusst und will ihr in jeder Hinsicht gerecht werden.**

Deshalb hat die Post im Bereich der Unternehmensführung wesentliche Themen identifiziert:

DISCLOSURE  
103-1

## WESENTLICHE THEMEN IM BEREICH UNTERNEHMEN UND WERTE

COMPLIANCE-MANAGEMENT

---

ANTI-KORRUPTION

---

VERTRAULICHKEIT UND DATENINTEGRITÄT

---

LIEFERANTENMANAGEMENT

---

## — CORPORATE GOVERNANCE

Ein zentrales Anliegen verantwortungsvoller Unternehmensführung ist eine gute Corporate Governance.

DISCLOSURE  
102-18

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

Die Österreichische Post bekennt sich seit ihrem Börsengang vorbehaltlos zur Einhaltung des Österreichischen Corporate Governance Kodex (ÖCGK). Die aktive Umsetzung der Anforderungen des Kodex soll eine verantwortungsvolle, auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle eines Unternehmens sicherstellen. Die Post betrachtet es als vorrangige Aufgabe, die hohen unternehmensinternen Standards zu halten und weiterzuentwickeln.

DISCLOSURE  
103-2

Dabei geht gute Corporate Governance weit über die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben hinaus. Ebenso wichtig sind die Achtung der Aktionärsinteressen, die Offenheit und Transparenz in der Unternehmenskommunikation gegenüber allen Stakeholdergruppen sowie die Vermeidung von Interessenkonflikten von Organen. Darüber hinaus ist eine effiziente Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat ein wesentliches Element guter 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.

DISCLOSURE  
102-18  
102-19

#### VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Konzern wird von einem Vorstand geleitet, der die Geschäfte eigenverantwortlich führt und die strategische Ausrichtung des Konzerns entwickelt. Gemäß österreichischem Aktiengesetz ist der Vorstand als Leitungsorgan des Konzerns an das Unternehmensinteresse gebunden und verpflichtet, den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern.

Im Geschäftsjahr 2016 bestand der Vorstand der Österreichischen Post aus vier Personen. Jedes Vorstandsmitglied leitet sein Vorstandsressort selbstständig und informiert den Gesamtvorstand regelmäßig über wesentliche Entwicklungen. Über Angelegenheiten von besonderer Bedeutung, Grundsatzfragen der Unternehmenspolitik und die Unternehmensstrategie beschließt der Gesamtvorstand. Die Geschäftsverteilung und die Zusammenarbeit im Vorstand sind in der Geschäftsordnung für den Vorstand geregelt.

DISCLOSURE  
102-22  
SDG  
16

Der Aufsichtsrat überwacht als Kontrollorgan die Geschäftsführung und unterstützt den Vorstand bei Entscheidungen grundlegender Bedeutung.

Dem Aufsichtsrat gehörten im Geschäftsjahr 2016 acht von der Hauptversammlung gewählte und vier vom Zentralausschuss entsandte Mitglieder an. 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 intensive Ausschussarbeit unterstützt den Aufsichtsrat im Hinblick auf eine fokussierte Diskussion und eine effiziente Entscheidungsfindung.

Weitergehende Informationen zur Zusammensetzung und Arbeitsweise des Vorstands und des Aufsichtsrats finden Sie im Finanzbericht 2016, Seite 13 ff.

 S. 13 ff.

DISCLOSURE  
102-22  
102-23  
SDG  
16

#### UNABHÄNGIGKEIT

Entsprechend der C-Regel 53 des ÖCGK hat der Aufsichtsrat in Anlehnung an Anhang 1 des Kodex Kriterien zur Feststellung der Unabhängigkeit von Aufsichtsratsmitgliedern beschlossen. Diese gelten auch für die Kapitalvertreter der Post. Alle Aufsichtsratsmitglieder sowie die Kapitalvertreter der Post sind unabhängig.

Details zu den Unabhängigkeitskriterien des Aufsichtsrats finden Sie im Finanzbericht 2016, Seite 16–17.

 S. 16–17

## DISCLOSURE

102-25

SDG

16

**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.

## DISCLOSURE

102-22

102-24

SDG

5

16

**EXPERTISE DER LEITUNGSGREMIEN ZU WIRTSCHAFT,****UMWELT UND 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 liegt besonderes Augenmerk auf der Führungskompetenz und den organisatorischen bzw. sozialen Fähigkeiten.

Bei der Besetzung des Aufsichtsrats sind fachliche Qualifikation und persönliche Kompetenz ausschlaggebend.

Das im Geschäftsjahr 2015 ins Leben gerufene Fortbildungsprogramm ist mittlerweile ein fixer Bestandteil der Aufsichtsratsarbeit und wurde im Jahr 2016 fortgesetzt. Die Diskussion mit internen und externen Experten zielt sowohl auf die Vertiefung der Marktkenntnisse als auch auf die Betrachtung wesentlicher ökonomischer und sozialer Aspekte ab.

Insgesamt verfolgt der Aufsichtsrat das Ziel, durch die Vielfalt seiner Mitglieder seiner Überwachungs- und Beratungsfunktion optimal gerecht zu werden. Indikatoren der Vielfalt sind dabei insbesondere Internationalität, unterschiedliche Erfahrungshorizonte sowie der Anteil der Frauen im Aufsichtsrat.

Die Aufsichtsratsmitglieder sind zwischen 40 und 66 Jahre alt. Zwei Mitglieder sind nicht österreichischer Nationalität. 50 % der von der Hauptversammlung gewählten Mitglieder sind Frauen, was einen überdurchschnittlich hohen Wert im österreichischen Vergleich bedeutet.

## DISCLOSURE

102-27

SDG

4

## DISCLOSURE

405-1

SDG

5

8

 s. 16

## DISCLOSURE

102-35

**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 (LTIP).

Das fixe Basisgehalt orientiert sich an der Gehaltsstruktur börsennotierter österreichischer Unternehmen und richtet sich nach dem Umfang des Aufgabenbereichs und der Verantwortung des jeweiligen Vorstandsmitglieds.

Der variable Gehaltsbestandteil basiert auf jeweils im Vorfeld festgelegten kurzfristigen Zielen. Die Höhe der variablen Vergütung bemisst sich am Zielerreichungsgrad. 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 2016 sind rund 40 % der Ziele nicht wirtschaftlicher Natur und gelten auch der Mitarbeiter-/Personalentwicklung (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 dient dazu, die Interessen des Managements mit denen der Aktionäre in Einklang zu bringen und den Unternehmenswert mittel- bis langfristig zu steigern.

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.

**F** s. 19 ff.

Weitergehende Informationen zum Thema Vorstands- und Aufsichtsratsvergütung können dem Vergütungsbericht entnommen werden (Finanzbericht 2016, Seite 19 ff.).

DISCLOSURE  
102-21  
SDG  
16

### 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 2016 konnte erneut das Stimmrecht via Briefwahl ausgeübt werden.

Auf Anfrage von Aktionären wurde in der Hauptversammlung 2016 auch eine Reihe von nachhaltigkeitsrelevanten Themen behandelt. Hierzu 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.

DISCLOSURE  
102-11

### RISIKOMANAGEMENT DER POST

Eine wesentliche Säule guter Corporate Governance ist ein umfassendes Risikomanagement. 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.

Im Interesse der Nachhaltigkeit fließen auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in die Risikosteuerung ein. Risiken und Chancen 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 Finanzbericht auf S. 11–12 sowie ab S. 51.

Die Beschreibung der Risiken, denen die Post gegenübersteht, finden Sie im Finanzbericht 2016 ab S. 52. Details zu den Umweltrisiken finden Sie im Kapitel Umwelt, S. 105.

**F** s. 11–12, 51 ff.

**F** s. 52 ff.

**N** s. 105

## — LEITBILD UND VERHALTENSKODEX

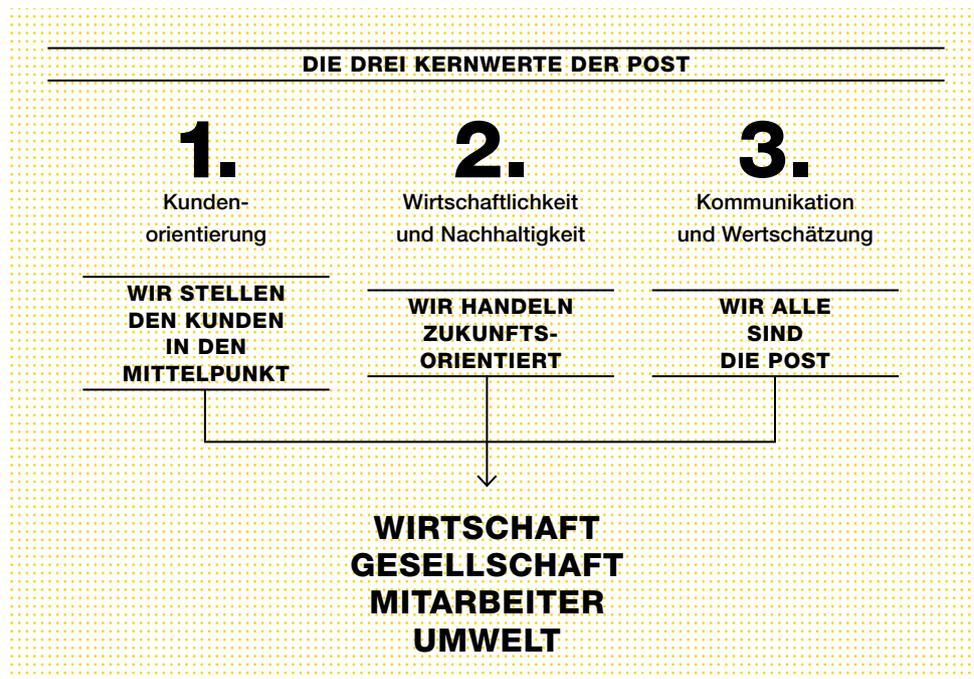
DISCLOSURE  
102-16  
SDG  
16

### EIN GEMEINSAMES LEITBILD

Als österreichischer Universaldienstleister für Post- und andere Logistikdienstleistungen sowie als internationaler Konzern mit Logistikscharnpunkt trägt die Österreichische Post AG eine große gesellschaftliche Verantwortung. Dieser will die Post durch Serviceorientierung, Kompetenz und Leistung sowie durch ethisches Verhalten nachkommen. Möglich ist dies aber nur, wenn jeder Einzelne seinen Beitrag dazu leistet. Jederzeit einwandfreies und vorbildliches Handeln ist daher eine Anforderung, die an jeden Mitarbeiter, unabhängig von seiner Position, gestellt wird.

Um ein gemeinsames Wertesystem und einen eindeutigen Maßstab, an dem Führungskräfte und Mitarbeiter ihr Handeln und ihre Entscheidungen messen können, zu schaffen, wurde 2010 auf Initiative des Vorstands mit 500 Mitarbeitern aus allen Bereichen des Post-Konzerns im Rahmen von gemeinsamen Workshops oder elektronischer Befragung das Leitbild ausgearbeitet. Es legt fest, über welche Kernwerte die Konzernstrategie (ab S. 32) umgesetzt wird, und gilt für alle Mitarbeiter.

**N** s. 32 ff.



Das Leitbild der Post vermag zweierlei: Zum einen dient es den Mitarbeitern und dem Vorstand als Orientierung in ihrem Handeln im täglichen Arbeitsalltag. Zum anderen ist das Leitbild von grundlegender Bedeutung für klare Zielvorstellungen, denn es verdeutlicht, dass sich nachhaltiger Unternehmenserfolg bei der Post nicht nur über ökonomische Aspekte definiert und erreichen lässt, sondern auch über das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und die Mitarbeiter.

DISCLOSURE  
102-16

**VERHALTENS- UND ETHIKKODEX**

Der Verhaltens- und Ethikkodex basiert auf und orientiert sich am Leitbild des Konzerns: Jedem Kernwert des Leitbilds können Grundsätze aus dem Verhaltens- und Ethikkodex zugeordnet werden.

Der Verhaltens- und Ethikkodex der Österreichischen Post AG wurde im Jahre 2011 vom Vorstand als konzernweit bindende Vorschrift beschlossen. Im Jahr 2012 wurde der Kodex in alle im Konzern vertretenen Landessprachen übersetzt und konzernweit ausgerollt.

Der Verhaltens- und Ethikkodex der Österreichischen Post AG enthält keine detaillierten Handlungsanweisungen, sondern beschreibt die Verhaltensgrundsätze, die bei der Post verbindlich gelten. Damit gibt er einen Orientierungsrahmen für Mitarbeiter und Führungskräfte und ist die Grundlage einer offenen, wertschätzenden und rechtskonformen Unternehmenskultur. Seine Inhalte spiegeln das Bekenntnis der Österreichischen Post zu den Prinzipien des UN Global Compact wider.

Alle weiteren Konzernrichtlinien und Verhaltensanweisungen stützen sich auf den Verhaltens- und Ethikkodex und leiten sich von ihm ab.

Bei Einführung wurde der Verhaltens- und Ethikkodex an alle Mitarbeiter versendet, darüber hinaus steht er im Intranet jederzeit zur Verfügung und ist auf der Post-Internetseite in allen Konzernsprachen abrufbar. Zudem wurden Printexemplare versendet und verteilt.

Alle neuen Mitarbeiter erhalten ein Exemplar 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.

Für Lieferanten der Österreichischen Post wurde ebenfalls im Jahr 2011 ein eigener Verhaltenskodex, der sogenannte Lieferantenkodex, entwickelt, der die Auftragnehmer der Post sowie deren Subauftragnehmer und Zulieferer zu rechtlichen und sozialen Mindeststandards verpflichtet.

# Compliance- Management

DISCLOSURE  
103-2

## — VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

Die Österreichische Post möchte als vertrauenswürdiger Partner wahrgenommen werden – von ihren Kunden, Aktionären, Geschäftspartnern und Beschäftigten ebenso wie von Behörden, Institutionen und der Öffentlichkeit. Die lückenlose Einhaltung aller für das Unternehmen geltenden Vorschriften spielt dabei eine wichtige Rolle und hat deshalb für die Post einen hohen Stellenwert. Denn: Compliance-Risiken können nicht nur kostspielig werden – sie schaden auch der Reputation des Unternehmens. Eine gute Compliance aber leistet einen wichtigen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung und Wertschöpfung des Unternehmens.

 S. 16

Um einwandfreies und vorbildliches Handeln sicherzustellen, hat die Österreichische Post eine auf dem Leitbild und dem Verhaltens- und Ethikkodex (siehe S. 16) basierende Compliance-Kultur etabliert. Ihre Aufrechterhaltung wird durch das Compliance-Management-System (CMS) nachhaltig gewährleistet.

DISCLOSURE  
103-2

## — COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEM DER POST

Das CMS der Post schafft Transparenz über Compliance-relevante Sachverhalte mit dem Ziel einer risikoorientierten Präventionsstrategie. Auf Basis der Ergebnisse der Compliance-Risikoanalysen werden risikoreduzierende Regelungen aufgestellt und entsprechende Maßnahmen in Geschäftsprozesse integriert. Begleitet werden alle Schritte von umfangreichen Informations- und Schulungsmaßnahmen sowie einem handlungsorientierten Beratungsangebot.

Bei der Verankerung des CMS im gesamten Konzern wird das zentrale Compliance Office von sogenannten Compliance-Beauftragten unterstützt. Diese Compliance-Beauftragten sind Mitarbeiter mit Nähe zur Bereichsleitung bzw. in Tochtergesellschaften mit Nähe zur Geschäftsführung, die Compliance-Agenden in ihren Verantwortungsbereichen übernehmen und vorantreiben.

DISCLOSURE  
102-17  
SDG  
16

Für Fragen, Anmerkungen und Bedenken stehen das Compliance-Team und der Compliance Helpdesk persönlich, telefonisch oder auch anonym im Intranet oder per E-Mail zur Verfügung. Der Compliance Helpdesk ist konzernweit über ein eigenes E-Mail-Postfach, im Intranet und kostenlose Hotlines für alle Beschäftigten erreichbar. 2016 wurden 173 Mitarbeiteranfragen und Dokumentationen zu den Themen Vorteilsannahme und -gewährung, Spenden und Sponsoring sowie zu den Verhaltensgrundsätzen der Post vom Compliance Helpdesk beantwortet und somit abgeschlossen.

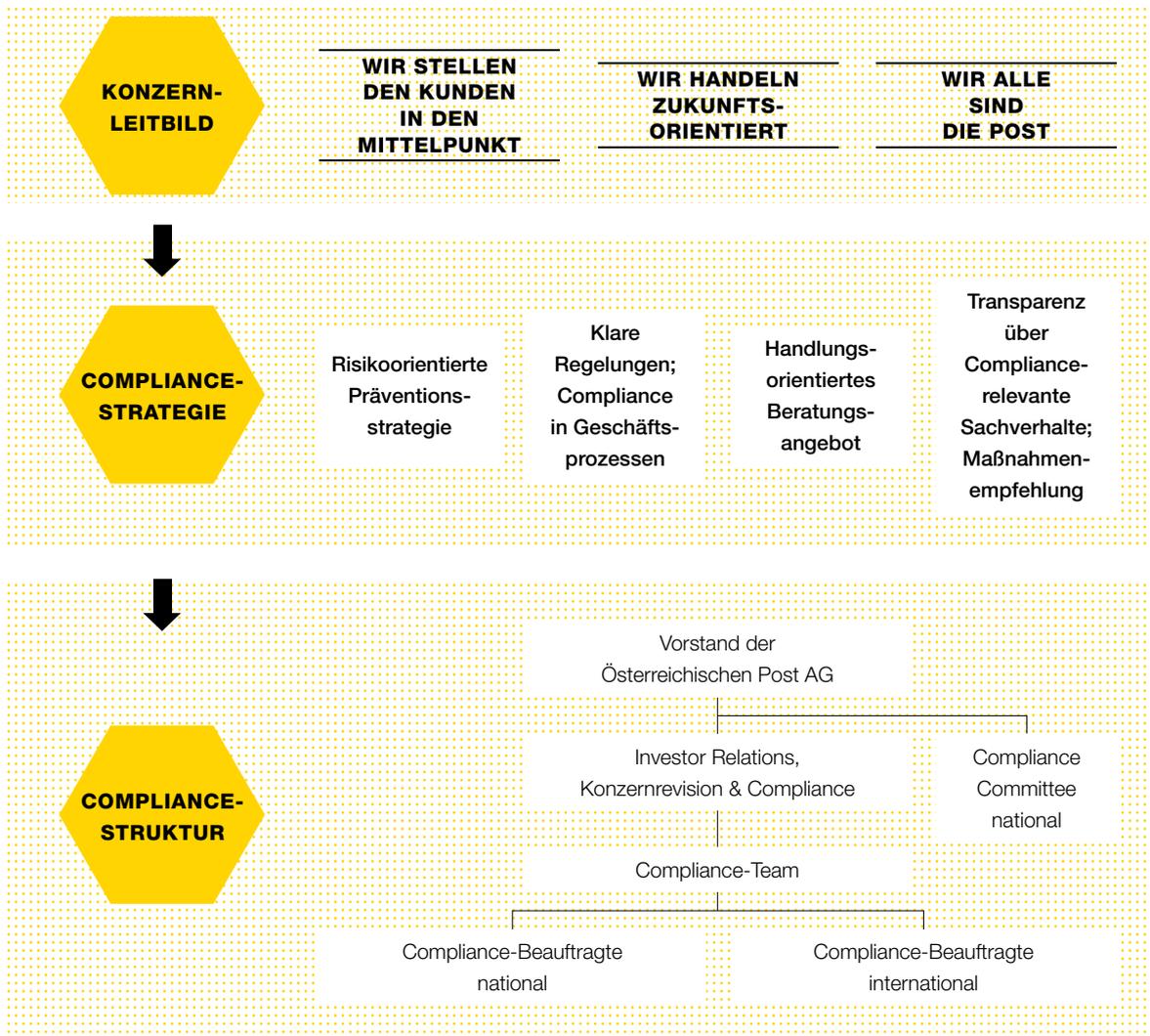
Die Aktivitäten der zentralen und der regionalen Compliance-Organisation sichern in allen Unternehmenseinheiten eine nachhaltige, praxis- und handlungsorientierte Professionalisierung und Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems.

**DISCLOSURE  
103-3**

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.

Das Compliance-Management-System umfasst die Bereiche Kapitalmarkt und Business Compliance, in den auch das Thema Antikorruption fällt. Ende 2015 wurde beschlossen, das Compliance-Management-System um den Schwerpunkt Kartellrechts-Compliance zu erweitern.

**COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEM**



**BAUSTEINE DES COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEMS DER POST**


DISCLOSURE  
102-16  
SDG  
16

**COMPLIANCE-RICHTLINIEN**

Ein zentraler Baustein im CMS der Österreichischen Post sind die Erhebung der sich aus den Compliance-Schwerpunkten ergebenden Pflichten und deren Umsetzung in unternehmensweit geltende Richtlinien. Diese Richtlinien leiten sich vom Verhaltens- und Ethikkodex ab und konkretisieren dessen Rahmenvorgaben zu den jeweiligen Themen.

Um Compliance im Unternehmen und in den Unternehmensprozessen bestmöglich zu integrieren, unterstützt das Compliance Office auch andere Unternehmensbereiche bei der Konzeption von Richtlinien und Prozessen.

Die **KAPITALMARKT-COMPLIANCE-RICHTLINIE** hat zum Ziel, ein integriertes Verhalten der Post am Kapitalmarkt zu gewährleisten und das Kapitalmarkt-Compliance-Verständnis zu fördern. Ein wesentlicher Aspekt dabei ist die Unterbindung der missbräuchlichen Verwendung von Insiderinformationen. Die Kapitalmarkt-Compliance-Richtlinie entspricht den geltenden europäischen und österreichischen Kapitalmarktvorschriften sowie der Emittenten-Compliance-Verordnung der Finanzmarktaufsicht und ist bindend für alle Mitarbeiter im Konzern.

Die **RICHTLINIE ZUR ANNAHME UND GEWÄHRUNG VON GESCHENKEN, EINLADUNGEN UND SONSTIGEN VORTEILEN** beschreibt die Grundsätze, die im Zusammenhang mit der Annahme und Gewährung von Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen im geschäftlichen Umgang einzuhalten sind. Die Richtlinie wird regelmäßig aufgrund sich ändernder

Bestimmungen des Korruptionsstrafrechtsänderungsgesetzes oder aufgrund von Erfahrungen überarbeitet. Die neuen Regelungen, die im Jänner 2015 in Kraft traten, wurden den Mitarbeitern in konzernweiten Präsenzs Schulungen sowie über eine umfangreiche Kommunikationskampagne vermittelt. 2016 wurden die Mitarbeiter besonders über das Mitarbeitermagazin „Meine Post“ über die zentralen Regeln informiert.

Die **KONZERNRICHTLINIE ZUM UMGANG MIT SPONSORING UND SPENDEN** und die darin beschriebenen Prozesse gelten seit 2015 verbindlich im Unternehmen. In der Richtlinie sind Anforderungen und Vorgehensweisen für Spenden und Sponsoring klar geregelt. Die Richtlinie wurde konzernweit ausgerollt und mit den betroffenen Abteilungen besprochen. Nach Ablauf des bereits 2015 geplanten Evaluierungsjahres wurde die Richtlinie 2016 aktualisiert und um die Erfahrungen des Jahres ergänzt.

### UMFASSENDE COMPLIANCE-SCHULUNGEN

Ein weiteres bedeutendes Element im CMS der Post ist die Kommunikation der bzw. Information zu den Compliance-Themen und -Inhalten. Das Compliance Office nutzt je nach Thema unterschiedliche Kommunikationskanäle und -formen bzw. je nach Inhalt unterschiedliche und zielgruppenorientierte Schulungsformen.

Im Zuge der generellen **BUSINESS COMPLIANCE** haben seit Herbst 2013 konzernweit alle Personen mit Computerzugang Zugriff auf ein E-Learning-Tool zu den Themenbereichen Compliance-Bewusstsein und Antikorruption. Die Inhalte werden bei jeder Richtlinienänderung überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Ergänzend erfolgen regelmäßig breit angelegte Präsenzs Schulungen, zum Beispiel im Zuge eines Roll-outs einer neuen Konzernrichtlinie.

Im Themenbereich der **KAPITALMARKT-COMPLIANCE** stand das Jahr 2016 ganz im Zeichen einer umfangreichen Änderung der Gesetzeslage. Für eine bestmögliche Vermittlung der neuen Regelungen lag der Fokus auf Präsenzs Schulungen. Darüber hinaus wurde das im Jahr 2014 entwickelte E-Learning-Programm an die neuen gesetzlichen Regelungen angepasst und ein neuer E-Learning-Zyklus gestartet. Ergänzt werden die Präsenzs Schulungen und das E-Learning durch monatliche „Compliance-Infomails“.

Der Schwerpunkt **KARTELLRECHTS-COMPLIANCE** ist sehr wichtig für die Österreichische Post, betrifft aber nur einen eingrenz baren Personenkreis, der in unmittelbarem Kontakt zu den Wettbewerbern steht. Daher hat sich das Compliance Office der Post im Jahr 2016 entschlossen, anstelle einer Konzernvorschrift gemeinsam mit der Rechtsabteilung eine Schulungsunterlage als Leitfaden für den Umgang mit Wettbewerbern zu verfassen. Auf Basis dieser Unterlage werden die betroffenen Mitarbeiter zum Thema Kartellrechts-Compliance informiert und geschult.

Im Oktober 2016 fand bereits zum vierten Mal der **INTERNATIONAL COMPLIANCE DAY** der Post mit allen nationalen sowie internationalen Compliance-Beauftragten des Post-Konzerns statt. Nachdem in den letzten Jahren neue Compliance-Beauftragte ernannt wurden, bildete die Stärkung des gesamten Teams den Schwerpunkt des diesjährigen Compliance Day. Darüber hinaus gab es Fachvorträge zu den Themen Kartellrechts-Compliance und Datenschutz sowie einen Praxisbericht des Compliance Officers eines internationalen börsennotierten Unternehmens.

Im Bereich der Business Compliance lag 2016 der Fokus auf den Themen Interessenkonflikte und Gegengeschäfte sowie dem Umgang damit. Weiters hat das Compliance-Team gemeinsam mit dem Konzerneinkauf an einer Verbesserung des Prozesses für den Vendor Integrity Check (siehe S. 27) gearbeitet.

# Antikorruption

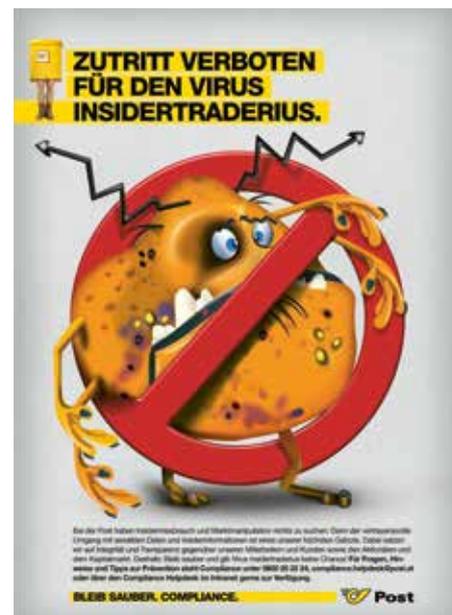
Die Österreichische Post AG und ihre Konzernunternehmen messen dem korrekten Umgang mit ihren Geschäftspartnern und Kunden sowie mit Behörden und Institutionen besondere Bedeutung zu. Daher stellen Werte wie Ehrlichkeit, Berechenbarkeit und Transparenz wesentliche Maßstäbe des geschäftlichen Handelns dar. Dazu gehört auch, dass alle Beschäftigten des Konzerns im geschäftlichen Umgang jeden Anschein von Bestechlichkeit oder Unredlichkeit vermeiden. Antikorruption nimmt daher eine zentrale Stellung im Compliance-Management-System des Post-Konzerns ein.

## DISCLOSURE 103-2

Das Compliance-Team arbeitet kontinuierlich daran, die Antikorruptionsaktivitäten zu verstärken. So stand das Thema auch im Rahmen des International Compliance Day, an dem alle nationalen sowie internationalen Compliance-Beauftragten des Post-Konzerns teilnahmen, auf der Agenda. Denn: Eine wesentliche Voraussetzung für einen international erfolgreichen Einsatz gegen Korruption ist eine verlässliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit im Team.

## COMPLIANCE ALS SCHUTZSCHIRM FÜR DIE POST

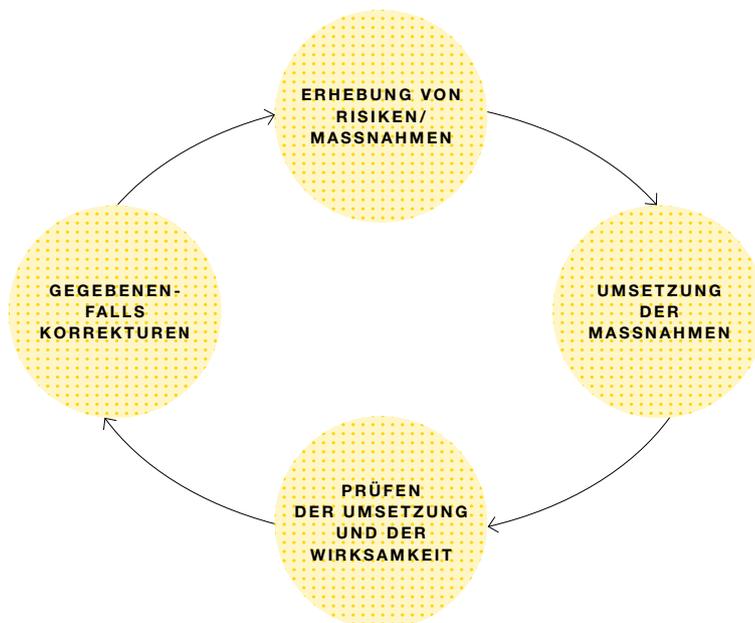
2016 haben die vier Erreger Bacillus Bestechus, Bacteria Tratschephila, Bacillus Schimpficus und Virus Corruptionis – die Protagonisten der Post-internen Kampagne Antikorruption und Unternehmenskultur – Zuwachs bekommen. Virus Insidertraderius repräsentiert die Gefahren des Missbrauchs einer Insiderinformation. Die Bazillen, Bakterien und Viren sind Gift für das Immunsystem der Post und haben daher keinen Zutritt. Damit das so bleibt, wurde und wird die Kampagne auf verschiedenen Kanälen kommuniziert. Für Fragen steht der Compliance Helpdesk zur Verfügung.



DISCLOSURE  
103-2  
205-2

## — MASSNAHMEN ZUR VERMEIDUNG VON KORRUPTION

Im Rahmen der Compliance-Strategie ist es eines der Hauptziele der Post, Korruption von vornherein zu vermeiden. Um Risiken zu identifizieren und entsprechende Maßnahmen zur Korruptionsvermeidung zu etablieren und zu evaluieren, geht die Post, wie auch bei anderen CMS-Themen, zyklisch vor:



DISCLOSURE  
205-2  
205-1  
SDG  
16

### ERFASSUNG POTENZIELLER KORRUPTIONSRISIKEN

Über das Konzernrisikomanagement sowie über die jährliche Compliance-Risikoanalyse der Österreichischen Post werden auch potenzielle Korruptionsrisiken erfasst. Im Jahr 2016 wurden über das zentrale Risikomanagementsystem keine Korruptionsrisiken für Österreich gemeldet.

Die wesentliche Säule in der Erkennung von Korruptionsrisiken ist jedoch das vom Compliance-Team jährlich durchgeführte Compliance-Risk-Assessment. Entsprechend wurde auch im Jahr 2016 eine konzernweite Compliance-Risikoanalyse durchgeführt, die alle Standorte umfasste. Die Ergebnisse der Analyse fließen in das Compliance-Programm für 2017 ein. Die Ergebnisse werden dem Vorstand berichtet, der das abgeleitete Programm dann verabschiedet. Die Compliance-Risikoanalyse weist, wie das Risikomanagementsystem, darauf hin, dass das Thema Antikorruption weiterhin kontinuierliche Aktivitäten erfordert, jedoch keine akute Korruptionsproblematik besteht.

DISCLOSURE  
205-2  
SDG  
16

### GEZIELTE SCHULUNGSAKTIVITÄTEN

Ein wesentliches Element der Antikorruptionsmaßnahmen stellen die kontinuierlichen, umfangreichen risiko- und zielgruppenorientierten Schulungsaktivitäten dar. Diese finden in Form von Präsenztrainings sowie im Wege eines E-Learnings statt. Darüber hinaus tragen regelmäßige Kommunikations- und Informationsmaßnahmen dazu bei, die Mitarbeiter auch mithilfe von Plakaten und Infoscreens in den Unternehmensgebäuden für Compliance zu sensibilisieren.

DISCLOSURE  
103-3  
205-3  
SDG  
16

### ALS REAKTION AUF KORRUPTIONSVORFÄLLE ERGRIFFENE MASSNAHMEN

2016 haben sich in der Österreichischen Post keine Korruptionsvorfälle ereignet. Im Anlassfall werden arbeits- und disziplinarrechtliche Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2016 wurden die im Rahmen des Compliance-Management-Systems der Österreichischen Post eingeleiteten Maßnahmen zur Korruptionsprävention konzernweit erfolgreich weitergeführt (siehe oben).

# Vertraulichkeit und Datenintegrität

**Geschäftskunden überlassen der Österreichischen Post Daten zur reibungslosen Abwicklung von Transport und Zustellung. Auch die Empfänger der Sendungen stellen der Post Daten zur Verfügung. Für die Österreichische Post AG sind Vertraulichkeit sowie Informations- und Datensicherheit äußerst wichtige Themen.**

DISCLOSURE  
103-2  
103-3

## — DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT

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.

Bei der Erhebung, Nutzung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten hält sich die Österreichische Post strikt an die gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzgesetzes (DSG 2000) und des Telekommunikationsgesetzes (TKG 2003).

Nachdem 2016 die EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) offiziell verabschiedet wurde, konzentriert sich die Post nun darauf, die eigenen Datenverarbeitungsprozesse auf Anpassungsbedarf zu analysieren und die Auswirkungen der EU-DSGVO auf die Post auszuloten.

Kennzeichnend für das Jahr 2016 waren außerdem die datenschutzrechtliche Unterstützung bei der Vorbereitung des Umzugs in die neue Unternehmenszentrale „Post am Rochus“ und die Beratung der Fachbereiche bezüglich innovativer Ideen insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Digitalisierung. Die Post legt weiterhin großen Wert auf die Sensibilisierung der Mitarbeiter zu datenschutzrechtlichen Themen beispielsweise durch Schulungsmaßnahmen sowohl in der Österreichischen Post AG als auch in den Tochtergesellschaften.

# Im Austausch mit der Politik

Als führendes Logistikunternehmen Österreichs steht die Post in einem kontinuierlichen Austausch mit der Politik. Die von der Österreichischen Post vertretenen Interessen beziehen sich dabei 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, ihre Anliegen bei der Entstehung von Gesetzen und Entscheidungen bezüglich E-Government, Paketzustellung, Postregulierung und Transport an den Gesetzgeber heranzutragen. Das Ziel ist dabei natürlich, dass diese Anliegen dann auch berücksichtigt werden.

DISCLOSURE  
103-2  
103-3

## — TRANSPARENZ ÜBER LOBBYING UND INTERESSENVERTRETUNG

Laut dem per 1. Januar 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 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 Lobbying-Aufwand der Post, der sich auf mehr als 100.000 EUR im Jahr beläuft, oder ihre Lobbying-Position, sind öffentlich zugänglich.

Seit November 2014 ist die Österreichische Post nicht nur im Lobbying- und Interessenvertretungsregister des Bundesministeriums für Justiz ([www.lobbyreg.justiz.gv.at](http://www.lobbyreg.justiz.gv.at); Registrierungsnummer LIVR-00196), sondern auch im freiwilligen EU-Transparenzregister eingetragen.

# Lieferanten- management

Um ihrem Anspruch als verantwortungsvolles und integrires Unternehmen gerecht zu werden, sind für die Österreichische Post nicht nur die unternehmensinternen Prozesse entscheidend. Die Post möchte ihre Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette wahrnehmen, deshalb ist es für sie genauso wichtig, mit wem sie zusammenarbeitet und wie diese Geschäftsbeziehungen hinsichtlich Verantwortung und Integrität ausgestaltet sind.

DISCLOSURE  
102-9  
103-2  
SDG  
8

## — VERANTWORTUNG AUF GANZER LINIE

Die Kernaufgabe der Post besteht in der Entgegennahme, Sortierung und Zustellung von Sendungen. Um sie zu erfüllen, benötigt die Post technische Anlagen, Maschinen, Betriebsmittel, Fahrzeuge, IT- und andere Dienstleistungen.

Die Post unterscheidet 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

DISCLOSURE  
308-2

**GREEN PROCUREMENT**

Im Rahmen des Green Procurement (grüne Beschaffung) berücksichtigt die Post bei Einkaufsentscheidungen neben Preis, Qualität und Lieferzeit auch Umweltaspekte.

**N** S. 116 ff.

Weitere Informationen zu Green Procurement finden Sie im Kapitel Umwelt auf S. 116 ff.

**GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN DER POST**

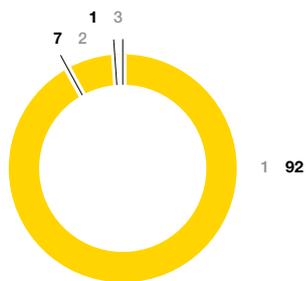
Der Konzerneinkauf verantwortet ein jährliches Auftragsvolumen von rund 0,5 Mrd EUR. Damit gehört die Österreichische Post zu den führenden Auftraggebern der Republik.

DISCLOSURE  
204-1  
102-10  
SDG  
12

In ihrer Beschaffungspolitik setzt die Post auf regionale Strukturen: 92 % der insgesamt fast 7.000 Lieferanten der Post sind in Österreich angesiedelt. Damit entfallen über 90 % des Einkaufsvolumens der Post auf österreichische Unternehmen. Wesentliche Änderungen in der Lieferkette hinsichtlich ihrer Struktur, der Standorte der Lieferanten und ihrer Auswahl gab es im Berichtszeitraum nicht.

**LIEFERANTEN DER POST (HERKUNFT)**

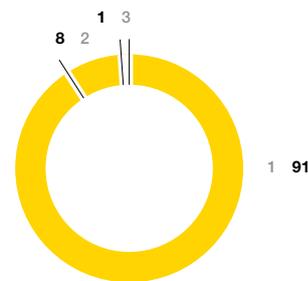
in %



1 – Österreich  
2 – EU-28  
3 – Europa (außer EU-28)

**AUFTEILUNG EINKAUFSVOLUMEN DER POST**

in %



1 – Österreich  
2 – EU-28  
3 – Europa (außer EU-28)

**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. Besonderes Augenmerk liegt hier auf den Themen Energie, Mobilität und CO<sub>2e</sub>-Emissionen.

Die Regelungen in der Beschaffungsrichtlinie bezüglich Procurement Excellence (Qualitätsstandards, Reporting, Lieferantenbeurteilung) und Compliance gelten für den gesamten Konzern-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.

Beim Beschaffungsmanagement kommen konzerneigene Richtlinien zur Auswahl von Lieferanten zur Anwendung.

## DISCLOSURE

308-2

414-2

SDG

5

8

16

**VERHALTENSKODEX FÜR LIEFERANTEN**

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

Die Lieferanten der Post unterliegen grundsätzlich der konzerneigenen Beschaffungsrichtlinie und müssen sich verpflichten, die im Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post geforderten sozialen Mindeststandards einzuhalten.

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.

**DER VERHALTENSKODEX DER POST UMFASST 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

## DISCLOSURE

103-3

308-2

414-2

SDG

5

8

16

**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 (Compliance-Prüfung) unterzogen, der auch Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt. Der Fragebogen beinhaltet Fragen zu den Themenfeldern Menschenrechte und Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie Ethik und Unternehmensverantwortung.

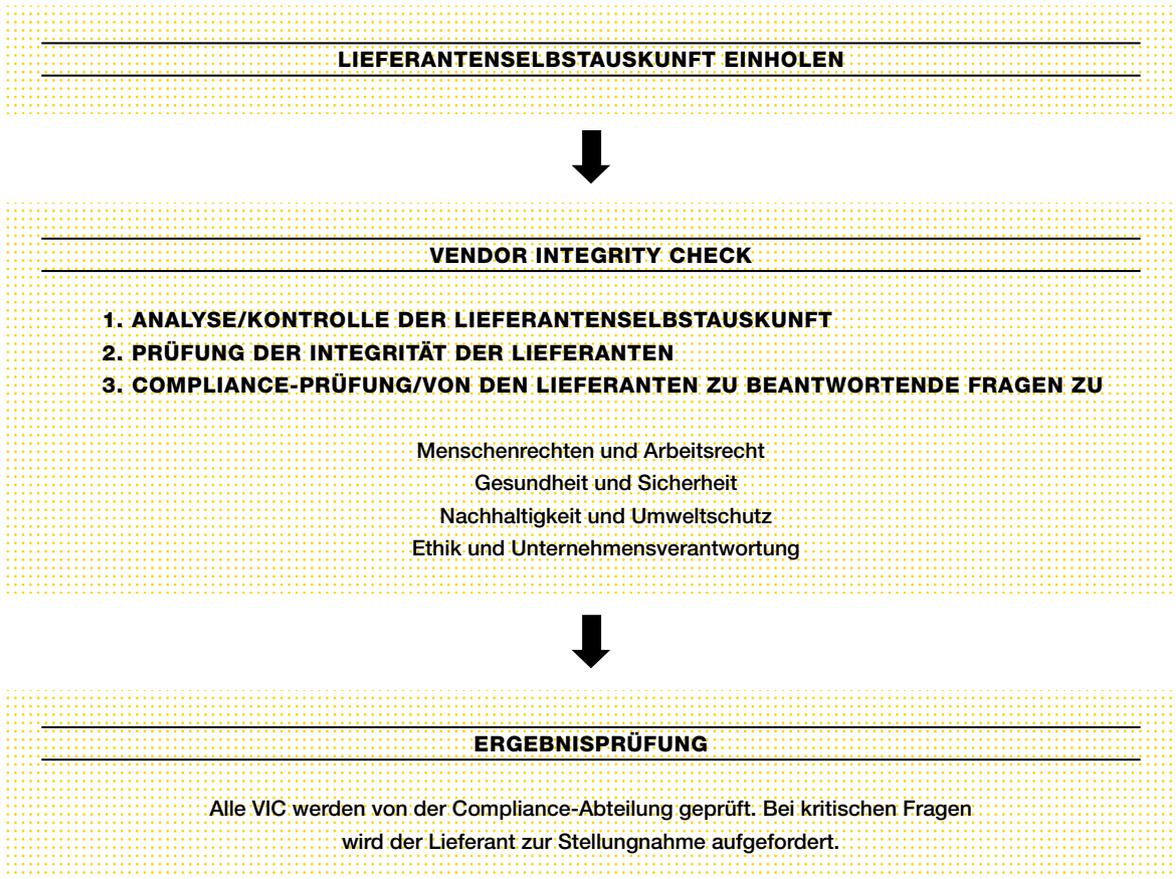
Nimmt ein Lieferant am Vendor Integrity Check (VIC) teil und wird positiv bewertet, wird nach drei Jahren eine erneute Prüfung durchgeführt. Anders verhält es sich bei Lieferanten, die die Kriterien des Vendor Integrity Check nicht erfüllen. Hier werden in Abstimmung mit der Compliance-Abteilung Maßnahmen gesetzt und auf ihre Erfüllung hin überprüft. Der Vendor Integrity Check erfolgt im folgenden Jahr erneut. Konzerneigene Unternehmen (Töchter und Schwesterunternehmen), 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)<sup>1</sup> arbeiten an einer systematischen Erfassung der Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf den Klimawandel und an einer Reduktion ihrer CO<sub>2</sub>-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.

<sup>1</sup> 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.

**ABLAUF DES VENDOR INTEGRITY CHECK**



DISCLOSURE  
 103-3  
 308-2  
 414-2

**— ERGEBNISSE  
 DES LIEFERANTENMANAGEMENTS**

Im Rahmen des Lieferantenmanagements haben alle Lieferanten mit einem wesentlichen Beschaffungsvolumen eine Lieferantenbewertung (Qualitätsprüfung) und eine Bonitätsprüfung durch den Konzerneinkauf zu durchlaufen. Der Vendor Integrity Check wurde für alle Lieferanten durchgeführt, die die Wertgrenzen überschritten und im letzten Jahr nicht am Vendor Integrity Check teilgenommen haben bzw. bei denen der Vendor Integrity Check negativ ausgefallen ist.

**LIEFERANTENBEWERTUNG**

Die Lieferanten wurden beim Vendor Integrity Check im ersten Schritt aufgefordert, Angaben zu ihren Maßnahmen in den Bereichen Menschenrechte und Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie Geschäftsethik und unternehmerische Gesellschaftsverantwortung zu machen. 68 % der Lieferanten sind dieser Aufforderung nachgekommen. Nach Abstimmung mit der Compliance-Abteilung der Österreichischen Post erfüllen nur zwei Lieferanten die geforderten Kriterien nicht; entsprechende Maßnahmen werden eingeleitet.

Die Lieferanten wurden anschließend im 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 Gesamtpunktzahl.

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

Abschließend wurden die Lieferanten hinsichtlich ihrer finanziellen Situation geprüft. 100 % der Lieferanten erfüllen die Bonitätskriterien in vollem Umfang.

**LIEFERANTENAUDITS**

Derzeit führt die Post anlassbezogene Lieferantenaudits durch. Als Anlass gelten zum Beispiel Ausschreibungen, in deren Rahmen nicht nur intensive Off-Site-Prüfungen – also Prüfungen der erhaltenen Informationen – stattfinden, sondern auch zusätzliche Gespräche vor Ort geführt werden (On-Site-Prüfungen). Die On-Site-Prüfungen finden zum Beispiel bei entsprechender Komplexität oder Größe des Auftrags sowie bei einer erhöhten Risikoeinschätzung statt.

**BEISPIELHAFTER ABLAUF  
EINES ANLASSBEZOGENEN AUDITS BEI DER POST**

**OFF-SITE-PRÜFUNG – PRÜFUNG VON INFORMATIONEN**



- Kreditrating des Lieferanten einholen
  - KSV-Auszug
  - Dun-&-Bradstreet-Auskunft
- Firmenbuchauszug prüfen



- Liste der Subunternehmer anfordern
- Nachweise über Qualitätsnormen (ISO 9001, ISO 14001, EMAS ...)
- Sonstige Zertifikate
- Nachweis der Berufshaftpflichtversicherung/ Betriebshaftpflichtversicherung (Kopie Versicherungspolizze bzw. Deckungszusage des Versicherers)
- Geschäftsbericht/ Jahresabschluss der letzten beiden Jahre



- Referenzen über vergleichbare Aufträge
- Ausbildungsnachweise über die berufliche Befähigung der Führungskräfte
- Aktuelle Strafregisterbescheinigung der Geschäftsführer
- Aktueller Kontoauszug der Sozialversicherung







**ON-SITE-PRÜFUNG – PRÜFUNG VOR ORT**

(Besichtigung der Produktions- und Arbeitsbereiche)



- Subjektive Prüfung hinsichtlich Sauberkeit und Brandschutz
- Subjektive Prüfung der Produktionsanlagen und Maschinen
- Subjektive Prüfung der Arbeitssicherheit und Arbeitsbedingungen
- Subjektive Prüfung der Sicherheit (Zugangskontrollen ...)





# STRATEGIE UND ZIELE

**32**  
KERNSTRATEGIE

**34**  
NACHHALTIGKEITS-  
STRATEGIE

**41**  
STAKEHOLDER-  
MANAGEMENT

**44**  
WESENTLICHE  
THEMEN

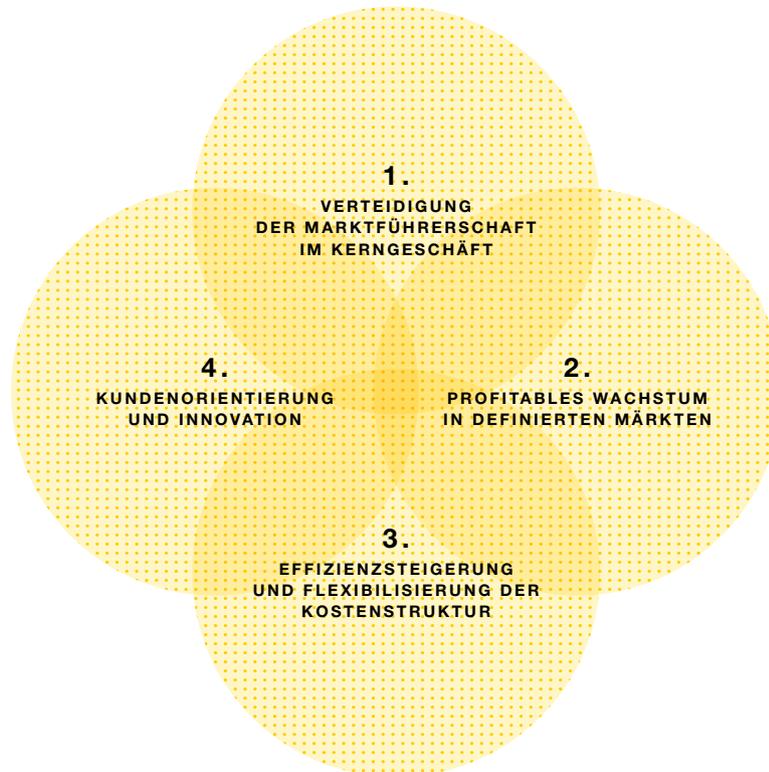
# Kernstrategie

Mit ihrem Geschäftsmodell bewegt sich die Post in einem Umfeld, das von erheblichem Veränderungsdruck geprägt ist. Dieser wird vor allem hervorgerufen durch die zunehmende allgemeine Digitalisierung und die Internationalisierung der Märkte – zwei große Herausforderungen, auf die sich die Post einstellen muss und die man in den letzten Jahren bereits gut gemeistert hat. Das zeigt sich vor allem an der auch 2016 stabilen nachhaltigen Ertragskraft des Unternehmens.

Die Veränderungen im Markt bieten aber auch Chancen. Diese wird die Post mit ihrer führenden Marktposition, der großen Kundennähe und ihrer klar definierten, seit Jahren bewährten Strategie nutzen, um ihre Ziele zu erreichen.

Die nachhaltige Ertragskraft wird stets die oberste Priorität der Österreichischen Post sein. Denn sie ist die Basis für einen weiteren Ausbau der Services und Leistungen für die Kunden, die Forcierung des internationalen Geschäfts und die Modernisierung der Logistikinfrastruktur. Um die Ertragskraft langfristig zu sichern, setzt die Österreichische Post daher auf vier strategische Hebel, welche den Kern der gesamten strategischen Ausrichtung des Unternehmens bilden:

### KERNPUNKTE DER STRATEGIE



Die Post setzt ihre bewährten Stärken weiter so ein, dass sie in ihrem Kerngeschäft, dem heimischen Brief- und Paketgeschäft, die Nr. 1 bleibt.



Die Post positioniert sich in wachsenden Märkten wie dem internationalen Paketgeschäft, transnationalen Sendungslösungen oder innovativen Online-Services.



Die Post erhöht ihre Wirtschaftlichkeit und passt ihre Prozesse an die komplexer werdenden Marktbedingungen an.



Die Post baut den Komfort für ihre Kunden über neue Produkte und Dienstleistungen aus.

**N** s. 15 ff.

**F** s. 06 ff.

**M** s. 59 ff.

Das Leitbild der Österreichischen Post (ab S. 15) legt verbindlich für alle Führungskräfte und Mitarbeiter fest, über welche Kernwerte die Strategie umgesetzt wird.

Detaillierte Informationen zur Strategie, den Zielen und Maßnahmen finden Sie im Finanzbericht 2016, ab S. 06 sowie im Magazin 2016, ab S. 59.

# Nachhaltigkeitsstrategie

**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 sichern.**

DISCLOSURE  
102-12

 S. 39

Bereits seit 2007 ist die Österreichische Post Mitglied beim UN Global Compact und orientiert sich bei der Umsetzung ihrer Ziele und Aktivitäten an dessen Prinzipien bezüglich Menschenrechten, Arbeitsrechten, Umweltschutz und Antikorruption. So bekennt sich die Post auch zu den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, den Sustainable Development Goals (SDGs), die seit Jänner 2017 gültig sind, und hat diese in ihre Nachhaltigkeitsstrategie integriert (S. 39).

Auch 2016 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.

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.

 S. 138 ff.

Auszeichnungen und Anerkennungen in den jeweiligen Initiativen finden Sie ab S. 138.

## DISCLOSURE

102-18

102-19

102-20

## — VERANTWORTUNG FÜR NACHHALTIGKEIT

Organisatorisch ist das Thema Nachhaltigkeit direkt bei Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl in der Abteilung „Corporate Social Responsibility und Umweltmanagement“ verankert.

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.

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

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.

## — PRO AKTIV! DAS NEUE NACHHALTIGKEITSPROGRAMM DER POST



  
**PRO AKTIV**  
für die Mitarbeiter

  
**PRO AKTIV**  
für die Umwelt

  
**PRO AKTIV**  
für die Wirtschaft

  
**PRO AKTIV**  
für die Gesellschaft

Die strategischen Eckpunkte auf der einen und die Kernwerte des Leitbildes auf der anderen Seite ergeben unter Berücksichtigung von Stakeholderanliegen sowie Chancen und Risiken die Nachhaltigkeitsstrategie der Post, die die vier Bereiche Wirtschaft, Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt abdeckt.

Im Jahr 2016 hat die Österreichische Post intensiv an ihrer Nachhaltigkeitsstrategie gearbeitet. Um zu unterstreichen, dass Nachhaltigkeit für die Post kein Zustand ist, den man einmal erreicht hat, sondern ein fortlaufender Prozess, der Aktivität in verschiedenen Bereichen erfordert, trägt das neue Programm den Titel „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich“.

**HAUPTZIELE UND SUBZIELE DER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE**

Diese Haltung wird unterstrichen durch die jeweiligen Hauptziele, die die einzelnen Arbeitsgruppen in den jeweiligen Themenfeldern bestimmt haben und die die mittelfristige Ausrichtung der Post bestimmen. Um einen stärkeren Fokus in ihrem Nachhaltigkeitsmanagement zu erreichen und ihre Effizienz in der Zielerreichung zu steigern, hat die Post im Zuge der Überarbeitung des Nachhaltigkeitsprogramms die 2011 definierten drei Hauptziele je Themenfeld auf zwei reduziert und teilweise neu formuliert.

LEITBILD	SCHWERPUNKT-THEMA	HAUPTZIELE BIS ENDE 2015	HAUPTZIELE AB ANFANG 2016
----------	-------------------	--------------------------	---------------------------

**WIR HANDELN ZUKUNFTSORIENTIERT**

<b>Wirtschaft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Solides Geschäftsmodell mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von 1 bis 2 % pro Jahr</li> <li>- Hohe Ertragskraft und solide Profitabilität</li> <li>- Attraktive Dividende und nachhaltiger Total Shareholder Return</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kunden und Innovationen in den Mittelpunkt stellen</li> <li>- Das nachhaltige Geschäftsmodell weiterentwickeln</li> </ul>
	<b>Umwelt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CO<sub>2</sub>-Reduktion, jährliche Kompensation der verbleibenden Emissionen und Erarbeitung eines neuen CO<sub>2</sub>-Reduktionsziels</li> <li>- Aufbau und Verbesserung des zentralen Umweltmanagements</li> <li>- Sensibilisierung relevanter Stakeholder für das Thema Umwelt- und Klimaschutz</li> </ul>

**WIR STELLEN DIE KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT**

<b>Gesellschaft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sicherstellung der zuverlässigen und flächendeckenden Versorgung</li> <li>- Stetige Weiterentwicklung von Lösungen zur Erhöhung des Kundennutzens</li> <li>- Förderung geschäftsnaher, gesellschaftsrelevanter Projekte und Aktivitäten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Versorgungssicherheit gewährleisten und Rahmenbedingungen gestalten</li> <li>- Gesellschaftliches Engagement fördern</li> </ul>
---------------------	---	--

**WIR ALLE SIND DIE POST**

<b>Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmens- und Führungskultur fördern</li> <li>- Qualifikation und Wandel unterstützen</li> <li>- Auf Gesundheit und Sicherheit achten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unternehmens- und Führungskultur fördern</li> <li>- Auf Gesundheit und Sicherheit achten</li> </ul>
--------------------	---	--

Um die Hauptziele besser handhabbar und verfolgbar zu machen, werden von den einzelnen Arbeitsgruppen jährlich Subziele zu den Hauptzielen in den jeweiligen Themenfeldern definiert. Sie unterteilen die Hauptziele in Meilensteine und erhöhen dadurch ihre Erreichbarkeit. Die Subziele berücksichtigen auch die mit den Stakeholdern ausgearbeiteten wesentlichen Themen (S. 44).

 S. 44

DISCLOSURE  
103-2  
103-3

SCHWERPUNKT-THEMA	SUBZIELE 2016	STATUS	NEUE SUBZIELE 2017
<b>WIRTSCHAFT</b>			
	<b>Umsatz</b> Umsatz nach Abgang der deutschen Tochtergesellschaft trans-o-flex von 2,0 Mrd EUR	✓	Ziel, den Umsatz 2017 stabil zu halten (Umsatz 2016 von 1,9 Mrd EUR inkl. trans-o-flex)
	<b>Optimierung</b> Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung	✓	Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung
	<b>EBIT</b> Operatives EBIT auf Vorjahresniveau (198 Mio EUR)	✓	Stabiles operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2016 angepeilt (EBIT 2016 von 202,3 Mio EUR)
	<b>Forcierung von Online-Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience</b> Track & Trace, SMS/E-Mail-Aviso, Post App, Paketmarke, E-Commerce-Services	✓	Forcierung von Online-Services wie der Post App und des E-Briefs
	<b>Post Empfangsboxen</b> Ausweitung auf 16.000 Stück	✓	Ausweitung der Post Empfangsboxen, um mittelfristigen Ausbau auf 20.000 Stück zu erreichen
	<b>Abholstationen</b> Ausweitung auf 250 Stück	✓	Ausweitung der Abholstationen, um mittelfristigen Ausbau auf 300 Stück zu erreichen
	<b>SB-Zonen</b> Ausweitung auf 330 Stück	✓	Ausweitung der Selbstbedienungszonen, um mittelfristigen Ausbau auf 400 Stück zu erreichen
<b>UMWELT</b>			
	<b>CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel</b> Erarbeitung eines neuen CO <sub>2</sub> -Reduktionsziels auf Basis der Science Based Targets Initiative	✓	Einreichung und Evaluierung des CO <sub>2</sub> -Reduktionsziels auf Basis der Science Based Targets Initiative
	<b>CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT</b> Weiterführung der Initiative CO <sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT	✓	Weiterführung der Initiative CO <sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT
	<b>„Grünes Wien“</b> Fertigstellung des Projekts „Grünes Wien“ bis Ende 2016	98%	Fertigstellung des Projekts „Grünes Wien“ bis Ende 2017
	<b>Energieeffizienz</b> Umsetzung von Effizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Fernwärme, Kessel-tausch, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung	✓	Umsetzung von Effizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Fernwärme, Kessel-tausch, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung
	<b>Abfall- und Wertstoffmanagement</b> Pilotprojekt zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement	✓	Ausrollung des Projekts zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement an 25 Standorten in der Region Ost
	<b>Umweltmanagementsystem</b> Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001:2015 im Briefzentrum Wien-Inzersdorf	✓	Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001:2015 im Tochterunternehmen Medien.Zustell GmbH
			<b>Mitarbersensibilisierung:</b> Publikation einer Mitarbeiterbroschüre zur Sensibilisierung für Umweltthemen

DISCLOSURE

103-2  
103-3

SCHWERPUNKT-THEMA	SUBZIELE 2016	STATUS	NEUE SUBZIELE 2017
<b>GESELLSCHAFT</b>			
	<b>Zuverlässige Zustellung</b> Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben	✓	Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben
	<b>Versorgungssicherheit</b> Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen	✓	Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen
	Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post	✓	Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post
<b>MITARBEITER</b>			
	<b>Führungsakademie</b> Durchführung von Schulungen und Seminaren im Ausmaß von mind. 1.500 Personentagen	✓	Durchführung von Schulungen und Seminaren im Ausmaß von mind. 1.500 Personentagen
	<b>„Ein Tag beim Kunden“</b> Teilnahme von mind. 250 Führungskräften	✓	Teilnahme von mind. 250 Führungskräften
	<b>Audit „berufundfamilie“</b> Abschluss der Auditierung und Start des Re-Audits	✓	Weiterführung des Re-Audits
	Förderung von Laufveranstaltungen	✓	
	Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mind. drei Dienststellen	✓	Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mind. fünf Dienststellen
	Durchführung von mind. 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen	✓	Durchführung von mindestens 800 Gesundheitsberatungen und zehn Gesundheitstagen
	<b>Evaluierung psychischer Fehlbelastungen</b> Datenevaluierung für die Bereiche Filiale und Zustellbasen	✓	Maßnahmenableitung für die Bereiche Filiale und Zustellbasen; Datenevaluierung für die Bereiche Verteilzentren und Zustellbasen Paketlogistik Österreich
	<b>Entwicklung und Weiterführung von Gesundheitsprojekten</b> „Gesundes Herz und Du“, Rückenschule, Ersthelferausbildung	✓	„Gesundes Herz und Du“, Ersthelferausbildung für Führungskräfte, gesundes Heben und Tragen, Raucherseminare, gesunde Ernährung
	Fortführung des Programms „Postler zum Bund“	✓	
			Durchführung einer Mitarbeiterbefragung

## — SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

Nachhaltigkeit ist bereits seit Jahren fest in die wesentlichen Prozesse der Geschäftstätigkeit der Österreichischen Post integriert. Seit 2007 ist die Post auch Mitglied beim UN Global Compact und orientiert sich bei der Umsetzung ihrer Ziele und Aktivitäten an dessen Prinzipien bezüglich Menschen- und Arbeitsrechten, Umweltschutz und Antikorruption. Mit dem Bekenntnis zum Global Compact hat sich die Post auch einem seiner wesentlichen Ziele angeschlossen: der Durchsetzung der UN-Millenniums-Entwicklungsziele, die Ende 2015 ausgelaufen sind.

Seit Jänner 2016 sind die 17 globalen Ziele der Vereinten Nationen, die Sustainable Development Goals (SDGs), gültig, die die UN-Millenniums-Entwicklungsziele ersetzt bzw. ergänzt haben und bis zum Jahr 2030 einen weltweit gültigen Zielrahmen für Nachhaltigkeit bilden. Neben weiteren 192 Mitgliedsländern der Vereinten Nationen hat sich auch Österreich zu den Nachhaltigkeitszielen bekannt. Somit ist die Integration der Ziele auch für die Österreichische Post von großer Bedeutung.

# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Im Rahmen der Überarbeitung ihrer Nachhaltigkeitsstrategie hat sich die Österreichische Post das Ziel gesetzt, die SDGs in ihr Management zu integrieren. Aufgrund der nachhaltigen Ausrichtung des 2010 entwickelten Unternehmensleitbildes, dessen Eckpfeiler Wirtschaftliches Wachstum, Nachhaltigkeit, Kundenorientierung und Mitarbeiterwertschätzung sind, sind die SDGs bereits gut im Unternehmen verankert.

In Summe trägt die Post durch ihre Maßnahmen und Programme zur Erreichung von elf der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen bei.

## NACHHALTIGE ENTWICKLUNGSZIELE IM FOKUS DER POST

- Als Aktiengesellschaft steht die stabile wirtschaftliche Leistung **(SDG 8)** im Mittelpunkt.
- Als Dienstleistungsunternehmen ist die soziale Ausrichtung der Geschäftstätigkeit für die Post von besonders großer Bedeutung. Gesundheits- **(SDG 3)** und Ausbildungsprogramme **(SDG 4)**, die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit **(SDG 5)** sowie Antidiskriminierung und Diversität **(SDG 10)** sind fest im Unternehmen verankert.
- Als Logistikunternehmen gewinnt die ökologische Ausrichtung der Geschäftstätigkeit immer mehr an Bedeutung. Der Fokus liegt hierbei auf dem Klimaschutz **(SDG 13)**, den die Post durch die Förderung nachhaltiger Infrastruktur **(SDG 9)**, den Einsatz von erneuerbaren und innovativen Technologien **(SDG 7)** sowie die Förderung von umweltbewussten Konsum- und Produktionsmustern **(SDG 12)** aktiv fördert.
- Im Zuge der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit trägt die Post zu einer nachhaltigen Gesellschaft **(SDG 11)** und rechtsstaatlichen Entwicklung **(SDG 16)** bei.

Wie die SDGs von der Österreichischen Post umgesetzt werden, wird in den einzelnen Kapiteln dieses Berichts über Hinweise auf die SDGs aufgezeigt.

DISCLOSURE  
102-12  
103-2

## — KLARES BEKENNTNIS ZUM KLIMASCHUTZ: SCIENCE BASED TARGETS

Mit ihrer Teilnahme an den „Science Based Targets“ hat die Österreichische Post im Jahr 2016 ihr klares Bekenntnis zum Klimaschutz nochmals verstärkt. Die Science Based Targets Initiative wird vom WWF unterstützt und verfolgt das Ziel, Unternehmen aktiv in den Klimaschutz einzubinden.

Im Rahmen dieser Initiative hat sich die Post ein wissenschaftliches Klimaziel bis zum Jahr 2025 gesetzt. Es steht im Einklang mit den Ergebnissen des Paris-Abkommens und leistet somit einen Beitrag, die globale Erderwärmung auf unter 2 °C zu beschränken.

Neben absoluten Zielen hat sich die Post auch relative Reduktionsziele gesetzt. Diese Ziele umfassen nicht nur Emissionen, die die Post durch ihr eigenes Handeln beeinflussen kann (Scope 1 und Scope 2), sondern auch CO<sub>2</sub>-Emissionen von Lieferanten (Scope-3-Ziele). Die Verpflichtung zu diesen ganzheitlichen und wissenschaftlichen Zielen fordert eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Entsprechend wird für die Österreichische Post die Zusammenarbeit mit Lieferanten, die ebenfalls auf die Umweltfreundlichkeit ihrer Geschäftsprozesse achten, noch wichtiger.

DISCLOSURE  
102-42

# Stakeholder- Management

Als einer der größten Arbeitgeber des Landes und marktführender Universalanbieter für Postdienstleistungen hat die Post eine sehr hohe gesellschaftliche Bedeutung und steht in vielfältigen Beziehungen zu unterschiedlichen Stakeholdergruppen. Der Austausch mit ihnen hilft der Post dabei, ihre Erwartungen aufzugreifen, Verbesserungspotenziale zu erkennen und in konkrete Maßnahmen zu überführen.

## — IM MITTELPUNKT DES INTERESSES

Ziel des Stakeholder Managements der Post ist es, einerseits die Anliegen der Stakeholder besser kennenzulernen und sie einzubeziehen. Andererseits sollen die bereits sehr guten und offenen Beziehungen zu den Interessengruppen gefestigt und weiter ausgebaut werden. Denn: Die Stakeholder spielen eine sehr wichtige Rolle für die Strategie der Österreichischen Post.

In einem breit angelegten Dialog diskutiert und entwickelt die Post mit ihren Interessengruppen strategische Ziele, Maßnahmen und deren Umsetzung. Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Österreichischen Post orientieren sich daher stark an den Ansprüchen und Erwartungen der Stakeholder.

DISCLOSURE  
102-42

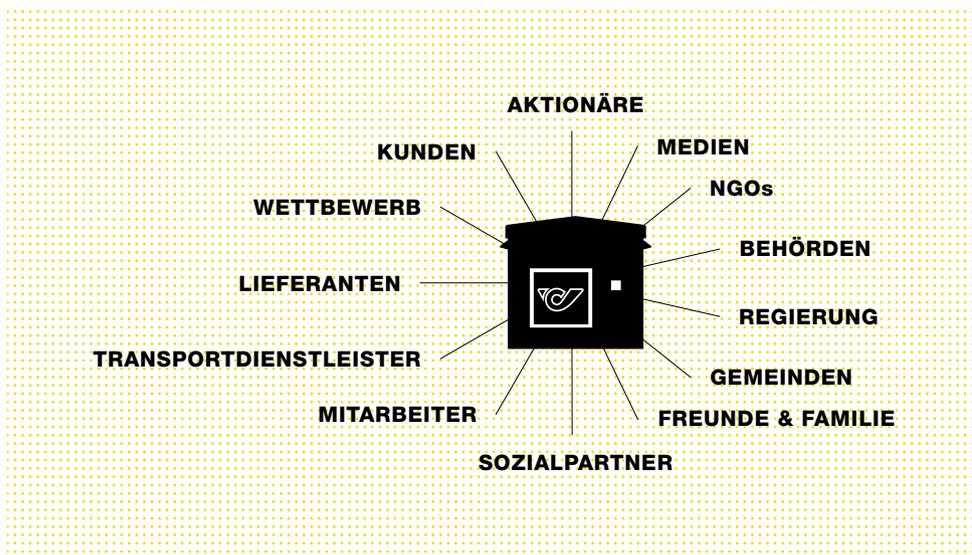
### STAKEHOLDERGRUPPEN DER POST

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 verschiedener Fragestellungen, wie zum Beispiel:

- Wer könnte von Entscheidungen oder Aktivitäten des Unternehmens betroffen sein?
- Wer äußert voraussichtlich Bedenken zu Entscheidungen oder Aktivitäten?
- Wem gegenüber hat das Unternehmen gesetzliche Verpflichtungen?
- Wer wäre innerhalb der Wertschöpfungskette betroffen?
- Wer hat grundsätzlich ein Interesse an der Post beziehungsweise Einfluss auf die Post?

DISCLOSURE  
102-40

Anhand dieser Kriterien hat die Post die folgenden Stakeholdergruppen identifiziert:



DISCLOSURE  
102-43

**IM DIALOG MIT DEN STAKEHOLDERGRUPPEN**

Die laufende Kommunikation mit den unterschiedlichen Stakeholdergruppen ist für die Österreichische Post sehr wichtig, um die Nachhaltigkeitsstrategie Schritt für Schritt weiterentwickeln zu können. Die einzelnen Interessengruppen haben unterschiedliche Erwartungen an die Österreichische Post. Die Analyse und das Clustering der Stakeholdergruppen tragen dazu bei, dass die Post ganz spezifisch auf die Anforderungen der jeweiligen Interessengruppe eingehen kann.

Die Stakeholder der Post setzen sich aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen zusammen und werden auf vielfältige Weise miteinbezogen.

Zum einen stellt die natürliche Schnittstelle eines Dienstleistungsunternehmens – der direkte Kontakt der Post-Mitarbeiter zu den Kunden – eine wichtige Dialogform dar. Zum anderen stehen die zu den vier Schwerpunktbereichen der Post (Mitarbeiter, Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft) eigens eingerichteten Nachhaltigkeitsarbeitsgruppen, die aus Mitarbeitern verschiedener Abteilungen bestehen, im laufenden direkten Kontakt mit ihren jeweiligen Stakeholdergruppen. Die in diesem Kontakt geäußerten Wünsche und Anliegen der einzelnen Stakeholdergruppen werden in den jeweiligen Arbeitsgruppen behandelt, die mindestens einmal jährlich zusammenkommen.

Eine weitere wesentliche Dialogform ist der jährlich stattfindende Stakeholder Round Table der Post, zu dem die Post ihre Stakeholder einlädt. 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. Der Round Table bietet den Kunden, Mitarbeitern, NGOs, Interessenvertretern, Bürgermeistern und Kleinanlegern eine direkte, persönliche Möglichkeit, der Österreichischen Post mitzuteilen, was in ihrer Wahrnehmung wichtig ist und was sie sich von der Post wünschen.

Bei der Organisation des Stakeholder Round Table 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. So ist gewährleistet, dass in den einzelnen Diskussionsgruppen Stakeholder mit unterschiedlichen Hintergründen und Interessen aufeinandertreffen und der lebhaft Austausch entsteht, von dem sowohl die Österreichische Post als auch die Stakeholder profitieren.

Am 23. Juni 2016 hat der Stakeholder Round Table zum sechsten Mal stattgefunden. Mit rund 40 Stakeholdern hat die Post über ihre Nachhaltigkeitsstrategie diskutiert und die Nachhaltigkeitsmaßnahmen aus den Themengebieten Kunden, Innovation, Gesellschaft, Mitarbeiter, Wirtschaft, Versorgungssicherheit und Umwelt evaluiert und überarbeitet.

DISCLOSURE  
102-44

Im Berichtsjahr beurteilten die Teilnehmer Maßnahmen aus dem Mitarbeiterbereich, wie zum Beispiel die Weiterentwicklung der Führungskultur und die Wertschätzung und Motivation der Mitarbeiter, als besonders wichtig. Auch die Versorgungssicherheit im Bereich Gesellschaft ist für die Stakeholder von großer Bedeutung.

Im Kundenbereich und bei den Umweltschutzmaßnahmen regten die Stakeholder eine noch stärkere Kundenorientierung sowie die Ausweitung des Umweltmanagementsystems und der nachhaltigen Lieferkette, aber auch die Forcierung der E-Mobilität sowie die Intensivierung der Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT an.

Im Wirtschaftsbereich wurde die verstärkte Akquisition am österreichischen Markt als besonders wichtig empfunden. Das gesellschaftliche Engagement wurde von den Teilnehmern im Vergleich zu den anderen Themengebieten als weniger relevant erachtet. Dennoch sollte es beibehalten und sichtbarer gemacht werden.

Die Post hält die Einschätzung der Bedeutung der Themen durch die Stakeholder für sehr wichtig und bezieht sie in die Festlegung der Maßnahmen und die Ausrichtung der Themen mit ein. Der nächste Stakeholder Round Table wird im Herbst 2017 stattfinden.

DISCLOSURE  
102-43

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

- 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)
- Ombudsperson für Mitarbeiter (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Hauptversammlung für Aktionäre (einmal jährlich)
- Eigene E-Mail-Adresse für Fragen zum Thema Nachhaltigkeit (csr@post.at)

DISCLOSURE  
102-45  
102-47

# Wesentliche Themen

Im Rahmen des Stakeholder Round Table 2014 wurden die Stakeholder 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. Die Ergebnisse der einzelnen Gruppen wurden im Anschluss vor allen anwesenden Stakeholdern präsentiert, anschließend konnten sie elektronisch über die Wichtigkeit der jeweiligen Themen abstimmen.

DISCLOSURE  
102-43  
102-44

Unterteilt nach Stakeholdergruppen stellen sich die wichtigsten Themen wie folgt dar:

## DIE WICHTIGSTEN THEMEN ...

... AUS SICHT DES UNTERNEHMENS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kundenzufriedenheit sicherstellen</li> <li>- Serviceorientiert handeln</li> <li>- Wachstum und Wertschöpfung generieren</li> </ul>
... AUS SICHT DER KUNDEN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Serviceorientiert handeln</li> <li>- Zeitgemäße Sicht auf den Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen</li> </ul>
... AUS SICHT DER GESCHÄFTSPARTNER	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Datenschutz und -sicherheit gewährleisten</li> <li>- Ethisches Verhalten einfordern</li> <li>- Kundenzufriedenheit sicherstellen</li> <li>- Wachstum und Wertschöpfung generieren</li> </ul>
... AUS SICHT DER NGOs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Energie einsparen</li> <li>- Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren</li> </ul>
... AUS SICHT DER REGIERUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Versorgungssicherheit gewährleisten</li> <li>- Datenschutz und -sicherheit gewährleisten</li> <li>- Serviceorientiert handeln</li> <li>- Zeitgemäße Sicht auf den Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen</li> </ul>

Im Anschluss an den Stakeholder Round Table wurde das Top-Management gebeten, seine Wertungen zu denselben Themen abzugeben.

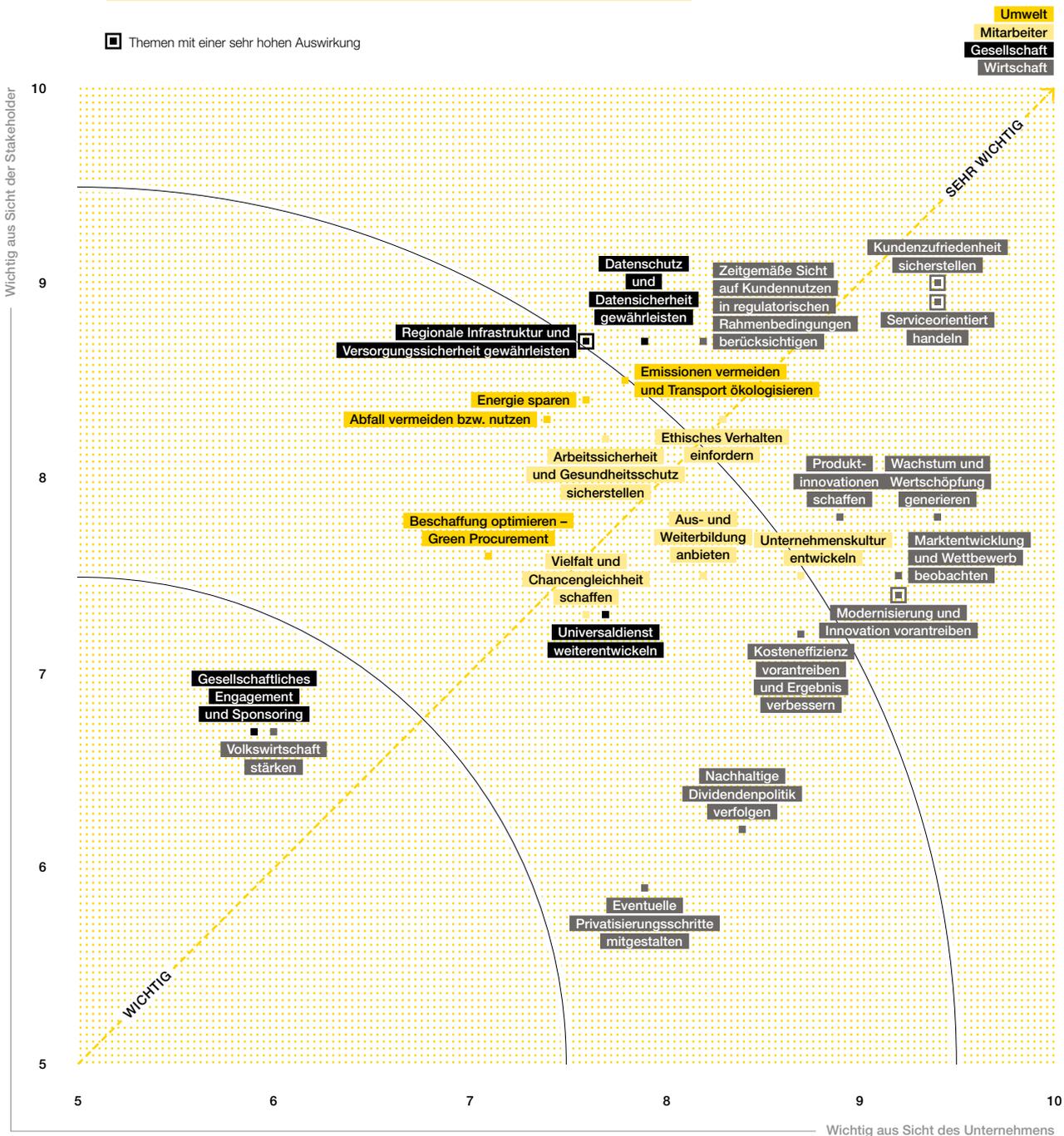
Die Ergebnisse der beiden Abstimmungen wurden in einer Wesentlichkeitsmatrix verankert (siehe S. 45). Dabei wurde auf der unteren Achse der Matrix die Bedeutung der Nachhaltigkeitsaspekte aus interner Sicht und auf der vertikalen Achse die Bedeutung aus Sicht der unternehmensexternen Interessengruppen abgetragen.

Nach der Überarbeitung der GRI-Leitlinien legt der neue Berichtsstandard GRI Standards einen stärkeren Fokus auf die Bedeutung der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen von Unternehmen. Deshalb hat die Post Anfang 2017 eine weitere interne Stakeholderbefragung durchgeführt. Ziel war es, eine Bewertung der wesentlichen Themen der Post hinsichtlich ihrer Auswirkungen auf das wirtschaftliche Umfeld, die Gesellschaft, die Mitarbeiter sowie die Umwelt zu erhalten. Das Befragungsergebnis zeigt, dass die Auswirkungen der meisten Themen aus Sicht der Stakeholder insgesamt als hoch eingeschätzt werden. Den vier Themen Kundenzufriedenheit sicherstellen, Serviceorientiert handeln, Modernisierung und Innovation vorantreiben und Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit gewährleisten wurden sogar sehr hohe Auswirkungen beigegeben. Diese sind in der Matrix mit einem umrahmten Kästchen markiert.

DISCLOSURE  
102-47

**WESENTLICHKEITSMATRIX DER ÖSTERREICHISCHEN POST**

▣ Themen mit einer sehr hohen Auswirkung



STRATEGIE UND ZIELE

SCHWERPUNKTTHEMEN

Aufgrund der thematischen Nähe einiger der als wesentlich identifizierten Aspekte hat sich die Post entschieden, diese für die Berichterstattung zu verdichten und zu übergeordneten wesentlichen Themen zusammenzufassen, die sich in den vier Schwerpunktkapiteln bzw. im Kapitel Unternehmen und Werte wiederfinden. Wie die Themen verdichtet wurden und welchen Themen des GRI Standards sie entsprechen wird in den nachfolgenden Tabellen dargestellt:

DISCLOSURE  
102-46  
102-47  
103-1

WESENTLICHE THEMEN WIRTSCHAFT

WESENTLICHE THEMEN LAUT MATRIX	WESENTLICHE THEMEN WIRTSCHAFT	THEMA LAUT GRI STANDARDS	INTERNE WESENTLICHKEIT	EXTERNE WESENTLICHKEIT
Wachstum und Wertschöpfung generieren				
Marktentwicklung und Wettbewerb beobachten				
Kosteneffizienz vorantreiben und Effizienz verbessern				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 nur nachkommen, wenn es wirtschaftlich erfolgreich ist.
Eventuelle Privatisierungsschritte mitgestalten	Wachstum und Wertschöpfung generieren		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.	
Volkswirtschaft stärken				
Nachhaltige Dividendenpolitik verfolgen	Attraktive Dividendenpolitik verfolgen	Wirtschaftliche Leistung		
				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.
Modernisierung und Innovation vorantreiben	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.	
Produktinnovationen schaffen				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.
Kundenzufriedenheit sicherstellen				
Zeitgemäße Sicht auf Kundennutzen in regulatorischen Rahmenbedingungen berücksichtigen	Kundenzufriedenheit sicherstellen	Kein wesentliches Topic laut GRI Standards	Die Zufriedenheit der Kunden ist Voraussetzung für unternehmerischen Erfolg. Daher ist sie für alle Mitarbeiter gleichermaßen wichtig.	
				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.
Serviceorientiert handeln	Serviceorientiert handeln	Kein wesentliches Topic laut GRI Standards	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.

DISCLOSURE  
 102-46  
 102-47  
 103-1

WESENTLICHE THEMEN GESELLSCHAFT

WESENTLICHE THEMEN LAUT MATRIX	WESENTLICHE THEMEN GESELLSCHAFT	THEMA LAUT GRI STANDARDS	INTERNE WESENTLICHKEIT	EXTERNE WESENTLICHKEIT
Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit gewährleisten	Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit gewährleisten	Lokale Gemeinschaften	Ein dichtes Geschäftsstellennetz, eine zuverlässige und schnelle landesweite Zustellung sind wesentlich für die Mitarbeiter, um einen guten Kundenkontakt zu gewährleisten.	Optimaler Zugang zu Postdienstleistungen ist wesentlich für Kunden und die gesamte österreichische Bevölkerung. Der Gesetzgeber erlässt gesetzliche Vorgaben bezüglich Versorgungssicherheit.
Universaldienst weiterentwickeln	Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring	Kein wesentliches Topic laut GRI Standards	Die Mitarbeiter nehmen die Post als verantwortungsvolles Unternehmen wahr.	Durch die Unterstützung sozialer Projekte leistet die Post einen Beitrag zu Anliegen der Gesellschaft.
Gesellschaftliches Engagement und Sponsoring	Vertraulichkeit und Datenintegrität (behandelt im Kapitel Unternehmen und Werte)	Privatsphäre der Kunden	Der vertrauliche und integere Umgang mit sowie der Schutz von Kunden- und Unternehmensdaten sind wesentlich für alle Mitarbeiter.	Die Sicherstellung der Vertraulichkeit und Integrität sowie der Schutz von Kunden- und Unternehmensdaten sind wesentlich für Kunden, Eigentümer, Geschäftspartner und die allgemeine Öffentlichkeit und tragen zur Wahrnehmung der Post als fairem und zuverlässigem Partner bei.

DISCLOSURE  
 102-46  
 102-47  
 103-1

WESENTLICHE THEMEN MITARBEITER

WESENTLICHE THEMEN LAUT MATRIX	WESENTLICHE THEMEN MITARBEITER	THEMA LAUT GRI STANDARDS	INTERNE WESENTLICHKEIT	EXTERNE WESENTLICHKEIT
Unternehmenskultur entwickeln	Unternehmens- und Führungskultur entwickeln	Beschäftigung	Dieser Aspekt ist für alle Mitarbeiter sowie Führungskräfte wesentlich. Gemeinsame Leitlinien, Kommunikation und Wertschätzung sind wesentlich für die Mitarbeiteridentifikation und -zufriedenheit.	Dieser Aspekt ist für Kunden, Eigentümer, Geschäftspartner und die allgemeine Öffentlichkeit wesentlich. Ein starker gemeinsamer Auftritt und eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit bewirken ein positives Unternehmensimage.
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sicherstellen	Arbeitssicherheit und Gesundheit sicherstellen	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Ein positiver Einfluss auf die Gesundheit ist wesentlich für die Aufrechterhaltung der Arbeitsfähigkeit aller Mitarbeiter.	Vermeidung von Zusatzkosten für Staat und Gesellschaft.
Aus- und Weiterbildung anbieten	Aus- und Weiterbildung anbieten	Aus- und Weiterbildung	Dieser Aspekt ist für alle Mitarbeiter wesentlich. Individuelle Förderung von Mitarbeitern, um Qualifikation für die jeweilige Tätigkeit sowie zuverlässige Zukunftsperspektiven zu schaffen.	Dieser Aspekt ist wesentlich für Kunden und die Allgemeinheit. Gut ausgebildete Mitarbeiter bieten optimalen Service und tragen so zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit bei.
Vielfalt und Chancengleichheit schaffen	Vielfalt und Chancengleichheit schaffen	Vielfalt und Chancengleichheit	Die Belebung der Unternehmenskultur durch Vielfalt in der Belegschaft ist wesentlich für alle Mitarbeiter. Darüber hinaus ist dieser Aspekt wesentlich, um jeglicher Form von Diskriminierung entgegenzuwirken und die Gleichbehandlung aller Mitarbeiter sicherzustellen.	Dieser Aspekt ist wesentlich für die Wahrnehmung der Post als faires Unternehmen durch Sozialpartner, Politik und die allgemeine Öffentlichkeit. Weiters eröffnet Vielfalt unter den Mitarbeitern unterschiedliche Sichtweisen und führt zu kreativen Ideen.

DISCLOSURE  
 102-46  
 102-47  
 103-1

**WESENTLICHE THEMEN MITARBEITER**

WESENTLICHE THEMEN LAUT MATRIX	WESENTLICHE THEMEN MITARBEITER	THEMA LAUT GRI STANDARDS	INTERNE WESENTLICHKEIT	EXTERNE WESENTLICHKEIT
	Compliance Management (behandelt im Kapitel Unternehmen und Werte)	Sozioökonomische Compliance	Die Erhöhung des Bewusstseins der Mitarbeiter für ethisches Verhalten und Antikorruption ist wesentlich für alle Mitarbeiter.	Wahrnehmung der Post von Kunden, Eigentümern, Geschäftspartnern, Politik und der allgemeinen Öffentlichkeit als fairer, transparent agierender und zuverlässiger Partner.
Ethisches Verhalten einfordern	Antikorruption (behandelt im Kapitel Unternehmen und Werte)	Korruptionsbekämpfung	Die Erhöhung des Bewusstseins der Mitarbeiter für ethisches Verhalten und Antikorruption ist wesentlich für alle Mitarbeiter.	Wahrnehmung der Post von Kunden, Eigentümern, Geschäftspartnern, Politik und der allgemeinen Öffentlichkeit als fairer, transparent agierender und zuverlässiger Partner.

DISCLOSURE  
 102-46  
 102-47  
 103-1

**WESENTLICHE THEMEN UMWELT**

WESENTLICHE THEMEN LAUT MATRIX	WESENTLICHE THEMEN UMWELT	THEMA LAUT GRI STANDARDS	INTERNE WESENTLICHKEIT	EXTERNE WESENTLICHKEIT
		Emissionen	Als österreichweit tätiges Logistikunternehmen ist die Post eine in der Öffentlichkeit eindeutig wahrnehmbare Emittentin. Betroffen sind die Bereiche Distribution, Güterbeförderung und Konzernimmobilien in Österreich. Im Transportbereich sind auch indirekte Emissionen durch beauftragte Frächter von Relevanz. Im Hinblick auf die Unternehmensreputation ist daher ein verantwortungsvoller Umgang mit Emissionen sehr wichtig.	Die Umweltauswirkungen des Klimawandels betreffen die österreichische Allgemeinheit. Regulatorische Rahmenbedingungen und nachhaltigkeitsorientierte Investoren sind weitere wichtige Faktoren.
Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren	Emissionen vermeiden und Transport ökologisieren	Energie	Die Hälfte des Energieverbrauchs der Österreichischen Post ist dem Transportbereich geschuldet. Es handelt sich auch um den nach außen hin sichtbarsten Teil der Leistungserbringung.	Die Verkehrs- und Umweltbelastungen betreffen die österreichische Allgemeinheit. Regulatorische Rahmenbedingungen, Kundenanforderungen und nachhaltigkeitsorientierte Investoren sind weitere wichtige Faktoren.
Energie sparen	Energie sparen	Energie	Zur Leistungserbringung ist Energie eine unverzichtbare Ressource. Der Energieverbrauch ist kostenrelevant. Betroffen sind die Bereiche Distribution, Güterbeförderung und Konzernimmobilien in Österreich. Im Bereich Konzernimmobilien ist das Thema vor allem durch das Energieeffizienzgesetz und die durchgeführten Energieaudits von großer Relevanz.	Die Verkehrs- und Umweltbelastungen betreffen die österreichische Allgemeinheit. Regulatorische Rahmenbedingungen, Kundenanforderungen und nachhaltigkeitsorientierte Investoren sind weitere wichtige Faktoren.

DISCLOSURE  
 102-46  
 102-47  
 103-1

WESENTLICHE THEMEN UMWELT

WESENTLICHE THEMEN LAUT MATRIX	WESENTLICHE THEMEN UMWELT	THEMA LAUT GRI STANDARDS	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.
		Lieferantenbewertung (sozial)		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.
Beschaffung optimieren – Green Procurement	Lieferantenmanagement (behandelt im Kapitel Unternehmen und Werte)	Lieferantenbewertung (ökologisch)	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.
Abfall vermeiden bzw. nutzen	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.

Wie die Österreichische Post diese wesentlichen Themen im Rahmen ihres Nachhaltigkeitsmanagements berücksichtigt, welche Managementansätze sie dazu jeweils verfolgt und welche Fortschritte sie im Hinblick auf die wesentlichen Themen erzielt hat, wird im Kapitel Unternehmen und Werte sowie in den vier Schwerpunktkapiteln Wirtschaft, Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt dieses Berichts erläutert.



# SCHWERPUNKT- THEMEN

**52**  
WIRTSCHAFT

**54**  
WAS MORGEN  
WICHTIG IST

**56**  
WAS DIE POST HEUTE  
SCHON UNTERNIMMT

**60**  
IM WANDEL NACHHALTIG  
WERTE SCHAFFEN

**80**  
MITARBEITER

**82**  
WAS MORGEN  
WICHTIG IST

**84**  
WAS DIE POST HEUTE  
SCHON UNTERNIMMT

**88**  
FIT FÜR DIE  
ZUKUNFT

**68**  
GESELLSCHAFT

**70**  
WAS MORGEN  
WICHTIG IST

**72**  
WAS DIE POST HEUTE  
SCHON UNTERNIMMT

**75**  
DIE POST – VERLÄSS-  
LICH UND ENGAGIERT

**102**  
UMWELT

**104**  
WAS MORGEN  
WICHTIG IST

**106**  
WAS DIE POST HEUTE  
SCHON UNTERNIMMT

**110**  
UMWELTASPEKTE  
JEDERZEIT MITDENKEN

DISCLOSURE  
203-2

**Die Post steht im Spannungsfeld zwischen öffentlichem Versorgungsauftrag und einem hoch dynamischen, intensiven Wettbewerbsumfeld, das vor allem durch die zunehmende Digitalisierung, den steigenden Wettbewerb im Paketbereich und gesellschaftliche Entwicklungen wie den demografischen Wandel geprägt wird.**

**Zugleich wird die Post für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung des Landes immer wichtiger. Dies zeigt die aktuelle Studie des Economica Instituts für Wirtschaftsforschung, die im Oktober 2016 veröffentlicht wurde und die volkswirtschaftliche Bedeutung der Post bereits zum zweiten Mal untersuchte.**

**2015 generierte die Post eine Wertschöpfung von 2,70 Mrd EUR, davon 1,67 Mrd EUR in Österreich. Das entspricht einem Zuwachs von 15,5 % gegenüber 2012.**

**Auch der Anteil der Post am österreichischen BIP erhöhte sich damit von 0,51 % im Jahr 2012 auf 0,55 %.**

**Die indirekte Wertschöpfung durch Fremdvergaben (+151 %) sowie die induzierte Wertschöpfung (49 %) sind gestiegen: Jeder von der Post ausgegebene Euro generiert weitere 1,1 EUR Wertschöpfung in Österreich (2012: 96 Cent).**

**DIE POST. PROAKTIV FÜR DIE WIRTSCHAFT.**

# WIRTSCHAFT



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

# Was morgen wichtig ist

**In ihrem Schwerpunktbereich Wirtschaft wird die Post von verschiedenen Entwicklungen, Herausforderungen sowie Risiken und Chancen beeinflusst. Damit die Post ihre Managementansätze und Maßnahmen optimal darauf ausrichten kann, analysiert sie kontinuierlich den Kontext, in dem sie sich mit ihrem Geschäft bewegt.**

## DISCLOSURE

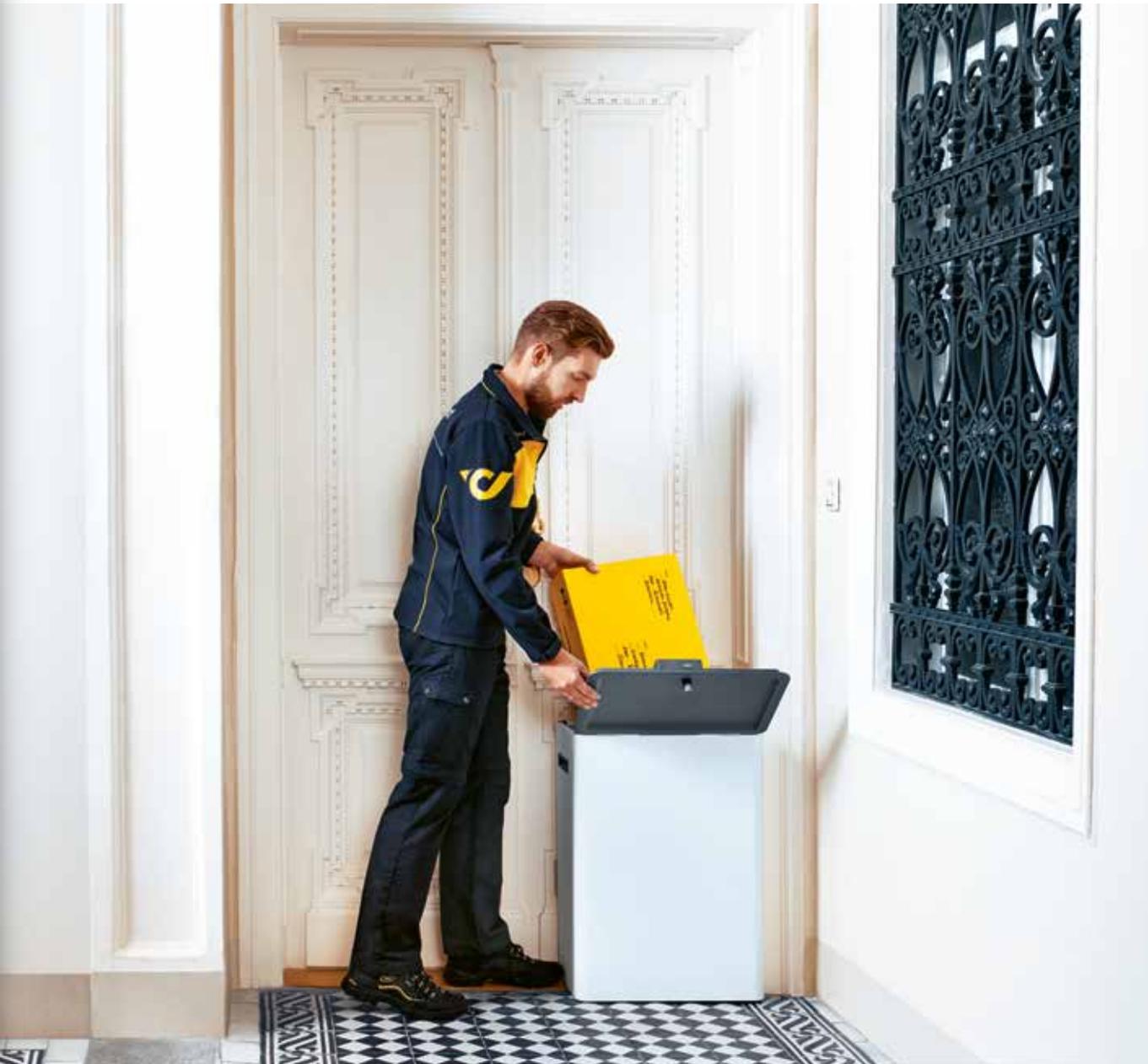
102-15  
103-2

## TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

Die Post agiert mit ihrem Geschäftsmodell in einem Umfeld, das von tief greifenden Veränderungen geprägt ist. Neben Konjunktur- und Marktentwicklungen sowie Faktorkostensteigerungen zählen Personalkostenentwicklungen zu den externen Einfluss- und Erfolgsfaktoren, mit denen sich die Post kurz- und langfristig auseinandersetzen muss.

Darüber hinaus stellen die voranschreitende Digitalisierung, der steigende Wettbewerbsdruck sowie die Internationalisierung der Märkte die Post vor große Herausforderungen, die es erforderlich machen, sich aktiv an diese Veränderungen anzupassen, um den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens langfristig zu sichern.

Zum Beispiel führt die Digitalisierung nicht nur dazu, dass die Briefmengen deutlich zurückgehen, sondern auch dazu, dass die Lebensstile der Kunden sich immer mehr wandeln und sie flexibel rund um die Uhr auf die Dienstleistungen der Post zugreifen wollen. Die Herausforderung für die Post besteht zum einen darin, neue Geschäftsfelder zu erschließen, um die Einkommensverluste durch das Briefgeschäft auszugleichen, zum anderen muss sie innovative, digitale Lösungen schaffen, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen.



Im Wesentlichen lassen sich die Trends, die die Post beeinflussen, und die Herausforderungen, die sie mit sich bringen, wie folgt zusammenfassen:

#### **TRENDS UND ENTWICKLUNGEN, DIE DIE POST IM BEREICH WIRTSCHAFT BEEINFLUSSEN**

##### **E-SUBSTITUTION – DRUCK AUF DAS KERNGESCHÄFT**

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

##### **STEIGENDER WETTBEWERBSDRUCK**

Dank der ständig zunehmenden Bedeutung des Online Shopping steigen die Paketmengen im privaten Bereich. Gleichzeitig nimmt hier jedoch auch die Wettbewerbsintensität zu.

# Was die Post heute schon unternimmt

**Die erste Priorität im Management der Österreichischen Post ist die nachhaltig erfolgreiche Unternehmensführung, um langfristig zu wachsen und so die Marktführerschaft weiter zu halten. Denn nur ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und einen Beitrag zur Erfüllung sozialer und ökologischer Bedürfnisse leisten.**

DISCLOSURE  
103-2

## — MANAGEMENTANSATZ DER POST

Um den Herausforderungen entgegenzutreten, hat die Post in einem breit angelegten Strategieprozess ihre Ziele und strategischen Maßnahmen festgelegt und klare Stoßrichtungen definiert: Als unangefochtener Marktführer verteidigt die Post ihre Marktführerschaft beharrlich und will profitabel in den von ihr definierten Märkten wachsen. Darüber hinaus verfolgt die Post für ihre Eigentümer eine attraktive Dividendenpolitik. Damit sie auch künftig erfolgreich ist, investiert sie laufend in den Ausbau und die Modernisierung von Infrastruktur und Arbeitsprozessen.

Um die steigenden Anforderungen der Kunden – seien es Absender oder Empfänger – zu erfüllen, schreibt die Post Innovation groß. Dabei denkt sie konsequent von beiden Seiten her: Wie kann der Mehrwert für den Versender erhöht und der Komfort für den Empfänger verbessert werden? Hier profitiert die Post davon, dass sie nah an ihren Kunden und Teil ihres Alltags ist. So weiß die Post, was die Kunden bewegt, kann Wünsche und Erwartungen sogar oft antizipieren und in ihre Angebote und Services direkt einfließen lassen. Dies trägt erheblich dazu bei, dass die Post dem Wettbewerb gut standhalten kann.

Weitere Informationen zur Strategie finden Sie auf S. 32 sowie im Finanzbericht 2016 ab S. 06.

 S. 32

 S. 06 ff.

Diese strategische Ausrichtung steht in Einklang mit den wesentlichen Themen, die die Stakeholder der Post im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse bestimmt haben. Auch sie fordern, dass die Post nachhaltig wächst und damit Werte schafft – nicht zuletzt für die Anteilseigner. Als wichtigsten Aspekt dabei sehen die Stakeholder, dass sich die Post kontinuierlich weiterentwickelt und mit modernen, innovativen Lösungen ihr Geschäft voranbringt. Die wesentlichen Themen im Bereich Wirtschaft lauten:

DISCLOSURE  
103-1

#### WESENTLICHE THEMEN IM BEREICH WIRTSCHAFT

WACHSTUM UND WERTSCHÖPFUNG GENERIEREN

---

ATTRAKTIVE DIVIDENDENPOLITIK VERFOLGEN

---

MODERNISIERUNG UND INNOVATION VORANTREIBEN

---

KUNDENZUFRIEDENHEIT SICHERSTELLEN

---

SERVICEORIENTIERT HANDELN

---

Um Wachstum und Wertschöpfung zu generieren und ihren Eigentümern eine attraktive Dividende zu bieten, setzt die Post auf neue, innovative Geschäftsideen und die Umsetzung von Effizienzprogrammen. So arbeitet die Post kontinuierlich an ihren Prozessen und Arbeitsabläufen, um ihre Kostenstruktur weiter zu flexibilisieren, die Produktivität zu steigern, aber auch um die Servicequalität zu verbessern und so letztlich die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

DISCLOSURE  
103-3

### — ERREICHTES 2016 UND ZIELE 2017

Um die Erfolge und Fortschritte in ihrem Schwerpunktfeld Wirtschaft zu messen und ihre Leistungen zu den wesentlichen Themen zu dokumentieren und zu steuern, hat die Post Ziele und Subziele definiert, die jährlich aktualisiert werden. Die wirtschaftlichen Ziele der Österreichischen Post wurden für den gesamten Konzern definiert und beziehen sich daher auch hinsichtlich der Zielerreichung auf die Konzerndaten. Für 2016 lauten diese:

#### NACHHALTIGES GESCHÄFTSMODELL DER POST WEITERENTWICKELN

In den definierten Märkten will die Post mit dem gezielten Angebot von Zusatzleistungen – insbesondere in den Bereichen Paket & Logistik und Online-Lösungen – weiteres Wachstumspotenzial erschließen. Strategisches Ziel ist es, Wert zu schaffen. Sowohl aus den Inlands- als auch aus den Auslandsaktivitäten sollen wirtschaftlich attraktive Erträge erwachsen, die die Unternehmensentwicklung stärken und den Anteilseignern eine regelmäßige Dividende bringen.

#### KUNDEN UND INNOVATION IN DEN MITTELPUNKT STELLEN

In ihrem Kernmarkt Österreich strebt die Post weiterhin an, ihren Kunden die höchste Servicequalität in der Brief- und Paketzustellung zu bieten. Über die Grundleistungen hinaus will das Unternehmen den privaten und gewerblichen Kunden weitere (Dienst-)Leistungen anbieten, die in Verbindung mit dem Kerngeschäft stehen und den Kunden einen Mehrwert bieten. Strategisches Ziel ist es, die führende Marktposition zu sichern.

ZIELE FÜR 2016	ERREICHT 2016	VORGENOMMEN FÜR 2017
----------------	---------------	----------------------

**NACHHALTIGES GESCHÄFTSMODELL DER POST WEITERENTWICKELN**

Umsatz nach Abgang der deutschen Tochtergesellschaft trans-o-flex von 2,0 Mrd EUR	Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen wurde das Ziel eines Konzernumsatzes von 2,0 Mrd EUR erreicht.	Ziel, den Umsatz 2017 stabil zu halten (Umsatz 2016 von 1,9 Mrd EUR exkl. trans-o-flex)
Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung	Auch 2016 wurden laufend Maßnahmen gesetzt, um die Strukturen zu optimieren, die Effizienz zu steigern und Kosten einzusparen. So konnte der Österreichische Post-Konzern im Berichtsjahr eine EBITDA-Marge in Höhe von 13,6% ausweisen.	Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung
Operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2015: 198,0 Mio EUR	Das operative Ergebnis (EBIT) der Österreichischen Post 2016 lag mit 202,3 Mio EUR um 2,2% über dem operativen Ergebnis des Vorjahres.	Stabiles operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2016 angepeilt (EBIT 2016 von 202,3 Mio EUR)

**KUNDEN UND INNOVATION IN DEN MITTELPUNKT STELLEN**

Online-Lösungen zur Erhöhung der Kunden-Convenience: Track & Trace, SMS/E-Mail-Aviso, Post App, Paketmarke, E-Commerce-Services weiterentwickeln	Forcierung von Online-Services wie Post App, Postkarten App, Online-Paketmarke	Forcierung von Online-Services, wie der Post App und des E-Briefs
Optimierung der Lösungen für Empfänger – Post Empfangsboxen: Ausweitung auf 16.000 Empfangsboxen	Über 18.000 Post Empfangsboxen installiert	Ausweitung der Post Empfangsboxen, um mittelfristigen Ausbau auf 20.000 Stück zu erreichen
Optimierung der Lösungen für Empfänger – Abholstationen: Ausweitung auf 250 Abholstationen	260 Abholstationen stehen zur Verfügung	Ausweitung der Abholstationen, um mittelfristigen Ausbau auf 300 Stück zu erreichen
Selbstbedienungszonen: Ausweitung der SB-Zonen auf 330 Stück	334 SB-Zonen eingerichtet	Ausweitung der SB-Zonen, um mittelfristigen Ausbau auf 400 zu ermöglichen



Die wirtschaftliche Leistung der Österreichischen Post wird ausführlich im Finanzbericht 2016 dargestellt.



SCHWERPUNKTTHEMEN



INFORMATIONEN

# Im Wandel nachhaltig Werte schaffen

Um das rückläufige Volumen bei adressierten Briefen aufgrund der E-Substitution auszugleichen, setzt die Post auf Wachstumstreiber in anderen Geschäftsfeldern. Damit die Post auch zukünftig erfolgreich ist, investiert sie in neue Serviceangebote sowie in den Ausbau und die Modernisierung von Infrastruktur und Arbeitsprozessen.

DISCLOSURE

201-1

SDG

2

5

7

8

## — WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

Wer nachhaltig Werte schaffen will, muss solide und profitabel wirtschaften. Die Profitabilität der Post spiegelt sich in der konzernweiten EBIT-Marge von 10,0% im Jahr 2016 wider. Für 2017 peilt der Österreichische Post-Konzern auf Basis der bestehenden Volumen- und Umsatzprognosen und der Weiterführung der effizienten Leistungserbringung ein stabiles operatives EBIT auf dem Niveau des Jahres 2016 an.

**ERTRAGSLAGE**

Mio EUR	2014	2015 <sup>1</sup>	2016
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.659,8</b>	<b>1.756,8</b>	<b>1.746,1</b>
Sonstige betriebliche Erträge und aktivierte Eigenleistungen	88,6	42,9	25,3
Aufwendungen für Material und sonstige bezogene Leistungen	-309,2	-329,0	-339,8
Personalaufwand	-993,4	-958,7	-953,0
Abschreibungen	-62,9	-59,9	-56,0
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-218,6	-239,0	-233,7
Beteiligungsergebnis	-27,1	-128,4	-10,2
<b>EBIT (Ergebnis vor Zinsen und Steuern)</b>	<b>137,4</b>	<b>84,7</b>	<b>178,6</b>
Sonstiges Finanzergebnis	3,4	2,7	-0,4
<b>EBT (Ergebnis vor Steuern)</b>	<b>140,8</b>	<b>87,4</b>	<b>178,2</b>
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-46,1	-46,2	57,4
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>107,8</b>	<b>41,2</b>	<b>235,6</b>

<sup>1</sup> Anpassung aufgrund der erstmaligen Anwendung des RÄG 2014 im Jahresabschluss zum 31.12.2016

## DISCLOSURE

201-1

SDG

2

5

7

8

Die Gewinn- und Verlustrechnung der Österreichischen Post (Einzelabschluss nach österreichischem UGB) zeigt für 2016 folgendes Bild: Die **UMSATZERLÖSE** der Österreichischen Post AG sind im Geschäftsjahr 2016 um 10,7 Mio EUR von 1.756,8 Mio EUR im Vorjahr auf 1.746,1 Mio EUR gesunken. Der Umsatzrückgang in der Division Brief, Werbepost & Filialen wurde dabei teilweise durch das Umsatzplus in der Division Paket & Logistik von 3,3 % ausgeglichen.

Der Umsatz der Österreichischen Post AG entfällt zu 79,5 % auf die Division Brief, Werbepost & Filialen und zu 18,3 % auf die Division Paket & Logistik. Der Umsatzanteil der Division Corporate lag bei 2,2 %.

Die **SONSTIGEN BETRIEBLICHEN ERTRÄGE** sind im Vergleich zum Vorjahr um 41,0 % auf 25,3 Mio EUR gesunken. In den sonstigen betrieblichen Erträgen des Jahres 2015 sind gutgeschriebene Rückforderungsansprüche aus in Vorperioden bezahlten Beiträgen aus der Gehaltsabrechnung der Beamten in Höhe von 28,2 Mio EUR enthalten. Im Gegenzug sind in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen des Vorjahres Verpflichtungen für etwaige Ersatzleistungen in Höhe von 5,2 Mio EUR erfasst.

Der **AUFWAND FÜR MATERIAL UND BEZOGENE LEISTUNGEN** ist gegenüber dem Vorjahr um 3,3 % auf 339,8 Mio EUR gestiegen. Der Anstieg resultiert insbesondere aus dem gestiegenen Paketvolumen aus dem Kerngeschäft. Der **PERSONALAUFWAND** ist mit einem Anteil von 54,6 % an den Umsatzerlösen der größte Aufwandsposten der Österreichischen Post AG und ist im Berichtszeitraum aufgrund der konsequenten Fortführung der Maßnahmen zur Effizienzsteigerung um 0,6 % auf 953,0 Mio EUR gesunken.

Die **SONSTIGEN BETRIEBLICHEN AUFWENDUNGEN** verringerten sich um 2,2 % auf 233,7 Mio EUR. Das **BETEILIGUNGSERGEBNIS** trägt mit minus 10,2 Mio EUR aufgrund von im Geschäftsjahr durchgeführten außerplanmäßigen Abschreibungen negativ zum Ergebnis bei. Das Beteiligungsergebnis des Vorjahres steht im Zusammenhang mit außerplanmäßigen Abschreibungen der trans-o-flex Gruppe Deutschland.

Die Abschreibungen auf immaterielle **VERMÖGENSGEGENSTÄNDE UND SACHANLAGEN** der Österreichischen Post AG sind im Geschäftsjahr 2016 infolge eines fortgeschrittenen Abschreibungsgrades bei Gebäuden und Teilen der Betriebs- und Geschäftsausstattung um 3,2 % auf 56,0 Mio EUR gesunken.

Das **ERGEBNIS VOR ZINSEN UND STEUERN** (EBIT) der Österreichischen Post AG ist von 84,7 Mio EUR auf 178,6 Mio EUR gestiegen. Das **ERGEBNIS VOR STEUERN** (EBT) hat sich von 87,4 Mio EUR im Geschäftsjahr 2015 auf 178,2 Mio EUR im Geschäftsjahr 2016 verbessert.

Die Steuern vom Einkommen und Ertrag weisen im Geschäftsjahr 2016 einen Ertragssaldo in Höhe von 57,4 Mio EUR aufgrund der erstmaligen Erfassung von aktiven latenten Steuern als Folge des Rechnungslegungs-Änderungsgesetzes 2014 auf.

In Summe ergibt sich ein **JAHRESÜBERSCHUSS** in Höhe von 235,6 Mio EUR für das Geschäftsjahr 2016 im Vergleich zu 41,2 Mio EUR für das Geschäftsjahr 2015. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung finden Sie im Finanzbericht 2016 (Seite 64).

 s. 64

DISCLOSURE

203-2

SDG

1

2

3

10

17

## — WERTSCHÖPFUNGSBETRACHTUNG

Die Post verfolgt das Ziel, eine nachhaltige Wertschöpfung für ihre Stakeholder und damit auch für die Republik Österreich zu generieren. Die Wertschöpfung der Post setzte sich im Jahr 2016 wie folgt zusammen und wurde auf folgende Stakeholdergruppen verteilt:

### WERTSCHÖPFUNGSBETRACHTUNG ÖSTERREICHISCHE POST AG (NACH ÖSTERREICHISCHEM UGB)

Mio EUR	2014	2015 <sup>1</sup>	2016
<b>Entstehung</b>			
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.748,5	<b>1.799,7</b>	<b>1.771,4</b>
abzüglich Vorleistungen	-584,1	<b>-621,1</b>	<b>-622,9</b>
davon Material und bezogene Leistungen	-309,2	-329,0	-339,8
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-212,0	-232,2	-227,1
davon Abschreibungen	-62,9	-59,9	-56,0
<b>Wertschöpfung</b>	<b>1.164,3</b>	<b>1.178,7</b>	<b>1.148,5</b>
<b>Verteilung</b>			
an Mitarbeiter (Gehälter, Sozialaufwand)	993,4	<b>958,7</b>	<b>953,0</b>
an Aktionäre (Dividende)	131,7	<b>131,7</b>	<b>135,1</b>
an den Staat (Steuern)	52,6	<b>53,2</b>	<b>32,7</b>
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	0,7	<b>4,0</b>	<b>4,1</b>
Restbetrag	-14,1	<b>31,0</b>	<b>23,6</b>
<b>Wertschöpfung</b>	<b>1.164,3</b>	<b>1.178,7</b>	<b>1.148,5</b>

<sup>1</sup> Anpassung aufgrund der erstmaligen Anwendung des RÄG 2014 im Jahresabschluss zum 31.12.2016

Dem von der Österreichischen Post im Jahr 2016 erwirtschafteten Umsatz von 1.771,4 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 622,9 Mio EUR gegenüber.

Daraus ergibt sich eine **WERTSCHÖPFUNG** der Österreichischen Post von 1.148,5 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 953,0 Mio EUR.

### ZAHLUNGEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST AN DEN STAAT

Der Staat Österreich ist als Mehrheitsaktionär über die ÖBIB (Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH) mit 52,9% an der Österreichischen Post beteiligt und erhielt somit 2016 71,4 Mio EUR an Dividende ausbezahlt (52,9% von 135,1 Mio EUR). In Form von Steuern und Abgaben flossen zusätzlich 32,7 Mio EUR an den Staat.

DISCLOSURE

201-1

SDG

2

5

7

8

### 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 unterstützen, die E-Flotte weiter auszubauen. Bei der Österreichischen Post wird derzeit an der Umsetzung eines Fördermanagements gearbeitet.

## DISCLOSURE

201-1

SDG

2

5

7

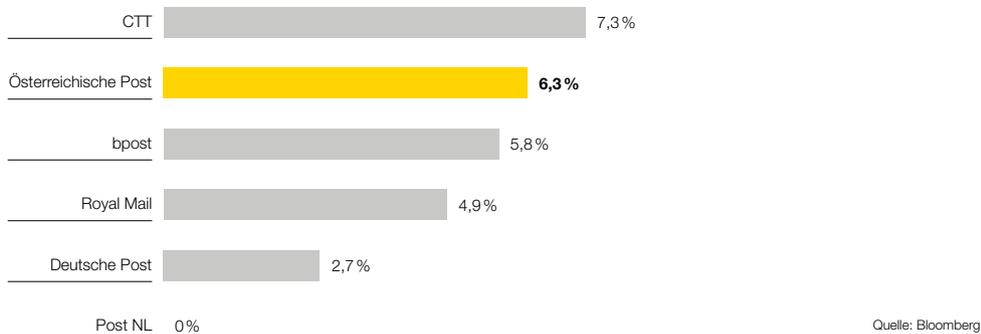
8

## — 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 2,00 EUR pro Aktie wurde die attraktive Dividendenpolitik auch für das Geschäftsjahr 2016 fortgesetzt. Insgesamt wurden 135,1 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 2016 ihr operatives Ergebnis weiter verbessern, zudem lag der Operative Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren (vor alter/neuer Unternehmenszentrale) 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 6,3 % per Ende des Jahres 2016 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.

### DIVIDENDENRENDITE PER 31.12.2016



## DISCLOSURE

203-1

SDG

2

5

7

9

11

## — MODERNISIERUNG UND INNOVATION

In einem Marktumfeld, das sich verändert, liegt ein wesentlicher Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg in der Entwicklung und Markteinführung innovativer Produkte sowie der Erweiterung der bestehenden Produktpalette aus dem Kerngeschäft heraus. Die Post arbeitet daher ständig daran, ihre Produkte und Services zu ergänzen und weiter zu verbessern. Zusätzlich optimiert die Österreichische Post laufend ihre Prozesse und Abläufe.

Dies erfordert Investitionen. Der Österreichische Post-Konzern setzt dabei auf State-of-the-Art-Technologien und investiert jährlich in die Verbesserung und den Ausbau seiner 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 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, die die Kunden erwarten.

Einer der Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkte im Bereich Prozesse und Abläufe liegt auf den Themen Ressourcenschonung und Energieeffizienz. Die Abteilung CSR & Umweltmanagement berät und unterstützt dabei die operativen Bereiche bei Bedarf bei deren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Die Österreichische Post hat bis Ende 2016 rund 14 Mio EUR in die CO<sub>2</sub>-neutrale und schadstofffreie Zustellung mit E-Fahrzeugen investiert.

In Summe beliefen sich die Investitionen der Österreichischen Post im Geschäftsjahr 2016 auf 90,7 Mio EUR und lagen damit um 0,7 Mio EUR knapp unter dem Wert des Vorjahres. Davon entfielen 88,5 Mio EUR auf Investitionen in Sachanlagen und 2,2 Mio EUR auf Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände. Schwerpunkte des Investitionsprogramms der Österreichischen Post AG bildeten in der Berichtsperiode geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau (58,7%). Darin enthalten sind Anlagen im Bau für die Errichtung der neuen Unternehmenszentrale, die im Herbst 2017 fertiggestellt wird, sowie geleistete Anzahlungen für den Erwerb eines Grundstücks für den Bau eines neuen Sortierzentrums im Norden von Wien und die Beschaffung von Zustellfahrzeugen. Über den Fuhrpark und den Ausbau der Elektromobilität wird im Schwerpunkt Umwelt ab Seite 111 detailliert berichtet.

DISCLOSURE

203-1

203-2

SDG

1

2

3

5

7

9

10

11

17

 S. 111 ff.

## — SERVICEORIENTIERUNG UND KUNDENKOMFORT

Die Post kennt ihre Kunden – das ist eine wesentliche Säule ihres Erfolgs auch im Wandel. 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 Post laufend an neuen Produkten und Services, die punktgenau auf die aktuellen Kundenbedürfnisse nach mehr Flexibilität eingehen.

### MEHR KUNDENKOMFORT UND SERVICEQUALITÄT DURCH FLEXIBLE ZUSTELLKONZEPTE

Um auf die veränderten Lebensstile und Ansprüche der Kunden einzugehen, arbeitet die Post stetig an innovativen Leistungen, die ihre Angebotspalette ergänzen. Dabei stehen der Kundenkomfort und die Servicequalität immer im Vordergrund.

#### Selbstbedienungszonen, Abholstationen und Empfangsboxen

Um den Kunden die Aufgabe und den Empfang von Sendungen rund um die Uhr zu ermöglichen, hat die Post Selbstbedienungszonen in Postfilialen, die mit Packstationen, Frankierautomaten und Versandboxen ausgestattet sind, sowie Abholstationen eingerichtet. Darüber hinaus stehen den Kunden in größeren Wohnanlagen auch Empfangsboxen zur Verfügung, an denen sie ihre Sendungen jederzeit abholen können. Ende 2016 verfügte die Post über 334 Selbstbedienungszonen, knapp 260 Abholstationen und über 18.000 Empfangsboxen – und damit über das breiteste Serviceangebot in Österreich.

#### Ausbau der Samstagzustellung

Im Oktober 2015 hat die Post begonnen, in Ballungsräumen auch an Samstagen zuzustellen. Denn: Aufgrund ihrer Berufstätigkeit sind viele Menschen gerade in Ballungsräumen unter der Woche tagsüber nicht zu Hause und können Pakete aufgrund ihrer Arbeitszeiten auch nur schwer in Postfilialen abholen. Inzwischen ist die Samstagzustellung für Pakete etabliert und mit der praktischen Paketumleitung kann der Empfänger den Zustellort oder -zeitpunkt ändern, eben auch auf einen Samstag.

#### „Paketumleitung Dauerhaft“

Möchte ein Kunde seine Pakete dauerhaft umleiten, kann er dies mit der „Paketumleitung Dauerhaft“ tun und Sendungen automatisch in eine nahe gelegene Post-Geschäftsstelle, Abholstation oder zu einem Wunschnachbarn umleiten. Die Maßnahmen tragen zu einer hohen Erstzustellquote

der Österreichischen Post bei: Rund 92% der Empfänger erhalten ihre Sendung beim ersten Zustellversuch.

### **Post-Flexibox**

Seit Herbst 2016 können Kunden Pakete auch zu Hause empfangen, ohne zu Hause zu sein. Ermöglicht wird dies durch die Flexibox: Sie wird einfach beim Verlassen der Wohnung in der Türzarge mit einem schnittfesten Gurt verankert. Der Zusteller öffnet die Box mittels eines Chips und legt die Sendung ein. Beim Verschließen der Box erhält der Kunde eine Nachricht über die Einlage der Sendung. Mit seinem persönlichen Chip entnimmt er seine Pakete, großformatigen Briefe und Päckchen beim Nachhausekommen einfach aus der Box.

### **Paketaufgabe direkt beim Zusteller**

Seit Oktober 2016 ermöglicht die Post auch die bequeme Retouren-Abholung bei der Zustellung: Wenn der Postler ohnehin ein Paket bringt, kann ihm der Kunde eine mit Retouren-Aufkleber oder ausgedruckter Paketmarke versehene Sendung direkt mitgeben.

### **Wachstumsmarkt Lebensmittelversand**

Seit 2015 bietet die Post als erstes Unternehmen in ganz Österreich die flächendeckende Lebensmittelzustellung an. Der Lebensmittelversandhandel entwickelt sich sehr erfolgreich, die Nachfrage der Händler ist groß. Eine reibungslose Logistik und sehr kurze Lieferzeiten sind besonders für dieses neue Geschäftsfeld bedeutsam, schließlich muss die Frische der Ware garantiert sein. In eigens konzipierten Isolierboxen liefert die Post Frischwaren gekühlt bis an die Haus- oder Wohnungstür. Die Abmessungen der Isolierbox nach Eurostandard sowie ihr sicherer Verschluss machen Sortierung, Transport und Zustellung als herkömmliches Paket möglich. In Landeshauptstädten bietet die Post eine Zustellung am selben Tag, wenn der Versandhändler dies wünscht, österreichweit wird am nächsten Tag geliefert. Die Lebensmittelbox kann direkt bei der Zustellung entleert und wieder mitgenommen werden oder der Kunde sendet sie selbst mit dem beiliegenden Retourenlabel zurück. So wird der Lebensmitteleinkauf in jeglicher Hinsicht leicht gemacht.

Weitere Informationen finden Sie im Magazin 2016, S. 40–43.

 S. 40–43

## ONLINE-LÖSUNGEN FÜR MEHR KUNDENKOMFORT UND SERVICEQUALITÄT

### Post App

Mit der Sendungsverfolgung können die Postkunden in der 2014 eingeführten Post App oder Online bereits jederzeit und von überall prüfen, wo sich ihr Paket gerade befindet. Um den Kundennutzen noch weiter zu erhöhen, hat die Post diesen Service 2016 ausgebaut: Bei Eingang und erstmaligem Scan der Sendung im Logistikzentrum wird ein Foto des Pakets erstellt und dem Kunden in der Sendungsverfolgung angezeigt. So wird der Zeitpunkt der Sendungsannahme für den Kunden transparenter: Er weiß, sein Paket ist fast da. Zudem sieht der Kunde die Sendungsgröße und kann den Transport oder die Umleitung der Sendung entsprechend planen. Wurde das Paket zugestellt, erhält der Kunde eine Nachricht über die Hinterlegung als Push-Nachricht oder per E-Mail. Dieser elektronische „Gelbe Zettel“ ist besonders beliebt, denn der Kunde kann die Sendung ohne Umweg nach Hause direkt von der Post abholen – etwa auf dem Heimweg von seinem Arbeitsplatz.

### E-Brief

Damit Kunden sensible Dokumente wie Rechnungen, Versicherungs- und Bankdokumente oder Briefe auch elektronisch absolut sicher und unter Wahrung des Briefgeheimnisses empfangen können, hat die Post eine Lösung entwickelt: den E-Brief. Dokumente werden nicht wie beim herkömmlichen Versand via E-Mail ausgelesen, sondern in einem digitalen Briefkasten für den Kunden hinterlegt. Der E-Briefkasten ermöglicht den Zugriff auf Briefe und Dokumente wie Rechnungen und Verträge jederzeit und von überall. Wichtige Sendungen erhält der Kunde somit so schnell wie eine E-Mail, aber sicher wie einen Brief. Zur Einführung des E-Briefs hat sich die Post mit einem Experten zusammengetan. Seit Herbst 2016 ist sie an sendhybrid, einem Pionier der elektronischen Zustellung, beteiligt. Der Spezialist für sicheren elektronischen Dokumentenversand ermöglicht Empfängern orts- und zeitunabhängige, nachweisliche Erreichbarkeit und einen Zugriff auf den E-Briefkasten über Smartphone, Tablet und PC – höchstmögliche Datensicherheit unter Einhaltung aller internationalen Rahmenbedingungen ist somit garantiert.

### Post Energiekosten-Rechner

Seit der Liberalisierung des österreichischen Strommarkts stehen Verbraucher vor der Frage, welcher Tarif der für sie beste und günstigste ist. Um ihnen den Vergleich und den Wechsel von Strom- und Gasanbietern zu vereinfachen, hat die Post eine unkomplizierte Lösung geschaffen: Mit dem Post Energiekosten-Rechner können Verbraucher rasch einen Überblick über Strom- und Gastarife in Österreich gewinnen, sich über Rabatte und Preismodelle informieren und die Angebote vergleichen. Anschließend können sie kostenlos den für sie passenden Tarif auswählen – und dabei Geld sparen. Fragen werden dabei von den Filialmitarbeitern beantwortet, die auf Wunsch auch direkt den Anbieterwechsel einleiten. Der Kunde selbst hat dabei keinen weiteren Aufwand und keine Kosten. Diesen Service bietet die Post auch Online an: So können die Kunden bequem und flexibel zu Hause oder unterwegs die Angebote vergleichen und selbst mit wenigen Klicks wechseln.

### Aktionsfinder

Um Verbrauchern die Suche nach den besten Angeboten zu vereinfachen und gleichzeitig Unternehmen zu unterstützen, die Reichweite ihrer Flugblätter, Angebote und Aktionen zu erhöhen, gibt es die digitale Prospektplattform Aktionsfinder, von der die Post seit Herbst 2016 100 % der Anteile hält. Dort können Unternehmen ihre Prospekte, Angebote und Aktionen zusätzlich zu den Flugblättern in den Briefkästen auch Online bewerben, und Nutzer können unterwegs oder zu Hause in den digitalen Prospekten stöbern oder gezielt nach Angeboten suchen. Mit rund 800.000 Besuchen und rund 25 Mio Prospektseitenaufrufen im Monat ist das Portal eines der größten Online-Portale für digitale Werbeprospekte in Österreich.

Weitere Informationen finden Sie im Magazin 2016, S. 44–48.



## KUNDENZUFRIEDENHEIT – ERGEBNISSE 2016

# 68

Punkte  
beträgt der durchschnittliche  
gute CSI-Wert

# 85 %

bewerten die Briefzusteller  
mit „sehr gut“  
oder „ausgezeichnet“

# 46 %

der Befragten bewerten die Post im vierten Quartal  
mit „sehr gut“ oder „ausgezeichnet“

# 79 %

bewerten die Paketzusteller mit  
„sehr gut“ oder „ausgezeichnet“

### DISCLOSURE

102-43

102-44

### KUNDENZUFRIEDENHEIT

Mit neuen Ideen und innovativen Services bietet die Post ihren Kunden immer und überall höchste Qualität. Diese danken es mit guten und konstanten Zufriedenheitswerten. 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. 70 Punkte und mehr sind sehr gut; ausgezeichnet bedeuten 81 Punkte bis zum Höchstwert von 100 Punkten. Der durchschnittliche CSI im Jahr 2016 liegt mit einem Wert von 68 stabil im guten Bereich. Über die vier Quartale gesehen schwankt er nur geringfügig zwischen 68 und 69. Sehr gute Bewertungen (d. h. Werte über 70) erhalten die Post-Geschäftsstellen, der Versand sowie die Zustellung. Jüngere Personen sind am zufriedensten; diese Personengruppe nimmt auch die Innovationen (wie z. B. SB-Zonen oder die Post App) am stärksten in Anspruch.

Insgesamt gaben im letzten Quartal des Berichtsjahres (Q4 2016) 46 % der Befragten der Post die Note „sehr gut“ oder „ausgezeichnet“ für deren Leistungen und Services, weitere 38 % die Note „gut“.

Absolute Topwerte über alle Bevölkerungsgruppen hinweg erzielten 2016 einmal mehr die Brief- und Paketzusteller: 85 % der Kunden beurteilten im vierten 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 werden in der Kundenzufriedenheitsmessung berücksichtigt. Das Ergebnis für das Jahr 2016 zeigt, dass sowohl die Aktivitäten im Umwelt- als auch im Gesellschaftsbereich positiv wahrgenommen werden. Die Wahrnehmung der „sozialen Verantwortung für die Mitarbeiter“ konnte im Vergleich zum Vorjahr durchschnittlich um sieben Indexpunkte, die „Nachhaltigkeit für die Umwelt“ um drei und die „Verantwortung für die Gesellschaft“ um zwei Indexpunkte gesteigert werden.

**Die Österreichische Post bringt jährlich 5,4 Mrd Sendungen zu jeder Adresse in ganz Österreich und sichert so die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen in ausgezeichneter Qualität. Mit 9.100 Zustellern, rund 450 eigenbetriebenen Filialen und 1.350 Post Partnern bietet die Post ihre Leistungen flächendeckend im ganzen Land an und ist damit verlässlicher Partner für ihre Kunden. Mit einem breiten Angebot an Dienstleistungen – Online wie Offline – berücksichtigt die Post die Kundenbedürfnisse und integriert sie über alltagsnahe Lösungen in ihr Kerngeschäft.**

**DIE POST. PROAKTIV FÜR DIE GESELLSCHAFT.**



**PRO AKTIV**  
für die Gesellschaft

# GESELLSCHAFT



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

# Was morgen wichtig ist

**Neben der Verpflichtung, täglich Postdienstleistungen für jeden Haushalt in ganz Österreich in höchster Qualität und zu einem einheitlichen Preis zu liefern, umfassen die Verpflichtungen des Universaldienstes auch ein flächendeckendes Standortnetz mit mindestens 1.650 Geschäftsstellen. Da das Postgeschäft großen Veränderungen unterworfen ist, erfordern sich wandelnde neue Rahmenbedingungen laufend kundenorientierte Anpassungen vonseiten der Post, um die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen auch langfristig gewährleisten zu können.**

**Um den gesellschaftlichen Trends und Herausforderungen mit einem geeigneten Managementansatz gegenüberzutreten, beobachtet die Post diese genau und stellt sich darauf ein.**

## DISCLOSURE

102-15

103-2

## TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

Als Universaldienstanbieter für Postdienstleistungen trägt die Österreichische Post eine hohe gesellschaftliche Verantwortung.

Dabei steht die Post aber auch verschiedenen Herausforderungen gegenüber, die sie in der Wahrnehmung und Ausgestaltung ihres Versorgungsauftrags beeinflussen. Denn: Die Gesellschaft wird immer komplexer und die Kunden fordernder – eine Verantwortung, der sich die Post jeden Tag aufs Neue stellen muss. Da der Versorgungsauftrag unmittelbar mit dem Kerngeschäft der Post verbunden ist, sind auch die Herausforderungen im Bereich Gesellschaft eng mit wirtschaftlichen Faktoren verknüpft.

Die Herausforderungen im Bereich Gesellschaft resultieren im Wesentlichen aus den folgenden gesellschaftlichen Trends, die das Konsumverhalten beeinflussen:

### WELCHE MEGATRENDS DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH GESELLSCHAFT BEEINFLUSSEN

#### DEMOGRAFISCHER WANDEL

Ob Alt oder Jung – die Österreichische Post muss alle Kundenbedürfnisse zielgruppen-gerecht bedienen.

#### AUSDIFFERENZIERTER 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.



# Was die Post heute schon unternimmt

**Priorität für die Post hat die Sicherstellung der flächendeckenden Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten in erstklassiger Qualität, denn sie ist entscheidend für die Kommunikationsinfrastruktur des Landes mitverantwortlich.**

DISCLOSURE  
103-2

## — MANAGEMENTANSATZ DER POST

Um den genannten Herausforderungen im Bereich Gesellschaft bestmöglich begegnen zu können, hat die Post ihre Leistungen optimal auf die wesentlichen Themen abgestimmt, die sich aus dem laufenden Dialog mit den Stakeholdern ergeben.

Im Bereich der Gesellschaft wurden die folgenden Themen als wesentlich identifiziert:

DISCLOSURE  
103-1

## WESENTLICHE THEMEN IM BEREICH GESELLSCHAFT

### REGIONALE INFRASTRUKTUR UND VERSORGUNGSSICHERHEIT GEWÄHRLEISTEN

---

### GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT UND SPONSORING

---

Um die landesweite, zuverlässige Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten in erstklassiger Qualität sicherzustellen, entwickelt die Post ihr flächendeckendes Standortnetz, das aus eigenbetrieblenen Postfilialen und Post Partnern besteht, kontinuierlich weiter.

Dem demografischen Wandel begegnet die Post, indem sie sich mit ihren Kunden wandelt: Sie bietet stets zeitgemäße Produkte und Dienstleistungen, die auf die verschiedenen Kundengruppen zugeschnitten sind und die die physischen und digitalen Kommunikationswelten verbinden.

Um den sich wandelnden Lebensstilen entgegenzukommen, arbeitet die Post laufend an innovativen Produkten und Services, um die aktuellen Kundenbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen: Die Kunden von heute möchten ihre Postgeschäfte flexibel und zu unterschiedlichen Zeiten erledigen – 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.

**N** S. 106 ff.

Dem steigenden Trend zu Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein begegnet die Post mit ihrer Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT, die im Kapitel Umwelt näher beschrieben wird (Seite 106 ff.).

Darüber hinaus engagiert sich die Post auch über die Unternehmensgrenzen hinaus und unterstützt eine Reihe von gesellschaftsrelevanten, sozialen Projekten und Aktivitäten. Dabei legt die Post großen Wert darauf, dass das soziale Engagement einen deutlichen Bezug zum Kerngeschäft der Post hat und sie ihre Kernkompetenz zur Unterstützung Benachteiligter sinnvoll einbringen kann.

DISCLOSURE  
103-3

## — ERREICHTES 2016 UND ZIELE 2017

Um die Erfolge und Fortschritte in ihrem Schwerpunktfeld Gesellschaft zu messen, hat die Post Ziele und Subziele definiert, die jährlich aktualisiert werden und über die sie ihre Leistungen zu den wesentlichen Themen dokumentiert und steuert.

### VERSORGUNGSSICHERHEIT GEWÄHRLEISTEN UND RAHMENBEDINGUNGEN GESTALTEN

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 ausgezeichnete Qualität.

### GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT FÖRDERN

Die Förderung und Unterstützung sozialer Projekte und Aktivitäten, mit denen die Post ihren Beitrag zu gesellschaftsrelevanten Anliegen leisten kann, ist das zweite Hauptziel im Bereich Gesellschaft.

SUBZIELE FÜR 2016	ERREICHT 2016	SUBZIELE VORGENOMMEN FÜR 2017
<b>VERSORGUNGSSICHERHEIT GEWÄHRLEISTEN UND RAHMENBEDINGUNGEN GESTALTEN</b>		
<b>Zuverlässige Zustellung</b> Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben	Mit einer Rate von <b>95,7 %</b> für die am ersten Werktag nach Einlieferung zugestellten Briefe und Zustellung von rund <b>98 %</b> der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen hat die Österreichische Post die gesetzlichen Vorgaben auch 2016 wieder übererfüllt.	<b>Zuverlässige Zustellung</b> Gewährleistung der zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben
<b>Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus</b>  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 <b>1.792</b> Standorte umfasste das Geschäftsstellennetz mit Ende 2016, damit zählt es zu den größten Privatkundennetzen des Landes.	<b>Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus</b>  Gewährleistung von Netzsicherheit und Qualitätssteigerung bei eigenbetriebenen sowie partnerbetriebenen Niederlassungen
<b>GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT FÖRDERN</b>		
<b>Unterstützung von sozialen Projekten</b> durch die Logistikkompetenz der Post	Die Österreichische Post unterstützte auch im Jahr 2016 soziale Projekte wie die „Ö3-Wundertüte“, „Weihnachten im Schuhkarton“ oder „Pakete fürs Christkind“ mit ihrer Logistikkompetenz.	<b>Unterstützung von sozialen Projekten</b> durch die Logistikkompetenz der Post



# Die Post – verlässlich und engagiert

Als eines der Leitunternehmen Österreichs spielt die Post nicht nur in der Wirtschaft, sondern auch in der Gesellschaft eine wichtige Rolle. Diese Verantwortung ist unmittelbar mit dem Kerngeschäft der Post – der Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen – verbunden und wird daher von der Post sehr ernst genommen. Daneben unterstützt die Post eine Reihe von Sozialprojekten und entwickelt laufend innovative Dienste für neue gesellschaftliche Anforderungen.

DISCLOSURE  
203-1  
413-1

## — VERSORGUNGSSICHERHEIT

Als Universalanbieter für Postdienstleistungen ist die Post verantwortlich für die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten sowie die Aufrechterhaltung und Sicherung der Kommunikationsinfrastruktur des Landes. 5,4 Mrd Sendungen jährlich zu befördern, an jede Adresse im Bundesgebiet, das ist die Herausforderung, die die Post jeden Tag annimmt.

### ÜBERERFÜLLUNG DER ANFORDERUNGEN DES UNIVERSALDIENSTES

Mit sechs Brief- und sieben Paketverteilzentren und 264 Brief- und Paketzustellbasen erfüllt die Post ihren Auftrag in ausgezeichneter Qualität: 2016 wurden 95,7 % der Briefe bereits am nächsten Werktag und rund 98 % der aufgegebenen Pakete innerhalb von zwei Tagen zugestellt. Beide Werte liegen über den gesetzlichen Anforderungen des Universaldienstes.

Und 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 Kundenzufriedenheit sehr wichtiger Faktor. So konnten im Jahr 2016 92 % (2015: 91 %) der Pakete beim ersten Versuch erfolgreich zugestellt werden, bei den bescheinigten Briefen lag der Wert bei 79 % (2015: 78 %).

Um die optimale Versorgung der Kunden zu gewährleisten, ist eine weitere Anforderung des Universaldienstes ein flächendeckendes Standortnetz mit mindestens 1.650 Geschäftsstellen. Auch hier übertrifft die Post die Verpflichtungen deutlich: Mit 1.792 Geschäftsstellen, davon 454 eigenbetrieblenen Postfilialen und 1.338 Post Partnern, bietet die Post ihre Leistungen flächendeckend im ganzen Land an. Das Geschäftsstellennetz der Post zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes und ist für jeden Kunden optimal erreichbar.

DISCLOSURE  
102-7

#### TRIPLE-WIN-SITUATION POST PARTNER-KONZEPT

Das Post Partner-Konzept spielt im flächendeckenden Standortnetz der Post eine entscheidende Rolle: Die Post Partner stellen die Verfügbarkeit der Postdienstleistung für den Kunden auch dann sicher, wenn keine Postfiliale in der Nähe ist. So sorgen sie für mehr Service, kürzere Wege und bessere Öffnungszeiten und sichern zudem die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung.

Gleichzeitig werden mit dem Post Partner-Konzept aber auch bestehende wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum gestärkt. Denn: Ein Großteil der Post Partner sind Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen oder Apotheken, die neben ihrem eigenen Waren- und Dienstleistungsangebot auch Postdienstleistungen anbieten und so auch entsprechende Zusatzeinnahmen erwirtschaften können. So bietet das Post Partner-Konzept einen Vorteil für die Kunden, die Partner und auch die Post selbst.

Darüber hinaus gibt es auch Kooperationen mit Post Partnern aus dem Sozialbereich wie z. B. karitativen Organisationen. Diese Partnerschaften sind besonders erfolgreich, denn sie haben einen doppelten sozialen Effekt: Sie leisten einen Beitrag zur Sicherung der Postversorgung und helfen gleichzeitig den Mitarbeitern der Organisationen beim Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt.

Das Post Partner-Netzwerk wächst kontinuierlich. 57 neue Post Partner sind 2016 hinzugekommen, darunter auch eine ganz besondere Geschäftsstelle: Am Flughafen Wien eröffnete im Oktober 2016 der erste Post Partner, der auch über eine SB-Zone verfügt. Dort können die Kunden rund um die Uhr die Post-Leistungen in Anspruch nehmen.

#### DEM DEMOGRAFISCHEN WANDEL UND DEN AUSDIFFERENZIIERTEN LEBENSSTILEN BEGEGNEN

Im Rahmen der Versorgungssicherheit berücksichtigt die Post auch die beiden gesellschaftlichen Megatrends „Demografischer Wandel“ und „Ausdifferenzierte Lebensstile“.

Infolge des demografischen Wandels muss die Post die Kundenbedürfnisse zielgruppengerecht bedienen. Mit der zunehmenden Digitalisierung verändern sich Lebensstile und entsprechend muss die Post veränderten Ansprüchen gerecht werden: Die Kunden wollen jederzeit und von überall auf die Leistungen der Post zugreifen können und ihre Geschäfte möglichst komfortabel, aber dennoch sicher erledigen.

Diese wesentlichen Trends verknüpft die Österreichische Post mit ihrem Versorgungsauftrag und geht mit dem kontinuierlichen Ausbau bestehender und der regelmäßigen Einführung neuer Online-Lösungen darauf ein. Mit einem umfassenden Angebot an innovativen Leistungen ermöglicht sie ihren Kunden, 24 Stunden und sieben Tage in der Woche auf die Post-Leistungen zugreifen und ihre Postgeschäfte auf den Weg bringen zu können. Kompromisse bei Sicherheit und Vertraulichkeit der Aufträge geht die Post dabei nicht ein.

## — GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Als eines der Leitunternehmen Österreichs sieht es die Österreichische Post als ihre gesellschaftliche Verantwortung, sich über die postalische Grundversorgung der österreichischen Gesellschaft hinaus auch für diejenigen einzusetzen, die benachteiligt sind und Unterstützung benötigen. Auch diese Aufgabe nimmt die Post sehr ernst und verknüpft sie sinnvoll mit ihrem Kerngeschäft, indem sie vor allem die flächendeckende Zustellung von Sendungen und ihr österreichweites Vertriebsnetz für soziale Zwecke einsetzt.



### GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT 2016

# 423.000

Handys  
für die „Ö3 Wundertüte“

# 6.000

Kinder  
erhielten „Pakete fürs Christkind“

# 3.000

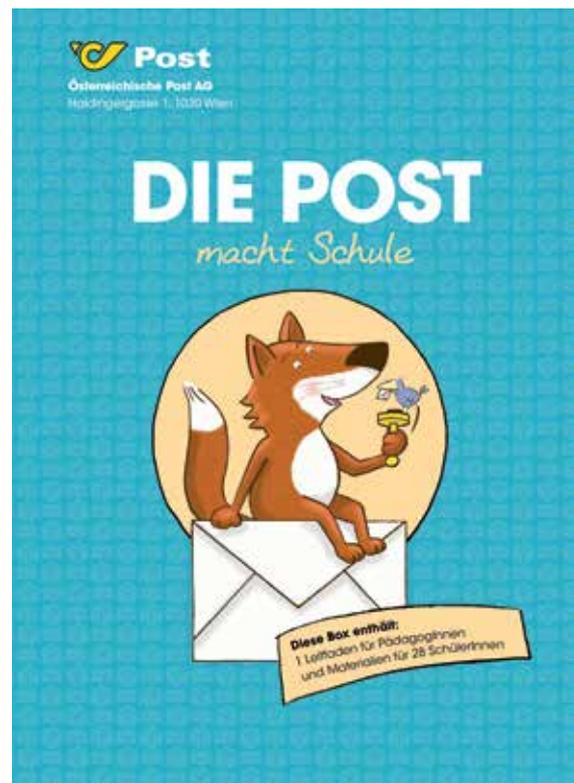
Schulboxen  
werden jedes Schuljahr landesweit verschickt

# 26

Schüler  
beim Post-Workshop  
der „Kinder Business Week“

# 19

Mädchen  
beim „Wiener Töchertag“ der Post



MIT DER „SCHULBOX“ STELLT DIE  
POST UNTERLAGEN FÜR DIE DRITTE  
SCHULSTUFE ZUR VERFÜGUNG.

### ENGAGEMENT FÜR BENACHTEILIGTE

Ein Beispiel dafür ist die **Ö3 WUNDERTÜTE**, an der sich die Post bereits seit über zwölf Jahren beteiligt. Wie auch im Vorjahr lieferte die Post die Ö3 Wundertüte in Form eines roten Papiersackerl direkt an alle Haushalte im ganzen Land. Verbraucher konnten so ihr altes Handy abgeben und kostenfrei retour senden. Der Reinerlös aus der Verwertung der Geräte geht zu gleichen Teilen an den „Licht ins Dunkel“-Soforthilfefonds und die Caritas. Insgesamt konnten Spenden in Höhe von 635.000 EUR zusammengetragen und damit Menschen in den schwierigsten Lebenssituationen unterstützt werden.

Im Rahmen der Aktion **„PAKETE FÜRS CHRISTKIND“** sorgte die Post gemeinsam mit dem Samariterbund auch 2016 dafür, dass möglichst kein bedürftiges Kind in Österreich zu Weihnachten ohne Geschenk sein musste. Jeder, der eines der über 400.000 armutsgefährdeten Kinder in Österreich zu Weihnachten beschenken wollte, konnte kostenlos eine vorfrankierte Paketmarke Online bestellen, auf das Geschenkpaket kleben und es in einer Post-Geschäftsstelle abgeben. Die Post schickte die Pakete an Sammelstellen des Samariterbundes, von wo aus haupt- und ehrenamtliche Samariter die Pakete persönlich an Kinder in sozialen Einrichtungen und benachteiligten Familien überbrachten.

Ein ganz ähnliches Projekt war **„WEIHNACHTEN IM SCHUHKARTON“**, an dem sich die Post auch 2016 wieder beteiligte. 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.

Auch die **GURKENGLAS-AKTION DER CARITAS** hat die Post wieder unterstützt. Hierfür haben Österreicher in leeren Gurkengläsern ihr Kleingeld gesammelt und diese in allen Postfilialen abgegeben. Die Kleingeldspenden aus der Kampagne dienen dazu, die Ernährungssituation von insgesamt 100.000 Menschen in den ärmsten Ländern der Welt zu verbessern und Kriegsvertriebene zu unterstützen.

Mit einer **UNICEF SONDERBRIEFMARKE** würdigte die Post 2016 den 70. Geburtstag des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen UNICEF – fast genauso lang ist die Post ein Partner der UNICEF. Sie unterstützt das Kinderhilfswerk durch den jährlichen Verkauf von UNICEF-Weihnachtskarten, aber auch durch Sonderbriefmarken (1949 und 1996) zu besonderen Anlässen. Die Marke 2016 hat einen Nominalwert von 68 Cent, hinzu kommt ein Zuschlag von 2,32 EUR. Dieser kommt den Bildungsprojekten von UNICEF zugute.



UNICEF SONDERBRIEFMARKE

Der **SPENDENBRIEF** gehört zu Österreichs erfolgreichsten Formen der Spendenwerbung. Für Hilfsorganisationen sind sie ein unverzichtbares Kommunikationsmittel, die den Menschen eine bequeme Möglichkeit bieten, sich über die Arbeit der NGOs zu informieren und sie in ihrem Handeln zu unterstützen.

Um die Aufmerksamkeit für dieses Medium zu erhöhen, hat die Post gemeinsam mit dem Fundraising Verband Austria auch 2016 wieder den beliebtesten Spendenbrief des Jahres gesucht. Die NGO-Shortlist mit den acht besten Spendenbriefen wurde im KUVERT, dem Werbesammelumschlag der Post, veröffentlicht, bis Weihnachten konnten die Österreicher per Gratispostkarte oder Online abstimmen.

Als Sieger gingen die SOS-Kinderdörfer hervor – sie konnten sich über ein Portoguthaben von 12.000 EUR für ihr nächstes Spendenmailing freuen. Der zweite Platz ging an DEBRA Austria, der dritte an Caritas & Du.



### ENGAGEMENT FÜR DEN NACHWUCHS

Die Post engagiert sich im Rahmen ihrer sozialen Aktivitäten nicht nur für sozial Benachteiligte, sondern auch für den Nachwuchs. Hierfür hat sie verschiedene Projekte ins Leben gerufen oder unterstützt bestehende Initiativen, die in Verbindung mit ihrer Kernkompetenz stehen.

2016 nahm die Post bereits zum fünften Mal an der „**KINDER BUSINESS WEEK**“ der Wirtschaftskammer Österreich teil. Die einwöchige Veranstaltung ermöglicht Schülern, einen Einblick in unterschiedliche Unternehmen zu bekommen. Insgesamt besuchten 26 Schüler den „Post-Workshop“ und erfuhren spielerisch und anschaulich, wie der Weg eines Briefes oder eines Pakets von der Aufgabe bis zur Zustellung verläuft.

Das Engagement der Post beim **WIENER TÖCHTERTAG** zeigt, dass Vielfalt bei der Post gelebte Praxis ist. Und die beginnt schon früh: 19 Mädchen haben im April 2016 einen Tag bei der Post verbracht. Die Initiative will Mädchen vor der Berufswahl motivieren, neue und für sie teilweise auch ungewöhnliche Ausbildungsberufe zu wählen. Die Schülerinnen konnten den Mitarbeitern im Briefzentrum, im Paketzentrum und in der Güterbeförderung über die Schulter schauen und beim Abschlusswettbewerb dann beim Kartieren von Testbriefen ihre Genauigkeit und Schnelligkeit unter Beweis stellen und tolle Preise gewinnen.

Um Kindern die Post spielerisch näherzubringen, entwickelte die Post die „**MINI-POST-STATIONEN**“. Hier können Kinder alles nachspielen, was auch in einer echten Postfiliale geschieht: sortieren, stempeln, zeichnen, verpacken, transportieren und versenden. Im Rahmen eines Gewinnspiels konnten Kindergärten drei solcher Stationen plus 1.000 EUR für den Kindergarten gewinnen. Dazu sollten die Kinder ihre selbst gestalteten Briefmarken zum Thema Post einsenden. Die Idee kam gut an: Über 1.000 Kindergartengruppen hatten sich angemeldet, im Herbst wurden drei Gewinner gekürt.

Unter dem Titel „**DIE POST MACHT SCHULE**“ verschenkt die Post 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.

### ENGAGEMENT FÜR DIE KULTUR

Die „**POST-KULTURVEREINE**“ (sieben Post-Musikkapellen und zwei Chöre in ganz Österreich) haben rund 400 Mitglieder. Darunter sind auch viele Postler, aber nicht ausschließlich: Auch andere Musikbegeisterte können mitmachen. 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.

**Der Erhalt der Gesundheit und der Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter ist ein zentrales Anliegen der Post. Zum einen, weil die Post ihre Verantwortung als Arbeitgeber auch über ein gutes Betriebsklima, Weiterbildungsmöglichkeiten und faire Entlohnung hinaus wahrnehmen möchte. Zum anderen, weil die Post Gesundheitsförderung als Ausdruck von Wertschätzung gegenüber ihren Beschäftigten und deren Leistung sieht.**

**Deshalb hat die Post auch 2016 ihr Gesundheitsmanagement weitergeführt und um neue Maßnahmen ergänzt. Sie unterstützt ihre Mitarbeiter durch präventive Maßnahmen und Beratung, aber auch durch das Angebot von Übungen, die Mitarbeiter direkt in ihrem Büro machen können, oder durch die Förderung von verschiedenen Laufevents.**

**DIE POST. PROAKTIV FÜR DIE MITARBEITER.**



**PRO AKTIV**  
für die Mitarbeiter

# MITARBEITER



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

# Was morgen wichtig ist

**Die Fähigkeiten der Mitarbeiter und ihre Bereitschaft, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, ermöglichen der Post, bestmögliche Leistung für ihre Kunden zu erbringen und ihre führende Stellung im Markt zu halten und weiter auszubauen.**

DISCLOSURE  
102-15  
103-2

## TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

Die Post ist ein Dienstleistungsunternehmen, deshalb beruht der Erfolg des Unternehmens ganz wesentlich auf den Fähigkeiten, der Motivation und dem Engagement der Mitarbeiter. Die sich verändernden Märkte und Rahmenbedingungen machen eine ständige Weiterentwicklung erforderlich – des Unternehmens als Ganzes, seiner Produkte und Leistungen, aber auch der Mitarbeiter.

Zum Beispiel bringen die veränderten Kundenbedürfnisse, die sich durch die Digitalisierung, den demografischen Wandel sowie die zunehmende Mobilität und Flexibilität der Kunden ergeben, auch neue Anforderungen an die Mitarbeiter mit sich. Nur mit qualifizierten Mitarbeitern, die die Weiterentwicklung des Unternehmens sowie die Innovation neuer Leistungen aktiv mitgestalten, ist die Post in der Lage, den veränderten Service- und Qualitätsansprüchen gerecht zu werden.

Die Digitalisierung wirkt sich nicht nur durch die veränderten Kundenbedürfnisse auf die Mitarbeiter aus. Auch in ihrem Arbeitsalltag spüren die Mitarbeiter ihre Auswirkungen: Veränderte Prozesse und Arbeitsabläufe erfordern neue Denkweisen und Kompetenzen. Hieraus ergeben sich besonders im Bereich der Führungskräfteentwicklung und Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter neue Anforderungen, auf die sich die Post als einer der größten Arbeitgeber des Landes einstellen muss.

Aber auch die Ansprüche der Mitarbeiter verändern sich: Die Attraktivität eines Unternehmens als Arbeitgeber spielt heute eine viel wichtigere Rolle als früher. Zusatzleistungen, die das Unternehmen neben dem Gehalt bietet, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, durch die sich der Mitarbeiter fachlich wie persönlich entwickeln kann, sowie Modelle, die ihm ermöglichen, Berufliches und Privates gut miteinander zu vereinbaren, sind hier von Bedeutung.

Um gut ausgebildete, engagierte Mitarbeiter zu halten, ist ihre Bindung an das Unternehmen eine Aufgabe, mit der auch die Post konfrontiert ist.

Die wesentlichen Trends und Herausforderungen, denen die Post im Bereich Mitarbeiter gegenübersteht, lassen sich wie folgt zusammenfassen:

## MEGATRENDS, DIE DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH MITARBEITER BEEINFLUSSEN

### DEMOGRAFISCHER WANDEL – ERHALT DER BESCHÄFTIGUNGSFÄHIGKEIT

Arbeiten bis ins hohe Alter erfordert zielgruppengerechtes Training und Gesundheitsprogramme.

### STEIGENDE KOMPLEXITÄT DER TÄTIGKEITEN – ANGEBOT AN WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN

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

### EFFIZIENZDRUCK – SOZIALVERTRÄGLICHKEIT DER ANPASSUNGEN

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

### AUTOMATISIERUNG – MINIMIERUNG VON UNFALLRISIKEN UND SCHUTZ DER MITARBEITER

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

### WORK-LIFE-BALANCE – STEIGERUNG DER MOTIVATION UND MITARBEITERBINDUNG

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



# Was die Post heute schon unternimmt

Dem Personalmanagement der Post als Dienstleistungsunternehmen kommt eine besondere Bedeutung zu, denn mit seinen Maßnahmen trägt es entscheidend zum Erfolg und der Zukunftsfähigkeit des Unternehmens bei. In diesem Zusammenhang spielen ein gutes Arbeitsumfeld, attraktive Karrieremöglichkeiten, Arbeitssicherheit und betriebliche Gesundheitsförderung eine wesentliche Rolle. Denn: Zufriedene und gesunde Mitarbeiter, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sind motivierter und bringen die beste Leistung für das Unternehmen.

DISCLOSURE  
103-2

## — MANAGEMENTANSATZ DER POST

In einem Umfeld, das so stark von Veränderungen und Wandel geprägt ist, sind klare gemeinsame Visionen und Wertvorstellungen für Mitarbeiter wichtig, um zielorientiert und nachhaltig handeln zu können. Das Leitbild ist die Grundlage des Handelns der Post und bildet die Basis einer Unternehmenskultur, die von Respekt, Offenheit, Vertrauen und Wertschätzung geprägt ist. Die Förderung der Unternehmens- und Führungskultur ist ein zentrales Anliegen der Personalarbeit der Österreichischen Post und wird durch zahlreiche Maßnahmen aktiv unterstützt.

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:

DISCLOSURE  
103-1

## WESENTLICHE THEMEN IM BEREICH MITARBEITER

UNTERNEHMENSKULTUR ENTWICKELN

---

ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ SICHERSTELLEN

---

AUS- UND WEITERBILDUNG ANBIETEN

---

VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT SCHAFFEN

---

DISCLOSURE  
102-7  
102-8

Als einer der größten Arbeitgeber des Landes trägt die Post eine besondere Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern. Die Belegschaft der Österreichischen Post AG bestand im Jahr 2016 aus durchschnittlich 17.448 Personen (Jahresmittelwert; Vollzeitäquivalente). Von diesen waren im Berichtsjahr 7.642 beamtet, 9.582 in einem Angestelltendienstverhältnis. 69 waren als Lehrlinge und 225 als Aushilfskräfte (Urlaubersatzkräfte mit einer Beschäftigungszeit von bis zu maximal zwölf Wochen) tätig. Alle Mitarbeiter (98,7%) bis auf die Aushilfs- bzw. Urlaubersatzkräfte (1,3%) unterliegen einem österreichischen Kollektivvertrag. Die Aushilfs- bzw. Urlaubersatzkräfte unterliegen gemäß Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) den Bestimmungen des Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuches (ABGB).

DISCLOSURE  
102-41  
SDG  
8

Detaillierte Informationen zur Belegschaftsstruktur finden Sie im Abschnitt Facts & Figures ab S. 120.

 S. 120 ff.

Die Sicherheit und Gesundheit sowie der Erhalt der Arbeitsfähigkeit aller Mitarbeiter haben für die Post höchste Priorität. Die Post bietet eine Reihe von Maßnahmen, Initiativen und Schulungen zu Themen wie Arbeitssicherheit, Unfallprävention, Gesundheitsschutz und gesunde Ernährung.

Gemäß dem Leitsatz „Wir alle sind die Post“ soll jeder einzelne Mitarbeiter die Möglichkeit haben, sich mit seinen Kompetenzen und Fähigkeiten einzubringen und die Zukunft der Post aktiv mitzugestalten. Nur so kann die Post die Weiterentwicklung des Unternehmens und seiner Leistungen in Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen sicherstellen, denn die hohe Qualität der Serviceleistungen und Produkte resultiert aus dem Einsatz, dem Können und der Innovationskraft der Mitarbeiter.

Um für ihre Mitarbeiter zuverlässige Zukunftsperspektiven zu schaffen und sie für die Anforderungen ihrer jeweiligen Tätigkeiten bestmöglich zu qualifizieren und zu fördern, hat die Post Weiterbildung in allen Unternehmensbereichen einen hohen Stellenwert. Die Mitarbeiter, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, unterstützt die Post über die Plattform „Post-Arbeitsmarkt“, die den Mitarbeitern neue Möglichkeiten innerhalb, aber auch außerhalb des Unternehmens bietet.

Um die Vereinbarkeit unterschiedlicher Lebensbereiche zu verbessern, hat die Post das Audit „berufundfamilie“ des Familienministeriums gestartet. Ziel des Audits ist es, eine familienbewusste Personalpolitik zu etablieren und kontinuierlich weiterzuentwickeln und so die Vereinbarkeit von familiären und beruflichen Verpflichtungen zu ermöglichen.

Diversity in der Belegschaft sieht die Post als große Stärke, denn sie ermöglicht unterschiedliche Sichtweisen und Denkansätze und belebt die Unternehmenskultur. Deshalb fördert die Post Vielfalt im Unternehmen und tritt Vorurteilen und jeglicher Art von Diskriminierung entschlossen entgegen.

Die Zufriedenheit der Mitarbeiter sowie ihre zentralen Anliegen, wie der Arbeitsalltag verbessert werden könnte, ermittelt die Österreichische Post über eine regelmäßige Mitarbeiterbefragung. Die Möglichkeit, sich einzubringen und aktiv mitzugestalten, trägt entscheidend zur Motivation und zum Engagement der Mitarbeiter bei – davon ist die Post überzeugt. Die Erkenntnisse aus der Befragung dienen als Ausgangspunkt für die Entwicklung weiterer Verbesserungsmaßnahmen mit dem Ziel, die Zufriedenheit der Mitarbeiter im Unternehmen kontinuierlich zu steigern. Die nächste Mitarbeiterbefragung findet 2017 statt.

DISCLOSURE  
103-3

## — ERREICHTES 2016 UND ZIELE 2017

Um keine Entwicklungen zu verpassen und auf Veränderungen zeitnah reagieren zu können, überprüft die Post die Schwerpunkte und Maßnahmen ihrer Personalarbeit regelmäßig. Zum einen gibt eine regelmäßig stattfindende Mitarbeiterbefragung Aufschluss über die Themen, die die Mitarbeiter als wichtig erachten, zum anderen wurden die Kernthemen aber auch im Rahmen der Materialitätsanalyse überprüft – und bestätigt.

Zur Steuerung und Kontrolle hat die Post Hauptziele, Subziele und Maßnahmen definiert. Im Rahmen der Überarbeitung des Nachhaltigkeitsprogramms wurden die folgenden beiden Hauptziele festgelegt:

### **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, unter 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.

**AUF GESUNDHEIT UND SICHERHEIT ACHTEN**

Auch wenn die Mitarbeiter natürlich selbst gefordert sind, wenn es um den Erhalt ihrer Gesundheit geht, unterstützt sie die Post 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 Subziele stellten sich 2016 bzw. 2017 wie folgt dar:

SUBZIELE FÜR 2016	ERREICHT 2016	SUBZIELE VORGENOMMEN FÜR 2017
<b>UNTERNEHMENS- UND FÜHRUNGSKULTUR FÖRDERN</b>		
<b>Führungsakademie</b> Durchführung von Schulungen und Seminaren im Ausmaß von mindestens <b>1.500</b> Personentagen	Es fanden Schulungen und Seminare im Rahmen der Führungsakademie im Ausmaß von 1.428 Personentagen und im Rahmen der Gebiets- und Teamleiter Ausbildung im Ausmaß von 843 Personentagen, insgesamt im Ausmaß von <b>2.271</b> Personentagen statt.	Durchführung von Schulungen und Seminaren für Führungskräfte im Ausmaß von mindestens <b>1.500</b> Personentagen
<b>Ein Tag beim Kunden</b> Teilnahme von mindestens <b>250</b> Führungskräften	<b>359</b> Teilnehmer nahmen am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil.	Teilnahme von mindestens <b>250</b> Führungskräften
<b>Audit „berufundfamilie“</b> Abschluss der Auditierung und Start des Re-Audits	Re-Audit durchgeführt. Im Herbst 2016 wurde die Post erneut mit dem Gütezeichen Audit berufundfamilie ausgezeichnet und für drei weitere Jahre zertifiziert.	Weiterführung des Re-Audits
		<b>Mitarbeiterbefragung</b> Durchführung einer Mitarbeiterbefragung im Jahr 2017
<b>AUF GESUNDHEIT UND SICHERHEIT ACHTEN</b>		
<b>Herzratenvariabilitätsanalysen</b> Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens drei Dienststellen	<b>189</b> Herzratenvariabilitätsanalysen wurden an <b>zwölf</b> Dienstorten durchgeführt.	Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens Fünf Dienststellen
<b>Gesundheitsberatung und Gesundheitstage</b> Durchführung von mindestens 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen	Es wurden rund <b>1.340</b> Gesundheitsberatungen und <b>sechs</b> Gesundheitstage durchgeführt.	Durchführung von mindestens 800 Gesundheitsberatungen und zehn Gesundheitstagen
<b>Entwicklung und Weiterführung von Gesundheitsprojekten</b> „Gesundes Herz und Du“, Rückenschule, Ersthelferausbildung für Führungskräfte	„Gesundes Herz und Du“ wurde weitergeführt. Die Projekte Rückenschule und Ersthelferausbildung für Führungskräfte wurden umgesetzt.	„Gesundes Herz und Du“, Ersthelferausbildung für Führungskräfte, gesundes Heben und Tragen, Raucherseminare, gesunde Ernährung
<b>Evaluierung psychischer Fehlbelastungen</b> Datenevaluierung für die Bereiche Filialen und Zustellbasen	Datenevaluierung für die Bereiche Filialen und Zustellbasen abgeschlossen.	Maßnahmenableitung für die Bereiche Filialen und Zustellbasen; Datenevaluierung für die Bereiche Verteilzentren/Zustellbasen Paketlogistik Österreich



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

# Fit für die Zukunft

**Wirtschaftlicher Erfolg bedeutet heute vor allem eines: Unternehmen und Mitarbeiter müssen sich laufend weiterentwickeln und sich ständig an neue Gegebenheiten anpassen können. Gerade in einem Unternehmen, das umfassenden Veränderungen ausgesetzt ist, ist es wichtig, dass Unternehmenskultur und Arbeitsumfeld so gestaltet sind, dass sie die Mitarbeiter zu Kreativität und Innovation motivieren und die Umsetzung neuer Ideen unterstützen.**

## — UNTERNEHMENS- UND FÜHRUNGSKULTUR

Um ein gutes Betriebsklima und leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, wurden auf Grundlage des Unternehmensleitbildes Führungsleitlinien erarbeitet. Sie sollen dazu beitragen, die Unternehmens- und Führungskultur kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Die Etablierung einer offenen und modernen Unternehmens- und Führungskultur ist für die Post von hoher Wichtigkeit, um die Mitarbeiter in die Veränderungsprozesse aktiv einzubinden und sie mitzunehmen. Denn: Nur mit einer gemeinsamen Vision und klaren Wertvorstellungen ist zielorientiertes und nachhaltiges Handeln möglich.

Um sich für die Zukunft gut aufzustellen, hat die Post im Jahr 2010 einen Kulturwandel initiiert und mit einem neuen Leitbild den Grundstein dafür gelegt. Die drei Wertekategorien Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit sowie Kommunikation und Wertschätzung und je ein zentraler Leitsatz liefern Klarheit und Orientierung, welche Werte das Handeln eines jeden Mitarbeiters prägen sollen und über welche Werte die Strategie umgesetzt wird. Durch eine Vielzahl von Maßnahmen werden die Leitsätze in der täglichen Arbeit aller Mitarbeiter umgesetzt und verankert.

Den Führungskräften kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, denn sie agieren in diesem Prozess wie Lotsen. Ihre Aufgabe ist es, leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen, in denen sich Mitarbeiter optimal entfalten können, Potenziale zu erkennen und diese individuell zu fördern.

Damit die Lotsen eine einheitliche Richtung für ihre Mitarbeiter vorgeben können, benötigen sie ein gemeinsames Führungsverständnis. Die Basis dafür bilden die Führungsleitlinien der Post mit ihren vier Leitwerten „Verantwortung übernehmen“, „Orientierung geben“, „Zusammenarbeit fördern“ sowie „Vertrauen schaffen“.

### FÖRDERUNG DER FÜHRUNGSKULTUR DURCH FÜHRUNGSKRÄFTETRAININGS

Seit 2012 werden Führungskräfte in der Post-eigenen Führungsakademie mit auf ihre Aufgaben maßgeschneiderten Angeboten regelmäßig geschult. Die Trainings im Rahmen des langfristig angelegten Weiterbildungsprogramms unterstützen Führungs- und Schlüsselkräfte bei der Umsetzung der Führungsleitlinien in die tägliche Arbeitspraxis.

In verschiedenen Modulen und mithilfe speziell ausgebildeter Coaches wird Führungskompetenz vermittelt und die individuelle Persönlichkeitsentwicklung gefördert. Im Jahr 2016 nahmen 485 Führungskräfte an der Führungsakademie teil, ebenso erhielten insgesamt 191 Gebiets- bzw. Teamleiter entsprechende Führungstrainings. Die zielgruppengerechten Programme zur Weiterentwicklung der Führungskräfte werden 2017 fortgesetzt.

### EIN TAG BEIM KUNDEN

Zu den erfolgreichsten Maßnahmen zur Schärfung des Führungsverständnisses zählt der jährlich stattfindende „Tag beim Kunden“. Im Jahr 2016 hatten erneut 359 Führungskräfte die Gelegenheit, einen Tag lang Einblick in die tägliche Arbeit von Kollegen in der Brief- und Paketzustellung, in den Filialen und im Kundenservice-Center sowie in den Tochterfirmen Systemlogistik und feibra zu erhalten. So 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.

DISCLOSURE  
102-43

### DIALOG MIT DEN MITARBEITERN

Die Unternehmens- und Führungskultur drückt sich auch in dem offenen Dialog aus, den die Post mit ihren Mitarbeitern pflegt. Er beruht auf Respekt, Wertschätzung, Ehrlichkeit und Vertrauen – das beinhaltet auch, dass die Post ihre Mitarbeiter zeitnah und regelmäßig über wesentliche Entwicklungen und Veränderungen im Unternehmen informiert, zum Beispiel im Rahmen von Post-Gesprächen, Abteilungs- und Teambesprechungen oder auch in Einzelgesprächen.

### ZUSATZLEISTUNGEN FÜR MITARBEITER

Darüber hinaus gewährt die Post ihren Mitarbeitern eine Reihe von Zusatzleistungen, die allen Mitarbeitern, unabhängig von Alter, Geschlecht und Beschäftigungsart, also auch teilzeitbeschäftigten Mitarbeitern, zur Verfügung stehen.

### Beteiligung am Unternehmenserfolg

Neben einheitlichen Führungsleitlinien und einer offenen Kommunikationskultur gehört aus Sicht der Post zu motivierenden und leistungsfördernden Arbeitsbedingungen auch, die Mitarbeiter am Unternehmenserfolg teilhaben zu lassen. Die Post ist eines der wenigen Unternehmen Österreichs, die ihre Mitarbeiter am Unternehmenserfolg beteiligen – und das seit über zehn Jahren. So zahlt das Unternehmen seinen Mitarbeitern freiwillig eine EBIT-Prämie sowie eine Sonderprämie aus. Für das Geschäftsjahr 2016 lag die EBIT-Prämie bei 818 EUR brutto, die Sonderprämie lag bei 35 EUR. Teilbeschäftigte Mitarbeiter erhalten einen entsprechend aliquotierten Betrag.

DISCLOSURE  
401-2

### post.sozial:

#### Maßgeschneiderte Sozialleistungen für die Mitarbeiter der Post

2005 wurde mittels Betriebsvereinbarung mit dem Vorstand der Österreichischen Post AG und dem Zentralbetriebsrat nach dem Vereinsgesetz der Verein post.sozial gegründet. Er spiegelt 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.

Das Leistungsangebot reicht von finanzieller Unterstützung bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen über vergünstigte Eintrittskarten zu Kultur- und Sportveranstaltungen bis hin zu kostengünstigen Urlaubsangeboten und Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit. Zusätzlich unterstützt post.sozial Gesundheitsmaßnahmen und Freizeitaktivitäten, die der Krankheitsprävention dienen.

So konnte post.sozial im Jahr 2016 im Bereich helfens.wert Anspruchsberechtigte mit insgesamt 757.300 EUR bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen finanziell unterstützen. Zudem wurden im Jahr 2016 über 380.000 Essensbons-Blätter im Wert von 4,076 Mio EUR an die Mitarbeiter der Österreichischen Post AG ausgefolgt. Zu 171 sehens.wert(en) Veranstaltungen konnten 22.297 Tickets um mindestens 20 % günstiger erworben werden.

Im Jahr 2016 wurden in den zahlreichen fair.reisen-Destinationen insgesamt 54.970 erholsame Urlaubsnächte verbracht.

63 postler.kids haben ein Kinderferiencamp über post.sozial besucht. Durch eine neue Kooperation mit JUFA konnte der Verein im Jahr 2016 zusammen mit den bestehenden Kooperationen insgesamt elf unterschiedliche Angebote (mit oder ohne Nächtigungen) über die gesamten Sommerferien anbieten. post.sozial stützt den Preis der Camps finanziell: Durchschnittlich ist der Preis um ca. 50 % billiger. Für mitreisende Geschwisterkinder wird der Preis sogar um ca. 75 % gestützt.

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.

Insgesamt machen die Zuwendungen die Höhe von durchschnittlich 1 % der Lohnsumme der Österreichischen Post und ihrer Tochterunternehmen aus. Für 2016 beliefen sie sich auf 6,44 Mio EUR. Der Verein wird auch durch Spenden Dritter unterstützt.



KENNZAHLEN POST.SOZIAL 2016

**POST.SOZIAL**  
**6,44**  
 Mio EUR materielle Mittel gesamt

**HELFENS.WERT**  
**757.300**  
 EUR ausbezahlte Unterstützungsbeiträge

**FAIR.REISEN**  
**54.970**  
 Nächtigungen

**SEHENS.WERT**  
**22.297**  
 vergünstigte Eintrittskarten

**HELFENS.WERT**  
**4,076**  
 Mio EUR (Wert der Essensbons)

**SEHENS.WERT**  
**171**  
 angebotene Veranstaltungen

## — GESUNDHEITSMANAGEMENT UND ARBEITSSICHERHEIT

Nur gesunde Mitarbeiter sind in der Lage, bestmögliche Leistung zu erbringen und zur Weiterentwicklung des Unternehmens und der Zufriedenheit aktiv beizutragen. Deshalb legt die Österreichische Post größten Wert darauf, ihren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld zu bieten, in dem sie bei der Ausübung ihrer Tätigkeit vor Risiken und Gefahren geschützt sind. Darüber hinaus will die Post die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeiter erhalten und fördern.

Die Wichtigkeit der Themen Gesundheit und Sicherheit hat die Post auch in ihrem Leitbild festgeschrieben. Insbesondere den Führungskräften kommt in diesem Zusammenhang eine Verantwortung und Vorbildwirkung zu. Die Post betrachtet es als Führungsaufgabe, die Einhaltung aller den Schutz ihrer Mitarbeiter betreffenden gesetzlichen Bestimmungen zu gewährleisten. Aus diesem Grund hat der Vorstand beschlossen, dass jede Führungskraft im Unternehmen zum Ersthelfer ernannt wird und eine entsprechende Ausbildung erhalten soll.

### GESUNDHEITSMANAGEMENT - PRÄVENTIVE MASSNAHMEN UND BERATUNG IM FOKUS

Im Rahmen ihres Gesundheitsmanagements bietet die Post laufend an verschiedenen Standorten präventive Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung der Gesundheit und Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter, wie zum Beispiel Impfungen, Raucherentwöhnungen und augenmedizinische Untersuchungen. Zusätzlich finden regelmäßig Gesundheitsberatungen und Gesundheitstage statt.

#### Aktion „Gesundes Herz und Du“

Im Rahmen des Gesundheitsmanagements stand im Jahr 2016 die Weiterentwicklung des Projekts „Gesundes Herz und Du“ zur Prävention von Herzkrankheiten im Fokus. An rund 188 Standorten boten die Arbeitsmediziner der Post Gesundheitsberatungen an. Mitarbeiter konnten 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 2.000 Mitarbeiter, etwa 1.340 nahmen an den Gesundheitsberatungen teil.

#### Stressmanagement und Herzratenvariabilitätsanalysen

Im Rahmen des Projekts „Stressverarbeitungsscheck zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz“ hatten Mitarbeiter auch 2016 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 189 Herzratenvariabilitätsanalysen an zwölf Dienstorten durchgeführt.

#### Gesundheitstage

An sechs Standorten wurden zusätzlich zu den Gesundheitsberatungen Gesundheitstage angeboten. Dort konnten Mitarbeiter begleitet von externen Gesundheitsberatern unter anderem Hörfähigkeit und Lungenfunktion testen und mittels Body Composition Analyzer die Fett- und Muskelmasse sowie den Wassergehalt des Körpers ermitteln lassen. Darüber hinaus gab es an diesen Tagen umfassende Informationen zu gesunder Ernährung, Entspannung mit Sessel-Shiatsu und Biofeedback. Die Gesundheitstage werden von den Mitarbeitern mit großem Interesse wahrgenommen: Insgesamt wurden die verschiedenen Services mehr als 940 Mal frequentiert.

#### Fit im Büro

Anders als die Arbeit der Zusteller bringt die Büroarbeit meist langes Sitzen und zu wenig Bewegung mit sich. Deshalb rief die Post im Jahr 2016 die Initiative „Fit im Büro“ ins Leben. Das Ziel: Schmerzhaften Verspannungen und Rückenleiden vorbeugen und die Mitarbeiter zu kleinen, aber hilfreichen Übungen direkt an ihrem Arbeitsplatz motivieren.

Mit dem Rückentrainer Andy Fumolo wurden 51 Übungen entwickelt, die im Sitzen oder Stehen und in der alltäglichen Businesskleidung ausgeführt werden können. Diese Übungen wurden mit Damen und Herren aus der Post-Belegschaft auf Video festgehalten und können im Intranet abgerufen werden. Im Jahr 2016 wurden die Videos mehr als 4.450 Mal angeklickt.

**Förderung des sportlichen Engagements**

Laufen hält fit und ist gerade für die Mitarbeiter in den Büros ein guter Ausgleich zu ihrer Schreibtischarbeit. Um die Mitarbeiter in ihrer sportlichen Betätigung zu unterstützen, beteiligt sie die Post und post.sozial durch die Übernahme der Anmeldegebühr für verschiedene Laufveranstaltungen und eigene Post-Laufbekleidung.

Ein Angebot, das bei den Mitarbeitern gut ankommt: Insgesamt 3.902 Post-Mitarbeiter nahmen 2016 an 17 Laufevents in ganz Österreich teil. Die meisten Post-Teilnehmer hatte der Vienna City Marathon: 642 Kollegen nahmen 2016 daran teil – 110 Marathonläufer, 389 Halbmarathonläufer und 143 Staffelläufer. Beim Österreichischen Frauenlauf im Wiener Prater gingen 150 sportliche Postlerinnen an den Start. Stark gestiegen ist 2016 die Zahl der Teilnehmer am Graz Marathon: Insgesamt 380 Postler nahmen teil.

2016 wurde eine Kooperation mit zwei post.sozial Ferienhäusern (Bad Mitterndorf und Bad Ischl) neu in das Sportunterstützungsprogramm der Post aufgenommen, in deren Rahmen Laufpackages angeboten wurden: Diese beinhalteten Nächtigung, die Startgebühr (für entweder den Wolfgangsee-Lauf oder den Narzissen-Lauf), Shuttle-Service zum Start sowie ein Läuferfrühstück.

Diese Art von Laufangebot wird die Post auch 2017 wieder anbieten und mit dem Ferienhaus Strobl am Wolfgangsee erweitern.

**Evaluierung psychischer Belastungen**

Zudem hat die Post 2016 mit einer vertiefenden Evaluierung psychischer Belastungen begonnen. Mitarbeitergruppen wurden repräsentativ für unterschiedliche Tätigkeitsbereiche (z.B. Universalschalterdienst, Zustellung zu Fuß oder per Moped) gebildet und die gruppenspezifischen Belastungen erhoben. Es wurden zahlreiche Workshops im Filialnetz und in den Zustellbasen der Division Brief, Werbepost & Filialen abgehalten.

**GESUNDHEITSMANAGEMENT 2016 AUF EINEN BLICK**



**GESUNDHEITSTAGE**

**6**

Gesundheitstage

mit etwa

**940**

Teilnehmern wurden an verschiedenen Standorten durchgeführt



**GESUNDHEITSBERATUNGEN**

**188**

Standorte boten Gesundheitsberatungen

für etwa

**1.340**

Teilnehmer an



**PRÄVENTION**

**1.416**

Impfungen (davon ca. 860 Grippeimpfungen)

**164**

Untersuchungen des Sehvermögens

### ARBEITSSICHERHEIT 2016 AUF EINEN BLICK



#### AUSSCHÜSSE

# 24

Arbeitsschutz-  
ausschüsse



#### TRAININGS

# 195

Trainings

# 9

Brandschutzübungen



#### BEGEHUNGEN

# 3.539

Arbeitsstättenbegehungen

# 586

Evaluierungen

### ARBEITSSICHERHEIT - FEST VERANKERT IM UNTERNEHMEN

Der Arbeitssicherheit kommt bei der Post eine große Bedeutung zu. Die Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter zu fördern und sie dabei zu unterstützen, ist ein großes Anliegen und betrifft alle. Bei der täglichen Arbeit bedienen die Post-Mitarbeiter Gerätschaften, Maschinen, Anlagen und Fahrzeuge. Entsprechende körperliche und geistige Fähigkeiten werden vorausgesetzt und gilt es zu erhalten.

Aufgrund der hohen Bedeutung der Arbeitssicherheit ist sie bei der Post auch organisatorisch fest verankert: Arbeitssicherheit wird bei der Post in formellen Arbeitsschutzausschüssen behandelt, 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 Umsetzung der Maßnahmen 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 gesetzlichen 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 die Gewerkschaft und 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).

### RISIKOMINIMIERUNG UND SCHULUNGEN IM FOKUS DES ARBEITSSCHUTZES

Viele Maßnahmen der Post zielen darauf ab, das Bewusstsein der Mitarbeiter für potenzielle Gefahren zu schärfen – zu ihrem eigenen Schutz, aber auch zum Schutz ihrer Kollegen. Vor Aufnahme der Tätigkeit sowie in regelmäßigen Abständen werden mit Unterweisungen und Schulungen die Mitarbeiter zu möglichen Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen informiert und sensibilisiert, sodass sie in der Lage sind, durch richtiges Verhalten Unfällen vorzubeugen. Neue Erkenntnisse und Gefahren werden in diesem Zusammenhang regelmäßig in Begehungen und Evaluierungen erhoben, sodass Vorgesetzten ein aktualisiertes Nachschlagewerk von Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumenten, Merkblättern, Betriebsanweisungen, Bedienungsanleitungen, Dienstanweisungen etc. unterstützend zur Verfügung steht.

DISCLOSURE

403-1

403-4

SDG

8

Alleine 2016 beriet das Team der Präventivfachkräfte bei ca. 3.540 Arbeitsstättenbesuchen die Standortleiter hinsichtlich möglicher Gefährdungen und bezüglich Sicherheit und Schutz der Mitarbeiter, aber auch Kunden der Österreichischen Post AG (z.B. in Postfilialen). Dabei wurden mehr als 580 Evaluierungen an Arbeitsstätten der Österreichischen Post AG durchgeführt. Aus den Ergebnissen wurden Verbesserungsvorschläge und Maßnahmen abgeleitet, wie zum Beispiel bezüglich Arbeitsumgebung und Arbeitsprozessen, die seitens der Arbeitsstättenverantwortlichen umgesetzt werden konnten. Zudem wurden rund 350 Schulungen von Sicherheitsfachkräften und Arbeitsmedizinern durchgeführt, die sich aufteilen in wiederkehrende Unterweisungen nach ASchG § 14 in Zusammenarbeit mit Vorgesetzten sowie in anlassbezogene Schulungen und Unterweisungen wie z.B. nach dem Mutterschutzgesetz, Jugendschutzgesetz, Schulungen nach Unfällen und Schulungen beim Einsatz neuer Arbeitsmittel/Anlagen etc. All diese Maßnahmen spiegeln die organisatorisch festgelegten hohen Standards der Österreichischen Post AG – den Arbeitnehmerschutz betreffend – wider.

**KRANKENSTANDS- UND UNFALLSTATISTIK**

Im Berichtsjahr 2015 wurde ein neues Reporting gemäß International Post Corporation Standard eingeführt, nach dem Unfälle auf dem Weg zur und von der Arbeitsstätte nicht mehr in die Unfallstatistik der Post eingerechnet werden. Die Anzahl der Arbeitsunfälle mit mindestens einem Ausfalltag ist im Jahr 2016 um 1 % von 646 auf 654 gestiegen.

Alle Arbeitsunfälle (auch jene von Leiharbeitskräften) sind umgehend Post-intern zu melden und – falls entsprechende Meldepflicht der Aufsichtsbehörden besteht – Unfallberichte zu erstellen.

Die so dokumentierten Unfallhergänge helfen, die Unfallursachen detailliert zu analysieren und daraus entsprechende Maßnahmen abzuleiten, um solche Unfälle in der Zukunft zu verhüten. Die Zuständigkeiten und Meldeabläufe sind im Detail in der Organisationsvorschrift Nr. 2/2007 „Meldesystem für Arbeits-/Dienstunfälle“ geregelt.

Im Jahr 2016 ereigneten sich 15 Dienstunfälle von Leiharbeitern, woraus eine Unfallohäufigkeit von 5,5 % resultiert.

DISCLOSURE  
403-2  
SDG  
3  
8

DISCLOSURE  
102-48  
403-2  
SDG  
3  
8

**KRANKENSTANDS- UND UNFALLKENNZAHLEN**

	2014	2015	2016
Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK <sup>1</sup> in %)	8,6	<b>8,4</b>	<b>8,9</b>
davon Frauen (in %)	27,1	28,3	35,7
davon Männer (in %)	72,9	71,7	64,3
Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)	11,1	<b>10,1</b>	<b>10,5</b>
davon Frauen	10,5	8,5	8,4
davon Männer	11,3	11,1	11,7
Anzahl der Arbeitsunfälle <sup>2, 3, 4</sup>	727	<b>646</b>	<b>654</b>
davon Frauen	265	241	235
davon Männer	462	405	419
Durchschnittliche (Kalender-)Ausfalltage pro Unfall <sup>2, 3, 4, 7</sup>	20,4	<b>23,4</b>	<b>20,5</b>
davon Frauen	19,5	18,5	19,6
davon Männer	20,9	26,3	21,0
Unfallhäufigkeit <sup>2, 3, 4, 5, 6</sup>	4,0	<b>3,6</b>	<b>3,8</b>
davon Frauen	4,9	4,6	4,6
davon Männer	3,5	3,2	3,4
Todesfälle durch Unfall	1	<b>0</b>	<b>0</b>
davon Männer	1	0	0

<sup>1</sup> VZK = Vollzeitkräfte.  
<sup>2</sup> Seit 2015 neues Reporting gemäß International Post Corporation Standard (Nachkorrektur für 2014).  
<sup>3</sup> Unfälle ab einem Ausfalltag (inkl. Wegeunfällen im Dienst und Bagatellunfällen).  
<sup>4</sup> Nachgemeldete Arbeitsunfälle werden dem tatsächlichen Unfalljahr zugeordnet, sodass jährliche Nachkorrekturen der Vorjahre erforderlich sind.  
<sup>5</sup> Anzahl der Arbeitsunfälle ab einem Ausfalltag inklusive Wegeunfällen im Dienst pro 100 VZK.  
<sup>6</sup> Neue Kennzahlenbezeichnung.  
<sup>7</sup> Es werden die Ausfalltage für Arbeitsunfälle berichtet, die im Berichtsjahr stattgefunden haben, mit Berücksichtigung der Ausfalltage bis zum 31.01. des Folgejahres.

## — 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 und hat zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildungsprogramme etabliert, um das vorhandene Potenzial ihrer rund 17.500 Mitarbeiter zu identifizieren und voll auszuschöpfen und den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern.

### DISCLOSURE

404-2

SDG

8

### INDIVIDUELLE FÖRDERUNG DURCH GEZIELTE AUS- UND WEITERBILDUNG

Die Österreichische Post möchte für ihre Kunden herausragenden Service und innovative Lösungen bieten, um ihre Postgeschäfte noch komfortabler zu gestalten. Dies gelingt der Post aber nur mit qualifizierten und hochmotivierten Mitarbeitern, die die Post mit ihren Fähigkeiten und ihrem Engagement weiterbringen.

Deshalb bietet die Post ihren Mitarbeitern eine Reihe von Möglichkeiten, sich fachlich, aber auch persönlich weiterzuentwickeln. Neben der Führungsakademie wurde 2016 auch die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter intensiv fortgesetzt, die einen wichtigen Schwerpunkt im Personalmanagement der Österreichischen Post darstellt. Dazu gehören Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings in allen Fachbereichen des Unternehmens.

2016 wurden in Summe 1.048 Seminare abgehalten, an denen insgesamt 5.136 Post-Mitarbeiter teilnahmen. Die Teilnehmer waren zu 32,5% Frauen und zu 67,5% Männer. Insgesamt wurden Mitarbeiterinnen durchschnittlich 5,9 Stunden pro Jahr und Mitarbeiter 5 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 100.442 Seminarstunden teil.

### INDIVIDUELLE ENTWICKLUNGSPLANUNG

Einen wichtigen Beitrag zur individuellen Förderung der Mitarbeiter leisten die regelmäßigen Mitarbeitergespräche zwischen Mitarbeitern und deren unmittelbaren Vorgesetzten. Sie helfen, persönliche Arbeitsschwerpunkte und Ziele festzulegen und Unterstützungsmaßnahmen in Form von Aus- und Weiterbildung zu vereinbaren.

Das Mitarbeitergespräch bietet die Möglichkeit, sich auf einer persönlichen Ebene zu begegnen und Vertrauen aufzubauen – damit ist es eine Chance für eine Veränderung der Arbeitsbeziehung.

Das Mitarbeitergespräch verfolgt zwei Ziele: einerseits eine Rückschau – eine „Bilanz“ über die Aufgabenerfüllung und Zusammenarbeit – und andererseits eine Vorschau auf Arbeitsschwerpunkte, Zielvereinbarungen und Unterstützungsmaßnahmen.

Die Führungskräfte sind durch das Personalmanagement angehalten, die Mitarbeitergespräche mindestens einmal jährlich durchzuführen.

### DISCLOSURE

404-1

SDG

4

5

### AUS- UND WEITERBILDUNGSKENNZAHLEN<sup>1</sup>

	2014	2015	2016
Anzahl der Seminare	1.021	932	1.048
Anzahl der Teilnehmer	5.169	5.424	5.136
davon Frauen (in %)	26,4	33,1	32,5
davon Männer (in %)	73,6	66,9	67,5
Personenstunden	100.859	81.500	100.442
Durchschnittliche Personenstunden Frauen pro Jahr	3,8	4,3	5,9
Durchschnittliche Personenstunden Männer pro Jahr	5,7	4,1	5,0

<sup>1</sup> Inklusive nationaler Tochtergesellschaften.

### TALENTMANAGEMENTPROGRAMM

Um Talente bestmöglich zu fördern, startete die Post im Jahr 2014 ein international ausgerichtetes, maßgeschneidertes Talentmanagementprogramm für vielversprechende junge Mitarbeiter aus dem Post-Konzern an der IEDC Bled School of Management in Slowenien. Die High Potentials beschäftigen sich in unterschiedlichen Trainingsmodulen intensiv mit Management- und Führungsthemen und haben die Möglichkeit, im Austausch mit internationalen Vortragenden und Gastrednern ihren Horizont zu erweitern.

So lernen sie andere Sichtweisen kennen und können 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 war es, Führungskräfte von morgen auf ihre herausfordernde Rolle umfassend vorzubereiten. Das Programm wurde im Juni 2016 abgeschlossen.

### TRAINEEPROGRAMM

Im Juni 2016 haben 13 Trainees das Traineeprogramm der Post, das zuletzt im Herbst 2015 gestartet war, erfolgreich abgeschlossen.

Im Rahmen des Traineeprogramms durchliefen die Nachwuchskräfte umfassende Ausbildungsmodule und lernten im Rotationsprinzip die Arbeit unterschiedlicher Abteilungen detailliert kennen.

Verschiedene Seminare ergänzten die Praxisteile des Traineeprogramms. So absolvierten zum Beispiel auch die Trainees – wie die Führungskräfte – das Programm „Ein Tag beim Kunden“. Zudem besuchten sie Verteilzentren und Veranstaltungen wie die Hauptversammlung der Österreichischen Post sowie den Logistikdialog. Das Traineeprogramm mit seinen vielen Facetten hat sich zur Förderung von Talenten bestens bewährt.

Im September 2016 haben zehn neue Trainees ihr Programm in der Post begonnen. Um ihnen den Einstieg in das Programm zu erleichtern, organisierten die ehemaligen Trainees als Abschlussprojekt ihrer Traineezeit für die neuen Trainees ein Teambuilding. Gemeinsam mit den neuen Trainees sind einige Räume im Ferienhaus Bad Mitterndorf für alle Post-Mitarbeiter adaptiert worden. Unter dem Motto „Aktiver Impuls – Kampfkunst“ fand im Rahmen des Teambuilding-Events auch eine Veranstaltung mit erlebnisorientierten Elementen statt.

### LEHRLINGSAUSBILDUNG

Für Jugendliche bietet die Post seit mittlerweile sieben Jahren die „Lehre mit Matura“ an. 2016 nutzten 69 Lehrlinge dieses Angebot. Sie erhielten im Bereich Filialnetz eine spannende Ausbildung in gleich vier Kompetenzfeldern: Bankwesen, Postdienstleistungen, Telekommunikation und Handelswaren. Im Jahr 2017 werden österreichweit weitere 30 Lehrlinge die Chance zu einer 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. Die Österreichische Post siegte zudem bei einer Umfrage der unabhängigen Beratung Uniforce unter 30 Arbeitgebern und erhielt im Jänner 2017 das place-to-perform-Gütesiegel 2016 für Lehrbetriebe. Der vom Institut für Wirtschaftspsychologie der Universität Wien erarbeitete Fragenkatalog bezog sich auf die Arbeitstätigkeit, das soziale Umfeld, die Arbeitsumgebung, Lernaspekte sowie die Zufriedenheit und Motivation.

### KOOPERATION MIT DEM CENTER OF EXCELLENCE

Auch Akademikern bietet die Österreichische Post spannende Tätigkeitsgebiete und vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung. So unterstützt die Post z. B. im Rahmen einer Kooperation mit dem Center of Excellence der Wirtschaftsuniversität Wien angehende Akademiker mit ausgezeichneten Studienleistungen und fördert sie intensiv über einen Zeitraum von zwei Jahren.

Im Oktober 2016 fand ein Semester-Opening in den Räumlichkeiten der Post mit den Studierenden statt, 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.

Im Mittelpunkt standen die Präsentation als Arbeitgeber mit den Möglichkeiten eines Traineeprogramms in der Post sowie die Festlegung des Themas für das Pro-bono-Projekt, das 2017 gemeinsam durchgeführt wird.

#### **KOOPERATION MIT DER DELTA AKADEMIE DER MONTANUNIVERSITÄT LEOBEN**

Im Sommer 2016 startete der Pilotjahrgang der neuen Initiative für Nachwuchsführungskräfte. Die Post unterstützt das Programm, das als hochwertige Zusatzausbildung für ausgewählte Studierende angeboten wird, als Partnerunternehmen.

Die Studierenden werden über ein Auswahlverfahren und definierte Kriterien wie Studienerfolg und Engagement ausgewählt – 23 Studierende sind im ersten Jahrgang an der Delta Akademie gestartet. Im September 2016 hatte die Post die Gelegenheit, sich zu präsentieren und die Studierenden kennenzulernen.

Gemeinsame Netzwerkveranstaltungen fördern die Nähe der Post zu den Studierenden und geben dem Unternehmen darüber hinaus die Möglichkeit, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Aber auch praktisch wird zusammengearbeitet.

Im Rahmen eines realen Unternehmensprojekts erstellen nun drei Studierende unter Anleitung der Paketlogistik Österreich ein Konzept inklusive Business Case für ein geplantes Folgeprojekt.

#### **ÖSTERREICHISCHER VERBAND DER WIRTSCHAFTSINGENIEURE WING**

Der Verein „Österreichischer Verband der Wirtschaftsingenieure WING“ setzt sich aus ca. 1.400 Mitgliedern zusammen: diplomierte Wirtschaftsingenieure und Studierende des Wirtschaftsingenieurwesens sowie Absolventen oder Studierende verwandter technisch-wirtschaftlicher Studienrichtungen. Auch Universitätsassistenten der partnerschaftlich verbundenen Hochschulen sowie Mitglieder von Partnervereinen sind hier dabei.

Die Post hält Kontakt zu den WING-Studierenden an der TU Wien, TU Graz sowie diversen Fachhochschulen mit WING-Studiengängen. Beim 21. Kongress der WirtschaftsINGenieure im Mai 2016 war die Post vertreten. Im Herbst 2016 fand eine Look-in-Veranstaltung in Wien statt, bei der die Post Einblicke in das Unternehmen als Arbeitgeber sowie Informationen über die Informationstechnologie und die digitalisierte Welt der Post geben konnte.

#### **POST-ARBEITSMARKT**

Zunehmender Wettbewerb sowie die Gegebenheiten des Marktes fordern von der Post laufende Effizienzsteigerungen und Anpassungen in der Personalstruktur. In diesen Situationen sieht die Post es als ihre unternehmerische Verantwortung, auf die Veränderungen zu reagieren und entsprechende Maßnahmen zu ergreifen. Dabei legt die Post großen Wert darauf, dass Anpassungen sozialverträglich durchgeführt und aktiv begleitet werden.

Deshalb bietet die Post Mitarbeitern, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, Möglichkeiten zur beruflichen Neuorientierung. Auf der Plattform „Post-Arbeitsmarkt“ können die Mitarbeiter Laufbahnberatung und Berufsorientierung wahrnehmen, dabei helfen ein strukturierter Fragebogen sowie persönliche Beratungsgespräche bei der Erarbeitung eines individuellen Kompetenzprofils.

Darüber hinaus unterstützt die Plattform Mitarbeiter auch bei der Suche nach und der Bewerbung für einen konkreten Arbeitsplatz. Sei es für neu ausgeschriebene Stellen bei der Post – internes Recruiting – oder für Arbeitsplätze außerhalb des Unternehmens.

Der Post-Arbeitsmarkt forciert darüber hinaus auch die Arbeitskräfteüberlassung von Mitarbeitern, die bei der Post ihren Arbeitsplatz verloren haben, an Drittfirmen. In der Praxis spielen auch hier die Eigeninitiative und das Eigeninteresse der Mitarbeiter eine entscheidende Rolle. Die Post hat ein eigenes Reglement für die Arbeitskräfteüberlassung erarbeitet: Die Leasingnehmer vergüten die Arbeitsleistung der verwendeten Post-Mitarbeiter marktkonform, also nach dem jeweils gültigen Branchentarifvertrag. Damit ist auch gewährleistet, dass die überlassenen Arbeitskräfte in den jeweiligen Betrieb vollwertig integriert und für ihre Tätigkeit von dem Leasingpartnerbetrieb ausgebildet werden.

2016 startete die Post eine eigene Schulungsinitiative namens post.qualified, die sich an alle Mitarbeiter wendet, die ihren Arbeitsplatz verloren haben. Dieses Instrument ermöglicht es, die IT-Anwenderqualifikation der Teilnehmer der Schulungsinitiative auf einen zertifizierten Stand zu

bringen, der am externen Arbeitsmarkt gefragt ist. post.qualified wird von ausgebildeten Berufsberatern betreut, die interessierten Mitarbeitern auch individuell passende Schulungen und Kurse vermitteln – zugeschnitten auf ein konkretes Berufsbild.

Der Fokus der Maßnahmen des Post-Arbeitsmarktes liegt auf langfristig tragfähigen Lösungen mit dem Ziel, die Interessen der Mitarbeiter mit jenen der Post als Unternehmen bestmöglich zu vereinen.

**INITIATIVE „POST-MITARBEITER ZU DEN BUNDESMINISTERIEN“**

Ein Erfolgsmodell für den verantwortungsvollen und sozialverträglichen Umgang mit Personalüberkapazitäten ist die Initiative „Post-Mitarbeiter zu den Bundesministerien“: Mit Ende 2016 waren 584 (ehemalige) Postbeamte in anderen Ressorts tätig, der Großteil von ihnen in den Bundesministerien für Inneres, Finanzen, Justiz sowie Bildung und Frauen. Die Zahlen zeigen, dass die Kompetenzen von Post-Mitarbeitern in den Ministerien sehr gefragt sind und ihnen Zugang zu neuen Tätigkeiten mit interessanten beruflichen Perspektiven eröffnen.

**— VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT**

Soziale Vielfalt bringt weiter. Das weiß auch die Post. Im Rahmen ihres Diversity-Managements fördert die Post soziale Vielfalt und nutzt sie konstruktiv. 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.

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.

**CHARTA DER VIELFALT**

Die Österreichische Post legt größten Wert auf Diversität im Unternehmen. Um dies auch nach außen hin deutlich zu machen und ein klares Signal für mehr Toleranz und Fairness zu setzen, hat die Post 2013 die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Damit hat die Post ein deutliches Bekenntnis abgegeben, ein Arbeitsumfeld zu schaffen und zu fördern, das frei von Vorurteilen ist. Unabhängig von Alter, Geschlecht, sexueller Orientierung oder Identität, Nationalität, ethnischer Herkunft, Behinderung, Religion oder Weltanschauung sollen alle Mitarbeiter Wertschätzung, Respekt und Gleichbehandlung erfahren.

**VIELFALT IN ZAHLEN**

In der Österreichischen Post waren 2016 durchschnittlich 17.448 Mitarbeiter beschäftigt. Die Vielfalt bei der Post lässt sich auch in Zahlen ausdrücken:

DISCLOSURE  
405-1  
SDG  
5  
8



**MITARBEITER DER POST**

**1.829**

Mitarbeiter der Post  
stammen aus insgesamt

**86**

verschiedenen Nationen  
(ohne Österreich).

**36**

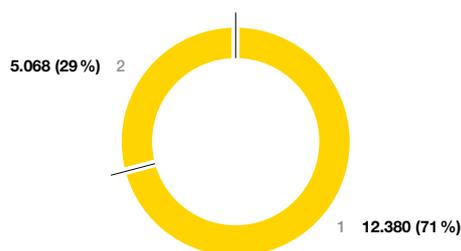
der Post-Führungskräfte  
kommen aus

**12**

Nationen.

### MITARBEITER NACH GESCHLECHT

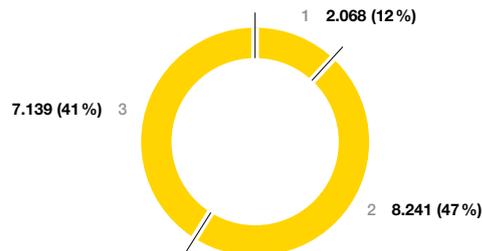
Absolut (in %)



1 – männlich  
2 – weiblich

### MITARBEITER NACH ALTERSGRUPPE

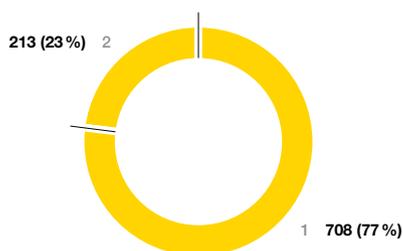
Absolut (in %)



1 – unter 30 Jahre  
2 – 30-50 Jahre  
3 – ab 51 Jahre

### MITARBEITER IN LEITENDEN POSITIONEN NACH GESCHLECHT

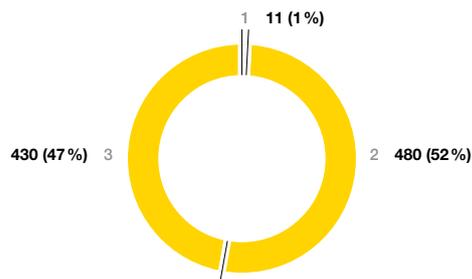
Absolut (in %)



1 – männlich  
2 – weiblich

### MITARBEITER IN LEITENDEN POSITIONEN NACH ALTERSGRUPPE

Absolut (in %)



1 – unter 30 Jahre  
2 – 30-50 Jahre  
3 – ab 51 Jahre

**N** S. 12 ff., 120 ff.

**DISCLOSURE**  
405-1

**F** S. 13-16

Weitere Mitarbeiterkennzahlen finden Sie im Abschnitt Facts & Figures ab S. 120.

Für Informationen zur Diversität im Vorstand und im Aufsichtsrat verweisen wir auf das Kapitel Corporate Governance, S. 12 ff. sowie auf den Finanzbericht 2016, S. 13-16.

#### CHANGEGLEICHHEIT

Chancengleichheit am Arbeitsplatz und Gleichbehandlung von Mitarbeitern ohne Ansehung des Geschlechts sind für die Österreichische Post selbstverständlich. Im Rekrutierungsprozess wird streng auf die Gleichbehandlung von Frauen und Männern geachtet. In zahlreichen Bereichen konnten sich Frauen für die Übernahme von Führungsfunktionen qualifizieren. Im Berichtsjahr 2016 lag der Anteil an weiblichen Führungskräften bei rund 23 %.

#### VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Um die Österreichische Post als Arbeitgeber für Frauen attraktiv zu positionieren, werden vor allem Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie ergriffen und entsprechende Karrieremöglichkeiten geschaffen. Die Post bietet zum Beispiel flexible Arbeitszeitmodelle, Einbindung von karenzierten Mitarbeitern in das interne Informationsnetz sowie eine umfangreiche Informationsplattform zu Themen wie Karenz oder Kinderbetreuung.

Im November 2013 erhielt die Post das bis 2016 gültige Grundzertifikat „berufundfamilie“ des österreichischen Familienministeriums. Im Jahr 2016 wurde die Österreichische Post erneut mit dem Gütezeichen Audit „berufundfamilie“ ausgezeichnet und für drei weitere Jahre zertifiziert.

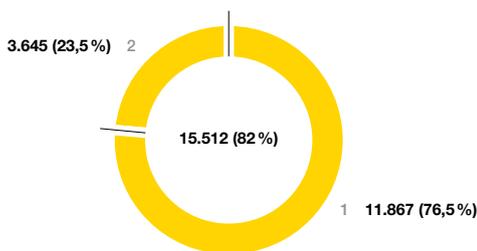
Die Prämierung ist eine Anerkennung für eine Unternehmenskultur, die sich kontinuierlich für die Vereinbarkeit familiärer und beruflicher Verpflichtungen einsetzt und diese stetig verbessert. Der Schwerpunkt für das Re-Audit lag auf der Work-Life-Balance im Sinne des Erhalts der Beschäftigungsfähigkeit.

DISCLOSURE  
102-8  
SDG  
8

**MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSART**

**MITARBEITER  
IN VOLLZEIT**

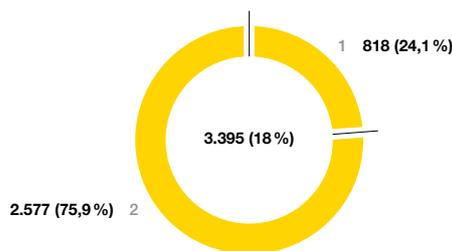
Absolut (in %)



1 - männlich  
2 - weiblich

**MITARBEITER  
IN TEILZEIT**

Absolut (in %)



1 - männlich  
2 - weiblich

**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. 1.226 Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen waren im Jahr 2016 bei der Österreichischen Post beschäftigt. Menschen mit Behinderungen sind in den unterschiedlichsten Positionen tätig – beispielsweise als Führungskräfte, Betriebsräte, Zusteller oder Filialmitarbeiter.

DISCLOSURE  
405-2  
SDG  
5  
8  
10

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, das für alle Mitarbeiter unabhängig vom Geschlecht gleichermaßen gilt. Damit 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 Leitbildwerte der Post geht.



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

**2016 hat die Post ein Umweltmanagementsystem in der größten operativen Einheit, dem Briefzentrum Wien, eingeführt. Seit Ende November 2016 ist es nach ISO 14001:2015 zertifiziert. Die Bedeutung von Umweltschutz und Nachhaltigkeit am Standort in Inzersdorf wurde so noch mal hervorgehoben und in einen geregelten Managementprozess überführt. Der Fokus des Umweltmanagementsystems liegt auf der Verringerung des Energieverbrauchs, sowohl elektrisch als auch thermisch. Die Verbesserung des Umweltmanagementsystems erfolgt durch die jährliche Validierung eines zertifizierten Auditors des TÜV Austria.**

**DIE POST. PROAKTIV FÜR DIE UMWELT.**



**PRO AKTIV**  
für die Umwelt

# UMWELT



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

# Was morgen wichtig ist

**Als Logistikunternehmen kommt der Post gerade im Umweltbereich eine große Verantwortung zu. Um ihr gerecht zu werden, analysiert die Post Entwicklungen und Herausforderungen konsequent und stellt ihren Managementansatz und die Maßnahmen in diesem Bereich auf diesen Kontext ab.**

DISCLOSURE  
102-15  
103-2

## TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN

Im Kampf gegen den Klimawandel hat die EU-Kommission im Juli 2016 den Mitgliedsländern im Zuge der Umsetzung des Pariser Klimaabkommens erstmals nationale Ziele bis 2030 zur Reduzierung von Treibhausgasen vorgegeben. Um wie viel die einzelnen Mitgliedsländer den Schadstoffausstoß bei Verkehr, Gebäuden, Landwirtschaft und Abfallbeseitigung senken müssen, ist abhängig von ihrer Wirtschaftskraft. Österreich soll seine Treibhausgasemissionen bis 2030 im Vergleich zu 2005 um 36 % senken.

Logistik ist ein bedeutender Wachstumsmarkt: Die zunehmende Globalisierung führt dazu, dass der internationale Handel zunimmt, gleichzeitig steigt das Paketaufkommen als Ergebnis des boomenden Online-Handels, sodass die Nachfrage nach Logistikdienstleistungen und innovativen Lösungen zunimmt – Entwicklungen, die auch die Österreichische Post beobachtet und die nicht nur ihren Geschäftserfolg betreffen. Die Logistiklösungen der Post verbinden Menschen, Regionen und Länder, schaffen Arbeitsplätze und generieren Wertschöpfung, sie haben aber auch große Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima – besonders durch den Ausstoß klimawirksamer Treibhausgase wie CO<sub>2</sub>.

Vor diesem Hintergrund ist die Österreichische Post in doppelter Hinsicht gefordert: Als eines der Leitunternehmen des Landes sieht die Post eine besondere Verantwortung für sich, an der Erreichung der Ziele aktiv mitzuwirken und ihren Beitrag zu leisten.

Als größtes Logistikunternehmen des Landes besteht die zentrale Herausforderung darin, klimawirksame Treibhausgase wie CO<sub>2</sub> nicht nur zu reduzieren, sondern sie so weit wie möglich zu vermeiden und so die Umweltauswirkungen weitestgehend zu minimieren.

Darüber hinaus gibt es auch im Umweltbereich Megatrends, die die Post und ihr Geschäft beeinflussen, sowie Herausforderungen, die diese Megatrends mit sich bringen:

## WELCHE MEGATRENDS DAS POSTGESCHÄFT IM BEREICH UMWELT BEEINFLUSSEN

### GLOBALER KLIMAWANDEL – BEEINFLUSSUNG DER ZUSTELLUNGSTÄTIGKEIT

Der Klimawandel sorgt für veränderte Witterungsverhältnisse, wie etwa stärkere Regenfälle, extreme Hitze- und Kälteperioden. Die Post und ihre Mitarbeiter sind diesen direkt ausgesetzt.

### LOKALE IMMISSIONEN – E-MOBILITY UND MODERNER FUHRPARK

Logistische Dienstleistungen müssen punktgenau und termingerecht sein – und sie sollten möglichst wenig Belastungen (Staub, Lärm, NOx) verursachen.

### ENERGIEWENDE UND FOLGEN – ÖKOLOGISIERUNG DES ENERGIEEINKAUFES NOTWENDIG

Die Energiewende zwingt große Logistiker wie die Post dazu, Energie zu sparen und grüne Energie einzukaufen.

### RESSOURCENKNAPPHEIT – ERHÖHUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ NOTWENDIG

Langfristig steigende Preise für Ressourcen erfordern eine ständige Auseinandersetzung damit, ob diese effizient genug eingesetzt werden. Dieses Thema ist insbesondere im Fuhrpark äußerst wichtig.

### URBANISIERUNG – SMART-CITY-LOGISTIKLÖSUNGEN

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

DISCLOSURE  
102-15  
201-2  
SDG  
13

## UMWELTRISIKEN

Gerade in einem so vielfältigen und von natürlichen Ereignissen geprägten Bereich wie der Umwelt sind Risiken nicht auszuschließen. Das Management der Umweltrisiken ist in das konzernweite Risikomanagement eingebettet.

Die Umweltrisiken ergeben sich im Wesentlichen durch natürliche Einflüsse, wie etwa die Folgen des Klimawandels, sowie durch normative Änderungen und wirtschaftliche Einflüsse.

Zum Beispiel können Änderungen und Verschärfungen von Umweltgesetzen mitunter zu hohen Investitionen im Fuhrpark führen, um mit dem Einsatz neuer Technologien Schadstoffemissionen gering halten zu können. Darüber hinaus können höhere Besteuerungen oder steigende Energiekosten durch Ressourcenknappheit zu höheren Kosten führen.

Der Klimawandel und die dadurch bedingten Wettereffekte haben Auswirkungen auf die Infrastruktur in Österreich. Dies kann zu Umwegen, Unterbrechungen und Zeitverlusten im Güter- und Zustellverkehr führen. Falls durch diese Naturkatastrophen die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen über einen bestimmten Zeitraum nicht gewährleistet werden kann, könnten zusätzliche finanzielle Verpflichtungen entstehen.

Im Hinblick auf CO<sub>2e</sub>-Emissionen ergeben sich einerseits durch die Technik und andererseits durch den Emissionshandel Risiken. Dies hat wiederum Einfluss auf die Reputation der Österreichischen Post, die sich im Bereich der Klimapolitik ambitionierte Ziele gesetzt hat. Durch unzuverlässige oder nicht ausgereifte Technik könnte die Modernisierung des Fuhrparks aufgehalten und Klimaziele verfehlt werden. Im Emissionshandel ergibt sich durch eine Preissteigerung der Zertifikate ein finanzielles Risiko.

# Was die Post heute schon unternimmt

Die Post integriert Umweltaktivitäten bereits seit Jahren konsequent in ihr Kerngeschäft, um ihren ökologischen Fußabdruck von Jahr zu Jahr zu verkleinern.

DISCLOSURE  
103-2

## — MANAGEMENTANSATZ DER POST

Die Post trägt als großes Logistikunternehmen eine besondere Verantwortung gegenüber der Umwelt. Dieser will sie mit konzernweiten Umweltleistungen gerecht werden.

Die Umweltleistungen der Post sind auf die wesentlichen Themen, die sich im Dialog mit den Stakeholdern ergeben haben, abgestimmt und darauf ausgerichtet, die Umweltrisiken zu minimieren und die Chancen bestmöglich auszuschöpfen:

DISCLOSURE  
103-1

## WESENTLICHE THEMEN IM BEREICH UMWELT

EMISSIONEN VERMEIDEN UND TRANSPORT ÖKOLOGISIEREN

---

ENERGIE SPAREN

---

BESCHAFFUNG OPTIMIEREN – GREEN PROCUREMENT

---

ABFALL VERMEIDEN BZW. NUTZEN

---

Im Mittelpunkt ihrer Umweltleistungen steht die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT, die die Post 2011 ins Leben gerufen hat mit dem Ziel, ihre Umweltauswirkungen – und hier insbesondere ihre Treibhausgasemissionen – kontinuierlich und weitreichend zu reduzieren.

### DIE INITIATIVE BESTEHT AUS DREI AUFEINANDER ABGESTIMMTEN SCHRITTEN:

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



**N** S. 110 ff.

DISCLOSURE  
102-12

Dass diese Initiative erfolgreich ist, zeigt das Ergebnis: Seit 2011 stellt die Post alle Sendungen innerhalb Österreichs CO<sub>2</sub>-neutral zu. Damit ist sie in diesem Bereich führend in der internationalen Logistikbranche (weitere Informationen ab S. 110).

Darüber hinaus nimmt die Post 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.

Weiters wurde im Jahr 2016 in der größten operativen Einheit, dem Briefzentrum Wien, ein Umweltmanagementsystem eingeführt. Ende November 2016 wurde das Briefzentrum Wien nach der ISO 14001:2015-Norm zertifiziert. Umweltschutz und Nachhaltigkeit haben damit am Standort in Inzersdorf noch mehr an Bedeutung gewonnen und werden nun über einen geregelten Managementprozess in den Prozessen verankert. Die Hauptaugenmerke des Umweltmanagementsystems liegen auf der Verringerung des Energieverbrauchs und der Reduktion des Abfallaufkommens. Die Verbesserung des Umweltmanagementsystems erfolgt durch die jährliche Validierung eines zertifizierten Auditors des TÜV Austria. Auch im Paketzentrum Inzersdorf wurde mit dem Aufbau eines Umweltmanagementsystems begonnen.

Konsequentes Monitoring der CO<sub>2e</sub>-Emissionen sowie bereits eingeleitete Maßnahmen zur Energieeinsparung tragen dazu bei, dass die Post ihre Zielvorgaben im Umweltbereich erreicht und darüber hinaus auch die Energiekosten reduziert.

In ihrer Lieferkette achtet die Post auf die Folgewirkungen ihrer Einkaufsentscheidungen. Deshalb fordert sie die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards über den Verhaltenskodex für Lieferanten sowie den Vendor Integrity Check (siehe S. 27) konsequent ein.

**N** S. 27

DISCLOSURE  
103-3

— ERREICHTES 2016 UND ZIELE 2017

Die Österreichische Post sieht Umweltschutz als kontinuierlichen Prozess. Deshalb evaluiert sie die Schwerpunkte, Ziele und Maßnahmen regelmäßig und passt sie, wenn nötig, an.

Die Post konnte ihre im Rahmen der Geschäftstätigkeit verursachten Emissionen sowie den Energieverbrauch in den vergangenen Jahren deutlich senken. Bereits 2010 erreichte sie ihr 2007 gesetztes Ziel einer CO<sub>2</sub>-Reduktion um 10% – zwei Jahre früher als geplant. Daher setzte sich die Post noch ambitioniertere Ziele: Von 2010 bis 2015 sollte der CO<sub>2</sub>-Ausstoß inklusive externer Frächter sogar um 20% gesenkt werden. Auch dieses Ziel hat die Post erreicht.

Im Jahr 2016 wurde nun ein weiteres Ziel definiert: Ausgehend vom Basisjahr 2013 sollen bis zum Jahr 2025 die Emissionen um weitere 14% verringert werden.

Zur Steuerung und Kontrolle ihrer Umweltleistungen hat die Post Hauptziele, Subziele und Maßnahmen definiert. Diese stellen sich für 2016 und 2017 wie folgt dar:

SUBZIELE FÜR 2016	ERREICHT 2016	SUBZIELE VORGENOMMEN FÜR 2017
<b>KLIMA SCHÜTZEN UND RESSOURCEN SCHONEN</b>		
<b>CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel</b> Erarbeitung eines neuen CO <sub>2</sub> -Reduktionsziels auf Basis der Science Based Targets Initiative	Ein neues Reduktionsziel wurde auf Basis der Science Based Targets Initiative erarbeitet.	Einreichung und Evaluierung des CO <sub>2</sub> -Reduktionsziels auf Basis der Science Based Targets Initiative
<b>CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT</b> Weiterführung der Initiative CO <sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT	Auch 2016 wurden die CO <sub>2</sub> -Emissionen und deren Kompensation von TÜV Austria bestätigt.	Weiterführung der Initiative CO <sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT
<b>E-Mobility</b> Ausbau des E-Fuhrparks auf über 1.300 Fahrzeuge bis Ende 2016	<b>1.387</b> Fahrzeuge waren Ende 2016 im Einsatz.	Ausbau des E-Fuhrparks auf über <b>1.450</b> Fahrzeuge bis Ende 2017
<b>Grünes Wien</b> Fertigstellung des Projekts „Grünes Wien“ bis Ende 2016	Im Jahr 2016 wurde das Projekt „Grünes Wien“ zu 98% fertiggestellt.	Fertigstellung des Projekts „Grünes Wien“ bis Ende 2017
<b>Energieeffizienz</b> Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung	Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung wurden umgesetzt.	Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, thermische Sanierungen und Warmwasserbereitung
<b>Abfall- und Wertstoffmanagement</b> Pilotprojekt zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement	Pilotprojekt zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement wurde durchgeführt.	Ausrollung des Projekts zur Optimierung und Qualitätssicherung beim Abfallmanagement auf 25 Standorte in der Region Ost
<b>UMWELTSENSIBILISIERUNG STÄRKEN</b>		
<b>Umweltmanagementsystem</b> Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001:2015 im Briefzentrum Wien	Umweltmanagementsystem nach ISO 14001:2015 im Briefzentrum Wien wurde implementiert.	Ausweitung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001:2015 im Tochterunternehmen Medien.Zustell GmbH
		<b>Mitarbeitersensibilisierung:</b> Publikation einer Mitarbeiterbroschüre zur Sensibilisierung von Umweltthemen



SCHWERPUNKTTHEMEN

INFORMATIONEN

# Umweltaspekte jederzeit mitdenken

**Die Österreichische Post nimmt ihre Verantwortung als größter Logistikdienstleister des Landes ernst. 9.100 Zusteller stellen jährlich 5,4 Mrd Sendungen an fast viereinhalb Millionen Haushalte und Unternehmen im ganzen Bundesgebiet zu. Auf ihren Zustellwegen umrunden sie dabei zusammengerechnet mehrfach die Erde – zu Fuß und mit dem Fahrrad, aber auch mit Mopeds, Autos und Lkws.**

**Neben der Flotte benötigen auch die sechs Brief- und sieben Paket-Verteilzentren, die 264 Zustellbasen, 454 Filialen und 1.338 Post Partner eine große Menge an Energie. Daher unternimmt die Post große Anstrengungen, um bei ihren Aktivitäten einen möglichst kleinen Fußabdruck zu hinterlassen – ohne bei der Qualität ihrer Dienstleistung oder dem Versorgungsauftrag Kompromisse zu machen.**

Die zentrale Rolle spielt dabei die Initiative CO<sub>2</sub> 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. Seit Anfang 2017 wird ausschließlich erneuerbarer Strom aus Österreich bezogen. Zudem betreibt das Unternehmen zwei Photovoltaikanlagen.

Alle derzeit nicht vermeidbaren CO<sub>2</sub>-Emissionen werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten kompensiert. Das sind keine leeren Versprechungen: Die CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung aller Sendungen durch die Österreichische Post wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt.



### **DIE INITIATIVE CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT ERFOLGT ÜBER DREI SCHRITTE**

1. Effizienzerhöhung in den Kernprozessen,  
z. B. durch einen modernen Fuhrpark und die energetische Optimierung von Gebäuden
2. Verstärkte Nutzung alternativer Technologien,  
z. B. Strom aus erneuerbaren Quellen und  
Ausbau der E-Flotte
3. Kompensation der nicht vermeidbaren  
CO<sub>2</sub>-Emissionen

#### **Ergebnis:**

Alle Sendungen werden innerhalb von Österreich  
durch die Post CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT!  
Das wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt.  
Und über 130 Kunden nutzen das Logo in ihrer  
Kommunikation.



Die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT ist auch wesentlich für die Umweltsensibilisierung der Mitarbeiter, Kunden und anderer Stakeholdergruppen. Zum Beispiel können interessierte Geschäftskunden der Österreichischen Post seit Anfang 2012 ein Zertifikat anfordern, das die CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt. Rund 500 solcher Zertifikate hat die Post 2016 ausgegeben.

Und über 130 Kunden nutzen das Logo in ihrer Kommunikation, denn die Initiative trägt dazu bei, dass sich auch die Klimabilanz der Kunden durch die CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung ihrer Sendungen verbessert.

Nicht nur extern, sondern auch intern sensibilisiert die Post laufend zum Thema Umwelt: Medien wie die hausinternen Infoscreens, das Intranet und das Mitarbeitermagazin informieren regelmäßig über die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT und sonstige Maßnahmen im CSR-Bereich.

## **— ÖKOLOGISCHER TRANSPORT**

Wenn die Post als Logistikunternehmen CO<sub>2e</sub> vermeiden will, muss sie beim Transport ansetzen, denn das ist der Bereich, in dem sie den größten Einfluss hat und Emissionen am deutlichsten reduzieren kann.

Das große Ziel der Post ist es deshalb, ihre Transporte so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten.

Rund 20% der Zustellrayone können die Zusteller zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichen – umweltfreundlicher geht es nicht. Die anderen Rayone sind nur motorisiert zu erreichen. Deshalb gilt es, hier Lösungen zu finden, die genauso oder ähnlich umweltfreundlich sind. Zwei zentrale Aspekte sind hierbei die Routenplanung und die Fahrzeugflotte mit dem Ziel, die Effizienz in beiden Bereichen zu steigern.

DISCLOSURE

302-1

SDG

7

12

13

**MEHR EFFIZIENZ DURCH ROUTENPLANUNG**

Die Post optimiert ihre Routenplanung laufend, damit Leerfahrten entfallen und die Fahrzeuge konsequenter ausgelastet sind. Ende 2015 hat die Post zu diesem Zweck auch 150 Transporter von IVECO angeschafft, von denen 142 in der Paketzustellung eingesetzt werden. Die IVECOs verfügen über optimiertes Laderaumvolumen und tragen so zur Effizienzsteigerung in der Auslieferung bei.

**MEHR EFFIZIENZ DURCH MODERNE FAHRZEUGFLOTTE**

In der Fahrzeugflotte spielt der Zustand der Fahrzeuge grundsätzlich eine wesentliche Rolle. Deshalb setzt die Post auf moderne Fahrzeuge und regelmäßige Wartungen, um die Effizienz im Fuhrpark zu optimieren. Die Anzahl der Fahrzeuge der schadstoffärmsten Emissionsklassen Euro 5, Euro 5 EEV und Euro 6 ist von 5.103 (2015) auf 5.407 (2016) angestiegen.

**MEHR ALTERNATIVE ANTRIEBE FÜR WENIGER EMISSIONEN**

Außerdem setzt die Post in der Zustellung zunehmend auf alternative Antriebe und hat im Jahr 2016 die Zahl ihrer E-Fahrzeuge im Fuhrpark nochmals ausgebaut. So wurde die Flotte 2016 zum Beispiel durch zwei elektrische Transporter IVECO Daily Electric ergänzt. Unterstützt durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft und den Klima- und Energiefonds der Bundesregierung verfügt die Post heute über 1.387 E-Fahrzeuge, davon 1.053 einspurige und Sonderfahrzeuge (Quads und Trikes) sowie 334 E-Autos. Die Post ist der größte E-Flotten-Betreiber des Landes, mit steigender Tendenz. Bis zum Jahr 2017 sollen 1.450 E-Fahrzeuge im Fuhrpark eingesetzt werden. Zur Flotte zählen auch 2 Erdgasfahrzeuge.

Darüber hinaus hatte sich die Post das Ziel gesetzt, bis Ende 2016 alle Brief- und Werbesendungen an Privatkunden in Wien „grün“ bzw. CO<sub>2e</sub>-frei zuzustellen. Dieses Projekt ist zwar Teil der Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT, geht jedoch noch einen Schritt weiter: Denn in Wien wird für die Zustellung von Brief- und Werbesendungen an Privatkunden gänzlich auf fossile Energie verzichtet. Es werden keine herkömmlichen Mopeds oder Autos mehr eingesetzt, sondern ausschließlich Muskelkraft und elektrische Energie. Inzwischen ist das Projekt fast abgeschlossen: 98 % sind umgestellt.

**MEHR UMWELT- UND KLIMASCHUTZ AUCH IM GÜTERVERKEHR**

Auch im Bereich des Güterverkehrs hat die Österreichische Post in den letzten Jahren viel unternommen, um die Umwelt und das Klima zu schonen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Verjüngung des Fuhrparks und somit auf dem Einsatz moderner Technologien. Die eingesetzten Lkws haben ein Durchschnittsalter von 3,6 Jahren.

Um den Treibstoffverbrauch und die Emissionen zu reduzieren, wurde mit Jänner 2012 eine Tempodrosselung aller Lkws von max. 89 km/h auf max. 82 km/h vorgenommen. Eine weitere technische Maßnahme ist die Nutzung von kraftstoffsparenden Reifen, um den Rollwiderstand zu verringern. Durch diese Maßnahme konnte eine 20 %ige Steigerung der Laufleistung erzielt werden.

Neben den konventionellen, dieselbetriebenen Lkws ist die Österreichische Post aber auch an innovativen Antriebstechnologien interessiert: So wurden die Lkws im Zuge von Forschungsprojekten bereits mit Rapsöl betankt. Aktuell läuft ein Langzeittest mit Flüssiggas. Die Österreichische Post setzt auch weiterhin auf alternative Technologieentwicklungen und engagiert sich in Forschungsprojekten.

Darüber hinaus setzt die Österreichische Post auch auf Lenkerschulungen: Jeder Fahrer hat vor Dienstantritt gewisse Schulungen zu absolvieren. Im Zuge der C95 Schulung werden die Lenker hinsichtlich spritsparender Fahrweise geschult. Eine davon abgeleitete Maßnahme ist die verpflichtende Kontrolle des Reifendrucks bei jedem Tankvorgang. Dadurch konnte ein effizienterer Treibstoffeinsatz verzeichnet werden.

Auch das Thema Sicherheit hat im Güterverkehr hohe Priorität. Vor Anstellung wird der Leumund überprüft. Bei Frächtern erfolgt eine jährliche Kontrolle des Leumundszeugnisses und falls notwendig werden Konsequenzen daraus abgeleitet. Mit personifizierten Zutrittskarten erhalten die Mitarbeiter nur Zutritt zu dem für sie notwendigen Bereich.

**N** S. 123 ff.

**N** S. 115

Die Zusammensetzung des Fuhrparks und die Kilometerleistung, die für die wesentlichen Umweltauswirkungen aus dem Transport verantwortlich sind, finden Sie im Abschnitt Facts & Figures ab S. 123.

Die wesentlichen Umweltauswirkungen aus dem Transport werden über die berichteten CO<sub>2e</sub>-Emissionen (S. 115) 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.

DISCLOSURE

302-1

302-4

SDG

7

8

12

13

## — KONSEQUENT ENERGIE SPAREN

Das Thema Energie sparen betrifft bei der Post wie bei der CO<sub>2e</sub>-Vermeidung den Fuhrpark und die Gebäude und umfasst deshalb im Wesentlichen die gleichen Maßnahmen. Die Maßnahmen im Bereich des Fuhrparks werden im vorherigen Abschnitt beschrieben.

### WENIGER ENERGIEVERBRAUCH FÜR WENIGER EMISSIONEN

Im Gebäudebereich arbeitet die Post kontinuierlich daran, ihre Energieverbräuche zu senken und so Emissionen zu reduzieren. Dazu überwacht sie den Energieverbrauch konsequent und stellt die Beleuchtungssysteme in den Logistikzentren Zug um Zug auf LED-Lichtlösungen um.

Außerdem wurde 2016 mit der Umsetzung vieler der im Energieaudit 2015 identifizierten Einsparpotenziale begonnen, wie zum Beispiel der Umstellung auf Fernwärme oder dem Einbau effizienter Heiz- und Warmwasserbereitungssysteme.

Die Post setzt systematische Energiesparmaßnahmen um. Mit großem Erfolg, wie der Rückgang des Energieverbrauchs um 17 Mio kWh zwischen 2014 und 2016 belegt.

**MEHR ERNEUERBARE ENERGIEQUELLEN FÜR WENIGER EMISSIONEN**

Seit 1. Januar 2012 bezieht die Österreichische Post ausschließlich „grünen“ Strom aus erneuerbaren Energiequellen für Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, und für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen beeinflusst werden können. Seit 2017 stammt dieser erneuerbare Strom auch ausschließlich aus Österreich. Dieser Strombezug wird im Weiteren als direkter Strombezug bezeichnet. Der geringe Anteil an Strom aus unbekanntem Quellen entsteht bei Post Partnern und in angemieteten Objekten ohne bekannte Lieferanten.

Die Post bezieht allerdings nicht nur Strom aus Erneuerbaren, sie produziert ihn auch. Seit Herbst 2013 betreibt die Post eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen Österreichs mit einer Leistung von 882 Kilowatt<sub>peak</sub> (kW<sub>p</sub>) auf dem Briefzentrum in Wien-Inzersdorf. Eine zweite Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 496 kW<sub>p</sub> 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 – emissionsfrei.

DISCLOSURE  
302-1  
305-2

**ENERGIEKENNZAHLEN**

	2014	2015	2016
<b>Energieverbrauch gesamt (Mio kWh)<sup>1</sup></b>	<b>142,2</b>	<b>133,7</b>	<b>125,2</b>
Erdgas	31,3	34,2	33,2
Heizöl	5,7	3,9	3,1
Fernwärme	42,4	35,2	32,6
Strom gesamt	62,8	60,4	56,3
davon Strom aus erneuerbaren Energien	57,4	56,1	52,8
davon Strom aus unbekanntem Quellen	5,4	4,3	3,5
<b>Gebäudenutzflächen (m<sup>2</sup>)</b>	<b>1.089.867</b>	<b>1.075.048</b>	<b>1.053.200</b>
<b>Treibstoffmenge gesamt: Benzin, Super, Diesel, Erdgas (Mio Liter)</b>	<b>22,5</b>	<b>22,6</b>	<b>22,9</b>
<b>Kilometerleistung (Mio km)</b>	<b>162</b>	<b>163</b>	<b>165</b>

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

**— EMISSIONEN**

Die konsequenten und kontinuierlichen Maßnahmen zur Ökologisierung des Transports sowie zur Energieeinsparung führen zu deutlich verminderten Emissionen.

Das Ergebnis: Bereits 2010 erreichte die Post ihr 2007 gesetztes Ziel einer CO<sub>2</sub>-Reduktion um 10% – zwei Jahre früher als geplant. Das bedeutet aber nicht, dass die Post nicht direkt an ihrem nächsten Ziel arbeitete. Bis 2015 sollte der CO<sub>2</sub>-Ausstoß inklusive externer Frächter (Güterverkehr und Paketzustellung) sogar um 20% sinken. Auch dieses Ziel hat die Post erreicht: Zwischen 2010 und 2015 konnte die Post ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen um ganze 21% senken. Und das, obwohl sich die Post beispielsweise im Paketbereich über ständig wachsendes Geschäft freuen kann.

Die Post berichtet über die Emissionen aus der unternehmensinternen Tätigkeit (Scope 1), aus der Energieversorgung (Scope 2) sowie über die Emissionen aus den fremdvergebenen Transportleistungen wie Güterverkehr und Zustellfrächter (Scope 3). Damit bildet die Post ihre Emissionen über ihre gesamte Wertschöpfungskette über CO<sub>2</sub>-Äquivalente hinweg ab.

## DISCLOSURE

305-1

305-2

305-3

SDG

3

12

13

## EMISSIONEN

in t	2014	2015	2016
<b>CO<sub>2e</sub>-Emissionen (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol gesamt</b>	<b>70.672</b>	<b>68.558</b>	<b>68.654</b>
<b>CO<sub>2e</sub>-Emissionen (Scope 1–3) nach Greenhouse Gas Protocol für Österreichische Post</b>	<b>69.414</b>	<b>67.272</b>	<b>67.491</b>
<b>CO<sub>2e</sub>-Emissionen (Scope 1) nach Greenhouse Gas Protocol für Post.Wertlogistik GmbH</b>	<b>1.258</b>	<b>1.286</b>	<b>1.163</b>
CO <sub>2e</sub> Scope 1 – Straßentransport (Eigentransport)	36.046	<b>36.500</b>	<b>36.317</b>
Österreichische Post	34.788	35.214	35.154
Post.Wertlogistik GmbH	1.258	1.286	1.163
CO <sub>2e</sub> Scope 1 – Gebäude <sup>1</sup>	7.834	<b>7.924</b>	<b>7.473</b>
Erdgas	6.284	6.865	6.630
Heizöl	1.550	1.059	843
CO <sub>2e</sub> Scope 2 – Gebäude <sup>1,2</sup>	7.447	<b>4.971</b>	<b>5.234</b>
Fernwärme	6.891	4.723	5.003
Strom <sup>3</sup>	556	248	231
CO <sub>2e</sub> Scope 3 – Partnerunternehmen	19.345	<b>19.163</b>	<b>19.630</b>

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

<sup>2</sup> Die Berechnung der Scope-2-Emissionen (Strom und Fernwärme) erfolgt nach der Market Based Method. Das heißt, soweit vorhanden werden lieferantenspezifische Emissionsfaktoren verwendet. Wenn die Scope-2-Emissionen mit der Location Based Method (keine lieferantenspezifischen Emissionsfaktoren, kein Grünstrom) berechnet werden, ergeben sich für das Jahr 2016 CO<sub>2e</sub>-Emissionen in der Höhe von 9.610,6 Tonnen. Daraus wird ersichtlich, welchen Einfluss der Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien hat.

<sup>3</sup> Emissionsfaktor für Strom aus unbekanntenen Quellen in CO<sub>2</sub>, nicht in CO<sub>2</sub>-Äquivalenten.

 S. 120 ff.

Weitere Informationen zur Berichtsgrenze, den Berechnungsmethoden sowie den Umrechnungsfaktoren finden Sie im Kapitel Facts & Figures ab S. 120.

### 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 Pelletheizungen – vermeidet CO<sub>2</sub>-Emissionen und fördert über eine hohe Umwegrentabilität zudem die regionale Wirtschaft. Auch international unterstützt die Post zahlreiche zertifizierte Klimaschutzprojekte. Darunter 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.

## — GREEN PROCUREMENT – BESCHAFFUNG OPTIMIEREN

Im Rahmen ihres hohen Nachhaltigkeitsanspruchs achtet die Österreichische Post nicht nur darauf, die Umweltauswirkungen ihrer eigenen Aktivitäten so gering wie möglich zu halten. Auch bei der Auswahl ihrer Partner ist ein gemeinsames Verständnis bezüglich Umweltschutz und Verantwortung wichtig.

Die Österreichische Post ist sich ihrer Rolle in der Lieferkette sowie der Folgewirkungen ihrer Einkaufsentscheidungen bewusst. Deshalb fordert sie die Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards über den Verhaltenskodex für Lieferanten sowie den Vendor Integrity Check (siehe S. 27) konsequent ein.

**N** s. 27

DISCLOSURE  
308-2

Die wesentlichen Lieferanten wurden im Zuge des Lieferantenmanagements 2016 systematisch überprüft, allerdings können für das Berichtsjahr 2016 keine quantitativen Angaben über die ökologischen und sozialen Auswirkungen in der Lieferkette gemacht werden. Die Post arbeitet jedoch intensiv daran, die Prozesse und das Monitoring rund um die Lieferantenbewertungen kontinuierlich weiterzuentwickeln.

**N** s. 25 ff.

Für weitere Informationen zum Lieferantenmanagement verweisen wir auf S. 25 ff. im Kapitel Unternehmen und Werte.

### BESCHAFFUNG VON ENERGIE UND FAHRZEUGEN

Als Logistikunternehmen sind für die Post und ihr Kerngeschäft vor allem die Beschaffung von Energie und Fahrzeugen von Bedeutung. Seit 2012 bezieht die Post für Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, und für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen bekannt und nachvollziehbar sind, ausschließlich Strom aus erneuerbaren Quellen.

Auch bei Neuanschaffungen für den Fuhrpark steht die Umweltverträglichkeit im Vordergrund: Die Post kauft Fahrzeuge der schadstoffärmsten Emissionsklassen Euro 5, Euro 5 EEV und Euro 6 und setzt zudem in der Zustellung auf alternative Antriebe und baut ihre E-Flotte kontinuierlich aus.

### BESCHAFFUNG VON MATERIALIEN

Im Rahmen des Materialverbrauchs kommt dem Papierverbrauch eine besondere Bedeutung zu. Bei der Papierbeschaffung achtet die Post deshalb auf verantwortungsvolle Quellen, wie etwa auf das FSC- oder PEFC-Siegel.

DISCLOSURE  
301-1  
SDG  
8  
12

### PAPIER

in t	2014	2015	2016
Papierverbrauch gesamt	6.646	5.255	6.302
davon nachhaltig produziert (PEFC- und FSC-Papier) <sup>1</sup>	5.651	4.214	5.443

<sup>1</sup> Erst ab dem Jahr 2014 erhoben.

DISCLOSURE

306-2

SDG

12

## — ABFALL- UND WERTSTOFFMANAGEMENT

Wie bei Logistikunternehmen üblich, fällt Abfall hauptsächlich in Form von Altpapier, Kunststoff, Altholz (Paletten) und Restmüll an. Die Einflussmöglichkeiten der Post hinsichtlich des anfallenden Abfalls sind stark begrenzt, da dieser maßgeblich von den Kunden bzw. deren beauftragten Subunternehmen bestimmt wird.

Das hält die Post jedoch nicht davon ab, im Sinne einer nachhaltigen Abfallwirtschaft 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. Die Österreichische Post legt Wert auf die ordnungsgemäße Entsorgung und übergibt die Abfälle nur an Entsorgungsunternehmen, die im EDM Portal des Ministeriums für ein lebenswertes Österreich gelistet sind.

In den Büros fällt hauptsächlich Altpapier als Abfall an. Mit verschiedenen Initiativen will die Post ihre Mitarbeiter für das Thema Abfall sensibilisieren. In der Unternehmenszentrale wurde im Jahr 2016 das Abfalltrennsystem überarbeitet und mit einer Bewusstseinskampagne inkl. Info-Mails und Info-Screens begleitet. 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.

Für Standorte ab einer bestimmten Größe bestehen Abfallwirtschaftskonzepte. Einige Verteilzentren entwickelten sogar 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, wäre die Entsorgung der Wertstoffe in den Zustellbasen, in denen nur kleinere Mengen anfallen, kostenpflichtig. Also werden die Wertstoffe in den Zustellbasen im Rahmen des Entsorgungskonzepts getrennt, dann aber ins Logistikzentrum zur Verwertung verbracht und dort einem Entsorgungsunternehmen 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.

Um ihr Abfallmanagement weiter zu optimieren, hat die Post verschiedene Maßnahmen auf den Weg gebracht: Seit 2013 gibt es einen unternehmensweiten Abfallmanager. 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. Dieses wurde 2016 abgeschlossen. Für das Jahr 2017 ist die Ausrollung auf 25 Standorte vorgesehen.



# INFORMATIONEN

**120**  
FACTS & FIGURES

**125**  
GRI INDEX

**136**  
BERICHTSPRINZIPIEN

**138**  
AUSZEICHNUNGEN UND  
ANERKENNUNGEN

**140**  
UNABHÄNGIGER  
BESTÄTIGUNGSBERICHT

**142**  
KONTAKT  
UND IMPRESSUM

# Facts & Figures

Dieses Kapitel beinhaltet weitere GRI-relevante Kennzahlen aus den Bereichen Mitarbeiter und Umwelt, die hier gebündelt berichtet werden, da sie die Informationen aus den Hauptkapiteln ergänzen und eher als Hintergrundinformationen zu betrachten sind.

## — KENNZAHLEN AUS DEM BEREICH MITARBEITER

### BELEGSCHAFT DER POST

Die Belegschaft der Österreichischen Post AG bestand im Jahr 2016 aus durchschnittlich 17.448 Personen (Jahresmittelwert; Vollzeitäquivalente).

DISCLOSURE  
102-8  
SDG  
8

### MITARBEITERKENNZAHLEN ÖSTERREICHISCHE POST

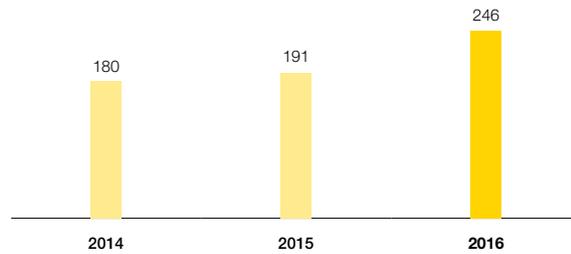
	2014	2015	2016
Mitarbeiter (VZK <sup>1</sup> ) gesamt	18.403	<b>17.983</b>	<b>17.448</b>
davon Frauen (VZK in %)	29,1	29,3	29,0
davon Männer (VZK in %)	70,9	70,7	71,0
Beamtete Mitarbeiter (VZK)	8.496	<b>8.040</b>	<b>7.642</b>
Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)	9.655	<b>9.714</b>	<b>9.582</b>
Mitarbeiter nach ABGB <sup>2</sup> (VZK)	252	<b>230</b>	<b>225</b>
Mitarbeiter Vollzeit (Personen)	16.654	<b>16.201</b>	<b>15.512</b>
davon Frauen (in %)	23,7	23,9	23,5
Mitarbeiter Teilzeit (Personen)	3.315	<b>3.265</b>	<b>3.395</b>
davon Frauen (in %)	82,4	80,6	75,9
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamteter Mitarbeiter (Jahre)	30	<b>31</b>	<b>32</b>
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit von Mitarbeitern im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)	11	<b>11</b>	<b>11</b>

<sup>1</sup> VZK = Vollzeitkräfte.

<sup>2</sup> 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 miteinbezogen, so läge der Anteil der Leasingkräfte am Gesamtpersonal 2016 bei 1,4 %.

**LEIHARBEITSKRÄFTE DER ÖSTERREICHISCHEN POST**

DISCLOSURE  
102-48  
401-1

**FLUKTUATION IM JAHR 2016**

	2014	2015	2016
<b>Fluktuation (Abgänge absolut)<sup>1</sup></b>	2.037	<b>1.961</b>	<b>2.072</b>
davon Frauen	831	854	879
davon Männer	1.206	1.107	1.193
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	486	466	475
30–50 Jahre	836	812	755
ab 51 Jahren	715	683	842
<b>Fluktuation (Abgänge in %)<sup>1,2</sup></b>	10,3	<b>10,2</b>	<b>11,1</b>
davon Frauen	40,8	43,5	42,4
davon Männer	59,2	56,5	57,6
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	23,9	23,8	22,9
30–50 Jahre	41,0	41,4	36,4
ab 51 Jahren	35,1	34,8	40,6
<b>Zugänge (absolut)<sup>1</sup></b>	1.391	<b>1.199</b>	<b>–<sup>3</sup></b>
davon Frauen	591	525	<b>–<sup>3</sup></b>
davon Männer	800	674	<b>–<sup>3</sup></b>
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	787	700	<b>–<sup>3</sup></b>
30–50 Jahre	549	464	<b>–<sup>3</sup></b>
ab 51 Jahren	55	35	<b>–<sup>3</sup></b>
<b>Zugänge (in %)<sup>1,2</sup></b>	7,1	<b>6,2</b>	<b>–<sup>3</sup></b>
davon Frauen	42,5	43,8	<b>–<sup>3</sup></b>
davon Männer	57,5	56,2	<b>–<sup>3</sup></b>
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	56,6	58,4	<b>–<sup>3</sup></b>
30–50 Jahre	39,5	38,7	<b>–<sup>3</sup></b>
ab 51 Jahren	4,0	2,9	<b>–<sup>3</sup></b>

<sup>1</sup> Abgänge/Zugänge Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis. Hierbei sind sämtliche Formen des Abgangs mitberücksichtigt.

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

<sup>3</sup> Zugänge Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis. Aufgrund dieser Post-internen Definition können die Zugänge für das Berichtsjahr nicht berichtet werden, da der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bereits im Juni veröffentlicht wurde. Die Zugänge für das Berichtsjahr werden im Folgejahr im Nachhaltigkeitsbericht berichtet.

DISCLOSURE  
405-1

**DIVERSITÄTSKENNZAHLEN DER ÖSTERREICHISCHEN POST**

	2014	2015	2016
<b>Mitarbeiter mit besonderen Bedürfnissen (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)</b>	1.188	<b>1.242</b>	<b>1.226</b>
<b>Mitarbeiter (VZK<sup>1</sup>) nach Altersklassen</b>			
unter 30 Jahren	1.953	2.031	2.068
30–50 Jahre	10.040	9.116	8.241
ab 51 Jahren	6.410	6.836	7.139
<b>Mitarbeiter in leitenden Positionen absolut<sup>2</sup></b>	1.207	<b>1.105</b>	<b>921</b>
davon Frauen	299	274	213
davon Männer	908	831	708
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	25	21	11
30–50 Jahre	709	617	480
ab 51 Jahren	473	467	430
<b>Mitarbeiter in leitenden Positionen in %<sup>2</sup></b>	6,6	<b>6,1</b>	<b>5,3</b>
davon Frauen	24,8	24,8	23,1
davon Männer	75,2	75,2	76,9
nach Altersgruppen			
unter 30 Jahren	2,1	1,9	1,2
30–50 Jahre	58,7	55,9	52,2
ab 51 Jahren	39,2	42,3	46,7

<sup>1</sup> VZK = Vollzeitkräfte.

<sup>2</sup> 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).

## DISCLOSURE

302-1

305-1

305-2

305-3

## — KENNZAHLEN AUS DEM BEREICH UMWELT

**ERLÄUTERUNG ZUR BERICHTSGRENZE, DEN BERECHNUNGSMETHODEN  
SOWIE DEN UMRECHNUNGSFAKTOREN DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN  
DER POST**

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 CO<sub>2e</sub>-Emissionsberichterstattung auf weitere wesentliche nationale und internationale Tochtergesellschaften wird intensiv gearbeitet.

Für den Straßentransport werden CO<sub>2e</sub>-Emissionen 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 CO<sub>2e</sub>-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.

Die CO<sub>2e</sub>-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 unbekanntenen Quellen wird der Österreich-Mix gemäß Stromkennzeichnungsbericht 2016 zur Berechnung der CO<sub>2e</sub>-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 ebenfalls der Datenbank des Umweltbundesamtes aus dem Jahr 2016. 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.

**FUHRPARK UND KILOMETERLEISTUNG**

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

**FAHRZEUGE**

	2014	2015	2016
<b>Fahrzeuge gesamt</b>	<b>9.176</b>	<b>9.455</b>	<b>8.855</b>
<b>Fahrzeuge Österreichische Post</b>	<b>9.049</b>	<b>9.326</b>	<b>8.735</b>
<b>Fahrzeuge Post.Wertlogistik GmbH</b>	<b>127</b>	<b>129</b>	<b>120</b>
Fahrräder	914	862	807
davon Elektrofahräder	570	593	683
Mopeds	857	875	882
davon Elektromopeds	129	181	370
Fahrzeuge bis 3,5 t	7.243	7.558	7.005
davon Post.Wertlogistik GmbH	120	121	112
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	68	52	2
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	163	238	334
Fahrzeuge über 3,5 t	162	160	161
davon Post.Wertlogistik GmbH	7	8	8
<b>Motorisierte Fahrzeuge nach Emissionsklassen Österreichische Post</b>			
Euro 2	619	609	440
Euro 3	197	125	89
Euro 4	2.995	2.260	1.338
Euro 5	3.964	4.900	5.056
Euro 5 EEV	75	74	74
Euro 6	13	77	227
<b>Motorisierte Fahrzeuge nach Emissionsklassen Post.Wertlogistik GmbH</b>			
Euro 2	1	1	1
Euro 3	8	6	3
Euro 4	71	70	66
Euro 5	47	52	50
Euro 5 EEV	0	0	0
Euro 6	0	0	0

DISCLOSURE  
102-55

# GRI Index

Im nachfolgenden GRI Index werden die von der Post berichteten Standardangaben, wesentlichen Themen sowie mindestens ein zugehöriger Indikator gemäß der von der Post gewählten Option „In Übereinstimmung: Kern“ aufgelistet. Die Seitenverweise ermöglichen dem Leser ein leichtes Auffinden der berichteten Informationen. Wenn ein GRI-Indikator mit einem SDG verlinkt ist, ist dies an entsprechender Stelle aufgeführt.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>GRI 101: FOUNDATION 2016</b>						
<b>GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016</b>						
GRI 102	General Disclosures	102-1	Name of the organization		S. 08	
GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services		S. 08	
GRI 102	General Disclosures	102-3	Location of headquarters		S. 08	
GRI 102	General Disclosures	102-4	Location of operations		S. 11, Finanzbericht 2016: S. 29 f.	
GRI 102	General Disclosures	102-5	Ownership and legal form		S. 08, 10	
GRI 102	General Disclosures	102-6	Markets served		S. 11, Finanzbericht 2016: S. 29 f.	
GRI 102	General Disclosures	102-7	Scale of the organization		S. 09, 11, 76, 85, Finanzbericht 2016: S. 29 f.	
GRI 102	General Disclosures	102-8	Information on employees and other workers	<b>SDG Goal 8:</b> Decent Work and Economic Growth	S. 85, 100, 120	
GRI 102	General Disclosures	102-9	Supply chain	<b>SDG Goal 8:</b> Decent Work and Economic Growth	S. 25	
GRI 102	General Disclosures	102-10	Significant changes to the organization and its supply chain		S. 09, 26, Finanzbericht 2016: S. 08 f.	
GRI 102	General Disclosures	102-11	Precautionary Principle or approach		S. 15, Finanzbericht 2016: S. 11–12, S. 41 ff.	
GRI 102	General Disclosures	102-12	External initiatives		S. 34, 39–40, 107	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Ausschlussgründe/ Anmerkungen
						Die Österreichische Post ist Mitglied bei folgenden Verbänden und Vereinen: – 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 (Mitglied bis Mitte 2016)
GRI 102	General Disclosures	102-13	Membership of associations			
GRI 102	General Disclosures	102-14	Statement from senior decision-maker		S. 04	
GRI 102	General Disclosures	102-15	Key impacts, risks, and opportunities		S. 54, 70, 82, 104, 105	
GRI 102	General Disclosures	102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 15–16, 19	
GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 17	
GRI 102	General Disclosures	102-18	Governance structure		S. 12–13, 35, Finanzbericht 2016: S. 13–18	
GRI 102	General Disclosures	102-19	Delegating authority		S. 13, 35, Finanzbericht 2016: S. 13 ff.	
GRI 102	General Disclosures	102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics		S. 35	
GRI 102	General Disclosures	102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 15	
GRI 102	General Disclosures	102-22	Composition of the highest governance body and its committees	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 13–14, Finanzbericht 2016: S. 13–16, 15–19	
GRI 102	General Disclosures	102-23	Chair of the highest governance body	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 13, Finanzbericht 2016: S. 16–17	
GRI 102	General Disclosures	102-24	Nominating and selecting the highest governance body	<b>SDG Goal 5:</b> Gender Equality <b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 14	
GRI 102	General Disclosures	102-25	Conflicts of interest	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 14	
GRI 102	General Disclosures	102-27	Collective knowledge of highest governance body	<b>SDG Goal 4:</b> Quality Education	S. 14	
GRI 102	General Disclosures	102-35	Remuneration policies		S. 14, Finanzbericht 2016: S. 19 ff.	
GRI 102	General Disclosures	102-40	List of stakeholder groups		S. 42	
GRI 102	General Disclosures	102-41	Collective bargaining agreements	<b>SDG Goal 8:</b> Decent Work and Economic Growth	S. 85	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
GRI 102	General Disclosures	102-42	Identifying and selecting stakeholders		S. 41	
GRI 102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement		S. 42 ff., 67, 89	
GRI 102	General Disclosures	102-44	Key topics and concerns raised		S. 43–44, 67	
GRI 102	General Disclosures	102-45	Entities included in the consolidated financial statements		S. 44, 137, Finanzbericht: S. 77 ff., 135–136	
GRI 102	General Disclosures	102-46	Defining report content and topic Boundaries		S. 08, 46 ff.	
GRI 102	General Disclosures	102-47	List of material topics		S. 44 ff.	
GRI 102	General Disclosures	102-48	Restatements of information		S. 94, 121, 136	
GRI 102	General Disclosures	102-49	Changes in reporting		S. 136	
GRI 102	General Disclosures	102-50	Reporting period		S. 136	
GRI 102	General Disclosures	102-51	Date of most recent report		S. 136	
GRI 102	General Disclosures	102-52	Reporting cycle		S. 136	
GRI 102	General Disclosures	102-53	Contact point for questions regarding the report		S. 144	
GRI 102	General Disclosures	102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards		S. 136	
GRI 102	General Disclosures	102-55	GRI content index		S. 125	
GRI 102	General Disclosures	102-56	External assurance		S. 136, 140	

### GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016

GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its Boundary		S. 12, 46 ff., 57, 72, 84, 106	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 13, 17, 21–22, 23–24, 25, 37–38, 40, 54, 56, 70, 72, 82, 84, 104, 106	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 18, 22, 23–24, 27–28, 37–38, 57–58, 73, 85, 108	

### GRI 201: ECONOMIC PERFORMANCE 2016

GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 57	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 54, 56	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 57–58	
GRI 201	Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed	SDG Goal 2: Zero Hunger SDG Goal 5: Gender Equality SDG Goal 7: Affordable and clean Energy SDG Goal 8: Decent work and Economic growth	S. 60 ff.	
GRI 201	Economic Performance	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	SDG Goal 13: Climate Action	S. 105	Vertraulichkeitseinschränkungen: Kosten sowie finanzielle Risiken oder Chancen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/Anmerkungen
<b>GRI 203: INDIRECT ECONOMIC IMPACTS 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 57	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 54, 56	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 57-58	
				<b>SDG Goal 2:</b> Zero Hunger <b>SDG Goal 5:</b> Gender equality <b>SDG Goal 7:</b> Affordable and clean Energy <b>SDG Goal 9:</b> Industry, Innovation and Infrastructure <b>SDG Goal 11:</b> Sustainable cities and communities		
GRI 203	Indirect Economic Impacts	203-1	Infrastructure investments and services supported		S. 63-64, 75	Es handelt sich in diesem Fall um kommerzielle Investitionen.
				<b>SDG Goal 1:</b> No poverty <b>SDG Goal 2:</b> Zero hunger <b>SDG Goal 3:</b> Good health and well-being <b>SDG Goal 10:</b> Reduced Inequalities <b>SDG Goal 17:</b> Partnerships for the goals		
GRI 203	Indirect Economic Impacts	203-2	Significant indirect economic impacts		S. 52, 62, 64	Es handelt sich in diesem Fall um kommerzielle Investitionen.
<b>GRI 204: PROCUREMENT PRACTICES 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 25	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 27-28	
				<b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production		
GRI 204	Procurement Practices	204-1	Proportion of spending on local suppliers		S. 26	
<b>GRI 205: ANTI-CORRUPTION 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 21-22	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 22	
				<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions		
GRI 205	Anti-corruption	205-1	Operations assessed for risks related to corruption		S. 22	
				<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions		
GRI 205	Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures		S. 22	Vertraulichkeitseinschränkungen: Die genaue Anzahl an und der Prozentsatz der geschulten Personen kann aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht werden.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Ausschlussgründe/ Anmerkungen
GRI 205	Anti-corruption	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 22	Im Berichtszeitraum gab es keine Korruptionsfälle.
<b>GRI 206: ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 24	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 24	
GRI 206	Anti-competitive Behavior	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions		Im Jahr 2016 gab es gegen die Österreichische Post keine Klagen, Sanktionen oder Geldbußen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- oder Monopolbildung, gestützt auf UWG und/oder KartG.
<b>GRI 301: MATERIALS 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 108	
GRI 301	Materials	301-1	Materials used by weight or volume	<b>SDG Goal 8:</b> Decent work and economic growth <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production	S. 116	
<b>GRI 302: ENERGY 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 108	
GRI 302	Energy	302-1	Energy consumption within the organization	<b>SDG Goal 7:</b> Affordable and clean energy <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production <b>SDG Goal 13:</b> Climate Action	S. 111, 113-114, 123	
GRI 302	Energy	302-4	Reduction of energy consumption	<b>SDG Goal 7:</b> Affordable and clean energy <b>SDG Goal 8:</b> Decent work and economic growth <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production <b>SDG Goal 13:</b> Climate Action	S. 113	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Ausschlussgründe/ Anmerkungen
<b>GRI 305: EMISSIONS 2016</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 108	
GRI 305	Emissions	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	<b>SDG Goal 3:</b> Good health and well-being <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production <b>SDG Goal 13:</b> Climate Action	S. 115, 123	Information nicht verfügbar: Das Global Warming Potential (GWP) bzw. die Quelle des GWPs sind nicht bekannt. Bis zur nächsten Berichterstattung 2018 wird mit den beiden unten genannten Stellen geklärt, welches GWP zur Anwendung kommt bzw. die Quelle bekannt gegeben.  Die Quelle für die Emissionsfaktoren (Erdgas, Fernwärme, Heizöl, Diesel, Benzin & Super, Flüssiggas) ist das Umweltbundesamt ( <a href="http://www5.umweltbundesamt.at/emas/co2mon/co2mon.html">http://www5.umweltbundesamt.at/emas/co2mon/co2mon.html</a> ). Für die Fernwärme Wien wird der Emissionsfaktor aus der Studie Emissionen aus der Fernwärme Wien des Umweltbundesamts 2005 verwendet. Die E-Control ( <a href="https://www.e-control.at/documents/20903/388512/e-control-stromkennzeichnungsbericht-2016.pdf/fd951131-9d0c-401e-8565-d45b73f39a3f">https://www.e-control.at/documents/20903/388512/e-control-stromkennzeichnungsbericht-2016.pdf/fd951131-9d0c-401e-8565-d45b73f39a3f</a> ) liefert den Emissionsfaktor für Strom aus unbekanntem Quellen.
GRI 305	Emissions	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	<b>SDG Goal 3:</b> Good health and well-being <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production <b>SDG Goal 13:</b> Climate Action	S. 114-115, 123	Information nicht verfügbar: Das Global Warming Potential (GWP) bzw. die Quelle des GWPs sind nicht bekannt. Bis zur nächsten Berichterstattung 2018 wird mit den beiden oben genannten Stellen geklärt, welches GWP zur Anwendung kommt bzw. die Quelle bekannt gegeben.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
GRI 305	Emissions	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	<b>SDG Goal 3:</b> Good health and well-being <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production <b>SDG Goal 13:</b> Climate Action	S. 115, 123	Die Quelle für die Emissionsfaktoren (Erdgas, Fernwärme, Heizöl, Diesel, Benzin & Super, Flüssiggas) ist das Umweltbundesamt ( <a href="http://www5.umweltbundesamt.at/emas/co2mon/co2mon.html">http://www5.umweltbundesamt.at/emas/co2mon/co2mon.html</a> ). Für die Fernwärme Wien wird der Emissionsfaktor aus der Studie Emissionen aus der Fernwärme Wien des Umweltbundesamts 2005 verwendet. Die E-Control ( <a href="https://www.e-control.at/documents/20903/388512/e-control-stromkennzeichnungsbericht-2016.pdf/fd951131-9d0c-401e-8565-d45b73f39a3f">https://www.e-control.at/documents/20903/388512/e-control-stromkennzeichnungsbericht-2016.pdf/fd951131-9d0c-401e-8565-d45b73f39a3f</a> ) liefert den Emissionsfaktor für Strom aus unbekanntem Quellen.  Information nicht verfügbar: Das Global Warming Potential (GWP) bzw. die Quelle des GWPs sind nicht bekannt. Bis zur nächsten Berichterstattung 2018 wird mit den beiden oben genannten Stellen geklärt, welches GWP zur Anwendung kommt bzw. die Quelle bekannt gegeben.
<b>GRI 306: EFFLUENTS AND WASTE</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 106	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 108	
GRI 306	Effluents and Waste	306-2	Waste by type and disposal method	<b>SDG Goal 3:</b> Good health and well-being <b>SDG Goal 12:</b> Responsible consumption and production	S. 117	Information nicht verfügbar: Abfall entsteht bei der Post durch die Anlieferungen von Kunden. Es handelt sich dabei hauptsächlich um Karton, Kunststofffolien und Altholz. Das operative Abfallmanagement ist eine Aufgabe am jeweiligen Standort. Zentralisierte Daten liegen daher derzeit nicht in einer adäquaten Qualität (Prüffähigkeit) vor. Die Abfälle werden nur an befugte Entsorgungsdienstleister übergeben. Diese bringen die Wertstoffe dann in den Verwertungs- bzw. Entsorgungskreislauf ein. Seit Anfang 2017 wird intensiv an einer Zentralisierung und Zusammenführung des strategischen und operativen Abfallmanagements gearbeitet. Bis zur nächsten Berichterstattung 2018 soll eine Datenbasis geschaffen werden, die eine Berichterstattung ermöglicht.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/Anmerkungen
<b>GRI 308: SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 25	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 28	
GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken		S. 26–28, 116	Vertraulichkeitseinschränkungen: Die Gesamtanzahl der geprüften Lieferanten und deren genaue signifikante negative Umweltauswirkungen sowie die davon abgeleiteten Maßnahmen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht.
<b>GRI 401: EMPLOYMENT</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 85	
GRI 401	Employment	401-1	New employee hires and employee turnover		S. 121	Nicht anwendbar: Gemäß Post-interner Definition wird zur Berechnung der Zugänge und Abgänge der Jahresdurchschnitt herangezogen.
GRI 401	Employment	401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees		S. 89	
<b>GRI 402: LABOR/MANAGEMENT RELATIONS</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 85	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
GRI 402	Labor/Management Relations	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	SDG Goal 8: Decent work and economic growth		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.
<b>GRI 403: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 85	
GRI 403	Occupational Health and Safety	403-1	Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees	SDG Goal 8: Decent work and economic growth	S. 93	Vertraulichkeitseinschränkungen: Arbeitsunfälle werden nach Unfallursachen geclustert. Diese Information dient für das interne Reporting sowie für die Maßnahmenableitung und wird aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht.
GRI 403	Occupational Health and Safety	403-2	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	SDG Goal 3: Good health and well-being SDG Goal 8: Decent work and economic growth	S. 94	Information nicht verfügbar: Die geforderte Information kann derzeit für Drittunternehmen nicht zur Verfügung gestellt werden. An einer Vorgangsweise zur Erhebung dieser Daten wird bis zur nächsten Berichterstattung 2018 gearbeitet.
GRI 403	Occupational Health and Safety	403-4	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	SDG Goal 8: Decent work and economic growth	S. 93	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>GRI 404: TRAINING AND EDUCATION</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 85	
GRI 404	Training and Education	404-1	Average hours of training per year per employee	<b>SDG Goal 4:</b> Quality education <b>SDG Goal 5:</b> Gender equality	S. 95	Information nicht verfügbar: Gemäß den in der Ausbildungsdatenbank hinterlegten Personendaten ist keine Auswertung nach Führungsebene oder sonstiger Funktion möglich (keine Systemschnittstellen).
GRI 404	Training and Education	404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	<b>SDG Goal 8:</b> Decent work and economic growth	S. 95, 97	
<b>GRI 405: DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 84	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 85	
GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees	<b>SDG Goal 5:</b> Gender equality <b>SDG Goal 8:</b> Decent work and economic growth	S. 14, 98–99, 122, Finanzbericht 2016: S. 13–16	
GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	<b>SDG Goal 5:</b> Gender equality <b>SDG Goal 8:</b> Decent work and economic growth <b>SDG Goal 10:</b> Reduced inequalities	S. 100	
<b>GRI 413: LOCAL COMMUNITIES</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 72	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 72	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 73	
GRI 413	Local Communities	413-1	Operations with local community engagement, impact assessments, and development programs		S. 75–76	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Seite im Bericht	Ausschlussgründe/ Anmerkungen
<b>GRI 414: SUPPLIER SOCIAL ASSESSMENT</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 25	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 27–28	
GRI 414	Supplier Social Assessment	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	<b>SDG Goal 5:</b> Gender equality <b>SDG Goal 8:</b> Decent work and economic growth <b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions	S. 27, 28	Vertraulichkeitseinschränkungen: Die Gesamtanzahl der geprüften Lieferanten und deren genaue signifikante negative Umweltauswirkungen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht.
<b>GRI 418: CUSTOMER PRIVACY</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 23	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 23	
GRI 418	Customer Privacy	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions		Mit Ausnahme weniger einzelner Beschwerden von Kunden im Zusammenhang mit der auf dem Nachsendeauftrag erteilten Einwilligung zur Datenweitergabe zu Werbezwecken gab es im Berichtsjahr 2016 keine Beschwerden wegen Verletzung des Kundendatenschutzes.
<b>GRI 419: SOCIOECONOMIC COMPLIANCE</b>						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 12	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 17	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 18	
GRI 419	Socioeconomic Compliance	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	<b>SDG Goal 16:</b> Peace, Justice and strong institutions		Gegen die Österreichische Post gab es im Jahr 2016 keine wesentlichen Klagen, Sanktionen oder Geldbußen wegen der Verletzung von Gesetzen oder Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich.

# Berichtsprinzipien

**Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt, 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 sechs Prinzipien:**

## — PRINZIP DER AKTUALITÄT

DISCLOSURE  
102-52  
102-50  
102-51

Der Nachhaltigkeitsbericht der Österreichischen Post wird jährlich veröffentlicht. Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2016 und schließt damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2015 an, der im Jahr 2016 veröffentlicht wurde.

## — PRINZIP DER VERGLEICHBARKEIT UND GENAUIGKEIT

DISCLOSURE  
102-54

Für die Jahre 2014 und 2015 berichtete die Österreichische Post nach GRI-G4-Leitlinien (Leitlinien der Global Reporting Initiative) mit der gewählten Option „In Übereinstimmung: Kern“. Dies ist nun der erste Bericht nach den GRI Standards „In Übereinstimmung: Kern“. GRI wurde über die Anwendung der GRI Standards und die Veröffentlichung des vorliegenden Berichts informiert.

DISCLOSURE  
102-48  
102-49

Die Erhebung und Berechnung von Kennzahlen erfolgte durch das Rechnungswesen und Controlling sowie durch die Bereiche 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.

DISCLOSURE  
102-56

Die in der deutschsprachigen Version dieses Berichts veröffentlichten Angaben wurden von unabhängiger dritter Stelle geprüft. Die entsprechende Bestätigung der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H. finden Sie am Ende dieses Berichts ab S. 140.

 S. 140 ff.

## — PRINZIP DER VOLLSTÄNDIGKEIT UND KLARHEIT

Der hier vorliegende Bericht bezieht sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG und deren Kerngeschäft in Österreich. Tochtergesellschaften der Österreichischen Post wurden in diesen Bericht grundsätzlich 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 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 daher noch nicht alle wesentlichen nachhaltigkeitsrelevanten Daten in konsolidierbarer Form vorliegen. Es wird evaluiert, inwiefern und in welchem Ausmaß Tochtergesellschaften in Zukunft in die Nachhaltigkeitsberichterstattung integriert werden können.

DISCLOSURE  
102-45

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

## — PRINZIP DER AUSGEWOGENHEIT

Um ein unverfälschtes Bild der Österreichischen Post AG darzustellen, entspricht der vorliegende Bericht dem Prinzip der Ausgewogenheit. Es handelt sich um eine sachbezogene Darstellung der Unternehmensleistung inklusive positiver und negativer Leistungen.

## — PRINZIP DER ZIELGRUPPENAUSRICHTUNG

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2016 soll den interessierten Kreisen ein hohes Maß an Transparenz und Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen gewähren. Die Berichtsinhalte wurden unter Einbeziehung der Stakeholder der Post und ihrer Einschätzung hinsichtlich Relevanz und Wesentlichkeit ausgewählt.

DISCLOSURE  
102-46

## — PRINZIP DER WESENTLICHKEIT UND NACHHALTIGKEIT

Entsprechend den GRI-Vorgaben wurden die Berichtsinhalte nach dem Kriterium der Wesentlichkeit ausgewählt. Entsprechend deckt der Bericht all jene Nachhaltigkeitsaspekte ab, die entweder bedeutende ökonomische, ökologische oder gesellschaftliche Auswirkungen der Organisation widerspiegeln oder einen maßgeblichen Einfluss auf die Stakeholder haben könnten.

Als Basis für die Beurteilung der Wesentlichkeit 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 Stakeholder-Einbeziehung ab Seite 41 und Wesentliche Themen ab Seite 44.

 S. 41 ff., 44 ff.

# Auszeichnungen und Anerkennungen

Die Österreichische Post nimmt an diversen nationalen und internationalen Ratings teil. Auch 2016 hat sich die Österreichische Post in internationalen Programmen wie dem „Carbon Disclosure Project“ und anderen nationalen Projekten weiter engagiert.

## CARBON DISCLOSURE PROJECT



Das CDP ist die weltweit größte Datenbank für unternehmensrelevante Umwelt- und Klimainformationen und wird von Kapitalmarktteilnehmern stark zur Beurteilung potenzieller Investments genutzt. Die Österreichische Post erreichte ein Climate-Scoring-Ergebnis „B“ und zählt damit zu den Top 5 der Kategorie Transportation in der DACH-Region (Deutschland, Österreich und der Schweiz).

## VÖNIX



Dass die Österreichische Post aus Sicht des Kapitalmarktes nachhaltig agiert, bestätigt die erneute Aufnahme in den Nachhaltigkeitsindex VÖNIX der Wiener Börse für die Periode 2016/17.

## OEKOM RESEARCH



Folgende Nachhaltigkeitsaktivitäten der Österreichischen Post wurden von oekom research, einer der weltweit führenden Ratingagenturen im nachhaltigen Anlagesegment, analysiert und positiv bewertet. 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.

**ECOVADIS**

Die CSR-Tätigkeit der Österreichischen Post wurde beim EcoVadis-Rating im Jahr 2016 mit dem „Silver Recognition Level“ ausgezeichnet. EcoVadis ist eine Nachhaltigkeits-Bewertungsplattform, die sich das Ziel gesetzt hat, die Umwelt- und Sozialpraktiken von Unternehmen durch ein CSR-Performance-Monitoring innerhalb der Lieferkette zu fördern und Unternehmen bei der Verbesserung von Nachhaltigkeit zu unterstützen.

**UMWELTMANAGEMENT-  
SYSTEM ISO 14001  
IM BRIEFZENTRUM WIEN**


Im November 2016 hat die Österreichische Post ihr erstes zertifiziertes Umweltmanagementsystem nach ISO 14001:2015 im Briefzentrum Wien eingeführt. Hauptaugenmerke des Umweltmanagementsystems sind die Verringerung des Energieverbrauchs und eine Reduktion des Abfallaufkommens. Die Verbesserung des Umweltmanagementsystems erfolgt durch die jährliche Validierung eines zertifizierten Auditors des TÜV Austria.

**IPC SILVER AWARD 2016**

Die Österreichische Post engagiert sich in internationalen Programmen wie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC). 2016 wurde sie mit dem IPC Silver Award ausgezeichnet.

**NACHHALTIGKEITSPREIS  
LOGISTIK 2016**


Die Österreichische Post ist Preisträger des fünften Nachhaltigkeitspreises Logistik. Das Unternehmen wurde im April 2016 für sein Projekt „Es steckt viel Grün im Gelb – Die Modellregion E-Mobility Post“ und das Projekt „Grünes Wien 2016“ ausgezeichnet.

**ÖSTERREICHISCHER  
SOLARPREIS 2016**


Die Post erhält den Österreichischen Solarpreis 2016 für Transportsysteme mit erneuerbaren Energien für das Projekt „Modellregion E-Mobility Post“ und „Grünes Wien“.

**UMWELTECHNOLOGIE-  
PREIS DAPHNE**


Das Projekt „Grünes Wien 2016“ der Österreichischen Post wurde für den Umwelttechnologiepreis DAPHNE nominiert und als DAPHNE Excellent Project ausgezeichnet.

## An den Vorstand der Österreichischen Post Aktiengesellschaft

DISCLOSURE  
102-56

# Unabhängiger Bestätigungsbericht

Unabhängige Prüfung der Aussagen und Daten zur Nachhaltigkeitsberichterstattung 2016 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 2016 (nachfolgend „Berichterstattung“) der Österreichischen Post Aktiengesellschaft, nach den GRI Standards KERN-Option erstellt, beauftragt.

Die Prüfung umfasste die Berichterstattung wie folgt:

- „Nachhaltigkeitsbericht 2016“ im pdf-Format, bezüglich der Angaben im 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 sowie Informationen aus dem Corporate Governance Bericht und der Risikoberichterstattung wurden von uns keiner Prüfung unterzogen. Wir überprüften die GRI-konforme Darstellung dieser Informationen in der Berichterstattung.

- 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 2016 maßgeblichen Kriterien (nachfolgend „die Kriterien“):

- GRI Standards<sup>1</sup>.

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.

<sup>1</sup> <https://www.globalreporting.org/standards>

**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“<sup>2</sup>-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“<sup>3</sup> 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.

**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 Unternehmens-tätigkeit sowie zur Aufbau- und Ablauforganisation des Unternehmens;
- Durchführung von Interviews mit Unternehmensverant-wortlichen, 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 beur-teilen 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 wesentliche Wettbewerber in ihren ökologischen und gesellschaftlichen Berichten Bezug nehmen;
- Evaluierung der Wesentlichkeitsanalyse unter Einbezie-hung von branchenspezifischen Megatrends sowie Aspekten von GRI;
- Stichprobenartige Überprüfung der Aussagen in der Berichterstattung auf Basis der Berichtsgrundsätze der GRI Standards;
- Beurteilung, ob für die KERN-Option die GRI Standards 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, 22. Juni 2017

ERNST & YOUNG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft m.b.H.

**Brigitte Frey e.h.**

**Georg Rogl e.h.**

<sup>2</sup> International Federation of Accountants' International Standard for Assurance Engagements Other than Audits or reviews of Historical Financial Information (ISAE3000) Revised, effective for assurance statements dated on or after December 15, 2015.

<sup>3</sup> Fassung vom 21. Februar 2011, herausgegeben von der Kammer der Wirtschaftstreuhandler, Kapitel 8, [http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB\\_2011.pdf](http://www.kwt.or.at/PortalData/1/Resources/aab/AAB_2011.pdf)

DISCLOSURE  
102-53

# Kontakt und Impressum

## Herausgeber und Medieninhaber

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

## Konzept und Gestaltung

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

## Projektleitung, Redaktion, Organisation/Koordination

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg;  
Österreichische Post AG  
CSR und Umweltmanagement  
(Mag. (FH) Julia Kollouch,  
Mag. jur. Elzbieta Lemanska MSc,  
DI Lisa Purn,  
DI Daniel-Sebastian Mühlbach MSc)

## Fotografie

Christian Stemper,  
Werner Streitfelder,  
Christoph Meissner

## Illustration Seite 77

Carola Holland

## Druck

AV+Astoria Druckzentrum, Wien

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

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

Personenbezogene Formulierungen sind geschlechtsneutral zu verstehen.

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

Redaktionsschluss: 22. Juni 2017



